

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 19/6833

Tourismusverband
Schleswig-Holstein

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. · Wall 55 · 24103 Kiel

Wirtschaftsausschuss des
Schleswig-Holsteinischen Landtags
Dr. Andreas Tietze
Düsternbrooker Weg 70
24105 Kiel
Per E-Mail an: wirtschaftsausschuss@landtag.ltsh.de

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.
Wall 55
24103 Kiel
Telefon 0431 / 560 105-0
Telefax 0431 / 560 105-19
info@tvsh.de
www.tvsh.de

01.12.2021

**Stellungnahme des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein e. V. zur
Ansiedlungsstrategie Schleswig-Holstein**

Sehr geehrter Herr Dr. Tietze,
sehr geehrte Damen und Herren,

der Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH) ist die zentrale Interessenvertretung für den Schleswig-Holstein-Tourismus. Als erster Ansprechpartner in der Tourismuspolitik setzt sich der TVSH unabhängig und neutral für seine Mitglieder und für die Vertreter:innen der Tourismuswirtschaft ein. Dabei spielen die permanente Verbesserung der Rahmenbedingungen und der Abbau von Hemmnissen und Hindernissen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit die zentrale Rolle.

Leider wurden wir nicht direkt um Stellungnahme gebeten - wir bedanken uns für die Möglichkeit, Ihnen trotzdem zu o.g. Strategie unsere Anmerkungen mitteilen zu dürfen und freuen uns, zukünftig bei tourismusrelevanten Themen aktiv über die Anzuhörendenliste mit einbezogen zu werden.

Wir freuen uns, dass der Tourismus im Rahmen der Ansiedlungsstrategie als angebotsseitige Schwerpunktbranche für Schleswig-Holstein identifiziert wurde, bedauern jedoch, dass die Branche hinsichtlich des Ansiedlungspotenzials nur mit Prio 3 bewertet wurde und somit nur reaktiv unterstützt werden soll, also erst dann, wenn ein Ansiedlungsinteresse direkt an das Land herangetragen wird. Lediglich im Binnenland wird ein aktives Vorgehen empfohlen.

Der TVSH spricht sich dafür aus, hier unbedingt nachzujustieren; einige Argumente dafür werden bereits in der Ansiedlungsstrategie genannt:

Der Tourismus ...

... zählt zu den bedeutsamsten Wirtschaftszweigen in Schleswig-Holstein mit einem hohen Anteil am Sozialprodukt und großen Beschäftigungseffekten.

Laut Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2019 sind 161.500 Menschen im SH-Tourismus beschäftigt, die durch touristische Nachfrage ein durchschnittliches Volkseinkommen pro Kopf erzielen können; der touristische Bruttoumsatz liegt bei 9,7 Mrd. €; nach dem Länderfinanzausgleich fließen rund 258 Mio. € in die Landeskasse, über Instrumente wie Kurabgabe und Tourismusabgabe wird direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur beigetragen, die Tourismuswirtschaft leistet einen Beitrag von 5,6 % zum Volkseinkommen.

... wirkt stabilisierend auf die regionale Entwicklung und schafft gerade im ländlichen Raum wichtige Arbeitsplätze.

... soll laut Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 weiter vorangebracht werden mit dem Ziel, die Wettbewerbsposition der Tourismuswirtschaft nachhaltig zu verbessern.

In der Ansiedlungsstrategie heißt es: *Diese Ziele können nur erreicht werden, wenn die Tourismusbranche weiterhin als Schwerpunktbranche definiert und die Bemühungen um Unternehmensansiedlungen aktiv angegangen werden. Dies gilt insbesondere für die Stärkung des Binnenlandtourismus, der noch erhebliches Entwicklungspotential hat.*

Vor dem Hintergrund dieser Aussage ist es umso verwunderlicher, dass der Tourismus keine prioritäre Einstufung erfährt. Der TVSH ist der Überzeugung, dass Ansiedlungs- und Tourismusstrategie hier ineinandergreifen und sich gegenseitig stärken sollten. In keinem Fall sollten sich die strategischen Ansätze des Landes jedoch widersprechen. Neben den direkten positiven Effekten sprechen auch die indirekten Effekte für eine deutlich stärkere Beachtung bei einer Ansiedlungsstrategie des Landes. Denn der Tourismus verbessert nicht nur die Infrastrukturausstattung (Einzelhandel, Kultur, Freizeit, Gastronomie, Rad- und Wanderwege, Schwimmbäder, Events), sondern erhöht die Attraktivität und stärkt die Standortqualität eines Ortes und befördert somit insgesamt die Standortgunst für Unternehmensansiedlungen, auch im Hinblick auf die Gewinnung von Mitarbeitenden. Der Tourismus wirkt sich damit positiv auf die Ansiedlung aller weiteren Branchen aus.¹

Auch die Tatsache, dass der Schleswig-Holstein-Tourismus bislang insgesamt besser durch die Corona-Pandemie gekommen ist als viele Wettbewerber, mag den Anschein erwecken, dass dieser auch zukünftig ein Selbstläufer ist. Das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2021² kommt jedoch zu dem Schluss, dass die Konkurrenz im In- und Ausland ab 2022 noch intensiver werden wird, wenn weitere Reisebeschränkungen fallen und die typischen Auslandsreisedestinationen im Mittelmeerraum wieder stärker um

¹ Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein, Wirtschaftsfaktor Tourismus, Auszug aus dem Jahresbericht 2020, S. 4.

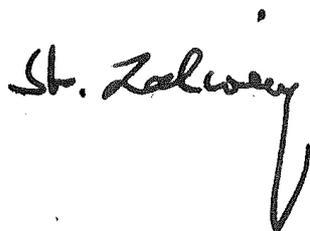
² Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein, Jahresbericht 2021.

Reisende aus Deutschland buhlen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben wird u. a. empfohlen, in Qualität in allen Preissegmenten zu investieren; außerdem braucht es verlässliche Rahmenbedingungen durch konzertierte Aktivitäten auch von Seiten der Politik. Dazu gehört eine entschiedene und proaktive Ansiedlungsstrategie für die Tourismusbranche, bei den Branchenschwerpunkten sollte der Tourismus sowohl im Binnenland als auch an der Küste proaktiv verankert werden. Dabei sollte auch die Neuansiedlung in Bestandsgebäuden und ggf. deren Erweiterung eine wichtige Rolle spielen.

Ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Ansiedlung von Hotels ist die Tourismusakzeptanz der einheimischen Bevölkerung. In den vergangenen Jahren kam es immer wieder dazu, dass bereits fortgeschrittene Planungen von Hotelansiedlungen durch Bürgerentscheide oder Entscheidungen auf kommunaler Ebene verhindert wurden und zu großen finanziellen Verlusten bei den potentiellen Investoren führten. So wurde z. B. der Bau eines Familienhotels mit Schwimmbad in Heiligenhafen oder des Dünenhauses in St. Peter-Ording abgewendet. Zu einer proaktiven Ansiedlungsstrategie für Hotels gehört demnach eine Kampagne zur Förderung der Tourismusakzeptanz – sowohl der Bevölkerung als auch den oft ehrenamtlichen Kommunalpolitiker:innen müssen die positiven Einflüsse eines ganzjährigen Tourismus verdeutlicht werden.

Wir freuen uns, wenn Sie unsere Empfehlungen im weiteren Verlauf berücksichtigen und stehen für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Stephanie Ladwig
Vorsitzende



Peter Douven
Stellv. Vorsitzender



Dr. Catrin Homp
Geschäftsführerin