



## **Bericht**

der Landesregierung

### **Grundlagen für Wachstum im Tourismus schaffen**

Antrag der Fraktionen von CDU und SPD

Drucksache 16/429 (neu)

**Federführend ist der Minister für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr**

## Gliederung

I.	Einleitung	S. 3
I.1	Ausgangslage	S. 3
I.2	Neuausrichtung im Tourismus	S. 6
II.	Angebotsqualität im Tourismus	S. 7
II.1	Instrumente zur Verbesserung des Qualitätsmanagements und der Servicequalität	S. 7
II.2	Unterstützung bei der Modernisierung von Unternehmen der Tourismuswirtschaft, Erfahrungen mit der „Investitionsoffensive“ Investitionsfördernder Mitteleinsatz aus dem Schleswig-Holstein-Fonds	S. 9
II.3	Neuansiedlung von Hotelbetrieben mit hohem Standard	S. 12
II.4	Notwendige Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein über das Regionalprogramm und dessen Nachfolgeprogramm ab 2006 hinaus	S. 13
II.5	Verbesserung und der Erreichbarkeit schleswig-holsteinischer Urlaubsangebote mit Bus und Bahn	S. 15
II.6	Maßnahmen zur Steigerung des Anteils regionaler Produkte in der Gastronomie und im touristischen Einzelhandel zur Stärkung des unverwechselbaren Images eines Schleswig-Holstein Urlaubs	S. 18
II.7	Abbau bürokratischer Hemmnisse in Vorschriften und Planungsprozessen für den Tourismus	S. 20
III.	Tourismusmarketing	S. 23

## I. Einleitung

Mit Beschluss vom 16. Dezember 2005 hat der Landtag auf Antrag der Fraktionen der CDU und der SPD die Landesregierung aufgefordert, bis zur 11. Tagung des Landtages einen Bericht über die Schaffung von Grundlagen für Wachstum im Tourismus zu erstellen. Hiermit wird der gewünschte Bericht vorgelegt.

### I.1 Ausgangslage

Der Tourismus ist für Schleswig-Holstein von enorm großer wirtschaftlicher Bedeutung: 4,5 Milliarden € Umsatz erzeugt dieser Wirtschaftszweig, der Beitrag zum Volkseinkommen beträgt 4,7%, rund 130.000 Menschen finden Arbeit im Tourismussektor und die öffentliche Hand profitiert mit Steuereinnahmen von etwa 530 Millionen € von den touristischen Aktivitäten. Der Tourismus fördert auch das Image Schleswig-Holsteins als Wirtschaftsstandort.

Ministerpräsident Peter Harry Carstensen hat in seiner Regierungserklärung am 25. Mai 2005 deutlich formuliert, welche Bedeutung die Landesregierung dem Tourismus und den mit ihm eng zusammenhängenden Bereichen Gesundheitswirtschaft und Maritime Wirtschaft beimisst: „Die Regierung wird sich auf die Bereiche mit den größten Wachstumspotenzialen konzentrieren. Das sind für Schleswig-Holstein vor allem die Gesundheitswirtschaft, die Maritime Wirtschaft, die Ernährungsindustrie, der Tourismus, die Mikroelektronik und auch die regenerativen Energien.“

Der Tourismus befindet sich derzeit in einer schwierigen Marktlage:

Ein ständig wachsendes Angebot mit erheblichen Investitionsanstrengungen der (neuen) Zielländer, hohe Marketingaufwendungen ausländischer Destinationen und der stark auslandsorientierten Reiseveranstalter, Veränderungen im Reiseverhalten sowie eine aufgrund der Arbeitsmarkt- und Einkommenssituation stagnierende Nachfrage sind die Hauptfaktoren, die ein Wachstum dieses Sektors in Schleswig-Holstein erschweren. So lagen die Übernachtungszahlen in Schleswig-Holstein im Jahre 2005 um 10 % unter denen des Boomjahres 1992, während im Bundesdurchschnitt ein Zuwachs von 9,7 % zu verzeichnen war. Relativierend muss zu dieser Entwicklung allerdings gesagt werden, dass die Zuwachsraten in Schleswig-Holstein bis 1992 durch den „Neugiertourismus“ der Urlauberinnen und Urlauber aus den neuen Bundesländern mitgeprägt waren. Umgekehrt ist die bundesweite Aufwärtsentwicklung seit 1992 maßgeblich durch die neuen Länder (aber auch den boomenden Städtetourismus) geprägt, während andere klassische Urlaubsdestinationen wie Bayern (-8,0 %) oder Baden-Württemberg (-5,9 %) ähnliche Entwicklungen wie Schleswig-Holstein aufwiesen. In der Beliebtheitskala deutscher Reiseziele steht Schleswig-Holstein zudem mit einem Marktanteil an den Urlaubsreisen der Deutschen von

4,3 % immer noch auf Platz 3 hinter Bayern (6,7 %) und Mecklenburg-Vorpommern (5,3 %). Schließlich ist bemerkenswert, dass die Zahl der Gäste mit einer Steigerung um 12 % im Vergleich zum Jahr 1992 (trotz rückläufiger Übernachtungszahlen) Ende 2005 weiterhin auf einem sehr hohen Niveau lag: Schleswig-Holstein ist es also trotz der schwierigen Rahmenbedingungen gelungen, weitere Gäste an das Land zu binden – eine hervorragende Ausgangsbedingung für die weitere Entwicklung.

Die Tourismusakteure im Lande und die Landesregierung haben sich im Jahre 2002 auf eine Tourismuskonzeption als strategischen Handlungsrahmen verständigt. Das zentrale Ziel dieser Konzeption ist die wirtschaftliche Stärkung des Tourismus vor allem durch Qualitätssteigerungen („zukunftsorientierter Tourismus“). Diese Konzeption wird von der Landesregierung weiterhin als Ausgangsbasis für die Weiterentwicklung des Tourismus in Schleswig-Holstein betrachtet, die allerdings dringend fortgeschrieben werden muss.

Durch zwei Umsetzungsworkshops (2002 und 2004) wurden wirkungsvolle Handlungsschwerpunkte vereinbart. Auf dieser Basis haben Land und Tourismuswirtschaft in den letzten Jahren sehr viele Maßnahmen umgesetzt, um die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus zu stärken. Zu nennen sind vor allem:

- ⇒ die Modernisierung der touristischen Infrastruktur aus dem Regionalprogramm 2000;
- ⇒ die Ansiedlung neuer Hotels in Schleswig-Holstein;
- ⇒ eine Investitionsoffensive zur Qualitäts- und Servicesteigerung auf allen Ebenen;
- ⇒ ein Modernisierungsprogramm für kleinere Beherbergungsbetriebe;
- ⇒ die Gründung der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) sowie die Umsetzung innovativer Marketingmaßnahmen durch die TASH und ihre Partner;
- ⇒ die Entwicklung und Umsetzung von Konzepten für spezielle Marktsegmente wie Gesundheits- und Wellnesstourismus, Kulturtourismus, Fahrradtourismus oder Wassertourismus.

Die neue Landesregierung wird den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor für Schleswig-Holstein weiterhin unterstützen und dabei auch neue oder zusätzliche Akzente setzen. Schwerpunkte der Tourismuspolitik sind:

- ⇒ Der Tourismus bleibt Schwerpunktbereich der Förderung im Regionalprogramm 2000. Bis Ende 2006 werden voraussichtlich rund 107 Millionen € für touristische Maßnahmen bereitgestellt worden sein (touristische Basisinfrastruktur wie Promenaden, Erlebnisbäder, Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen; erlebnisorientierte Museen; Naturerlebniseinrichtungen; Edutainment-einrichtungen; Jugendherbergen; innovative Projekte). Im Rahmen des Zukunftsprogramms Schleswig-Holstein werden zurzeit die Weichen gestellt, um den Tourismus auch künftig wirkungsvoll fördern zu können.
- ⇒ Die Ansiedlung neuer Hotels und Ferienanlagen ist für die Weiterentwicklung des Tourismus (neue Zielgruppen, zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten) von großer Bedeutung. Das große Investoreninteresse an Schleswig-Holstein (25-30 Projekte) soll durch planungsrechtliche Unterstützung und einzelfallbezogene betriebliche Förderungen unterstützt werden.
- ⇒ Die Investitionsoffensive im Tourismus wird durch eine Ergänzung/ Modifikation des vorhandenen Modernisierungsprogramms für kleinere Beherbergungsbetriebe sowie durch die Herausgabe eines Leitfadens für Kreditinstitute und einer Vermieterfibelfortgeführt.
- ⇒ In den Schleswig-Holstein-Fonds sind zusätzliche Mittel für den Tourismus in Höhe von rund 10,67 Millionen € eingestellt worden (Infrastruktur, betriebliche Förderung, innovative Projekte). Auch die für den Jugendtourismus (2 Mio. €), für kulturtouristische Investitionen (6 Mio. €) und für das Multimar Wattforum

