

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 20/6779

© Markus Rohrbacher

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein Stellt sich neu auf

01. Juli 2026



Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Stefan Borgmann, Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein



Fokus:

- Digitalisierung & KI
- Inspiration des Gastes
- Modernes Marketing
- Moderne Medien
- Kooperationen
- In der Mitte der Branche

Welche Aufgaben hat die TA.SH?



Kernaufgaben:

- **Vermarktung SH als**
- **Tourismusstandort**
- **Tagungsstandort (MICE)**
- **Umsetzungsmanagement
der Tourismusstrategie
2030**

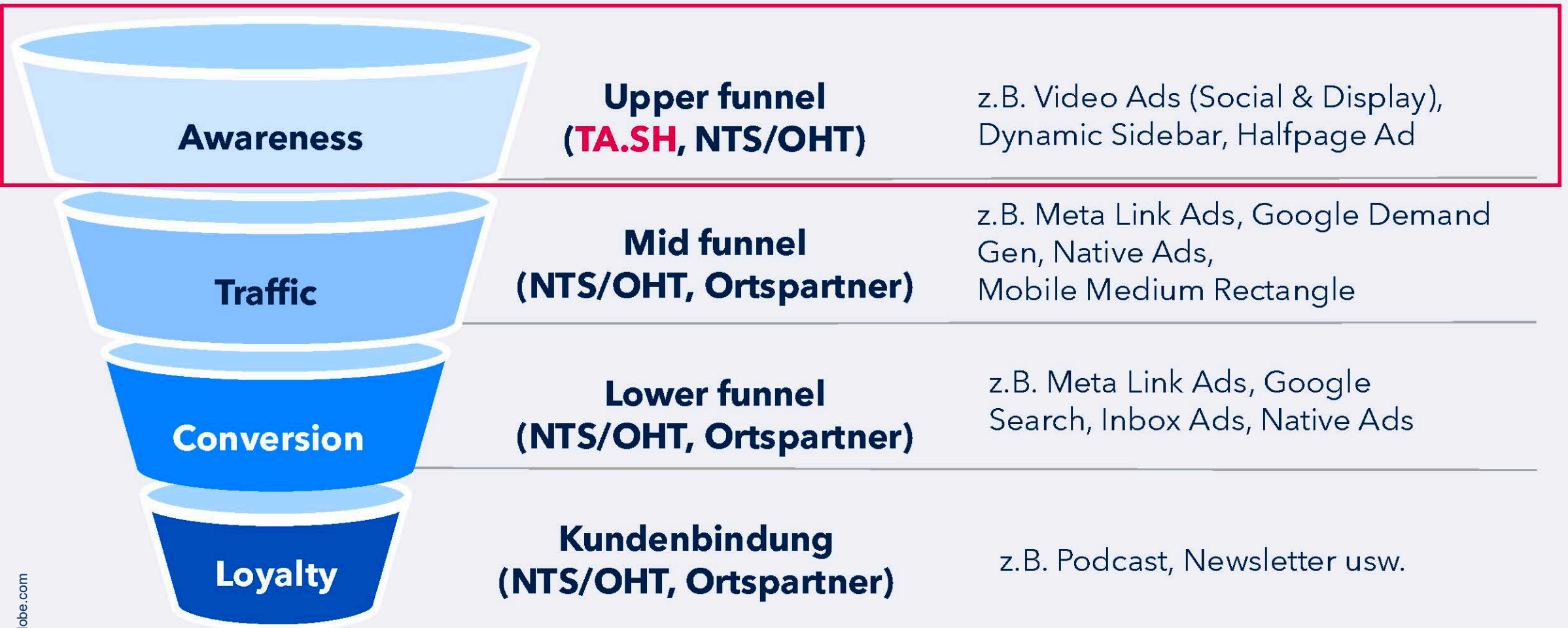
Wie sind wir aufgestellt?



Abteilungen:

- Marketing & Kooperation
- Digitales Management
- Presse- & Öffentlichkeit
- MICE
- Nachhaltigkeit
- Umsetzungsmanagement

TA.SH ist für die Inspiration zuständig



Tourismus = Wirtschaftsförderung



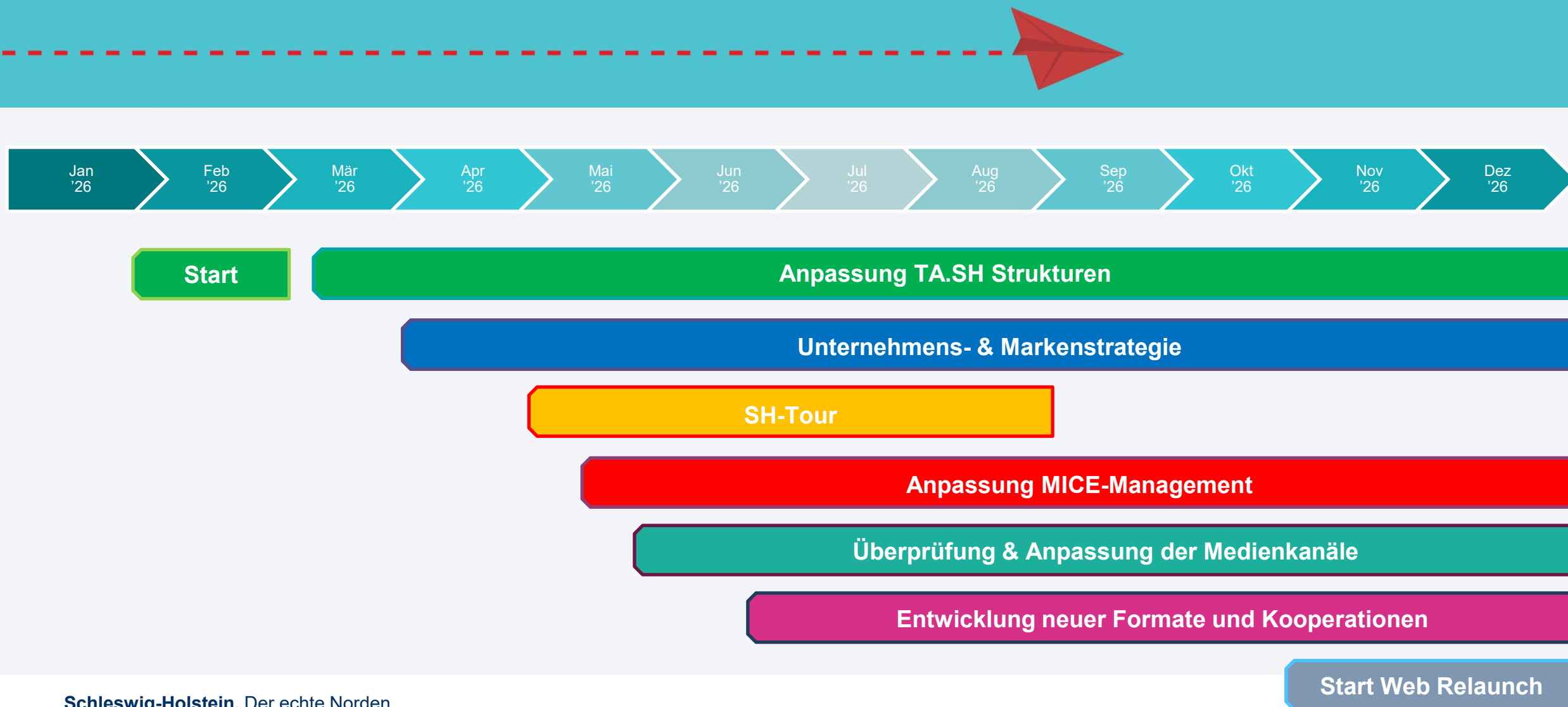
Basis für die TA.SH:

