

# Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Jahresbericht 2020

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)

**Jürgen Hindersmann,**

Nord-Ostsee Sparkasse

**Steffen Müller,**

Sparkasse Holstein

**Karsten Heinsohn,**

dwif-Consulting GmbH

**Dr. Catrin Homp,**

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH)

**Björn Ipsen,**

Industrie- und Handelskammer zu Flensburg

**Frank Ketter,**

Nordsee-Tourismus-Service GmbH

**Katja Lauritzen,**

Ostsee-Holstein-Tourismus e. V.

**Prof. Dr. Martin Lohmann,**

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

**Thorsten Quiel,**

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein

**Dr. Birte Pusback**

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

Stand: 01.09.2020



## Vorwort

Liebe Touristikerinnen und Touristiker,  
sehr geehrte Damen und Herren,

ein außergewöhnliches Jahr erfordert einen außergewöhnlichen Jahresbericht. Auch wenn es sich um den Jahresbericht für das Jahr 2019 handelt, werden zusätzlich die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das erste Halbjahr 2020 abgebildet. Damit stellen wir ein Instrument zur Verfügung, mit dessen Hilfe das Ausmaß der eigenen Betroffenheit mit derjenigen der Wettbewerber verglichen werden kann. Diese Daten sind in der prekären Lage eine wesentliche Information für die Unternehmen. Wir freuen uns, Ihnen diese vorlegen zu können und damit zu zeigen, dass das Sparkassen-Tourismusbarometer auch und besonders in der Krise ein verlässlicher Begleiter der Branche ist.

Nichtsdestotrotz bleibt der Blick auf die Zahlen von 2019 wichtig – denn sie belegen die solide Ausgangssituation der schleswig-holsteinischen Tourismusbetriebe, die helfen kann, auch die unerwarteten und vielfältigen Herausforderungen der Zukunft rund um die Corona-Pandemie bewältigen zu können. So verzeichneten die rund 4.000 gewerblichen Beherbergungsbetriebe 2019 8,9 Millionen Ankünfte und 36,0 Millionen Übernachtungen. Mit einem Plus von 4,4 % lag das nördlichste Bundesland in puncto Dynamik nach Angaben der Statistischen Ämter im vorderen Mittelfeld aller 16 Bundesländer.

Die Berechnungen des Wirtschaftsfaktors Tourismus, die vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert wurden, belegen, dass der Tourismus in Schleswig-Holstein für knapp 230 Millionen Aufenthaltstage im Jahr 2019 steht, von denen über 140 Millionen auf Tagesgäste zurückgehen. Die Ausgaben der Gäste vor Ort sorgten für einen Bruttoumsatz von 9,70 Milliarden Euro. Das ist ein Rekordwert für Schleswig-Holstein. Diese Datenbasis ist auch für die Weiterentwicklung der Tourismusstrategie von großer Bedeutung.

Mit dem Sparkassen-Tourismusbarometer ist dem Tourismusverband Schleswig-Holstein und den schleswig-holsteinischen Sparkassen besonders daran gelegen, sowohl die ökonomische Bedeutung der Branche realistisch einschätzen zu können, als auch Orientierungswerte für die kommenden Jahre darzustellen. Wir hoffen, dass Ihnen der vorliegende Bericht viele Informationen und Anregungen für Ihre Arbeit liefert.

Reinhard Boll

Präsident des Sparkassen- und  
Giroverbands für Schleswig-Holstein

Stephanie Ladwig

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

# Inhaltsverzeichnis

- Beirat.....2**
- Vorwort .....3**
- Inhaltsverzeichnis.....4**
- Einführung .....5**
- Kurz notiert.....6**
- Wirtschaftsfaktor Tourismus.....9**
- Aktuelles aus dem Monitoring des Schleswig-Holstein-Tourismus.....14**
  - Anpassungen in der amtlichen Tourismusstatistik und Ansätze des Sparkassen-Tourismusbarometers.....14
  - Modellprojekt Kennzahlen – Monitoring on demand.....16
- Schleswig-Holstein-Tourismus im Wettbewerbsvergleich .....20**
  - Rahmenbedingungen .....20
  - Touristische Nachfrage.....21
  - Touristisches Angebot.....29
  - Betriebstypen im Vergleich .....31
- Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein .....33**
  - Freizeit- und Kultureinrichtungen .....33
  - Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe .....41
  - Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus .....51
  - Gästezufriedenheit.....56
- Ausblick auf die weiteren Recovery-Phasen im Schleswig-Holstein-Tourismus .....59**
- Quellen.....61**
- Impressum .....62**

# 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 Sparkassen-Tourismusbarometers<sup>1</sup> ist die kontinuierliche problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein und seinen Regionen. Das Sparkassen-Tourismusbarometer wird auch in Ostdeutschland, Niedersachsen, Westfalen-Lippe und im Saarland zu Marktforschungszwecken eingesetzt.