- (900 T€) im Schleswig-Holstein-Fonds vorgesehenen Mittel dienen der Förderung des Tourismus in Schleswig-Holstein.
- ⇒ Für das Tourismmarketing der TASH und der regionalen Marketingorganisationen sollen (vorbehaltlich der Haushaltsberatungen) Zuschüsse auf dem Niveau des Jahres 2006 bereitgestellt werden. Dabei wird die TASH noch enger mit den Regionalverbänden kooperieren, um Kräfte zu bündeln und Mittel frei zu setzen.
  - ⇒ Die im letzten Jahr frei geschaltete Online-Buchungsplattform der TASH soll ebenso weiterentwickelt werden wie die örtlichen und regionalen Buchungssysteme.
  - ⇒ Der Internetauftritt des Landes wird in diesem Jahr neu gestaltet. Der Tourismus wird als eines der zentralen Themenportale durch die TASH gestaltet werden.
  - ⇒ Der Zusammenarbeit zwischen Kultur und dem Tourismus im Sinne eines nachhaltigen kulturtouristischen Marketing hat die Landesregierung u. a. durch die Aufnahme der Kulturabteilung in die Staatskanzlei einen besonderen Stellenwert beigemessen. Vordringliches Ziel ist es, die vielfältigen kulturellen Potenziale Schleswig-Holsteins effektiver und nachfrageorientierter auszuschöpfen und in gemeinsamen Marketingkampagnen zu positionieren. Mit Förderung aus der Staatskanzlei ist in diesem Jahr eine Kulturmanagerin bei der TASH eingestellt worden, die die Vernetzung, Produktentwicklung und Vermarktung des Kulturtourismus vorantreiben soll. Das Themenfeld „Kulturtourismus“ wird auch im Rahmen des „Handlungskonzeptes für die Neuausrichtung im Tourismus in Schleswig-Holstein“ (vgl. unten) mit untersucht werden.
  - ⇒ In Kürze wird eine Koordinierungsstelle Fahrradtourismus bei der TASH angesiedelt werden, um für die Optimierung der radtouristischen Infrastruktur zu sorgen.
  - ⇒ Der Auftritt des Landes Schleswig-Holstein auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin soll auch unter Berücksichtigung der touristischen und kulinarischen Qualitäten des Landes überarbeitet werden.
  - ⇒ Der Gesundheits- und Wellness-tourismus spielt eine wichtige Rolle bei der Fortführung der Gesundheitsinitiative. Dabei gibt es eine enge Zusammenarbeit mit dem Heilbäderverband und der TASH. Gemeinsam mit diesen Organisationen prüft das Land, in welche Richtung sich die Kurorte in Schleswig-Holstein entwickeln müssen, um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben.
  - ⇒ Der naturorientierte Tourismus soll unter Federführung der Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS) und in enger Kooperation mit dem Landesnaturschutzverband noch besser positioniert werden.
  - ⇒ Im Bereich des Wassertourismus kümmert sich ein Kompetenzteam darum, zusätzliche Impulse zur Verbesserung von Qualität der Infrastruktur, von Produktentwicklung, Marketing und Kooperation zu geben.
  - ⇒ Ein Hauptaugenmerk wird im Rahmen des demografischen Wandels dem Thema Barrierefreiheit gewidmet werden. Es gilt, die erkannten Defizite bezüglich barrierefreier Angebote im schleswig-holsteinischen Tourismus aufzuarbeiten und zusammen mit den Orten, Betrieben und den für den öffentlichen Nahverkehr Verantwortlichen die Dienstleistungskette zu optimieren.
  - ⇒ Die touristischen Chancen der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland sollen durch eine Kooperation der TASH mit der Hamburg Tourismus GmbH und durch eigene Marketingmaßnahmen der TASH genutzt werden.

- ⇒ Das Land wird Initiativen zur Verbesserung von Qualität, Service und Kundenorientierung im Tourismus weiter vorantreiben (z.B. Klassifizierung von Unterkünften, OstseeCard, Gütesiegel für Servicequalität, Fortbildung).
- ⇒ Die Anreisemöglichkeiten mit der Bahn sowie die Bahn- und Busverbindungen im Lande sollen auch im Interesse des Tourismus weiter verbessert werden.
- ⇒ Die Bäderregelung ist im Interesse der Saisonverlängerung novelliert worden. Die Sperrzeitenverordnung wurde ersatzlos gestrichen.
- ⇒ Der Beirat für Tourismus wurde als Beratungsgremium der Landesregierung neu berufen.

## I.2 Neuausrichtung im Tourismus

Die Landesregierung ist sich allerdings – gemeinsam mit allen Tourismusverantwortlichen im Lande – bewusst, dass angesichts der harten Wettbewerbssituation zusätzliche Impulse notwendig sind, um den schleswig-holsteinischen Tourismus wieder auf einen klaren Wachstumskurs zu bringen. Auch die leichte Steigerung der Übernachtungszahlen in 2005 um 1,0 % die zudem vor allem durch die Steigerung der Übernachtungszahlen auf den Campingplätzen verursacht war, darf nicht über den bestehenden Handlungsbedarf hinwegtäuschen.

Landesregierung, Tourismusverband, Hotel- und Gaststättenverband, Industrie- und Handelskammern sowie Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein haben daher gemeinsam beschlossen, dass der Tourismus mit einer schonungslosen Analyse auf den Prüfstand muss. Hierzu wurde vor kurzem das Beratungsunternehmen Roland Berger GmbH beauftragt, ein Handlungskonzept für die Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein zu entwickeln.

Dieses Handlungskonzept soll enthalten:

Stärken-Schwächen-Analyse des Schleswig-Holstein-Tourismus; Bewertung der bisherigen tourismuspolitischen Aktivitäten; Vergleich zu wichtigen Mitbewerbern; Handlungsplan mit konkreten Maßnahmen (einschließlich geeigneter Vorschläge für ein Umsetzungsmanagement). Integriert werden sollen die Bereiche privates Angebot und öffentliche Infrastruktur, Servicequalität und Qualifizierung, Tourismusmarketing, Produktentwicklung, Organisationsstrukturen, Rahmenbedingungen für die Tourismusentwicklung (Vorschriften, Planungsprozesse, Förderpolitik etc.).

Aus diesen Aufgabenstellungen wird klar, dass es sich nach Auffassung der Landesregierung und der Tourismusakteure nicht um ein bloßes Gutachten handeln darf, sondern dass ein handlungsorientierter Ansatz mit konkreten Vorschlägen und einem praktikablen Umsetzungsmanagement gefragt ist.

Das Konzept soll bis zum 30.06.2006 vorgelegt werden, um es anschließend mit den Akteuren im Lande, innerhalb der Landesregierung und mit dem Parlament diskutieren zu können. Bis zur Erstellung des Konzeptes wird natürlich das tourismuspolitische Handeln nicht eingestellt, sondern notwendige und sinnvolle Maßnahmen werden fortgeführt bzw. neu entwickelt.

Die Landesregierung ist der festen Überzeugung, dass es auf Basis des Handlungskonzeptes und mit vereinten Kräften aller Tourismusakteure gelingen wird, Schleswig-Holstein wieder zur Nummer 2 im Deutschlandtourismus hinter Bayern zu machen.

## II. Angebotsqualität im Tourismus

### II.1 Instrumente zur Verbesserung des Qualitätsmanagements und der Servicequalität

Der schleswig-holsteinische Tourismus kann den Wettbewerb der touristischen Destinationen nicht über den Preis gewinnen, sondern muss auf Qualität setzen. Dies betrifft zum einen die Qualität der „Hardware“ (Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, touristische Basisinfrastruktur, Kultur- und Naturangebote, Freizeiteinrichtungen, Verkehrsangebote etc.). Zum anderen ist natürlich aber auch eine korrespondierende Qualität der touristischen Dienstleistung und des Services (also der „Software,“) erforderlich. Die Zufriedenheit der Gäste mit dem schleswig-holsteinischen Angebot und der Servicequalität ist zwar – wie viele Gästebefragungen zeigen – gut bis sehr gut. Dennoch sind ständige Verbesserungen gefragt, um weiter im Wettbewerb bestehen zu können.

Die Landesregierung setzt beim Thema „Service- und Dienstleistungsqualität“ vor allem auf folgende Ansatzpunkte:

- ⇒ Eine gute Ausbildung junger Menschen in den gastgewerblichen und touristischen Berufen ist eine wichtige Basis, um Servicequalität bereits frühzeitig zu erlernen. Die schleswig-holsteinischen Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes haben es in den letzten Jahren regelmäßig geschafft, zusätzliche Ausbildungsplätze bereit zu stellen und damit qualifizierten Nachwuchs zu schaffen.
- ⇒ Mit den von der Wirtschaftsakademie betriebenen Einrichtungen (mit dem Bildungszentrum für Tourismus und Gastronomie in Husum an der Spitze), aber auch dem Studiengang „International Tourism Management“ an der Fachhochschule Westküste in Heide bietet Schleswig-Holstein gute Voraussetzungen für die Fort- und Weiterbildung der im Tourismus Beschäftigten.
- ⇒ Bis Ende 2004 verfügte Schleswig-Holstein über eine vom Wirtschaftsministerium geförderte „Fortbildungsagentur im Tourismus (FIT)“, die von den wichtigsten Tourismusorganisationen getragen wurde. Die Aufgabe von FIT bestand darin, Anbieter und Nachfrager von Weiterbildungsangeboten zu vernetzen, Weiterbildungsbedarfe zu ermitteln und erforderlichenfalls zusätzliche Weiterbildungsangebote zu initiieren. Derzeit prüft das Wirtschaftsministerium gemeinsam mit dem Tourismusverband, dem Hotel- und Gaststättenverband und den Industrie- und Handelskammern die Einrichtung einer Nachfolgeeinrichtung zu FIT in Kooperation mit der Fachhochschule Westküste.
- ⇒ Marktforschung ist eine wichtige Grundlage für die Ermittlung der Kundenbedürfnisse und zur Feststellung von Defiziten im Servicebereich. Mit dem Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.), Kiel, verfügt Schleswig-Holstein über ein bundesweit und international renommiertes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen, das zudem Geschäftsstelle der zentralen Reisemarktuntersuchung „Reiseanalyse“ ist. Der Tourismusverband hat gemeinsam mit dem Sparkassen- und Giroverband seit dem Jahre 2002 das Tourismusbarometer Schleswig-Holstein initiiert. Mit diesem Instrument wer-