- **Tourismusstrategie SH 2030**
- **Gesellschafter Land SH**
- **Wirtschaftsministerium**
- **Ziel: Wirtschaftsförderung**
- **Betriebe, Arbeitsplätze,
Steuereinnahmen**

Time to change: Wir stellen uns neu auf

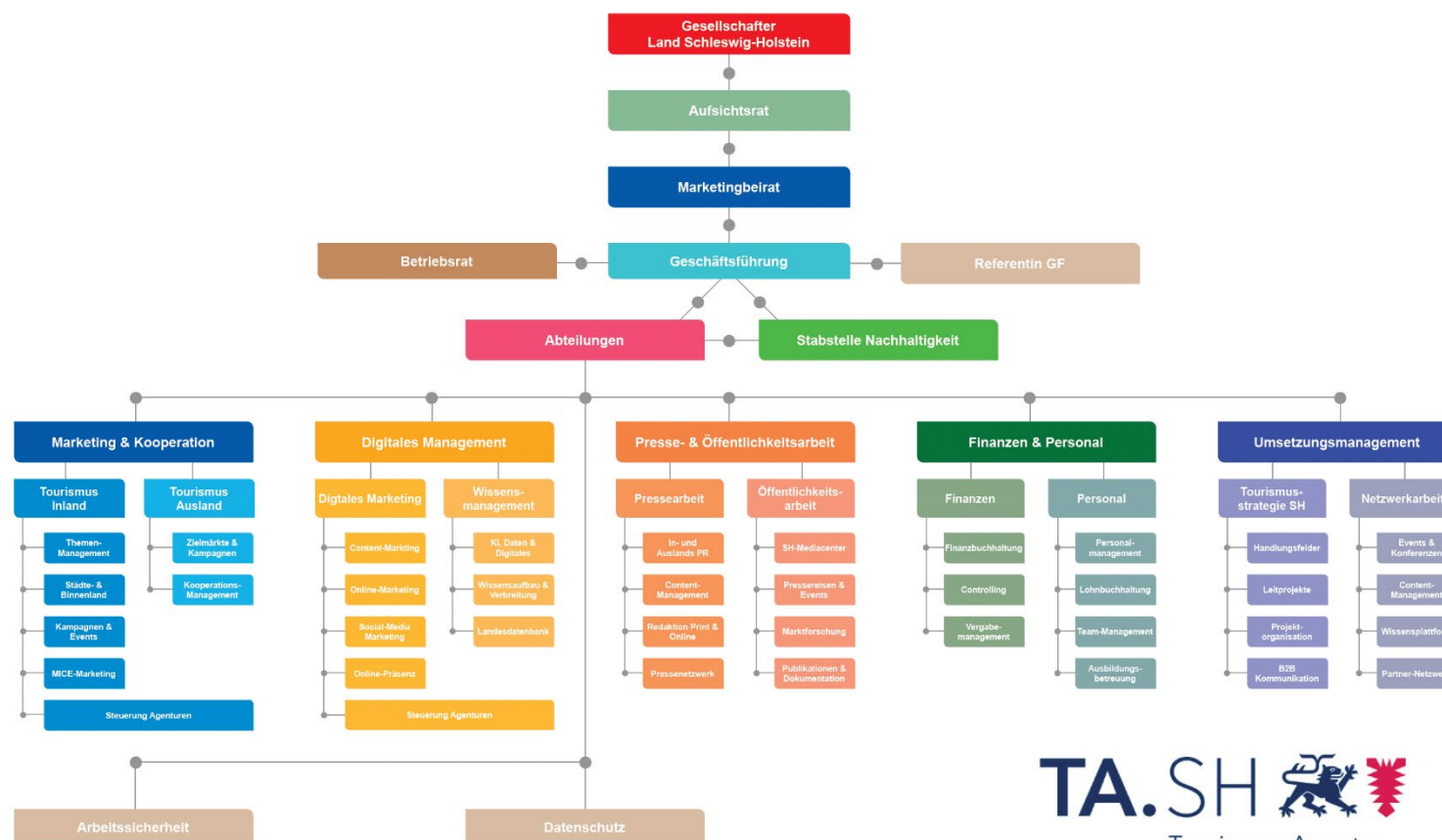


Zeitplan für den “Change Prozess” 2026



TA.SH Strukturen kommunizieren

Organigramm Struktur der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH



Stand: Juni 2026

TA.SH GmbH | Wall 55 | 24103 Kiel

Struktur der Tourismus-Agentur-Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH)

Die Struktur der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein ist nach dem klassisch-hierarchischen Führungsmodell aufgebaut. Dies entspricht der traditionellen Form der Unternehmensführung und wird in vielen GmbHs angewendet. Es basiert auf klaren Zuständigkeiten, festen Berichtslinien und einer eindeutigen Weisungsbefugnis.

Um mit der Zeit zu gehen und auch als Unternehmen modern sowie für Mitarbeiter attraktiv zu bleiben, werden Teile des partizipativen Führungsmodells integriert. Das bedeutet, dass eine aktive Einbeziehung der Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse situativ erfolgt. Die Führungskraft kann die Erfahrungen, Ideen und Meinungen des Teams in die Entscheidungsfindung einbeziehen.

