



Bericht

der Landesregierung

Stand der Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025

Federführend ist das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie

Am 23. Januar 2015 hat der Landtag folgenden Beschluss gefasst: „Der Landtag bittet die Landesregierung um fortlaufende Unterrichtung über die Umsetzung der Tourismusstrategie sowie die nach 5 Jahren geplante Evaluierung. Über das Umsetzungsmanagement für die Tourismusstrategie ist dem Landtag alle zwei Jahre zu berichten.“

Hiermit wird folgender Bericht über den Zwischenstand der Umsetzung der Strategie vorgelegt:

Die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 ist Mitte 2014 nach einem umfassenden Beteiligungsprozess unter Einbindung aller relevanten Tourismusakteure im Land gestartet. Die Strategie bildet die Leitlinie für die touristische Entwicklung des Landes bis zum Jahr 2025. Es handelt sich um eine Wachstumsstrategie, die zugleich auf Qualität und Nachhaltigkeit setzt.

Die neue Tourismusstrategie weitet das Zielgruppen- und Themenspektrum im Vergleich zur Vorgängerstrategie (Roland-Berger) deutlich aus. Die Ressourcen für das touristische Marketing werden nun auf folgende fünf Zielgruppen fokussiert: Natururlauber, Familien, Entschleuniger, Neugierige und Städtereisende. Bei den Themen wird unterschieden zwischen Kernkompetenzen (Natur, Familie und Strand), Aktivitätsthemen (Rad fahren und Segeln) und Entwicklungsthemen (Städtereisen und Gesundheitsurlaub).

In der Strategie sind unter dem Motto „30 – 30 – 3“ drei messbare Kernziele definiert, die bis zum Jahr 2025 erreicht werden sollen. Der Zwischenstand bei der Umsetzung dieser zentralen Ziele stellt sich wie folgt dar:

Ziel 1: Bis zum Jahr 2025 soll ein Gesamtvolumen von 30 Millionen Übernachtungen in Betrieben mit mehr als 10 Betten erreicht werden. Der Ausgangswert des Jahres 2014 lag bei 24,8 Millionen. Bereits im Jahr 2015 stieg die Zahl der Übernachtungen auf rund 27,1 Millionen. Auf hohem Niveau konnten 2016 nochmals Zuwächse erreicht werden. Im Zeitraum Januar bis Oktober 2016 lag die Zahl der Übernachtungen um 4,4 % über dem Vorjahreszeitraum. Damit liegt Schleswig-Holstein vor seinen direkten Mitwettbewerbern Mecklenburg-Vorpommern (+ 3,3 %) und Niedersachsen (+ 4,0 %) und klar über dem Bundesdurchschnitt (+ 2,7 %). Bei der Erreichung des Übernachtungsziels ist Schleswig-Holstein auf einem guten Weg.

Ziel 2: Der touristische Bruttoumsatz soll bis 2025 um 30 % auf 9 Milliarden Euro steigen. Der Ausgangswert des Jahres 2012 lag bei 6,9 Milliarden Euro. Für das Jahr 2015 wurde im Rahmen des Sparkassen Tourismusbarometers ein Bruttoumsatz in Höhe von 7,9 Milliarden Euro errechnet. Selbst wenn die touristische Entwicklung in den nächsten Jahren an Dynamik verlieren sollte, kann das gesetzte Ziel aus heutiger Sicht erreicht werden.

Ziel 3: Schleswig-Holstein strebt einen Platz unter den TOP-3 der Bundesländer mit der höchsten Gästezufriedenheit bei Urlaubsreisen an. Im Basisjahr für diesen Wert 2013 lag Schleswig-Holstein nach den Ergebnissen der Reiseanalyse nur auf Platz 7 von insgesamt neun bewerteten Bundesländern. Seitdem hat sich die Zufriedenheit der Gäste im Land schon deutlich verbessert. Das zeigen die Ergebnisse der Gästebefragung Schleswig-Holstein 2015. Der Gesamteindruck wurde auf einer Schulno-

tenskala in 2015 mit 1,8 beurteilt. 2013 lag der Wert bei 1,9 und 2011 bei 2,0. Erkennbar verbessert hat sich die Bewertung der Serviceorientierung der Gastgeber (von 2,1 auf 1,8). Annähernd 90 % der Schleswig-Holstein Besucher bewerten das Reiseziel mit sehr gut oder gut. Für 2017 ist geplant, die Position Schleswig-Holsteins im Vergleich zu den anderen Bundesländern im Rahmen der „Reiseanalyse“ aktuell zu erheben. Außerdem wird 2017 wieder eine Gästebefragung durchgeführt, die einen detaillierten Blick auf die Zufriedenheit mit einzelnen Komponenten der touristischen Leistungskette im Land erlaubt.

