

Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Jahresbericht 2025

Tourismusverband
Schleswig-Holstein

 Finanzgruppe

Sparkassen und Giroverband
für Schleswig-Holstein





Beirat

Der Beirat des Sparkassen-Tourismusbarometers begleitet die Arbeit der dwif-Consulting GmbH.

Peter Douven,

Insel Sylt Tourismus Service GmbH, Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH)

Daniel Sieben,

Nord-Ostsee Sparkasse

Svantje Lieber,

Sparkasse Holstein

Karsten Heinsohn,

dwif-Consulting GmbH

Dr. Catrin Homp,

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH)

Sedef Atasoy,

Industrie- und Handelskammer zu Flensburg

Frank Ketter,

Nordsee-Tourismus-Service GmbH

Katja Lauritzen,

Ostsee-Holstein-Tourismus e. V.

Ulf Sonntag,

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)

Dr. Bettina Bunge,

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

Gyde Opitz,

Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein

Dr. Hendrik Tietje,

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein

Dr. Birte Pusback,

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr, Technologie und Tourismus
des Landes Schleswig-Holstein (MWVATT)

Stand: August 2025



Vorwort

Liebe Touristikerinnen und Touristiker,
sehr geehrte Damen und Herren,

auch in Zeiten wachsender Herausforderungen für Destinationen und Betriebe bleibt eines klar: Qualitätsentwicklung ist eine Daueraufgabe – kein Ziel, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Investitionen in Infrastruktur, Service, Ausstattung und Mitarbeiter:innen schaffen dabei die Grundlage für Gästezufriedenheit, wirtschaftlichen Erfolg und langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Das diesjährige Spezialmodul des Sparkassen-Tourismusbarometers widmet sich daher dem Thema „Qualität sichert Zukunft: Gästeansprüche, Investitionen, Vision“.

Darüber hinaus liefert der Jahresbericht mit detaillierten Zahlen und Analysen zum Tourismus in Schleswig-Holstein, zur Freizeitwirtschaft sowie zum Hotel- und Gaststättengewerbe – jeweils im Wettbewerbsvergleich und mit Blick auf die Entwicklungen der letzten Jahre die gewohnt fundierte Datenbasis.

Ein besonderes Augenmerk liegt in diesem Jahr auf der Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus, der den wirtschaftlichen Stellenwert des Tourismus für das Land darstellt. Denn durch den Tourismus entstehen nicht nur Steuer- und Beschäftigungseffekte, die sich neben den direkten touristischen Einnahmen positiv auf die Standorte auswirken. Weitere Faktoren sind unter anderem Vernetzungseffekte, eine Infrastrukturverbesserung und die Erhöhung der Standortattraktivität.

All dies haben wir für Sie in diesem Bericht prägnant zusammengestellt. Hintergrundinformationen und Praxisbeispiele finden Sie in unseren Infotheken, die online unter www.tourismusbarometer.sh kostenfrei zur Verfügung stehen.

Mit dem Sparkassen-Tourismusbarometer unterstreichen der Tourismusverband Schleswig-Holstein und die schleswig-holsteinischen Sparkassen die zentrale Bedeutung des Tourismus für unser Land. Wir möchten nicht nur informieren, sondern auch inspirieren – mit Zahlen, Daten und Fakten, aber auch mit Impulsen für Ihre tägliche Arbeit.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre und neue Perspektiven für Ihre touristische Arbeit.

Oliver Stolz

Präsident des Sparkassen- und
Giroverbands für Schleswig-Holstein

Hans-Jürgen Lütje

Vorsitzender des Tourismus-
verbands Schleswig-Holstein e. V.



Inhaltsverzeichnis

Beirat.....	2
Vorwort	3
Inhaltsverzeichnis	4
Einführung.....	5
Kurz notiert – Zusammenfassung Jahresbericht 2025.....	6
Wirtschaftsfaktor Tourismus	10
Aktuelles aus dem Monitoring des Schleswig-Holstein-Tourismus	15
Rahmenbedingungen	15
Modellprojekt Kennzahlen – Monitoring on demand	17
Schleswig-Holstein-Tourismus im Wettbewerbsvergleich	22
Touristische Nachfrage.....	22
Tagesreisen	29
Touristisches Angebot.....	30
Betriebstypen im Vergleich	32
Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein.....	36
Freizeit- und Kultureinrichtungen	36
Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe	40
Qualität sichert Zukunft: Gästeansprüche, Investitionen, Vision	48
Warum Qualitätsentwicklung für die Zukunft des Tourismus in Schleswig-Holstein unabdingbar ist	48
Status quo der Qualität im SH-Tourismus	51
Gästeansprüche im Fokus.....	65
Investitionen in die Qualität.....	67
Gemeinsame Zielrichtung und Vision für den Tourismus in Schleswig-Holstein.....	70
Fazit und Handlungsempfehlungen.....	73
Quellen.....	80
Impressum	82

Einführung

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein wird seit 2002 erstellt. Träger sind der Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (SGVSH) sowie der Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH). Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH. Ziel des Tourismusbarometers¹ ist die kontinuierliche problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein und seinen Regionen. Das Tourismusbarometer wird auch in Ostdeutschland, in Rheinland-Pfalz und im Saarland zu Marktforschungszwecken eingesetzt. In Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen gibt es entsprechende Initiativen seitens der Landestourismusorganisationen.

Es macht die Nutzer:innen aufmerksam auf Erfolge und Misserfolge sowie auf strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung. Als Frühwarnsystem weist es auf problematische Entwicklungen hin und identifiziert Handlungsbedarfe. Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Außerdem erleichtert das Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing und fungiert als Qualitätsscout für die Tourismuswirtschaft.

Das Sparkassen-Tourismusbarometer ...

- ermöglicht durch den Einsatz eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus.
- eröffnet über ein flexibles Datenset neue Perspektiven und gibt Raum für experimentelles Monitoring mit Praxisbezug, zum Beispiel über das Modellprojekt „Kennzahlen im Tourismus“² mit ausgewählten Orten in Schleswig-Holstein und Daten aus der Meldescheinstatistik sowie dem Buchungsverhalten.
- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zur Marktentwicklung der Freizeitwirtschaft.
- analysiert die wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen (anonymisiert).
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe in Schleswig-Holstein.
- greift aktuelle Themen aus der Branche auf. Das Tourismusbarometer 2025 befasst sich mit dem Thema „Qualität sichert Zukunft: Gästeansprüche, Investitionen, Vision“.

Abb. 1: Module des Sparkassen-Tourismusbarometers

Aktuelles zum Monitoring	Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Freizeitwirtschaft Hotel- und Gaststättengewerbe	Schwerpunkthema 2025
Modellprojekt „Kennzahlen im Tourismus“	Rahmenbedingungen	Freizeit- und Kultureinrichtungen (Land)	Qualität sichert Zukunft: Gästeansprüche, Investitionen, Vision
	Nachfrage und Angebot (Land, Regionen)	Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe (Land)	
	Betriebstypen (Land)	Qualität und Gästezufriedenheit (Land, Regionen)	
Fokus Grundlagen	Fokus Benchmarking	Fokus Betriebswirtschaft	Fokus Bevölkerung
	Infothek Tourismus im Wettbewerbsvergleich und Datensteckbriefe Regionen	Infothek Freizeitwirtschaft Hotel- und Gaststättengewerbe	
Infotheken mit allen relevanten Detailkennzahlen im Internet als Download unter www.tourismusbarometer.sh verfügbar			

Quelle: dwif 2025

¹ www.sparkassen-tourismusbarometer.de, www.tourismusbarometer.sh

² www.tvsh.de/zahlen-daten-fakten/kennzahlen-projekt/



Kurz notiert – Zusammenfassung Jahresbericht 2025

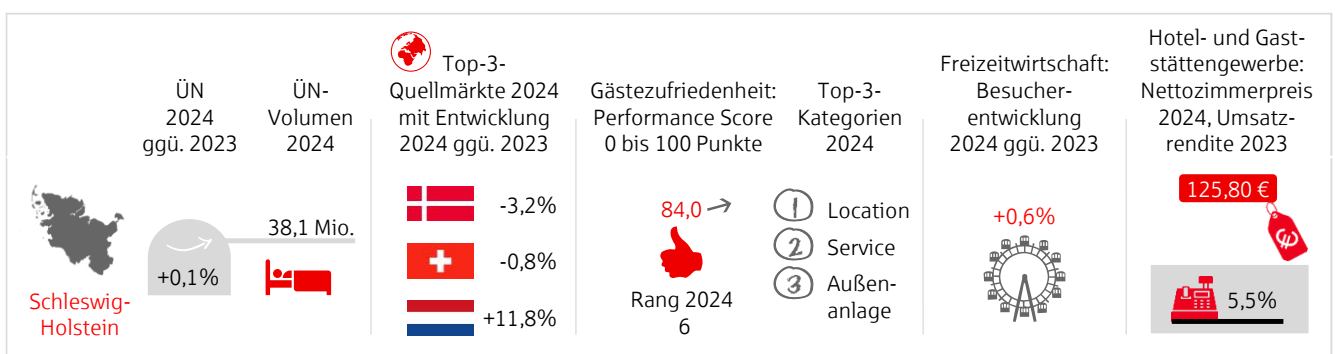
Ökonomische Effekte des Tourismus: Steigende Wertschöpfung, sinkendes Tagesreisevolumen

Der Tourismus in Schleswig-Holstein verzeichnete 2024 206 Millionen Aufenthaltstage, von denen 116 Millionen auf Tagesgäste zurückgingen. Aus der Kombination mit den Ausgaben der Gäste vor Ort ergibt sich für 2024 ein Bruttoumsatz von knapp 10,8 Milliarden Euro. Das ist ein Rekordwert für Schleswig-Holstein. Damit gehört der Tourismus zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen im Land. Die größten Umsatzbringer unter allen Marktsegmenten waren mit 6,4 Milliarden Euro die Übernachtungen. Der Tagestourismus erwirtschaftete 4,4 Milliarden Euro. Dabei schafft bzw. sichert der Tourismus ortsgebundene Arbeitsplätze von der Gastronomie und der Beherbergung über den Einzelhandel bis in die Freizeitwirtschaft und Zulieferbetriebe. Insgesamt belief sich das Einkommensäquivalent (Menschen, die mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen in Schleswig-Holstein ihren Lebensunterhalt bestreiten können) auf 154.110 Personen. Und auch die Investitionen der öffentlichen Hand in den Tourismus lohnen sich. Denn als Steueraufkommen erwirtschaftete die Branche in Schleswig-Holstein erstmals knapp über eine Milliarde Euro.

Nachfrageentwicklungen: Volumensteigerungen im Übernachtungstourismus, starke Nebensaison

Die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen verbessern sich: Die Inflationsrate hat sich stabilisiert und im sechsten Quartal in Folge steigen die Reallöhne und somit auch das verfügbare Einkommen für Konsumausgaben rund um Urlaub und Freizeit. Allerdings drücken die Unsicherheit und höhere langfristige Einlagen (z.B. in die Altersvorsorge) auf die Konsumlaune. Aus der FUR ReiseAnalyse gehen dennoch hohe Reiseabsichten und eine steigende Inlandsnachfrage hervor. 2024 begrüßten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein mit zehn und mehr Betten 9,42 Millionen Gäste, die 38,09 Millionen Übernachtungen tätigten. Sowohl bei den Ankünften (+1,1 %) als auch bei den Übernachtungen (+0,1 %) wurde das Vorjahresergebnis knapp übertroffen, was einem neuen Höchstwert entspricht. Ohne das Marktsegment der Vorsorge- und Rehakliniken wäre das Ergebnis geringfügig um 0,2 % unterschritten worden. Im bundesweiten Vergleich stiegen die Übernachtungszahlen mit +1,8 % dynamischer als in Schleswig-Holstein. Das Küstenbundesland Mecklenburg-Vorpommern lag mit +2,3 % ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt. Niedersachsen erzielte ein Plus von +1,0 %. In den Vorjahren gab es in Schleswig-Holstein überdurchschnittliche Wachstumsraten, so dass das Bundesland 5,9 % mehr Übernachtungen als 2019 vor der Konkurrenz und über dem bundesdeutschen Durchschnitt von +0,1 % lag. Der Blick auf den Saisonverlauf 2024 zeigt ein differenziertes Bild für Schleswig-Holstein: In den Nebensaisonmonaten Februar, November und Dezember gab es ein Übernachtungsplus zwischen +5,2 und +7,3 %. In den Sommermonaten Juni und Juli wurde das Vorjahresergebnis durch Rückgänge an Nord- und Ostsee verfehlt.

Schlüsselindikatoren Destination Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten Statistikamt Nord, TrustYou GmbH, dwif-Freizeitwirtschaft, STR Global

Im Rahmen des Modellprojektes Kennzahlen des Sparkassen-Tourismusbarometers stellen elf Modellorte monatlich ihre Daten rund um die Meldescheinstatistik zur Verfügung. Sie stehen für rund 47 % der touristischen Gesamtnachfrage in Schleswig-Holstein und ermöglichen einen umfassenden Blick auf aktuelle Entwicklungen einschließlich der Betriebe unter 10 Betten. Im Kalenderjahr 2024 lagen die Modellorte bei den Ankünften 3,9 % und bei den Übernachtungen 0,5 % über dem Vorjahresergebnis. Da die Übernachtungsentwicklung der Modellorte laut amtlicher Statistik 2024 bei +1,1 % lag, deuten die Zahlen aus der Meldescheinstatistik darauf hin, dass die Privatvermieter:innen in Summe einen leichten Rückgang der Übernachtungszahlen verbucht haben. Zudem ist eine rückläufige Aufenthaltsdauer zu beobachten. Investitionen in die Qualität und eine kritische Überprüfung der Preisgestaltung sind für Vermieter:innen entscheidend. Ein verstärkter Fokus auf die Angebotsqualität und das Preis-Leistungs-Verhältnis steigert langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und damit die Rentabilität. Zur Bewertung gehört auch, dass sich die klassischen Reisemuster wieder durchgesetzt haben, wovon derzeit eher die Hotellerie profitiert.

Freizeitwirtschaft: Aktives Tagesreisenmanagement gefragt

Die über 60 teilnehmenden Freizeit- und Kultureinrichtungen in Schleswig-Holstein erreichten 2024 97 % des Besucher:innenniveaus des Jahres 2019. Im Bundesvergleich wurden erst 95 % erreicht. Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Zahlen in Schleswig-Holstein um 0,6 %. Kulturangebote wie Burgen/Schlösser oder Museen/Ausstellungen legten um 1,9 % zu. Die Erlebniseinrichtungen wie Zoos und Thermen konnte die Besucher:innenzahlen um 0,8 % ggü. dem Vorjahr steigern. Besonders die Monate September bis November 2024 warteten mit Besucher:innenzuwächsen auf. Die Freizeitwirtschaft steht jedoch weiter unter Druck, da sich die Tagesreiseintensität auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau eingependelt hat. Umso wichtiger werden die Produktentwicklung und eine maßgeschneiderte Kommunikationsstrategie für die Zielgruppe der Tagesgäste.

Schlüsselindikatoren Regionen in Schleswig-Holstein

	ÜN 2024 ggü. 2023	ÜN- Volumen 2024	ÜN-Ausland- Volumen 2024 mit Trend ggü. 2023	Volumenstärkste Gemeinden 2024 mit Entwicklung 2023 (ÜN ohne Camping)	Auslastung Schlafgelegen- heiten 2024	Gästezufriedenheit: Performance Score 2024 (Punkte)
Nordsee	 +0,0%	12,7 Mio.	 327 Tsd.	1. Sylt +0,3% 2. St. Peter- Ording +1,2%	 35,2%	 87,5
Ostsee	 +0,4%	19,0 Mio.	 1.090 Tsd.	1. Lübeck +3,0% 2. Timmen- dorfer Strand +5,5%	 35,7%	 83,7
Holsteinische Schweiz	 +3,8%	1,0 Mio.	 35 Tsd.	1. Malente +0,8% 2. Plön +3,5%	 40,5%	 83,8
Übriges Schleswig-Holstein	 -1,1%	5,3 Mio.	 565 Tsd.	1. Norderstedt -4,3% 2. Neumünster +4,8%	 33,1%	 81,5
darunter Herzogtum Lauenburg	 +4,3%	0,9 Mio.	 32 Tsd.	1. Ratzeburg +5,9% 2. Mölln +7,5%	 34,9%	 84,7

Quelle: dwif 2025, Daten Statistikamt Nord, TrustYou GmbH



Gastgewerbe: Einsetzende Konsolidierungsphase?

Im Jahr 2024 verzeichneten die Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes in Schleswig-Holstein ein Umsatzminus von 3,8 %. Bereits 2023 hatten steigende Kosten bei gleichzeitig rückläufigen Umsätzen die Gewinnmargen belastet – dieser Druck auf die Rentabilität vieler Betriebe hatte 2024 weiter zugenommen. Besonders betroffen war die Gastronomie. In Schleswig-Holstein sank der reale Umsatz in diesem Bereich durchschnittlich um 4,2 %, was vor allem auf die anhaltende Inflation und gestiegene Betriebskosten zurückzuführen ist. Ähnlich zeigte sich die Beherbergungsbranche. Während der nominale Umsatz im Jahr 2024 gegenüber 2023 um 0,6 % nur leicht zurückging, ergibt sich preisbereinigt ein Minus von 3,4 %. Die Gewinnmarge ging nach Daten des DSV bereits 2023 zurück und auch die Innenfinanzierungskraft der Betriebe hat abgenommen. Allerdings lagen die Raten damit immerhin noch auf dem bundesweiten Durchschnitt.

Gästezufriedenheit: Nordsee punktet weiter

Die Gästezufriedenheit wird im Sparkassen-Tourismusbarometer über die Daten von TrustYou abgebildet. In diesem Jahr wurde gemeinsam mit TrustYou der Score umgestellt. Der neue Performance Score bezieht sich auf die Bewertungen der 12 Monate des vorangegangenen Kalenderjahres. Dadurch ist es möglich, die Ergebnisse noch besser mit anderen, auf Jahresbasis vorliegenden, Kennzahlen zu verschneiden. Zudem werden die Ergebnisse entsprechend der Zahl der Online-Bewertungen je Betrieb gewichtet. Ein Vergleich mit den in den Vorjahren veröffentlichten Scores ist damit jedoch nicht mehr möglich. Veränderungen basieren auf dem auch für die Vorjahre neu berechneten Performance Score.

Die Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein erreichten 2024 84,0 Punkte. Das war ein Plus von 0,4 Punkten im Vergleich zum Vorjahr. Die besten Bewertungen erhält die Destination Nordsee von den Gästen. Der Performance Score liegt hier bei 87,5 Punkten (+0,4 ggü. 2023). Die Ostsee und die Holsteinische Schweiz liegen bei knapp 84 Punkten, gefolgt von den MakS-Städten (mit einem Plus von 0,4 Punkten) und dem Reisegebiet Übriges Schleswig-Holstein, jeweils mit einem Wert von 81,5 von maximal 100 Punkten. Bei den Kategorien punktet Schleswig-Holstein in den Bereichen Strände, Service und Zimmerausstattung mit überdurchschnittlich hohen Bewertungen. Bei der Umweltfreundlichkeit und den Preisen schneidet das Land dagegen schlechter ab.

Qualität sichert Zukunft: Der Gast steht im Mittelpunkt

Qualitätsentwicklung und Qualitätsmanagement sind zentrale Ankerpunkte für die Weiterentwicklung des Reiselandes Schleswig-Holstein. Gerade vor dem Hintergrund der vielfältigen Herausforderungen und neuen Entwicklungen im Tourismus ist und bleibt die Beschäftigung mit der Qualität des Angebotes für Betriebe und Kommunen eine Daueraufgabe. Investitionen in die Qualität der Hardware und die Verbesserung der Serviceleistungen bilden die Basis für glückliche und zufriedene Gäste. Damit gehen eine bessere Auslastung, größere Preisspielräume und eine höhere Wertschöpfung für den eigenen Betrieb einher. Begeisterung und Kreativität der Unternehmer:innen und Beschäftigten in der Tourismusbranche sind dabei mindestens genauso wichtig wie direkte monetäre Investitionen. Letztlich bildet die strategische und operative Beschäftigung mit der Qualität eine zentrale Grundlage, um dauerhaft erfolgreich Tourismus in Schleswig-Holstein betreiben zu können. Die Qualitätsentwicklung findet sich auch als wichtiger Bestandteil der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 wieder. Ein gemeinsames Begriffsverständnis bildet die Grundlage für die Sicherung und Weiterentwicklung der Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus.

Qualität im Tourismus Schleswig-Holsteins orientiert sich konsequent an den Erwartungen und Bedürfnissen der Gäste. Sie basiert auf einem stimmigen Gesamterlebnis entlang der gesamten Reisekette und umfasst saubere und zeitgemäße Unterkünfte, authentische und zielgruppenspezifische Angebote, professionellen Service, hohe Aufenthaltsqualität und unabhängig von der Urlaubsart ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis. Qualität bedeutet dabei nicht Luxus, sondern Passgenauigkeit, Authentizität und Komfort für alle, inklusive größtmöglicher Barrierefreiheit. Der Qualitätsbegriff berücksichtigt zudem die Bedürfnisse von Gastgebenden, Mitarbeitenden, Bevölkerung sowie Betrieben und integriert ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit als festen Bestandteil. Neue Entwicklungen werden kontinuierlich beobachtet und bei Bedarf integriert, um mit einem dynamischen

Qualitätsverständnis stets am Puls der Zeit zu bleiben. Aus dem aktuellen Tourismusbarometer werden fünf zentrale Handlungsempfehlungen für Schleswig-Holstein abgeleitet, die als strategische Leitplanken für die nächsten Jahre dienen sollen. Sie richten sich an die Akteur:innen der unterschiedlichen Ebenen im SH-Tourismus, beschreiben, wie die aktive, kooperative und zukunftsgerichtete Qualitätsentwicklung im Schleswig-Holstein-Tourismus gestaltet werden kann und sollte und bilden damit die Grundlage für die weitere Umsetzung des Handlungsfeldes „Qualität und Wettbewerbsfähigkeit“ der Landestourismusstrategie.

Handlungsempfehlungen zur Qualitätsentwicklung im Tourismus in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Die Branche Tourismus

Tourismus ist ein Umsatzgenerator, von dem Unternehmer:innen verschiedenster Wirtschaftszweige profitieren. Neben den klassischen touristischen Branchen, wie dem Hotel- und Gaststättengewerbe, generiert der Tourismus auch Umsätze in Einzelhandel, Dienstleistungsgewerbe oder bei Zulieferbetrieben wie regionalen Produzierenden und Handwerksbetrieben. Damit gilt der Tourismus als Querschnittsbranche, die als Jobmotor ortsgebundene Einkommensmöglichkeiten für Menschen unterschiedlicher Berufsqualifikationen in verschiedenen Beschäftigungsverhältnissen schafft und sichert.

Neben den Einkommenseffekten leistet der Tourismus über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Mittels Instrumenten wie der Kur- oder Tourismusabgabe trägt er direkt zur Verbesserung der Infrastruktur in den Destinationen bei. Tourismusbezogene Investitionen – ob in Infrastruktur, Produkte oder Vermarktung von Kommunen und Unternehmen zahlen sich aus und erhöhen die wirtschaftliche und touristische Attraktivität des Standorts sowie die Lebensqualität der Einheimischen. Aufgrund vielfältiger positiver Effekte ist es wichtig, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft Schleswig-Holsteins deutlich zu machen. Dazu werden die zentralen Kennzahlen mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein auch weiterhin regelmäßig und exklusiv im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers berechnet und aktualisiert.

Zeitvergleich 2022–2024: Die Trends im Tourismussektor Schleswig-Holsteins

Die Daten des Wirtschaftsfaktors Tourismus in Schleswig-Holstein wurden zuletzt für das Jahr 2022 erhoben. Seitdem haben sich viele touristische Kennzahlen positiv entwickelt. Der Tourismus im Land konnte sich weiter von den pandemiebedingten Umsatzeinbußen erholen und übertraf teilweise das Niveau aus dem Jahr 2022: Die Zahl der Übernachtungen in Betrieben stieg gegenüber 2022 um fast 0,2 Millionen (+0,3 %) und lag 2024 bei rund 66,3 Millionen. Im Bereich der Tagesreisen musste Schleswig-Holstein wiederholt ein Minus verbuchen. Dieses Phänomen ist jedoch deutschlandweit sichtbar und wird vor allem durch die Konsumzurückhaltung der Bevölkerung aufgrund der Preis- und Kostensteigerungen der letzten Jahre verursacht. Das Volumen sank von 128,0 Millionen auf 116,0 Millionen Tagesgäste (-9,4 %). Trotz des Rückgangs bei den Tagesgästen erhöhten sich die touristischen Bruttoumsätze von 10,37 Milliarden Euro auf 10,79 Milliarden Euro (+4,1 %). Auch die touristische Wertschöpfung stieg gegenüber 2022 auf 5,2 Milliarden Euro (+3,2 %).

Touristische Marktsegmente: Eine vielfältige Palette

Im Jahr 2024 reduzierte sich die Gesamtzahl der Aufenthaltstage auf 206,1 Millionen. Davon entfielen laut dwif-Tagesreisenmonitor 116,0 Millionen auf Tagesgäste, während 90,1 Millionen Aufenthaltstage von Übernachtungsgästen generiert wurden. Das Übernachtungssegment umfasst eine Vielzahl von Angeboten – von gewerblichen Betrieben über Privatvermieter, Freizeitwohnsitze, Sharing-Angebote bis hin zu Campingaufenthalten und Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten. Der Campingtourismus beinhaltet sowohl Touristik- als auch Dauercamping sowie den immer stärker werdenden Reisemobiltourismus. In Schleswig-Holstein machen die nicht gewerblichen Übernachtungen und der Campingtourismus mit 57,4 Millionen Übernachtungen mehr als 63,7 % aller Übernachtungen aus. Dies zeigt die Bedeutung des von der amtlichen Statistik nicht erfassten sog. Grauen Beherbergungsmarktes.

In Schleswig-Holstein konnten die touristischen Umsätze weiter gesteigert werden. Mit einem Bruttoumsatz von 10,8 Milliarden Euro wurde die Zehn-Milliarden-Euro-Marke erneut deutlich überschritten. Der Tourismus zählt damit zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen in Schleswig-Holstein. Den größten Anteil am Umsatz hatten Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (4,37 Milliarden Euro).



Im Vergleich zum Jahr 2022, in dem sich die Tourismusbranche in Schleswig-Holstein bereits spürbar von den pandemiebedingten Beschränkungen erholt hatte, konnte der Tourismussektor im Jahr 2024 weiter an Dynamik gewinnen. Die Umsätze stiegen um nominal (nicht inflationsbereinigt) 4,1 %, wobei die Umsätze aus VFR-Übernachtungen mit einer Steigerung von 11,2 % der stärkste Treiber waren. Auch in den übrigen Übernachtungssegmenten wurden deutliche Umsatzsteigerungen erzielt, während die Umsätze aus dem Tagestourismus aufgrund des rückläufigen Tagesreisevolumens um 0,5 % zurückgingen.

Branchen, die vom Tourismus profitieren

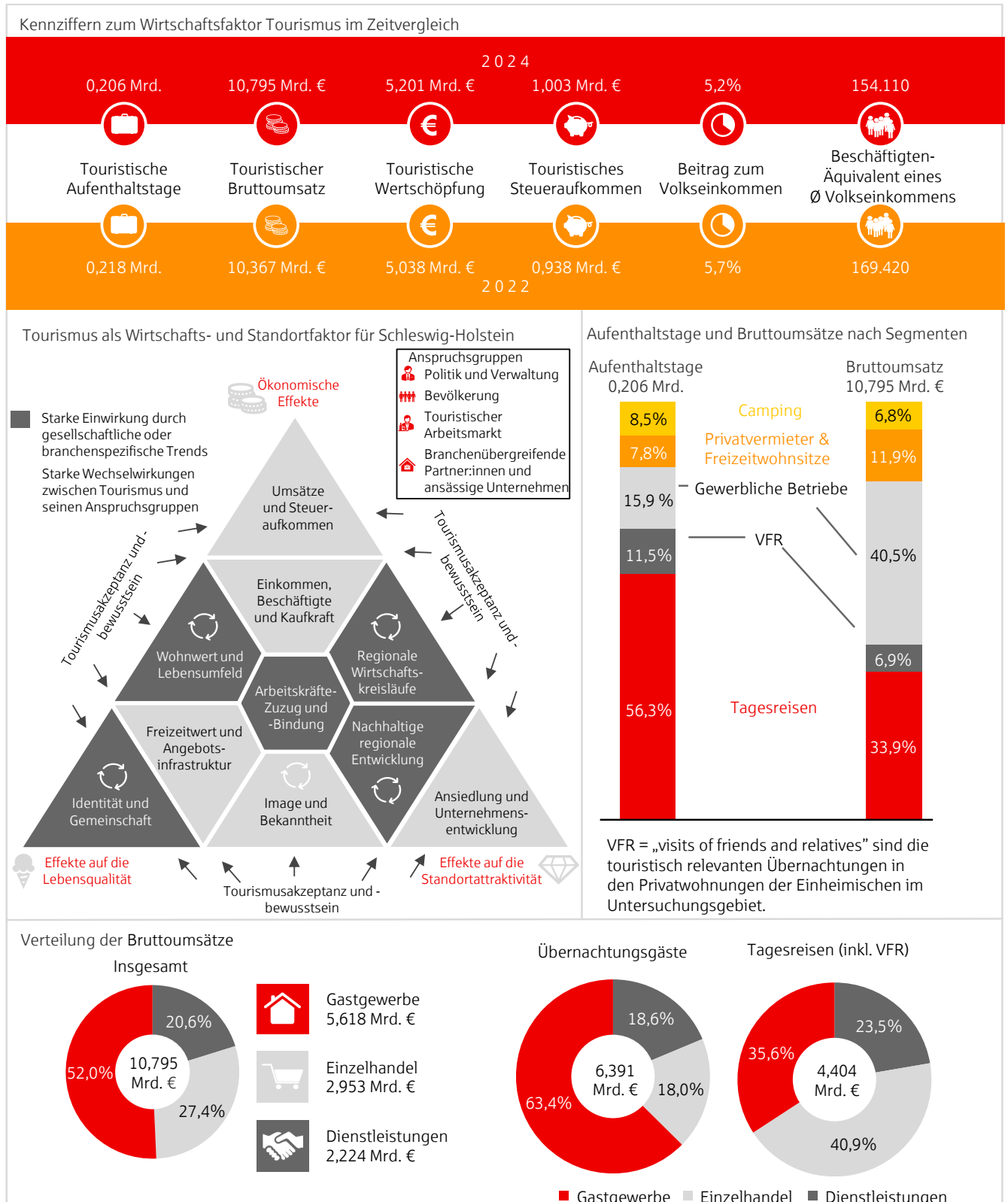
Der Tourismus in Schleswig-Holstein wirkt sich positiv auf zahlreiche Branchen aus. Mit 5,6 Milliarden Euro (52,0 %) ist das Gastgewerbe der größte Profiteur der touristischen Umsätze. An zweiter Stelle steht der Einzelhandel mit 3,0 Milliarden Euro (27,4 %). Das Ausgabeverhalten der Gäste unterscheidet sich deutlich je nach Aufenthaltsart: Übernachtungsgäste geben tendenziell mehr Geld im Gastgewerbe (Gastronomie und Unterkunft; 63,4 % ihrer Gesamtausgaben) aus, während Tagesgäste einen höheren Anteil zum Shoppen verwenden (40,9 % ihrer Ausgaben). Im Einzelhandel geben Übernachtungsgäste 18,0 % ihrer Gesamtausgaben aus. Darüber hinaus profitieren auch Dienstleistungsbereiche wie Freizeit-, Kultur- und Sportanbieter durch den Verkauf von Eintrittskarten, Mobilitäts tickets und anderen touristischen Services. Hier wird ein Umsatz von 2,22 Milliarden Euro im Jahr 2024 erwirtschaftet. Die Verteilung der Umsätze macht deutlich, dass der Tourismus in Schleswig-Holstein eine wichtige Rolle bei der Unterstützung verschiedener Branchen und Unternehmen spielt. Die Unterschiede im Konsumverhalten der Gäste unterstreichen die Vielfalt des Tourismus in Schleswig-Holstein und zeigen, dass er eine breite Palette von Angeboten und Dienstleistungen umfasst.

Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt durch den Tourismus

Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der nicht nur Umsätze generiert, sondern auch Einkommen schafft. Die Vielfalt der touristischen Angebote spiegelt sich auch in den Beschäftigungsmöglichkeiten wider. Der Tourismus bietet ein breites Spektrum von Arbeitsplätzen für Menschen mit unterschiedlichen Berufsqualifikationen – von Aushilfskräften bis hin zu Führungspositionen. Die Beschäftigungsverhältnisse sind vielfältig und reichen von Saison- bis zu Vollzeitbeschäftigungen. Viele dieser Arbeitsplätze sind nicht ausschließlich dem Tourismus zuzurechnen, da auch Einheimische zu den Kund:innen tourismusnaher Betriebe zählen.

Zur Quantifizierung der durch den Tourismus generierten Arbeitsplätze wird ein Einkommensäquivalent berechnet. Dabei wird der touristische Einkommensbetrag von 5,2 Milliarden Euro in Beziehung zum durchschnittlichen Volkseinkommen pro Kopf (33.747 Euro) in Schleswig-Holstein gesetzt. Dies ergibt ein Äquivalent von 154.110 Personen (inklusive mitzuversorgender Haushaltsmitglieder), die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen durch den Tourismus bestreiten können. Im Vergleich zu 2022 ist der Wert um rund 15.310 Personen gesunken. Die Verringerung der ortsgebundenen Arbeitsplätze im Tourismus kann auf verschiedene Faktoren zurückgeführt werden. Der Rückgang um 9,0 % gegenüber 2022 ist hauptsächlich auf das im Vergleich zur touristischen Wertschöpfung deutlich stärker gestiegene Volkseinkommen zurückzuführen. Ein weiterer Grund dafür ist der Rückgang der Tagesreisen, der zu einer Verschiebung in der Struktur der touristischen Nachfrage geführt hat.

Abb. 2: Kennzahlen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus Schleswig-Holstein 2024



Quelle: dwif 2025

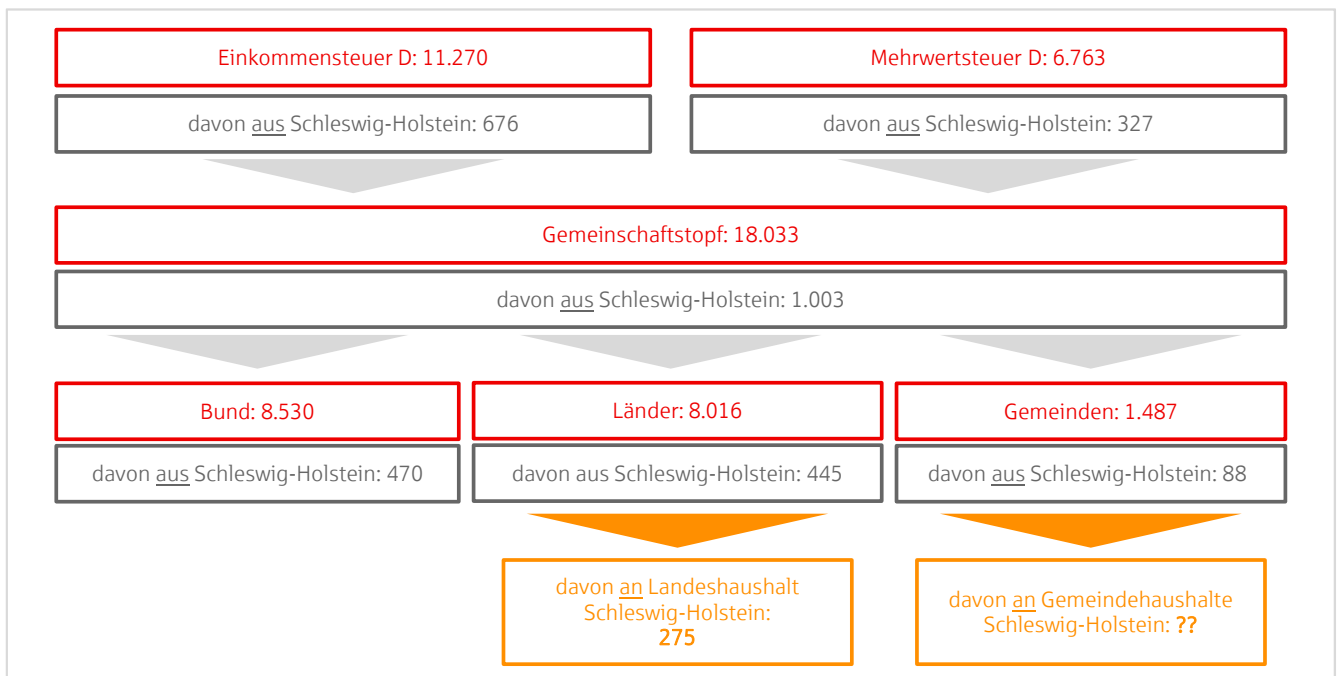
Steuereffekte

Vom Steueraufkommen durch den Tourismus profitieren Bund, Länder und Kommunen. Allein durch die Mehrwert- und Einkommenssteuer wurde im Jahr 2024 ein Steueraufkommen von knapp über einer Milliarde Euro durch den Tourismus in Schleswig-Holstein generiert. Hinzu kommen Einnahmen aus Grundsteuer, Gewerbesteuer, Tourismus- oder Kurabgabe.

Die dem Bundesland Schleswig-Holstein zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich nur überschlägig und unter Zuhilfenahme bundesweiter Relationen darstellen. Allein aus dem Gemeinschaftssteuertopf (Mehrwert- und Einkommensteuer) und den dorthin fließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen aus ganz Deutschland fliegen Schleswig-Holstein Einnahmen in Höhe von rund 275 Millionen Euro zu. Den Regularien des vertikalen Finanzausgleichs folgend, ist eine unmittelbare Gegenüberstellung des aus Schleswig-Holstein stammenden, touristisch bedingten Steueraufkommens (1.003 Mio. Euro) mit den auf Schleswig-Holstein entfallenden touristisch bedingten Steuereinnahmen aus diesen beiden Steuerarten nicht zulässig, da ursächliche Verknüpfungen nicht gegeben sind. Schleswig-Holstein profitiert vom deutschlandweiten Steueraufkommen aus dem Tourismus. Ebenso profitieren der Bund und alle Bundesländer vom tourismusbedingten Steueraufkommen in Schleswig-Holstein.

Nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalysen) lassen sich die den Kommunen in Schleswig-Holstein zufließenden, touristisch bedingten Steuereinnahmen ermitteln. Untersuchungen des dwif zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort erzielten touristischen Nettoumsätze zufließen. Die durch den Tourismus freigesetzten Mittel stehen für tourismusrelevante Investitionen zur Verfügung und können zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte beitragen.

Abb. 3: Steuerliche Effekte aus tourismusbezogener Einkommen- und Mehrwertsteuer für Deutschland und Schleswig-Holstein 2024 in Mio. Euro



Quelle: dwif 2025



Steigerung der Wertschöpfung im Tourismus

Für die Steigerung der Wertschöpfung im Tourismus gib es grundsätzlich zwei Ansatzpunkte:

- Steigerung der Gäste- bzw. Übernachtungszahlen
- Steigerung der Gästerausgaben

Für die Steigerung der Gäste- bzw. Übernachtungszahlen und die damit einhergehende höhere Wertschöpfung ist eine Definition der relevanten Zielgruppen für die Region erforderlich. Mit passgenauen zielgruppenspezifischen Angeboten sowie der differenzierten Zielgruppenansprache werden die gewünschten Adressaten erreicht. Neben zielgruppenspezifischen Angeboten und deren Bewerbung ist die Relevanz von Qualität und Nachhaltigkeit der Angebote in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Eine hohe Angebots- und Servicequalität führt zu einer größeren Zahlungsbereitschaft, wodurch wiederum die Gästerausgaben gesteigert werden können. Durch eine höhere Zahlungsbereitschaft ist das Potenzial für Zusatz- und Sonderausgaben größer. Das gilt für die Gastronomie, das Beherbergungsgewerbe, den Einzelhandel und die Freizeitwirtschaft.

Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor für Schleswig-Holstein!

Durch den Tourismus entstehen nicht nur Steuer- und Beschäftigungseffekte, die sich neben den direkten touristischen Einnahmen positiv auf die Standorte auswirken. Weitere Faktoren sind unter anderem Vernetzungseffekte, Infrastrukturverbesserung und Erhöhung der Standortattraktivität:

- **Vernetzungseffekte der Regionen und Orte:** Tourismus findet oft über Orts- und Gemeindegrenzen hinweg statt, sodass für eine optimale Angebotsgestaltung die Zusammenarbeit der Vertreter mehrerer Gemeinden, Orte, Städte oder Regionen fordert. Dadurch können Synergieeffekte entstehen.
- **Verbesserung der Infrastrukturausstattung:** Touristische Orte sind meist besser mit Freizeiteinrichtungen wie Schwimm- und Erlebnisbädern, Museen, Ausstellungen, aber auch Rad- und Wanderwegen sowie mit (Kur-)Parks ausgestattet als andere Orte. Dies spiegelt sich auch im gastronomischen Angebot wider. Ein abwechslungsreiches Angebot erhöht auch für die Einheimischen den Freizeit- und Erholungswert ihres Ortes und bindet zudem deren Kaufkraft, wodurch wiederum die Wertschöpfung der Region gesteigert wird.
- **Imageverbesserung/Erhöhung der Standortattraktivität:** Auch in Bezug auf die sogenannten weichen Standortfaktoren leistet der Tourismus einen wichtigen Beitrag. Er kann zur Imageverbesserung beitragen und den Bekanntheitsgrad eines Ortes steigern. Der Tourismus erhöht den Freizeitwert und damit die Lebensqualität der Bevölkerung. Zudem liegen Wohnwert und Baulandpreise meist über jenen nicht-touristischer ländlicher Gemeinden. Gleichzeitig gilt es hier die Balance zu halten zwischen Preissteigerungen und einer bezahlbaren Wohnsituation für die Menschen vor Ort.

Für viele Unternehmer:innen wird eine hohe Freizeitattraktivität bei der Gewinnung von Fachkräften immer relevanter. Als Stabilisator der regionalen Entwicklung trägt der Tourismus unter anderem zur Sicherung von Einzelhandel, (Dorf-)Kneipen, Landgasthöfen, Ärzten, Banken- und Sparkassenfilialen, Veranstaltungen und des ÖPNV-Angebotes bei.