Gegenstand und Aufbau der Tourismus-Agentur-Schleswig-Holstein GmbH

Gegenstand des Unternehmens sind laut Gesellschaftsvertrag

- Touristisches Marketing für die Destination Schleswig-Holstein
- Managementaufgaben zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

1. Gesellschafterversammlung – Land Schleswig-Holstein

- Höchstes Organ der GmbH.
- Trifft grundlegende Entscheidungen, die nicht einem anderen Organ durch Gesetz oder Gesellschaftsvertrag zur ausschließlichen Zuständigkeit überwiesen sind.
- Aufgaben der Gesellschafterversammlung: Entlastung Aufsichtsrat und Geschäftsführung, Bestellung und Abberufung von Geschäftsführern, Beschlussfassung Wirtschaftsplan, Feststellung Jahresabschluss und Verwendung des Ergebnisses, strategische Ausrichtung, Gesellschaftsvertrag, Bestand oder Auflösung der Gesellschaft

Tourismus-Agentur
Schleswig-Holstein GmbH
Wall 55 | 24103 Kiel
T +49 431 60058-40

Geschäftsführer:
Stefan Burgmann
Aufsichtsratsvorsitzende:
Julia Carstens

sh-tourismus.de
sh-business.de
sh-convention.de
info@sh-tourismus.de

USt-Id. DE 210609948
Sitz der Gesellschaft: Kiel
Amtsgericht Kiel
HRB 5432 KI

Förde Sparkasse
DE24 2509 0010 0092 0215 56
BIC: NOLADE21KE
Seuerrn.: 2019/674730

MICE: neue Struktur & SH-Strategie

MICE-Markt der Zukunft: Trends, Marktpotenziale, Handlungsfelder

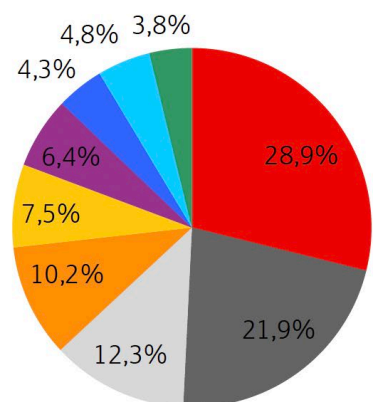
SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER SCHLESWIG-HOLSTEIN

67



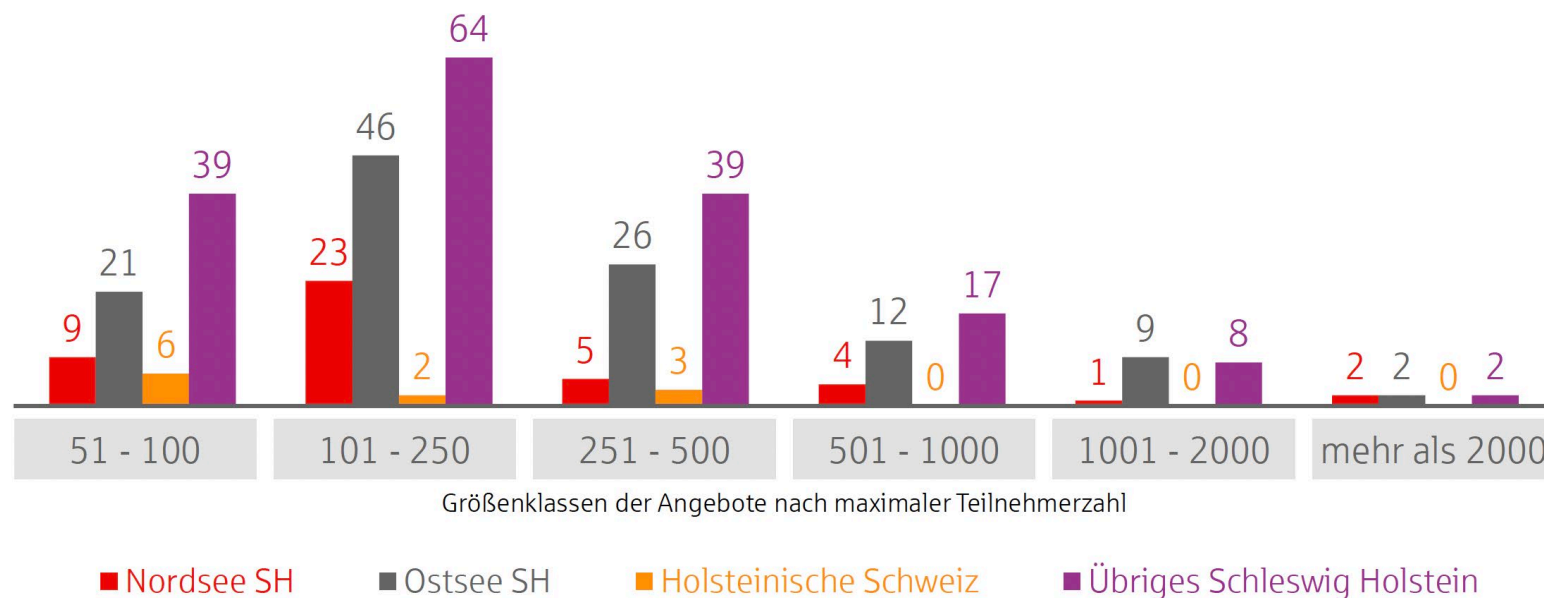
MICE: Neue Studie 2026 als Grundlage

... regionaler Kern



- Schleswig-Holstein
- Hamburg
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Bremen
- Dänemark
- Mecklenburg-Vorpommern
- Übrige dt. Bundesländer
- Weitere internationale Gäste

Breites Angebot im Kleinsegment mit saisonalen Grenzen



Quelle: dwif 2026, Bestandsanalyse durch Onlinerecherche von MICE-Angeboten in Schleswig-Holstein (n = 399, ohne TN-Angabe 40)



TA.SH



Unternehmens- &
Markenstrategie
Kommunikation

innen & außen:

Was machen wir ?