Es macht den Nutzer aufmerksam auf Erfolge und Misserfolge sowie auf strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung. Als Frühwarnsystem weist es auf problematische Entwicklungen hin und identifiziert Handlungsbedarf. Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Außerdem soll das Sparkassen-Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing erleichtern und als Qualitätsscout für die Tourismuswirtschaft fungieren.

## 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 mit ausgewählten Orten in Schleswig-Holstein und Daten aus der Meldescheinstatistik.
- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zur Marktentwicklung der Freizeitwirtschaft.
- analysiert in anonymisierter Form die wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe in Schleswig-Holstein.
- greift bei Bedarf aktuelle Themen aus der Branche auf, wie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Tourismus, liefert Wissen und strategische Ansatzpunkte.

Abb. 1: Module des Sparkassen-Tourismusbarometers

Aktuelles zum Monitoring	Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe
Anpassungen der amtlichen Tourismusstatistik	Rahmenbedingungen	Freizeit- und Kultureinrichtungen (Land)
Modellprojekt Kennzahlen (Meldescheinstatistik aus Modellorten)	Nachfrage und Angebot (Land, Regionen)	Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe (Land)
Wirtschaftsfaktor Tourismus (Land)	Betriebstypen (Land)	Qualität und Gästezufriedenheit (Land, Regionen)
Fokus Grundlagen	Fokus Benchmarking	Fokus Betriebswirtschaft
	Infothek Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Infothek Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe

Infotheken mit allen relevanten Detailkennzahlen im Internet als Download unter [www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh) verfügbar

<sup>1</sup> [www.sparkassen-tourismusbarometer.de](http://www.sparkassen-tourismusbarometer.de), [www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)



## Kurz notiert

Nichts ging mehr. Von einem Tag auf den anderen der absolute, globale Shutdown. Der Tourismus war eine der Branchen, die 2020 als erstes und mit voller Wucht von der Corona-Krise getroffen wurden. Die Folgen werden noch lange spürbar sein, bis wieder so etwas wie Normalität eintreten wird. Ungewiss bleibt, welche Normalität das sein wird – business as usual oder eine neue, andere Normalität? Das Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein gibt auch hier Orientierung, über regelmäßige unterjährige Kurzberichte und im aktuellen Jahresbericht. Dabei helfen zum Beispiel das Modellprojekt Kennzahlen mit Informationen aus der Meldescheinstatistik, der Wirtschaftsfaktor Tourismus und Referenzwerte aus dem klassischen Kennzahlenset des Tourismusbarometers.

Nach Berechnungen des dwif und auf Grundlage des Wirtschaftsfaktors Tourismus 2019 ist allein für die Monate März und April 2020 mit Umsatzeinbußen von rund 880 Millionen Euro in den schleswig-holsteinischen Destinationen zu rechnen. Davon entfallen bis zu 510 Mio. Euro auf den Übernachtungstourismus und 370 Millionen Euro auf den Tagestourismus.