Aktuelles aus dem Monitoring des Schleswig-Holstein-Tourismus

Rahmenbedingungen

Ein Zusammenspiel wirtschaftlicher Einflüsse und ambivalenter Entwicklungen beim Reiseverhalten, das zwischen Wandel und Kontinuität changiert, sowie die anhaltenden Transformationsprozesse im Kontext von Nachhaltigkeit und Digitalisierung, prägen die aktuellen Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche in Schleswig-Holstein. So wirkt sich die wirtschaftliche Stimmung im Land auch auf das Konsum- und Reiseverhalten aus. Die Menschen blicken inzwischen weniger pessimistisch in die Zukunft, erwarten wieder eine steigende Konjunktur (aktuell liegt der Wert auf dem höchsten Stand seit Februar 2022) und verbesserte Einkommensaussichten. Dagegen führen Verunsicherung und fehlende Planungssicherheit zu einer zunehmenden Sparneigung der Verbraucher, die Anschaffungsneigung bleibt verhalten. Entsprechend verharzt das Konsumklima bislang nahezu unverändert auf einem niedrigen Niveau. Gleichzeitig liegt die Inflation seit längerem recht stabil rund um die 2 %-Marke und damit nahe der durch die Europäische Zentralbank definierten Preisstabilität, während eine positive Entwicklung der Reallöhne zu beobachten ist. Auf der betrieblichen Seite liegt der touristische Vertriebsklimaindex seit Mitte 2023 stabil bei etwas mehr als 100 Punkten und demnach leicht im positiven Bereich.

Wirtschaftliche Entwicklung wirkt sich stark auf die Urlaubsplanung aus.

Für die Tourismusbranche bedeutet das: Die wirtschaftliche Entwicklung bildet derzeit den bedeutendsten Einflussfaktor für die Urlaubsplanung. Trotz gestiegener Preise ist das verfügbare Budget für mehr als die Hälfte der Reisenden im Zweijahresvergleich unverändert geblieben. Jedem vierten Reisenden steht in diesem Jahr sogar mehr Geld zur Verfügung, was dazu führt, dass man sich beispielsweise in höherem Maße Qualität und Komfort gönnt, häufiger und länger verreist. Auf der anderen Seite müssen sich dagegen knapp 25 % der Bevölkerung bei ihren Urlaubsausgaben aus finanziellen Gründen zurückhalten. Die Konsequenz: Entweder wird der Urlaub ganz gestrichen oder die Anzahl und Dauer der Reisen sowie der Komfort werden reduziert. Gespart wird darüber hinaus durch die Wahl günstigerer Destinationen und/oder Unterkünfte sowie bei den Nebenkosten vor Ort.

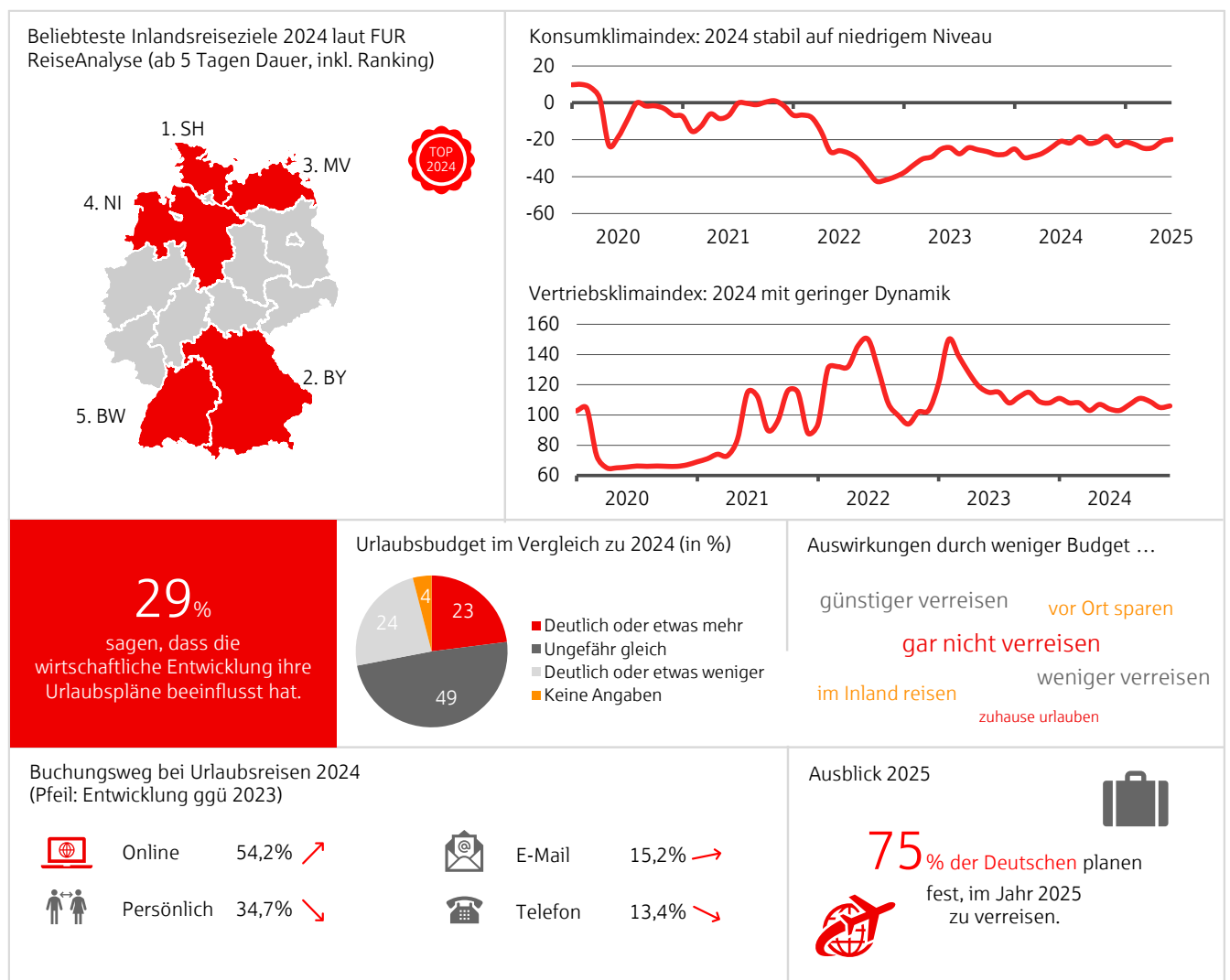
Viele Menschen betrachten Reisen als etwas Besonderes und haben unverändert das Bedürfnis danach. Verglichen mit der vorpandemischen Zeit erfährt der Urlaub bei einigen nun mehr Wertschätzung und wird bewusster genossen. Nach den Krisen und Umbrüchen der vergangenen Jahre ist das Reiseverhalten in vielen Bereichen inzwischen zu den gewohnten Mustern zurückgekehrt. Teilweise werden sogar neue Rekordwerte erreicht. Reiselust und -absichten sind hoch, die Reisehäufigkeit hat insgesamt zugenommen, und die steigende Inlandsnachfrage wirkt sich positiv auf den Tourismus aus. Allerdings bestehen einkommensabhängig teilweise deutliche Unterschiede. Ein kleinerer Teil der Bevölkerung muss sich als Folge der Pandemie bei der Anzahl, der Dauer bzw. den Kosten der Urlaubsreisen einschränken.

Rückkehr zum alten Reiseverhalten und neue Rekordwerte

Auch bei den Reisezielen und Urlaubsformen zeigt sich grundsätzlich Stabilität: Rund drei Viertel der Urlaubsreisen und jede vierte Kurzurlaubsreise führen ins Ausland. Deutschland ist und bleibt weiterhin das beliebteste Reiseland der Deutschen. Unter den populärsten Bundesländern findet sich laut FUR-Reiseanalyse erstmals Schleswig-Holstein an der Spitze. Es folgen Mecklenburg-Vorpommern, Bayern, Niedersachsen und Baden-Württemberg. Hoch im Kurs stehen wie bisher je nach Studie insbesondere Bade- und Entspannungsurlaube. Stark nachgefragt sind zudem Familien- und Natururlaube, Städte- und Erlebnisreisen sowie Urlaub auf dem Land oder in den Bergen.

Angesichts der stark nachgefragten Destinationen im Mittelmeerraum verwundert es nicht, dass sich die Pauschalreise weiterhin hoher Beliebtheit erfreut. Auch die Wahl des Verkehrsmittels hängt stark vom Reiseziel ab. Das Auto stellt weiterhin ein wichtiges Verkehrsmittel für die An- und Abreise dar, Flugreisen haben im Vergleich zu 2022 wieder an Bedeutung gewonnen.

Abb. 4: Reiseverhalten 2025



Quelle: dwif 2025, Daten FUR ReiseAnalyse 2025, NIM/GfK Konsumklima, TVKI



Wann der Haupturlaub gebucht wird, hängt für jeden zweiten von der eigenen finanziellen Sicherheit ab. Ein Drittel plant und bucht den Urlaub schon sehr früh, dies gilt insbesondere für die höheren Einkommensklassen. Eine langfristige Vorbuchung ist zudem unter älteren Reisenden stärker verbreitet als in jüngeren Altersgruppen. Ungebrochen ist der langfristige Trend zur Onlinebuchung, während alle anderen Buchungswege rückläufig sind oder auf vergleichsweise niedrigem Niveau weitgehend stagnieren.

Langfristiger Trend zur Onlinebuchung ungebrochen, Flexibilität weiterhin wichtig

Ein zentrales Buchungskriterium für den Haupturlaub bildet für die Mehrheit der Reisenden eine unkomplizierte und planmäßige An- und Abreise. Wichtig sind zudem eine intakte Natur vor Ort, hochwertige Leistungen sowie Internet und Mobilfunk. Knapp die Hälfte sucht nach Möglichkeiten der Kostenoptimierung. Der Wunsch nach Flexibilität bei den Umbuchungs- und Stornierungsbedingungen hat zwar an Bedeutung verloren, findet sich aber nach wie vor unter den Top-Ten-Entscheidungskriterien. Jeder dritte Reisende ist sogar bereit, hierfür einen moderaten Aufpreis zu zahlen. Auch ein Plus an Qualität trifft auf eine höhere Zahlungsbereitschaft.

Der hohen Bedeutung einer intakten Natur am Urlaubsort zum Trotz, finden sich explizite Nachhaltigkeitsaspekte bei den Entscheidungskriterien erst auf hinteren Plätzen. Ein nachhaltiges Mobilitätsangebot vor Ort, Nachhaltigkeit insgesamt und eine nachhaltige An- und Abreise sind aus Sicht der Kund:innen zwar relevant, bei der konkreten Buchungsentscheidung jedoch weniger wichtig als viele andere Kriterien. Auch die Bereitschaft, einen Aufpreis für die Gesamtnachhaltigkeit der Reise oder einen Ausgleich für den ökologischen Fußabdruck zu leisten, ist vergleichsweise gering ausgeprägt.

Starke Nachfragepotenziale als Grundlage für ein erfolgreiches Tourismusjahr

Der Ausblick auf das Reisejahr 2025 ist von einer erwarteten starken Urlaubsnachfrage geprägt. Die Touristiker sind gefordert, attraktive, bezahlbare und komfortabel online buchbare Angebote zu schaffen, die den Bedürfnissen ihrer Zielgruppen entsprechen und eine angemessene Flexibilität gewährleisten. Durch die Kombination von Qualität, Nachhaltigkeit und bezahlbaren Preisen können die Destinationen und Betriebe die Erwartungen der Reisenden erfüllen und gleichzeitig die wirtschaftliche und ökologische Tragfähigkeit des Tourismus sicherstellen.³

Modellprojekt Kennzahlen – Monitoring on demand

Das Modellprojekt Kennzahlen bietet auf Basis von elf ausgewählten Modellorten – die im Jahr 2024 rund 47 % der gewerblichen Übernachtungen in Schleswig-Holstein abbilden – einen umfassenden und monatlich aktualisierten Überblick über den touristischen Gesamtmarkt in Schleswig-Holstein. Die Datengrundlage bildet die Meldescheinstatistik, die einen Abgleich mit der amtlichen Tourismusstatistik ermöglicht.

Da etwa 60 % des Übernachtungsmarktes in Schleswig-Holstein – insbesondere Betriebe mit weniger als zehn Schlafgelegenheiten – in der amtlichen Statistik nicht erfasst werden, schließt das Modellprojekt eine bedeutende Informationslücke. Zu den nicht erfassten Segmenten zählen unter anderem Besuche bei Verwandten und Bekannten, Dauercamping, Reisemobilist:innen sowie Privatvermieter:innen, Freizeitwohnsitze und Sharing-Angebote.

Genau hier setzt das Modellprojekt an: Für eine effektive Steuerung dieses wirtschaftlich bedeutenden Sektors ist eine möglichst vollständige und aktuelle Datenbasis unerlässlich. Die aggregierten Daten aus den Partnerkommunen werden regelmäßig exklusiv über das Tourismusbarometer bzw. den Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH) an die Tourismuswirtschaft kommuniziert. Die Partnerkommunen erhalten über interaktive Dashboards und Echtzeitanalysen direkten Zugang zu den Daten.

³ GfK/NIM, ADAC- Tourismusstudie 2025, Deutsche Tourismusanalyse 2025/Zukunftsinstitut, Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse



Tourismusakteur:innen profitieren dabei in mehrfacher Hinsicht: Sie erhalten eine fundierte Grundlage, um die eigene Marktentwicklung besser einzuschätzen, relevante Erkenntnisse zu gewinnen, Herausforderungen zu verstehen und daraus strategische sowie operative Entscheidungen abzuleiten. Das Datenset enthält zentrale bundesweite Indikatoren zur aktuellen Wirtschaftslage sowie weitere tourismusrelevante Kennzahlen auf Ortsebene. Diese dienen sowohl als Frühwarnsystem für zukünftige Entwicklungen als auch als Basis für rückblickende Analysen.

Das Datenset dient den Modellstandorten sowohl als Orientierungshilfe für strategische Planungen als auch für kurzfristige operative Entscheidungen.

Tourismusbilanz 2024: Rückgang bei Kleinstvermieter:innen dämpft Gesamtentwicklung

Im Jahr 2024 verzeichneten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe der Modellorte einen Zuwachs von 1,1 % bei den Übernachtungen sowie einen Anstieg der Ankünfte um 3,0 %. Unter Berücksichtigung der Meldescheindaten, die auch Privatvermietungen einbeziehen, reduziert sich das Wachstum bei den Übernachtungen des touristischen Gesamtmarktes auf 0,5 % (Ostsee: +2,1%; Nordsee: -0,4%), während die Zahl der Ankünfte um 3,9 % zunahm (Ostsee: +7,2%; Nordsee: +1,3%).

Die Entwicklung an der Nord- und Ostseeküste verlief unterschiedlich: Während die Übernachtungszahlen in den Nordseeorten um 0,4 % zurückgingen, verzeichneten die Modellorte an der Ostsee (ohne die großen Städte) einen Anstieg um etwa 2 % im Vergleich zum Vorjahr. Mögliche Gründe für diesen Zuwachs könnten eine gesteigerte Attraktivität der Region durch Investitionen in Infrastruktur und touristische Angebote sowie veränderte Reisepräferenzen sein. Auch angebotsseitige Faktoren, insbesondere Limitierungen im Angebot auf den Inseln können eine Rolle spielen. Diese Entwicklung ist auch als Ergebnis einer Strategie des qualitativen Wachstums zu verstehen, bei der verstärkt die Wertschöpfungspotenziale im Fokus stehen.

Wenn man den gewerblichen Beherbergungsmarkt vom touristischen Gesamtmarkt abzieht, zeigt sich bei den Privatvermieter:innen ein Nachfragerückgang von 1,3 %. Dies bestätigt den Trend hin zu gewerblichen Betrieben und klassischen Reisemustern, während die Hotellerie weiterhin daran arbeitet, aufzuholen.

Nach Jahren kontinuierlichen Wachstums, getragen von Angebotsausbau und günstigen Rahmenbedingungen, zeichnet sich nun eine Stabilisierung auf hohem Niveau ab. Die Herausforderung besteht darin, die erreichten Volumina langfristig zu sichern. Die Meldescheinstatistik zeigt eine rückläufige Nachfrage bei Kleinstvermieter:innen mit weniger als zehn Schlafgelegenheiten – nach der pandemiebedingten Hochphase bevorzugten Reisende wieder vermehrt klassische Unterkunftsformen wie Hotels.

Sinkende Aufenthaltsdauer in den Modellorten

Die Modellorte verzeichnen einen Rückgang der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste. Während diese 2019 noch bei 6,5 Tagen lag, sank sie 2024 auf 6,1 Tage (Nordsee: 7,1 Tage/6,8 Tage; Ostsee: 5,8 Tage/5,2 Tage). Dieser Trend ist bereits seit der Corona-Pandemie zu beobachten und hat verschiedene Ursachen:

- In Schleswig-Holstein lässt sich eine Verschiebung der Nachfrage bei den Betriebstypen feststellen. Während das Übernachtungsvolumen im Betriebstyp Vorsorge- und Rehakliniken mit ihren typischerweise langen Aufenthaltsdauern in den letzten Jahren stagnierte, zogen die Zahlen in der Hotellerie, bei Ferienwohnungen und im Campingsegment an.
- Eine sinkende Aufenthaltsdauer kann dann positiv bewertet werden, wenn sie mit einer stärkeren Ganzjahresauslastung einhergeht. Seit 2019 sind die Frühjahrs- und Herbstmonate im Vergleich zur Hauptsaison überdurchschnittlich stärker nachgefragt, mit kürzeren Aufenthalten als bei klassischen Sommerurlaube.
- Während sich die ersten beiden Punkte durch strukturelle Verschiebungen erklären lassen, liegt die dritte Ursache im veränderten Reiseverhalten. Denn auch in den Sommermonaten hat sich die Verweildauer bei



Haupturlaubsreisen leicht verkürzt. Ob dies mit dem Zusammenspiel von aktuellen Zielgruppen und Preisentwicklung/Zahlungsbereitschaft zusammenhängt, lässt sich nicht abschließend belegen.

Aus diesen Beobachtungen ergeben sich Anforderungen an die Branche: Die Bemühungen um eine ausgeglichene Saisonverteilung zeigen Wirkung und sollten durch gezielte Kommunikation, Veranstaltungen und ähnliche Maßnahmen weiter intensiviert werden. Auf der betrieblichen Seite trägt eine höhere Auslastung in der Nebensaison zur Sicherung des Betriebsergebnisses sowie zu ganzjährigen Beschäftigungsverhältnissen bei. Gleichzeitig verlangen kürzere Aufenthaltsdauern und immer kurzfristigere Buchungszeitpunkte eine gesteigerte Flexibilität, spontane Marketingaktivitäten und erschweren die Planbarkeit.

Ein Blick auf die saisonale Nachfrage

Die Entwicklung der Übernachtungszahlen weist deutliche saisonale Schwankungen auf. Während die Monate Januar, März/April sowie August unter den Vorjahreszahlen lagen, verzeichneten Februar, November und Dezember ein Wachstum von knapp 10 %. Besonders auffällig ist der Rückgang von 9 % im August, was möglicherweise auf den verregneten Sommer 2023 zurückzuführen ist. Viele Gäste, die ihre Ferien damals bei schlechtem Wetter verbrachten, entschieden sich 2024 für Reiseziele mit stabileren klimatischen Bedingungen.

Demgegenüber konnte die Pfingstzeit im Mai/Juni ein Wachstum von 4 % verzeichnen. Ob dies auf gezielten Maßnahmen zur Verlagerung der Hauptsaison in die Nebensaison beruht oder ob das Wetter eine entscheidende Rolle spielte, bleibt offen.

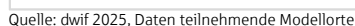
Die saisonale Nachfrage weist sowohl Rückgänge als auch Zuwächse auf, die auf unterschiedliche Faktoren zurückgehen dürften. Neben den klimatischen Bedingungen beeinflussen auch wirtschaftliche Rahmenbedingungen und die Preisgestaltung konkurrierender Regionen im Ausland das Buchungsverhalten der Reisenden.

Touristische Entwicklung im ersten Halbjahr 2025: Kleinstvermieter:innen mit verhaltenem Start

Im ersten Halbjahr 2025 zeigte sich die touristische Nachfrage in den Modellorten durchwachsen: Während die Zahl der Ankünfte mit einem Plus von 0,3 % knapp über dem Vorjahresniveau lag, gingen die Übernachtungen um 2,1 % zurück. Bei den Übernachtungen reichte die Spannbreite der Veränderungsraten von -12,8 % in Eckernförde bis +1,9 % für die Insel Fehmarn. Ein regionaler Blick verdeutlicht, wie unterschiedlich sich die Nachfrage in den Küstenorten entwickelte:

- Nordseeorte: Insgesamt verzeichneten die Orte an der Nordseeküste ein Minus von 2,9 %. Lediglich Büsum konnte mit +0,9 % einen Zuwachs bei den Übernachtungen erreichen – alle anderen Modellorte mussten Einbußen hinnehmen.
- Ostseeorte: Von den sechs Modellorten entlang der Ostsee lag der Übernachtungsrückgang bei durchschnittlich 0,6 %. Positive Entwicklungen zeigten nur die Insel Fehmarn (+1,9 %) und Grömitz (+0,3 %).

Es bleibt abzuwarten, inwiefern die konjunkturellen Rahmenbedingungen, vor allem während der volumenstarken Sommermonate, die Entwicklung der Nachfragekennziffern beeinflussen.



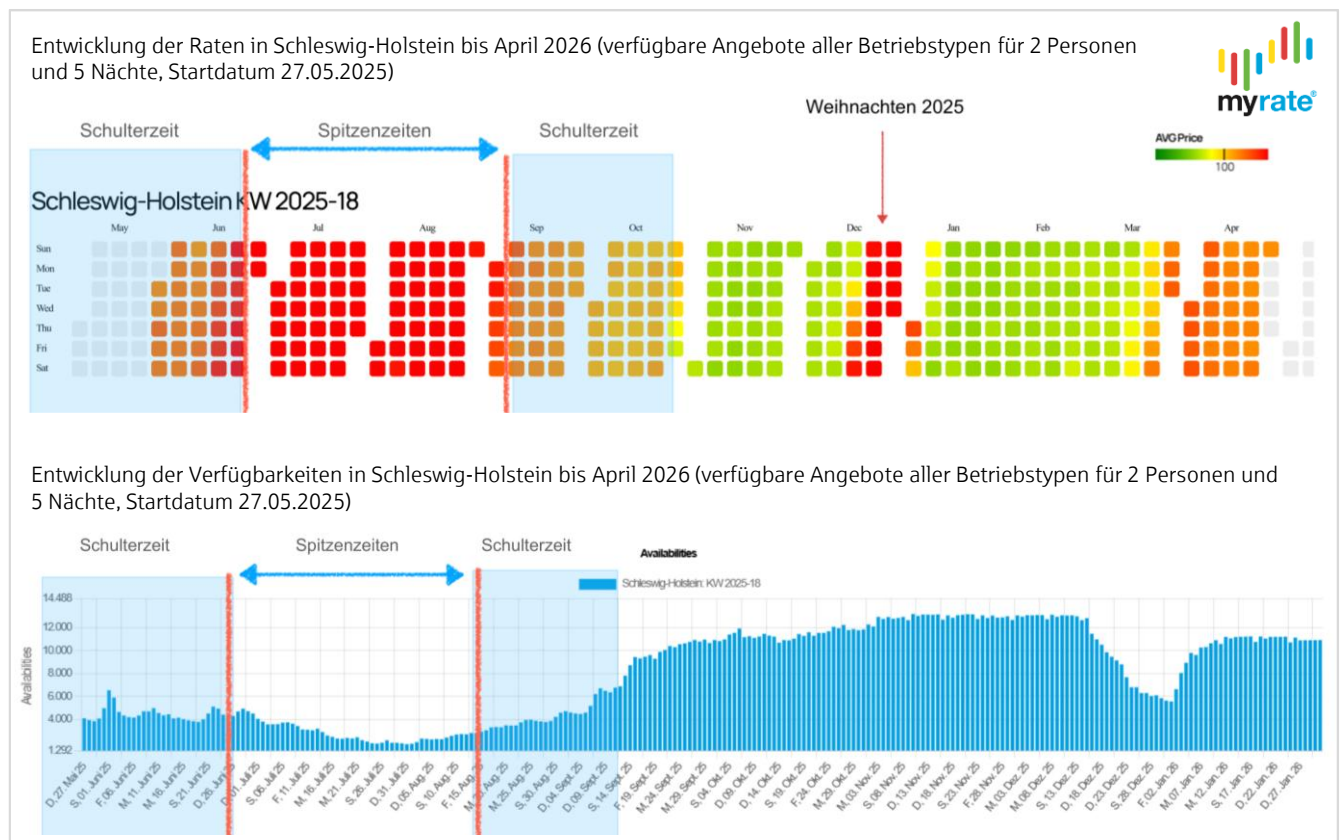
Prospektive Kennzahlen über eine strategische Kooperation mit myrate

Seit 2025 kooperiert das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein mit myrate. Mithilfe einer Scraping-Methode zieht myrate täglich Daten von den Websites relevanter Online Travel Agencys zur Verfügbarkeit und zu den Raten. Als Betrachtungszeitraum werden die Daten jeweils 365 Tage in die Zukunft ausgespielt. In die Analyse fließen verschiedene verfügbare Daten ein, darunter Übernachtungspreise, Mindestaufenthalte, Wetter oder Events. Ausgangspunkt für die folgenden Ableitungen ist der Stichtag 27. Mai 2025.

Entwicklung der Raten: Die Sommermonate Juli und August stechen in Schleswig-Holstein durch hohe Raten deutlich als Spitzenzeiten heraus. Auch in den Monaten nach den Sommerferien bleiben die Raten auf einem hohen Niveau – ein Ausdruck der positiven Erwartungen der Gastgeber, gestützt durch die gute Entwicklung der Herbstmonate in den vergangenen Jahren. Im November sowie zwischen der zweiten Januarwoche und Mitte März fallen die Raten erfahrungsgemäß deutlich ab. Über Weihnachten und Silvester 2025 erreichen sie ein Niveau, das mit den Sommermonaten vergleichbar ist. Auf dieser Grundlage lässt sich das Yield-Management gezielt anpassen. Gleichzeitig können Benchmarks zur Erfolgskontrolle genutzt und individuelle Buchungs- sowie Stornierungsbedingungen integriert werden – zum Beispiel Mindestaufenthaltsdauern oder verbindliche Buchungen während Spitzenzeiten.

Entwicklung der Verfügbarkeiten: In Schleswig-Holstein zeigt sich über die Sommermonate (von Juni bis in den September) ein deutlicher Rückgang der Verfügbarkeiten, was mit den steigenden Preisen korreliert. Auch für Weihnachten/Silvester 2025/2026 zeichnet sich bereits eine hohe Auslastung ab. Auffällig ist der Blick in das Segment der 4/5-Sterne-Ferienwohnungen. Hier ist der Anteil nicht mehr verfügbarer Angebote mit 98% am höchsten. Qualitativ hochwertigere und vielfach auch teurere Unterkünfte werden derzeit stärker nachgefragt als andere. Dies belegt einmal mehr die Qualitätsansprüche der Reisenden sowie die Bedeutung des Preis-Leistungs-Verhältnisses.

Abb. 6: Preise und Verfügbarkeiten im Buchungsvorlauf in Schleswig-Holstein



Quelle: myrate 2025



Schleswig-Holstein- Tourismus im Wettbewerbsvergleich

Touristische Nachfrage

Der Schleswig-Holstein-Tourismus zeigte sich 2024 stabil

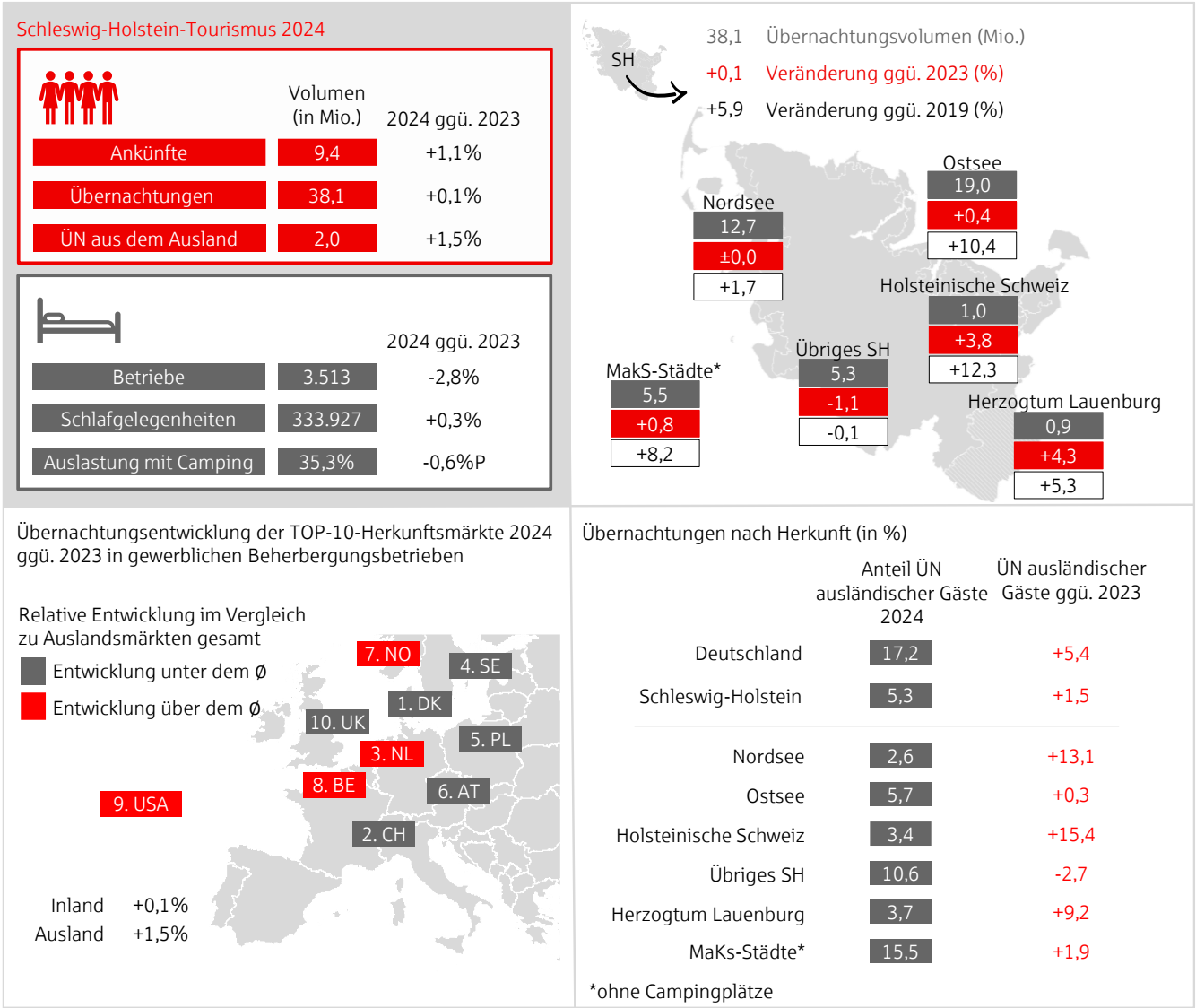
Im Jahr 2024 verzeichneten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein mit zehn und mehr Betten 9,42 Millionen Gäste und 38,09 Millionen Übernachtungen. Sowohl die Zahl der Ankünfte (+1,1 %) als auch die der Übernachtungen (+0,1 %) lag leicht über dem Vorjahresniveau, was einem neuen Höchstwert entspricht. Im bundesweiten Vergleich stiegen die Übernachtungszahlen mit +1,8 % dynamischer als in Schleswig-Holstein. Ohne das Marktsegment der Vorsorge- und Rehaklinken lägen die Übernachtungszahlen in Schleswig-Holstein um 0,2 % unter denen des Vorjahres. Mit Ausnahme des Saarlands konnten alle Bundesländer das Vorjahresergebnis wieder erreichen oder übertreffen. Besonders stark entwickelten sich die Stadtstaaten Bremen (+4,0 %) und Berlin (+1,8 %) sowie das ebenfalls städtisch geprägte Hessen (+3,2 %). Mit einem Plus von 2,3 % positionierte sich das Küstenbundesland Mecklenburg-Vorpommern oberhalb des Bundesdurchschnitts. Niedersachsen erzielte ein Plus von 1,0 %. Im Vergleich mit dem Jahr 2019 bleibt Schleswig-Holstein das erfolgreichste Bundesland. Das Nachfrageniveau wurde um 5,9 % übertroffen. Bundesweit wurde das Niveau von 2019 im Jahr 2024 erstmals wieder erreicht. Niedersachsen lag noch leicht darunter, während Mecklenburg-Vorpommern noch 3,6 % fehlten.

Der Marktanteil Schleswig-Holsteins an allen Übernachtungen in Deutschland ging 2024 erneut leicht zurück und betrug 7,7 %. Damit nähert er sich zunehmend dem Wert des Jahres 2019 an, was darauf hindeutet, dass die klassischen Reisemuster endgültig zurückkehren. Die deutschen Küstenregionen sind nicht mehr automatisch das unangefochtene Top-Reiseziel der Bundesbürger, wie das in den Pandemie Jahren der Fall war. Insgesamt war 2024 ein Jahr der Stabilisierung für den Deutschland-Tourismus. Nach mehreren Jahren mit starken Schwankungen fielen die Entwicklungsraten 2024 wieder deutlich moderater aus. Die Zeit der großen Einbrüche und dynamischer Aufholjagden ist vorerst vorbei. Aus Kund:innensicht gewinnt das Preis-Leistungs-Verhältnis zunehmend an Bedeutung und beeinflusst die Reiseentscheidungen maßgeblich. Vor diesem Hintergrund wächst die Konkurrenzsituation sowohl zwischen In- und Ausland als auch zwischen den deutschen Destinationen. Wie sich diese Rahmenbedingungen künftig auf den Erfolg der Destinationen in Schleswig-Holstein auswirken werden, bleibt abzuwarten.

Starke Nebensaison, Rückgänge in den Sommermonaten

Der Saisonverlauf in Schleswig-Holstein zeigt ein differenziertes Bild. In den Nebensaisonmonaten Februar, November und Dezember stiegen die Übernachtungszahlen um 5,2 bis 7,3 %. In den Sommermonaten Juni und Juli wurde das Vorjahresergebnis durch Rückgänge an Nord- und Ostsee verfehlt. In diesen beiden Monaten gab es zusammen rund 100 Sonnenstunden weniger als im Vorjahr. Im Juni lag die Niederschlagsmenge viermal so hoch wie im Jahr 2023, was sich insbesondere in rückläufigen Übernachtungen im Campingsegment widerspiegelte. Dies zeigt einmal mehr, wie wetteranfällig der Tourismus an den Küsten ist und wie kurzfristige Stornierungsmöglichkeiten die Nachfrage beeinflussen können. Umso wichtiger ist es, die Küsten als wetterunabhängige Reisedestinationen zu vermarkten.

Abb. 7: Touristische Nachfrage in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten Statistikamt Nord

Rückgänge im Binnenland, Küsten stabil

Nachdem sich im Vorjahr das Übrige Binnenland dynamischer als die Küsten zeigte, kehrte sich diese Entwicklung 2024 wieder zugunsten der Küsten um. Hier blieben die Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr stabil, während das Binnenland das Nachfrageniveau des Jahres 2023 verfehlte.

- Die positivste Entwicklung zeigte sich in der Holsteinischen Schweiz. Trotz deutlicher Rückgänge in der Hotellerie (-6,8 %), die vor allem auf einen Einbruch bei den Hotels garnis (-20,7 %) zurückzuführen sind, konnte insgesamt eine positive Bilanz gezogen werden. Das Übernachtungsplus von 3,8 % resultierte vor allem aus dem starken Abschneiden der Campingplätze mit rund 10 % mehr Übernachtungen als im Vorjahr sowie einem Plus bei Ferienhäusern und -wohnungen (+2,1 %).
- An der Ostsee war 2024 ein Übernachtungsplus von 0,4 % zu verzeichnen, getragen vom Wachstum in der Hotellerie (+2,6 %). Dieses Plus ist ausschließlich auf eine steigende Nachfrage bei den Hotels zurückzuführen. Die Hotels garnis verloren leicht, die Gasthöfe und Pensionen deutlich an Zuspruch. Gruppenunterkünfte (-5,1 %) und Ferienzentren (-5,7 %) mussten ebenfalls spürbare Einbußen verbuchen, auf den Campingplätzen gingen



die Übernachtungszahlen leicht um 1,3 % zurück. Ferienhäuser und -wohnungen übertrafen das Vorjahresergebnis um 1,0 %.

- An der Nordsee blieben die Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr stabil. Der recht deutliche Einbruch im Campingsegment – hier fehlte gegenüber dem Vorjahr rund jede zehnte Übernachtung – wurde durch ein Plus bei den Ferienhäusern und -wohnungen (+1,7 %) ausgeglichen. Die Hotellerie zeigte eine insgesamt stabile Entwicklung, mit einem Plus bei Hotels und Gasthöfen und Rückgängen bei Hotels garnis und Pensionen. Die Ankünfte an der Nordsee stiegen um 2,4 %, woraus eine rückläufige Aufenthaltsdauer resultierte.
- Im Übrigen Binnenland lagen die Übernachtungszahlen um 1,1 % unter dem Vorjahresniveau, was auf Rückgänge in der Hotellerie (-3,9 %) zurückzuführen ist. Die Pensionen als Teilbereich der Hotellerie lagen im Übrigen Binnenland entgegen dem Trend in allen anderen Reiseregionen im Plus. Das Herzogtum Lauenburg als Teilregion des Übrigen Binnenlandes zeigte sich 2024 sehr dynamisch (+4,3 %). Fast alle Betriebstypen übertrafen das Vorjahresergebnis. Lediglich die Jugendherbergen/Hütten und die Hotels garnis blieben darunter.

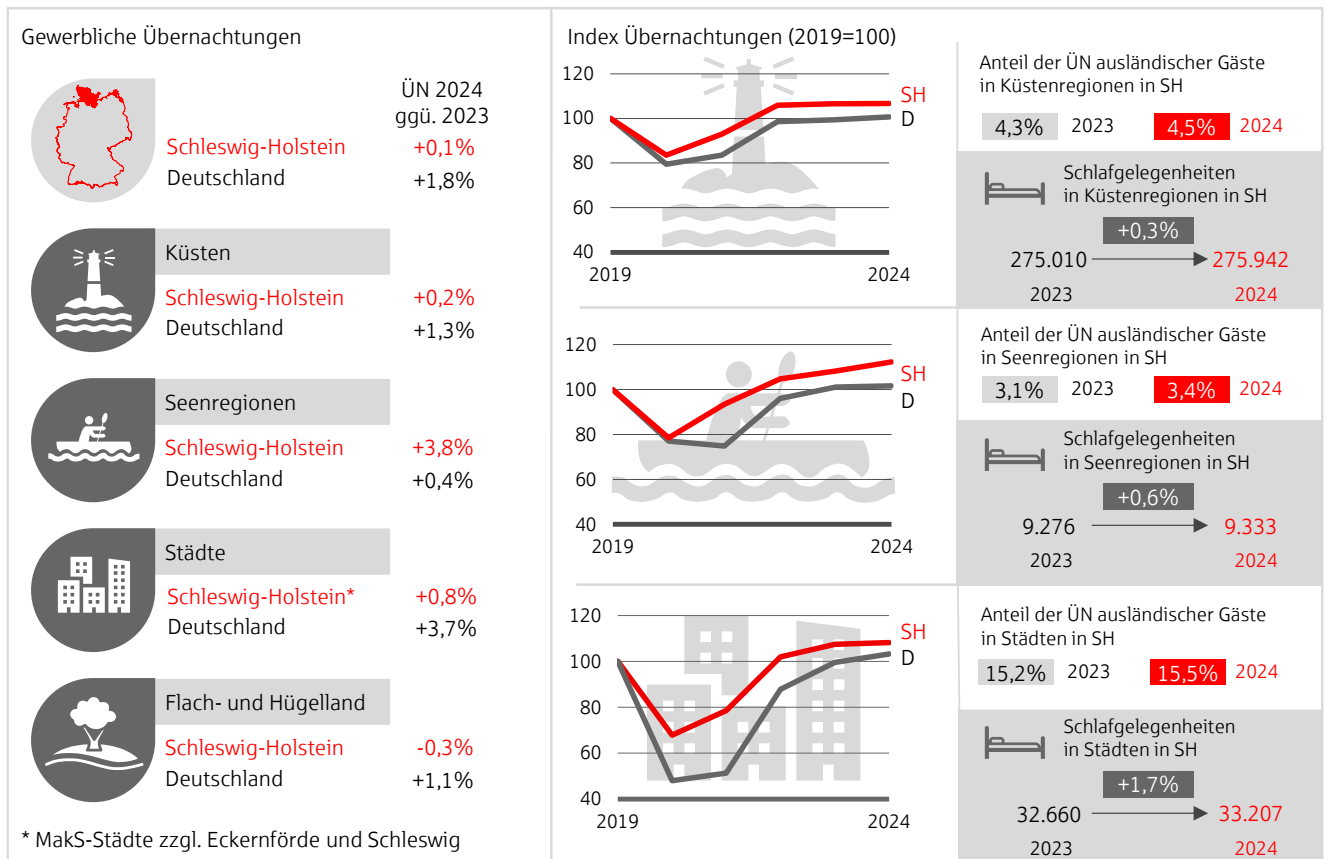
Blick auf die Destinationstypen

Im Jahr 2024 stiegen die Übernachtungszahlen in nahezu allen Destinationstypen in Schleswig-Holstein weiter an – allerdings meist weniger dynamisch als bundesweit. Am erfolgreichsten schnitt die Seenregion Holsteinische Schweiz ab, während das Flach- und Hügelland das Vorjahresergebnis knapp verfehlte. Städte und Küsten kamen auf leichte Wachstumsraten. Zahlreiche Marktforschungsstudien und Gästebefragungen zeigen dabei immer deutlicher: Entscheidend ist weniger die Destination an sich, sondern das Produkterlebnis, also das konkrete Angebot. Zentrale Erfolgsfaktoren sind daher eine klare Markenführung sowie die Angebots- und Produktentwicklung entlang der gesamten touristischen Servicekette. Dafür ist eine enge Zusammenarbeit in Netzwerken, die Optimierung tourismusrelevanter Felder wie der Mobilität sowie strategische Impulse für eine nachhaltige und digitale Transformation unerlässlich.