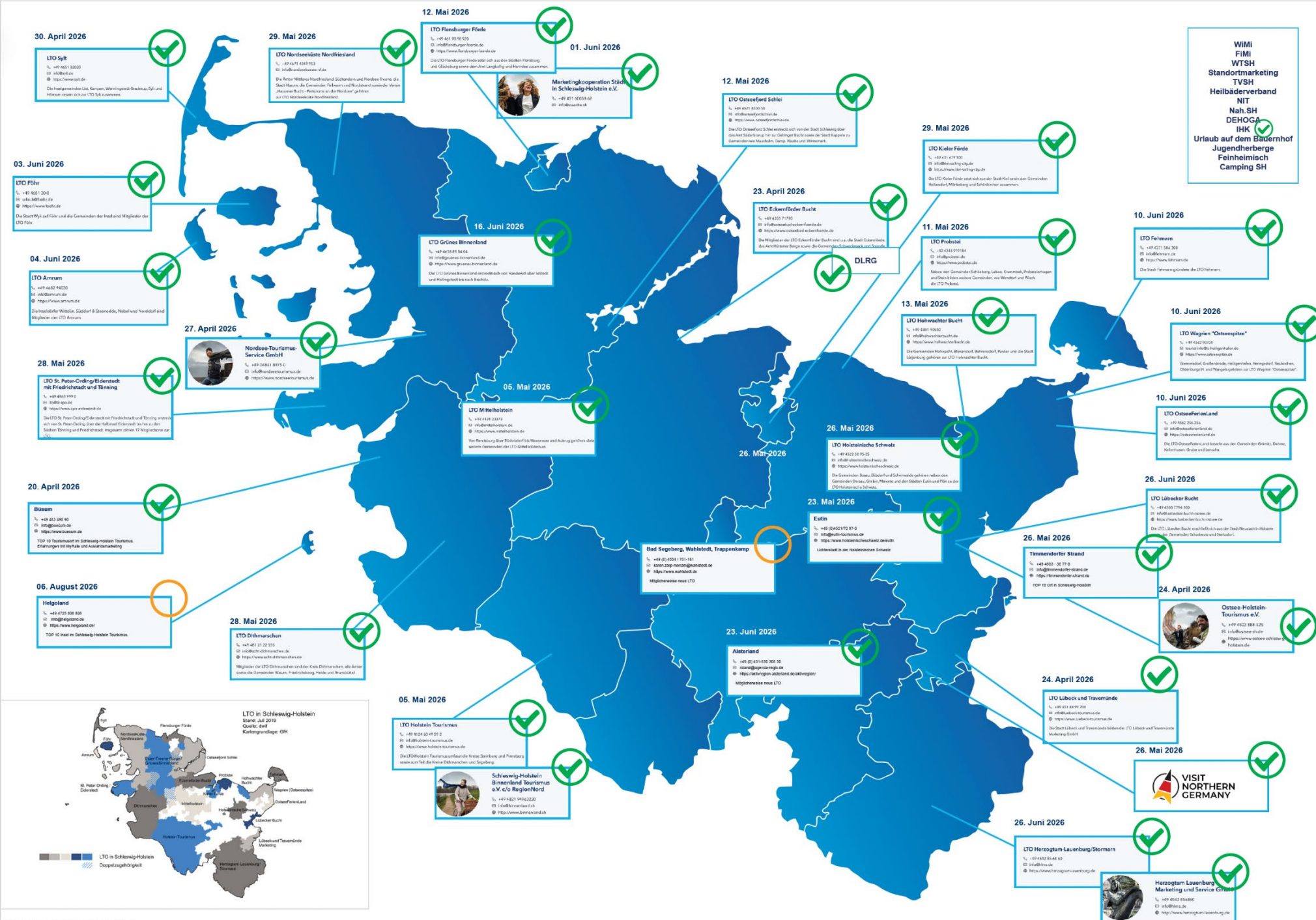
Was nicht?

Welche Schwerpunkte?

Warum?

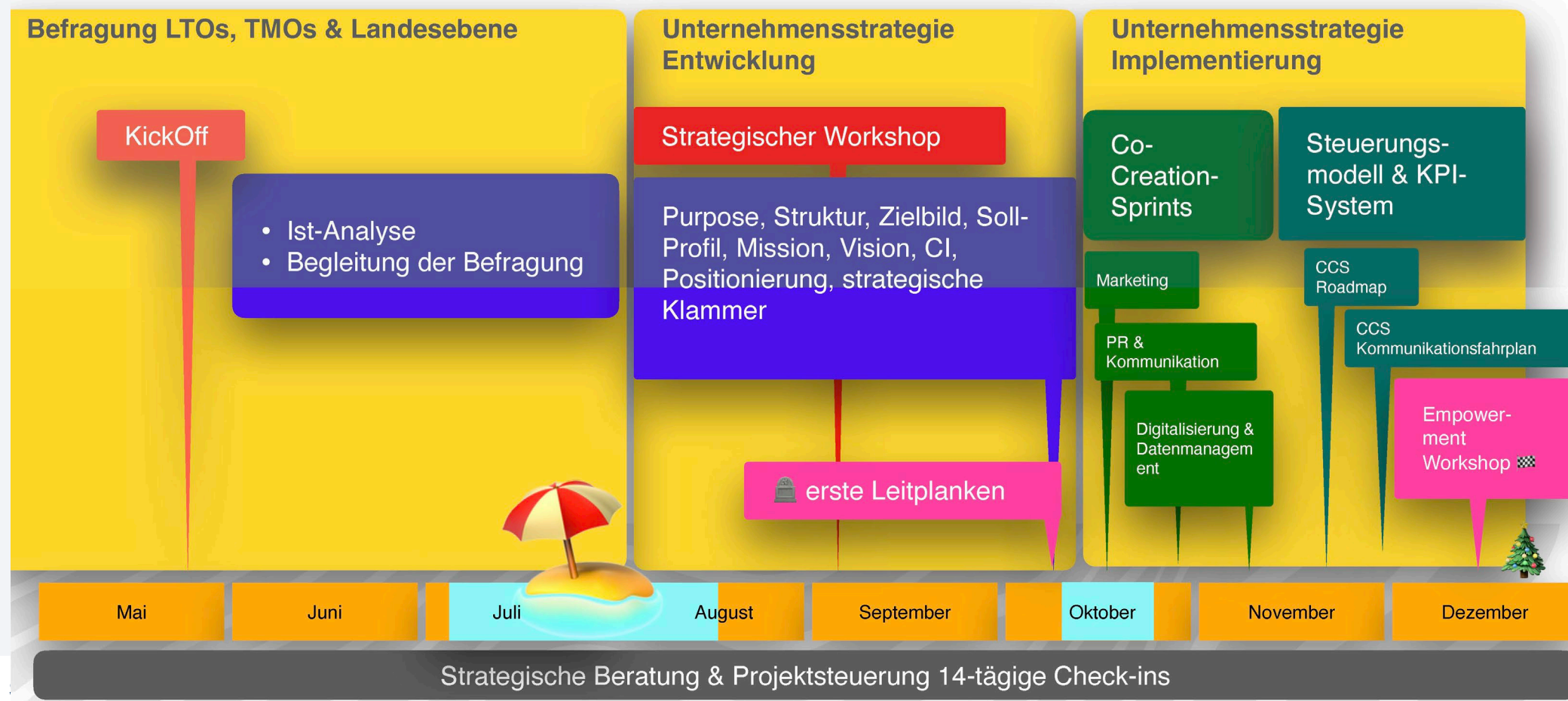
SH-Tour 2026

Mehr als 40 „Stopps“



Unternehmens- & Markenstrategien

5. PROJEKTPLAN



Wie gehen wir mit KI & Digitalisierung um?