Als Zwischenfazit kann festgehalten werden, dass das Land auf einem sehr guten Weg ist, die definierten, messbaren Ziele zu erreichen. Als besonderen Erfolg ist zu werten, dass es gelungen ist, die Auslastung der touristischen Betriebe in der Nebensaison deutlich zu verbessern. Schleswig-Holstein entwickelt sich zur Ganzjahresdestination. Das verbessert die Wirtschaftlichkeit der Betriebe und schafft Dauerarbeitsplätze.

Im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers werden über den Bruttoumsatz hinaus weitere Daten zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus erhoben. Danach ist der Tourismus nicht nur Umsatzbringer, sondern auch Beschäftigungsmotor. Während die Zahl der durch den Tourismus induzierten Arbeitsplätze 2014 noch bei 144.000 lag, stieg der Wert 2015 auf 151.300. Das tourismusbezogene Einkommens- und Mehrwertsteueraufkommen wurde für 2015 mit 757,5 Millionen errechnet. Darüber hinaus erzeugt der Tourismus u.a. durch Grundsteuern, Gewerbesteuern, Zweitwohnungssteuern sowie die Kur- und Tourismusabgabe weitere Einnahmen für die öffentliche Hand.

Grundlage für die erfolgreiche Entwicklung des Schleswig-Holstein Tourismus ist eine Qualitätsoffensive, die sowohl die öffentliche touristische Infrastruktur wie auch die betrieblichen Angebote umfasst. Viele Urlaubsorte haben in den letzten Jahren in ihre Infrastruktur investiert. Beispiele hierfür sind die Promenaden in Büsum, auf Helgoland, auf dem Priwall in Lübeck-Travemünde und in Neustadt; Bäderprojekte wie die Dünentherme in St. Peter-Ording und die Grömitzer Welle oder Kulturprojekte wie das Europäische Hansemuseum. In der Folge der Attraktivierung der Orte sind viele neue Hotel- und Ferienhausprojekte entstanden.

Das Land hat diese Entwicklung finanziell unterstützt. Seit Beginn der Legislaturperiode wurden öffentliche Infrastrukturprojekte mit insgesamt rd. 45,6 Millionen Euro bezuschusst. Das Gesamtinvestitionsvolumen lag bei 87 Millionen Euro. Im Bereich der einzelbetrieblichen Förderung, das heißt für die Neuerrichtung, Erweiterung und Modernisierung von Hotels sind Fördermittel in Höhe von 36,5 Millionen Euro geflossen. Dadurch wurden Investitionen in Höhe von 286 Millionen Euro ausgelöst. 1.000 neue Dauerarbeitsplätze sind entstanden und knapp 1.200 konnten gesichert werden.

Transparente, zukunftsfähige Organisationsstrukturen und klare Aufgabenteilungen sind Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung der Tourismusstrategie. Das touristische System in Schleswig-Holstein ist in vier Ebenen gegliedert: Die Landesebene mit der Tourismus Agentur Schleswig-Holstein (TASH), die regionale Ebene mit den Tourismusmarketingorganisationen (TMO), die Ebene der Lokalen Tourismusorganisationen (LTO) und die Einzelorte.

Vor dem Hintergrund des europäischen Beihilfe- und Vergaberechts war es im Jahr 2016 erforderlich, die TASH organisatorisch neu aufzustellen. Das Land hat 100 Prozent der Gesellschaftsanteile an der TASH übernommen. Die TASH konzentriert sich künftig auf ihre Kernaufgabe das touristische Landesmarketing und verantwortet die landesweite Marketingstrategie. Für eine erfolgreiche Außendarstellung des Landes ist es unerlässlich, dass die Marketingaktivitäten der regionalen Ebene sich in die Landesstrategie einfügen. Hierzu finden regelmäßige Abstimmungen zwischen der TASH und den TMO statt.

Eine besondere Bedeutung haben die LTO, da diese Zusammenschlüsse von Einzelorten für ein abgestimmtes Vorgehen in der Angebots- und Produktentwicklung, beim Gästeservice, in der Infrastrukturplanung und der Qualitätssicherung Sorge tragen. Der LTO-Prozess ist weit vorangeschritten. Zwischenzeitlich haben sich im Land 21 LTO gebildet, von denen zwölf eine offizielle Anerkennung erhalten haben. Um einen fachlichen Austausch zwischen den LTO und dem Land zu gewährleisten, führt das Wirtschaftsministerium regelmäßige LTO-Konferenzen durch.