Die Küstenregionen in Schleswig-Holstein zeigten sich gegenüber dem Vorjahr stabil (+0,2 %) und entwickelten sich damit weniger dynamisch als die Küstenregionen Deutschlands insgesamt (+1,3 %). Zugpferd der Entwicklung waren 2024 die Küsten Mecklenburg-Vorpommerns, die das Vorjahresergebnis um 2,6 % übertrafen. Auch die niedersächsischen Küstenregionen legten um 1,3 % zu. An der schleswig-holsteinischen Ostsee stiegen die Übernachtungszahlen im Vergleich zu 2023 nur leicht, während Mecklenburg-Vorpommerns Ostseeküsten Wachstumsraten zwischen 1,6 % und 3,5 % erreichten. An der schleswig-holsteinischen Nordsee blieb die Nachfrage stabil, wohingegen Niedersachsens Nordseeküste ein Plus von 2,2 % und Ostfriesland von 1,8 % verbuchte. Lediglich die Ostfriesischen Inseln verfehlten unter den Küstenregionen das Vorjahresergebnis knapp (-0,2 %). Im Vergleich zu 2019 behauptete sich die schleswig-holsteinische Ostsee als unangefochtene Spitzenreiterin im Küstenvergleich – mit rund 10 % mehr Übernachtungen. Auf Platz zwei liegt Ostfriesland mit +2,7 % gefolgt von der Nordsee in Schleswig-Holstein mit 1,7 %. Auch die Mecklenburgische Ostseeküste kommt auf ein Plus, während die anderen Küstenregionen erst 92 bis 96 % des Vorkrisenniveaus erreichen. Die Kapazitäten an den Küsten Schleswig-Holsteins stiegen 2024 um rund 900 Schlafgelegenheiten (+0,3 %), in Mecklenburg-Vorpommern blieben sie stabil, in Niedersachsen wuchsen sie um 1,0 %.

Mit einem Übernachtungsplus von 3,8 % zählte die Holsteinische Schweiz zu den fünf dynamischsten Seenregionen in Deutschland und lag über dem Durchschnitt aller Seenregionen (+0,4 %). Ein Drittel der deutschen Seenregionen verfehlte hingegen das Vorjahresergebnis. Auch im Vergleich mit dem Jahr 2019 gehört die Holsteinische Schweiz mit über 10 % mehr Übernachtungen zu den bundesweiten Spitzenreitern. Die Kapazitäten stiegen 2024 um 0,6 % und damit etwas geringer als im Durchschnitt aller Seenregionen (+2,1 %).

Abb. 8: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter (MakS-Städte ohne Campingplätze)

Der Städtetourismus erwies sich 2024 sowohl in Schleswig-Holstein als auch bundesweit als Erfolgsmodell. Städte punkten mit einer großen kulturellen Vielfalt und zahlreichen Attraktionen auf kleinem Raum sowie einer meist guten Erreichbarkeit – oft über mehrere Verkehrsträger – und eignen sich besonders für Kurztrips. Das breite Angebot an Unterkünften spricht darüber hinaus unterschiedliche Zielgruppen an, während das umfangreiche gastronomische Angebot sowie die zahlreichen Shoppingmöglichkeiten Städtereisen zusätzlich attraktiv machen. Die Mitgliedsstädte der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V. (MakS) verzeichneten 2024 ein Übernachtungsplus von 0,8 %. Bundesweit legten die Städte um 3,7 % zu. In Schleswig-Holsteins Städten fiel die Entwicklung sehr unterschiedlich aus – sie reichte von +7,5 % in Mölln bis hin zu -13,4 % in Glückstadt. Insgesamt erreichten die MakS-Städte 5,54 Millionen Übernachtungen und damit einen neuen Höchstwert. Die Hälfte der Städte übertraf das Vorjahresergebnis. Neben Mölln zählten dazu auch Lübeck, Bad Segeberg, Plön, Neumünster, Friedrichstadt und Eutin. Dagegen verfehlten Kiel (-0,6 %), der Shootingstar der Vorjahre, und Flensburg (-7,7 %), das Übernachtungsvolumen des Vorjahres. Im längerfristigen Vergleich zeigt sich ein ambivalentes Bild: Während fünf Städte zweistellige Wachstumsraten im Vergleich zu 2019 verbuchten, liegen ebenso viele mit zweistelligen Werten unter dem damaligen Niveau. Das verdeutlicht, dass Städte nicht per se ein Selbstläufer sind, sondern durch entsprechende Angebote ins Blickfeld der Gäste rücken müssen.

Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Entwicklung der Kapazitäten. Nachdem diese im Vorjahr leicht rückläufig waren, kamen 2024 in den schleswig-holsteinischen Städten rund 550 Betten hinzu. Jeweils rund 150 davon entfielen auf Kiel und Lübeck. In Eutin ging hingegen rund jedes zehnte Bett vom Markt. Vielerorts konnte die Nachfrage mit dem Kapazitätswachstum nicht Schritt halten, sodass in neun der 14 betrachteten Städte die Bettenauslastung rückläufig war.



Saisonal betrachtet konnten die Städte insbesondere zu Jahresbeginn und -ende punkten. Die Sommermonate hingegen verliefen weniger erfolgreich. Zwar wurde im Juli ein leichtes Plus von 1,1 % erzielt, doch in den Monaten Juni, August und September lag die Zahl der Übernachtungen jeweils zwischen 1,7 und 5,7 % unter dem Vorjahresniveau.

Im Jahr 2024 stammten 15,5 % aller Übernachtungsgäste in schleswig-holsteinischen Städten aus dem Ausland – ein Anstieg um 0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt legte die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland um 2,7 % zu. Besonders dynamisch entwickelten sich dabei Friedrichstadt, Rendsburg, Eutin und Kiel, wo die Nachfrage aus den Incoming-Märkten um rund 10 bis 20 % wuchs. Der Anteil der ausländischen Gäste am Übernachtungsmarkt variiert stark. In Flensburg, Neumünster, Friedrichstadt, Rendsburg und Norderstedt liegt er zwischen 20 und 30 %. Gründe dafür sind unter anderem die Grenzlage sowie der Anteil an Geschäftsreisen. In Bad Segeberg, Mölln, Eutin oder Plön spielt der internationale Tourismus keine Rolle.

Aufenthaltsdauer in Schleswig-Holstein

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Schleswig-Holstein lag 2024 bei 4,0 Tagen. Nach einem leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 0,1 Tage lag der Wert damit wieder auf dem Niveau des Jahres 2019. Im bundesweiten Vergleich bleibt Schleswig-Holstein hinter Mecklenburg-Vorpommern (4,1 Tage) das Bundesland mit der zweithöchsten Aufenthaltsdauer – ein deutliches Zeichen für die Attraktivität des Bundeslandes als Ziel für längere Urlaubsreisen. Auch bundesweit lag die Aufenthaltsdauer 2024 bei 2,6 Tagen und damit ebenfalls auf dem Stand des Jahres 2019.

Die höchste Aufenthaltsdauer in Schleswig-Holstein wurde 2024 mit durchschnittlich 5,6 Tagen an der Nordsee erreicht. Ausschlaggebend dafür sind unter anderem die Inseln, die aufgrund der längeren Anreise bevorzugt für längere Aufenthalte gebucht werden. An der Ostsee lag die Aufenthaltsdauer mit 3,9 Tagen niedriger. Hier wirken sich insbesondere die Städte Kiel, Lübeck und Flensburg aus, die beliebte Ziele für einen Kurztrip sind. In der Holsteinischen Schweiz stieg die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 4,0 auf 4,2 Tage. Rund ein Viertel aller Übernachtungen in dieser Region entfällt auf das Marktsegment der Vorsorge- und Rehakliniken, was den Gesamtwert nach oben treibt. In der Hotellerie sowie im Bereich der Ferienhäuser und -wohnungen liegt die Aufenthaltsdauer unter dem Durchschnitt des Bundeslands. Das Übrige Schleswig-Holstein verzeichnet mit 2,7 Tagen die niedrigste Aufenthaltsdauer. Im Herzogtum Lauenburg lag die Aufenthaltsdauer bei 3,3 Tagen und erhöhte sich bereits das zweite Jahr in Folge. Hauptverantwortlich dafür war die deutliche Zunahme in den Ferienhäusern/-wohnungen (+0,7 Tage).

Aufenthaltsdauer geht erneut zurück und liegt wieder auf dem Niveau des Jahres 2019

Saisonalität im Schleswig-Holstein-Tourismus

Schleswig-Holstein zählt zu den Bundesländern mit einer stark ausgeprägten Saisonalität. 52,9 % der Übernachtungen werden zwischen Juni und September getätigt. Nur Mecklenburg-Vorpommern erreichte noch leicht höhere Werte. Die Entwicklung einer Entzerrung der touristischen Nachfrage geht in Schleswig-Holstein jedoch in die richtige Richtung. Wenngleich langsam, so nimmt die Bedeutung der Nebensaison dennoch zu. Auch 2024 ist der Anteil der Sommermonate zugunsten der Nebensaison um knapp einen Prozentpunkt zurückgegangen. Im Übrigen Schleswig-Holstein lag der Anteil der Sommermonate mit 46,5 % spürbar unter dem Bundeslanddurchschnitt und war 2024 rückläufig. Nord- und Ostsee kommen auf Werte von 53 bzw. 54 %, auch hier mit rückläufiger Tendenz. In der Holsteinischen Schweiz wird mit einem Anteil von 55 % der höchste Wert erzielt. In der Seenregion ist der Anteil 2024 sogar noch leicht gestiegen. In den MaKS-Städten wurden rund 43 % der Übernachtungen in den Sommermonaten gezählt, auch hier mit rückläufiger Tendenz. In den letzten Jahren wurden in Schleswig-Holstein bereits viele Aktivitäten zur Saisonverlängerung angestoßen. Gerade an den Küsten und in der Holsteinischen Schweiz gilt es weiterhin, durch saisonunabhängige Attraktionen sowie qualitativ hochwertige Unterkünfte- und Gastronomieangebote auch die Nebensaison vor allem für Kurzurlaube noch attraktiver zu machen.



Incoming Tourismus

Im Jahr 2024 entfielen 2,0 Millionen der insgesamt 38,1 Millionen Übernachtungen in Schleswig-Holstein auf Gäste aus dem Ausland. Das entspricht einem Anteil von 5,3 % – ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr. Damit bleibt Schleswig-Holstein nach Mecklenburg-Vorpommern das Bundesland mit dem zweitniedrigsten Anteil internationaler Gäste. Während viele andere Bundesländer deutliche Zuwächse bei der internationalen Nachfrage verzeichneten, fiel das Wachstum in Schleswig-Holstein mit +1,5 % vergleichsweise moderat aus. Bundesweit legte die ausländische Nachfrage um 5,4 % zu. Im Vergleich zum Jahr 2019 fehlte in Schleswig-Holstein 2024 noch nahezu jede zehnte Übernachtung ausländischer Gäste, bundesweit war es nur jede zwanzigste.

Beim Blick auf die einzelnen Märkte setzt sich der Trend der Vorjahre fort. Die Nachfrage aus den skandinavischen Märkten Dänemark und Schweden schwächelt weiter. Aus Dänemark, dem nach wie vor bedeutendsten Quellmarkt, gingen die Übernachtungszahlen erneut zurück. Gegenüber 2019 beläuft sich das Minus auf knapp 30 %, während bundesweit nur rund jede zehnte Übernachtung dänischer Gäste ausgeblieben ist. Hier spielt ggf. auch das in Schleswig-Holstein stark angezogene Preisniveau eine Rolle, welches sich mittlerweile nicht mehr grundlegend von dem in Dänemark unterscheidet. Der günstigere Urlaub im Nachbarland ist somit nicht mehr möglich, sodass das eigene Land mit ähnlichen naturräumlichen Voraussetzungen wieder in den Fokus rückt. Zudem hat der Urlaub im klassischen Sommerhaus im eigenen Land bei den Dänen wieder an Beliebtheit gewonnen. Auch Schweden, mittlerweile nur noch drittstärkster ausländischer Quellmarkt, verlor weiter an Bedeutung (rund ein Drittel weniger Übernachtungen als noch 2019). Aus Norwegen hingegen wurden 2024 steigende Übernachtungszahlen vermeldet. Auch im Vergleich zu 2019 schneidet dieser Markt deutlich besser ab als Dänemark und Schweden. Deutlich im Aufwind befindet sich weiterhin der niederländische Markt. Die Übernachtungszahlen stiegen 2024 um rund 12 % auf 187.000, was gegenüber 2019 einem Plus von rund 30 % entspricht. Noch dynamischer entwickelte sich der belgische Markt. Zwar ist das Volumen geringer als bei den Niederlanden, jedoch legte der Markt allein 2024 um mehr als 50 % zu. Mit dieser positiven Entwicklung rückte Belgien in den letzten Jahren auf den achten Platz unter den Quellmärkten vor und überholte Frankreich und Großbritannien. Rückläufig entwickelten sich hingegen die Märkte der Alpenanrainer Österreich (-7,9 %) und Schweiz (-0,7 %). Beide Märkte lagen dennoch leicht über dem Niveau des Jahres 2019. Der britische Markt brach nach einem starken Vorjahr 2024 wieder ein (-9,1 %), während der US-amerikanische Markt deutlich zulegen konnte. Die Zahl der Übernachtungen stieg um knapp ein Drittel auf rund 50.000. Die Aufenthaltsdauer vieler ausländischer Quellmärkte in Schleswig-Holstein ist sehr niedrig und liegt häufig unter zwei Tagen. Das Bundesland dient daher vielfach als Transitstation – etwa für Gäste aus den Niederlanden oder Belgien auf dem Weg nach Skandinavien oder für skandinavische Gäste auf dem Weg Richtung Süden. Ziel sollte es sein, die Aufenthaltsdauer dieser Zielgruppen durch attraktive Angebote zu erhöhen. Gerade mit Blick auf die BeNeLux-Staaten bietet der Radtourismus Potenziale.

Übriges Schleswig-Holstein

- Im Übrigen Schleswig-Holstein ist der Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste mit 10,6 % weiterhin der höchste innerhalb des Bundeslandes. 2024 ging dieser Wert allerdings leicht um 0,2 Prozentpunkte zurück. Damit wird der Wert des Jahres 2019 noch um 1,9 Prozentpunkte unterschritten.
- Im Gegensatz zum landesweiten Trend war die Incoming-Nachfrage im Übrigen Schleswig-Holstein im Jahr 2024 rückläufig (-2,7 %). Mehr als ein Viertel der Übernachtungen ausländischer Gäste entfiel auf Dänemark. Die Zahl der Übernachtungen aus Dänemark ging wie auch die aus den anderen Top-Quellmärkten Niederlande, Polen und Schweden zurück. Der Schweizer Markt, vom Volumen her mit rund 25.000 Übernachtungen auf dem fünften Platz, erzielte ein Plus von rund 8 %. Auch die Nachfrage aus Norwegen zeigte sich mit +13,5 % stark und erreichte damit wieder das Niveau des Jahres 2019.
- Im Herzogtum Lauenburg lag der Anteil der ausländischen Übernachtungen 2024 bei 3,7 % und damit geringfügig höher als im Vorjahr. Der dänische Markt entwickelte sich entgegen dem Landestrend positiv und legte mit +9,1 % spürbar zu. Auch der zweistärkste Quellmarkt, die Niederlande lagen im Plus. Dennoch blieb das Übernachtungsniveau aus den Niederlanden im Vergleich zum Jahr 2019 noch zurück – rund jede siebte



Übernachtung fehlte weiterhin. In allen anderen Regionen wurde das Vor-Pandemieniveau des niederländischen Marktes bereits wieder überschritten.

Ostsee

- An der Ostsee wurden 2024 rund 1,1 Millionen ausländische Übernachtungen gezählt und damit geringfügig mehr als im Vorjahr. Der Anteil der Incoming-Übernachtungen lag 2024 bei 5,7 % und damit auf dem Niveau des Vorjahres.
- Der dänische Markt hat an der Ostsee einen besonders hohen Stellenwert. Etwas mehr als ein Drittel aller Übernachtungen ausländischer Gäste entfielen auf den nördlichen Nachbarn. Allerdings war die Zahl der Übernachtungen aus Dänemark 2024 rückläufig, und auch der Anteil sank geringfügig. 2019 war die Abhängigkeit vom dänischen Markt noch deutlich größer. Hier lag der Anteil noch bei rund 40 %. Die Nachfrage aus dem schwedischen Markt war 2024 ebenfalls rückläufig. Gegenüber 2019 fehlen weiterhin rund vier von zehn Übernachtungen. Im Gegensatz dazu setzte sich der Aufwärtstrend des niederländischen Marktes weiter fort. 2024 wurden rund ein Viertel mehr Übernachtungen gezählt als im Vorjahr. Im Vergleich zu 2019 beläuft sich das Plus mittlerweile auf über 50 % und übertrifft alle anderen Regionen Schleswig-Holsteins. Die stabile und doch vergleichsweise niedrige Aufenthaltsdauer von 2,2 Tagen könnte auf einen hohen Anteil von Transitreisenden Richtung Skandinavien hindeuten. Dies stellt einerseits einen positiven Mitnahmeeffekt für die betroffenen Teilträume dar, wirft andererseits jedoch die Frage auf, wie diese Gäste gezielter angesprochen werden können, um deren Wertschöpfungspotenzial besser auszuschöpfen. Der Schweizer Markt ging 2024 an der Ostsee mit -6,0 % deutlicher zurück als in Schleswig-Holstein insgesamt, übertrifft aber weiterhin spürbar das Ergebnis von 2019. Der österreichische Markt brach mit rund einem Viertel weniger Übernachtungen als im Vorjahr regelrecht ein. Konkrete Ursachen sind aus den reinen Zahlen derzeit nicht abzuleiten, sollten in der Destination aber hinterfragt werden.

Holsteinische Schweiz

- Der Marktanteil der ausländischen Übernachtungen in der Holsteinischen Schweiz lag trotz eines Anstiegs um 0,3 Prozentpunkte mit 3,4 % weiterhin unter dem Landesdurchschnitt. Mit einem Zuwachs von 15,4 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnete die Region aber das dynamischste relative Wachstum in ganz Schleswig-Holstein. Die Recovery der Auslandsmärkte setzte in der Holsteinischen Schweiz etwas verzögert ein. 2024 konnte die Region den Rückstand zu den anderen Regionen im Bundesland wieder aufholen und liegt im Vergleich zum Jahr 2019 nur leicht unter dem Durchschnitt des Bundeslandes.
- Dänemark ist der wichtigste ausländische Quellmarkt. Hier konnten die Übernachtungszahlen gegen den Trend ebenso gesteigert werden wie aus den anderen Ländern der Top-5-Quellmärkte.

Nordsee

- An der Nordsee Schleswig-Holstein lag der Marktanteil der Übernachtungen ausländischer Gäste mit 3,0 % am niedrigsten im Landesvergleich. Die Übernachtungsnachfrage stieg 2024 um 13,1 %. Damit ist die Nordsee die einzige Region im Bundesland, in der die ausländische Nachfrage gegenüber 2019 gestiegen ist – konkret um rund 20 % bzw. 56.000 zusätzliche Übernachtungen. Aus welchen konkreten Quellmärkten der große Zuwachs 2024 stammte ist aus der amtlichen Statistik nicht ermittelbar, da der Großteil dieser zusätzlichen Übernachtungen ohne konkrete Zuordnung zu einem Land erfolgte („sonstige Herkunftsstaaten“).
- Die wichtigste ausländische Gästegruppe an der Nordsee stellen auch 2024 die Schweizer, auf die mehr als ein Drittel aller Übernachtungen entfallen – ein Wert, der das Vorjahresniveau leicht übertraf. An zweiter Stelle folgte der österreichische Markt, der 2024 mit 6,0 % im Plus lag. Aus Dänemark, mit rund 36.000 Übernachtungen an der Nordsee nur an dritter Stelle, ging die Nachfrage 2024 um rund 6 % zurück. Das größte absolute Wachstum kam aus Belgien. Hier hat sich die Übernachtungszahl gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt, was einer Steigerung um 5.000 Übernachtungen entspricht.

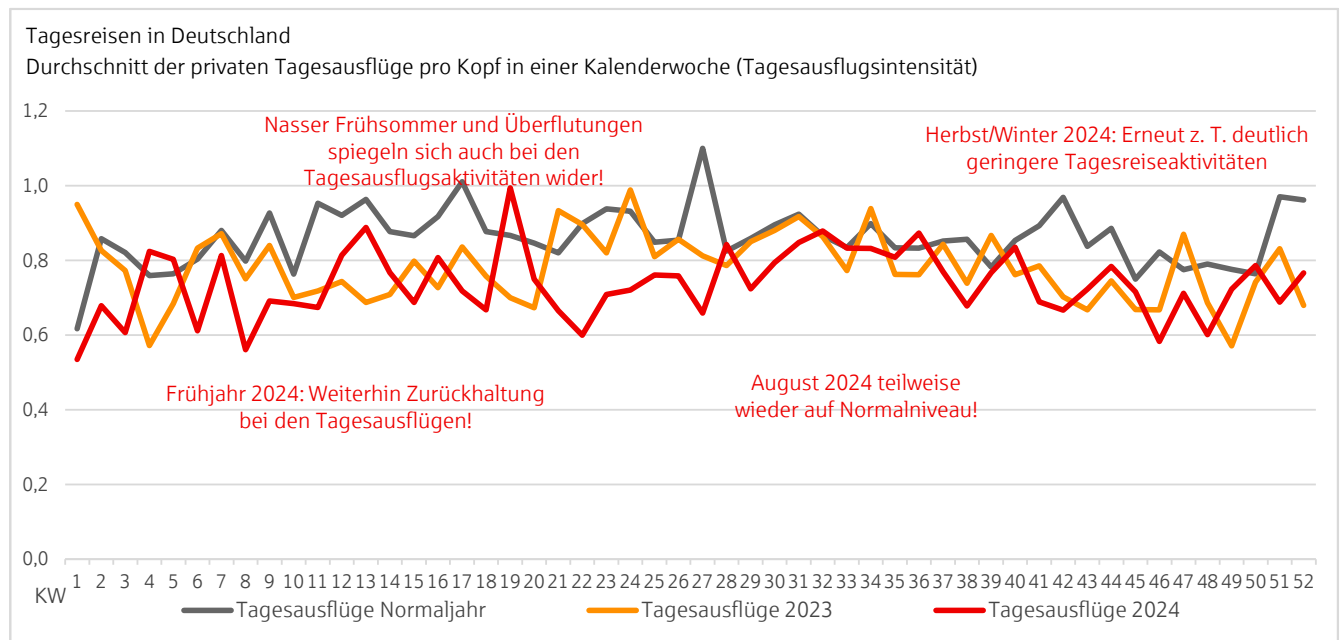
Tagesreisen

Die touristische Gesamtnachfrage setzt sich im Wesentlichen aus zwei Gruppen zusammen: Tages- und Übernachtungsgäste. Während Übernachtungsgäste größtenteils in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst werden (Betriebe ab zehn Schlafgelegenheiten), existiert für den Tagestourismus bislang keine offizielle statistische Erhebung durch die Landesämter. Im Rahmen des dwif-Tagesreisenmonitors werden in einem Online-Panel pro Jahr rund 16.000 Deutsche zu ihrem Tagesreiseverhalten befragt. Jede Woche wird das Tagesreiseverhalten der jeweils vergangenen Woche abgefragt. Hierbei sind alle Tagesreisen (Tagesgeschäftsreisen und Tagesausflüge an Orte, die über und unter 50 Kilometer entfernt sind) erfasst. Die Befragungen laufen kontinuierlich seit 2016, sodass stets aktuelle Ergebnisse vorliegen und Zeitreihen möglich sind.

Wochengenaue Entwicklung der Tagesreisen in Deutschland

Beim Blick auf die durchschnittliche Zahl der privaten Tagesausflüge pro Kopf und Kalenderwoche zeigte sich 2024 weiterhin eine starke Zurückhaltung – die Tagesreiseintensität der Deutschen blieb niedrig. Lediglich in den Sommermonaten erreichte das Volumen Normalniveau. Diese Entwicklung hatte unterschiedliche Gründe. Zum einen das kühle und nasse Wetter im Frühjahr und im Frühsommer sowie eine Reihe von Extremwetterereignissen, aber auch Sondereffekte wie die Fußball-Europameisterschaft, die sich erfahrungsgemäß negativ auf die Ausflugsaktivitäten auswirken. Hinzu kommen nach wie vor belastende wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen, die viele zur Zurückhaltung veranlassen. Dies spiegelt sich auch in unserer Sonderfrage aus dem dwif-Tagesreisenmonitor wider: 2024 gaben nach wie vor 36,2 % der Deutschen an, aufgrund dieser Faktoren weniger Ausflüge zu unternehmen als üblich.

Abb. 9: Tagesreisen-EKG 2024

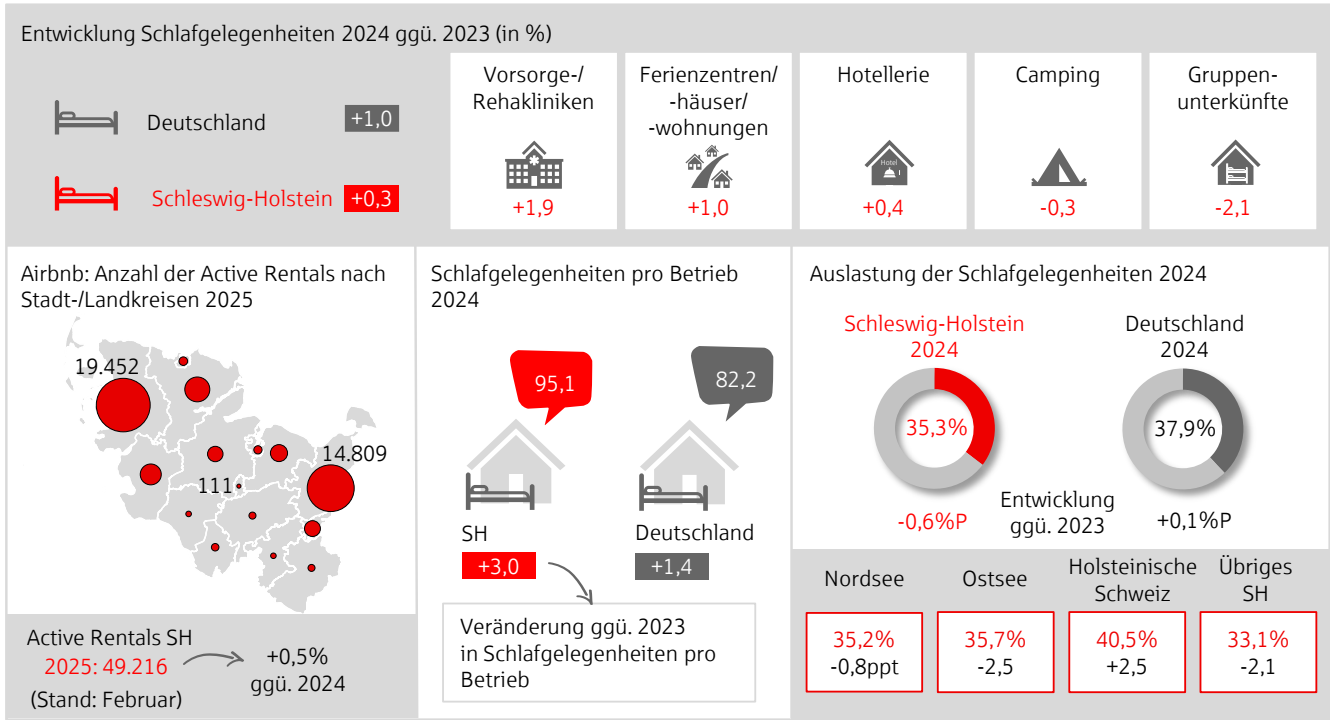


Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Tagesreisenmonitor (Stand Dezember 2024)

Touristisches Angebot

2024 gab es in Schleswig-Holstein 3.513 gewerbliche Beherbergungsbetriebe, in denen 333.927 Schlafgelegenheiten angeboten wurden. Die Zahl der Betriebe ging zum sechsten Mal in Folge zurück. Ähnlich wie im Vorjahr schlossen rund 100 Betriebe. Mit einem Rückgang von -2,8 % lagen die Betriebsschließungen hier deutlich über dem Bundesdurchschnitt (-1,0 %). Im Vergleich zu 2019 weist Schleswig-Holstein mit -11,3 % nach Mecklenburg-Vorpommern (-15,8 %) und Hessen (-12,0 %) die dritthöchste Verlustrate bei der Zahl der Betriebe unter den Bundesländern auf. Nach einem Rückgang im Vorjahr stiegen die Kapazitäten 2024 wieder leicht um 0,3 % bzw. rund 1.100 Schlafgelegenheiten – wenn auch schwächer als der bundesweite Zuwachs (+1,0 %). Im Vergleich mit dem Jahr 2019 liegt Schleswig-Holstein bei der Kapazitätsentwicklung über dem deutschen Durchschnitt und im Mittelfeld der Bundesländer. Nach dem Rückgang der durchschnittlichen Betriebsgröße im Jahr 2023 legte sie 2024 wieder auf 95,1 Schlafgelegenheiten je Betrieb zu, was darauf hindeutet, dass vor allem kleinere Betriebe den Markt verlassen haben. Mit dieser Betriebsgröße steht Schleswig-Holstein nach Mecklenburg-Vorpommern (114,5 Schlafgelegenheiten) an zweiter Stelle aller Flächenbundesländer. Durch diese Ausdünnung des Angebotes können insbesondere in kleinere Tourismusorten und entlang der Wegenetze im Binnenland zunehmend Versorgungsengpässe entstehen.

Abb. 10: Touristisches Angebot in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt und Statistikamt Nord, AirDNA

Rückläufige Betriebszahlen bei leicht steigenden Kapazitäten

Abgesehen von den Ferienzentren und den Vorsorge- und Rehakliniken, die 2024 stabil blieben, verzeichneten alle Betriebstypen Rückgänge bei der Zahl der Betriebe. Besonders betroffen war das Marktsegment der Ferienhäuser und -wohnungen mit 64 geschlossenen Betrieben. Prozentual lagen die Verluste zwischen -1,1 % bei den Campingplätzen und -9,2 % bei den Pensionen. Bei den Kapazitäten zeigte sich 2024 kein einheitliches Bild. Rückgängen bei den Campingplätzen, den Ferienzentren , den Gruppenunterkünften sowie den Pensionen und Hotels garnis stand

ein Kapazitätsausbau in den anderen Segmenten gegenüber. Regional betrachtet ging die Bettenzahl nur an der Nordsee geringfügig um 0,4 % zurück. In allen anderen Regionen wuchsen die Kapazitäten um 0,2 bis 0,8 %.

Ein Blick auf das Angebot in den Regionen

- Die Nordsee verzeichnete seit 2019 mit -14,7 % anteilig den stärksten Rückgang an Betrieben aller schleswig-holsteinischen Regionen. 2024 schlossen 37 Betriebe (-2,7 %), vor allem im Segment der Ferienwohnungen und -häuser. Als einzige Region verbuchte die Nordsee einen leichten Kapazitätsrückgang um 0,4 %, was rund 430 Schlafgelegenheiten entspricht. Die Hotellerie lag aufgrund des deutlichen Rückgangs bei den Pensionen um knapp ein Fünftel im Minus. Auch der Bettenausbau in den Vollhotels um rund 70 Betten drehte das Ergebnis nicht ins Positive. Während Ferienwohnungen und -häuser ihre Kapazitäten um 0,7 % vergrößerten, reduzierten die Campingplätze die Schlafgelegenheiten um 3,2 %. Die durchschnittliche Betriebsgröße stieg dennoch weiter auf 80,5 Schlafgelegenheiten je Betrieb, womit die schleswig-holsteinische Nordsee im Vergleich zu den niedersächsischen Nordseeregionen im Mittelfeld liegt.
- An der Ostsee schlossen 2024 insgesamt 54 Betriebe, sodass seit 2019 rund jeder zehnte Betrieb vom Markt verschwand. Besonders betroffen waren Ferienhäuser/-wohnungen sowie Pensionen. Die Kapazitäten wuchsen dennoch um 0,8 %, vor allem dank Steigerungen bei den Vollhotels und Ferienwohnungen/-häusern, in denen jeweils rund 1.000 Betten neu hinzukamen. Demgegenüber büßten die Feriencentren mit -8,1 % insgesamt 600 Betten ein – ein besonders deutliches Minus, ggf. durch temporäre Schließungen bedingt. Mit durchschnittlich 130,2 Schlafgelegenheiten pro Betrieb zählen die Ostseebetriebe zu den größten in Deutschland. Nur städtische Regionen und die mecklenburgische Ostseeküste kommen auf noch höhere Werte. Das Plus von 6,3 Schlafgelegenheiten im Vergleich zum Vorjahr unterstreicht, dass auch an der Ostsee vor allem kleinere Anbietende den Markt verlassen haben.
- Nachdem die Zahl der Betriebe in der Holsteinischen Schweiz in den vergangenen Jahren weitgehend stabil geblieben ist, wurde 2024 wieder ein leichter Rückgang um fünf Betriebe, drei davon Hotels/Hotels garnis, vermeldet. Gegenüber 2019 ging damit rund jeder achte Betrieb verloren, was dem zweitstärksten Rückgang in Schleswig-Holstein entspricht. Gleichzeitig stiegen die Kapazitäten weiter um 0,6 %, wobei sich die Entwicklung der einzelnen Marktsegmente sehr unterschiedlich gestaltete. Es ging 2024 rund jedes zehnte Bett in der Hotellerie gegenüber dem Vorjahr verloren. Die Campingplätze bauten die Kapazitäten hingegen um 5,5 % aus, auch bei den Ferienwohnungen/-häusern kamen 3,2 % an Betten hinzu. Trotz des Rückgangs in der Hotellerie erhöhte sich die durchschnittliche Betriebsgröße auf 91,5 Schlafgelegenheiten je Betrieb, was auf den Ausbau auf den Campingplätzen zurückzuführen ist. In der Hotellerie selbst hingegen ging die durchschnittliche Betriebsgröße zurück – insbesondere infolge von Einbußen bei den Hotels garnis. Eine weiterhin schrittweise Modernisierung des Angebotes ist angezeigt.
- Im Übrigen Schleswig-Holstein schlossen 2024 sieben Betriebe (-0,9 %), was im landesweiten Vergleich den geringsten Rückgang darstellt. Auch im Vergleich zu 2019 fällt die Zahl der Betriebsschließungen moderat aus. Die Schließungen betrafen 2024 nahezu ausschließlich Vollhotels. Die Kapazitäten wurden im Übrigen Schleswig-Holstein zwar parallel dazu geringfügig ausgebaut. Dennoch ist es die einzige Region in Schleswig-Holstein, die im Vergleich zu 2019 über ein geringeres Kapazitätsniveau verfügt – vor allem infolge rückläufiger Bettenzahlen in der Hotellerie, ein Trend, der sich auch 2024 fortsetzte. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist im Übrigen Schleswig-Holstein mit 62,8 Schlafgelegenheiten je Betrieb besonders niedrig und stieg in den letzten Jahren nur vergleichsweise gering. Für viele Tourismusstandorte im Binnenland gilt es, das Angebot zu sichern und das Thema Unternehmensnachfolge in den Blick zu nehmen.

Auslastung der Schlafgelegenheiten

Die Auslastung der Schlafgelegenheiten lag in Schleswig-Holstein im Jahr 2024 bei 35,3 % und ist damit im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte zurückgegangen. Bundesweit wurde mit 37,9 % ein höherer und leicht gestiegener Wert ermittelt. Im Ländervergleich liegt Schleswig-Holstein im Mittelfeld – noch vor den beiden anderen Küstenbundesländern Mecklenburg-Vorpommern (32,4 %) und Niedersachsen (33,6 %). Die regionalen Unterschiede haben sich 2024 weiter vergrößert. In der Holsteinischen Schweiz stieg die Bettenauslastung um einen



Prozentpunkt auf 40,5 % und übertraf damit das Niveau von 2019 um drei Prozentpunkte. In den drei anderen Regionen war die Auslastung rückläufig. An der Ostsee sank sie besonders deutlich um 0,9 Prozentpunkte auf 35,7 %. Damit wurde die Region von der Mecklenburgischen Ostseeküste (37,0 %) überholt. Der Rückgang an der Ostsee ist vor allem auf niedrigere Auslastungswerte bei Gruppenunterkünften, Ferienzentren, -häusern und -wohnungen sowie auf Pensionen zurückzuführen. Die Nordsee erreichte eine Auslastung von 35,2 % (-0,3 Prozentpunkte) und liegt damit weiterhin über den Vergleichswerten der niedersächsischen Nordseeküste und Ostfrieslands. Die niedrigste Auslastung wurde mit 33,1 % im Übrigen Schleswig-Holstein gemessen. Der Rückgang um 0,7 Prozentpunkte ist hier vorrangig auf eine gesunkene Auslastung in der Hotellerie zurückzuführen. Während Ost- und Nordseeküste das Niveau von 2019 noch klar verfehlten, lag man im Übrigen Schleswig-Holstein trotz des Rückgangs 2024 leicht darüber. Vor dem Hintergrund der rückläufigen Auslastungswerte in den meisten schleswig-holsteinischen Regionen ist gerade bei größeren geplanten Kapazitätserweiterungen kritisch zu prüfen, inwiefern die Wirtschaftlichkeit der bestehenden Betriebe dabei ggf. gefährdet wird.

Auslastung der Schlafgelegenheiten in Schleswig-Holstein rückläufig

Der Auslastungsrückgang betraf fast alle Betriebstypen. Lediglich die Vorsorge- und Rehakliniken (+1,8 Prozentpunkte) sowie die Vollhotels (+0,2 Prozentpunkte) konnten ihre Auslastung 2024 steigern. Mit einer Auslastung von 48,7 % erreichten die Vollhotels im Vergleich mit den Küstenbundesländern besonders hohe Werte und lagen damit auch über dem bundesweiten Durchschnitt in diesem Marktsegment (44,7 %). Auch die Kliniken übertrafen den Bundesdurchschnitt. Den stärksten Rückgang verzeichneten die Ferienzentren (-2,7 Prozentpunkte) und Pensionen (-2,6 Prozentpunkte). Mit einer Auslastung von 53,3 % bzw. 35,5 % liegen beide Marktsegmente dennoch über dem bundesweiten Vergleichswert. Im Campingsegment sank die Auslastung um 1,1 Prozentpunkte auf 24,7 %, was dem höchsten Wert unter den Flächenbundesländern entspricht. Maßnahmen zur Saisonverlängerung sollten hier weiterhin im Mittelpunkt stehen, um die ganzjährige Auslastung zu stärken.

Betriebstypen im Vergleich

Die großen Entwicklungsunterschiede zwischen den Betriebstypen sind 2024 endgültig vorbei, was auf eine weitere Normalisierung des Reiseverhaltens schließen lässt. Einem Nachfrageplus bei Vorsorge- und Rehakliniken und den Ferienhäusern und -wohnungen steht ein Rückgang in den anderen Marktsegmenten gegenüber. Der detaillierte Blick auf die verschiedenen Betriebstypen der Beherbergungslandschaft zeigt die Entwicklungen des letzten Jahres.

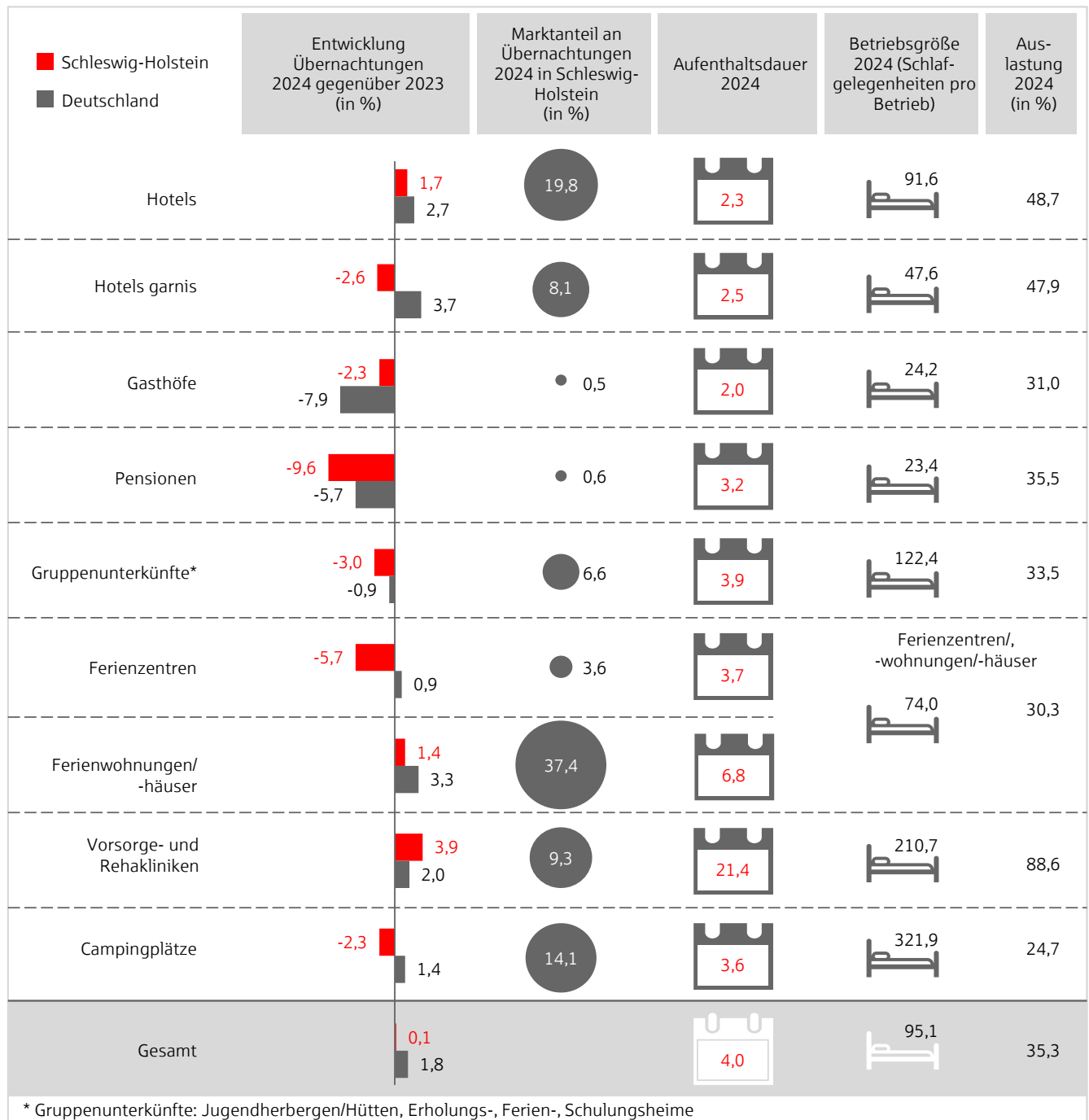
Hotels und Hotels garnis

In den Hotels und Hotels garnis in Schleswig-Holstein wurden 2024 10,6 Millionen Übernachtungen gezählt. Das entspricht 27,9 % aller Übernachtungen in Schleswig-Holstein. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutete das ein leichtes Wachstum um 0,4 %, womit die Entwicklung etwas dynamischer verlief als im Landesdurchschnitt. Das Niveau von 2019 wurde bereits überschritten, während es bundesweit in diesem Segment noch knapp verfehlt wurde. Die Zahl der Hotels sank 2024 nach einem Zuwachs im Vorjahr um zehn Betriebe, die der Hotels garnis um sieben. Trotz der rückläufigen Betriebszahl stiegen die Kapazitäten in den Hotels um rund 600 Betten (+1,4 %) – ein Plus, das etwas stärker ausfiel als im Bundesdurchschnitt. In den Hotels garnis wurden entgegen dem bundesweiten Trend rund 200 Betten weniger als im Vorjahr angeboten, was einem Rückgang von 1,1 % entspricht. Die durchschnittliche Betriebsgröße erhöhte sich auf 91,6 Betten in den Hotels und 47,6 Betten in den Hotels garnis. Beide Werte unterschreiten den Bundesvergleich. Die Vollhotels in Schleswig-Holstein verbuchten 2024 eine besonders hohe Auslastung von 48,7 % und lagen damit über dem deutschen Durchschnitt von 44,7 % in diesem Marktsegment. Die Bettenauslastung stieg 2024 um weitere 0,2 Prozentpunkte. In den Hotels garnis hingegen sank die Bettenauslastung 2024 um 1,0 Prozentpunkte auf 47,9 %, was im Bundesvergleich aber ebenfalls ein überdurchschnittliches Niveau bedeutet.