Welche Kooperationen gehen wir ein?



Grüne Woche

15.-24. Januar 2027

Welche Zukünfte kommen auf uns zu?



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

ZUKÜNFTE GESTALTEN

Wie Foresight im Tourismus funktioniert

Online-Event im Rahmen der Reihe „dwif-Impulse“
22. Mai 2025

Bild: freepik

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif

dwif-Impuls ZUKÜNFTE GESTALTEN
Wie Foresight im Tourismus funktioniert

dwif

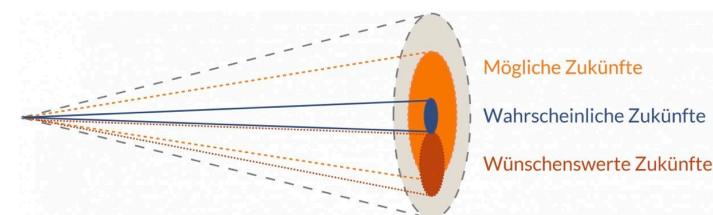
Phase 1: Trend- & Umweltanalyse

Identifikation und Bewertung von Trends sowie
Einflussfaktoren

Phase 2: Szenarioentwicklung

Phase 3: Prozessimplementierung

Future Cone: Pluralität der Zukunft



© Joseph Voros, PhD; Professor of Foresight; Swinburne University of Technology



Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein Stellt sich neu auf



Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Aktueller Stand zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

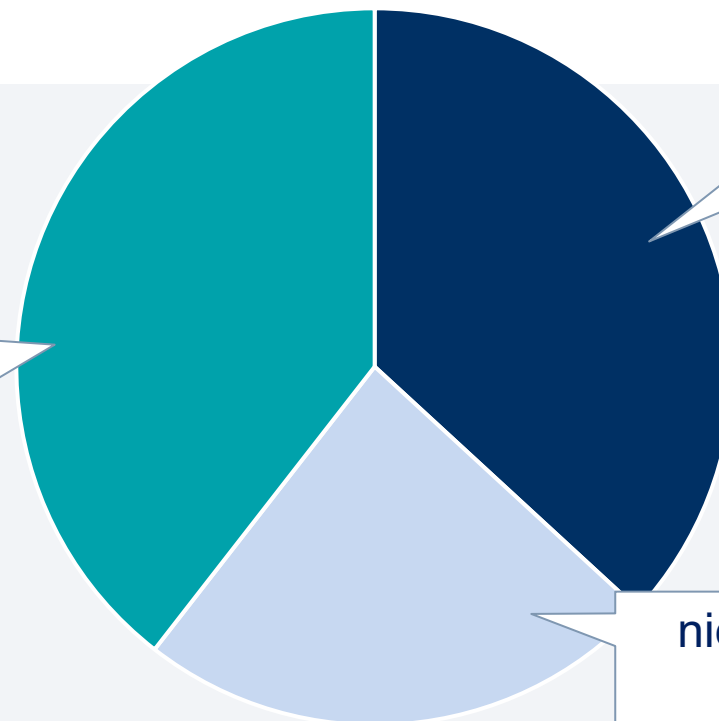
Wirtschafts- und Digitalisierungsausschuss, 01. Juli 2026
Britta Franke, Leitung Umsetzungsmanagement TSSH 2030

Juli 2026

Wo stehen wir aktuell?

Von 38 Leitprojekten

abgeschlossen / in
kontinuierlicher Bearbeitung
39%

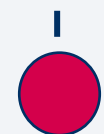


in Bearbeitung
37%

nicht in Arbeit
24%

2022

2024



2026

2028

2030

Tourismusstrategie
Schleswig-Holstein 2030

Vorreiter und Vorbild eines
nachhaltigen Qualitätstourismus

Übersicht: Stand der Leitprojekte in den Handlungsfeldern

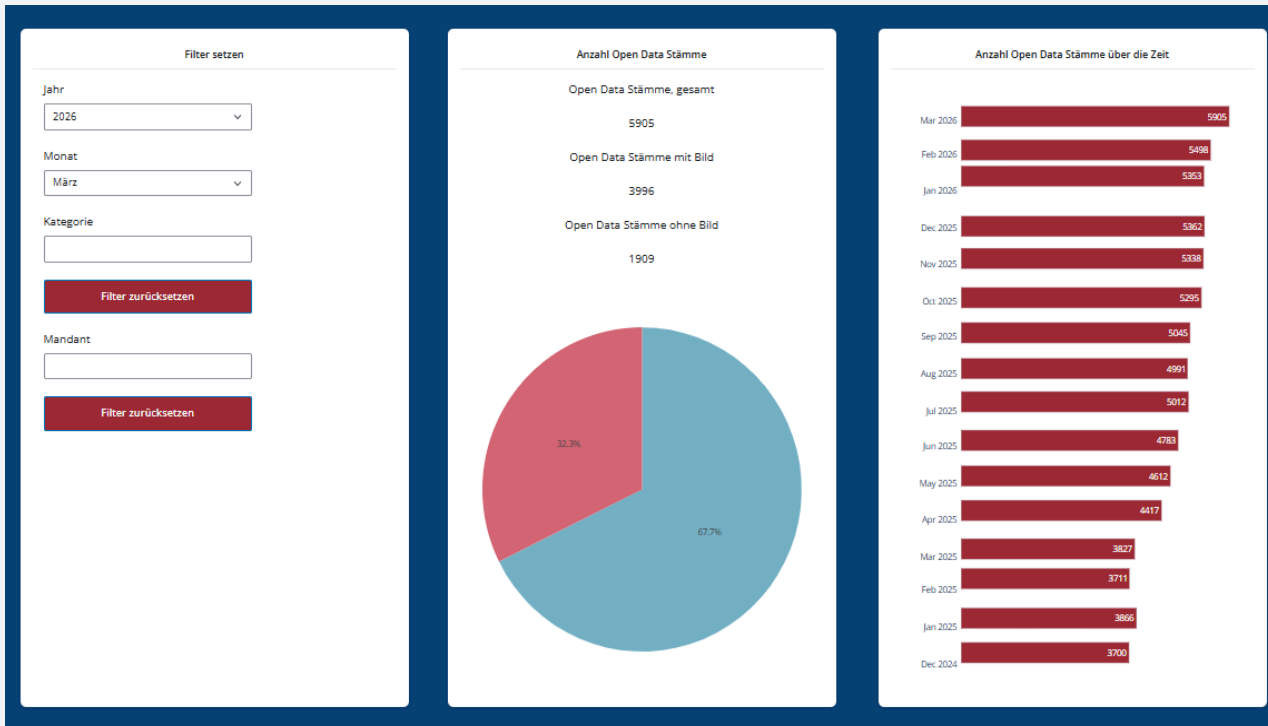
Handlungsfeld	Abgeschlossen / dauerhaft in Arbeit	In Arbeit	Nicht in Arbeit
1: Marketing	1	2	
2: Qualität und Wettbewerbsfähigkeit		2	1
3: Infrastruktur		1	2
4: Mobilität	3		1 + 1 gecancelt
5: Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung		4	
6: Strukturen und Kooperationen	3	1	
7: Binnenlandtourismus	2	1	
8: Mitarbeitengewinnung und -bindung	3	1	1 gecancelt
9: Tourismusbewusstsein und -akzeptanz	2		1 + 1 gecancelt
10: Förderung und Finanzierung	1	1	1
Querschnittsthema Digitalisierung		1	