- den jährlich verschiedene Aspekte des touristischen Angebotes, der Servicequalität und des Tourismusmarketings beleuchtet.
- ⇒ Zur Abbildung der Servicequalität gibt es in einigen Bundesländern ein Gütesiegel („ServiceQ“), das aus der Schweiz stammt. Schleswig-Holstein hat sich (wie auch andere wichtige Bundesländer wie Bayern und Mecklenburg-Vorpommern) diesem System wegen des erheblichen Aufwandes bislang nicht angeschlossen. Derzeit prüft die Landesregierung gemeinsam mit dem Tourismusverband, dem Hotel- und Gaststättenverband, den Industrie- und Handelskammern und der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein einen Vorschlag für ein Zertifizierungsmodell „Servicequalität“ für touristische Betriebe, das von einem Kieler Beratungsunternehmen gemeinsam mit dem TÜV Rheinland entwickelt wurde.
- ⇒ Vor einigen Jahren wurde in Schleswig-Holstein das Modell „Tourist-Service-Center“ entwickelt. Hierbei wird durch externe Prüfer die Servicequalität von Kurverwaltungen und Touristinformationen geprüft und zertifiziert. 11 Kurverwaltungen und Touristinformationen haben bislang diese Premium-Auszeichnung bekommen.
- ⇒ Die Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben nach den Vorgaben des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Hotelklassifizierung) bzw. des Deutschen Tourismusverbandes (für Ferienwohnungen, Privatzimmer, Gästehäuser und Campingplätze) ist ein wichtiges Instrument zur Transparenz, Kundenorientierung und Qualitätsverbesserung im Unterkunfts-bereich. Gerade im Bereich der Ferienwohnungen ist Schleswig-Holstein mit rund 10.000 klassifizierten Objekten (nach dem bis 2003 geltenden System; vergleichbare Daten nach dem zum 01.01.2004 aktualisierten System existieren noch nicht) bundesweiter Spitzenreiter. Darüber hinaus sind 307 Hotels, 70 Campingplätze sowie 284 fahrradfreundliche Bett & Bike-Betriebe (nach den Kriterien des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs) in Schleswig-Holstein klassifiziert. Die Landesregierung strebt eine möglichst flächendeckende Klassifizierung aller Unterkunfts-betriebe an. Bundesweit einmalig in Schleswig-Holstein ist die kundenorientierte Zusatzklassifizierung von besonders familienfreundlichen Unterkunfts-betrieben sowie von solchen Betrieben, die besonders für Rollstuhlfahrer geeignet sind, leider werden beide Zusatzklassifizierungen nur von wenigen Betrieben angenommen (11 bzw. 3 Betriebe). Zu erwähnen sind auch noch die jetzt angelaufene Klassifizierung von Sportboothäfen und Marinas, die bislang in vier Häfen durchgeführt wurde, sowie die Qualitätsprüfung „Komm mit Pferd“ für Pferdeunterkünfte (32 geprüfte Betriebe).
- ⇒ Kundenfreundliche Buchungssysteme sind ebenfalls ein wichtiges Element der Servicequalität. Sie sind zudem angesichts des immer kurzfristigeren Buchungsverhaltens ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Das Land hat in den letzten Jahren die Modernisierung der Zimmervermittlungen nahezu flächendeckend im ganzen Land gefördert (einschließlich Internetbuchbarkeit). Ebenfalls mit Förderung des Landes hat die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) im letzten Jahr eine Online-Buchungsplattform frei geschaltet, mit der die verschiedenen technischen System im Lande kompatibel gemacht und dem Gast eine landesweite Unterkunftssuche ermöglicht wird. Auf Bundesebene hat die

TASH im Jahre 2005 mit dieser Online-Buchungsplattform einen Sonderpreis für „Technische Innovation“ erhalten.

Wichtig ist, dass sich möglichst viele Vermieter an diesen Buchungssystemen und an der Internetbuchbarkeit beteiligen.

- ⇒ Das Internet gewinnt als Medium der Informationsbeschaffung, aber auch der Buchung von touristischen Angeboten immer mehr an Bedeutung. Ein kundenfreundlicher Internetauftritt ist daher ein Muss für jeden Betrieb, jeden Ort, jede Region und für die Landesebene. Die Veranstalter des Tourismustages führen seit 2003 den Wettbewerb „web.tour.sh“ durch, mit dem die Qualität der Internetpräsenzen überprüft wird sowie Hinweise zur Optimierung gegeben werden.
- ⇒ Um den vielen (vor allem den vielen kleineren) Vermietern im Lande Hinweise zur Verbesserung ihres Angebotes und der Servicequalität zu geben, hat der Tourismusverband mit finanzieller Unterstützung des Landes eine „Vermieterfibel“ herausgegeben. Das Projekt ist Teil der Investitionsoffensive im Tourismus Schleswig-Holsteins.
- ⇒ Kulturanbieter und –institutionen müssen sich stärker auf die Wünsche der touristischen Gäste und auf die Anforderungen des Tourismusmarketings ausrichten, um so zu höheren Besucherzahlen zu kommen. Dies zu erreichen ist auch eine Aufgabe der bei der TASH angesiedelten Kulturmanagerin.

Abschließend ist noch darauf hinzuweisen, dass es letzten Endes eine originäre Aufgabe der Tourismusbetriebe ist, die Qualität ihrer Dienstleistungen und ihres Services ständig zu verbessern. Die Landesregierung kann angesichts der Vielzahl von Betrieben und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern immer nur modellhafte Projekte unterstützen sowie die Rahmenbedingungen verbessern.

## II.2 Unterstützung bei der Modernisierung von Unternehmen der Tourismuswirtschaft, Erfahrungen mit der „Investitionsoffensive“, Investitionsfördernder Mitteleinsatz aus dem Schleswig-Holstein-Fonds

Das von Bund und Land gemeinsam finanzierte Programm „Gemeinschaftsaufgabe: Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) ermöglicht unter anderem die Förderung der Modernisierung von Unternehmen der Tourismuswirtschaft mit Zuschüssen. Mittel des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) können unter bestimmten Voraussetzungen ebenfalls gemeinsam mit Mitteln der GA eingesetzt werden. Die Förderung in Schleswig-Holstein ist auf das Fördergebiet beschränkt, das im von der EU notifizierten GA-Rahmenplan festgelegt ist:

- ⇒ Kreise Dithmarschen, Nordfriesland, Ostholstein, Schleswig-Flensburg sowie die kreisfreien Städte Flensburg und Lübeck (so genanntes C-Fördergebiet);
- ⇒ Kreise Plön und Rendsburg-Eckernförde sowie die kreisfreien Städte Kiel und Neumünster (so genanntes D-Fördergebiet; Förderung dort nur von kleinen und mittleren Unternehmen);

- ⇒ Kreis Herzogtum Lauenburg (so genanntes E-Fördergebiet; Förderung dort nur von kleinen und mittleren Unternehmen).

Nach der Größenordnung der Unternehmen bestehen folgende Fördermöglichkeiten für Modernisierungsmaßnahmen:

- ⇒ Für kleine Unternehmen besteht wegen des im Rahmen von Untersuchungen festgestellten Investitionsstaus seit Anfang 2005 die Möglichkeit, für qualitätssteigernde Modernisierungsinvestitionen mit einem Investitionsvolumen von 100.000 bis 300.000 € bis zu 20%ige Zuschüsse zu erhalten. Dieses Programm ist Teil der so genannten Investitionsoffensive (vgl. unten). Bedauerlicherweise hat dieser Programmteil nur geringe Resonanz in 2005 gefunden, lediglich 6 Anträge mit einem Fördervolumen von 222 T€ (Investitionsvolumen: 1,1 Millionen €) wurden bewilligt. Die Ursachen für diese mangelnde Inanspruchnahme wurden vor allem darin gesehen, dass die Kreditinstitute zur Zeit die Tourismuswirtschaft oftmals als stark risikobehaftet ansehen und deswegen bei der Kreditvergabe restriktiv entscheiden; hinzu kommt die mangelnde Eigenkapitalausstattung vieler Betriebe. Aus diesen Gründen wurde zu Jahresbeginn 2006 ein zusätzliches Modernisierungsprogramm aufgelegt, das aus Mitteln des Schleswig-Holstein-Fonds finanziert wird (Gesamtvolumen derzeit rund 3,4 Millionen € für die Jahre 2006 – 2009). Ermöglicht wird kleinen Unternehmen unter analogen Voraussetzungen wie für die GA, jedoch beginnend bereits bei Investitionen von 50.000 €, eine Förderung von 20% auf qualitätssteigernde Modernisierungsinvestitionen. Der wesentliche Punkt besteht darin, dass diese Fördermittel mit der GA-Förderung kombiniert eingesetzt werden können, so dass im Idealfall bis zu 40% Förderung erreicht werden kann. Damit wird zum einen die Eigenkapitalseite der geförderten Unternehmen weiter gestärkt (die Zuschüsse sind wie Eigenkapital zu werten), zum anderen wird den Banken ein weiterer Teil des Risikos abgenommen. Das Programm stößt bereits nach kurzer Zeit auf starkes Interesse. (Das Programm gilt im C-, D- und E-Fördergebiet sowie auf der Insel Helgoland.)
- ⇒ Für Investitionen über dem Volumen von 300.000 € besteht auch für mittlere Unternehmen die Möglichkeit einer 10%igen Zuschussförderung für Modernisierungsmaßnahmen, sofern mindestens zwei zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.
- ⇒ Touristische Großunternehmen (nur C-Fördergebiet) können dann für Modernisierungsinvestitionen Fördermittel erhalten, wenn diese Teil einer Erweiterungsmaßnahme sind, bei der mindestens 15% zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Neben diesen direkten betrieblichen Zuschussmöglichkeiten sind auch die Finanzierungsangebote der dem Lande nahe stehenden Förderinstitute als Hilfestellung zur Sicherstellung der Gesamtfinanzierung der Investitionsvorhaben verfügbar. Zu verweisen ist z.B. auf die Möglichkeit der Verbürgung der erforderlichen Fremdfinanzierung durch die Bürgschaftsbank, sofern bankmäßig bewertbare Sicherheiten nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen.

Seit dem 1.12.2005 besteht bei Investitionsvorhaben von kleinen Betrieben mit bis zu 49 Mitarbeitern (und damit auch für kleinere Beherbergungsbetriebe) zudem mit dem Programm „IB-KMÜdirekt“ auch eine Finanzierungsmöglichkeit von Investitionen bis zu 100.000 €, sofern die Hausbank zur Übernahme eines eigenen Obligos nicht bereit und in der Lage sein sollte. Sicherheiten sind über ein notarielles Schuldanerkenntnis hinaus nicht zu leisten. Für mittlere Beherbergungsbetriebe mit bis zu 249 Mitarbeitern kann die Investitionsbank in diesem Programm hälftig mit der Hausbank bis zu je 200.000 € finanzieren, wobei die zu stellenden Sicherheiten vorrangig für die Hausbank und nachrangig für die Investitionsbank haften. Dieses von der Investitionsbank mit Unterstützung der Landesregierung aus dem Schleswig-Holstein-Fonds aufgelegte Finanzierungsprogramm soll gerade die insbesondere bei kleinen Unternehmen vielfach vorhandene Hausbankenschwelle überwinden helfen. Insgesamt gesehen steht damit ein sehr umfassendes Finanzierungsinstrumentarium für die Modernisierung insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen des Tourismusbereichs zur Verfügung.