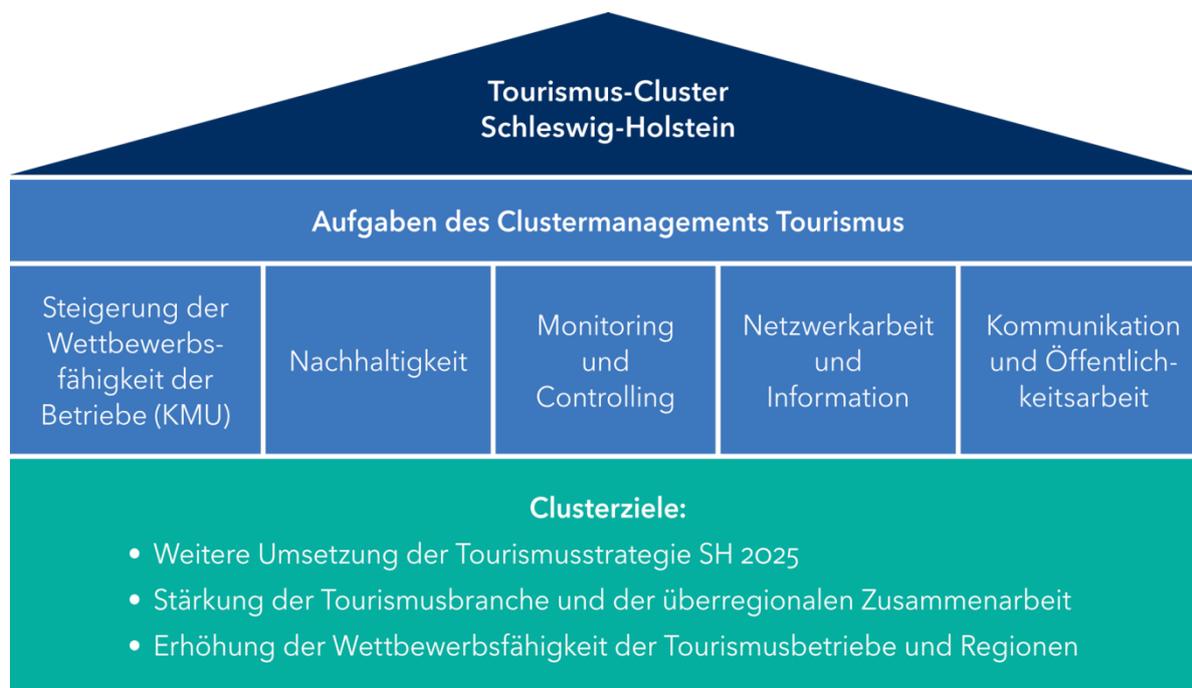
Der Strukturbildungsprozess wird dadurch unterstützt, dass die Mitgliedschaft von Orten in einer LTO und die Mitgliedschaft der LTO in einer übergeordneten TMO eine Fördervoraussetzung bei investiven und nicht-investiven touristischen Projekten darstellt.

Zur Unterstützung der Tourismusstrategie wurde 2014 ein sogenanntes Umsetzungsmanagement etabliert. Das Projekt mit einer Laufzeit vom 1. Juli 2014 bis zum 30. Juni 2015 wurde fachlich von der dwif-Consulting GmbH geleitet. Vorrangige Aufgabe des Umsetzungsmanagements war die Bekanntmachung der Tourismusstrategie bei den Akteuren im Land sowie die Konzeptentwicklung für das Umsetzungsmanagement in der Verstetigungsphase ab Juli 2015.

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Schleswig-Holstein wurde Anfang 2015 entschieden, für diesen Wirtschaftsbereich ein eigenes Clustermanagement zu bilden und in diesem Rahmen die Umsetzung der Tourismusstrategie weiter zu begleiten. Das „Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein“ ist als Projekt mit einer zunächst dreijährigen Laufzeit vom 1. Juli 2015 bis zum 30. Juni 2018 organisiert. Die Trägerschaft liegt bei der Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH. Die Gesamtkosten von rd. 860.000 Euro werden zu 75 % mit Landesmitteln finanziert. Die restlichen Finanzbeiträge kommen von den touristischen Akteuren im Land. Hierzu gehören u.a. die Industrie- und Handelskammern, der DEHOGA, der Tourismusverband Schleswig-Holstein und regionale sowie lokale Tourismusorganisationen. Das Clustermanagement ist mit 2 ½ Stellen ausgestattet.