Zwischenergebnisse

Was wurde nach vier Jahren erreicht? Ausgewählte Leitprojekte



Handlungsfeld 1: Marketing



Touristische Landesdatenbank SH

- Open-Data Stämme: 5.905
 - Open-Data Veranstaltungen: 5.740
 - 39 Vollmandanten
 - Aktuell über 100 Widgets live
- Bereitstellung & Ausspielung qualitativ hochwertiger Informationen **für mehr Sichtbarkeit und Reichweite**

Zentrale Dateneingabe – dezentrale Nutzung am Beispiel der LTO Mittelholstein

Veranstaltungskalender

Mittelholstein

Entdecken Sie aktuelle Veranstaltungen in Mittelholstein von Kultur und Konzerten über Märkte bis hin zu Sport und Familienevents. Unser Veranstaltungskalender für Mittelholstein bietet Ihnen alle Termine und Highlights der Urlaubsrouten auf einen Blick.

Suche nach:

Suche nach:

Herz
Mittelholstein

133 Veranstaltungen gefunden

» [Listansicht](#)

sonstige Kunst & Kultur

Ausstellung Faszination Farbe

Fr., 6.3.2026 @ 10:00 Uhr

📍 Museum Tuch + Technik, Neumünster

weitere Termine:

7.3.2026 | 8.3.2026 | 10.3.2026 | ...

sonstige Kunst & Kultur

Wyschewanka - Projekt Hoffnung

Fr., 6.3.2026 @ 10:00 Uhr

📍 Museum Tuch + Technik, Neumünster

weitere Termine: 7.3.2026 | 8.3.2026

Akustik- und Nordfriesenensemble
**Insomnia - Rendsburger
Gänsehauteschichten**

Fr., 6.3.2026 @ 19:00 Uhr

📍 Rendsburg Information, Rendsburg

weitere Termine:

3.4.2026 | 1.5.2026 | 5.6.2026 | ...

**Klangfeuer - Festival der
Feuerwehrmusik**

Fr., 6.3.2026 @ 19:30 Uhr

📍 Nordarkadische Rendsburg, Rendsburg

weitere Termine: 7.3.2026

Konzerte

Reinhold Beckmann Duo

Fr., 6.3.2026 @ 20:00 Uhr

📍 Savoy-Kino Bordschum, Bordschum

Konzerte

Nordic Walking - Schnuppertermin

Sa., 7.3.2026 @ 09:00 Uhr

📍 Grillplatz an der Eider, Bordschum

weitere Termine:

28.3.2026 | 18.4.2026 | 13.5.2026 | ...

Tagestouren in Mittelholstein

Unsere Radrouten laden ein, Natur und Kultur zu erfahren.

Suche nach

Filter

Merkliste

19 Touren gefunden

Listensicht

Stadt-Land-Fluss-Tour

📍 Ab Hauptbahnhof Kiel 🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 2 Std. 45 Min. 📏 40,04 km

Vicineweg

📍 Ab Neumünster 🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 5 Std. 39 Min. 📏 84,77 km

Tausend-Tannen-Tour

📍 Ab Bahnhof Neumünster
🚲 mit dem Fahrrad ⌚ 3 Std. 30 Min.
📏 62,44 km

Gehege-Tour

📍 Ab Hohenwestedt 🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 2 Std. 40 Min. 📏 39,74 km

Westensee-Tour

📍 Ab Felde 🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 2 Std. 45 Min. 📏 38,03 km

Steinzeit-Tour

📍 Ab Hanerau-Hademarschen
🚲 mit dem Fahrrad ⌚ 2 Std. 40 Min.
📏 39,14 km

FAHRRADTOUREN

am Nord-Ostsee-Kanal

Planen Sie Ihren Radurlaub am Nord-Ostsee-Kanal und entdecken Sie eine der schönsten Radregionen Schleswig-Holsteins. Entlang der beeindruckenden Wasserstraße erwarten Sie flache, gut ausgebaut Wege, maritime Ausblicke und abwechslungsreiche Landschaften. Ideal für einen entspannten und aktiven Radurlaub quer durch Schleswig-Holstein.

Merkliste

34 Touren gefunden



Exkurs Wildes Moor
🚲 mit dem Fahrrad



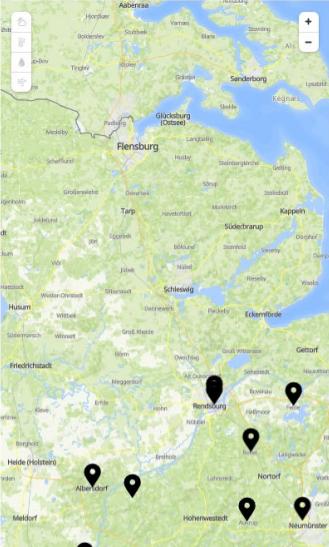
Wald und Wiesen-Tour
📍 Ab Flugplatz Neumünster
🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 39,55 km



Stör-Törn
🚲 mit dem Fahrrad



Aukrug-Tour
📍 Ab Bahnhof Aukrug
🚲 mit dem Fahrrad
⌚ 2 Std., 35 Min. ⌚ 33,75 km



Kachelnansicht



Handlungsfeld 2: Qualität und Wettbewerbsfähigkeit



Barrierefreier Tourismus

- Reisen für Alle Masterlizenz
 - In Arbeit: Studie zur ökonomischen Bedeutung von barrierefreiem Tourismus
 - Geplant: Sensibilisierungsinitiative, Best Practice – Sammlung, ggf. Leitfaden
- **Für mehr Planbarkeit / Verlässlichkeit sowie die Entwicklung qualitativ hochwertiger Angebote**

Barrierefreier Tourismus = Wertschöpfung + Qualitätsentwicklung



Ökonomische Bedeutung*

- Anteil Reisende mit Beeinträchtigung an der Wertschöpfung des Tourismus in SH = **8%**
- Anteil einschließlich Reisender mit Baby/Kleinkind = **14%**