Mindestens genauso wichtig wie die Förderung der Modernisierung bestehender Betriebe ist jedoch die Förderung von Errichtungs- und Erweiterungsinvestitionen solcher Unternehmen, die zur Qualitätsverbesserung des touristischen Angebotes wesentlich beitragen, neue Zielgruppen ansprechen und zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.

Die Investitionsoffensive im Tourismus Schleswig-Holsteins wurde Ende 2004 gemeinsam von Tourismusverband Schleswig-Holstein, Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Schleswig-Holstein, Industrie- und Handelskammern sowie Wirtschaftsministerium initiiert. Hintergrund war insbesondere der Investitionsstau in vielen (vor allem kleineren) Beherbergungsbetrieben, der die Wettbewerbsfähigkeit des schleswig-holsteinischen Tourismus beeinträchtigt. Die oben genannten Modernisierungsprogramme sind ein Teil der Umsetzung der Investitionsoffensive, die aber insgesamt einen wesentlich umfassenderen Ansatz der Modernisierung und Attraktivitätssteigerung des touristischen Angebotes hat.

Weitere wichtige Umsetzungsschritte sind:

- ⇒ Die Förderung der Modernisierung der touristischen Infrastruktur vor allem aus dem Regionalprogramm 2000 (vergleiche auch Punkt II.4).
- ⇒ Analyse der touristischen Angebotskomponenten im Rahmen des Tourismusbarometers Schleswig-Holstein (z.B. Beherbergungsangebot, Häuser des Gastes, Ortsbilder, Kulturangebote) oder im Rahmen von Studien (z.B. Wassertourismus; Kur- und Gesundheitsangebot).
- ⇒ Leitfaden für Kreditinstitute, aus dem diese Kriterien für die Bewertung von Kreditanträgen aus dem Gastgewerbe entnehmen können (vom Land gefördertes Projekt).
- ⇒ „Vermieterfibel“ mit Hinweisen zur Gestaltung des Angebotes vor allem von kleinen Betrieben und von Ferienwohnungen (vom Land gefördertes Projekt).

- ⇒ Informationsveranstaltungen zu den Fördermöglichkeiten für Beherbergungsbetriebe, die aber auch das Problembewusstsein für die Notwendigkeit zum Investieren erhöhen sollen.

Insgesamt ist nach Einschätzung der Landesregierung bereits vieles durch die Investitionsoffensive erreicht bzw. angeregt worden. Diese ist jedoch als permanenter Prozess zu begreifen, der einer ständigen Überprüfung und Nachsteuerung bedarf. Die Landesregierung und die Tourismusverbände können aber nur Anstöße geben, einzelne Finanzierungshilfen bereitstellen und die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft verbessern. Es ist und bleibt in der originären Eigenverantwortung der Betriebe, selbst die erforderlichen unternehmerischen Entscheidungen zu treffen.

### II.3 Neuansiedlung von Hotelbetrieben mit hohem Standard.

Die Tourismuskonzeption von 2002 hat deutlich formuliert, dass Schleswig-Holstein einen Nachholbedarf insbesondere im Bereich hochwertiger Hotel- und Ferienanlagen hat. So hatten Hotels in Schleswig-Holstein im Jahre 2004 nur einen Anteil von 18,1% an allen gewerblichen Betten, während Mecklenburg-Vorpommern einen Anteil von 30,9% aufwies. Hinzu kommt, dass die Hotelangebote in Mecklenburg-Vorpommern deutlich moderner sind als in Schleswig-Holstein und im Schnitt einen höheren Qualitätslevel aufweisen (50 % der klassifizierten Hotels sind 4- und 5-Sterne-Häuser, in Schleswig-Holstein nur 26 %). Mit attraktiven Hotels können neue Zielgruppen angesprochen werden (z.B. Wellness-tourismus, Tagungs-, Kongress- und Veranstaltungstourismus, Bus- und Gruppentourismus) und ein Beitrag zur Saisonverlängerung geleistet werden; zudem profitieren der Standort bzw. die Region vom Marketing der Hotelketten und Betreiber.

Mit den Zuschussmöglichkeiten aus Mitteln der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) und des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) sowie den weiteren Unterstützungsmöglichkeiten des Landes (vergleiche Punkt II.2) trägt das Land zur Realisierung solcher Hotelprojekte bei. Hier sind insbesondere die Förderungen für die AROSA-Resorts in Travemünde (fertig gestellt 2005) bzw. List auf Sylt (Baubeginn 2006) zu erwähnen, die nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung des Tourismusstandortes Schleswig-Holstein leisten, sondern die zudem erhebliche Arbeitsplatzeffekte haben: Erwartet werden an beiden Standorten etwa 360 Arbeitsplätze und knapp 100 Millionen € Investitionen; bereitgestellt wurden ca. 11,2 Mio. € aus GA- und EFRE-Mitteln.

Von Bedeutung ist daneben aber auch die Förderung der Anpassung bestehender Unternehmen an neue Standards und Markterfordernisse. Hier ist beispielhaft der „Alte Meierhof“ in Glücksburg zu nennen, eines der herausragenden schleswig-holsteinischen Wellness-Hotels. Das Hotel investierte 2004 rund drei Millionen Euro in die nochmalige Erweiterung seines Wellnessbereiches. Das Land Schleswig-Holstein, der Bund und die Europäische Union förderten dieses Investment mit insgesamt 580.000 Euro aus Mitteln der GA und des EFRE.

Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass viele Hotels aus eigenem Antrieb und mit eigenen Mitteln in die Modernisierung ihrer Angebote investie-

ren. Dies ist unter marktwirtschaftlichen Aspekten richtig; das Land kann – auch angesichts der knappen Fördermittel - nur einzelfallbezogene Hilfestellungen bei besonders wichtigen Hotelprojekten leisten.

Über betriebliche Fördermaßnahmen hinaus leistet das Land erhebliche Flankierung für die wirtschaftliche Entwicklung von Hotels und sonstigen touristischen Betrieben, indem die kommunale Infrastruktur (Promenaden, Gesundheits- und Wellnesseinrichtungen, Erlebnisbäder, Veranstaltungsgebäude etc.) in den Tourismusorten gefördert wird. Dies erhöht die Attraktivität der Orte und motiviert die Betriebe häufig zu eigenen Modernisierungsmaßnahmen oder zur Neuansiedlung.

Eine wichtige Bedeutung bei der Abstimmung der verschiedenen Raumnutzungsansprüche im Hinblick auf die Realisierung von Hotelplanungen und größeren Freizeiteinrichtungen hat die Landesplanungsbehörde, die im Zusammenspiel mit den anderen Behörden auf Landesebene und den Kreis- und Ortsbehörden einen Koordinierungsauftrag nach dem Landesplanungsgesetz wahrnimmt. Die Landesplanung trägt mit ihren Beurteilungen und Abstimmungsverfahren dazu bei, dass frühzeitig Klarheit über die Rahmenbedingungen und Realisierungsmöglichkeiten solcher Projekte besteht. Die Landesplanung versteht ihren Auftrag so, dass in Abwägung mit anderen Belangen (z.B. Naturschutz, Küstenschutz, Ortsbildgestaltung) eine weitere touristische Entwicklung in Schleswig-Holstein möglich wird, insbesondere wenn damit eine Qualitätsverbesserung des touristischen Angebotes eintritt. Dadurch sind auch die Schaffung zusätzlicher Kapazitäten (z.B. Sylt, Fehmarn) sowie Projekte von erheblicher Größenordnung (z.B. Kappeln-Olpenitz) grundsätzlich vorstellbar. Im Rahmen der zurzeit anlaufenden Novellierung des Landesraumordnungsplans sollen flexiblere Entwicklungsmöglichkeiten vor allem für die so genannten „Ordnungsräume für Tourismus und Erholung“ geschaffen werden. Schlanke Planungsgrundlagen (Projektskizzen, Machbarkeitsstudien, Betreiberkonzepte) sollen dabei die ökonomisch und ökologisch nachhaltige Ausgestaltung der Projekte sicherstellen. Damit leistet die Landesplanung einen weiteren Beitrag, um Vorhaben, die vor allem der qualitativen Verbesserung und Modernisierung der touristischen Infrastruktur dienen (einschließlich Kapazitätserweiterungen, also z. B. auch der Neubau von Hotels mit hohem Standard), realisieren zu können.

Das Investoren- und Betreiberinteresse für touristische Projekte in Schleswig-Holstein ist derzeit sehr groß: Etwa 25 – 30 Hotelprojekte, Ferienanlagen und Ferienhausgebiete werden zurzeit in Schleswig-Holstein geplant (vor allem an attraktiven Standorten an Nord- und Ostsee). Die Landesregierung geht davon aus, dass zumindest ein Teil dieser Projekte in den nächsten 2-3 Jahren realisiert werden kann und dass damit die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Schleswig-Holstein weiter gestärkt wird. Dieses Interesse der Investoren und Betreiber zeigt, dass Schleswig-Holstein weiterhin ein hoch attraktiver Tourismusstandort ist, der Perspektiven für die Zukunft hat. Sicherlich trägt auch die investorenfreundliche Wirtschafts- und Förderpolitik des Landes zu dieser Situation bei.

#### II.4 Notwendige Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur in Schleswig-Holstein über das Regionalprogramm und dessen Nachfolgeprogramm ab 2006 hinaus

Die Modernisierung der touristischen Infrastruktur ist eines der wichtigsten Handlungsfelder der Tourismuspolitik, um die Wettbewerbsfähigkeit des schleswig-holsteinischen Tourismus sicherzustellen. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Qualitätsverbesserung und Attraktivitätssteigerung der vorhandenen Angebote sowie in ihrer Anpassung an geänderte Marktbedingungen (neue Zielgruppen und Kundenbedürfnisse; Witterungsunabhängigkeit der Angebote; Saisonverlängerung etc.). Ein Bedarf an Neubauten besteht nur ausnahmsweise. Generell sollten größere touristische Infrastruktureinrichtungen auf etablierte Tourismusstandorte mit ausreichender touristischer Nachfrage konzentriert werden. Die Schließung nicht mehr marktgerechter Infrastruktureinrichtungen bzw. deren Umnutzung müssen ebenfalls geprüft werden.