Eins mit der Natur

Im Juni 2025 eröffnete in Wangels Deutschlands nördlichstes Baumhaushotel. Das Hotel, das 14 Baumhäuser umfasst, verbindet Natur mit Komfort und nachhaltigem Tourismus. Die Baumhäuser bestehen aus Lärchenholz aus der Umgebung und die Stelzenbauweise schont die Umgebung. Renaturierte Teiche und ein Naturpfad laden die Gäste ein, die Natur aktiv zu erleben – gleichzeitig wird damit die Biodiversität gefördert.⁴

Abb. 11: Gewerbliche Betriebstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt und Statistikamt Nord

⁴ www.ostsee-baumhaushotel.de/



Gasthöfe und Pensionen

Die Übernachtungszahlen der Gasthöfe und Pensionen in Schleswig-Holstein gingen 2024 zurück. Während das Minus bei den Gasthöfen mit 2,3 % noch moderat ausfiel und unter dem bundesweiten Wert von -7,9 % lag, brach die Nachfrage bei den Pensionen deutlich stärker ein. Etwa jede zehnte Übernachtung ging im Vergleich zum Vorjahr verloren, gegenüber 2019 sogar rund jede Vierte, was über dem bundesweiten Wert liegt. Diese Entwicklungen spiegeln sich auch in der Anzahl der Betriebe wider. Während 2024 lediglich ein Gasthof schloss, gaben neun Pensionen auf – fast 10 % aller Pensionen im Land. Die Kapazitäten in den Gasthöfen blieben stabil. Auch gegenüber 2019 fällt der Rückgang in diesem Segment im bundesweiten Vergleich gering aus. Bei den Pensionen hingegen schrumpften die Kapazitäten deutlich. Seit 2019 verschwanden 540 Pensionsbetten vom Markt, was rund einem Fünftel des gesamten Angebots in diesem Marktsegment entspricht. Die durchschnittliche Betriebsgröße stieg 2024 geringfügig auf 24,2 (Gasthöfe) bzw. 23,4 Betten (Pensionen) je Betrieb und lag damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Die Bettenauslastung entwickelte sich in beiden Marktsegmenten weiter rückläufig. Dennoch liegt sie mit 31,0 % bei den Gasthöfen über dem Bundesdurchschnitt und sogar über dem Niveau von 2019. Auch die Pensionen erreichten mit 35,5 % eine überdurchschnittliche Auslastung, blieben allerdings 4,3 Prozentpunkte hinter dem Wert von 2019 zurück. Die bundesweite Konsolidierung in diesen Betriebstypen deutet auf veränderte Nachfrageanforderungen und eine vielfach mangelnde Angebotsqualität hin.

Campingplätze

Nach einem kontinuierlichen Wachstum in den Vorjahren ging die Zahl der Übernachtungen auf den schleswig-holsteinischen Campingplätzen erstmals seit sechs Jahren wieder zurück (-2,3 %), allerdings auf einem sehr hohen Niveau. Ein wesentlicher Grund dafür war das im Vergleich zum Vorjahr schlechtere Wetter in den Sommermonaten. Bundesweit verzeichnete das Campingsegment erneut einen Zuwachs von 1,4 %. Trotz der Einbußen bleiben die Campingplätze das Marktsegment mit der höchsten Steigerungsrate gegenüber 2019. Die Übernachtungszahlen liegen rund ein Viertel über dem damaligen Niveau. Der Marktanteil sank 2024 allerdings um 0,4 Prozentpunkte auf 14,1 %. In Schleswig-Holstein gab es 2024 insgesamt 272 Campingplätze – drei weniger als im Vorjahr. Die Zahl der angebotenen Schlafgelegenheiten nahm um 0,3 % ab. Die durchschnittliche Betriebsgröße der Campingplätze stieg geringfügig auf rund 322 Schlafgelegenheiten an – ein im Bundesvergleich überdurchschnittlicher Wert. In Niedersachsen sind die Campingplätze ähnlich groß, in Mecklenburg-Vorpommern mit durchschnittlich über 500 Schlafgelegenheiten deutlich größer. Die Auslastung sank 2024 um 1,1 Prozentpunkte auf 24,7 %, war dabei aber die höchste unter den deutschen Flächenbundesländern.

Ferienzentren, -wohnungen, und -häuser

Laut amtlicher Statistik stellen Ferienzentren, -häuser und -wohnungen mit rund 16,0 Millionen Übernachtungen das volumenstärkste Marktsegment im Schleswig-Holstein-Tourismus dar. Sie vereinen etwa 40 % aller Übernachtungen auf sich – ein höherer Anteil als im Vorjahr. Nach dem Rückgang im Vorjahr legten die Zahlen 2024 wieder um 0,7 % zu, blieben damit jedoch hinter dem bundesweiten Ergebnis (+2,8 %) zurück. Seit 2019 hat sich die Nachfrage in diesem Segment um rund ein Viertel erhöht (D: +11,0 %). 2024 gab es in Schleswig-Holstein drei Ferienzentren und 1.944 Anbietende von Ferienwohnungen, und -häusern mit mindestens zehn Betten und damit 64 weniger als im Vorjahr. Während die Kapazitäten in den Ferienzentren um 600 Betten zurückgingen, wuchs sie bei den Ferienwohnungen und -häusern um rund 2.000 (+1,5 %). Bundesweit fiel der Kapazitätsausbau zwar etwas stärker aus, allerdings hat Schleswig-Holstein in den vergangenen Jahren bereits deutlich ausgebaut, sodass in einigen Regionen die Kapazitätsgrenzen erreicht oder bereits überschritten scheinen. Neue Projekte sollten auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten kritisch geprüft werden, zumal die Debatte rund um die Privatvermietung derzeit intensiv geführt wird. Kapazitätsveränderungen in diesem Segment laut amtlicher Statistik müssen nicht zwangsläufig Marktaus- oder -eintritte bedeuten. Es können auch Verschiebungen zwischen amtlich erfassten Einheiten und dem Privatvermietungsmarkt sein. Nachfrageseitig bietet das Tourismusbarometer über die Modellorte und die Meldestatistik Orientierung. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt sowohl bei den Ferienzentren als auch bei den Ferienwohnungen, und -häusern deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Die Anbietenden von Ferienwohnungen und -häusern (70,6 Betten) haben im Schnitt über 30 Betten mehr als bundesweit üblich. Nur Mecklenburg-



Vorpommern erzielt in diesem Bereich noch höhere Werte. Die Bettenauslastung war sowohl bei den Ferienzentren als auch den Ferienwohnungen/-häusern 2024 rückläufig und lag mit 53,3 % leicht über bzw. 29,1 % leicht unter dem deutschen Durchschnitt.

Vorsorge- und Rehakliniken

Knapp jede zehnte Übernachtung in Schleswig-Holstein entfällt auf Vorsorge- und Rehakliniken. Die Nachfrage stieg 2024 um 3,9 % und damit deutlicher als bundesweit. Das Vor-Pandemie-Niveau wurde jedoch erneut nicht erreicht. In 53 Kliniken standen rund 11.000 Betten zur Verfügung und damit 1,9 % mehr als im Vorjahr. Mit durchschnittlich rund 211 Betten sind die Einrichtungen in Schleswig-Holstein etwa 30 Betten größer als im Bundesdurchschnitt. Die Auslastung verbesserte sich 2024 um 1,8 Prozentpunkte auf 88,6 % und liegt damit über dem bundesweiten Schnitt.

Gruppenunterkünfte

Die Gruppenunterkünfte haben sich auch 2024 – sowohl in Schleswig-Holstein als auch bundesweit – noch nicht vollständig von den Auswirkungen der Pandemie erholt. In Schleswig-Holstein gingen die Übernachtungszahlen 2024 um 3,0 %, bundesweit um 0,9 % zurück. Damit fehlte im Vergleich zu 2019 mehr als jede zehnte Übernachtung – sowohl im Land als auch bundesweit. Der Marktanteil der Gruppenunterkünfte lag bei 6,6 % (2019: 7,9 %). Besonders betroffen waren die Jugendherbergen/Hütten mit einem Minus von 4,9 %, während die Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime einen Rückgang von 1,8 % verzeichneten. Verglichen mit dem Vorkrisenniveau war der Einbruch in diesem Marktsegment besonders stark, dessen Ergebnisse noch knapp 17 % unterhalb des Niveaus des Jahres 2019 lagen. Jugendherbergen und Hütten verfehlten den Wert von 2019 um lediglich 2,6 %. 2024 schlossen erneut neun Gruppenunterkünfte, darunter zwei Jugendherbergen/Hütten. Seit 2019 hat damit rund jede siebte Gruppenunterkunft in Schleswig-Holstein den Betrieb eingestellt – ein stärkerer Rückgang als im Bundesdurchschnitt. Die Kapazitäten in den schleswig-holsteinischen Gruppenunterkünften sanken 2024 um etwa 2 % (rund 520 Betten). In einigen Einrichtungen zeigt sich bundesweit der Trend, größere Zimmer zugunsten eigener Bäder zu verkleinern, was zu einer Qualitätssteigerung führt. Mit durchschnittlich 122 Betten je Betrieb sind die Gruppenunterkünfte in Schleswig-Holstein überdurchschnittlich groß, vergleichbar mit dem Niveau von 2019. Höhere Werte finden sich lediglich in den Stadtstaaten. Die Auslastung in den Gruppenunterkünften ist 2024 gesunken. Während Jugendherbergen und Hütten mit 40,3 % über dem bundesweiten Schnitt lagen, blieb die Auslastung der Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime mit 30,3 % leicht darunter. Jugend-, Vereins und Busreisen allgemein stellen weiterhin potenzialträchtige Teilmärkte dar, mit ebenso steigenden Qualitätsansprüchen an die Unterkünfte. Die bestehenden Gruppenunterkünfte und auch die Hotellerie können davon profitieren.

Neue Beherbergungsangebote in Schleswig-Holstein

2024/2025 eröffnen mehrere neue Beherbergungsbetriebe. Einige Beispiele⁵:

Das Golf'n Wave Aktivhotel Fehmarn ist das perfekte Hotel für Aktivurlaub auf Fehmarn. Egal ob Familie oder Pärchen – das passende Zimmer ist mit den Junior- und Familiensuiten schnell gefunden. Neben einem hoteleigenen Wellnessbereich gibt es auch Wellnessuiten mit Sauna und Sprudelwannen direkt auf dem Zimmer.

Das SlowDown Bottsand Hotel & Spa eröffnete im Dezember 2024. Das Hotel mit 111 Zimmern liegt in der Nähe des Naturschutzgebiets Bottsand in Marina Wendtorf bei Kiel und bietet den perfekten Rückzugsort vom Alltag.

Das Gut Dorotheenthal wird um einen Wohnmobilstellplatz erweitert. Neben 140 regulären Stellplätzen wird es 75 Plätze für „Longliner“ bekommen mit einer Fläche von 200 qm mit eigenem Badehaus/Sauna. Die Eröffnung ist für August 2025 geplant.

⁵ www.golfwave.de, www.slowdown-bottsand.de, www.strandhotel-duenenmeer.de



Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein

Freizeit- und Kultureinrichtungen

Der Besuch einer neuen Kunstaussstellung, ein Tag mit der Familie im Freizeitpark oder eine Fahrt mit dem Ausflugsdampfer: Freizeit- und Kultureinrichtungen spielen als attraktive Ziele für Ausflüge vom Wohn- oder Urlaubsort eine elementare Rolle für den Tourismus in den einzelnen Destinationen. In Form eines Besucher:innenmonitorings beobachtet das Tourismusbarometer seit vielen Jahren die Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft. An dem Netzwerk Freizeitwirtschaft beteiligen sich deutschlandweit 670 Einrichtungen aus zehn Bundesländern. 2024 betrug das Besucher:innenvolumen aller Einrichtungen 64 Millionen, verteilt auf 18 Angebots-typen. Doch wie ist es – insbesondere im Wettbewerbsvergleich – um die schleswig-holsteinische Freizeitwirtschaft bestellt? Welche Kategorien gehören zu den Gewinnern? Was waren die wichtigsten Einflussfaktoren? Und welche Schlüssel-trends zeichnen sich für die nächsten Jahre ab? Antworten auf diese Fragen liefert das Tourismusbarometer. Allein in Schleswig-Holstein beteiligten sich 2024 54 Betriebe aus acht Kategorien an diesem Netzwerk. Zusammen verzeichneten sie rund 4,0 Millionen Besucher:innen, im Schnitt also etwa 74.000 pro Einrichtung.

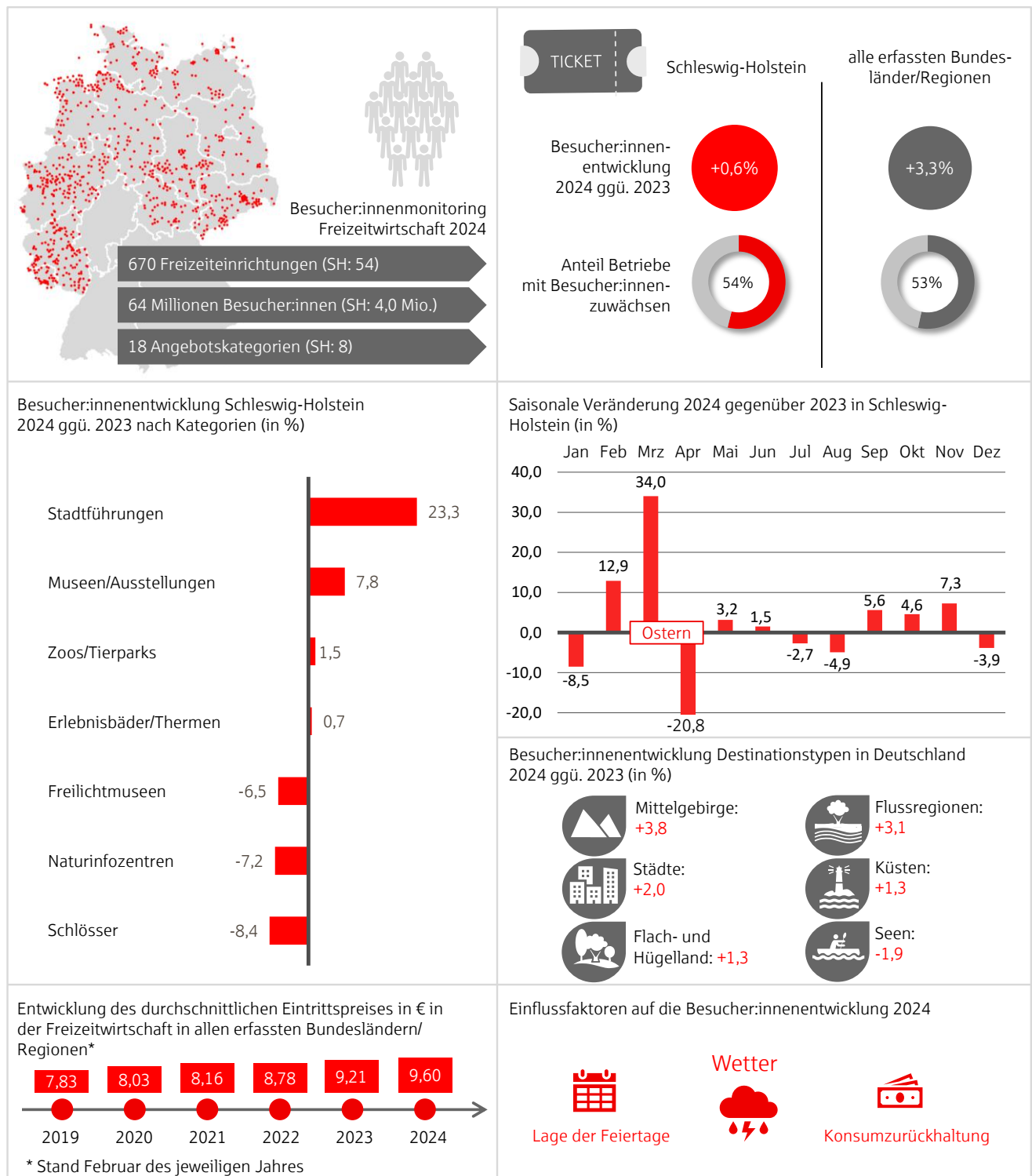
Rahmenbedingungen 2024

Die Rahmenbedingungen für die Freizeit- und Kulturangebote waren 2024 vor allem durch Preisentwicklungen beeinflusst. Inflation und steigende Preise in vielen Bereichen führten dazu, dass vielen Reisenden etwa für Ausflüge nur ein reduziertes Budget zur Verfügung stand. Gleichzeitig ist die Bereitschaft gestiegen, mehr für Freizeitangebote auszugeben als noch im Jahr 2014, wie eine Studie der Stiftung für Zukunftsfragen im Sommer 2024 zeigt. Die Deutschen sind sich der Inflation und der damit verbundenen Kostensteigerungen bewusst und grundsätzlich bereit, mehr Geld auszugeben als noch vor zehn Jahren. Insgesamt wägen die Menschen jedoch stärker ihre Ausgaben ab – auch im Freizeitbereich. Zum Teil wurden kostengünstige Angebote preisintensiveren vorgezogen – ein Trend, der sich aller Voraussicht nach auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird, wovon preisgünstigere Angebote profitieren könnten. Im Freizeitbereich zeigen sich deutliche Unterschiede in der Akzeptanz der Preissteigerungen. Während die als angemessen erachteten Preise für zum Beispiel Theater, Kino oder Spaßbad nur begrenzt gestiegen sind, ist die Zahlungsbereitschaft für Freizeitparks, Zoos oder Museen deutlich gewachsen.

2024 war für die Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein ein erfolgreiches Jahr. Die Besucher:innenzahlen erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 %. Bei allen Einrichtungen, die am Monitoring teilnehmen, lag das Plus sogar bei 3,3 %. Das Besucher:innenniveau des Jahres 2019 wurde noch um 2,7 % verfehlt. Damit schnitt Schleswig-Holstein besser ab als alle am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen, wo sich die Einbußen auf knapp 5 % beliefen. Über die Hälfte der Einrichtungen in Schleswig-Holstein vermeldeten ein Plus gegenüber dem Vorjahr, was dem generellen Trend der am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen entspricht. Mehr als einem Drittel der Einrichtungen gelang es, seine Besucher:innenzahlen im Vergleich zu 2019 zu erhöhen. Stadtführungen, Museen

und Ausstellungen, Zoos/Tierparks und Erlebnisbäder/Thermen konnten das Ergebnis des Jahres 2023 übertreffen. Freilichtmuseen, Schlösser und Naturinfozentren lagen darunter.

Abb. 12: Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein im Überblick



Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Freizeitwirtschaft



Die Freizeiteinrichtungen schlossen das Jahr mit einem Besucher:innenplus ab.

Saisonverlauf

Der Saisonverlauf 2024 gestaltete sich uneinheitlich. Die Verluste im April sind auf die unterschiedlichen Termine der Osterferien und -feiertage in den Jahren 2023 und 2024 (2023 im April, 2024 im März) zurückzuführen. Weitere Einbußen gab es darüber hinaus im Januar, Juli, August und Dezember. Die Monate im Überblick:

- Im Januar starteten die Freizeiteinrichtungen noch verhalten in das Jahr. Kaum eine Kategorie konnte an das Vorjahresergebnis anknüpfen, wobei viele Kategorien zweistellig im Minus lagen. Lediglich die Stadtführungen meldeten mehr Teilnehmende als im Vorjahr. Insgesamt gingen die Besucherzahlen im Januar in Schleswig-Holstein um 8,5 % zurück. Im Februar konnten die meisten Kategorien ein Plus verbuchen, so dass das Vorjahresniveau in diesem Monat um 12,9 % übertroffen wurde. Zoos/Tierparks und Freilichtmuseen blieben allerdings weiterhin zweistellig im Minus. Nur halb so viele Sonnenstunden wie im Vorjahr und doppelt so viel Niederschlag setzten den Outdooreinrichtungen im Februar zu.
- Der Zuwachs im März sowie die Rückgänge im April erklären sich durch die jährlich wechselnden Osterferientermine. Im Mai gab es mit 3,2 % mehr Besucher:innen als im Vorjahr erneut ein Top-Ergebnis. Allerdings hatten die Zoos/Tierparks und die Freilichtmuseen erneut leichte Verluste zu vermelden. Der Mai war der Monat, in dem das Niveau des Jahres 2019 mit +10,9 % am deutlichsten übertroffen werden konnte.
- Die Entwicklung in den Sommermonaten gestaltete sich uneinheitlich. Einem Besucher:innenplus im Juni standen Rückgänge im Juli und August gegenüber.
- Zwischen September und November lagen die Einrichtungen zwischen 5 und 7 % im Plus. Zum Jahresende im Dezember gab es wieder ein knappes Minus.

Ambivalente Entwicklung in den Sommermonaten, erfolgreicher Herbst.

Besucher:innenentwicklung nach Kategorien in Schleswig-Holstein 2024

In rund der Hälfte der Kategorien stiegen 2024 die Besucher:innenzahlen im Vergleich zum Vorjahr. Die Spannweite der Zuwächse reichte von einem Plus von +0,7 % bei den Zoos und Tierparks bis hin zu über 20 % bei den Stadtführungen. Drei Kategorien lagen im Minus. Erstmals werden in diesem Jahr die acht Kategorien in übergeordnete Themen gegliedert, um Entwicklungsrichtungen noch besser erkennen zu können. Die drei Bereiche sind

- Kulturangebote: Museen/Ausstellungen, Schlösser, Freilichtmuseen, Stadtführungen
- Natur- und Landschaftsattraktionen: Naturinfozentren
- Erlebnisangebote: Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Erlebnisbäder/Thermen, Zoos/Tierparks

Kulturangebote

- Die Kulturangebote in Schleswig-Holstein entwickelten sich mit 1,9 % mehr Besucher:innen dynamischer als die anderen Bereiche, lagen aber unter der Entwicklungsrate aller teilnehmenden Kulturangebote (+4,9 %). Das Niveau des Jahres 2019 haben sie damit fast wieder erreicht. Alle teilnehmenden Kulturangebote erreichten erst 95 % des Vor-Pandemie-Niveaus. Besonders für die Anbietenden von Stadtführungen war 2024 ein erfolgreiches Jahr. Sie begrüßten rund ein Viertel mehr Teilnehmende als im Vorjahr. Mit Ausnahme vom April, wo sie aufgrund des Osterferieneffektes einen leichten Rückgang verbuchten, lagen sie in allen Monaten deutlich im Plus. Besonders hohe Zuwächse gab es im Januar, Oktober und November. Aber auch in den Sommermonaten legten sie teils zweistellig zu. Im Konkurrenzvergleich aller Anbietenden von Stadtführungen liegen sie damit auch gegenüber 2019 weit vorn. Auch für die Museen und Ausstellungen lief es weiter sehr gut. Mit einem Besucher:innenplus von 7,8 % ließen sie ebenfalls die Konkurrenz hinter sich. Vor allem zum Jahresende gab es hohe zweistellige Wachstumsraten. Die Schlösser (-8,4 %) und die Freilichtmuseen (-6,5 %) konnten hingegen nicht an das Vorjahresergebnis anknüpfen. Das Ergebnis der Schlösser ist dabei differenziert zu betrachten. Für den Rückgang zeichnete sich jedoch nur eine Einrichtung verantwortlich, die am Jahresende aufgrund des Wegfalls einer besucher:innenstarken Veranstaltung deutlich niedrigere Besucher:innenzahlen als im Vorjahr erzielte. Alle anderen Einrichtungen in dieser Kategorie waren gegenüber dem Vorjahr im Plus. Aufgrund der



positiven Entwicklung in den Vorjahren liegen sie ebenso wie die Freilichtmuseen auf oder leicht über dem Niveau des Jahres 2019.

Wikingerdämmerung – Zeitenwende im Norden

Die Ausstellung „Wikingerdämmerung – Zeitenwende im Norden“ beschäftigt sich mit der späten Wikingerzeit. Im Museum für Archäologie im Schloss Gottorf werden herausragende archäologische Funde u. a. aus Haithabu, Schleswig und dem nördlichen Schleswig-Holstein sowie die aktuellen Forschungsergebnisse präsentiert.⁶

Natur- und Landschaftsattraktionen

→ Die Naturinfozentren in Schleswig-Holstein verfehlten das Vorjahresergebnis recht deutlich um 7,2 %. Die Rückgänge stammen aus starken Einbrüchen im Juli und August sowie im Oktober und November. Damit vergrößerte sich auch der Rückstand zum Ergebnis des Jahres 2019, zu dem mittlerweile mehr als jede:r achte Besucher:in fehlt. In allen am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen verlief die Entwicklung weniger negativ, wenngleich auch hier Verluste zu vermelden sind.

Erlebnisangebote

→ Die Erlebnisangebote in Schleswig-Holstein übertrafen das Vorjahresergebnis um 0,8 % und waren damit etwas weniger dynamisch als alle Teilnehmenden in der Kategorie der Erlebnisangebote (+2,3 %). Die Zoos und Tierparks vermeldeten nach einem Rückgang im Vorjahr wieder ein Besucher:innenplus von +1,5 % und entwickelten sich damit besser als die Wettbewerber:innen in den anderen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern. Nach einem eher schwierigen ersten Halbjahr stabilisierten sich die Zahlen ab Juli. Im Juli und August lagen die Besucher:innenzahlen in den Zoos und Tierparks in Schleswig-Holstein in etwa auf Vorjahresniveau. Auf einen Rückgang im September folgten zum Jahresende drei Monate mit zweistelligen Wachstumsraten. Die Erlebnisbäder und Thermen konnten sich ebenfalls über leicht gestiegene Ticketverkäufe freuen. Das Plus von +0,7 % stammte vorrangig aus dem ersten Halbjahr. Im zweiten Halbjahr 2024 gab es mit Ausnahme des Dezember durchweg rückläufige Besucher:innenzahlen. Im Oktober und November fehlte den Bädern knapp jede:r zehnte Besucher:in im Vergleich zum Vorjahr.

Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft

Seit 2014⁷ hat das Tourismusbarometer ein regelmäßiges und vergleichbares Monitoringsystem zur Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft aufgesetzt. Ziel ist es, die unterschiedlichen Preisstrukturen in den einzelnen Kategorien zu ermitteln und Zusammenhänge zwischen Preisentwicklung beziehungsweise -dimension auf der einen sowie Besucher:innenentwicklung und Investitionsverhalten auf der anderen Seite zu prüfen.⁸

Im Jahr 2025 sind die Eintrittspreise in den Freizeiteinrichtungen erneut gestiegen, allerdings weniger stark als im Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern erhöhten sich die Eintrittspreise im Frühjahr 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 4,2 %. Verglichen mit dem Frühjahr 2020 entspricht das einem Preisanstieg um rund ein Fünftel. Die jährliche Teuerungsrate lag damit im Mittel der Jahre 2020 bis 2024. Die stärksten Preissteigerungen verzeichneten Naturinfozentren (+17,3 %), auch Ausflugsschiffe (+7,9 %) und Landschaftsattraktionen (+6,6 %) bewegten sich deutlich über dem Durchschnitt. Insgesamt lag die Teuerungsrate bei den Freizeit- und

⁶ www.museum-fuer-archaeologie.de

⁷ In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2020 bis 2024 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.

⁸ Preisdifferenzierungen sind als Instrument für Marketing und Zielgruppenorientierung in der Freizeitwirtschaft weit verbreitet. Zugrunde gelegt wurde der aktuell günstigste Einzelpreis für einen Erwachsenen ohne Ermäßigung. Betriebe, deren Preisstruktur angesichts verschiedener Angebotsmöglichkeiten stark variiert, blieben bei der Preisanalyse außen vor. Das war vereinzelt bei Theatern (diverse Vorstellungen und Kategorien), aber auch bei touristischen Verkehrsträgern (umfangreiches Streckennetz) der Fall. Ansonsten wurde bei den Verkehrsträgern der Preis für ein Tagesticket/eine Rundfahrt ermittelt. Bei Erlebnisbädern/Thermen floss der Tagespreis ohne Sauna oder die Gebühr für einen vierstündigen Aufenthalt in die Analyse ein.



Kultureinrichtungen damit erneut über der des deutschlandweiten Verbraucherpreisindex für Freizeit, Unterhaltung und Kultur im gleichen Zeitraum (+1,1 %).⁹

In Schleswig-Holstein bewegte sich der durchschnittliche Preisanstieg in den Freizeiteinrichtungen mit 2,7 % unter dem aller teilnehmenden Bundesländer. Die höchsten Preissteigerungen waren bei den Schlössern, Erlebnisbädern/Thermen und den Zoos/Tierparks zu beobachten. Die Zoos/Tierparks bleiben aber weiterhin günstiger als in den anderen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern. Die Erlebnisbäder/Thermen liegen preislich leicht über den vergleichbaren Einrichtungen in anderen Bundesländern.

Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe

Konjunktur- und Marktbewertung

Für das Jahr 2024 wurde eine stagnierende Entwicklung der deutschen Wirtschaft prognostiziert. Vor diesem Hintergrund blieb die wirtschaftliche Lage auch im Hotel- und Gaststättengewerbe angespannt.¹⁰ Die aktuellen Umsatzzahlen verdeutlichen diese Entwicklung: Bundesweit ging der preisbereinigte Umsatz im Gastgewerbe im Jahr 2024 um 2,6 % zurück. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich in Schleswig-Holstein, wo das Minus bei 3,8 % lag. Schon 2023 hatten steigende Kosten und wirtschaftliche Unsicherheiten die Ertragslage vieler Betriebe belastet – dieser Druck hat sich im Jahr 2024 noch weiter verschärft.

Bereits zu Jahresbeginn 2024 startete das Hotel- und Gaststättengewerbe mit gedämpfter Stimmung. Der Geschäftslagesaldo lag bei -4 Punkten und verharrte über das Jahr hinweg auf niedrigem Niveau. Der rückläufige Trend wird im Vergleich sichtbar: Während der Geschäftslagesaldo im Herbst 2023 noch bei +22 lag, sank er bis zum Frühsommer 2025 auf -18. Lediglich das Beherbergungssegment konnte zum Jahresende 2024 kurzfristig für positive Impulse sorgen und die Stimmung leicht heben. Die Gastronomie hingegen zeigt seit Jahren eine konstant angespannte Lage – ein strukturelles Problem, das sich bundesweit bemerkbar macht. Denn in allen Bundesländern kam es 2024 zu preisbereinigten Umsatzrückgängen in der Gastronomie. In Schleswig-Holstein belief sich der reale Umsatzrückgang auf durchschnittlich 4,2 % – insbesondere verursacht durch stetig steigende Betriebskosten. Die Folgen des Wegfalls der Mehrwertsteuersenkung werden sich erst in den Geschäftsbilanzen für das Jahr 2024 vollständig zeigen. Auch im Beherbergungsgewerbe fällt die Bilanz verhalten aus: Zwar sank der nominale Umsatz in Schleswig-Holstein im Vergleich zu 2023 lediglich um 0,6 %, inflationsbereinigt entspricht dies jedoch einem Rückgang von 3,4 %. Zu Beginn des Jahres 2025 verzeichnet das Gastgewerbe mit einem Geschäftsklima-Saldo von -8 Punkten die schlechteste Stimmung seit dem pandemiebedingt stark belasteten Frühsommer 2022, als der Wert bei -23 lag. Und der Abwärtstrend setzt sich fort: Im aktuellen Frühsommer 2025 sinkt der Saldo weiter auf -18 – ein Indiz für die anhaltend schwierige wirtschaftliche Lage der Branche.

„Die deutsche Wirtschaft fasst langsam wieder Tritt“¹¹

Trotz weiterhin herausfordernder Rahmenbedingungen und einer eher schlechten Bewertung der aktuellen Lage deutet sich zum Jahresbeginn 2025 eine erste Stimmungsaufhellung im Gastgewerbe an. Die Geschäftserwartungen haben sich verbessert und fallen optimistischer aus als noch zum Jahresende 2024: Nach Einschätzung des ifo-Instituts ist diese Entwicklung vor allem auf eine abnehmende Unsicherheit innerhalb der Unternehmen zurückzuführen. Auch die aktuellen Zahlen der DIHK bestätigen diesen Trend: Der Saldo der Geschäftserwartungen

⁹ Vergleich Februar 2025 mit Februar 2024, www.destatis.de

¹⁰ ifo Institut Geschäftsklimaindex 2025 und DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2025

¹¹ ifo Institut Konjunkturperspektiven Mai 2025



verbesserte sich von -32 Punkten im Herbst 2024 auf -13 Punkte im Frühsommer 2025 – ein Hinweis für eine wachsende, wenn auch vorsichtige Zuversicht in der Branche?

Auch in Schleswig-Holstein zeichnet sich zu Jahresbeginn 2025 eine vorsichtige Stimmungsaufhellung im Gastgewerbe ab. Die Einschätzungen der Unternehmen fallen weniger pessimistisch aus als in den vorangegangenen Quartalen. Dennoch bleibt die wirtschaftliche Erholung herausfordernd: Nach wie vor bewerteten 43 % der Betriebe im schleswig-holsteinischen Gastgewerbe ihre Geschäftsaussichten für das erste Quartal 2025 als schlecht oder unzureichend. Ein leicht positiver Impuls kommt vom DIHK-Konjunkturklimaindex, der im ersten Quartal 2025 immerhin von 87,2 auf 93,1 Punkte stieg – ein Indiz für eine allmähliche Verbesserung.¹² Ein Grund zur verhaltenen Zuversicht bietet die Entwicklung der Inflation: Die Teuerungsrate hat sich seit einem Jahr auf einem stabilen Niveau von rund 2 % eingependelt – dies entspricht dem von der Europäischen Zentralbank angestrebten Wert, um Preisstabilität zu gewährleisten. Auch politische Entwicklungen deuten auf weitere Entlastungen hin: Im Koalitionsvertrag ist vorgesehen, die Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie ab 2026 dauerhaft von 19 auf 7 % zu senken. Darüber hinaus sollen zahlreiche bürokratische Verpflichtungen – etwa in den Bereichen Dokumentation, Statistik und Datenerhebung – für Gastgewerbe, Hotellerie, Einzelhandel, Handwerk und Landwirtschaft abgebaut werden. Erste positive Signale zeigen sich auch in den Zahlen: Im Januar und Februar 2025 konnte das Gastgewerbe höhere Umsätze im Vergleich zu den Vorjahresmonaten verbuchen.

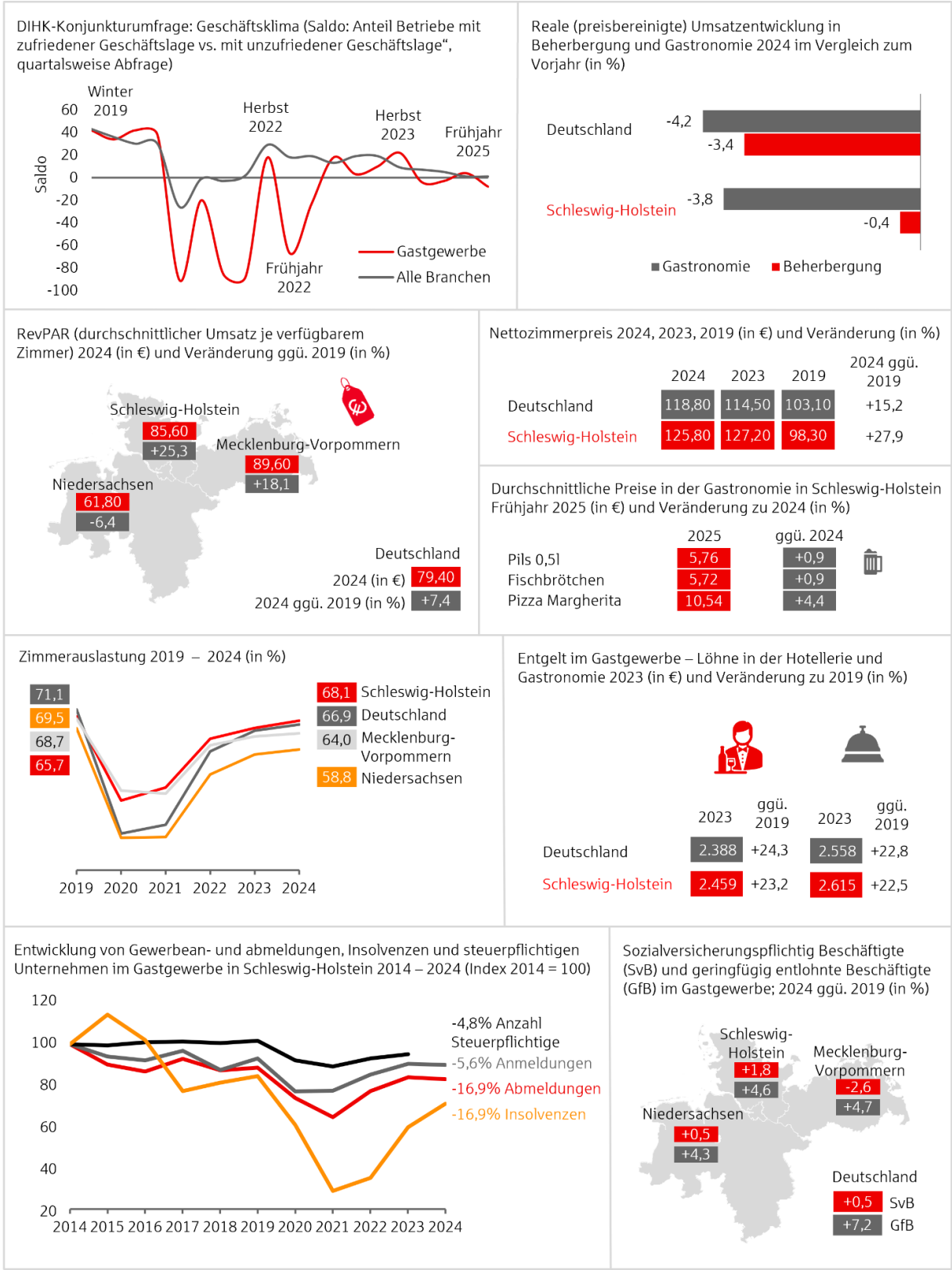
Preisentwicklung und Zimmerauslastung

Die im Jahr 2023 dominanten Preissteigerungen haben sich im Jahr 2024 abgeschwächt. Bundesweit legten die Hotelübernachtungspreise um 3,8 % gegenüber dem Vorjahr zu. Diesen Trend belegen die Zahlen von STR-Global (mit Schwerpunkt auf Kettenhotellerie und Häusern ab vier Sternen) ebenso wie die Daten des Hotelverbandes Deutschland. Die Hotellerie in Schleswig-Holstein verzeichnete eine stabile Marktentwicklung mit einem leichten Rückgang der Übernachtungspreise um 1 % gegenüber dem Vorjahr. So lag 2024 der Zimmerpreis für eine Übernachtung in Schleswig-Holstein bei 125,80 Euro, sieben Euro über dem Bundesdurchschnitt (118,80 Euro). Diese Stabilisierung sendet ein positives Signal. Sie erlaubt Gästen eine behutsame Anpassung ihrer Ausgaben und verschafft den Betrieben zugleich Spielraum für Investitionen. In der mittelfristigen Betrachtung 2019 bis 2024 stiegen die Übernachtungspreise in Schleswig-Holstein insgesamt um 27,9 %, während die bundesweite Teuerung im selben Zeitraum bei rund 15 % und die kumulierte Inflation bei 19,9 % lag. Vor diesem Hintergrund ist die aktuelle Stabilisierung der Übernachtungspreise in Schleswig-Holstein begrüßenswert.