Beispiel Seeloge: „Die Zertifizierung ist für uns nicht das Endziel, sondern der Beginn eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.“

Reisen für Alle

- Transparenz
- Marketingvorteil
- Qualitätsentwicklung
- Vertrauen

*Quelle: NIT, Datenlage 2025



Handlungsfeld 5: Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung



Natur- und Nationalparke

- Zusammenarbeit zwischen Naturparks und touristischen Beteiligten
 - In Arbeit: Marke für die sechs Naturparke, um die touristische Sichtbarkeit zu erhöhen
- **Zur Stärkung eines nachhaltigen Naturtourismus**



Handlungsfeld 7: Binnenlandtourismus



Schwerpunktregionen & Strukturoptimierung

- Strategie Binnenlandtourismus
 - ARGE Binnenland & Umsetzungsmanagement
 - 13 Millionen Euro Fördermittel
 - 4 bewilligte Projekte + 4 in finaler Prüfung
 - Aktuell 3. Förderaufruf
- **Zur Erschließung von Wachstums-
potenzialen des Tourismus im Binnenland**

Neue touristische Angebote im Binnenland entstehen



Bewilligte Projekte / ARGE Binnenland

- Neumünster digital erleben – in Raum & Zeit
- Vivaplan – Entwicklungs- und Konzeptphase für den Naturerlebnisort Vivaneum
- Verbindung Arche Warder mit Naturpark Westensee mit Gamification
- Nordwallpark Schleswig



Handlungsfeld 8: Mitarbeitergewinnung und -bindung



Allgemeine
Arbeitszufriedenheit
im Tourismus in SH:

**74 % zufrieden oder
sehr zufrieden***

Monitoring Mitarbeitendenzufriedenheit

- Erste landesweite Befragung zur Mitarbeitendenzufriedenheit
- **Als Grundlage für gezielte Maßnahmen & Angebote zur Mitarbeitendensicherung**

*Quelle: DI Tourismusforschung (2025). Arbeitszufriedenheit im Tourismus in Schleswig-Holstein 2025. n = 573. Angaben in gültigen Prozenten. Abweichungen sind rundungsbedingt. Fragestellung: „Wie zufrieden sind Sie im Allgemeinen mit Ihrer Arbeit?“

Social-Media-Kampagne mit Testimonials #darumGastgewerbe SH (IHK)





Handlungsfeld 9: Tourismusbewusstsein & -akzeptanz



Management von Tourismusbewusstsein

- Akzeptanzcluster der einheimischen Bevölkerung
- Regelmäßige Tourismusakzeptanzmessung auf Landes- und regionaler Ebene
- **Maßnahmenvorschläge, Prototypen, Best Practices für die Umsetzung vor Ort**

Interaktive Workshops mit Einwohnerinnen und Einwohnern in fünf Orten

Leitfaden Akzeptanz

Akzeptanzcluster der einheimischen Bevölkerung Schleswig-Holstein



AKZEPTANZCLUSTER 1: „ENGAGEMENT / ZUSTIMMUNG“

Akzeptanzcluster 1: „Engagement / Zustimmung“

Was bedeutet „Engagement / Zustimmung“?

Einwohner*innen des Clusters „Engagement / Zustimmung“ bewerten sowohl die Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort als auch auf sich persönlich als eher oder überwiegend positiv. Werden die Auswirkungen auf den Wohnort als neutral eingestuft, auf sich persönlich jedoch als eher oder überwiegend positiv eingeschätzt, werden Einwohner*innen ebenfalls diesem Cluster zugeordnet. Hintergrund ist hier, dass ein persönlicher Mehrwert erkennbar ist und sich daraus eine Zustimmungstendenz ergibt.

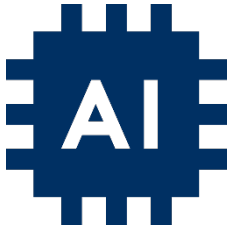
Akzeptanzcluster 1: „Engagement / Zustimmung“

 31 % der Wohnbevölkerung ab 16 Jahren in Schleswig-Holstein	44 % 39 % 32 % 27 % 24 % Urbaner Raum SH (Flensburg, Kiel, Lübeck) Nordsee Schleswig-Holstein Ostsee Schleswig-Holstein Übriges Binnenland SH Stormarn & Herzogtum Lauenburg
 Einwohner*innen dieses Clusters leben überdurchschnittlich häufig in Orten mit mittlerer bis sehr hoher Tourismusintensität.	11 - 50 Übernachtungen je EW (Index: 120) 6 - 10 Übernachtungen je EW (Index: 114) Mehr als 50 Übernachtungen je EW (Index: 107) (Index basierend auf Gesamtbevölkerung Schleswig-Holsteins (Index=100))
 64 % stufen die eigene Lebensqualität als hoch bis sehr hoch ein!	Sehr hohe Identifikation mit dem eigenen Wohnort! 72 % sind stolz im eigenen Wohnort zu leben 58 % wollen anderen davon berichten, was der eigene Wohnort zu bieten hat
 GESCHLECHT • Ausgeglichene Verteilung der Geschlechter. • Im Teilgruppenvergleich überdurchschnittlich viele Männer.	 KINDER < 18 JAHRE • Vergleichsweise hoher Anteil 1-Personen Haushalte. • 79 % haben keine Kinder unter 18 Jahren im Haushalt lebend.
 ALTER • Durchschnittsalter 52 Jahre. • Überdurchschnittlich häufig älter als 70 Jahre.	 ORTS-GRÖSSE • Im Teilgruppenvergleich höchster Anteil an Einwohner*innen wohnhaft in Städten ab 100.000 Einwohner*innen.
 SCHULBILDUNG • Höchster Anteil an Einwohner*innen mit mind. Abitur. • Relativ hoher Anteil an Einwohner*innen mit niedriger Schulbildung.	 WOHNORT-DAUER • Ein Drittel des Clusters lebt seit mindestens 30 Jahren im eigenen Wohnort - was auf eine hohe Wohnortloyalität hinweist.
 HH-NETTO-EINKOMMEN • 50 % mit monatlichem HH-Nettoeinkommen von mind. 2.500 Euro. • Im Vergleich überdurchschnittlich häufig zw. 1.500-2.499 Euro.	 TOURISMUS-BEZUG • Keine andere Teilgruppe hat so häufig einen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus wie Einwohner*innen dieses Clusters.