Das zentrale Förderprogramm für die Modernisierung der touristischen Infrastruktur ist derzeit das Regionalprogramm 2000. Rund 71,9 Millionen € aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) oder 31 % der dort verfügbaren Fördermittel sind dem Tourismuskorridor zugeordnet. Hinzu kommen rund 21,5 Millionen € Mittel der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA) und rund 13,8 Millionen € an Landesmitteln, so dass nach derzeitiger Planung insgesamt im Zeitraum 2000 bis 2006 voraussichtlich rund 107,2 Millionen € für touristische Projekte zur Verfügung gestellt worden sein werden. Diese teilen sich wie folgt auf:

- ⇒ 71,4 Millionen € für touristische Basisinfrastruktur (Promenaden, Gesundheits- und Wellnessanlagen, Erlebnisbäder etc.)
- ⇒ 4,5 Millionen € für nicht investive Projekte zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus (z.B. Marketingprojekte, OstseeCard)
- ⇒ 5,7 Millionen € für kulturelle Projekte mit touristischer Bedeutung (vor allem erlebnisorientierte Museen)
- ⇒ 7,6 Millionen € für umweltorientierte Projekte mit touristischer Bedeutung (vor allem Naturerlebniseinrichtungen)
- ⇒ 13,2 Millionen € für so genannte „Edutainmenteinrichtungen“ (Hinweis: Auch unter den Kultur- und Naturprojekten sind einige Projekte vorhanden, die diesem Bereich zugeordnet werden könnten, z.B. das Multimar Wattforum)
- ⇒ 4,8 Millionen € für Jugendherbergen

Zusätzlich zu diesen Mitteln stehen auch noch Mittel der so genannten Technischen Hilfe zur Verfügung, die im Bereich des Tourismus insbesondere für Gutachten, Machbarkeitsstudien und Regionalmanagementprojekte eingesetzt werden können.

Neben diesen spezifischen Tourismusprojekten kommen auch andere Förderbereiche des Regionalprogramm 2000 dem Tourismus zugute (z.B. städtebauliche Maßnahmen, Hafenbaumaßnahmen). Weitere Förderprogramme mit Tourismusrelevanz sind vor allem das Programm „Zukunft auf dem Lande“ (ZAL) des Landwirtschaftsministeriums, der Förderfonds Hamburg / Schleswig-Holstein des Innenministeriums, die EU-Programme INTERREG und LEADER+ sowie das Bundesprogramm „Regionen Aktiv“. In welchem Umfang dort tourismusrelevante Projekte gefördert werden, kann nicht genau beziffert werden, da diese Programme „interdisziplinär“ und nicht speziell auf den Tourismus ausgelegt sind.

Derzeit ist die Landesregierung dabei, als Nachfolgeprogramm zum Regionalprogramm 2000 das „Zukunftsprogramm Wirtschaft“ für die Förderperiode 2007 – 2013 zu entwickeln. Dieses Programm wird wiederum die EU-Mittel nach dem neuen Ziel 2 („Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“), die GA-Mittel sowie ergänzende Landesmittel bündeln. Durch die Vorgaben der EU wird es zu einem Paradigmenwechsel innerhalb des Programms kommen, indem der Schwerpunkt von der klassischen Infrastrukturförderung hin zur Förderung von Innovation und Wissen verlagert wird. Jedoch soll auch künftig eine Förderung von Infrastruktur insbesondere in den Bereichen, in denen Schleswig-Holstein besondere Stärken und Chancen hat und von denen auch wichtige Effekte ausgehen (z.B. also der Tourismus), möglich sein. Die Landesregierung wird daher eine Doppelstrategie im „Zukunftsprogramm Wirtschaft“ fahren, die einerseits ausdrücklich Projekte und Maßnahmen mit Bedeutung für Schleswig-Holstein insgesamt an den dafür jeweils am besten geeigneten Standorten fördert (z.B. Technologie- und Wissenstransfer), andererseits aber auch zukünftig auf die Förderung der besonderen Stärken und Potenziale der strukturschwachen Regionen setzt (z.B. im Tourismus). Dies bedeutet, dass der Ausbau der tourismusrelevanten Infrastruktur sowie die Förderung des Tourismus z.B. durch kulturwirtschaftliche oder umweltpolitische Maßnahmen weiterhin ein wichtiger Förderschwerpunkt im „Zukunftsprogramm Wirtschaft“ bleiben werden. Welche Tourismusmaßnahmen künftig konkret aus dem Programm gefördert werden sollen, wird im Rahmen der weiteren Konkretisierung des „Zukunftsprogramms Wirtschaft“ festgelegt werden. In welchem Umfang für diese Zwecke EU-Mittel eingesetzt werden können, wird von der konkreten Ausgestaltung der entsprechenden EFRE-Verordnung abhängen. Nach dem derzeitigen Stand der EFRE-Verordnung wird die Förderung der klassischen touristischen Infrastruktur nicht oder nur noch sehr eingeschränkt möglich sein, so dass evtl. in diesen Bereichen nur noch mögliche GA- und Landesmittel eingesetzt werden könnten. Deswegen hat die Wirtschaftsministerkonferenz auf Initiative Schleswig-Holsteins am 13./14.12.2005 die Bundesregierung aufgefordert, sich bei der EU-Kommission für die Fortführung dieses Förderbereiches einzusetzen, der für die Entwicklung Schleswig-Holsteins und vieler anderer Ziel 2-Gebiete in Europa von größter Bedeutung ist. Ob die Kommission diesem Vorschlag folgen wird, steht zurzeit noch nicht fest.

Neben dem „Zukunftsprogramm Wirtschaft“ wird es sicherlich auch in Zukunft möglich sein, andere Förderprogramme flankierend für die Entwicklung der touristischen Infrastruktur einzusetzen (z.B. das Programm ELER des Landwirtschaftsministeriums).

## II.5 Verbesserung und der Erreichbarkeit schleswig-holsteinischer Urlaubsangebote mit Bus und Bahn

Mobilität ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor im Tourismus. Gute An- und Abreisemöglichkeiten sowie entsprechende Verkehrsverbindungen innerhalb des Landes entscheiden maßgeblich mit darüber, ob die Gäste Schleswig-Holstein als Reiseziel auswählen. Die Mobilität der Gäste ist ohne leistungsfähige Straßenverbindungen in Schleswig-Holstein derzeit und auch auf absehbare Zeit nicht zu gewährleisten: 80 % der Gäste reisen mit dem PKW an. Andererseits führt eben dieser Autoverkehr in den Urlaubsregionen zu Umweltbelas-

tungen, Lärm und Gefährdungen der Menschen. Eine Verminderung des Autoverkehrs bedeutet damit auch eine Erhöhung der Attraktivität der Urlaubsorte und damit der Wettbewerbsfähigkeit Schleswig-Holsteins. Dieser Zielkonflikt zwischen notwendigem Autoverkehr und negativen Auswirkungen dieser Mobilität muss durch intelligente Lösungen und attraktive Alternativen zur Auto-nutzung gelöst werden. Insbesondere Defizite bei der Information über Bahn- und Busverbindungen, mangelnde Flexibilität am Urlaubsort sowie unzureichende bzw. zu komplizierte Tarifangebote sind Hindernisse für eine stärkere Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

In den letzten Jahren sind in der Verkehrspolitik viele Maßnahmen umgesetzt worden, die auch der Bedeutung des Tourismus für Schleswig-Holstein Rechnung tragen.

Im Bahnverkehr hat das Land die Chancen der Regionalisierung des Schienen-Personen-Nahverkehrs (SPNV) mit einer Vielzahl von Maßnahmen genutzt, die auch dem Tourismus zugute kommen:

- ⇒ Ausweitung der Fahrplanangebote bis in die Abendstunden und am Wochenende
- ⇒ Stundentakt auf den Strecken Heide – Büsum, Husum – Bad St. Peter-Ording
- ⇒ ganzjähriger Verkehr auf der Strecke Niebüll – Tønder
- ⇒ Umsetzung des Ausbaukonzeptes Vogelfluglinie mit 2-Stunden-Takt zwischen Neustadt und Puttgarden sowie Reaktivierung der Haltepunkte Großbrode und Lensahn
- ⇒ Einführung des Integralen Taktfahrplans mit Optimierung der Umsteigezeiten an Taktknoten
- ⇒ Einführung der 2. Stufe des Schleswig-Holstein-Tarifes am 01.04.2005
- ⇒ Modernisierung aller Bahnfahrzeuge und Einsatz neuer Triebwagen
- ⇒ Attraktivere Gestaltung der hauptsächlich von Urlaubsgästen genutzten Bahnhöfe Bad St. Peter-Ording, Morsum und Keitum
- ⇒ Aushang topographischer Karten an Bahnstationen
- ⇒ Zur Kompensation des Fernverkehrsangebotes, das von der DB AG in den letzten Jahren bundesweit deutlich reduziert wurde, hat das Land wegfallende IC- und IR-Züge durch Nahverkehrszüge ersetzt.

Viele weitere Maßnahmen sind in den letzten Jahren durchgeführt worden, um ein attraktives Verkehrsangebot mit Bahn und Bus für die Urlauberinnen und Urlauber zu entwickeln und zu vermarkten. Zu nennen sind insbesondere:

- ⇒ Urlauberbusse (Bäderbus Hamburg – Ostsee; Nordseetörn)
- ⇒ Marketingkooperationen der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) mit der Deutschen Bahn AG
- ⇒ Anerkennung der Kurkarte für die (kostenlose) ÖPNV-Nutzung in vielen Urlaubsorten (vor allem im Kreis Ostholstein)
- ⇒ Einführung der Mobilitätsauskünfte [www.scout.de](http://www.scout.de) und [www.nah-sh.de](http://www.nah-sh.de)
- ⇒ Kampagne „Sömmer“ (Sommer und LVS) der Landesweiten Verkehrsservicegesellschaft
- ⇒ Viele Orte bieten systematische Informationen über Verkehrsanbindungen mit der Bahn sowie auch Pauschalangebote für die Bahnreise an.

Zu ergänzen ist, dass zur Reduzierung der Autonutzung und damit zur Steigerung der Attraktivität der Urlaubsorte auch weitere Maßnahmen beitragen, insbesondere systematische Verkehrsberuhigungsmaßnahmen oder die Förderung des Fahrradtourismus.