Die Zimmerauslastung im bundesweiten Hotelsegment näherte sich im dritten Jahr in Folge schrittweise dem Vorkrisenniveau von 2019 an und liegt derzeit bei knapp 77 %. In Schleswig-Holstein ist ein ähnlicher Trend zu beobachten. Im Jahr 2024 betrug sie durchschnittlich 68,1 % – ein Plus von 2,3 Prozentpunkten gegenüber 2023. Bundesweit fiel der Zuwachs mit rund 2 % vergleichbar aus. In Schleswig-Holstein liegt die Auslastung damit nur noch 1,4 Prozentpunkte hinter dem Vorkrisenniveau von 2019. Gleichzeitig stieg der RevPAR, der durchschnittliche Erlös je verfügbarem Zimmer, auf 85,60 Euro – fast 20 Euro über dem Vorkrisenwert von 2019. Deutschlandweit beläuft sich der RevPAR auf 79,40 Euro. Mit knapp 90 Euro weist das Nachbarbundesland Mecklenburg-Vorpommern einen noch höheren Wert auf. Die gute Preis- und Auslastungsentwicklung führte dazu, dass der RevPAR 2024 in Schleswig-Holstein ein Rekordhoch erreichte.

¹² IHK-Konjunkturklimaindex Schleswig-Holstein 2025

Abb. 13: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten Bundesagentur für Arbeit, DIHK, Statistisches Bundesamt, STR-Global



Preise in der Gastronomie

Auch in der Gastronomie setzten sich die Preisanstiege fort, blieben jedoch insgesamt moderat. Im Frühjahr 2025 kostet ein 0,5-Liter-Pils in Schleswig-Holstein durchschnittlich 5,75 Euro – ein Plus von 0,9 % gegenüber dem Frühjahr 2024 und liegt damit unter der Inflationsentwicklung von 2,2 %. Der Preisanstieg beim Bier geht dabei einher mit dem kontinuierlichen Rückgang des Bierkonsums, der laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um 4,5 % eingebrochen ist. Etwas deutlicher fiel die Teuerung für manche Speisen aus, was u. a. auf die Rückkehr des Mehrwertsteuersatzes von 7 auf 19 % zurückzuführen ist.

Betriebs- und Insolvenzentwicklung im Gastgewerbe

Die Entwicklung der Betriebszahlen im Gastgewerbe liefert ebenfalls wichtige Indikatoren für die konjunkturelle Lage der Branche. Dabei werden bundesweit leicht höhere Zahlen genannt, während sich in Schleswig-Holstein eine weitgehend stabile, aber verhaltene Dynamik abzeichnet. Der Saldo aus Gewerbean- und -abmeldungen im Gastgewerbe in Deutschland lag mit einem Plus von 1.272 Betrieben im positiven Bereich. Die aktuelle Gewerbestatistik 2024 für das Gastgewerbe in Schleswig-Holstein zeigt mit jeweils rund 1.700 An- und Abmeldungen ein ausgeglichenes Verhältnis – ein Zeichen für eine laufende Marktkonsolidierung.

Die Betriebsfluktuation liegt in Schleswig-Holstein seit einem Jahrzehnt auf einem konstanten Niveau mit jährlich durchschnittlich 1.700 bis 2.000 An- und Abmeldungen. Darunter laufen sämtliche Neugründungen, aber auch Gewerbeübergaben oder Fortzüge.

Die Zahl der steuerpflichtigen gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein hat leicht zugelegt: Laut Umsatzsteuerstatistik waren es 2022 insgesamt 7.720 steuerpflichtige Betriebe. 2023 stieg diese Zahl auf 7.897. Ob sich hinter diesem Plus eine Marktbereinigung verbirgt, wird erst die Auswertung der Daten für 2024 zeigen. Langfristig betrachtet zeigt sich jedoch ein rückläufiger Trend: Im Vergleich mit dem Jahr 2013 gab es 2023 rund 5 % weniger steuerpflichtige gastgewerbliche Betriebe in Schleswig-Holstein. 2024 entfielen auf die Gastronomie rund siebenmal so viele Gewerbeabmeldungen wie auf die Beherbergungsbetriebe. Die derzeitige Herausforderung besteht daher weniger in der allgemeinen konjunkturellen Lage als in strukturellen Standortfaktoren und der langfristigen Sicherung eines flächendeckenden gastronomischen Angebots.

Insolvenzen steigen 2024 das dritte Jahr in Folge

Zwischen 2023 und 2024 mehrten sich die eröffneten Insolvenzverfahren deutschlandweit um fast 23 %, in Schleswig-Holstein um rund 19 %. Damit wächst die Zahl der Insolvenzen im dritten Jahr in Folge – einmal mehr nach oben getrieben durch die Gastronomie. Dabei ist zu berücksichtigen, dass pandemiebedingte Sonderregelungen – wie die zeitweise ausgesetzte Insolvenzantragspflicht – diesen Anstieg verzögert haben dürften. Entscheidend wird sein, wie lange dieser temporäre Nachholeffekt anhält und ob er den Beginn einer Trendwende markiert. Zugleich kämpft die Branche mit weiter steigenden Kosten. Zwar sanken im April 2025 die Gesamtimportpreise um 0,4 % und auch Erdöl und Kohle wurden günstiger. Gleichzeitig stiegen jedoch die Lebensmittelpreise gegenüber dem Vorjahr um 9,8 % und Strom und Gas bleiben teuer. Für Gastronomiebetriebe wird die Kalkulation ihrer Kosten immer schwieriger und eine zukunftsnahe Entlastung ist derzeit nicht gegeben.

Arbeitsmarkt im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe bleibt ein bedeutender Beschäftigungsträger. Seit über zehn Jahren steigt die Zahl der Erwerbstätigen kontinuierlich – lediglich unterbrochen durch den pandemiebedingten Rückgang in den Jahren 2020 und 2021. Diese Entwicklung zeigt sich auch auf Landesebene. Im Jahr 2024 erreicht das Gastgewerbe in Schleswig-Holstein mit insgesamt 86.514 sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten einen neuen Höchststand. Gegenüber dem Jahr 2019 entspricht das einem Beschäftigungszuwachs von 3,2 %. Bundesweit ist ein ähnlicher Trend erkennbar – hier stieg die Zahl der Beschäftigten im gleichen Zeitraum um 3,7 %. Beherbergung und Gastronomie profitieren gleichermaßen. In beiden Segmenten erhöhte sich die Zahl der Beschäftigten. Der Anteil der



geringfügig Beschäftigten liegt seit rund einem Jahrzehnt stabil zwischen 47 % und 49 % aller Erwerbstätigen im Gastgewerbe von Schleswig-Holstein. Zwischen 2019 und 2024 stieg die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung um 1,8 %, die geringfügige Beschäftigung um 4,5 %. Dies deutet darauf hin, dass der Anstieg geringfügiger Beschäftigung nicht zulasten regulärer Arbeitsplätze ging, sondern vielmehr zusätzliche Beschäftigung generiert wurde.

Mit Blick auf die aktuellen Ergebnisse der IAB-Arbeitszeitrechnung für das Jahr 2024 wird deutlich, dass das Arbeitsvolumen in Deutschland trotz gestiegener Erwerbstätigen erstmals seit der Corona-Pandemie um 0,1 % gesunken ist. Die gesamtwirtschaftlich gestiegene Teilzeitquote wird unter anderem auf den hohen Teilzeitanteil im Gastgewerbe zurückgeführt.¹³

Der Ausbildungsmarkt im Gastgewerbe steht ebenfalls vor Herausforderungen: In Schleswig-Holstein ist die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen von 2023 auf 2024 um 28,5 % zurückgegangen – mehr als zehn Prozentpunkte stärker als im bundesweiten Durchschnitt. Zugleich sank die Zahl unbesetzter Ausbildungsplätze um 28,1 %, während dieser Rückgang deutschlandweit lediglich 14,3 % betrug. Der Vergleich mit 2019 fällt kritisch aus: Die Zahl der Ausbildungsplätze hat sich zwischen 2019 und 2024 mehr als halbiert (-52,7 %). Langfristig lässt sich in Schleswig-Holstein auch ein kontinuierlicher Rückgang unbesetzter Ausbildungsstellen beobachten. Verstärkte Investitionen in die Nachwuchsgewinnung sind demnach unerlässlich, um unter anderem möglichst viele Schulabgehende für eine Ausbildung im Gastgewerbe zu gewinnen. Die aktuelle Ausbildungsumfrage der IHK zeigt branchenübergreifend, dass in nahezu jedem zweiten Unternehmen in Schleswig-Holstein mindestens ein Ausbildungsplatz unbesetzt blieb.¹⁴

Lohnentwicklung im Gastgewerbe

Die Gehälter im Gastgewerbe in Schleswig-Holstein stiegen im Einklang mit dem Branchendurchschnitt in Deutschland und lagen 2023 bei einem durchschnittlichen Bruttogehalt von 2.537 Euro etwa 70 Euro über dem Bundeswert. Beschäftigte in der Hotellerie erzielten mit 2.615 Euro etwas höhere Einkommen, während in der Gastronomie ein durchschnittlicher Verdienst von 2.459 Euro erreicht wurde. Trotz dieser positiven Entwicklung bleibt ein großer Teil der Beschäftigten im Niedriglohnbereich, der unterhalb von 2.530 Euro brutto liegt. Auch 2024 verdienten mehr als die Hälfte der Beschäftigten im Gastgewerbe weniger als diesen Grenzwert – in der Gastronomie betrifft das sogar nahezu 60 %. Seit Mai 2025 gilt der neu ausgehandelte Tarifvertrag für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein. Viele Betriebe sorgen sich jedoch, dass die vereinbarten Lohnsteigerungen ihre finanzielle Leistungsfähigkeit überstrapazieren könnten.

Beschäftigte im Gastgewerbe müssen, wie andere Arbeitnehmende auch, mit ihrem Einkommen alle Lebenshaltungskosten decken – allen voran die Miete. In Schleswig-Holstein liegen nicht nur die Löhne über dem Bundesdurchschnitt, es sind auch die Mietpreise günstiger. So betrug die durchschnittliche Angebotsmiete 2022 in Schleswig-Holstein 6,92 Euro pro Quadratmeter – fast zwei Euro weniger als im bundesweiten Schnitt (8,50 Euro).¹⁵ Das bedeutet für eine 50-Quadratmeter-Wohnung eine Ersparnis von rund 80 Euro im Monat bzw. 950 Euro im Jahr. Geringere Mietkosten und ein verbessertes Lohnniveau können dem schleswig-holsteinischen Gastgewerbe einen Standortvorteil verschaffen. Gleichzeitig unterscheiden sich die lokalen Kosten für Miete und Eigentum erheblich. Gerade in touristischen Top-Orten entlang der Küsten werden häufig überdurchschnittliche Preise aufgerufen und es besteht aufgrund vielfältiger Nutzungsinteressen teilweise ein Mangel an Wohnraum.

¹³ Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, März 2025

¹⁴ IHK Schleswig-Holstein

¹⁵ Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung



Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen

Die aktuellen EBIL-Daten des Jahres 2023 spiegeln die betriebswirtschaftliche Lage der gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein im zweiten Jahr nach der Pandemie wider. Die EBIL-Daten ermöglichen noch keine Rückschlüsse auf die wirtschaftliche Situation der Betriebe im Jahr 2024, können aber erste Trends aufzeigen.

Erläuterungen zu den EBIL-Kennzahlen

Ab einer bestimmten Kredithöhe müssen die gastgewerblichen Betriebe ihre Jahresabschlüsse zu Prüfzwecken bei der finanzierenden Sparkasse einreichen. Diese werden in einer Datenbank zentral bearbeitet (Bezeichnung: EBIL-Datenanalyse). Die elektronischen Bilanzdaten werden eigens für das Tourismusbarometer anonymisiert aufbereitet sowie regionalisiert und typisiert ausgewiesen. In die daraus folgenden Zeitreihenanalysen sind die Bilanzdaten von jährlich rund 5.000 Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben eingeflossen.¹⁶ Aufgrund der zeitverzögerten Erfassung stammen die aktuellen Daten aus dem Jahr 2023.¹⁷ Als Bezugsgröße gilt der Median oder auch Zentralwert.

Umsatzrendite und Cashflow

Die Entwicklung der Umsatzrendite im schleswig-holsteinischen Gastgewerbe verdeutlicht die anhaltenden wirtschaftlichen Belastungen der Branche. Nach mehreren Jahren mit überdurchschnittlicher Rentabilität verzeichnet die Branche nun bereits das zweite Jahr in Folge einen Rückgang: Zwischen 2022 und 2023 sank die Umsatzrendite um 4,2 Prozentpunkte auf 8,1 %. Im Bundesvergleich fiel der Rückgang mit 2,2 Prozentpunkten geringer aus, so dass sich der bundesweite Durchschnitt bei 8,4 % einpendelte. Damit erreichte Schleswig-Holstein den niedrigsten Stand der Umsatzrendite im Gastgewerbe seit rund zehn Jahren. Noch vor wenigen Jahren erzielte das Land regelmäßig stabile zweistellige Werte und lag damit über dem Bundesdurchschnitt. Der Rückstand auf den aktuellen Bundeswert beträgt derzeit 0,3 Prozentpunkte.

Trotz eines leichten nominalen Umsatzanstiegs um 0,1 % im Jahr 2023 verzeichnete das schleswig-holsteinische Gastgewerbe inflationsbereinigt ein deutliches Minus von 6,7 %. Steigende Betriebskosten führten zum ersten Mal nach zwei starken Umsatzjahren zu sinkenden Gewinnmargen. Im Jahr 2024 setzte sich dieser Trend fort: Die realen Umsätze sanken erneut um 3,8 % – ein Warnsignal für die Rentabilität der Branche. Zusätzliche finanzielle Belastungen sind absehbar, da die Auswirkungen der ausgelaufenen Mehrwertsteuersenkung erst in den Bilanzen für 2024 vollständig zum Tragen kommen. Besonders stark betroffen ist der Beherbergungssektor: Hier sank die Umsatzrendite im Jahr 2023 im Vergleich zum Vorjahr um 6,1 Prozentpunkte. In der Gastronomie fiel der Rückgang mit 0,7 Prozentpunkten hingegen moderater aus.

Auch die Innenfinanzierungskraft des schleswig-holsteinischen Gastgewerbes blieb 2023 nicht von den Umsatzrückgängen verschont. Mit einem Cashflow von 12,1 % liegt das Bundesland zwar nur geringfügig unter dem bundesweiten Durchschnitt von 12,8 %, erreichte damit aber den niedrigsten Wert seit zehn Jahren. Im Vergleich zu 2022, als der Wert noch bei rund 17 % lag, bedeutet dies einen Rückgang um 4,8 Prozentpunkte – und damit einen deutlich stärkeren Einbruch als im Bundesdurchschnitt (-2,4 Prozentpunkte). Besonders betroffen war erneut die Beherbergungsbranche. Hier sank die Cashflow-Rate um deutliche 7,5 Prozentpunkte. Die abnehmende Innenfinanzierungskraft ist eine direkte Folge des inflationsbereinigten realen Umsatzrückgangs in Verbindung mit gestiegenen Betriebskosten. Diese Entwicklung erschwert es den Betrieben zunehmend, Investitionen aus eigener Kraft zu finanzieren. Fehlende finanzielle Reserven erschweren notwendige Investitionen in Qualität, Digitalisierung oder Personal, was wiederum die Attraktivität der Branche für Gäste und Arbeitskräfte mindern kann. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, braucht es langfristig ausgerichtete Strategien, um sich finanziell weiter zu stabilisieren – sei es durch Kostenoptimierung oder gezielte Preisanpassungen.

¹⁶ Durchschnitt der jährlichen Bilanzen der vollständigen Jahre von 2013 bis 2023

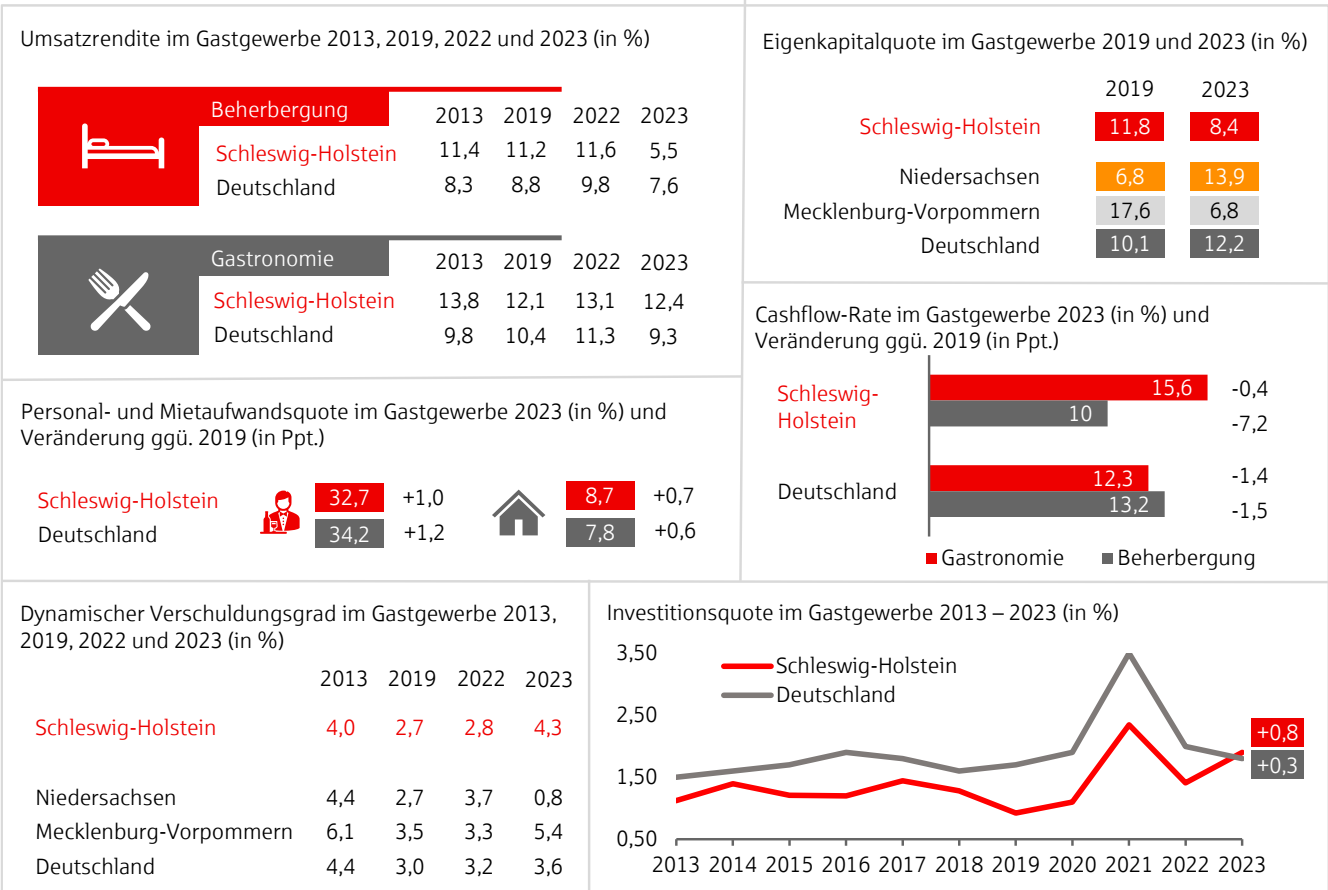
¹⁷ Für das Jahr, auf das sich die aktuellen Daten beziehen, ist der Datensatz noch nicht vollständig, da laufend weitere Jahresabschlüsse eintreffen. Der Erfassungsgrad liegt aber bei rund 40 %; auf dieser Grundlage sind fundierte Aussagen möglich.

Eigenkapital und Investitionsfähigkeit

Die wirtschaftliche Stabilität eines Betriebs ist eng mit seiner Investitionsfähigkeit verknüpft – ein zentrales Kriterium hierfür ist neben der Cashflow-Rate auch die Eigenkapitalquote. In Schleswig-Holstein ist diese im Jahr 2023 überdurchschnittlich um 5,7 Prozentpunkte gestiegen – deutlich stärker als im Bundesdurchschnitt, wo der Zuwachs lediglich 1,7 Prozentpunkte betrug. Der Anstieg der Eigenkapitalquote – bei gleichzeitig rückläufigem Cashflow und gesunkener Umsatzrendite – lässt darauf schließen, dass viele Betriebe derzeit weniger aus dem operativen Geschäft heraus investieren, sondern vielmehr auf Rücklagen oder externe Kapitalzuflüsse zurückgreifen.

Zinsaufwandsquote und Investitionsquote entwickeln sich in Schleswig-Holstein entgegen dem bundesweiten Trend: Während diese Kennzahlen deutschlandweit weitgehend stagnieren, steigen sie in Schleswig-Holstein leicht an. Das deutet darauf hin, dass die Finanzierungsmöglichkeiten und Investitionsbereitschaft in Schleswig-Holstein zumindest teilweise weiterhin gegeben sind. Die Investitionsquote liegt rund einen Prozentpunkt über dem Wert von 2019. Gleichzeitig ist die Abschreibungsquote seitdem um denselben Wert gesunken und lag 2023 bei 2,9 %. Diese Entwicklung kann verschiedene Ursachen haben – etwa eine stärkere Fokussierung auf Modernisierungsmaßnahmen an bestehenden Anlagen anstelle von Neuanschaffungen, was zu niedrigeren Abschreibungskosten führt.

Abb. 14: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des Hotel- und Gaststättengewerbes in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten DSV 2025 (Sonderauswertung EBIL)



Belastungsprobe im Hotel- und Gaststättengewerbe

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass das Gastgewerbe auch künftig mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert ist. Vier zentrale Belastungsfaktoren zeigen sich über die Jahre hinweg konstant: Arbeitskosten, Energie- und Rohstoffpreise, wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und Fachkräftemangel zählen nach wie vor zu den größten Sorgen der Betriebe. Lediglich die Gewichtung dieser Faktoren verschiebt sich regelmäßig. Während sich die Energie- und Rohstoffpreise 2024 zunächst entspannten, rückten die steigenden Arbeitskosten, die sich auch in der Personalaufwandsquote widerspiegeln, in den Vordergrund und stellten für viele Unternehmen die größte finanzielle Herausforderung dar. Der Fachkräftemangel hingegen verlor 2024 etwas an Brisanz – nur noch gut jeder zweite Betrieb betrachtet ihn als existenzielles Risiko. Eine positive Entwicklung ist, dass in Schleswig-Holstein im Vergleich zum Vorjahr sowohl die Mietaufwandsquote als auch die Personalaufwandsquote gesunken sind. Das ist ein Hinweis auf eine leichte Kostenentlastung in diesen Bereichen.

Das schleswig-holsteinische Gastgewerbe erlebt eine ungewöhnliche Phase: Nach mehreren Jahren wirtschaftlicher Stabilität gerät die betriebswirtschaftliche Situation zunehmend unter Druck. Zum zweiten Mal in Folge verzeichnen die Betriebe rückläufige Umsätze, während sowohl die Rendite als auch der Cashflow auf historische Tiefststände sinken. Im bundesweiten Vergleich relativieren sich diese Entwicklungen zwar etwas – die Herausforderungen treffen die Branche deutschlandweit. Dennoch zeigt sich das Gastgewerbe in Schleswig-Holstein widerstandsfähig. Rücklagen aus wirtschaftlich erfolgreichen Jahren ermöglichen es vielen Betrieben, die aktuelle Belastung besser zu bewältigen und diese Zeit zu überbrücken.

Ein Vergleich mit dem Jahr 2019 zeigt einen insgesamt positiven Trend: Die Zahl der Übernachtungsgäste wie auch der RevPAR liegen über dem Vorkrisenniveau. Die derzeit moderaten Preisentwicklungen deuten auf eine gesunde Marktdynamik hin, die nicht allein durch Inflation, sondern durch reale Nachfrage getragen wird. Dennoch sollten bestehende Risiken nicht aus dem Blick geraten. Sinkende Umsätze und die Zunahme von Insolvenzen verdeutlichen den wirtschaftlichen Druck, unter dem viele Betriebe stehen. Auch der Rückgang bei den gemeldeten Ausbildungsstellen erfordert strategisches Handeln, um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und die Fachkräftebasis zu sichern. Gleichzeitig erreicht die Zahl der Beschäftigten ein Rekordniveau. Die gestiegenen Löhne könnten auf eine wachsende Attraktivität der Branche hinweisen – bedingt durch verbesserte Arbeitsbedingungen, höhere Tarifabschlüsse oder ein gestärktes öffentliches Image. Zugleich spiegeln sie aber auch die Notwendigkeit wider, dem anhaltenden Fachkräftemangel zu begegnen: Um offene Stellen zu besetzen und im Wettbewerb um Arbeitskräfte bestehen zu können, sehen sich viele Betriebe gezwungen, ihre Löhne deutlich anzuheben. Die Lohnsteigerungen sind somit nicht nur Ausdruck gestiegener Wertschätzung, sondern auch ein strategisches Mittel zur Sicherung der betrieblichen Leistungsfähigkeit.



Qualität sichert Zukunft: Gästeansprüche, Investitionen, Vision

Warum Qualitätsentwicklung für die Zukunft des Tourismus in Schleswig-Holstein unabdingbar ist

Die vertiefte Untersuchung des Themas Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus wurde durch die finanzielle Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus ermöglicht.

Qualitätsentwicklung und Qualitätsmanagement sind zentrale Ankerpunkte für die Weiterentwicklung des Reiselandes Schleswig-Holstein. Gerade vor dem Hintergrund der vielfältigen Herausforderungen und neuen Entwicklungen im Tourismus ist und bleibt die Beschäftigung mit der Qualität des Angebotes für Betriebe und Kommunen eine Daueraufgabe. Investitionen in die Qualität der Hardware und die Verbesserung der Serviceleistungen bilden die Basis für glückliche und zufriedene Gäste. Damit gehen eine bessere Auslastung, größere Preisspielräume und eine höhere Wertschöpfung für den eigenen Betrieb einher. Begeisterung und Kreativität der Unternehmer:innen und Beschäftigten in der Tourismusbranche sind dabei mindestens genauso wichtig wie direkte monetäre Investitionen. Letztlich bildet die strategische und operative Beschäftigung mit der Qualität eine zentrale Grundlage, um dauerhaft erfolgreich Tourismus in Schleswig-Holstein betreiben zu können.

Wettbewerbsdruck erfordert Qualitätsentwicklung

Getrieben wird diese Notwendigkeit zunächst durch den Wettbewerbsdruck: Andere Bundesländer, aber auch europäische und globale Destinationen halten ebenfalls attraktive Angebote vor, die teilweise sogar ähnliche Themen und Zielgruppen ansprechen, und arbeiten an ihrer Qualitätsentwicklung, häufig ausdrücklich verbunden mit dem Thema Nachhaltigkeit. So hat beispielsweise das Nachbarbundesland Mecklenburg-Vorpommern sich das Ziel gesetzt, die „Qualitätsführerschaft im Deutschland-Tourismus“ zurückzugewinnen.¹⁸ Zu den jüngeren Maßnahmen zählen beispielsweise ein digitaler Qualitätslotse, der erste „Qualitätstag“ 2024 zur Würdigung ausgezeichnete Betriebe sowie ein Nachhaltigkeitsleitfaden, der vielfach die Schnittstellen zur Qualität anführt. In Baden-Württemberg bildet Qualität laut Landestourismuskonzeption ein Grundprinzip für alle Handlungsfelder. Unter dem Zitat „Qualität fängt da an, wo der Standard aufhört!“ geht es um „das konsequente Denken aus Gäste- bzw. Zielgruppenperspektive“ und „eine lückenlose hohe Qualität entlang der gesamten Customer Journey“. Im Fokus stehen die Beobachtung der Qualitätsentwicklung, die Weiterentwicklung und Stärkung der ServiceQ-Initiative sowie die mögliche Entwicklung eines landesweit koordinierten Qualitätsmanagements. Die Strategie der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg betont den ganzheitlichen Qualitätsbegriff und die enge Verbindung von Qualität und Nachhaltigkeit.¹⁹ Auch für den Bayern-Tourismus gibt es ein Qualitätsleitbild, das sich auf einen „wirtschaftlich nachhaltigen, naturverträglichen und weitestgehend barrierefreien Qualitätstourismus im Einklang mit Mensch und Natur“ richtet. „Nachhaltigkeit bildet dabei ein „unerlässliches Grundmotiv für den zukünftigen dauerhaften Erfolg“.²⁰ Auf Bundesebene arbeitet der Deutsche Tourismusverband derzeit an einem neuen Leitbild mit einer Neudefinition von

¹⁸ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern 2016

¹⁹ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg 2024, Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 2024

²⁰ top.oberbayern.de/kalender/tourismus-in-bayern-nachhaltig-zum-erfolg/#description



Qualität als Erfolgsfaktor. Ein besonderer Blick gilt hier dem veränderten Qualitätsbewusstsein der jungen Generation und dem Vergleich internationaler Standards mit deutschen Initiativen. Auch im Ausland besitzt das Thema Qualität vielfach eine hohe Bedeutung für die touristische Entwicklung. So verschreibt sich beispielsweise die Schweiz einer Sicherung des Qualitätstourismus unter dem Motto „Travel Better“ und engagiert sich für nachhaltigen Tourismus. In Österreich hält der nationale „Plan T“ fest, dass die zunehmend anspruchsvollere Nachfrage höchste Qualität fordert und hierfür sowohl motiviertes Personal als auch raschere Investitionszyklen erforderlich sind. Das touristische Angebot soll hier „bewusst regionale Besonderheiten betonen und authentische Begegnungen ermöglichen.“²¹ In diesem Umfeld muss sich Schleswig-Holstein mit der eigenen Qualität behaupten.

Erhöhte Transparenz der Angebotslandschaft und gestiegene Ansprüche

Dies gilt umso mehr, als sich heute alle potenziellen Gäste bereits vor ihrer Reise online sehr leicht über die Qualität vor Ort informieren und vergleichen können. Einschlägige Buchungs- und Bewertungsplattformen wie Booking.com, Tripadvisor, HolidayCheck oder Google verraten den Interessierten auf einen Blick, wie andere Gäste das Angebot erlebt haben und prägen mit Texten, Sternen und Bildern die Online-Reputation. Vier von zehn Reisenden nutzen diese Kund:innenrezensionen, um sich über die Qualität eines touristischen Angebotes zu informieren. Damit liegen die Bewertungsportale nur knapp hinter den offiziellen Webseiten der Hotels, Reiseveranstalter und Destinationen sowie den Empfehlungen von Freunden, Familie oder Bekannten an dritter Stelle der genutzten Informationsquellen.²²

Zudem steigen auf der Nachfrageseite die Ansprüche: Die zunehmende Transparenz, die weltweite Auswahl und die wachsende Reiseerfahrung schaffen eine Erwartungshaltung, die es mindestens zu erfüllen gilt. Mit einer stimmigen Tourismusqualität werden die Gäste in Schleswig-Holstein idealerweise nicht nur zufriedengestellt, sondern begeistert, damit sie positiv berichten, wiederkehren und langfristig an das Land gebunden werden. Denn klar ist auch: Wenn die Qualität nicht stimmt, sind die Gäste ganz schnell weg. Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren vergleichsweise stark gestiegenen Preise in Schleswig-Holstein bildet eine Qualitätsstrategie den zentralen Ansatz, um im Wettbewerb zu bestehen. Nur mit einem attraktiven Angebot, mit hoher Qualität, lässt sich das Preisniveau rechtfertigen.

Qualitätsentwicklung als Handlungsfeld der Tourismusstrategie

Konsequenterweise findet sich die Qualitätsentwicklung auch als wichtiger Bestandteil der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 wieder. Das Land nimmt sich darin vor, Qualität und Wertigkeit durch Investitionen in Infrastruktur und Betriebe zu stärken. „Qualität und Wettbewerbsfähigkeit“ bildet daher eines der zehn definierten Handlungsfelder. Es gilt, das touristische Leistungsangebot in einer überzeugenden Qualität bereitzustellen. Relevant für Schleswig-Holstein sind demnach die drei Zugänge „touristische Basisqualität“, „markenbezogene Qualität“ und „zielgruppenbezogene Qualität“. Handlungsbedarf formuliert die Strategie für die folgenden Bereiche:

- Entwicklung eines gemeinsamen Qualitätsverständnisses
- systematisches Qualitätscontrolling und -monitoring
- Vermittlung des gemeinsamen Qualitätsverständnisses
- Bündelung, Vernetzung und Abstimmung der qualitätsfördernden Aktivitäten
- Aufsetzen eines landesweiten Prozesses zum touristischen Innovationsmanagement
- Sichtbarmachung von Spitzenleistungen
- Unterstützung der klein- und mittelständischen Betriebe sowie der touristischen Organisationen bei der Transformation zu modernen, qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Unternehmen
- Aktivierung des Arbeitskreises „Qualität“

²¹ Schweiz Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus 2019

²² Bayerisches Zentrum für Tourismus: Qualität im Tourismus aus Sicht der Reisenden. Eine Studie des Bayerischen Zentrums für Tourismus e.V. Kempten 2025



In diesem Zusammenhang wurden die folgenden Leitprojekte definiert: „Gemeinsames Qualitätsverständnis“, „Systematisches Qualitätscontrolling und -monitoring“ sowie „Barrierefreier Tourismus“.²³

Dass die Qualitätsentwicklung (weiterhin) eine hohe Relevanz für den Tourismus in Schleswig-Holstein besitzt, ist damit strategisch verankert. Mit dem vorliegenden Tourismusbarometer sollen daher weitere Schritte zur Untersetzung des Handlungsfeldes der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 beschritten werden. Diese vertiefte Untersuchung wurde mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus durchgeführt.

Definition des touristischen Qualitätsbegriffs für Schleswig-Holstein

Ein gemeinsames Begriffsverständnis bildet die Grundlage für die Sicherung und Weiterentwicklung der Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus. Dies hält bereits die Tourismusstrategie 2030 fest und wurde auch in den Analysen zum Tourismusbarometer immer wieder bestätigt. Über die durchgeführten Befragungen der Tourismusorganisationen und Betriebe in Schleswig-Holstein sowie in den vertiefenden Fachgesprächen kristallisierten sich zentrale Elemente des individuellen touristischen Qualitätsbegriffs heraus, die in einem Workshop mit den Tourismusakteur:innen bestätigt wurden.

Qualität bedeutet konsequentes Denken aus Gästesicht

Im Zentrum des Qualitätsverständnisses steht der Gast. Er bestimmt, was Qualität ist. Nur wenn das Reiseerlebnis seinen Ansprüchen gerecht wird, stellt sich Zufriedenheit ein. Aus Sicht der Tourismusorganisationen und Betriebe in Schleswig-Holstein stehen dabei u. a. saubere und zeitgemäße Unterkünfte, ein freundlicher, professioneller und individueller Service, zielgruppenspezifische und authentische Angebote sowie generell eine hohe Aufenthaltsqualität im Fokus. Qualität bedeutet demnach, konsequent aus der Gästesicht zu denken. Im Sinne eines nachhaltigen Erfolges muss das Bestreben sein, die Gästebedürfnisse zu erfüllen und darüberhinausgehend Begeisterung durch positive Überraschungen auszulösen. Dabei können die Ansprüche und Wahrnehmungen in Abhängigkeit von der Zielgruppe und der Urlaubsart variieren und sich zudem im Laufe der Zeit ändern. Der Qualitätsbegriff ist dynamisch und wandelt sich mit der Gesellschaft. Ein starres Qualitätsverständnis ist daher nicht zielführend. Grundlegend ist, sowohl die aktuellen Erwartungen und Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe als auch relevante neue Entwicklungen gut zu kennen und bei der strategischen Qualitätsentwicklung zu berücksichtigen.

Hohe Qualität bedeutet nicht zwangsläufig Luxus.

Wichtig für das Begriffsverständnis ist zudem, dass hohe Qualität nicht zwingend Luxus bedeutet. Entscheidend ist, die jeweiligen Bedürfnisse zu erfüllen und ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Dabei ist zu beachten, dass sich das Produkt „Urlaub in Schleswig-Holstein“ aus vielen Einzelkomponenten zusammensetzt. Auch wenn aus Nachfrageperspektive einige Elemente der Leistungskette größere Auswirkungen auf die Gesamtzufriedenheit haben als andere, kommt es stark darauf an, ein stimmiges Gesamterlebnis zu bieten. Qualitätsentwicklung im Schleswig-Holstein-Tourismus betrifft daher jeden einzelnen Angebotsbaustein. Neben den Unterkünften, der Gastronomie und der Servicequalität zählen dazu beispielsweise auch die Verkehrs- und Tourismusinfrastruktur wie Promenaden, Seebrücken, Rad- und Wanderwege. Erst im Zusammenspiel dieser Leistungsbausteine entsteht ein rundum gelungener Aufenthalt.

Nachhaltigkeit als integrativer Bestandteil des Qualitätsbegriffs

Darüber hinaus kristallisierte sich in den Analysen heraus, dass das Qualitätsverständnis für den Tourismus in Schleswig-Holstein weitere Aspekte umfasst: So wird, wie auch in anderen Bundesländern und auf Bundesebene, Nachhaltigkeit zunehmend zum integrativen Bestandteil. Hierzu zählt im Sinne der ökologischen Dimension der Schutz von Natur und Umwelt, die gerade auch in Schleswig-Holstein die Basis für erfolgreichen Tourismus bilden. Bezogen auf die soziale und ökonomische Nachhaltigkeit bedeutet dieses Begriffsverständnis, in Ergänzung der Gästewünsche auch die Perspektive von Leistungstragenden, Mitarbeitenden und der Bevölkerung nicht zu

²³ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Technologie und Tourismus (Hrsg.): Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030. Kiel 2022



vernachlässigen. Es gilt, hier eine Balance zwischen den Interessen von Natur, Umwelt und Wirtschaft zu schaffen und gleichzeitig Gästen, Gastgebenden und Einheimischen „den Raum für die Verwirklichung ihrer Träume“ zu bieten. Dazu zählen beispielsweise die Arbeitsqualität und die Vermeidung bzw. Verringerung negativer Begleiterscheinungen für die Menschen vor Ort. Zudem umfasst Qualität im Sinne eines „Komforts für alle“ auch die Gewährleistung größtmöglicher Barrierefreiheit – ein Qualitätsmerkmal, das sowohl Gästen als auch der Bevölkerung vor Ort zugutekommt.

Authentizität schafft unverfälschte Urlaubserlebnisse.

Schließlich kommt es bei der Qualität auf Authentizität an, sowohl in der Angebotsgestaltung als auch in der Kommunikation. Dies bedeutet beispielsweise, dass den Gästen ein echtes und unverfälschtes Urlaubserlebnis ermöglicht wird. Authentizität lässt sich auf verschiedene Aspekte anwenden, darunter

- Architektur und Design von Unterkünften und anderen touristischen Einrichtungen, die sich an die lokale Tradition und den Baustil anpassen,
- kulinarische Angebote, die lokale Spezialitäten und traditionelle Gerichte unter Nutzung saisonal-regionaler Rohstoffe servieren,
- kulturelle Veranstaltungen, die die lokale Kultur und Traditionen präsentieren,
- die Interaktion mit Einheimischen, die authentische Informationen und Erfahrungen bieten können.

Wenn ein touristisches Angebot authentisch ist, kann es nicht nur zu einer höheren Gästezufriedenheit und einem besseren Erlebnis, sondern auch zu einem tieferen Verständnis für die lokale Kultur und Geschichte beitragen. Durch die Verwendung regionaler Produkte wird zudem die Wirtschaft gestärkt.

Qualitätsbegriff für den Tourismus in Schleswig-Holstein:

Qualität im Tourismus Schleswig-Holsteins orientiert sich konsequent an den Erwartungen und Bedürfnissen der Gäste. Sie basiert auf einem stimmigen Gesamterlebnis entlang der gesamten Reisekette und umfasst saubere und zeitgemäße Unterkünfte, authentische und zielgruppenspezifische Angebote, professionellen Service, hohe Aufenthaltsqualität und unabhängig von der Urlaubsart ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis. Qualität bedeutet dabei nicht Luxus, sondern Passgenauigkeit, Authentizität und Komfort für alle, inklusive größtmöglicher Barrierefreiheit. Der Qualitätsbegriff berücksichtigt zudem die Bedürfnisse von Gastgebenden, Mitarbeitenden, Bevölkerung sowie Betrieben und integriert ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit als festen Bestandteil. Neue Entwicklungen werden kontinuierlich beobachtet und bei Bedarf integriert, um mit einem dynamischen Qualitätsverständnis stets am Puls der Zeit zu bleiben.

Status quo der Qualität im SH-Tourismus

Die Außensicht: Gästebefragung Schleswig-Holstein 2024 und Reiseanalyse

Zufriedene Gäste sind ein Grundpfeiler für den Erfolg von Destinationen. Über Gästebefragungen lassen sich nicht nur die Wünsche, Erwartungen und Interessen verschiedener Zielgruppen, sondern auch die Zufriedenheit der Gäste mit den Angeboten vor Ort erkennen. Um die Frage zu beantworten, wie die Gäste in Schleswig-Holstein die Qualität der Angebote und Infrastrukturen bewerten, stehen zwei aktuelle Befragungen zur Verfügung:

- Die Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH) untersucht seit 1997 Reisen der Übernachtungsgäste ab 14 Jahren in den gewerblichen (berichtspflichtigen) Unterkünften und in privat vermieteten Zimmern und Ferienwohnungen/-häusern.²⁴

²⁴ Seit 2024 werden ausschließlich Online-Befragungen mit Verteilung der Links über Postkarten genutzt, die Ergebnisse werden in einem Quotenverfahren und anschließender Zufallsauswahl auf mehreren Ebenen (Betrieb und Befragungsperson) generiert. 2024 betrug die Fallzahl der Landesstichprobe 2.372 Interviews.



- Die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (RA) untersucht seit 1970 das Urlaubsreiseverhalten der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland.²⁵

Die Gästezufriedenheit ist im 10-Jahresvergleich gestiegen.

Im Rahmen der GBSH 2024 wurde die Bewertung zum Reiseziel insgesamt, zu sieben nutzungsunabhängigen Aspekten und 24 nutzungsabhängigen Aktivitäten erhoben. Dabei wurden insgesamt sehr gute Ergebnisse erzielt: Etwas mehr als die Hälfte der Befragten bewertete das Reiseziel Schleswig-Holstein insgesamt mit „sehr gut“, weitere 40 % mit „gut“. Die durchschnittliche Bewertung auf einer sechsstufigen Schulnotenskala lag damit bei 1,6. Gegenüber dem Jahr 2015 hat sich die Gästezufriedenheit verbessert (2015: 1,8). Wie schon in den Vorjahren bewerteten die Gäste an der Nordsee (1,5) ihr Reiseziel geringfügig besser als in den anderen Reisegebieten (jeweils 1,6). Den größten Sprung nach vorn machte im Vergleich zum Jahr 2015 die Ostsee, wo sich die Gästezufriedenheit von 1,9 auf 1,6 verbesserte.