Abbildung 3: Steckbrief Akzeptanzcluster 1: „Engagement / Zustimmung“

Partizipative Workshops

- Eutin, Glückstadt, Husum, Lütjenburg und Ratzeburg
 - Sensibilisierung neutral eingestellter Personen für die Vorteile des Tourismus
 - Entwicklung konkreter Lösungsansätze für zentrale Herausforderungen
- Zusammenfassung der Ergebnisse mit Beispielen und Best Practices



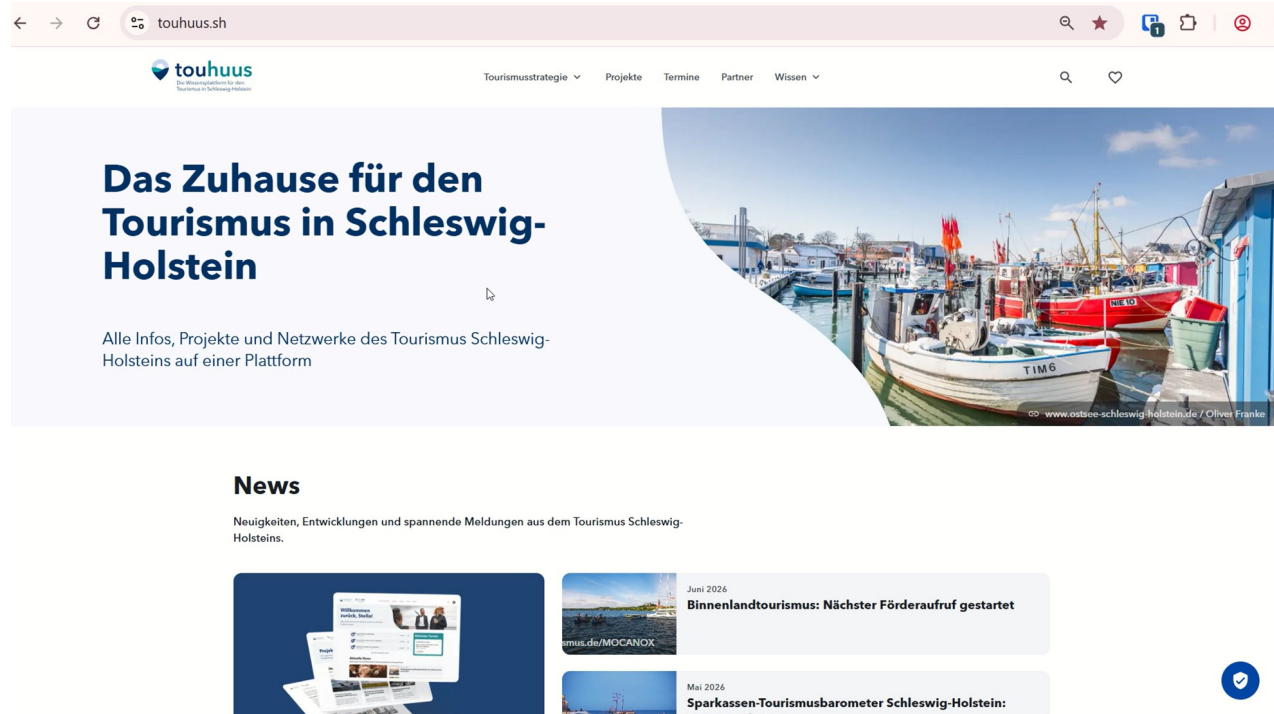
Querschnittsthema: Digitalisierung



Wissensplattform > touhuus.sh

- Umsetzung seit Anfang 2026
 - Launch der 1. Phase der Wissensplattform am 18. März 2026
 - In Arbeit: 2. Phase
 - Abschluss bis Q4 2026
- **Für mehr Information, Wissenstransfer und Kooperation**

Hinweis: Auf dieser Seite wurde die Homepage touhuus.sh per Video vorgestellt.



Konferenz & Kommunikation



Konferenz am 18.3.2026

- 200 Teilnehmende (+ 25% zu 2025 ↗)
- 78%: ★★★★★ / ★★★★★ (von 5) ↗
- **Newsletter:** 218 Abonnements ↗
- **LinkedIn-Fokusseite:** 296 Follower ↗
- **Jahresberichte 2024 und 2025**

Zwischenfazit: Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

- ✓ Zwei Drittel der Leitprojekte sind abgeschlossen oder befinden sich in (kontinuierlicher) Bearbeitung.
 - ▶ Begonnene Maßnahmen sind konsequent fortzuführen, offene Leitprojekte weiter voranzutreiben.
- ✓ Der Fokus verlagert sich von der Aufbauarbeit zur Verstetigung.
 - ▶ Wissenstransfer und die Sicherung der Wirksamkeit in der Fläche gewinnen an Bedeutung.
- ✓ Die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren wird weiter ausgebaut.
 - ▶ Die weitere Umsetzung erfordert kontinuierliche Koordination, die Einbindung relevanter Partner und verbindliche Abstimmung.
- ✓ Die Tourismusstrategie bleibt ein dynamischer Prozess.
 - ▶ Das setzt eine regelmäßige Erfolgskontrolle und Weiterentwicklung voraus.

2026: 4 Leitprojekte im Fokus



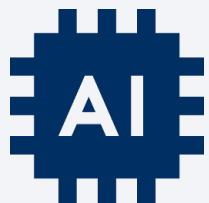
Handlungsfeld 2: Qualität und Wettbewerbsfähigkeit

- Gemeinsames Qualitätsverständnis
- Barrierefreier Tourismus



Handlungsfeld 10: Förderung und Finanzierung

- Leitfaden Tourismusfinanzierung für Kommunen



Querschnittsthema Digitalisierung

- Wissensplattform

Projekte in (kontinuierlicher) Arbeit 2026 und Folgeprojekte

AKTIVITÄTEN FLSH IM BEREICH TOURISMUS
und vieles mehr
Neue Modelle im Wohnraummanagement
ÜBERARBEITUNG HANDLUNGSFELD 5
Datengestützte Markt- und Trendforschung
RADSTRATEGIE
Qualitätsverständnis
Leitfaden Tourismusfinanzierung
Barrierefreier Tourismus
Natur- und Nationalparke
Wissensplattform
Förderrichtlinie Tourismusstrategie Qualitätsradwege
Maßnahmenkatalog Workshops Tourismusbewusstsein
Data People Management 2.0
Abschluss LTO-Leitfaden / LTO-Kriterien
MARKEN- UND KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE
Binnenlandförderung

Vielen Dank. Ihre Fragen?

Umsetzungsmanagement
Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030
info@um-sh.de, www.um-sh.de

Britta Franke, Leitung Umsetzungsmanagement
Tel.: +49 431 60058-80, franke@um-sh.de



Umsetzungsmanagement
Tourismusstrategie
Schleswig-Holstein 2030

TA.SH 
Tourismus-Agentur
Schleswig-Holstein