Aus Sicht des Landes müssen die Schwerpunkte eines „Touristischen Verkehrskonzeptes“ für die Verkehrsträger Bahn und Bus in der Zukunft vor allem in folgenden Bereichen liegen:

- ⇒ Sicherung des bestehenden Fernverkehrsangebot auch über das Jahr 2006 hinaus
- ⇒ Optimierung der Zeitlagen für Urlauberverkehre (z.B. nach Sylt und zur Lübecker Bucht, hier vor allem der IC von Puttgarden ins Ruhrgebiet)
- ⇒ Ausweitung des Fernverkehrs auf der Vogelfluglinie sowie über Flensburg hinaus nach Dänemark
- ⇒ Verlängerung eines ICE-Halbzuges München – Hamburg in Tagesrandlage bis nach Kiel
- ⇒ Sicherung des Kurswagenverkehrs nach Dagebüll
- ⇒ Verbesserung der Auslastung vorhandener Verbindungen durch gemeinsames Marketing zwischen Tourismusorganisationen und Bahn, auch durch Fahrplan- und Tarifinformationen in touristischen Printmedien und im touristischen Internetauftritt
- ⇒ Optimierung ausgewählter Bahntrassen: Ausbau der Strecke Kiel – Lübeck; Elektrifizierung der Strecke Hamburg – Lübeck; Beseitigung von Langsamfahrstellen/ Beschleunigung von Strecken, insbesondere auf der Strecke Hamburg – Westerland (einschl. der Prüfung des zweigleisigen Ausbaus zwischen Niebüll und Klanxbüll).
- ⇒ bessere Anschlussgestaltung in Hamburg zwischen Nahverkehr und Fernverkehr (mit Anschlüssen in Hamburg-Hauptbahnhof)
- ⇒ weitere Verbesserung des Zugmaterials vor allem auf der Strecke Hamburg - Lübeck
- ⇒ Sicherung von Verkaufsstellen der DB Reise & Touristik GmbH insbesondere an touristisch relevanten Orten
- ⇒ neue tourismusrelevante Schienenverbindungen (z.B. Reaktivierung der Strecke Kiel – Schönberg/Schönberger Strand im Rahmen der Realisierung einer Stadtreionalbahn in Kiel)
- ⇒ Prüfung der Einführung weiterer spezieller „Urlauber-/ Bäderbusse“ innerhalb des Landes; Einführung von Schnellbuslinien
- ⇒ attraktivere Gestaltung der hauptsächlich von Urlaubsgästen genutzten Bahnhöfe Travemünde-Strand, Scharbeutz, Lauenburg (Elbe)
- ⇒ weitere Verbesserung der Verknüpfung zwischen den Verkehrsnetzen Bus und Bahn sowie zwischen öffentlichem Verkehr und Individualverkehr (Park + Ride, Bike + Ride).
- ⇒ Umfassende Information über Bahnreise, Ausflugsmöglichkeiten sowie Mobilität in den Orten in den touristischen Printmedien und im Internet
- ⇒ Einsatz von ausgebildeten Reisebegleitern in Zügen (Informationen über Ausflugsziele)
- ⇒ Aushänge topographischer Karten an allen SPNV-Stationen

- ⇒ Qualifizierung von Mobilitätsberatern in den Kurverwaltungen
- ⇒ Organisation von Abholdiensten für Gäste vom nächst gelegenen Bahnhof
- ⇒ Gemeinsame Marketingkonzepte zwischen Tourismusmarketingorganisationen Ebene sowie den Fern- und Nahverkehrsunternehmen (Bus und Bahn)
- ⇒ Entwicklung von Pauschalangeboten für die Bahnreise (z.B. mit Bahnreiseveranstaltern wie AMEROPA); regionale Pauschalangebote (wie z.B. das Helgoland-Kombiticket SPNV/Schiff der AKN oder die Kombitickets Bahn-Bus-Schiff der NOB)
- ⇒ Entwicklung von Ausflugsangeboten mit Bahn und Bus in den Orten
- ⇒ Realisierung der 3. Stufe des Schleswig-Holstein-Tarifs
- ⇒ Integration der Bahn- und Busnutzung in die OstseeCard (einschl. Kooperation mit der Schleswig-Holstein-Card)

## II.6 Maßnahmen zur Steigerung des Anteils regionaler Produkte in der Gastronomie und im touristischen Einzelhandel zur Stärkung des unverwechselbaren Images eines Schleswig-Holstein Urlaubs

Nach einer Befragung in der Reiseanalyse (RA) 2003 der „Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR)“ waren 41 % der Deutschen der Meinung, dass eine „ansprechende lokale Küche“ besonders charakteristisch für das Reiseziel Schleswig-Holstein ist. Darüber hinaus haben in der RA 2005 23 % der Schleswig-Holstein-Urlauberinnen und Urlauber angegeben, in den letzten drei Jahren im Urlaub „sehr häufig“ landestypische Spezialitäten genossen zu haben; 41 % taten dies „häufig“. Diese Zahlen belegen eindrucksvoll das große Interesse der schleswig-holsteinischen Gäste an regionaltypischer Gastronomie.

Der schleswig-holsteinische Tourismus und die Gastronomie des Landes setzen seit langem auf den Einsatz regionaler Produkte und vermarkten diese über spezielle kulinarische Aktionen von der Spitzengastronomie bis hin zur „Hausmannskost“.

Zu nennen sind zum Beispiel die Nordischen Tafelfreuden, das Schleswig-Holstein Gourmet-Festival, die Dithmarscher Kohltage, die Nordfriesischen Lammtage, die Glückstädter Matjeswochen oder das Ostseegericht des Jahres. Viele dieser Aktivitäten werden auch von den Touristischen Marketingorganisationen und der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) vermarktet; die TASH offeriert zudem spezielle „Genießer-Hotels“ zum Schleswig-Holstein Musik Festival.

Dies sind geeignete Ausgangspunkte, um regionale Produkte verstärkt in der heimischen Gastronomie einzusetzen und das tourismuswirtschaftliche Profil des Landes durch den Aspekt „Kulinarisches Urlaubserlebnis“ zu erweitern. Der Einsatz von regionalen Produkten in den Küchen der schleswig-holsteinischen Gastronomie sollte zukünftig weiter (über die vorhandenen Aktivitäten hinaus) gestärkt werden.

Da sich die Spitzen-Gastronomie des Landes in den vergangenen zwei Jahrzehnten bemerkenswert positiv entwickelt und profiliert hat, sollten sich die weiteren Impulssetzungen auf die mittlere Leistungsebene der heimischen Gastronomie konzentrieren. An dieser Stelle ist der größte Multiplikatoreffekt zu erwarten. Hierzu zählt zum einen der Großteil der gastronomischen Betriebe Schleswig-Holsteins. Zum anderen besucht die Mehrheit der Urlaubsgäste

und Tagesausflügler, auch aus finanziellen Erwägungen heraus, gerade diese Betriebe. Und nicht zuletzt wird diese gastronomische Ebene am ehesten mit regionalen Produkten assoziiert.

Um den Anteil regionaler Produkte in der Gastronomie zu erhöhen, unterstützt das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume beispielsweise die Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft „Regionale Küche“ des DEHOGA-Kreisverbandes Rendsburg-Eckernförde sowie ein weiteres Vorhaben mit dieser Zielsetzung im Großraum Kiel, dessen Projektbeginn voraussichtlich im März erfolgt.

Der Erfolg der Zielsetzung, vermehrt regionale Produkte in der Gastronomie einzusetzen, ist in starkem Maß von der Bereitschaft der Produzenten abhängig, auf die Lieferansprüche der gastronomischen Betriebe einzugehen, sowie von den Informationen über die Verfügbarkeit von regionalen Produkten für die Gastronomie. Insbesondere letzteres ist eine wichtige Voraussetzung zum Erreichen des Ziels. Hierzu hat die Landwirtschaftskammer in Kooperation mit dem Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume Ende vergangenen Jahres ein Projekt ins Leben gerufen, um derartige Informationen für gastronomische Betriebe verfügbar zu machen und gleichzeitig eine Anbieter-Plattform für Produzenten aus der Ernährungswirtschaft zu schaffen. Mittel- und langfristig wird es für den Erfolg der eingeschlagenen Strategie entscheidend sein, ob sich wirtschaftlich tragfähige Strukturen bilden, die den logistischen Aufwand für Lieferanten und Empfänger effektiv gestalten und damit Kosten reduzieren.

Diese Informationen können letztlich auch dem touristischen Einzelhandel zur Verfügung gestellt werden, so dass dem Feriengast dort die Produkte angeboten werden können, die er zuvor durch die gastronomischen Angebote kennen gelernt hat. Die Aufnahme von regionalen Produkten in das Angebot des touristischen Einzelhandels ist auch ein erwünschter Nebeneffekt bei der Entwicklung der Handelsmarke „Unser Norden“ der Handelskette COOP, die mit Unterstützung des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume eingeführt wurde. Schon jetzt ist aufgrund des Erfolges dieser Handelsmarke erkennbar, dass andere Marktteilnehmer vermehrt auf das Thema „Regionale Produkte“ setzen. Es ist davon auszugehen, dass diese eingeleitete Entwicklung auch vom touristischen Einzelhandel aufgegriffen wird.

Auf der Basis des dargestellten Wirkungsgefüges soll das Tourismusprofil Schleswig-Holsteins um den Aspekt „kulinarisches und gastronomisches Urlaubsland“ erweitert werden. Hierzu ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaftsministerium, Bauernverband Schleswig-Holstein, Landwirtschaftskammer, Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) Schleswig-Holstein sowie der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein erforderlich. Dabei sollen auch geeignete Messen und Ausstellungen beider Wirtschaftsbereiche (Tourismuswirtschaft und Landwirtschaft) vermehrt genutzt werden, um diese Produkte einem breiten Publikum bekannter zu machen.

Ein erster Schritt in diese Richtung ist in der aktuellen Ausgabe des von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein veröffentlichten Urlaubsmagazins „bunt“ erfolgt. Erstmals sind in dem kulturell geprägten Magazin zehn Seiten dem kulinarischen Schleswig-Holstein gewidmet, und zwar mit dem Schwerpunkt „Fisch und Meeresfrüchte“. Diese Kooperationsarbeit zwischen Land-

wirtschaftsministerium, DEHOGA Schleswig-Holstein und der Tourismus-Agentur soll in den kommenden Jahren ausgebaut werden, auch um weitere Kooperationspartner für diese Profilbildung zu gewinnen nach dem Motto: „Die Geschichte macht das (regionale) Produkt und ein (regionales) Produkt mit Zukunft braucht Herkunft.“ Besonders die Themen „regionale Produkte“ und „Qualitätsprodukte aus der Region“ sind wichtige Faktoren für eine regionale Wertschöpfung im ländlichen Raum, die Schleswig-Holstein als attraktives Urlaubsland mit hoher Lebensqualität weiter profilieren können.