Im Fokus der Arbeit des Clustermanagements Tourismus stehen neben dem Monitoring und Controlling der Umsetzung der Tourismusstrategie vor allem die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der gastgewerblichen Betriebe sowie die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Land. Weiterhin zählen der Ausbau von Wissenstransfer und Kooperationen, die Stärkung der überregionalen Vernetzung der Branche sowie Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu den wichtigsten Tätigkeitsfeldern. Das Clustermanagement Tourismus knüpfte direkt an die erfolgreiche Arbeit des ersten Umsetzungsjahres an: Die Tourismusstrategie wurde weiter in die

Regionen getragen und die inhaltliche Arbeit in den Kernhandlungsfeldern vorange-
trieben.



Nach erfolgreicher Anlaufphase geht es nun darum, die Bekanntheit des Clustermanagements als übergeordnete Instanz bzw. Lotse für die Tourismusbetriebe im Land weiter auszubauen, die Tourismusstrategie weiter in die Fläche zu tragen und vor allem den Leistungsträgern konkrete Unterstützung anzubieten. Unter der Überschrift „GastgeberWerft“ wurde ein Werkzeugkasten für touristische Betriebe erarbeitet, der Transparenz schaffen und eine Übersicht der verschiedenen Beratungsangebote und Anbieter vermitteln soll. Bausteine sind u.a. die Tourismus-Hotline 0431-66 666 888, die Internetseite www.gastgeberwerft.de mit Darstellung der zahlreichen Unterstützungsangebote für Unternehmer aber auch Offline-Angebote wie z.B. Informationsgespräche in den Betrieben vor Ort. Darüber hinaus wurde 2016 eine Veranstaltungsreihe mit dem Titel „Machen Sie Ihren Betrieb fit für die Zukunft!“ in insgesamt zwölf touristischen Regionen mit Kurzvorträgen zu den Themen Unternehmensführung, Nachfolge, Fachkräfte, Unternehmensstrategie sowie Förderung und Finanzierung in Kooperation mit Partnern wie der IHK Schleswig-Holstein, dem DEHOGA und der Investitionsbank Schleswig-Holstein mit 360 Teilnehmern durchgeführt. Künftig wird das Clustermanagement darauf aufbauend vor allem persönliche Informationsgespräche in den Betrieben und Beratertage bzw. Workshops mit ausgewählten Experten zu speziellen Themen in den Regionen anbieten. Mittelfristiges Ziel ist es, die Gastgeberkompetenz der kleinen und mittelständischen Tourismusbetriebe (KMU) im Land signifikant zu stärken und dadurch die Wettbewerbsposition Schleswig-Holsteins als Tourismusdestination weiter auszubauen, die Bettenzahlen zu steigern und Arbeitsplätze zu erhalten bzw. zu schaffen.

Die Entwicklung eines nachhaltigeren Tourismus im Urlaubsland Schleswig-Holstein ist ein weiteres Ziel der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025. Das Clustermanagement Tourismus hat die Aufgabe, gemeinsam mit touristischen Partnern und Nachhaltigkeitsexperten ein landesweites Leitbild für nachhaltigen Tourismus zu ent-

wickeln und die gastgewerblichen Betriebe im Land davon zu überzeugen, dass sich eine nachhaltige Unternehmensführung in vielerlei Hinsicht lohnt (ökonomische, ökologische und soziale Aspekte). Während des gesamten Prozesses gilt es, bereits bestehende Projekte und Initiativen miteinander zu verknüpfen und Synergieeffekte zu nutzen. Zwei Experten-Workshops in 2015 und 2016 dienten der Erarbeitung eines Leitbildes und der Ideenentwicklung zu Themen wie z.B. „Kriterien für einen nachhaltigen SH-Tourismus“ und „Einsatz regionaler Produkte in Tourismusbetrieben“. Parallel zu diesem Entwicklungsprozess bietet das Clustermanagement ganz konkrete Aktionen für Betriebe und Touristiker zum Thema Nachhaltigkeit an. Dazu zählt z. B. eine Veranstaltungsreihe in Kooperation mit den IHKs in Schleswig-Holstein unter dem Titel „Fit für Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie“, die am 29.06.2016 mit rund 80 Teilnehmern in Schleswig startete und in 2017 fortgesetzt wird.

Neben dem sukzessiven Ausbau der Angebote für Tourismusbetriebe in den beiden Kernhandlungsfeldern sollen künftig vor allem auch Kooperationen von Tourismusakteuren mit Hochschulen und auch mit Unternehmen anderer Cluster initiiert werden, um Wissen zu transferieren und Vernetzung zu fördern. So ist z.B. mit dem Digitalen Cluster Schleswig-Holstein eine Fachgruppe Tourismus geplant, die sich mit den Herausforderungen der Digitalisierung im Tourismus beschäftigen wird. Weitere gemeinsame Aktionen für Tourismusbetriebe sind mit den Bereichen Innovationsberatung, Elektromobilität sowie dem Cluster Erneuerbare Energien angedacht.