### ***Corona-Pandemie bringt für den Schleswig-Holstein-Tourismus Umsatzausfälle in Milliardenhöhe mit sich.***

Das Modellprojekt Kennzahlen liefert auf Basis der 10 Modellorte einen umfassenden und regelmäßigen (monatlicher) Überblick zum touristischen Gesamtmarkt in Schleswig-Holstein. Die Zahlen für die touristische Sommersaison im Schleswig-Holstein-Tourismus zeigen einen ebenso sprunghaften Nachfrageanstieg ab Mai 2020 wie Nachfrageeinbruch im Zuge des Lockdowns im Frühjahr. Bereits im Juni und Juli lagen die Übernachtungszahlen aus der Meldescheinstatistik wieder auf oder nur noch knapp unter dem Vorjahresniveau. Dabei ist immer ein genauerer Blick in die einzelnen Destinationen und Orte sowie Betriebstypen notwendig, denn diese entwickeln sich im Zuge der Auswirkungen der Corona-Pandemie sehr unterschiedlich. Zum anderen sind die Kapazitäten auch in Normaljahren in den Sommerferienmonaten Juli und August in den Top-Destinationen nahezu maximal ausgelastet, wodurch kaum Potenzial nach oben besteht. Eine derart sprunghafte Erholung ist daher als Erfolg zu bewerten. Wie sich die Nachfrage im weiteren Jahresverlauf ohne Sommerferien und die Haupturlaubsreisezeit entwickelt, bleibt abzuwarten. Hiermit sind einerseits Unsicherheiten, andererseits aber auch Potenziale für eine stärkere Auslastung in der Nebensaison verbunden. Fakt ist: Die Lockerungen bei den Reisemöglichkeiten kamen für den Tourismus in Schleswig-Holstein genau zum richtigen Zeitpunkt.

### ***Touristische Nachfrage erholt sich in den Sommermonaten – verhalten positive Perspektive für den Herbst, aber weiterhin viel Unsicherheit.***

Anlass zu vorsichtigem Optimismus geben auch die Buchungszahlen in den Modellorten. Im Mai und Juni lagen diese teils mehr als 100 % über dem Vorjahresniveau. Kurzfristige Buchungen für den Sommer waren hier der entscheidende Faktor. Auch die Umsätze je Buchung lagen während der gesamten bisherigen Dauer der Corona-Pandemie über den Vorjahreswerten. Die Reiselust im Inland ist also ungebrochen. Gerade in der Gastronomie, im Veranstaltungsgeschäft und in der (Wellness)Hotellerie werden die Herbst- und Wintermonate ein wichtiger Indikator für die weitere wirtschaftliche Perspektive der Betriebe sein. Die Trends aus den aktuellen Zahlen der Modellorte belegen die anhaltende Recovery im Tourismus in Schleswig-Holstein und signalisieren nach derzeitigem Stand auch eine solide Basis für das Herbstgeschäft.

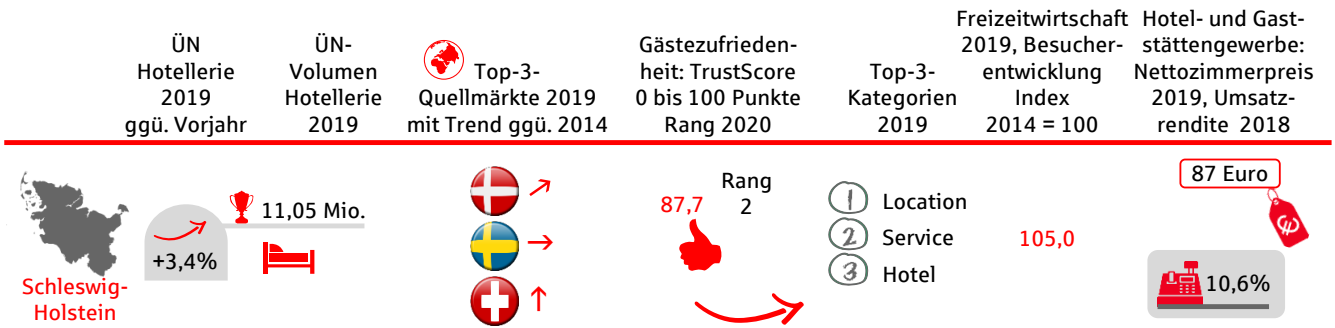
Der Blick zurück auf 2019: Der Tourismus in Schleswig-Holstein steht für knapp 230 Millionen Aufenthaltstage pro Jahr, von denen über 140 Millionen auf Tagesgäste zurückgehen. Aus der Kombination mit den Ausgaben der Gäste vor Ort ergibt sich für 2019 ein Bruttoumsatz von 9,7 Milliarden Euro. Das ist ein Rekordwert für Schleswig-Holstein. Damit gehört der Tourismus zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen im Land. Die größten Umsatzbringer sind mit Abstand der Tagestourismus mit 3,8 Milliarden Euro und die Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit 3,6 Milliarden Euro.