## II.7 Abbau bürokratischer Hemmnisse in Vorschriften und Planungsprozessen für den Tourismus

Spezielle gesetzliche Regelungen für den Tourismus gibt es nur wenige (z.B. Beherbergungsstatistikgesetz). Um so mehr ist es gerade in einem Tourismusland wie Schleswig-Holstein erforderlich, andere gesetzliche Regelungen und Planungsprozesse sowie die hierauf aufsetzende Verwaltungs-, Genehmigungs- und Überwachungspraxis auf ihre Tourismusrelevanz und „Tourismusverträglichkeit“ zu prüfen. Exemplarisch sei auf folgende tourismusrelevante Regelungen hingewiesen:

Das Ladenschlussgesetz hat für den Tourismus (einschließlich des Shopping-Tourismus in größeren Städten) eine wichtige Bedeutung.

Der Forderung nach einer Ausweitung der „Bäderregelung“ ist das Wirtschaftsministerium des Landes Schleswig-Holstein mit einer Ausnahmeregelung nach § 23 LadschlG vom 27. September 2005 bereits nachgekommen: Danach dürfen in bestimmten Kur- und Erholungsorten nunmehr vom 15. Dezember bis 31. Oktober die Geschäfte werktags bis 22 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen von 11 bis 19 Uhr geöffnet haben (mit Ausnahme des Karfreitags und des 1. Weihnachtstages; Einschränkungen am 1. Mai und am Ostersonntag). Die Regelung gilt zunächst für die Jahre 2005 bis 2008. Weitere Ausnahmegenehmigungen können gemäß § 23 LadschlG von den obersten Landesbehörden (bzw. der jeweils zuständigen, nach § 23 Abs. 1 S.3 ermächtigten Behörde) erlassen werden.

Für eine generelle Liberalisierung des Ladenschlussgesetzes wäre jedoch eine Änderung des Gesetzes – insbesondere § 3 – auf Bundesebene bzw. eine Übertragung des Gesetzes in die Regelungskompetenz der Länder erforderlich.

Auch das Gaststättenrecht wurde bereits im Interesse der Branche modifiziert: Die nach § 18 GastG erlassene Sperrzeitverordnung wurde mit Wirkung vom 6. Oktober 2005 aufgehoben. Allerdings ist auf die Fortgeltung der Lärmschutzvorschriften hinzuweisen, die zum Schutze der Betroffenen (Nachbarschaft etc.) gelten und den Öffnungszeiten gerade bei Außengastronomie eine Grenze setzen.

Auch die Änderung der Preisangabenverordnung (Verzicht auf die Pflicht, ein Preisverzeichnis in jedem Zimmer eines Beherbergungsbetriebes bereitzulegen) dient dem Ziel der Entbürokratisierung.

Im Zuge der Novellierung des Gaststättengesetzes im Juni 2005 wurde das Erfordernis einer Gaststättenerlaubnis für Beherbergungsbetriebe gänzlich abgeschafft. Selbst die Verabreichung von Getränken und zubereiteten Spei-

sen an Hausgäste bedarf nunmehr gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 4 GastG keiner Erlaubnis, so dass ein erheblicher Bürokratieaufwand entfallen ist.

Zu einem Bürokratieabbau hat auch die Streichung der Getränkeschankanlagenverordnung zum 30. Juni 2005 geführt, da damit auch die Hygiene-Prüfungen der Schankanlagen durch Sachkundige ersatzlos gestrichen wurden. Folglich fällt die Reinigung der Getränkeschankanlagen in den Bereich des allgemeinen Hygienerechts und liegt in der eigenen Verantwortung des Gastronomen.

Eine Mehrbelastung bedeutet die seit Anfang dieses Jahres um zwei Wochen vorgezogene Fälligkeit der Sozialversicherungsbeiträge. Für Hoteliers und Gastronomen, bei denen die Lohnabrechnung auf Stundenbasis eher die Regel als die Ausnahme ist, bedeutet das Vorziehen der Fälligkeit einen enormen Mehraufwand. Sie müssen jetzt die Höhe der Löhne erst einmal aufwändig schätzen, bevor sie dann im Folgemonat korrekt abrechnen können. Das treibt im Gastgewerbe die Lohnzusatzkosten weiter in die Höhe. Eine diesbezügliche baldige Neuregelung (zumindest in Form einer Ausnahmeregelung) wäre demzufolge wünschenswert.

Die Tourismusverbände fordern eine weitere Liberalisierung des Arbeitszeitgesetzes. Hier werden Beherbergungs- und Gaststätten bereits Zugeständnisse gemacht: § 10 ArbZG ermöglicht die Sonn- und Feiertagsbeschäftigung und § 5 Abs. 2 ArbZG erlaubt die Verkürzung der vorgeschriebenen elfstündigen Ruhezeit für Beschäftigte um eine Stunde, solange ein Ausgleich an einem anderen Tag erfolgt. Um den unterschiedlichen individuellen Bedürfnissen gerade von Kleinbetrieben im Tourismussektor gerecht zu werden, wäre eine flexiblere Handhabung der Ruhezeiten angebracht, wobei auf die strikte Einhaltung der Ausgleichszeiten zu achten ist. Weitere Regelungen wie § 3, der eine tägliche Arbeitszeit von in der Regel maximal acht Stunden fest schreibt, müssten entsprechend angepasst werden, wobei dem Aspekt des Arbeitnehmerschutzes ausreichend Rechnung zu tragen wäre.

Des Weiteren wird seitens des Gastgewerbes die Liberalisierung des Jugendarbeitsschutzgesetzes angeregt. Der Beginn der Nachruhezeit soll von 22 auf mindestens 23 Uhr (vor Berufsschultagen zumindest 21 statt 20 Uhr) heraufgesetzt werden. Nach §§ 12, 14 Abs. 2 Nr. 1 und 2 JArbSchG gelten jedoch für Gaststätten und mehrschichtig organisierte Betriebe bereits Ausnahmeregelungen, da die Nachruhezeit für Jugendliche in der Regel den Zeitraum von 20 bis 6 Uhr morgens betragen soll. Die hier vorgesehenen Ausnahmeregelungen sind im Hinblick auf den allgemein zu beachtenden Jugendschutz als ausreichend anzuerkennen.

Hinsichtlich des Teilzeitgesetzes steht die Forderung im Raum, den generellen Teilzeitanspruch aus § 8 Abs. 1 TzBfG abzuschaffen. Seit dem 1. Januar 2001 besteht dieser Anspruch, den der Arbeitgeber nur unter den erschwerten Bedingungen des 8 Abs. 4 TzBfG ablehnen kann, wenn durch die Arbeitszeitverkürzung die Organisation, der Arbeitsablauf oder die Sicherheit im Betrieb wesentlich beeinträchtigt würde oder unverhältnismäßiger Kosten entstehen würden. Eine weichere Regelung im Tourismusbereich würde eine nicht zu rechtfertigende Ungleichbehandlung verschiedener Wirtschaftssektoren bedeuten. Ebenfalls angeregt wird, die Melde- und Aufzeichnungspflichten der Tourismusbetriebe zu verringern. Hier ist insbesondere an die Meldepflicht jedes einzelnen Gastes zu denken, der gemäß § 16 Abs. 1 Melderechtsrahmengesetz i.V.m. §§ 20 f. Landesmeldegesetz verpflichtet ist, bei Ankunft in einer

Beherbergungsstätte einen Meldevordruck auszufüllen, den die Unternehmungen mindestens ein Jahr aufzubewahren haben. Diese Melde- und Aufbewahrungspflicht dient der Gefahrenabwehr, Strafverfolgung sowie der Aufklärung der Schicksale von Vermissten und Unfallopfern. Angesichts dieser Funktion erscheint eine Abänderung der bisherigen Regelung nicht angebracht; zudem kann ein Großteil der im Rahmen des Melderechts erhobenen Daten gleichzeitig für die Beherbergungsstatistik genutzt werden. Positiv ist in diesem Zusammenhang anzumerken, dass Schleswig-Holstein als bundesweiter Vorreiter die Möglichkeit der Online-Erfassung von Meldedaten geschaffen hat. Dies bietet den Betrieben die Möglichkeit, Daten der Gäste schon bei der Buchung abzufragen und in den Meldeschein zu übertragen; dies reduziert den Aufwand sowohl bei den Betrieben als auch bei den Gästen.

In der Vergangenheit wurde im Zuge von Diskussionen über die Statistikbereinigung mehrfach eine Änderung des Beherbergungsstatistikgesetzes gefordert, wodurch die Berichtspflicht erst ab 12 Betten (statt bisher 9 Betten) gelten sollte. Dies würde allerdings die Aussagekraft der Statistik noch weiter schwächen, da bereits heute durch die Abschneidegrenze von 9 Betten nur etwa die Hälfte aller Übernachtungen in Schleswig-Holstein erfasst wird.

#### Fazit:

Eine weitere Entbürokratisierung und Liberalisierung in der Tourismusbranche ist insbesondere durch Änderung bundesgesetzlicher Regelungen möglich (z.B. Ladenschlussgesetz, Arbeitszeitgesetz, Sozialabgaben). Insbesondere eine weitere Liberalisierung des Ladenschlussgesetzes erscheint aus Sicht des Landes Schleswig-Holstein wünschenswert. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass es häufig auch Konflikte zwischen wünschenswerter Deregulierung und anderen Interessenlagen bzw. Schutzgütern gibt (z.B. Reduzierung des Aufwandes von Meldungen nach dem Beherbergungsstatistikgesetz als eine die Betriebe entlastende Maßnahme einerseits; Erfassung auch der Kleinbeherbergungsbetriebe mit weniger als 9 Betten im Interesse einer systematischen Tourismusplanung andererseits); diese Konflikte müssen einzelfallbezogen abgewogen werden.