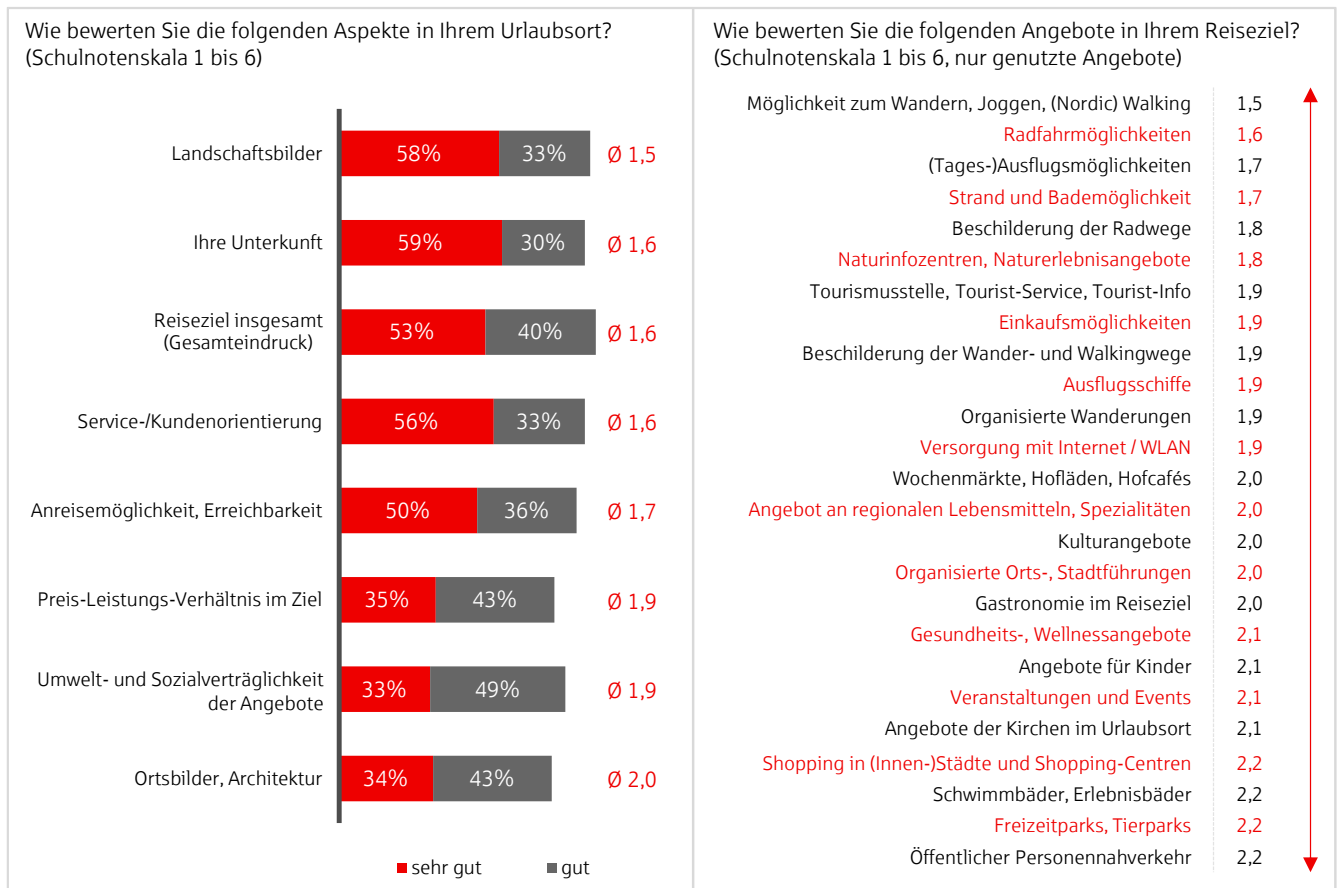
Handlungsbedarf bei den Ortsbildern, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis im Binnenland

Unter den sieben nutzungsunabhängigen Aspekten wurden die Landschaftsbilder (1,5), die Unterkunft (1,6) und die Service- und Kund:innenorientierung der Anbietenden (1,6) am besten bewertet. Diese Reihenfolge ist seit vielen Jahren stabil. Im Zehnjahresvergleich haben sich die Bewertungen jedoch bei fast allen Bewertungsaspekten und Reisegebieten verbessert. Einige Ergebnisse im Detail:

- Bei der Bewertung der Unterkünfte gab es an der Nordsee, im Binnenland und in den Großstädten gegenüber 2015 keine Verbesserung. An der Ostsee stieg die Zufriedenheit mit dem Unterkunftsangebot von 1,9 auf 1,6.
- Bei der Service- und Kund:innenorientierung lag das Binnenland mit durchschnittlich 1,4 vorn. Die Großstädte sowie Nord- und Ostsee haben hier noch leichten Aufholbedarf, wenngleich sich auch hier gegenüber 2015 eine Verbesserung zeigte.
- Die Anreisemöglichkeiten wurden mit 1,7 bewertet. Die Großstädte Kiel, Lübeck und Flensburg, die in Bezug auf die Anreise 2015 noch am schlechtesten abschnitten, überholten alle anderen Reisegebiete und lagen jetzt gemeinsam mit dem Binnenland bei durchschnittlich 1,6.
- Das Preis-Leistungs-Verhältnis fiel mit 1,9 etwas ab. Aus Gästesicht gab es im Binnenland (inkl. der Holsteinischen Schweiz) das beste Preis-Leistungs-Verhältnis (1,6). An der Nordsee ist es aus Gästesicht geringfügig schlechter geworden als im Jahr 2015, in den Großstädten hat es sich hingegen verbessert.
- Zum ersten Mal wurde die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Angebote erhoben. Hier erreichte Schleswig-Holstein insgesamt nur eine moderate Bewertung (Durchschnitt 1,9).
- Die Ortsbilder wurden mit 2,0 deutlich unter dem Wert der Gesamtzufriedenheit beurteilt. Im Binnenland (inkl. der Holsteinischen Schweiz) gibt es den größten Handlungsbedarf, hier gab es seit 2015 aus Gästesicht auch keine Verbesserung. Die Großstädte schnitten mit 1,8 am besten ab, an der Ostsee gab es die deutlichste Steigerung.

²⁵ Die Befragten werden durch ein mehrstufiges Rando-Route-Verfahren ausgewählt und persönlich im Haushalt befragt. Ende 2024/Anfang 2025 wurden 7.013 Interviews geführt.

Abb. 15: Gästebewertungen im Rahmen der GBSH 2024



Quelle: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH 2025, Daten GBSH 2024

Verbesserte Bewertung der Aktivitäten

Auch die Bewertung der Aktivitätsmöglichkeiten hat sich 2024 im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren beinahe durchgängig verbessert. Nur Gäste, die die Angebote auch tatsächlich genutzt haben, konnten hier eine Bewertung abgeben. Wie schon in den Vorjahren wurden die „Möglichkeiten zum Wandern, Joggen, (Nordic) Walking“ (1,5), „Radfahrmöglichkeiten“ (1,6), „Strand und Bademöglichkeiten“ (1,7) und „(Tages-) Ausflugsmöglichkeiten“ (1,7) besonders gut bewertet. Die GBSH offenbart auch hier Potenziale. Angebote für Kinder, Gesundheits- und Wellnessangebote, Veranstaltungen, digitale Angebote, der ÖPNV, Shoppingangebote sowie Freizeitangebote wie Bäder, Tierparks oder Freizeitparks fallen in der Bewertung ab und erreichten Durchschnittswerte von unter 2,0. Den größten Qualitätssprung gegenüber 2015 gab es bei der Versorgung mit Internet bzw. WLAN. Hier verbesserte sich die durchschnittliche Bewertung von 2,8 auf 1,9. Die Bewertung vieler anderer Aspekte verbesserte sich leicht. Die Bewertung der Gastronomieangebote (2,0) sowie von Angeboten für Kinder (2,1) blieb konstant. >>Abb. 15

Einige regionale Besonderheiten:

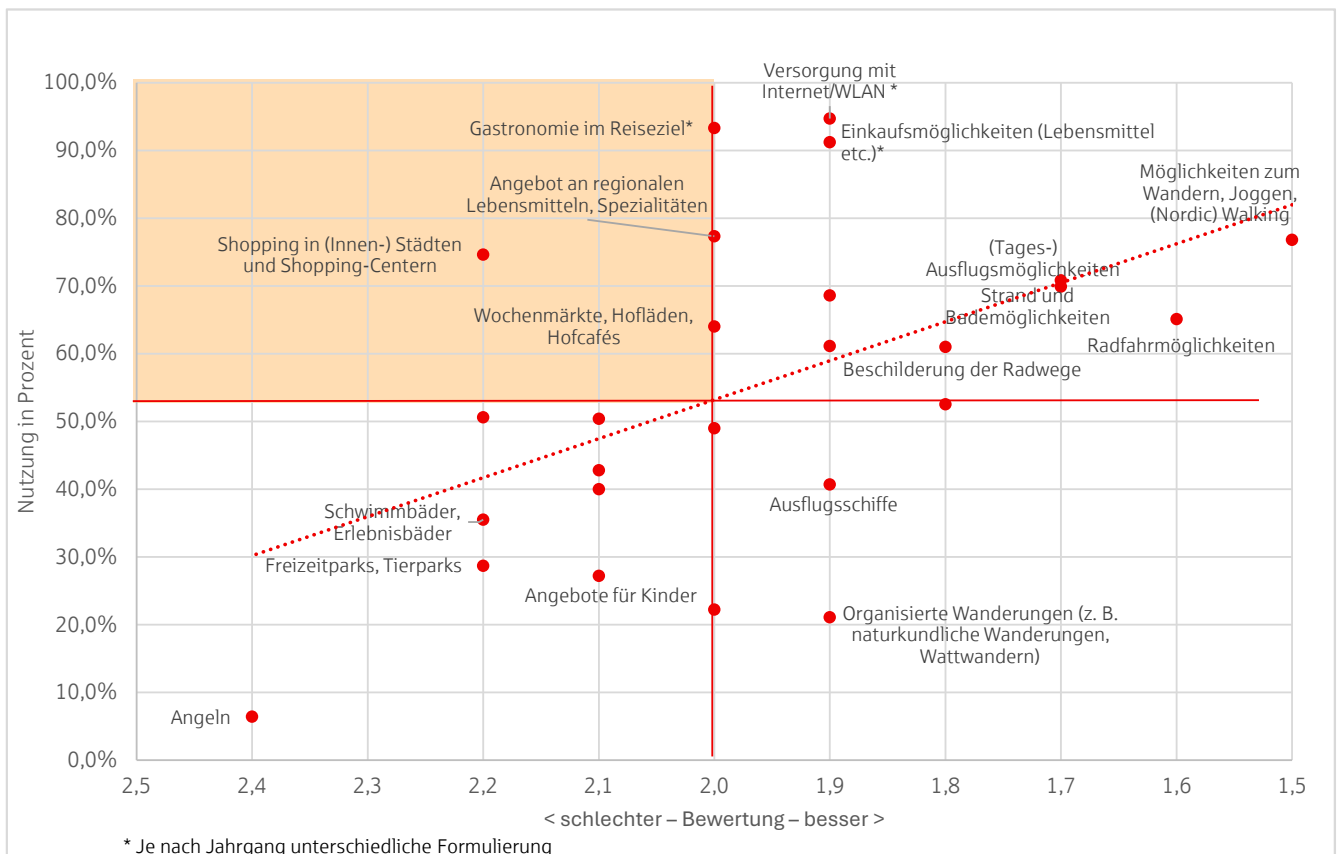
- Die Nordsee positionierte sich bei der Bewertung der meisten Aspekte besser als der Durchschnitt der Reisegebiete. Im Vergleich zu den anderen Reisegebieten wurden die Beschilderung der Wander- und Walkingwege, organisierte Wanderungen, Radfahrmöglichkeiten, Angebote für Kinder, Gesundheits- und Wellnessangebote sowie der ÖPNV um 0,2 besser bewertet als im Durchschnitt.
- Die Ostsee fiel bei der Bewertung der Ausflugsschiffahrt, von organisierten Wanderungen und Stadtführungen ab. Bei allen anderen Aspekten lag sie in etwa im Durchschnitt aller Reiseregionen in Schleswig-Holstein.
- Die Großstädte übertrafen die anderen Reiseregionen bei der Bewertung in vielen Bereichen: U. a. wurden die Internetversorgung, unterschiedliche Shoppingangebote, Kultur- und Veranstaltungsangebote, ÖPNV,

Gastronomie sowie Angebote für Kinder im Vergleich mit den Landesdurchschnitt überdurchschnittlich bewertet. Potenzial gibt es hingegen bei den Möglichkeiten zum Wandern und Radfahren, bei der Beschilderung von Wander- und Walkingwegen oder einzelnen Erlebniseinrichtungen.

- Das Binnenland schnitt bei der Bewertung der Einzelaspekte in vielen Bereichen unterdurchschnittlich ab, was Potenziale offenbart. Wegenetze, Bademöglichkeiten, Beschilderung der Radwege, Einkaufsmöglichkeiten, ÖPNV sowie organisierte Führungen und Wanderungen sind dabei beispielhaft genannt.

Stellt man die Bewertung und die Nutzungsraten gegenüber, so lassen sich die Punkte identifizieren, die überdurchschnittlich häufig genutzt und nicht besser als der Durchschnitt bewertet wurden. Das betrifft insbesondere das „Shoppingangebot in (Innen-) Städten und Shopping-Centern“, aber auch die Gastronomie, das Angebot an regionalen Lebensmitteln und Spezialitäten“ sowie „Wochenmärkte, Hofläden, Hofcafés“. >>Abb. 16

Abb. 16: Nutzungsabhängige Bewertungen vs. Nutzungsrate 2024



Quelle: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH 2025, Daten GBSH 2024

Reiseanalyse: Hohe Zufriedenheiten mit dem Urlaub in Schleswig-Holstein

Im Rahmen der Reiseanalyse werden Personen aus ganz Deutschland zu ihren Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer befragt. Jede Reise wird auf einer dreistufigen Skala („sehr zufrieden“, „zufrieden“, „nicht zufrieden“) bewertet. Die Urlaubsreisen nach Schleswig-Holstein schneiden auch in dieser Untersuchung gut ab: 2024 waren 76 % mit ihrer Urlaubsreise nach Schleswig-Holstein „sehr zufrieden“ (Urlaubsreisen nach Deutschland: 74 %). Die unmittelbaren Wettbewerber:innen liegen auf einem ähnlich hohen Niveau. So betrug der Anteil derjenigen, die „sehr zufrieden“ angaben, an der Nordsee Schleswig-Holsteins 75 % und an der niedersächsischen Nordsee 78 %. An der schleswig-



holsteinischen Ostsee vergaben 77 % der Befragten das Urteil „sehr zufrieden“, an der Ostsee Mecklenburg-Vorpommerns waren es 75 %.²⁶

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Gäste Schleswig-Holsteins ihr Reiseziel sehr gut bis gut bewerten und dass sich die Bewertungen in den vergangenen Jahren in der Tendenz verbessert haben. Bei den Ortsbildern, beim Preis-Leistungs-Verhältnis sowie einzelnen Aktivitäten gibt es jedoch weiterhin Potenziale, die regional unterschiedlich ausfallen.

Die Außensicht: Gästezufriedenheit in den Beherbergungsbetrieben

Neue Methodik – der Performance Score

Auf Empfehlung von TrustYou erfolgt in diesem Jahr die Umstellung auf einen neuen Score: den Performance Score. Dieser bildet die Bewertungen der zwölf Monate des vergangenen Kalenderjahres ab. Aufgrund der neuen Methodik ist ein Vergleich mit den in den Berichten der Vorjahre ausgewiesenen Werten nicht mehr möglich.

Gäste einer Destination oder einer touristischen Einrichtung äußern ihre (Un-)Zufriedenheit in vielfältiger Art und Weise. Online-Bewertungen sind dabei im Tourismus nicht mehr wegzudenken. Sie geben den Reisenden Orientierung, haben Einfluss auf Buchungsentscheidungen, steigern die Online-Sichtbarkeit von Betrieben und Destinationen und liefern wichtige Impulse zur Qualitätsverbesserung. Aufgrund ihrer Aktualität und kontinuierlichen Verfügbarkeit sind sie ein kostengünstiges Instrument zur Messung der Qualität. Wer auf Bewertungen freundlich und professionell reagiert, zeigt, dass ihm die Gäste, ihre Bedürfnisse und ihre Anregungen zur stetigen Qualitätsverbesserung wichtig sind. Das stärkt das Image und schafft Vertrauen. Im Tourismusbarometer werden die Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein anhand des Performance Scores von TrustYou eingeordnet. Zusätzlich zum klassischen Gesamt-Score sind hier auch Aussagen zu einzelnen Kategorien möglich. Sowohl die Tourismusorganisationen als auch die Betriebe in Schleswig-Holstein sehen in ihnen eine wichtige Ergänzung zu Qualitätsinitiativen und Klassifizierungen und glauben, dass sie künftig für Buchungsentscheidungen noch wichtiger werden. Auch für das Qualitätsmanagement der Tourismusorganisationen und Betriebe spielen sie eine wichtige Rolle. Jeweils rund die Hälfte der im Rahmen des Tourismusbarometers befragten Tourismusorganisationen und Betriebe bewertet diese als objektives Instrument zur Qualitätsbeurteilung.

Performance Score von TrustYou – Gästezufriedenheit in Bewertungsportalen auf einen Blick

Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzern zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Mithilfe statistischer Verfahren ergibt sich der Performance Score von TrustYou als Zusammenfassung aller Bewertungen und bildet die Online-Reputation von Unterkunftsbetrieben auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 Punkten (positivste Ausprägung) ab. Der Performance Score stellt eine Art Gütesiegel dar: Auf einen Blick wird klar, wie gut oder schlecht ein Betrieb insgesamt bewertet wurde. Der Performance Score bezieht sich jeweils auf die Bewertungen der vergangenen 12 Monate.

²⁶ FUR 2025



TrustYou Sentiment Analysis

Die sogenannte Sentiment Analysis erfasst auch die in den Freitexten der Bewertungsportale geäußerten Meinungen der Gäste zur Unterkunft und wertet diese über Algorithmen aus. Sie gibt Aufschluss über Handlungsbedarf und Verbesserungspotenzial in einzelnen Bereichen des Beherbergungsmarktes und kann als Frühindikator auf Reinvestitionsbedarfe hinweisen. So sind zum Beispiel Daten für die Kategorien Zimmer, Service, Preis und Essen und Trinken verfügbar. Wichtig: Aus dem Durchschnitt der Kategoriewerte ergibt sich nicht direkt der Gesamt-Score.

Gestiegene Gästezufriedenheit in Schleswig-Holsteins Beherbergungsbetrieben

Die Gästezufriedenheit in Schleswig-Holstein ist im Jahr 2024 erneut gestiegen. Der Performance Score lag bei 84,0 Punkten und damit 0,4 Punkte höher als im Vorjahr. Im Bundesländerranking belegte Schleswig-Holstein damit den sechsten Platz. Bundesweit lag die Gästezufriedenheit im Jahr 2024 bei 83,3 Punkten und damit 0,5 Punkte höher als im Vorjahr. Vom Wert des Jahres 2019 ist Schleswig-Holstein noch einen Punkt entfernt und liegt damit genau im Bundesschnitt. Wirft man einen Blick auf die Betriebstypen Hotellerie und Ferienhäuser/-wohnungen, so zeigen sich deutliche Unterschiede beim Performance Score. Die Ferienhäuser/-wohnungen in ausgewählten Orten²⁷ erreichten mit 88,6 Punkten einen deutlich höheren Score als Betriebe der Hotellerie (85,2 Punkte). Der Durchschnitt in den betrachteten Orten lag bei 85,7 Punkten. Die Ferienhäuser/-wohnungen übertrafen damit bereits den Score des Jahres 2019, die Hotellerie verfehlte diesen noch um 0,9 Punkte. Auch in anderen Regionen bundesweit schneiden Ferienhäuser/-wohnungen signifikant besser ab als Betriebe in der Hotellerie.

Die Entwicklung in den Regionen verlief 2024 unterschiedlich:

- Die Nordsee war mit 87,5 Punkten die Region mit der höchsten Gästezufriedenheit in Schleswig-Holstein und belegte im bundesweiten Destinationsranking von über 140 Reiseregionen den zehnten Platz. Damit platzierte sie sich am besten unter den deutschen Küstenregionen und übertraf deren Durchschnittswert von 85,0 Punkten deutlich. 2024 hat die Gästezufriedenheit um 0,4 Punkte zugenommen.
- Die Holsteinische Schweiz lag mit 83,8 Punkten ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt. Sie war die einzige schleswig-holsteinische Region, in der die Gästezufriedenheit 2024 zurückging. Die Holsteinische Schweiz büßte damit auch einige Plätze im bundesweiten Destinationsranking ein und landet 2024 nur auf Platz 81.
- An der Ostsee gab es 2024 den größten Sprung nach vorn. Mit 83,7 Punkten lag sie 0,7 Punkte über dem Vorjahreswert und näherte sich damit dem Vor-Pandemie-Wert wieder stärker an. Platz 83 bedeutete eine Verbesserung im Destinationsranking, allerdings auch weiterhin den mit Abstand letzten Platz der deutschen Küstenregionen.
- Der niedrigste Wert wurde im Reisegebiet „Übriges Schleswig-Holstein“ erreicht. 2024 blieb er stabil bei 81,5 Punkten und lag damit noch zwei Punkte unter dem Wert des Jahres 2019. Das Herzogtum Lauenburg als Teil des Übrigen Schleswig-Holsteins schnitt deutlich besser ab. Mit 84,7 Punkten lag es über dem Durchschnitt des Bundeslandes.
- In den MaKS-Städten lag der Performance Score 2024 bei 81,5 Punkten. Aufgrund der kürzeren Aufenthaltsdauern, in denen negative Erlebnisse stärker ins Gewicht fallen als bei längeren Aufenthalten sowie des höheren Anteils an kritischeren Geschäftsreisenden, werden Städtedestinationen tendenziell schlechter bewertet als andere Regionen. Im Vergleich mit dem Durchschnitt der Städtedestinationen in Deutschland (82,0 Punkte) schnitten die MaKS-Städte jedoch unterdurchschnittlich ab. >>Abb. 17

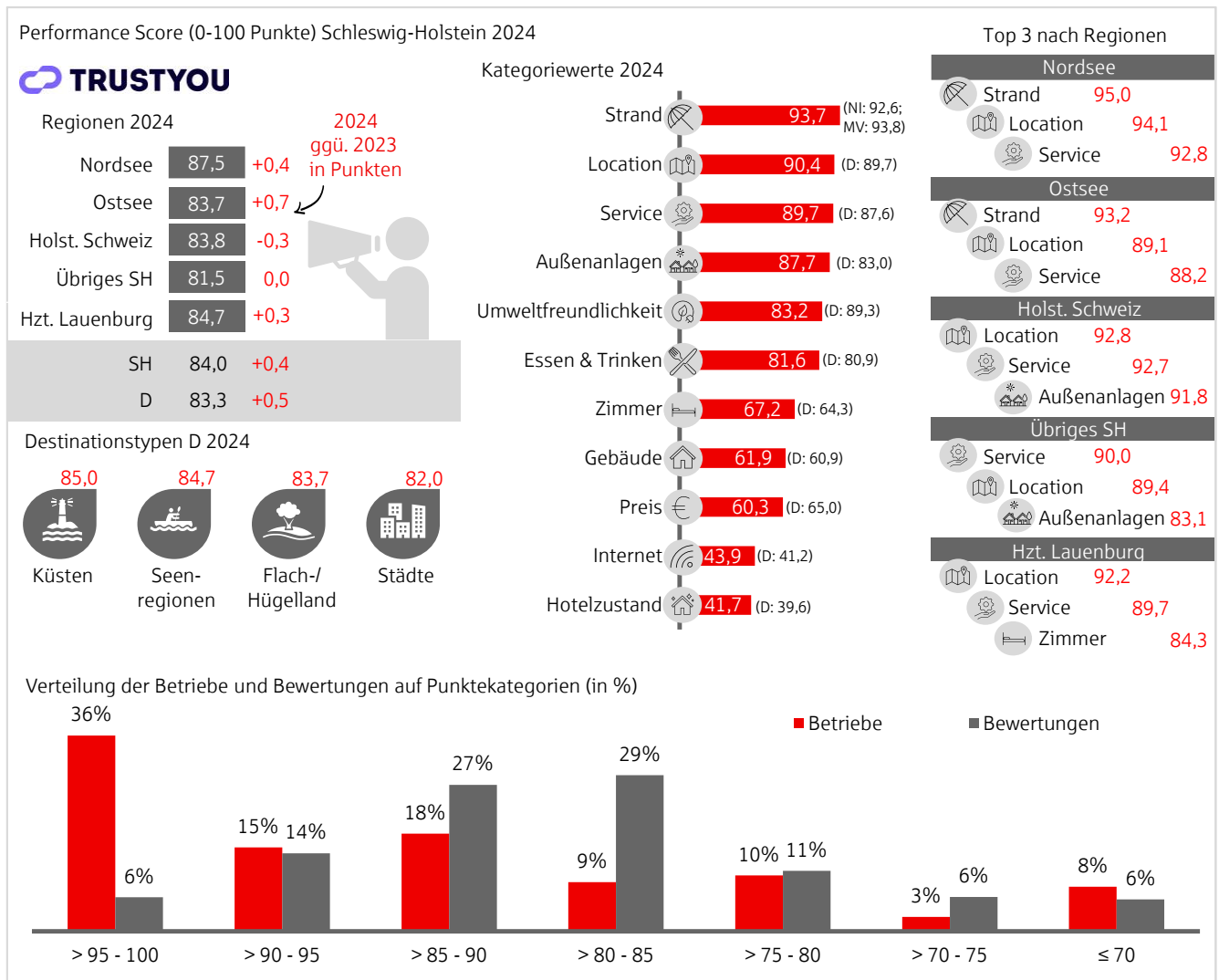
²⁷ Exemplarische Auswertung für die Orte Büsum, Mölln, Timmendorfer Strand, Grömitz, Plön, Schleswig sowie die Insel Sylt mit rund 750 Einheiten.

Potenzial bei der öffentlichen Infrastruktur an der Ostsee und im Binnenland

Ein Blick auf die Kategorien der Sentiment Analysis zeigt, an welchen Stellschrauben im Schleswig-Holstein-Tourismus vorrangig gedreht werden muss, um die Gästezufriedenheit mit den Beherbergungsbetrieben weiter zu steigern:

- Bei der Bewertung der Außenanlagen der Betriebe nahm Schleswig-Holstein mit 87,7 Punkten wie bereits im Vorjahr den bundesweiten Spitzenplatz ein. Die Holsteinische Schweiz platzierte sich im Destinationsranking auf Platz 12, die Nordsee auf Platz 23. Auch die Betriebe an der Ostsee schafften einen Platz in den Top 50, was einen deutlichen Sprung nach vorn bedeutet.
- Bei der Bewertung der Strände landete Schleswig-Holstein knapp hinter Mecklenburg-Vorpommern und deutlich vor Niedersachsen auf dem zweiten Platz. Die Nordsee in Schleswig-Holstein lag dabei hinter den Ostfriesischen Inseln, aber vor Ostfriesland und der Nordseeküste in Niedersachsen. Die Ostsee sortierte sich hinter Rügen/Hiddensee und Vorpommern, aber vor der Mecklenburgischen Ostseeküste ein.
- Die Qualität der Zimmer ist aus Sicht der Gäste 2024 nahezu gleichgeblieben. Aufgrund des schlechteren Abschneidens anderer Bundesländer machte Schleswig-Holstein im Bundesländerranking zwei Plätze gut und schaffte es auf den dritten Platz. Die Nordsee lag hier trotz eines Rückgangs mit 74,2 Punkten deutlich vor der Ostsee (64,8 Punkte). Betriebe in der Hotellerie schnitten deutlich schlechter ab als Ferienhäuser/-wohnungen, was auf Investitionsbedarfe in der Hotellerie hinweist.
- Beim Gesamtzustand der Unterkünfte und auch bei der Bewertung der Gebäude platzierte sich Schleswig-Holstein im Mittelfeld der Bundesländer. Die Nordsee ließ dabei die anderen Regionen weit hinter sich. Bei der Bewertung der Gebäude waren die Unterschiede zwischen der Hotellerie und Ferienhäusern/-wohnungen besonders groß. Die Hotellerie lag rund 20 Punkte hinter den Ferienhäusern/-wohnungen. Dies ist ein weiterer Hinweis auf die Investitionsbedarfe in der schleswig-holsteinischen Hotellerie.
- Bei den gastronomischen Angeboten in den Betrieben lag das Bundesland ebenfalls im Mittelfeld. Die Nordsee konnte hier stärker punkten und landete auf Platz 10 im bundesweiten Destinationsranking. Dagegen befand sich die Ostsee im hinteren Drittel der über 140 deutschen Reiseregionen und schnitt auch im Vergleich der Küstenregionen stark unterdurchschnittlich ab. Die Integration regionaler Produkte und das Angebot einer authentischen Küche können hier Ansatzpunkte sein. Einen beispielhaften Impuls leistet hier die Initiative Feinheimisch, ein Netzwerk aus Produzenten, Gastronomen, gewerblichen und privaten Förderern mit dem gemeinsamen Ziel, die regionalen Produkte aus Schleswig-Holstein mehr in den Fokus zu rücken.
- Bei der Bewertung der Location, also der Ortsbilder, ging es in den letzten Jahren in Schleswig-Holstein immer weiter bergab. Belegte das Bundesland im Jahr 2019 noch den dritten Platz im Bundesländerranking, so ist es nunmehr nur noch der siebente, und der Abstand zum Bundesdurchschnitt wird immer größer. Die Nordsee schaffte es hier im Destinationsranking in die Top 5, auch die Holsteinische Schweiz lag vergleichsweise weit vorn. An der Ostsee und im Übrigen Schleswig-Holstein sehen die Gäste jedoch deutliches Potenzial, was auf Investitionsbedarfe in die öffentliche Infrastruktur hinweist.
- Auch beim Service war 2024 ein rückläufiger Trend festzustellen, wenngleich Schleswig-Holstein noch immer über dem bundesweiten Durchschnitt liegt. Unterschiede zwischen der Hotellerie und den Ferienhäusern/-wohnungen sind auch hier erkennbar, jedoch weniger stark als bei der Hardware. Mit dem Service an der Nordsee und in der Holsteinischen Schweiz waren die Gäste größtenteils zufrieden. An der Ostsee gab es dagegen auch hier Probleme und im Vergleich zum Vorjahr eine sinkende Gästezufriedenheit.

Abb. 17: Gästezufriedenheit in Beherbergungsbetrieben (TrustYou) 2024

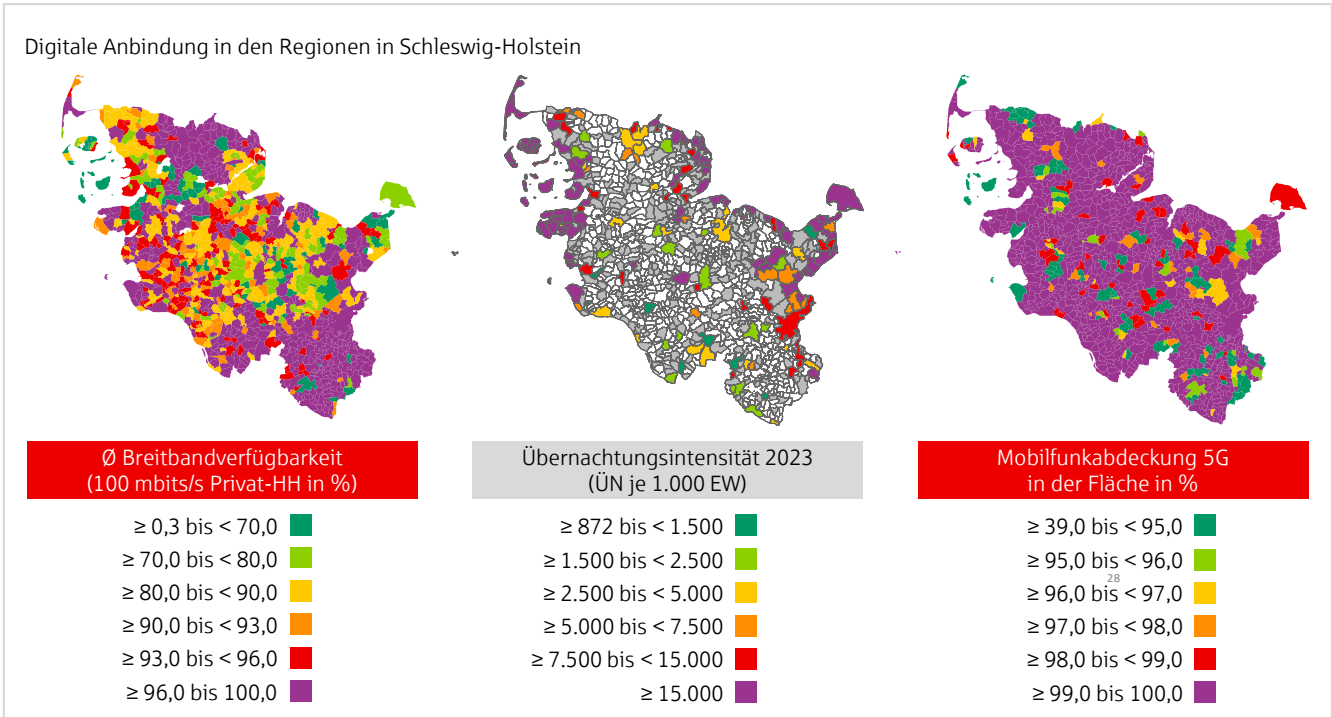


Quelle: dwif 2025, Daten TrustYou GmbH

- Die Internetverfügbarkeit ist in Schleswig-Holstein im Bundesländervergleich gut und hat sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert, worauf ein vierter Platz hindeutet. Auch hier fällt die Ostsee im Vergleich zu den anderen Regionen deutlich ab. Die Mobilfunkabdeckung und die Breitbandversorgung sind wichtige Voraussetzungen für die digitale Transformation. Rund die Hälfte der Haushalte in Kommunen mit hoher touristischer Intensität hat Zugriff auf ≥ 90 mbit/s. Dies gilt entsprechend auch für viele der touristischen Betriebe an den Standorten. Zudem zeigen die Daten, dass die Breitbandversorgung in einigen Regionen mit hoher Übernachtungsintensität abnimmt. Auch bei der Mobilfunkabdeckung besteht im Binnenland und auf einigen Nordseeinseln weiterhin Handlungsbedarf. 5G-Lücken sind an den grün eingefärbten Flächen in Abb. 18 erkennbar. Der Ausbau der digitalen Infrastruktur, egal ob kabelgebunden oder im Mobilfunkbereich, bleibt damit eine Achillesferse für Betriebe (z. B. Online-Buchbarkeit, Services für die Gäste) und ebenso für die Tourist:innen selbst (z. B. mobiles Arbeiten, Verfügbarkeit eines Mobilfunknetzes entlang von Wander- und Radwegen). Beim Netzausbau sollten daher nicht nur die Einwohnerzahlen bzw. die Bevölkerungsdichte herangezogen werden. Vielmehr gilt es, auch das Aufkommen und die Verteilung der Übernachtungs- und Tagesgäste zu berücksichtigen.
- Zentral für die Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus ist das Preis-Leistungs-Verhältnis, das von den hiesigen Gästen in den letzten Jahren zunehmend kritischer bewertet wird. Ein ausgewogenes Preis-Leistungs-

Verhältnis ermöglicht es Anbietenden, wirtschaftlich zu arbeiten und gleichzeitig dauerhaft Gäste zu binden. Gäste, die das Gefühl haben, ein faires oder sogar besonders gutes Angebot zu erhalten, kommen eher wieder und empfehlen das Reiseziel im Freundes- oder Bekanntenkreis online wie offline weiter. Darüber hinaus hilft ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, sich positiv von anderen Destinationen oder Anbietenden abzuheben. Bei der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses über TrustYou lagen die Holsteinische Schweiz und das Übrige Binnenland im Mittelfeld der deutschen Destinationen. Die beiden Küstenregionen und hier erneut besonders die Ostsee, fielen deutlich ab. Auch im Vergleich der deutschen Küstenregionen platzierte sich die Ostsee mit 55,8 Punkten unterdurchschnittlich.

Abb. 18: Digitale Anbindung in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten Bundesnetzagentur, Regionalstatistik

Digitalisierungsinitiative #sh_wlan

#sh_wlan ist eine von den Sparkassen geförderte Digitalisierungsinitiative in Schleswig-Holstein. #sh_wlan bietet an zahlreichen öffentlichen Orten im Bundesland sowohl Einheimischen als auch Gästen freien WLAN-Zugang ohne Registrierung mit freiem Datenvolumen und ohne zeitliches Limit und stellt somit einen barrierearmen Weg ins Internet dar.²⁸

²⁸ www.sh-wlan.de

Die Innensicht: Einschätzungen der Touristiker:innen

Die Qualität der touristischen Angebote und Services spielt eine wichtige Rolle für die Zufriedenheit der Gäste und die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen. Um Schwachpunkte aufdecken und die Qualität gezielt verbessern zu können, ist es wichtig, einen Blick auf den Status quo im Bundesland zu werfen. Dafür wurden neben der GBSH 2024 im Frühjahr 2025 die Touristiker:innen in den Orten und Regionen in Schleswig-Holstein im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers u. a. dazu befragt, wie sie die Qualität ausgewählter Angebote und Services in ihrer Region beurteilen. Die Bewertung der einzelnen Aspekte zeigt deutlich die Bereiche mit Handlungsbedarfen auf. Wie bereits in der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 beschrieben, zeigte sich auch in dieser Befragung, dass gerade im Binnenland ein Fokus auf die Qualitätsentwicklung notwendig ist, um die regionalen qualitativen Unterschiede im Beherbergungssegment, aber auch in der Service-, Erlebnis- und Aktivitätsinfrastruktur aufheben zu können.

Qualitativer Aufholbedarf im Binnenland

- Besonders positiv wird der Service bewertet – sowohl in der Touristinformation vor Ort als auch in den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben. Mehr als 80 % der Touristiker:innen vergaben hier die Note sehr gut oder gut. Ein freundlicher, kompetenter und hilfsbereiter Service trägt wesentlich dazu bei, dass sich Gäste willkommen und gut betreut fühlen. Das steigert die Zufriedenheit und wirkt sich direkt auf die Bewertung des gesamten Aufenthalts aus.
- Die Qualität des Beherbergungs- bzw. Gastronomieangebots unterscheidet sich nicht in ihrer Bewertung. Jeweils rund sieben von zehn Befragten sind damit zufrieden – eine gute Ausgangslage für zufriedene Gäste, wenngleich auch hier noch Luft nach oben ist.
- Auch die Weeginfrastruktur von Spazier- und Wanderwegen (80 %) sowie von Radwegen (71 %) erhielt vergleichsweise gute Bewertungen. Die Qualität der Wegenetze ist zentral für die Gestaltung von Produkten für Aktivurlauber:innen im Land. Das Radwegenetz wurde besonders an der Ostsee gelobt.
- Die Bewertung des Qualitätsniveaus von Kultur- und Freizeitangeboten fällt hingegen ab. Während das Veranstaltungsangebot noch von rund drei Vierteln der Befragten mit sehr gut oder gut bewertet wurde, erreichten das Kunst- und Kulturangebot, Stadtführungen sowie Freizeit- und Erlebnisangebote nur Werte zwischen 55 und 62 %. Besonderen Handlungsbedarf gibt es bei Schlechtwetterangeboten. Nur ein Drittel der Touristiker:innen bewertete diese mit sehr gut oder gut. Die Ostsee und das Binnenland lagen dabei deutlich hinter der Nordsee.
- Das Ortsbild prägt den ersten Eindruck eines Reiseziels. Ein gepflegtes, stimmiges und authentisches Erscheinungsbild wirkt einladend und trägt dazu bei, dass sich Gäste wohlfühlen. Es stärkt zudem die Identität und das Markenbild einer Region. Attraktive Ortsbilder schaffen Räume zum Verweilen und Erleben, nicht nur für Gäste, sondern auch für Einheimische. Die Ortsbilder in Schleswig-Holstein werden jedoch nur von 55 % der Befragten mit sehr gut oder gut bewertet und auch aus Gästeperspektive lässt sich über die GBSH hier Handlungsbedarf ableiten. Besonders im Binnenland gibt es hier noch einen hohen Handlungsbedarf. Etwas besser schnitt die öffentliche Infrastruktur wie Promenaden, Häfen, Seebrücken und Grünanlagen ab, die von zwei Dritteln der Befragten positiv bewertet wurde. An der Ostsee waren es sogar über 80 %.
- Mobilität ist ein zentraler Bestandteil des Reiseerlebnisses, denn sie beeinflusst, wie bequem, nachhaltig und flexibel Gäste das Reiseziel erreichen und sich in ihm bewegen können. Bei der Bewertung der Mobilität zeigt sich ein zweigeteiltes Bild. Die Qualität der Parkplätze wird von den Touristiker:innen besonders gut bewertet (89 % sehr gut/gut), auch die Beschilderung erreicht mit 70 % noch hohe Werte. Die öffentliche Erreichbarkeit und Mobilität vor Ort wurde dagegen nur noch von rund der Hälfte der Befragten und nachhaltige Mobilitätsangebote nur von rund vier von zehn Befragten mit sehr gut oder gut bewertet.
- Auch bei Nachhaltigkeitsaspekten gibt es eine deutliche Diskrepanz. Während die Verwendung regionaler und ökologischer Produkte von knapp über 70 % der Befragten gelobt wird, sinkt der Wert bei der Vielfalt und Verfügbarkeit nachhaltiger Angebote und Produkte vor Ort sowie einem ressourcenschonenden, verantwortlichen Umgang mit der Umwelt auf jeweils rund 60 %.