**Gute Ausgangslage 2019, aber nur langsame Erholung bei Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein 2020**

Die Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein steigerten ihre Besucherzahlen 2019 um 3,6 %. Sechs der acht Kategorien und rund 68 % der Einrichtungen zählten zu den Gewinnern. Zu den Gewinnern zählten unter anderem Einrichtungen, die im Vorjahr besonders stark unter der außergewöhnlichen Hitze zu leiden hatten: Freizeit- und Erlebniseinrichtungen sowie Naturinfozentren lagen nun ganz vorn. Im Fünfjahresvergleich führt Schleswig-Holstein das Feld aller betrachteten Bundesländer/Regionen an. Diese gute Ausgangslage ist umso wichtiger, als die Corona-Pandemie nach wie vor ihre Spuren bei den Kultur- und Freizeitangeboten hinterlässt. Im Juli 2020 beliefen sich die Verluste immer noch auf 33 % und auch im August war mit -40 % keine echte Erholung in Sicht. So ist die Kapazität vieler Einrichtungen aufgrund der Restriktionen (Mindestabstand, Kontingentierungen etc.) weiterhin begrenzt.

Schlüsselindikatoren Destination Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2019

**Existenzbedrohung trotz Soforthilfen: Hohe Fixkosten und geringe Liquidität im Hotel- und Gaststättengewerbe**

Wegen der vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein kaum über die Reserven, um eine derartige Krise monatelang durchzustehen. Zwar sind die dortigen Beherbergungsbetriebe mit einer Eigenkapitalquote von knapp 17 % im Median um einiges besser aufgestellt als vergleichbare bundesdeutsche Betriebe. Doch die dramatischen Umsatzeinbußen treffen die Branche auch deshalb so hart, weil deren Fixkosten besonders hoch sind. Personal- und Mietaufwandsquoten von etwa 35 % (Beherbergung) bis knapp 41 % (Gastronomie) gefährden nicht nur in Schleswig-Holstein die Liquidität. Die verhältnismäßig niedrigen Cash-Flow-Raten (Innenfinanzierungskraft) von rund 16 % in den Beherbergungs- beziehungsweise von gut 17 % in den Gastronomiebetrieben machen deutlich, dass den Betrieben generell kaum Mittel für notwendige Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen zur Verfügung stehen. Das geht aus den EBIL-Daten der Sparkassen-Kreditnehmer hervor.

**Von der Hardware bis zur Servicequalität – top Niveaus, aber mit leicht rückläufigem Trend im Wettbewerb**

Der Qualitätsvorsprung, den sich der Schleswig-Holstein-Tourismus in den letzten Jahren aufgebaut hat, ist nach wie vor vorhanden. Allerdings wird aus der Analyse des TrustScore auch deutlich, dass es in der Qualitätsentwicklung immer wieder neuer Impulse bedarf. Für Betriebe und Destinationen ist das Qualitätsmanagement demnach eine zentrale Daueraufgabe, eine Querschnittsaufgabe, die als Verantwortung aller Akteure begriffen und gemanagt werden muss. Zufriedene Gäste zu gewinnen, setzt Kooperation voraus. Aufgrund der Vielzahl der Leistungsträger, die das Reiseerlebnis des Gastes mitbestimmen und beeinflussen, ist die Geschlossenheit der Servicekette von besonderer Bedeutung. Dabei trägt jedes einzelne Glied der Kette, das in die Beurteilung miteinfließt, Verantwortung für die Zufriedenheit des Gastes und gelungene Kundenbindung.



### Schlüsselindikatoren Regionen in Schleswig-Holstein

Region	ÜN Hotellerie 2019 ggü. Vorjahr	ÜN-Volumen Hotellerie 2019	ÜN-Ausland-Volumen 2019 mit Trend ggü. 2014	Volumenstärkste Gemeinden 2019 (Übernachtungen)	Auslastung Schlafgelegenheiten 2019	Gästezufriedenheit: TrustScore 2020 (Punkte)	Anteil DEHOGA-klass. Betriebe an Hotels gesamt 2020
<b>Nordsee</b>	+3,8%	3,08 Mio.	271 Tsd.	1 Sylt 2 St. Peter-Ording	37,4%	88,2	26,1%
<b>Ostsee</b>	+5,1%	4,99 Mio.	1.239 Tsd.	1 Lübeck 2 Grömitz	36,8%	86,6	33,5%
<b>Holsteinische Schweiz</b>	-11,5%	0,19 Mio.	40 Tsd.	1 Malente 2 Plön	37,5%	87,6	25,7%
<b>Übriges Schleswig-Holstein</b>	+1,3%	2,80 Mio.	665 Tsd.	1 Norderstedt 2 Mölln	33,0%	86,3	26,1%
<b>darunter Herzogtum Lauenburg</b>	+4,3%	0,23 Mio.	43 Tsd.	1 Mölln 2 Ratzeburg	34,4%	87,2	31,7%