Die Landesplanungsbehörde nimmt (gemeinsam mit anderen Fachbehörden) eine wichtige Rolle bei der Gewährleistung von möglichst schlanken Planungsverfahren bei größeren Tourismusprojekten ein. Sie versteht ihren Auftrag so, dass in Abwägung mit anderen Belangen eine weitere touristische Entwicklung in Schleswig-Holstein möglich wird. Diesem Ziel dient auch die anstehende Novellierung des Landesraumordnungsplans. Für Einzelheiten wird auf Punkt II.3 verwiesen.

Der Landesregierung ist angesichts der hohen wirtschaftlichen und strukturellen Bedeutung des Tourismus für Schleswig-Holstein sehr daran gelegen, positive Rahmenbedingungen für diesen Bereich zu schaffen. Sie wird daher ständig prüfen, ob gesetzliche Regelungen vereinfacht oder Planungsprozesse verschlankt werden können, um die wirtschaftliche Entwicklung des Tourismus zu fördern.

### III. Tourismusmarketing

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH) hat 2001 ihren Geschäftsbetrieb als landesweite Marketingorganisation aufgenommen. Zuvor war der Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH), der zugleich auch die Aufgaben der Tourismuspolitik für seine Mitglieder wahrnahm, für das Landesmarketing zuständig. An dessen Arbeit hatte sich aber sowohl aus inhaltlichen Gründen als auch aus grundsätzlichen Erwägungen (Vermischung von Marketingarbeit und Tourismuspolitik) zunehmende Kritik entzündet. Daher wurde in einem breiten Abstimmungsprozess mit allen Akteuren im Lande die TASH gegründet und mit der Aufgabe des Landesmarketings beauftragt, während der TVSH sich auf die Aufgaben der Mitgliederberatung und der Interessenvertretung zurückzog. Die TASH wird paritätisch von den (öffentlichen) Tourismusmarketingorganisationen (TMO`s) im Lande (Ostsee-Holstein-Tourismus e.V./ OHT; Nordsee-Tourismus-Service GmbH/ NTS; Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH/ HLMS; Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V./ SHBT; Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V./ MaKS; Heilbäderverband Schleswig-Holstein e.V./ HBV) sowie von privatwirtschaftlichen Unternehmen/ Organisationen (Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Schleswig-Holstein e.V.; Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, Kiel und Lübeck; Verband der Campingunternehmer Schleswig-Holstein e.V./ VCSH; Arbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Schleswig-Holstein e.V.; Deutsches Jugendherbergswerk, Landesverband Nordmark e.V./ DJH; a + m Mediengruppe; Color Line) getragen. Die TASH erhält für ihre Marketingarbeit Landeszuschüsse in Höhe von derzeit rund 1.455 T€, die TMO`s erhalten rund 211 T€.

Die TASH hat sich unter ihrem Geschäftsführer Armin Dellnitz seit ihrer Gründung einen sehr guten Ruf erworben und ihre Leistungsfähigkeit durch innovatives Marketing und eine enge Zusammenarbeit mit ihren Partnern im Lande unter Beweis gestellt. Die Hauptaufgaben der TASH liegen im Marketing für Zielgruppen und Themen, die eine landesweite Bedeutung haben bzw. die sinnvollerweise auf Landesebene bearbeitet werden sollten. Der Auftrag der TASH besteht dabei insbesondere darin, neue Kunden für Schleswig-Holstein zu gewinnen, während die Stammkundenpflege vor allem auf betrieblicher, örtlicher und teilweise regionaler Ebene erfolgt. Wichtige Instrumente des TASH-Marketings sind die Erstellung von entsprechenden Printprodukten, die Anzeigenwerbung, ein moderner Internetauftritt (mit Buchungsplattform), ein Callcenter, die Betreuung von zentralen touristischen Fachmessen, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Kooperation mit Markenartiklern sowie die Marktforschung.

Die TASH tritt dabei immer mehr als Koordinator und Initiator des Marketings im Lande auf, um so eine noch stärkere Kräftebündelung im Lande zu bewirken und mit innovativen, aufeinander abgestimmten Marketingmaßnahmen möglichst viele Neukunden für Schleswig-Holstein zu gewinnen. Die Tatsache, dass Schleswig-Holstein zwar in den letzten Jahren Übernachtungsvolumen verloren hat, trotzdem aber die Gästezahlen seit Gründung der TASH um 6,5 % gestiegen sind, zeigt, dass das Marketing in dieser Hinsicht Erfolg gehabt hat.

Wichtige, innovative Elemente der Marketingarbeit der TASH in den letzten Jahren waren und sind:

- ⇒ Ein moderner Internetauftritt mit einer zunehmenden Zahl von Visits (986.712 in 2005; zum Vergleich 2003 = 480.000; 2004 = 730.000). Dieser Internetauftritt soll auf Basis eines Konzeptes zum Relaunch des Tourismusportals für das Urlaubsland Schleswig-Holstein neu gestaltet werden. Ziel ist unter anderem, dem Gast noch mehr Informationen und Reiseanlässe zu bieten und den Internetauftritt barrierefrei zu gestalten. Zudem ist beabsichtigt, das Tourismusportal der TASH als spezielles Themenportal in den neuen Internetauftritt der Landesregierung zu integrieren.
- ⇒ Eine Wellnessdatenbank, die dem Gast individuelle Auswahlmöglichkeiten bietet.
- ⇒ Die Nachrichtenagentur, die eine völlig neue Form der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bietet und die gemeinsam mit allen TMO`s, den privaten Gesellschaftern der TASH und dem Tourismusverband betrieben und finanziert wird.
- ⇒ Eine Kurzreisekampagne gemeinsam mit der Firma Smart.
- ⇒ Ein neuer ITB-Stand, der alle Regionen Schleswig-Holsteins integriert und sich in eine gemeinsame Norddeutschlandhalle einbettet.
- ⇒ Die spezielle Bearbeitung des Kulturtourismus (gemeinsame Werbeaktionen mit wichtigen Kulturpartnern; Pauschalangebote zum Schleswig-Holstein-Musikfestival; Schaffung der Stelle einer Kulturmanagerin bei der TASH).
- ⇒ Die landesweite Bearbeitung des Fahrradtourismus (mit der in Kürze geplanten Schaffung einer Koordinierungsstelle für den Fahrradtourismus).
- ⇒ Schwerpunktbearbeitung des Themas Wassertourismus durch spezielle Marketingaktionen (z.B. „Wir bringen ihre Kinder aufs Wasser“).
- ⇒ Die Schaffung eines Corporate Designs, das von allen TMO`s und mittlerweile auch von vielen Orten genutzt wird und den Aufmerksamkeitsgrad für Schleswig-Holstein erhöht.
- ⇒ Bearbeitung des Marktes für Gruppenreisen und für Messen, Kongresse und Tagungen (Konzepterarbeitung läuft).
- ⇒ Die Schaffung einer Online-Buchungsplattform, die die wesentlichen Buchungssysteme im Lande miteinander verknüpft. (Dieses Portal ist mit dem Innovationspreis des Deutschen Tourismusverbandes 2005 ausgezeichnet worden.)
- ⇒ Kooperationen mit Markenartiklern (Nordseefisch GmbH; sebamed; wetter.com; Deutsche Bahn; Smart; Stage Holding etc.).

In jüngster Vergangenheit hat die TASH ein neues Konzept der Marketingkooperation mit den TMO`s abgestimmt. Danach wird die TASH nur noch Schwerpunktthemen als landesweite Themen bearbeiten. Dies sind die Themen Familie, Radfahren, Kultur, Kurzreisen, ausländische Märkte sowie (in Prüfung) Gruppenreisen, Messen/ Kongresse/ Tagungen. Eine zweite Gruppe von Themen wird von einer TMO oder einer sonstigen Tourismusorganisation (federführend) für das ganze Land bearbeitet (z.B. Kanu und Reiten/HLMS; Golf/ OHT; Städte/ MaKS; Camping/ VCSH; Gesundheit/ HBV; Urlaub auf dem Lande/ AG Urlaub auf dem Bauernhof; Jugendtourismus/ DJH). Schließlich

gibt es eine dritte Gruppe von Themen, die zunächst von einer TMO nur für ihren eigenen Bereich bearbeitet werden, bei denen aber eine landesweite Bearbeitung des Themas angestrebt ist (z.B. Segeln/ OHT; Surfen/ NTS; Natur/ NTS; Laufen + Walking/ OHT).

Aus dieser Darstellung ergibt sich auch bereits, welche speziellen Marktsegmente (neben der weiterhin bestehenden Kernkompetenz Schleswig-Holsteins im Bereich des Familienurlaubs) aus Sicht der Marketingorganisationen des Landes besondere Chancen bieten.

Mit dieser Aufgabenteilung soll vor allem Folgendes erreicht werden:

- ⇒ Festlegung von Schwerpunktthemen im Marketing
- ⇒ Ausschluss von Doppelarbeit
- ⇒ Vermeidung der Überforderung der TASH mit der Bearbeitung von zu vielen Themen
- ⇒ Spezialisierung an einer Stelle für ein Thema
- ⇒ Kräftebündelung/ Schaffung von Synergieeffekten

Eine weitere Kräftebündelung zwischen TASH und TMO`s ist in nächster Zukunft im Bereich der Callcenter und der Versanddienstleistungen geplant. Darüber hinaus stimmen TASH und ihre Gesellschafter derzeit ab, wie die „Werte“ und Emotionen, für die Schleswig-Holstein steht, noch besser für die Schaffung einer „Unverwechselbarkeit“ des Urlaubslandes Schleswig-Holstein genutzt werden können.

Die Leistungsfähigkeit und Akzeptanz der TASH im Lande zeigt sich auch darin, dass die TASH zunehmend von anderen Ressorts für ihre tourismusrelevanten Aufgabenstellungen in Anspruch genommen wird (z.B. Gestaltung der Internationalen Grünen Woche in Berlin/ MLUR; Regionale Gastronomie/ MLUR; Kulturtourismus/ Staatskanzlei; Kanubroschüre/ MLUR; Jugendtourismus/ MSGF; Imagefilm/ Staatskanzlei; Tag der Deutschen Einheit/ Staatskanzlei). Damit wird eine größtmögliche Wirkung landespolitischer, tourismusrelevanter Aktivitäten sichergestellt.