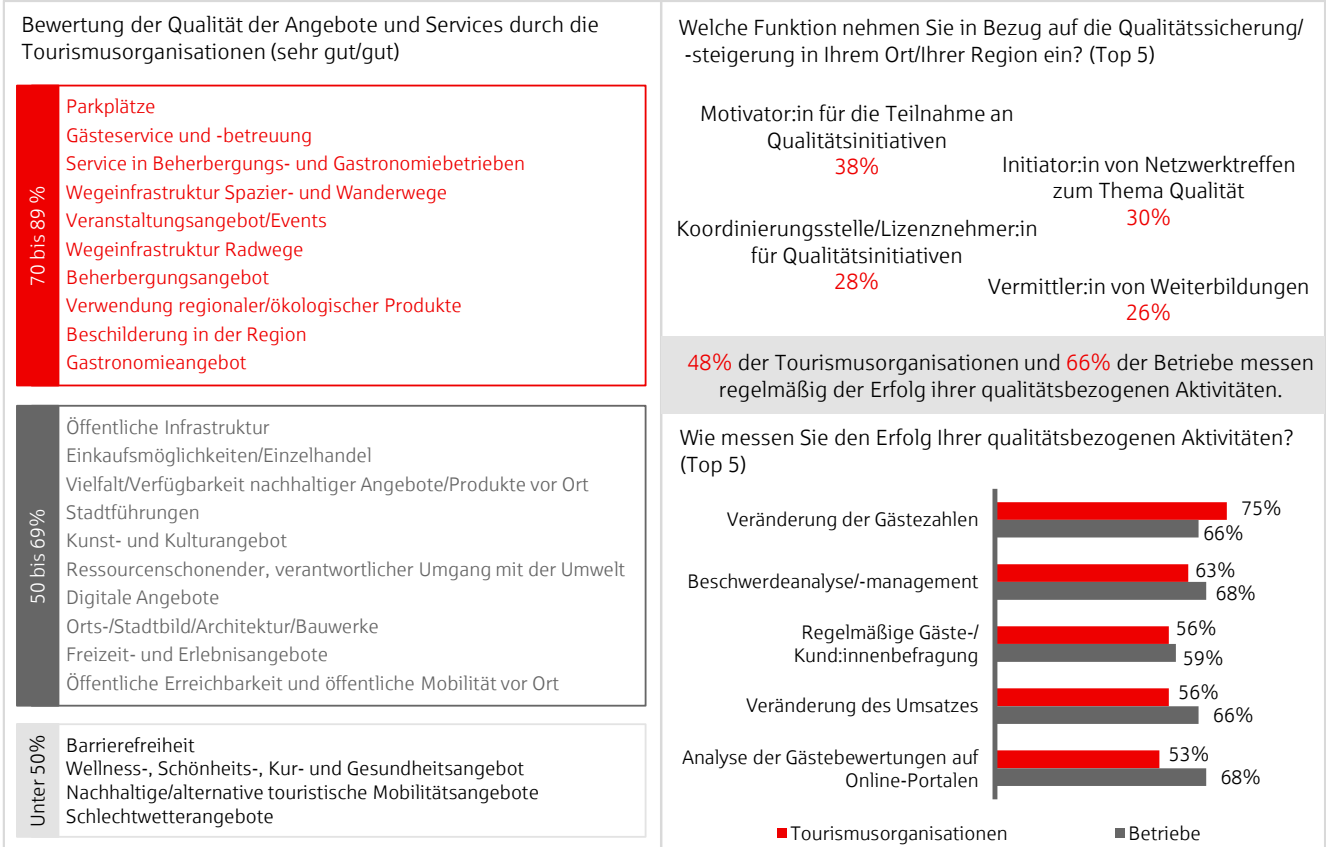


- Maßnahmen zur Barrierefreiheit erhöhen den Komfort der Reisenden und ermöglichen allen Menschen, selbstbestimmt am Tourismus teilzuhaben. Nicht nur vor dem Hintergrund einer alternden Bevölkerung gewinnt barrierefreier Tourismus immer weiter an Bedeutung. Regionen und Anbietende, die barrierefreie Angebote bereitstellen, positionieren sich als zukunftsfähig und serviceorientiert. Sie erschließen neue Zielgruppen und heben sich positiv von der Konkurrenz ab. In Bezug auf die Barrierefreiheit hat Schleswig-Holstein noch deutliches Potenzial. Nur 43 % der Befragten bewerteten sie mit sehr gut oder gut.
- Reisende informieren sich, buchen und bewerten heute fast ausschließlich online. Wer digital nicht präsent und gut auffindbar ist, verliert potenzielle Gäste bereits vor der Anreise. Digitale Lösungen wie Online-Buchung, digitale Gästemappen, ein mobiler Check-In, kontaktlose Bezahlung oder Apps für Freizeitangebote machen die Reisevorbereitungen bzw. den Aufenthalt komfortabler und erhöhen die Zufriedenheit. Darüber hinaus lassen sich durch digitale Tools Gästeströme, Buchungsverhalten und Zufriedenheit besser analysieren. Das ermöglicht eine gezielte Angebotsentwicklung und strategische Planung. Die Anbietenden, die digital gut aufgestellt sind, können einerseits schneller auf Trends reagieren, andererseits führen digitale Systeme auch zu Effizienzgewinnen und Kostensenkungen. Die digitalen Angebote haben in Schleswig-Holstein noch hohes Ausbaupotenzial. Nur 55 % der Befragten bewerten sie mit sehr gut oder gut. >>Abb. 19

Rollen bei der Qualitätsentwicklung

In Bezug auf die Qualitätssicherung und -steigerung nehmen die Orte und Regionen verschiedene Rollen in ihrem Zuständigkeitsbereich ein. 38 % sehen sich als Motivator:innen für die Teilnahme an Qualitätsinitiativen und Klassifizierungen, jeweils rund 30 % als Initiatoren von Netzwerktreffen zum Thema Qualität bzw. als Koordinierungsstelle/Lizenznehmer:in für Qualitätsinitiativen, ein Viertel als Vermittler:innen von Weiterbildungen für das Thema Qualität. Als Qualitätsprüfer:in in Betrieben, Verantwortliche für ein Monitoring der Qualitätsentwicklung, als Coach für die Betriebe oder als Trendscout in Sachen Qualität verstehen sich 15 bis 20 % der im Rahmen des Tourismusbarometers befragten Tourismusorganisationen.

Abb. 19: Innensicht auf die Qualität und Qualitätsentwicklung im Schleswig-Holstein-Tourismus



Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Befragung der Tourismusorganisationen (n=68) und Betriebe (n=62) in Schleswig-Holstein (Frühjahr 2025)

Die Tourismusorganisationen und Betriebe in Schleswig-Holstein nutzen eine Vielzahl von Instrumenten zur Qualitätssicherung. Auf betrieblicher Ebene sind dabei vor allem der teaminterne Austausch, regelmäßige Investitionen in die Hardware, Weiterbildungsangebote für das Team sowie die Forcierung von Gästebewertungen auf Online-Portalen von Relevanz. Seitens der Tourismusorganisationen liegt die Bedeutung von Instrumenten zur Qualitätssicherung niedriger als bei den Betrieben. Am wichtigsten werden Weiterbildungsangebote für das Team, Projekte zur Qualitätsverbesserung sowie die Forcierung von Gästebewertungen auf Online-Portalen angesehen.

Regelmäßiges Monitoring unterstützt das Qualitätsmanagement und macht Erfolge sichtbar

Aktivitäten im Qualitätsmanagement schaffen Vertrauen bei Gästen, Partner:innen und Fördermittelgeber:innen. Rund die Hälfte der befragten Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein misst den Erfolg ihrer qualitätsbezogenen Aktivitäten und Instrumente, allerdings nur 13 % regelmäßig. Ein weiteres Fünftel plant dies für die Zukunft. Die Betriebe sind hier aktiver: Zwei Drittel messen den Erfolg, ein Drittel sogar regelmäßig, weitere 8 % planen es. Neben der Veränderung der Gästezahlen, führen die Destinationen und Betriebe vor allem Beschwerdemanagement, regelmäßige Gäste- oder Kund:innenbefragungen, Umsatzveränderungen sowie die Analyse der Gästebewertungen auf Online-Portalen durch.



Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme

Für die Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben gibt es in Deutschland, je nach Betriebstyp, unterschiedliche Systeme: Die Deutsche Hotelklassifizierung führt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) durch. Für die Einstufung von Ferienwohnungen und -häusern sowie Ferienzimmern hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) 1994 ein Schema entwickelt. Die Kriterien beider Systeme werden in regelmäßigen Abständen überprüft und an die Erwartungen der Gäste angepasst. Auch in Zeiten von Online-Bewertungen haben Klassifizierungen und Zertifizierungen noch ihre Berechtigung. 79 % der Tourismusorganisationen und 63 % der Betriebe in Schleswig-Holstein sehen in ihnen eine wichtige Ergänzung zu Online-Bewertungen. Für 72 % der Tourismusorganisationen und 53 % der Betriebe sind sie noch immer ein objektives Instrument zur Qualitätsbeurteilung. Im Rahmen der LIFT WISEN-Studie „Kleine und mittelständische Unternehmen resilient und zukunftsfähig aufstellen mit Hilfe von Qualitätsinitiativen/-management: Entwicklung eines Forschungsdesigns zur zukünftigen Steuerung und Bewertung“ wurde darüber hinaus festgestellt, dass klassifizierte und zertifizierte Betriebe über eine höhere Gästezufriedenheit verfügen als nicht-klassifizierte/zertifizierte Betriebe.²⁹

Im Jahr 2025 ist dennoch bei den meisten Zertifizierungs- und Klassifizierungssystemen ein Rückgang der Teilnehmendenzahlen zu verzeichnen. Schleswig-Holstein zeigt dabei in einigen Bereichen stärkere Rückgänge als im Bundesdurchschnitt, einige Regionen liegen aber bei der absoluten Anzahl an Betrieben bei ausgewählten Zertifizierungen weit vorn. >>Abb. 20

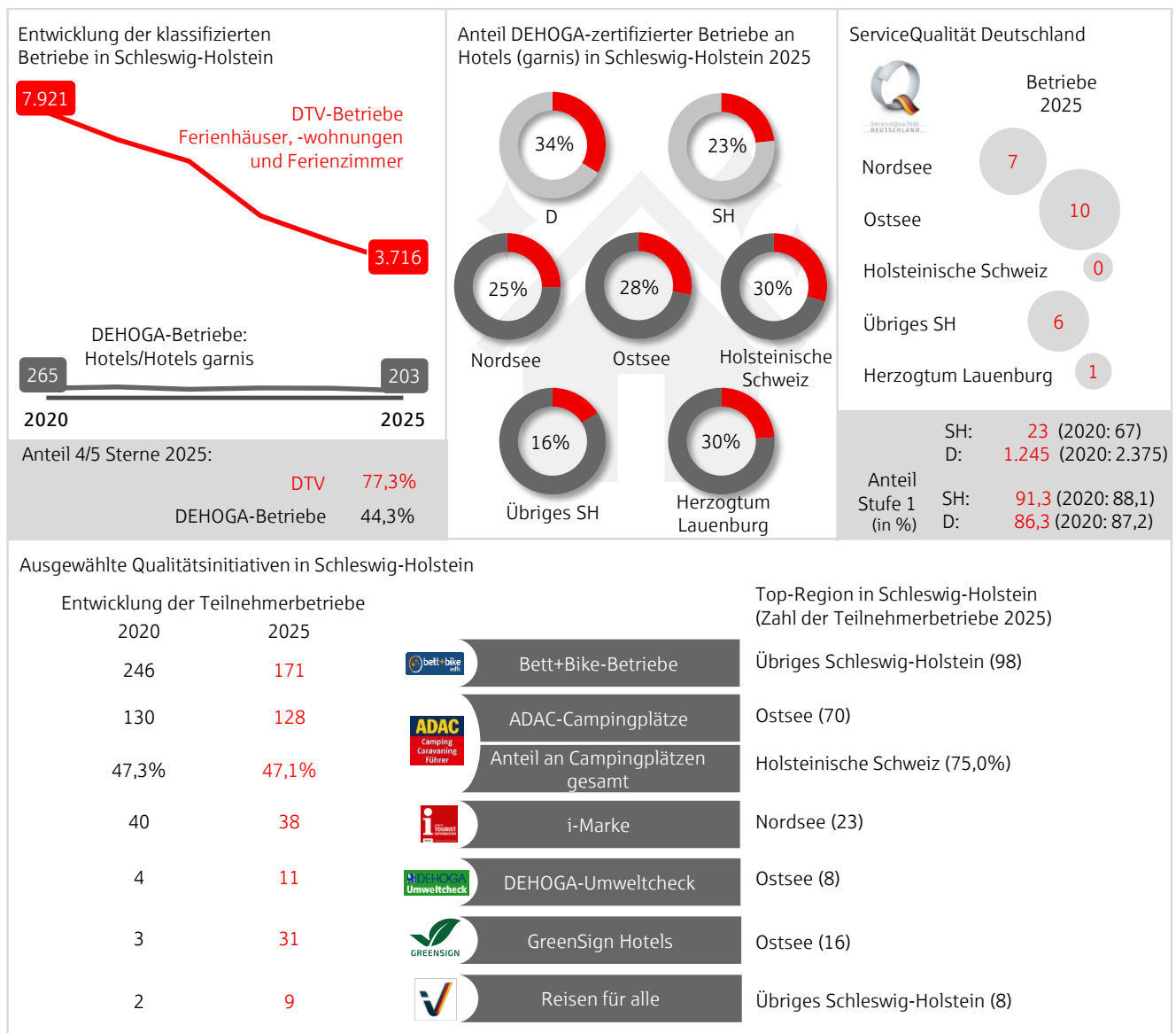
Klassifikation der Hotelbetriebe und Ferienwohnungen

Zu Jahresbeginn 2025 gab es in Schleswig-Holstein 203 DEHOGA-klassifizierte Hotelbetriebe. Wie in fast allen anderen Bundesländern ist 2025 ein Rückgang bei der DEHOGA-Hotelklassifizierung festzustellen. Mit einem Minus von rund 25 % gegenüber dem Vorjahr fällt dieser in Schleswig-Holstein deutlich stärker aus als bundesweit (-5,9 %). Auch gegenüber 2020 ging in Schleswig-Holstein fast jeder vierte klassifizierte Betrieb verloren. Besonders deutlich war der Rückgang sowohl gegenüber dem Vorjahr als auch gegenüber 2020 im Übrigen Schleswig-Holstein, wo über 40 % weniger Hotels DEHOGA-klassifiziert waren als noch 2020. An der Ostsee ging jeder fünfte Betrieb verloren, an der Nordsee und im Übrigen Schleswig-Holstein war es rund jeder Zehnte. Der Anteil der DEHOGA-klassifizierten Hotels in Schleswig-Holstein liegt bei niedrigen 23,3 % und damit deutlich unter dem Bundesschnitt (33,7 %). Nur in Sachsen-Anhalt ist der Anteil noch niedriger. Seit mehreren Jahren ist der Anteil der klassifizierten Hotelbetriebe in Schleswig-Holstein rückläufig, ein besonders starker Einbruch erfolgte 2025. Im Übrigen Schleswig-Holstein sind nur noch rund 16 % der Betriebe DEHOGA-klassifiziert. 44,3 % der klassifizierten Häuser im Bundesland wurden mit 4 oder 5 Sternen ausgezeichnet, ein Wert über dem bundesweiten Durchschnitt von 38,9 %. An der Nordsee sind es über die Hälfte, in der Holsteinischen Schweiz gerade einmal 12,5 %.

Die Zahl der DTV-klassifizierten Ferienwohnungen und -häuser ging 2025 in Schleswig-Holstein um 14,4 % zurück und damit stärker als im Bundesschnitt. Verglichen mit dem Jahr 2020 hat sich die Zahl der DTV-Klassifizierungen in Schleswig-Holstein mehr als halbiert. Mit 3.716 DTV-klassifizierten Ferienwohnungen und -häusern liegt Schleswig-Holstein bei der absoluten Anzahl auf Platz zwei der deutschen Bundesländer. In allen Regionen des Bundeslandes war die DTV-Klassifizierung 2025 rückläufig. Besonders stark war dies in der Holsteinischen Schweiz der Fall. An der Nordsee ging die Zahl in den letzten Jahren deutlich geringer zurück als in den anderen Regionen. Nord- und Ostsee liegen bei der absoluten Anzahl der klassifizierten Objekte weiterhin auf den Plätzen zwei und drei im bundesweiten Destinationsvergleich. 77,3 % der Objekte sind höherwertig im 4- oder 5-Sterne-Segment klassifiziert. Damit liegt Schleswig-Holstein über dem deutschen Durchschnitt. Der Anteil hat in den letzten Jahren kontinuierlich weiter zugenommen. Die Nordsee erreicht mit 87,5 % einen besonders hohen Wert, in den anderen drei Regionen liegt der Anteil zwischen 63 und 70 %.

²⁹ DTV 2022

Abb. 20: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Tourismus in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, PiNCAMP GmbH, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, GreenSign Institut GmbH, Deutscher Hotel und Gaststättenverband e. V., ADFC Bett+Bike Service GmbH, Bayern Tourist GmbH (jeweiliger Stand: Januar/Februar 2025)

Qualitäts- und Themenlabel

Die Qualitätsinitiative ServiceQ verliert sowohl in Schleswig-Holstein als auch bundesweit weiter an Bedeutung. 2025 waren nur noch 23 Betriebe im Bundesland mit dem ServiceQ zertifiziert. Damit ging die Zahl der ServiceQ-Betriebe 2025 um 11,5 % zurück. Bundesweit war es jeder achte Betrieb, der seine Zertifizierung nicht erneuerte.

Die Zahl der Bett+Bike-Betriebe blieb 2025 in Schleswig-Holstein nahezu stabil, während sie bundesweit weiter zurückging. Das Übrige Schleswig-Holstein ist hierbei mit 98 Betrieben stark vertreten und liegt bei der absoluten Anzahl an Bett+Bike-Betrieben auf Platz neun der deutschen Reisedestinationen – ein klares Zeichen für eine Positionierung als Radtourismusdestination.

2025 gibt es fünf i-Marke zertifizierte Touristinformationen mehr als noch im Vorjahr. 23 dieser 38 Touristinformationen liegen an der Nordsee, die damit auch bundesweit weit vorn liegt. 2025 sind 128 Campingplätze ADAC-klassifiziert und damit drei weniger als im Vorjahr. Mehr als die Hälfte dieser Plätze liegt an der Ostsee, die unter den



deutschen Reiseregionen die meisten ADAC-klassifizierten Campingplätze aufweist. Knapp die Hälfte der Campingplätze im Bundesland ist ADAC-klassifiziert und damit mehr als bundesweit (36,2 %). In der Holsteinischen Schweiz sind es sogar drei Viertel.

Die Nachhaltigkeitslabel gewinnen in Schleswig-Holstein weiter an Fahrt. So kamen 2025 sieben neue GreenSign-Betriebe und drei neue DEHOGA-Umweltcheck-Betriebe hinzu. Hier ist jedoch weiterhin Luft nach oben, da Schleswig-Holstein bei der absoluten Zahl der Betriebe im Mittelfeld der Bundesländer liegt.

Darüber hinaus haben Vermietende von Ferienhäusern, -wohnungen und Ferienzimmern in Schleswig-Holstein die Möglichkeit, ihre Eignung für die Zielgruppen „Reisende mit Kindern“ und „Reisende im Rollstuhl“ in Form der Zertifizierung Kinderplus und Rolliplus nachweisen zu lassen.

Der Rückgang bei vielen Klassifizierungen und Zertifizierungen in den vergangenen Jahren ist ein Zusammenspiel aus mehreren Faktoren. Einer der Gründe liegt in den Kosten für Zertifizierungen/Klassifizierungen, die einige Betriebe als zu hoch empfinden. Während und kurz nach der Corona-Pandemie wurden Zertifizierungen/Klassifizierungen seltener durchgeführt, Nachklassifizierungen blieben häufig aus. Auch Betriebsaufgaben von klassifizierten Häusern senkten die Zahlen. Darüber hinaus können einige Betriebe aufgrund baulicher Gegebenheiten trotz gutem Komfort bestimmte infrastrukturbezogene Kriterien nicht erfüllen und entscheiden sich daher gegen eine Klassifizierung/Zertifizierung. Die Möglichkeiten durch Online-Bewertungen spielen bei der Klassifizierungsentscheidung von Betrieben ebenfalls eine Rolle.

Gästeansprüche im Fokus

Was Gäste unter Qualität im Tourismus verstehen, ist entscheidend für eine erfolgreiche Angebotsentwicklung. Für viele steht dabei eine saubere, sichere und verlässliche Basis im Mittelpunkt: Gute Unterkünfte, guter Service und gutes Essen prägen das Qualitätsverständnis der Reisenden maßgeblich. Zugleich sind ihnen auch Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie günstige Preise bzw. ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis wichtig. Wie groß der Einfluss dieser Qualitätsaspekte tatsächlich ist, zeigt sich deutlich in den Entscheidungen für oder gegen ein Reiseziel. Sauberkeit und Hygiene, das Gefühl von Sicherheit sowie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis gehören zu den mit Abstand wichtigsten Kriterien. Jeweils über 80 % der Befragten bewerten sie als „sehr wichtig“ oder „eher wichtig“ für ihre Urlaubsentscheidung. Auch Atmosphäre und Flair, die Gastfreundschaft der lokalen Bevölkerung sowie die Erreichbarkeit spielen eine zentrale Rolle.³⁰

Treiber- und Dämpferanalyse

Mit der Treiber- und Dämpferanalyse werden die Aspekte identifiziert, die einen hohen Einfluss auf die Gesamtbewertung und auf die Weiterempfehlungsabsicht haben. Datengrundlage ist die GBSH 2024.

Methodik der Treiber- und Dämpferanalyse

Für diese Analyse wird die Gesamtbewertung als Referenzpunkt genutzt und auf einer Achse abgetragen, ob die jeweiligen Aspekte besser oder schlechter als die Gesamtbewertung sind. Auf der zweiten Achse wird ermittelt, wie relevant diese Bewertung für die Gesamtbeurteilung des Reisezieles ist. Dazu wird untersucht, inwieweit die Bewertung der Einzelaspekte mit der Gesamtbewertung korreliert: Wenn bei vielen Menschen ein Einzelaspekt und das Gesamturteil einheitlich relativ gut oder relativ schlecht beurteilt werden, dann kann man von einem Zusammenhang zwischen den beiden Bewertungen ausgehen. Damit können relevante Treiber und Dämpfer identifiziert werden. Treiber sind Aspekte, die besser bewertet wurden als das Gesamturteil und in hohem Maße mit dem Gesamturteil korrelieren. Dämpfer hingegen ziehen das Gesamturteil etwas nach unten, weil sie hoch korrelieren, aber schlechter bewertet werden.

³⁰ BZT 2025

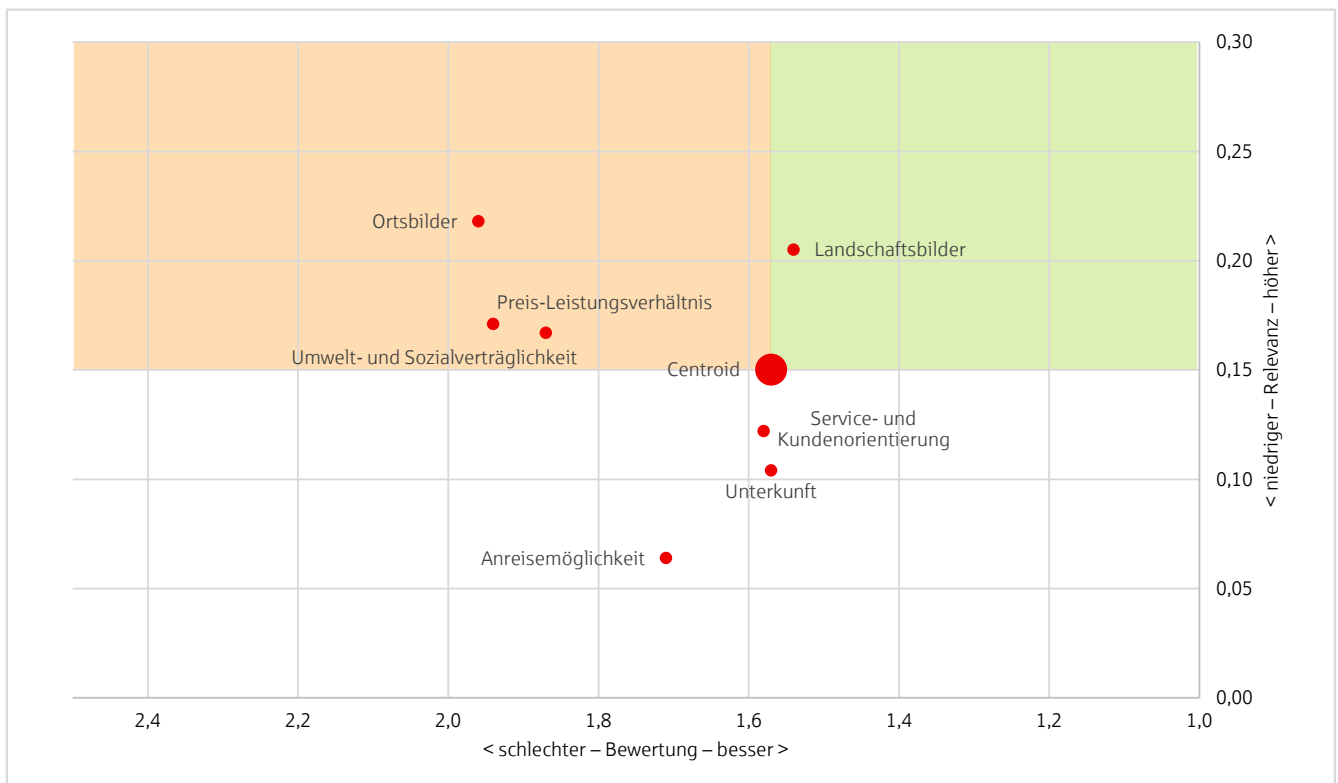
Ortsbilder, Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Umwelt- und Sozialverträglichkeit wirken dämpfend auf das Gesamturteil

Für Schleswig-Holstein insgesamt sind die Landschaftsbilder der relevante Treiber für die Gästezufriedenheit, während Ortsbilder, das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Umwelt- und Sozialverträglichkeit insgesamt dämpfend auf das Gesamturteil wirken. Diese Analyse ermöglicht auch eine Einordnung der weniger relevanten Aspekte: So werden die Anreisemöglichkeiten häufig relativ schlecht bewertet, dies hat allerdings wenig Einfluss auf die Gesamtbewertung. Diese Erkenntnisse decken sich im Wesentlichen bis auf zwei Unterschiede mit der 2015 durchgeführten Treiber-Dämpfer-Analyse. Die Service- und Kund:innenorientierung ist aktuell weniger relevant für die Gesamtbewertung als 2015, dafür hat das Preis-Leistungsverhältnis an Relevanz gewonnen. >>Abb. 21

Eine Analyse der Treiber und Dämpfer nach Reisegebieten zeigt, dass die dämpfende Wirkung der Umwelt- und Sozialverträglichkeit nicht aus den Küstenreisegebieten Nord- und Ostsee stammt, sondern aus dem Binnenland und vor allem aus den Großstädten Kiel, Flensburg und Lübeck. Die Landschaftsbilder als Treiber sind hingegen vor allem auf die Nord- und Ostsee zurückzuführen, während die Landschaftsbilder im Binnenland und in den Städten sogar leicht dämpfende Wirkung haben, weil sie schlechter als das Reiseziel insgesamt bewertet werden.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Ortsbilder sind in allen Reisegebieten relevante Dämpfer der Gesamtbewertung. Während die Ortsbilder auch schon 2015 in die Kategorie „Dämpfer“ fielen, ist das beim Preis-Leistungs-Verhältnis nicht überall der Fall gewesen, was ein Ausdruck der aktuell insgesamt zunehmenden Preissensibilität der Gäste sein könnte.

Abb. 21: Treiber-Dämpfer-Analyse Schleswig-Holstein insgesamt 2024



Quelle: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH 2025, Daten GBSH 2024

Investitionen in die Qualität

Investitionen in die touristische Infrastruktur

Eine attraktive, moderne und qualitativ hochwertige touristische Infrastruktur ist eine Grundlage für den Erfolg einer Destination. Sie bereichert das Besuchererlebnis, führt zu zufriedenen Gästen und erhöht damit die Chancen, dass Gäste wiederkommen und Empfehlungen aussprechen. Darüber hinaus stärkt sie gerade auch in ländlichen Gebieten die Lebensqualität der Einheimischen, die diese ebenfalls nutzen – sei es in Form von attraktiven Ortsbildern, Freizeitangeboten, Einkaufsmöglichkeiten, Wegenetzen oder Mobilitätsangeboten.

Getätigte Investitionen in öffentliche touristische Infrastruktur

Nach Angaben des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein belief sich die Tourismusförderung in Schleswig-Holstein zwischen 2014 und 2024 auf rund 312 Millionen Euro. 27,2 Millionen Euro entfielen auf die Förderung investiver und nicht-investiver Tourismusprojekte aus dem EFRE, 218,6 Millionen auf die Förderung investiver und nicht-investiver Tourismusprojekte aus der GRW. Nachrichtlich: Hinzu kam ein Fördervolumen in Höhe von 65,7 Millionen Euro für einzelbetriebliche Tourismusprojekte aus EFRE und GRW. Rund die Hälfte der insgesamt bewilligten GRW-Mittel in Schleswig-Holstein wurden in den Tourismus investiert. Dies ist der höchste Anteil im Vergleich aller Bundesländer. Die Beispiele

- Büsum mit dem Meerzeit Büsum Wellenbad und Spa, dem Watt'n Hus Freizeit und Informationszentrum, der Deichverstärkung und Promenade, der Familienlagune Perlebucht und dem Brunnenplatz sowie
- Heiligenhafen mit der Ferienpark-, Strand- und Marina-Promenade, dem Aktiv-Hus Wellness & Gesundheit, der Fischereihafenpromenade und Binnensee-Südpromenade, der Erlebnis-Seebrücke, dem Strand und der Promenade im Binnensee und dem Steinwarder Südufer

zeigen eindrucksvoll, wie strategisch geplante und langfristig umgesetzte Investitionen in die öffentliche touristische Infrastruktur private Folgeinvestitionen auslösen und ein Hebel für zusätzliche Wertschöpfung sein können. Kommunale Investitionen sind daher Initialinvestitionen, die ein Mehrfaches an privaten Folgeinvestitionen initiieren und ihren Beitrag zur positiven Entwicklung des Tourismus in Schleswig-Holstein geleistet haben.

Geplante Investitionen in öffentliche touristische Infrastruktur

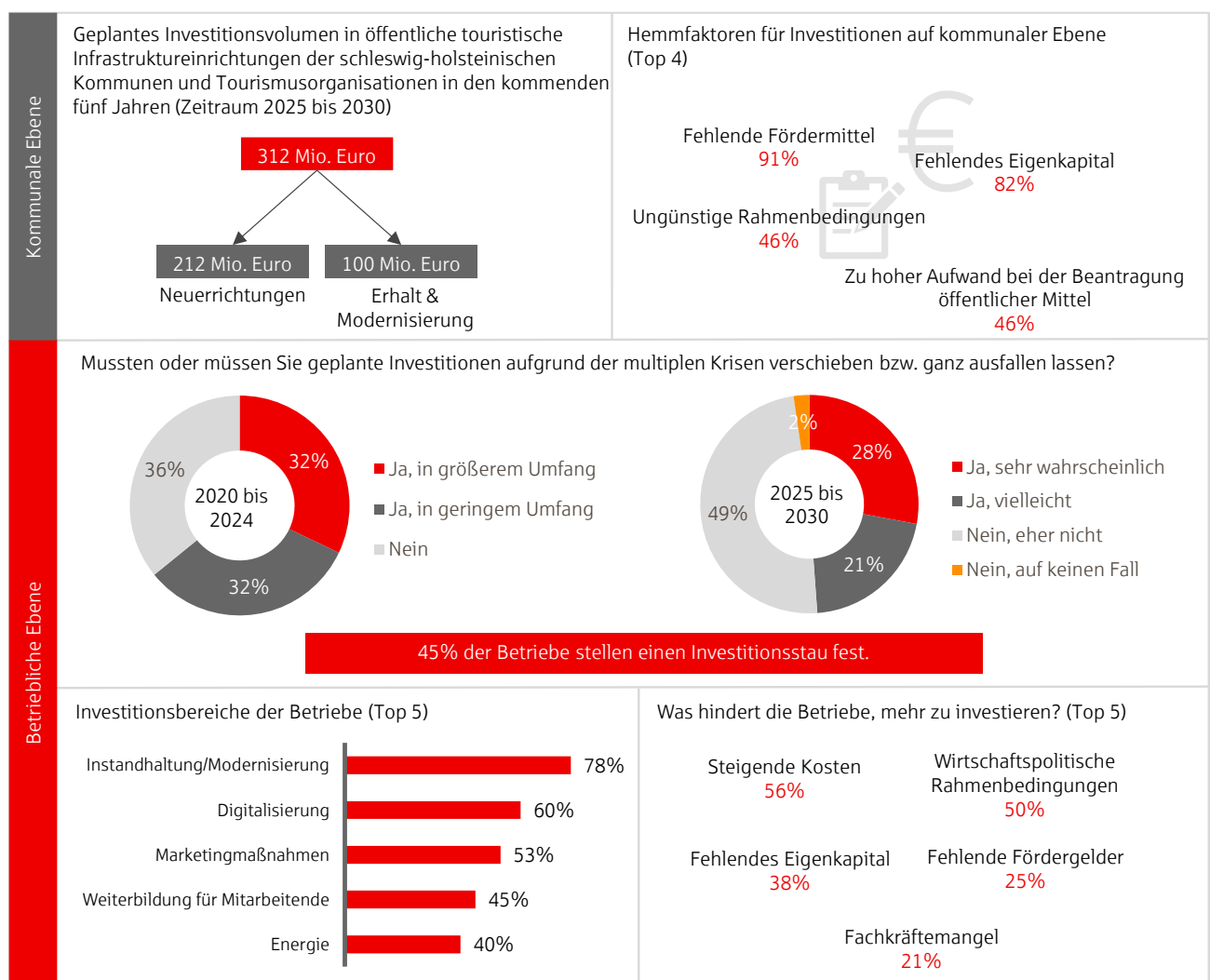
Zentral sind dabei regelmäßige Investitionen insbesondere der öffentlichen Hand, um die touristische Infrastruktur stets auf dem neusten Stand zu halten und von der Konkurrenz nicht abgehängt zu werden. Um einen Überblick der in den nächsten Jahren geplanten Investitionen in öffentliche touristische Infrastruktur zu bekommen, hat der Tourismusverband Schleswig-Holstein im Herbst 2024 eine Umfrage seiner kommunalen TVSH-Mitgliedern durchgeführt. Die Daten und Aussagen sind somit im Sinne von Eigeneinschätzungen der 24 Kommunen zu bewerten, die teilgenommen haben.

Das geplante Investitionsvolumen in öffentliche touristische Infrastruktureinrichtungen (Erhaltung, Modernisierung und Neuerrichtung) der schleswig-holsteinischen Kommunen und Tourismusorganisationen für den Zeitraum 2025 bis 2030 beträgt für diese Grundgesamtheit 312 Millionen Euro. Davon sind rund 212 Millionen Euro für Neuerrichtungen und rund 100 Millionen Euro für den Erhalt bzw. die Modernisierung von öffentlichen touristischen Infrastruktureinrichtungen vorgesehen. Zu nennen wären hier u. a. Ersatzbauten oder Modernisierung von Seebrücken, die Verbesserung von Wegeinfrastruktur sowie die Attraktivierung von Promenaden, Häfen und Bahnhöfen. Allerdings gehen rund sechs von zehn befragten Kommunen davon aus, dass in den nächsten fünf Jahren ein höherer Betrag für Investitionen in öffentliche touristische Infrastruktureinrichtungen notwendig wäre.

Eigenmittel und Fördermöglichkeiten als wichtige Säulen für Investitionen in die öffentliche touristische Infrastruktur

Als Hemmfaktoren für Investitionsentscheidungen seitens der Kommunen und Tourismusorganisationen wurden vor allem fehlende Fördermittel (91 %) sowie fehlendes Eigenkapital (82 %) genannt. Gerade mit Blick auf die Antwort „Fehlende Fördermittel“ ist vor dem Hintergrund der breiten Ausschöpfung der Möglichkeiten der GRW durch das Land Schleswig-Holstein die Frage zu stellen, ob hier auch die mangelnde Kenntnis direkter touristischer Fördermöglichkeiten und solchen über andere Ressorts eine Rolle spielen können. Ungünstige Rahmenbedingungen und ein zu hoher Aufwand bei der Beantragung öffentlicher Mittel spielen für rund die Hälfte der befragten Kommunen eine Rolle. Fördermittel bilden bei Investitionen in die touristische Infrastruktur einen wesentlichen Baustein der Finanzierung. Nicht alle der geplanten Projekte sind vor dem Hintergrund der aktuellen Förderrichtlinien förderfähig. Und auch bei den förderfähigen Projekten reicht die Regelförderquote von 60 % aus Sicht der befragten Kommunen häufig nicht aus, um die Investitionen zu realisieren.

Abb. 22: Investitionsverhalten der Kommunen und Betriebe



Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Befragung der Tourismusorganisationen (n=68) und Betriebe (n=62) in Schleswig-Holstein (Frühjahr 2025), TVSH-Umfrage zum touristischen Investitionsbedarf von Mitgliedern des TV SH in den Jahren 2025 bis 2030 (Herbst 2024)



Investitionsverhalten der Betriebe

Touristische Unternehmen wiederum müssen investieren, um langfristig wettbewerbsfähig, wirtschaftlich erfolgreich und zukunftsfähig zu bleiben. Steigende Gästeerwartungen in Bezug auf eine moderne Ausstattung, digitalen Komfort, Nachhaltigkeit und Servicequalität, der Konkurrenzdruck, aber auch Effizienz- und damit Kostenersparnisfordernisse, die Anpassung an neue Anforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit und Umweltstandards sowie ein Streben nach einer höheren Resilienz machen Investitionen für touristische Betriebe unverzichtbar. Ohne regelmäßige Investitionen laufen touristische Betriebe Gefahr, an Attraktivität und Relevanz zu verlieren. Investitionen sind nicht nur notwendig, um Standards zu halten, sondern auch um Innovationen voranzutreiben, Nachhaltigkeit zu fördern und wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben.

Investitionsstau nach den Krisenjahren

Die Qualität des Beherbergungs- und Gastronomieangebotes wurde zwar von 71 % bzw. 70 % der im Rahmen des Tourismusbarometers befragten Tourismusorganisationen als sehr gut oder gut bewertet. Allerdings ist hier ebenso wie bei der Bewertung der Freizeit- und Erlebnisangebote (55 % sehr gut/gut) noch Luft nach oben. In den letzten Jahren hat sich insbesondere aufgrund der multiplen Krisen wie der Corona-Pandemie, des Energiepreisanstiegs, des Arbeitskräftemangels und der Rückkehr zum 19 %-Mehrwertsteuersatz in der Gastronomie auch in Schleswig-Holstein ein Investitionsstau gebildet, wie die Befragung von touristischen Betrieben in Schleswig-Holstein im Frühjahr 2025 zeigte. Rund zwei Drittel der befragten Betriebe mussten in den letzten Jahren krisenbedingt Investitionen ausfallen lassen, vielfach sogar in größerem Umfang. Und auch in den kommenden Jahren wird der Investitionsstau nicht abnehmen: 28 % der befragten Betriebe sehen es als sehr wahrscheinlich an, in den Jahren 2025 bis 2030 Investitionen ausfallen lassen zu müssen, ein weiteres Fünftel muss das vielleicht. Daraus resultierend gaben 16 % der Betriebe an, dass sie einen sehr hohen Investitionsstau haben, weitere 29 % einen leichten Investitionsstau. Besonders betroffen davon sind Gastronomiebetriebe und Freizeit- und Kultureinrichtungen. In den Beherbergungsbetrieben ist der Investitionsstau geringer.

Geplante Investitionen in den Betrieben

In den kommenden Jahren planen die Betriebe eine Vielzahl an Investitionen, vorrangig in den Bereichen Instandhaltung/Modernisierung und Digitalisierung. Auch Investitionen in Marketingmaßnahmen, Weiterbildung für Mitarbeitende sowie in Energiemaßnahmen stehen weit oben auf der Liste der Investitionsbereiche. 60 % der Betriebe, die Investitionsvolumina angaben, investierten in den Jahren 2020 bis 2024 mehr als 100.000 Euro. Bei knapp über der Hälfte derer, die für 2025 bis 2030 Investitionen planen, liegt das Investitionsvolumen über 100.000 Euro.

Qualitätsverbesserungen im Sinne des Erreichens eines höheren Qualitätsstandards (66 %) sowie Qualitätssicherung im Sinne des Erhalts des bisherigen Qualitätsstandards (59 %) bilden die wichtigsten Gründe für Investitionen der touristischen Betriebe in Schleswig-Holstein. Eine Abgrenzung zu Wettbewerber:innen, die Erschließung neuer Zielgruppen, die Senkung der Betriebskosten sowie die Entlastung der Mitarbeitenden spielen ebenfalls für rund die Hälfte der befragten Betriebe eine Rolle. Investitionsentscheidungen werden von den Betrieben dabei gut durchdacht. Etwas mehr als die Hälfte der Betriebe investiert lieber nicht, bevor sie sich mit Investitionen übernehmen, andererseits ist ein gewisses unternehmerisches Risiko gefragt, will man langfristig wettbewerbsfähig bleiben. Acht von zehn Betrieben setzen sich vor Investitionen aktiv mit Trends und Marktentwicklungen auseinander.

Als hinderlich für mehr Investitionen werden vor allem steigende Kosten und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen angesehen. Auch fehlendes Eigenkapital spielt für 38 % eine Rolle, fehlende Fördergelder hingegen nur bei einem Viertel der Betriebe, fehlende Kredite nur bei jedem zehnten Betrieb. Zwei Drittel der Betriebe geben dementsprechend auch an, über einen guten Überblick über mögliche Finanzquellen für Investitionen zu verfügen. Nur ein Drittel äußert, dass sie neue Kredite kaum erhalten können. >>Abb. 22



Gemeinsame Zielrichtung und Vision für den Tourismus in Schleswig-Holstein

Qualitätssicherung und -management sind und bleiben eine Daueraufgabe für das Destinationsmanagement, an der alle Akteur:innen auf den unterschiedlichen Ebenen aktiv mitwirken müssen, um ein stimmiges Gesamtergebnis zu schaffen. Gleichzeitig muss Qualitätsentwicklung immer auch neue Entwicklungen berücksichtigen. Sich wandelndes Reiseverhalten und veränderte Ansprüche der Gäste an Urlaub und Freizeit sowie die Interessen weiterer Stakeholder sind hierbei ebenso relevant wie gesellschaftliche (Mega-)Trends oder technologische Innovationen. Mit Blick in die Zukunft bildet, neben der breit getragenen Definition des Qualitätsbegriffs im SH-Tourismus, daher eine gemeinsame Zielrichtung die Grundlage für die strategische Weiterentwicklung.