Quelle: dwif 2019

### Perspektiven öffnen, um den Tourismus in Schleswig-Holstein krisensicher aufzustellen

Der Blick nach vorn: Die bisherige Recovery-Phase im Tourismus zeigt, dass Schleswig-Holstein bislang vergleichsweise gut durch die Krise steuert. Der Schwerpunkt des Schleswig-Holstein-Tourismus liegt im Leisure-Segment und in den Inlandsmärkten. Diese Nachfragestruktur entwickelt sich in Corona-Zeiten zu einer Stärke, die es den Betrieben und Destinationen ermöglicht, besser durch die Krise zu kommen als andere. Neben den Akutfolgen aus der Corona-Pandemie, die sofort sichtbar waren, bei denen in vielen Segmenten aber eine „relativ“ rasche Erholung eingetreten ist, gilt es, die Perspektive zu erweitern. Langfristfolgen deuten sich bereits an, wie die Auswirkungen auf die MICE-Branche oder den Incoming-Tourismus. Hinzu kommen Spätfolgen wie Finanzprobleme öffentlicher Haushalte, Investitionsstaus oder eine Verschärfung der Situation auf dem touristischen Arbeitsmarkt. Entscheidungsträger in Politik und Verbänden sind gefordert, sich schon heute auf diese Spätfolgen für die Branche vorzubereiten und geeignete Maßnahmen zu Abfederung der Effekte zu entwickeln.

Die Betriebe sind neben der akuten Liquiditätssicherung gefordert, ihre Geschäftsstrategien zu überprüfen. In der Gastronomie müssen sich die Anbieter strategisch auf die Wintersaison vorbereiten, mit entsprechenden Hygienekonzepten und einem gegebenenfalls angepassten Angebotsspektrum. Für Segmente wie die Eventbranche, Tagungs- und Kongresszentren oder die Freizeitwirtschaft müssen das Land und die Kommunen Perspektiven für eine weitere stufenweise Öffnung schaffen. Auch die Tourismusorganisationen sind geforderter denn je. Einerseits gilt es, in die Gästekommunikation zu investieren. Auf der anderen Seite erweitert sich die Aufgabenpalette immer mehr in Richtung Managementaufgaben. Dabei erhalten auch Kooperationen und Zusammenschlüsse zu wettbewerbsfähigen und zukunftsfähig ausgestatteten Einheiten einen neuen Schub. Schleswig-Holstein sollte den eingeschlagenen Weg gerade jetzt weiter fortsetzen. Fakt ist aber auch, dass man längst noch nicht von einer Nach-Corona-Phase sprechen kann, denn die Gesellschaft, Wirtschaft und Tourismusbranche befinden sich noch mitten in der Pandemie. Es braucht Lösungen mit Corona und entsprechende Angebote.





# Wirtschaftsfaktor Tourismus

## Die Branche Tourismus

Der Tourismus ist ein Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Außerdem trägt der Tourismus über Instrumente wie die Kurabgabe und die Tourismusabgabe direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismus-Engagement eines Ortes zahlt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für Einheimische und Gäste und ist somit ein wichtiger Standortfaktor.

Dabei handelt es sich um eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Hotel- und Gaststättengewerbe, Einzelhandel, Dienstleistende oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, in konkrete Produkte und die touristische Vermarktung.

Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft Schleswig-Holsteins deutlich zu machen. Mit finanzieller Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein werden diese zentralen Kennzahlen auch weiterhin regelmäßig und exklusiv im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers berechnet.