Unter Nutzung der Ergebnisse aus dem Bearbeitungsprozess und mit KI-Unterstützung lässt sich die folgende Vision formulieren und illustrieren:

Vision der Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus: Vielfalt erleben, Zukunft gestalten

Der Tourismus in Schleswig-Holstein steht für ein offenes, vielfältiges und zukunftsorientiertes Miteinander. Alle Anspruchsgruppen, ob sie hier urlauben, arbeiten oder leben, sollen sich bei uns wohlfühlen. Gäste jeden Alters und aus allen Ländern sind herzlich willkommen. Unsere Vision ist ein Tourismus, der für alle ein hochwertiges Erlebnis bietet: von der kindgerechten Freizeitgestaltung über Angebote für Menschen mit Behinderung bis zum komfortablen Aufenthalt im Alter.

Qualität im Tourismus zeigt sich bei uns durch gelebte Gastfreundschaft, hohe Serviceorientierung und maßgeschneiderte Angebote für unterschiedliche Zielgruppen. Jeder Gast soll sich willkommen und wertgeschätzt fühlen, unabhängig von Herkunft, Alter oder Interessen. Neben dieser hohen Aufenthaltsqualität für Tourist:innen besitzt die Lebensqualität der Bevölkerung für uns eine hohe Bedeutung.

Innovationskultur ist ein zentrales Element unserer Entwicklung. Schleswig-Holstein ist ein Ort, an dem neue Ideen entstehen, getestet und in die Praxis umgesetzt werden. Ob digitale Marktplätze, smarte Mobilitätslösungen oder KI-gestützte Services: Innovation wird aktiv gelebt. Unsere Betriebe und Partner:innen entwickeln den Tourismus kreativ, mutig und zukunftsfähig weiter.

Digitale Exzellenz bedeutet bei uns: durchgehende Erreichbarkeit, einfache Nutzung und intelligente Verknüpfung von Services. Gäste planen, buchen und erleben ihren Aufenthalt nahtlos digital: vom Parken über das Buchen von Strandkörben bis zur Planung der Radtour.

Landschaft, Ortsbild und Architektur tragen entscheidend zur Aufenthaltsqualität bei. Wir setzen auf ortstypische Bauweisen, den Erhalt des kulturellen Erbes und eine moderne, nachhaltige Gestaltung, die Mensch, Natur und Geschichte in Einklang bringt.

Finanzielle Qualitätssicherung bildet die Basis für dieses ambitionierte Zukunftsbild: Die Finanzierung touristischer Projekte ist durch starke Partnerschaften, Fördermittel und lokale Kofinanzierungen langfristig gesichert. Dadurch entsteht eine stabile Grundlage für Investitionen in Infrastruktur, Innovation und Servicequalität.

Nachhaltigkeit und Mobilität gehen Hand in Hand. Mit emissionsarmer Infrastruktur, smartem Verkehrsmanagement und autonomen Lösungen gestalten wir einen ressourcenschonenden Tourismus, der Komfort und Umweltbewusstsein an der Küste wie im Binnenland verbindet.

Bunt, lebendig und vielfältig – wir als Reiseland stehen dabei sinnbildlich für die Menschen, Angebote und Ideen, die unser Land bereichern: Mitarbeiter:innen, Betriebe und Gäste, die gemeinsam ein einmaliges Erlebnis schaffen. Schleswig-Holstein ist ein Ort, an dem Lebensfreude, Qualität und Miteinander auf charmante Weise zusammenfinden – mit einem Augenzwinkern, aber einem klaren Ziel.

Unsere Zukunft ist rosig – und das mit System. Schleswig-Holstein entwickelt sich dynamisch weiter: getragen von engagierten Menschen, gefördert durch gesicherte Strukturen und inspiriert von der Überzeugung, dass Tourismus mehr ist als Erholung: Er ist gelebte Lebensqualität.



Tourismusland Schleswig-Holstein als „Wohlfühlort“ für alle Anspruchsgruppen

Bedeutung „weicher“ Qualitätselemente

Die Vision für den Tourismus in Schleswig-Holstein basiert auf einem integrativen, zukunftsorientierten Verständnis von Qualität, das sowohl die Bedürfnisse der Gäste als auch der Gastgeber:innen und der einheimischen Bevölkerung berücksichtigt. Zentrale Leitidee ist, dass sich alle Anspruchsgruppen – unabhängig davon, ob sie in Schleswig-Holstein Urlaub machen, hier arbeiten oder leben – wohlfühlen und aktiv am touristischen Geschehen teilhaben können. Dieses umfassende Wohlbefinden bildet die normative Grundlage der weiteren Tourismusentwicklung. Ein besonderer Stellenwert kommt in dieser Vision den sogenannten „weichen“ Qualitätselementen zu, die im Dialog mit zentralen Tourismusakteur:innen als grundlegend und zukunftsweisend identifiziert wurden.

- Aufenthalts- und Lebensqualität, Authentizität und soziale Begegnungen sowie ein respektvoller und achtsamer Umgang mit Menschen und Natur bilden zentrale Bezugspunkte dieser Vision. Hierzu zählen neben einer spürbaren Willkommenskultur und Offenheit gegenüber Gästen, Gastgebenden und Einheimischen auch authentische Erlebnisse und echte Begegnungen – insbesondere zwischen Gästen und Einheimischen. Zudem gilt es, gerade der Bevölkerung und auch den Betrieben Möglichkeiten zur aktiven Mitwirkung an der Tourismusentwicklung anzubieten. Diese Faktoren gelten als tragende Säulen eines qualitätsvollen Tourismus, der nicht auf die Maximierung kurzfristiger Besucherzahlen, sondern auf langfristige Wertschöpfung im umfassenden Sinne abzielt.
- Im Zentrum der touristischen Qualität in Schleswig-Holstein steht zudem die Natur mit ihrer Funktion als zentraler Urlaubs- und Erholungsraum sowie mit ihrer Schutzwürdig- und Erlebbarkeit. Naturnähe und auch Erlebnisse in der Natur auf entsleunigte, bewusste und respektvolle Weise bilden ein wesentliches Qualitätselement. Damit verbunden ist das klare Bekenntnis zu einer ökologisch tragfähigen Tourismusentwicklung. Schleswig-Holstein verfolgt das Ziel, eine ausgewogene Balance zwischen Naturbewahrung, Umwelt- und Klimaschutz sowie touristisch-ökonomischer Entwicklung zu erreichen.
- Ein weiterer Schlüsselgedanke dieser Vision ist die angestrebte Balance zwischen gewünschter touristischer Lebendigkeit und störender Überfüllung. Besonders mit Blick auf die Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung ist es entscheidend, dass der Tourismus nicht als Belastung, sondern als bereichernder Teil des alltäglichen Lebens empfunden wird. Doch auch die Gäste profitieren von diesem angestrebten Gleichgewicht.

Hardware nicht vergessen: aktuelles Qualitätsniveau mindestens sichern und gezielt weiterentwickeln

Bedeutung „harter“ Qualitätselemente

Neben diesen „weichen“ Faktoren kommt der touristischen „Hardware“ eine tragende Rolle zu. Diese bildet das infrastrukturelle Rückgrat einer gelungenen Erlebnis- und Wertschöpfungskette im Tourismus. Schleswig-Holstein hat hier in den letzten Jahren einiges in Angriff genommen und ist gut aufgestellt. Sich auf dem Erreichten auszurufen, wäre jedoch riskant, denn Qualität ist kein statischer Zustand, sondern ein fortwährender Entwicklungsprozess. Es gilt, das derzeitige Qualitätsniveau nicht nur zu bewahren, sondern gezielt weiterzuentwickeln.

- Dies betrifft einerseits die touristische Infrastruktur, und zwar sowohl die touristische im engeren Sinn als auch die Verkehrsinfrastruktur, insbesondere für die An- und Abreise. Denn die komfortable Erreichbarkeit des Reiseziels Schleswig-Holstein auf der Straße und der Schiene trägt zu einem gelungenen Urlaub bei. Dabei ist allerdings zu bedenken, dass sich die Anreisemöglichkeiten laut Treiber- und Dämpfer-Analyse nur in geringem Maße auf die Gesamtbewertung auswirken.
- Andererseits ist auch die Ausstattung der Betriebe von hoher Bedeutung. Diese müssen ihre Gäste über den Service hinaus ebenso mit zeitgemäßer Ausstattung, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeitsstandards und digitaler Anschlussfähigkeit überzeugen.
- Abgerundet wird die Vision durch die Erlebnisqualität: Mit einer (möglichst marken- und zielgruppenkonformen) Vielfalt an Reiseanlässen und Erlebnismöglichkeiten bietet das Reiseland Schleswig-Holstein seinen Gästen und Einheimischen immer wieder neue Gründe, hier Urlaub zu machen oder die Freizeit zu verbringen.



Insgesamt zeigt sich: Ein ganzheitliches Qualitätsverständnis für den SH-Tourismus verlangt die gleichzeitige Berücksichtigung von „Software“ (Wohlbefinden, Begegnungen, Nachhaltigkeit) und „Hardware“ (Infrastruktur, Mobilität, Ausstattung, Reiseanlässe). Nur wenn beide Bereiche aufeinander abgestimmt sind und mindestens angemessene Qualität liefern, kann Schleswig-Holstein seiner Rolle als attraktives, zukunftsfähiges und verantwortungsvoll entwickeltes Reiseziel dauerhaft gerecht werden. Entscheidend ist, dass das Gesamtprodukt „Urlaub in Schleswig-Holstein“ verlässlich Qualität bietet, und das an allen Kontaktpunkten mit dem Gast.

Sämtliche Kontaktpunkte im Blick: stimmiges Gesamtprodukt durch gesicherte Qualität entlang der Servicekette

Qualität im Tourismus unterliegt vielfältigen externen und internen Einflüssen und muss sich fortlaufend an veränderte Gästeerwartungen und Rahmenbedingungen anpassen. Gerade vor dem Hintergrund tiefgreifender Transformationen in den Bereichen Technologie, Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft ist eine möglichst vorausschauende, adaptive und innovationsorientierte Mitgestaltung der künftigen Qualität von hoher Bedeutung.

Zentrale Treiber der touristischen Qualitätsentwicklung

Dabei bilden nach Einschätzung wichtiger Akteur:innen im SH-Tourismus digitale Technologien und technologische Innovationen die zentralen Treiber der Qualitätsentwicklung, insbesondere der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) und Big Data. Mit heutigem Wissen sind die folgenden positiven Auswirkungen auf die Qualitätsentwicklung vorstellbar:

- Datengestützte Hyperpersonalisierung der Urlaubserlebnisse: Angebote lassen sich dank KI und Big Data exakt auf die Bedürfnisse und Vorlieben jedes einzelnen Gastes zuschneiden. Beispielsweise könnte KI eine individuell abgestimmte Reiseroute vorschlagen, basierend auf persönlichen Interessen, bisherigen Reisen und sogar aktuellen Stimmungen des Reisenden.
- Digitale Plattformen als Schau- und Marktplätze: Benutzerfreundliche und personalisierte digitale Plattformen schaffen eine vollständig personalisierte Reiseplanung und -erfahrung, indem sie maßgeschneiderte Informationen und konkrete Empfehlungen für Reiseziele, Unterkünfte und Aktivitäten vor Ort auf der Grundlage persönlicher Vorlieben und vergangener Reisen anbieten. Effiziente, vielseitige und integrierte Buchungssysteme für sämtliche Leistungsbestandteile (vom Strandkorb bis zum Parkplatzticket) ermöglichen es, die gesamte Reise individuell, nahtlos und komfortabel zu planen und zu buchen.
- Immersive und realistische Erlebnisse durch Virtual/Augmented Reality (VR/AR): VR und AR ermöglichen virtuelle Erfahrungen, die nicht nur als „Zusatz“ zu physischen Reisen dienen, sondern eigenständige, realistische Erlebnisse bilden. Beispielsweise könnte ein Gast in VR eine historische Sehenswürdigkeit besuchen oder AR nutzen, um zusätzliche, interaktive Informationen zu einer Kulturstätte zu erhalten. Zudem ermöglicht es VR Reisenden, Orte zu erleben, die physisch schwer oder gar nicht zugänglich sind.
- Automatisierung: Standardprozesse in den Betrieben und Tourismusorganisationen wie Check-in und Check-out, Bezahlung und Rechnungslegung oder Informationsbereitstellung und die Beantwortung häufiger Fragen lassen sich weitgehend automatisieren. Dadurch kann der Service nicht nur effizienter und schneller werden, sondern es werden auch Fehler reduziert und eine konsistente Qualität geboten. Darüber hinaus schafft die zunehmende Automatisierung neue Freiräume für persönliche Betreuung an denjenigen Stellen der Leistungskette, wo im Sinne des angestrebten „Wohlfühlortes“ und der Begegnungen von Mensch zu Mensch persönlicher Service den Unterschied macht, während technologische Lösungen hier eher einen Qualitätsverlust bedeuten und an ihre Grenzen stoßen würden.

Digitale Technologien und technologische Innovationen als zentrale Treiber

Entscheidend für den skizzierten Erfolg dieser Entwicklungen ist eine verlässliche technologische Infrastruktur. Hohe Datenübertragungsraten, flächendeckende Mobilfunkabdeckung und stabile WLAN-Verbindungen gelten als Grundvoraussetzung für digitale Erlebnisse entlang der gesamten Customer Journey. Gerade im ländlich geprägten Raum Schleswig-Holsteins wird dieser infrastrukturelle Aspekt daher zur zukunftsentscheidenden Basisqualität.



Daneben wirken auch weitere Entwicklungen als Treiber auf die Qualitätsentwicklung im SH-Tourismus. Exemplarisch ist hier zu denken an touristische Mobilität und autonomes Fahren, Klimawandel, Umweltschutz und Ressourcenschonung, Erlebnisorientierung und Individualisierung auf Nachfrageseite sowie politische und wirtschaftliche Entwicklungen, darunter etwa die wirtschaftliche Stimmung und das Konsumverhalten oder auch Fördermittel für den Tourismus. Die Weiterentwicklung touristischer Qualität in Schleswig-Holstein muss daher als ganzheitlicher und technologieoffener Prozess verstanden werden. Sie erfordert eine kontinuierliche Beobachtung von Trends und Entwicklungen sowie ein integratives Qualitätsverständnis.

Fazit und Handlungsempfehlungen

Die Qualitätsentwicklung im SH-Tourismus bildet eine strategische und operative Daueraufgabe, die sich im Spannungsfeld zwischen steigenden Gästee Erwartungen, gesellschaftlichen (Mega-)Trends und Transformationstreibern, technologischen Innovationen und regionalen Rahmenbedingungen bewegt. Für Schleswig-Holstein, das sich als Qualitäts-Reiseziel positionieren will, gewinnt die systematische Arbeit an Qualität zunehmend an Bedeutung. Dies gilt nicht nur als Reaktion auf externe Entwicklungen, sondern als proaktiver Gestaltungsansatz für die Zukunftsfähigkeit des Landes als Tourismusstandort.

Im Rahmen der vorliegenden Erarbeitung unter Einbindung der Touristiker:innen wurde deutlich, dass einerseits bereits ein Investitionsstau in den Betrieben erkennbar ist und andererseits touristische Qualität heute nicht mehr nur an materiellen Standards oder Serviceparametern gemessen wird. Vielmehr geht es (künftig) um ein umfassendes Begriffsverständnis, das sowohl die Aufenthaltsqualität der Gäste als auch die Lebensqualität der Bevölkerung und die ökologische Tragfähigkeit einbezieht. Damit verbunden ist die Notwendigkeit, neue Impulse aufzunehmen, bestehende Stärken zu sichern und langfristig Strukturen zu etablieren, die Qualität auf allen Ebenen sichern und weiterentwickeln. Perspektivisch gehört dazu auch die Berücksichtigung des in Erarbeitung befindlichen Qualitätsleitbildes auf Bundesebene. Der TVSH bringt hier die Sicht Schleswig-Holsteins ein.

Aus dem aktuellen Tourismusbarometer werden fünf zentrale Handlungsempfehlungen für Schleswig-Holstein abgeleitet, die als strategische Leitplanken für die nächsten Jahre dienen sollen. Sie richten sich an die Akteur:innen der unterschiedlichen Ebenen im SH-Tourismus, beschreiben, wie die aktive, kooperative und zukunftsgerichtete Qualitätsentwicklung im Schleswig-Holstein-Tourismus gestaltet werden kann und sollte und bilden damit die Grundlage für die weitere Umsetzung des Handlungsfeldes „Qualität und Wettbewerbsfähigkeit“ der Landestourismusstrategie.

Abb. 23: Handlungsempfehlungen zur Qualitätsentwicklung im Tourismus in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2025

Kontinuierliche Sensibilisierung von Betrieben und Kommunen für die Bedeutung der Qualität und eigene Handlungsmöglichkeiten

Es ist deutlich geworden, dass die Weiterentwicklung der touristischen Qualität in Schleswig-Holstein eine Gemeinschafts- und Daueraufgabe ist. Qualität entsteht nicht isoliert in einzelnen Betrieben, sondern im Zusammenspiel aller beteiligten Akteur:innen, vom Gastgewerbe über Freizeiteinrichtungen und Tourismusorganisationen auf den unterschiedlichen Ebenen bis hin zur öffentlichen Verwaltung und politischen Entscheidungsträger:innen. Jeder Angebotsbaustein ist im Gesamtgefüge wichtig und trägt nicht nur zur erlebten Qualität bei, sondern auch zu positiven Berichten und zur Wiederkehrbereitschaft begeisterter Gäste. Das Ausruhen auf dem erreichten Niveau birgt Risiken im Hinblick auf Wettbewerbsfähigkeit und Gästezufriedenheit. Vor diesem Hintergrund ist der bereits bestehende Investitionsstau in den Betrieben, insbesondere in der Gastronomie sowie den Freizeit- und Kultureinrichtungen, ein ernstzunehmendes Problem, das weiter zunehmen und die Marktposition des SH-Tourismus deutlich beeinträchtigen wird. Es gilt daher, aktiv gegenzusteuern und die Mitwirkung möglichst vieler Beteiligter zu sichern und zu steigern.

Systematischen Wissenstransfer leisten

Ein systematischer Wissenstransfer sollte etabliert werden, durch den gute Praxisbeispiele verbreitet, Synergiepotenziale genutzt und Innovationsimpulse geteilt werden können. Sensibilisierung, Motivation und Qualifizierung sind gefragt, um das Bewusstsein für die Bedeutung von Qualität als Erfolgsfaktor und Zukunftssicherung im Tourismus zu stärken. Dies betrifft insbesondere kleine und mittelständische Betriebe sowie kommunale Akteur:innen, für die der strategische Zusammenhang zwischen individueller Leistung und kollektiver Wirkung nicht immer unmittelbar greifbar ist.

Gemeinsames Qualitätsverständnis etablieren und Qualitätsmanagement aktiv vorantreiben

Qualitätsentwicklung im Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe, die nur dann wirksam wird, wenn alle informiert, motiviert und befähigt mitwirken. Das partizipativ erarbeitete Begriffsverständnis und die Gestaltung der gemeinsamen Vision schaffen hierfür einen guten Ausgangspunkt. In diesem Sinne gilt es, das gemeinsame Qualitätsverständnis auf allen Ebenen zu etablieren und konkrete Handlungsmöglichkeiten für die Akteur:innen sowohl auf betrieblicher als auch auf öffentlicher Ebene sichtbar zu machen. In den Betrieben bildet dabei ein aktives, systematisches Qualitätsmanagement ein zentrales Instrument. Klassifizierungen und Qualitätslabel bleiben auch in Zeiten



von Online-Bewertungen relevant. Denn Qualität entsteht nicht zufällig, sondern durch kontinuierliches Lernen, klare Standards und ein gemeinsames Verständnis von Service- und Angebotsqualität. Aus Sicht der Tourismusorganisationen sind vor allem die DEHOGA-Hotelklassifizierung, die Campingklassifizierungen des ADAC und des BVCD/DTV sowie die Bett+Bike-Zertifizierung für Schleswig-Holstein von besonderer Bedeutung. Die DTV-Klassifizierung, verschiedene Nachhaltigkeitslabel sowie das landeseigene Label Rolliplus hat ebenfalls noch für die Hälfte der Touristiker:innen eine sehr hohe oder hohe Bedeutung. Gemeinsam mit den Online-Gästebewertungen leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Qualitätsmanagement in den Betrieben und Destinationen.

Betriebe über konkrete Serviceangebote mobilisieren

Zudem sollten beispielhafte Initiativen zur Qualitätssteigerung in Schleswig-Holstein weitergeführt werden. Formate wie die IHK-Initiative „Designkontor“ oder der „Service Ratgeber: Schritte zur perfekten Gästezufriedenheit“ wenden sich direkt an die Akteur:innen und leisten wertvolle Beiträge, indem sie die Betriebe für relevante Qualitätsthemen sensibilisieren und praxisorientierte Hilfestellung geben. Hier gilt es, die Inhalte und Formate auf Aktualisierungs- und Anpassungsbedarfe zu überprüfen und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. So zeigt sich beispielsweise bei den Infoveranstaltungen des Designkontors für die Gastronomie nur eine sehr verhaltene Nachfrage. Der letzte geplante Tag der offenen Tür nach der pandemiebedingten Pause wurde im Jahr 2023 abgesagt, nachdem in den Vorjahren teilweise mehr als 400 Besucher:innen gezählt werden konnten. Im Hinblick auf den Service Ratgeber sollten neben der Publikationsform als gedruckte Broschüre und PDF zum Download insbesondere die Inhalte auf ihre Aktualität und neue zu berücksichtigende Entwicklungen geprüft werden. Ein besonderes Augenmerk sollte dabei der Gastronomie gelten. Ziel der Aktivitäten ist es, die touristischen Akteur:innen zeitgemäß, praxisnah und niedrigschwellig zu erreichen und bei der Sicherung sowie Weiterentwicklung ihrer Qualitätsstandards zu begleiten.

Datenqualität, digitale Kommunikation, Angebote und Erlebnisse entlang der gesamten Customer Journey

Künstliche Intelligenz und digitale Instrumente können die Qualität entlang der gesamten Servicekette verbessern. Die Dynamik technologischer Entwicklungen sowie die steigenden digitalen Erwartungen der Gäste zeigen jedoch: Wer heute nicht aktiv gestaltet, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren. Der Handlungsbedarf reicht von der Datenqualität über die digitale Kommunikation bis hin zur Angebots- und Erlebnisgestaltung. Wer hier gezielt investiert, schafft die Voraussetzungen für zukunftsfähige Tourismusqualität entlang der gesamten Customer Journey. Daher müssen die Sicherung und Weiterentwicklung der digitalen Qualität im SH-Tourismus mit hoher Priorität vorangetrieben werden. Der Handlungsdruck ist hier besonders hoch, da externe Treiber für eine schnell wachsende Lücke zwischen Anspruch bzw. technischen Möglichkeiten und dem aktuellen Stand im Schleswig-Holstein-Tourismus sorgen. Angesichts der rasanten Entwicklung digitaler Technologien und des sich wandelnden Buchungs- und Informationsverhaltens der Gäste ist diese Diskrepanz bereits heute sichtbar und wird sich ohne Gegenmaßnahmen weiter vergrößern.

Digitale Qualitätsdimensionen über konkrete Use Cases operationalisieren

Ein ganzheitlicher Qualitätsansatz muss deshalb auch die digitale Qualität entlang der gesamten Customer Journey in den Fokus rücken: von der Inspiration über Buchung, Anreise, den Aufenthalt vor Ort bis hin zur Abreise, Bewertung und langfristigen Gästebindung an das Bundesland. Hier sind schon zum heutigen technischen Stand viele Anwendungsfälle vorstellbar, in denen KI und digitale Tools die Qualität für die Gäste verbessern, aber auch für die Gastgebenden (z. B. Buchbarkeit, Kosteneinsparungen) und die Bevölkerung (zum Beispiel Besucher:innenlenkung, Lebensqualität). Damit wird dieser Handlungsbereich dem angestrebten Dreiklang der Anspruchsgruppen an Qualität besonders gerecht.

Datenqualität als Basis sichern

Nur mit aktuellen, konsistenten und standardisierten Daten können digitale Anwendungen sinnvoll betrieben und kanalübergreifend ausgespielt werden. Hier gilt es, Strukturen und Verantwortlichkeiten zu klären, um die Datenpflege dauerhaft zu sichern. Darüber hinaus bildet die digitale Kommunikation das Rückgrat zeitgemäßer



Gästebeziehungen. Websites, Plattformen, soziale Medien oder Messenger müssen leicht zugänglich, zielgruppen-gerecht sowie stets korrekt sein und auf einheitlichen, gepflegten Datenbeständen basieren.

Digitale Auffindbarkeit und Individualisierung konsequent vorantreiben

Zudem sollen Tourismus- und Freizeitangebote und -erlebnisse in Schleswig-Holstein digital auffindbar, im Idealfall personalisierbar und dank optimierter Buchungsprozesse komfortabel einfach und in Echtzeit digital buchbar sein. Weitere denkbare Einsatzmöglichkeiten beziehen sich beispielsweise auf automatisierte Besucher:innenlenkung über Vorhersagen und Echtzeitinformationen oder den Einsatz von VR und AR zur Steigerung der Erlebnisqualität. Gefragt sind insbesondere die Betriebe. Auch im Hinblick auf Kosteneinsparungen durch Automatisierung bieten KI und digitale Anwendungen den Tourismusunternehmen zahlreiche Ansätze für ihr eigenes Handeln. Dabei sind fachliche und möglicherweise auch finanzielle Unterstützung der Tourismusorganisationen und des Landes angeraten. Es gilt insbesondere, Vorbehalte gegenüber der Digitalisierung abzubauen, über Einsatzmöglichkeiten und praktische Anwendungsfälle zu informieren, die Leistungstragenden zu befähigen, (gemeinsam) erste Schritte zu wagen und eine Kultur des Ausprobierens zu etablieren. Dabei ist zu betonen: Nicht alles im SH-Tourismus sollte digitalisiert werden. Vielmehr geht es darum, digitale Lösungen gezielt dort einzusetzen, wo sie Mehrwerte für Gäste, Betriebe und die Bevölkerung schaffen.

Die weitere Verzögerung erforderlicher Investitionen in Kommunen und Betrieben birgt das Risiko eines sinkenden Qualitätsniveaus mit entsprechenden Auswirkungen auf Gästezufriedenheit, Wettbewerbsfähigkeit und Wertschöpfung. Dem bereits erkennbaren Investitionsstau in den Betrieben muss aktiv begegnet werden. Um die Qualität im SH-Tourismus langfristig zu sichern und weiterzuentwickeln, sind daher (auch mutige) Investitionen in Infrastruktur, Angebote, digitale Lösungen und Aufenthaltsqualität erforderlich. Nicht vergessen werden sollten darüber hinaus „Investitionen in Menschen“ im Sinne von Weiterbildungen und Schulungen beispielsweise bezogen auf spezifische Fachkompetenzen oder die Dienstleistungsqualität.

Rahmenbedingungen für Investitionen verbessern und Anreize für die Betriebe setzen

Derzeit zählen zu den zentralen Investitionshemmnissen aus Sicht der touristischen Betriebe in Schleswig-Holstein neben den steigenden Kosten insbesondere die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Ein verlässliches und attraktives wirtschaftspolitisches Umfeld bildet die Voraussetzung zur Steigerung ihrer Investitionsbereitschaft. Es gilt daher, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen zu verbessern und eine gesicherte Finanzierung zu gewährleisten. Gefragt sind Fördermöglichkeiten mit niedrigen Zugangshürden und möglichst wenig bürokratischem Aufwand. Dazu gehört auch die gezielte Unterstützung von kleinen und mittelständischen Betrieben, die häufig besonders stark von bürokratischen Anforderungen betroffen sind. Vereinfachte Antragsverfahren, klare Ansprechpersonen sowie praxistaugliche Förderbedingungen können die Investitionsbereitschaft und damit perspektivisch die gebotene Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus erhöhen.

Investitionen im öffentlichen Raum als Impulsgeber für Gäste und Einheimische

Mit Blick auf die Investitionen der öffentlichen Hand verweisen die Ergebnisse der Gästebefragung sowie der Bewertung der touristischen Angebote und Infrastrukturen seitens der Touristiker:innen auf Handlungsbedarfe in verschiedenen Bereichen der öffentlichen touristischen Infrastruktur. Zu nennen wären hier vordergründig Ortsbilder und Baukultur, Schlechtwetterangebote, Maßnahmen zur Barrierefreiheit sowie das Thema (nachhaltige) Mobilität. Diese Investitionen in die Qualität des öffentlichen Raums stärken nicht nur die Attraktivität für Gäste, sondern auch die Lebensqualität der Bevölkerung vor Ort. Die jeweiligen Bedarfe sollten regionalspezifisch herausgearbeitet werden, um mit gezielten Investitionen ortsübergreifend gemeinsam und abgestimmt die Qualität in den touristischen Regionen zu sichern und zu steigern. Zu fragen ist dabei immer, welche Investitionen auf das angestrebte touristische Qualitätsversprechen einzahlen. Förderprogramme bilden dabei einen entscheidenden Hebel, um notwendige Investitionen in den Orten und Regionen zu erleichtern.



Zusammenarbeit auf allen Ebenen mit klarer Aufgabenteilung und zentraler Koordinationsfunktion

Im Tourismusbarometer wurde deutlich herausgearbeitet, dass Qualitätsentwicklung im Tourismus nur gemeinsam gelingen kann. Sie setzt eine enge, zielgerichtete Zusammenarbeit aller relevanten Akteur:innen auf den unterschiedlichen Ebenen voraus. Alle Beteiligten auf lokaler, regionaler und Landesebene sowie in den Betrieben müssen über ein einheitliches Verständnis von Qualität verfügen und auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten, um das touristische Qualitätsversprechen Schleswig-Holsteins einzulösen. Die Grundlage hierfür bilden eine gemeinsam getragene Definition von Qualität sowie eine Vision, auf die alle Ebenen hinarbeiten. Erste fundierte Grundlagen hierfür liefert das vorliegende Tourismusbarometer, das Einschätzungen aus der Branche gesammelt und gemeinsam mit den Akteur:innen verdichtet und weiterentwickelt hat. Daraus ergibt sich ein solides Fundament, auf dem zukünftige Qualitätspolitik aufbauen kann.

Landesweite Koordination und Implementierung einer Innovationsgruppe als Think Tank für die Qualitätsentwicklung

Hierfür ist denkbar, die Ergebnisse in einer weiterführenden Veranstaltung zu vertiefen und zu konkretisieren. Um die gemeinsame Zielorientierung und die Umsetzung konkreter Schritte jedoch dauerhaft zu sichern, sollte die Einrichtung einer zentralen Koordinationsinstanz bzw. im Sinne der Tourismusstrategie die Aktivierung des Arbeitskreises Qualität auf Landesebene angestrebt werden. Zielführend wäre es, die Struktur bestehender Gremien zu prüfen und ein agiles Team mit dem Schwerpunktthema Qualitätssicherung und -entwicklung aufzustellen. Es sollte als strategische Koordinierungsstelle für das Qualitätsmanagement im Land wirken und sich aus zentralen Interessensvertreter:innen des SH-Tourismus zusammensetzen. Eine gute Grundlage hierfür bildet der Teilnehmendenkreis, der bereits in dem Workshop für das vorliegende Tourismusbarometer gemeinsam an der Qualitätsentwicklung gearbeitet hat. Diese Gruppe kann Impulse bündeln, Aktivitäten strukturieren und Schnittstellen klären. Sie ist zentrale Anlaufstelle für Wissenstransfer, Branchensensibilisierung und Impulsgeberin für Weiterentwicklungen. Das im Rahmen des Tourismusbarometers erarbeitete gemeinsame Qualitätsverständnis, die Vision und die Handlungsempfehlungen spielen hierbei eine wichtige Rolle. Diese Grundlagen gilt es zu vermitteln und kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Verbindlichkeit für die ebenenübergreifende Aufgabenverteilung des Qualitätsmanagements herstellen

Zudem müssen die Aufgabenteilung und Verantwortlichkeiten im Qualitätsmanagement verbindlich festgelegt werden. Die in der Umsetzung befindlichen Aufgabenprofile für den SH-Tourismus bilden hierfür die Basis. Denn die Qualitätsentwicklung braucht eine klare Struktur, verlässliche Zuständigkeiten und eine verbindende Koordinationsstelle. Nur so kann das touristische Qualitätsversprechen im Sinne der Gäste, der Betriebe und der Einheimischen glaubhaft eingelöst und langfristig getragen werden.

Im Zuge der Erarbeitung der Aufgabenprofile für alle Ebenen und Akteur:innen im Tourismus in Schleswig-Holstein im Rahmen der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 wurden auch für den Bereich Qualitätsmanagement Aufgaben und Zuständigkeiten definiert.

- Die strategische Qualitätsentwicklung, also Anreize zu stetigen Investitionen in die Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus zu setzen im Sinne einer Modernisierungs- und Qualitätsoffensive und die Umsetzung auf Basis eines gemeinsamen Qualitätsverständnisses und -standards liegt bei verschiedenen Akteur:innen auf Landesebene. Für ein systematisches Qualitätscontrolling und -monitoring sind das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (MWVATT) sowie das Umsetzungsmanagement zuständig. Auch die Bündelung und Abstimmung der qualitätsfördernden Aktivitäten von touristischen Organisationen zur Vermittlung an die Partner:innen auf regionaler und lokaler Ebene sollte laut Aufgabenprofilen in den Händen des MWVATT und des Umsetzungsmanagements liegen. Der Tourismusverband Schleswig-Holstein, das Umsetzungsmanagement sowie funktionale Partner:innen wie IHK, DEHOGA und Fachverbände dienen als Impulsgeber:innen für die TMO, Orte und Betriebe.
- Die Aufgaben der regionalen Ebene umfassen die Kommunikation des gemeinsamen Qualitätsverständnisses sowie der festgelegten Qualitätsstandards an die lokale Ebene. Sie nehmen die Rolle des Qualitätskoordinators



und Netzwerkers ein. Darüber hinaus sind sie Impulsgeber:innen für mehr Qualitätsbewusstsein bei den Partner:innen auf der lokalen Ebene und unterstützen bei der Umsetzung von Qualitätsanforderungen.

- Die lokale Ebene ist für die Kommunikation des gemeinsamen Qualitätsverständnisses sowie der festgelegten Qualitätsstandards an die Orte und Leistungsanbietenden sowie für die Umsetzung der (über-)regionalen Strategien verantwortlich. Sie sollen regionale Serviceoffensiven unterstützen und Klassifizierungen und Zertifizierungen durchführen sowie das Qualitätsbewusstsein bei den Leistungstragenden durch Coaching stärken.



Messung und Monitoring von Qualität sowie Monitoring relevanter Trends und Entwicklungen

Ein durchdachtes Monitoring bildet den zentralen Bestandteil eines wirksamen Qualitätsmanagements. Nur durch systematisches Erfassen, Auswerten und Interpretieren von Qualitätsdaten können die getroffenen Maßnahmen evaluiert und die kontinuierliche Verbesserung gesichert werden. In vielen Regionen, Orten und Betrieben in Schleswig-Holstein ist dieses Verständnis längst angekommen. Die Grundlagen für ein aktives Qualitätsmonitoring sind daher vorhanden, und zahlreiche Akteur:innen setzen entsprechende Instrumente bereits ein oder planen dies zumindest. Die Praxis zeigt: Qualität, die nicht gemessen wird, lässt sich weder beurteilen noch gezielt weiterentwickeln.

Qualitätsentwicklung kontinuierlich beobachten

Zu den Top-Beobachtungsfeldern der Qualitätsmessung im SH-Tourismus zählen insbesondere:

- Veränderung der Gästezahlen als direkter Indikator für Nachfrageentwicklungen
- Analyse von Gästebewertungen (zum Beispiel auf Buchungsplattformen, Bewertungsportalen)
- Beschwerdemanagement als Frühwarnsystem für strukturelle Schwächen
- Veränderung des Umsatzes zur wirtschaftlichen Bewertung von Qualitätsmaßnahmen
- Gästebefragungen, um qualitative Rückmeldungen zu Erfahrungen, Erwartungen und Zufriedenheit zu erhalten

Diese Instrumente ermöglichen es, Veränderungen frühzeitig zu erkennen, gezielt gegenzusteuern und Entwicklungen aktiv zu gestalten. Ein gutes Monitoring zeigt nicht nur, wo Handlungsbedarf besteht, sondern auch, wo Maßnahmen erfolgreich greifen. Darüber hinaus leistet es einen wichtigen Beitrag zur Transparenz und Motivation: Das Monitoring macht Erfolge nach außen sichtbar und kann weitere Akteur:innen entlang der touristischen Leistungskette motivieren, sich ebenfalls für Qualitätssicherung und -entwicklung einzusetzen. Und es bietet damit eine Grundlage für Kommunikation, Benchmarking und strategische Steuerung.

Trends und Entwicklungen im Blick behalten

Gleichzeitig sollte ein zukunftsorientiertes Qualitätsmonitoring auch relevante Trends und strukturelle Entwicklungen im Blick behalten. Dies betrifft beispielsweise das Gästeverhalten, technologische Entwicklungen und gesellschaftliche Erwartungen an Nachhaltigkeit, Komfort oder Teilhabe. Nur so kann der Tourismus in Schleswig-Holstein vorausschauend und wettbewerbsfähig aufgestellt bleiben. Es gilt daher, bestehende Monitoring-Ansätze weiter zu systematisieren, vorhandene Datenquellen besser zu verknüpfen und alle Akteur:innen zur aktiven Nutzung dieser Instrumente zu befähigen.



Quellen

Literatur

ADAC Ressort Tourismus (ADAC e.V.) & ADAC Markt- und Meinungsforschung (ADAC SE): ADAC Tourismusstudie 2025. München, 2025.

Bayerisches Zentrum für Tourismus (BZT): Qualität im Tourismus aus Sicht der Reisenden. Eine Studie des Bayerischen Zentrums für Tourismus e.V. Kempten, 2025.

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus: Plan T. Masterplan für Tourismus. Wien, 2019.

Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK): DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2025. Berlin, 2025.

Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK): DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2024. Berlin, 2024.

DTV: LIFT-Wissen – Kleine und mittelständische Unternehmen resilient und zukunftsfähig aufstellen mit Hilfe von Qualitätsinitiativen/-management. Berlin, 2022.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: ReiseAnalyse 2025. Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse. Kiel, 2025.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: ReiseAnalyse 2025. Kiel, 2025.

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA): Fachkräftereport Juni 2024. Berlin, 2024.

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.): Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin, 2016.

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Technologie und Tourismus (Hrsg.): Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030. Kiel, 2022.

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg (Hrsg.): Tourismuskonzeption Baden-Württemberg. Stuttgart, 2021.

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V. (NIM) & GfK: Steigende Sparneigung bremst weitere Erholung des Konsumklimas (Pressemitteilung). Nürnberg, 26.06.2025.

Schweiz Tourismus: Strategie und Planung 2025-2027. Zürich o. J.

Stiftung für Zukunftsfragen: Deutsche Tourismusanalyse 2025. Hamburg, 2025.

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg: Strategie 2030. Stuttgart, 2024.

Online-Quellen

top.oberbayern.de/kalender/tourismus-in-bayern-nachhaltig-zum-erfolg/#description

www.foehr.de

www.golfwave.de

www.museum-fuer-archaeologie.de

www.ostsee-baumhaushotel.de

www.sh-wlan.de

www.slowdown-bottsand.de

www.strandhotel-duenenmeer.de

Datenquellen

ADFC Bett+Bike Service GmbH

airDNA

Bayern Tourist GmbH

Bundesagentur für Arbeit 2024

Bundesnetzagentur

DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH

Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V.

Deutscher Tourismusverband Service GmbH

Deutscher Wanderverband

DIHK 2023

dwif-Tagesreisenmonitor

dwif-Besucher:innenmonitoring Freizeitwirtschaft



GfK GeoMarketing
GfK Konsumklima
GreenSign Institut GmbH
ifo-Institut 2023
Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH – Gästebefragung Schleswig-Holstein
PiNCAMP GmbH
Regionalstatistik
Statistisches Bundesamt
Statistische Landesämter
STR Global
TrustYou GmbH
TVSH-Umfrage zum touristischen Investitionsbedarf in den kommenden Jahren (2025 – 2030)

Workshops

Visions-Workshop Qualität im SH-Tourismus, 09. April 2025, Kiel

Expertengespräche

Atasoy, Sedef und Wilbert, Hannah, IHK Flensburg (26.03.2025)
Borgmann, Stefan, Eckernförde Touristik & Marketing GmbH/LTO-Sprecher (07.04.2025)
Buchebner, Florian, DEHOGA Schleswig-Holstein e.V./Hotel Birke GmbH Co. KG (03.04.2025)
Bunge, Dr. Bettina, Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (07.04.2025)
Douven, Peter, Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V./Insel Sylt Tourismus Service GmbH (03.04.2025)
Hegemann, Iris, Deutscher Tourismusverband e.V. (12.05.2025)
Lauritzen, Katja und Ketter, Frank, Ostsee-Holstein-Tourismus e.V. und Nordsee-Tourismus-Service GmbH (04.04.2025)
Pusback, Dr. Birte, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus (07.04.2025)
Schmidt, Günter, Herzogtum Lauenburg Marketing GmbH (25.03.2025)
Sonntag, Ulf, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) GmbH (30.04.2025)



Impressum

Herausgeber:

Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein
Faluner Weg 6
24109 Kiel

Gyde Opitz
Telefon (0 431) 5335 600
E-Mail info@sgvsh.de

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

Dr. Catrin Homp
Telefon (0 431) 560 105 0
E-Mail info@tvsh.de

Folgen Sie uns jetzt auch auf LinkedIn 

www.tourismusbarometer.sh

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon (0 30) 7 57 94 90
E-Mail info-berlin@dwif.de

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon (0 89) 23 70 28 90
E-Mail info@dwif.de

www.dwif.de

Bildnachweis:
JPS / EiderstedtFotos.de

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



www.tourismusbarometer.sh