### Warum der Wirtschaftsfaktor Tourismus 2019 so besonders ist

Die Daten aus der Berechnung des aktuellen Wirtschaftsfaktors geben nicht nur die Ausgangslage des Tourismus in Schleswig-Holstein direkt vor der Corona-Pandemie wieder, sondern weisen auch bei vielen Kennzahlen ein Rekordniveau des Tourismus im Land auf. Diese Datenbasis ist für die Weiterentwicklung der Tourismusstrategie von großer Bedeutung. Somit helfen die Zahlen zum einen, die ökonomische Bedeutung der Branche realistisch einzuschätzen. Zum anderen stellen sie Orientierungswerte für die kommenden Jahre dar, sowohl im Hinblick auf die Einschätzung der direkten Effekte der Corona-Pandemie als auch hinsichtlich der schrittweisen Recovery: Wie schnell erholen sich der Gesamtmarkt und einzelne Segmente? Welche Auswirkungen haben mögliche strukturelle Veränderungen auf die Wertschöpfung?

### **Touristische Marktsegmente – weit mehr als gewerbliche Betriebe!**

Der Tourismus in Schleswig-Holstein steht für knapp 230 Millionen Aufenthaltstage pro Jahr, von denen – nach aktuellen Erhebungen aus dem dwif-Tagesreisenmonitor – über 140 Millionen auf Tagesgäste zurückgehen. Der Übernachtungstourismus umfasst zudem nicht nur die Übernachtung ab 10 Schlafgelegenheiten, die in der amtlichen Tourismusstatistik erfasst werden. Denn zum touristischen Gesamtmarkt zählen neben den 31,7 Millionen Übernachtungen in den gewerblichen Betrieben (ohne Camping) auch Verwandten-/Bekanntebesuche, Touristik- und Dauercamping und Reisemobilisten sowie Privatvermieter, Freizeitwohnsitze und Sharing-Angebote. Zusammen sind das 87,7 Millionen Übernachtungen. >> Abb. 2



Die Ausgaben der Gäste vor Ort sorgten 2019 für einen Bruttoumsatz von 9,70 Milliarden Euro. Das ist ein Rekordwert für Schleswig-Holstein. Damit gehört der Tourismus fraglos zu den wichtigsten Wirtschaftsbranchen im Land. Die größten Umsatzbringer sind mit Abstand der Tagestourismus mit 3,78 Milliarden Euro und die Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit 3,59 Milliarden Euro.

Im Vergleich zu der Vorgängeruntersuchung von 2017 sind die Bruttoumsätze aus dem Tourismus um 2,2 % gestiegen. Das ist insbesondere auf die Übernachtungen in gewerblichen Betrieben zurückzuführen. Der vermeintliche Rückgang bei den Privatvermietern resultiert allerdings aus den Effekten der Berichtskreisprüfung. So wird eine Reihe der Unterkünfte mittlerweile unter den gewerblichen Betrieben gelistet.

### Profitierende Branchen

Eine Vielzahl an Branchen profitiert vom Tourismus. Vorneweg natürlich das Hotel- und Gaststättengewerbe: 4,72 Milliarden Euro und damit knapp die Hälfte aller Umsätze kommen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben zugute. An zweiter Stelle folgt der Einzelhandel: Mit 2,86 Milliarden Euro Bruttoumsatz (29,5 %) allein durch Tages- und Übernachtungsgäste in Schleswig-Holstein spielt der Tourismus für diese Branche eine nicht zu unterschätzende Rolle. Vor allem Tagesgäste gehen gern shoppen; 42 % ihrer Ausgaben fließen in den Einzelhandel. Zusammen mit den Einheimischen bilden sie somit die Kernzielgruppe für den Einzelhandel. In den Urlaubsorten kommen die Übernachtungsgäste hinzu. Hier sollten neue Kooperationen zwischen Tourismusakteuren und Einzelhändlern gedacht werden, um die Wertschöpfung weiter zu erhöhen. Weitere 2,12 Milliarden Euro werden bei sonstigen Dienstleistungen umgesetzt. Davon fließt ein großer Teil in die Freizeit- und Kulturinstitutionen Schleswig-Holsteins, aber auch Verkehrsträger profitieren. Bei den Anteilswerten der einzelnen profitierenden Branchen gab es im Vergleich zu der Berechnung 2017 keine Verschiebungen. >> Abb. 2

### **Tourismus als Milliardengeschäft mit Strahlkraft in viele Branchen der schleswig-holsteinischen Wirtschaft**

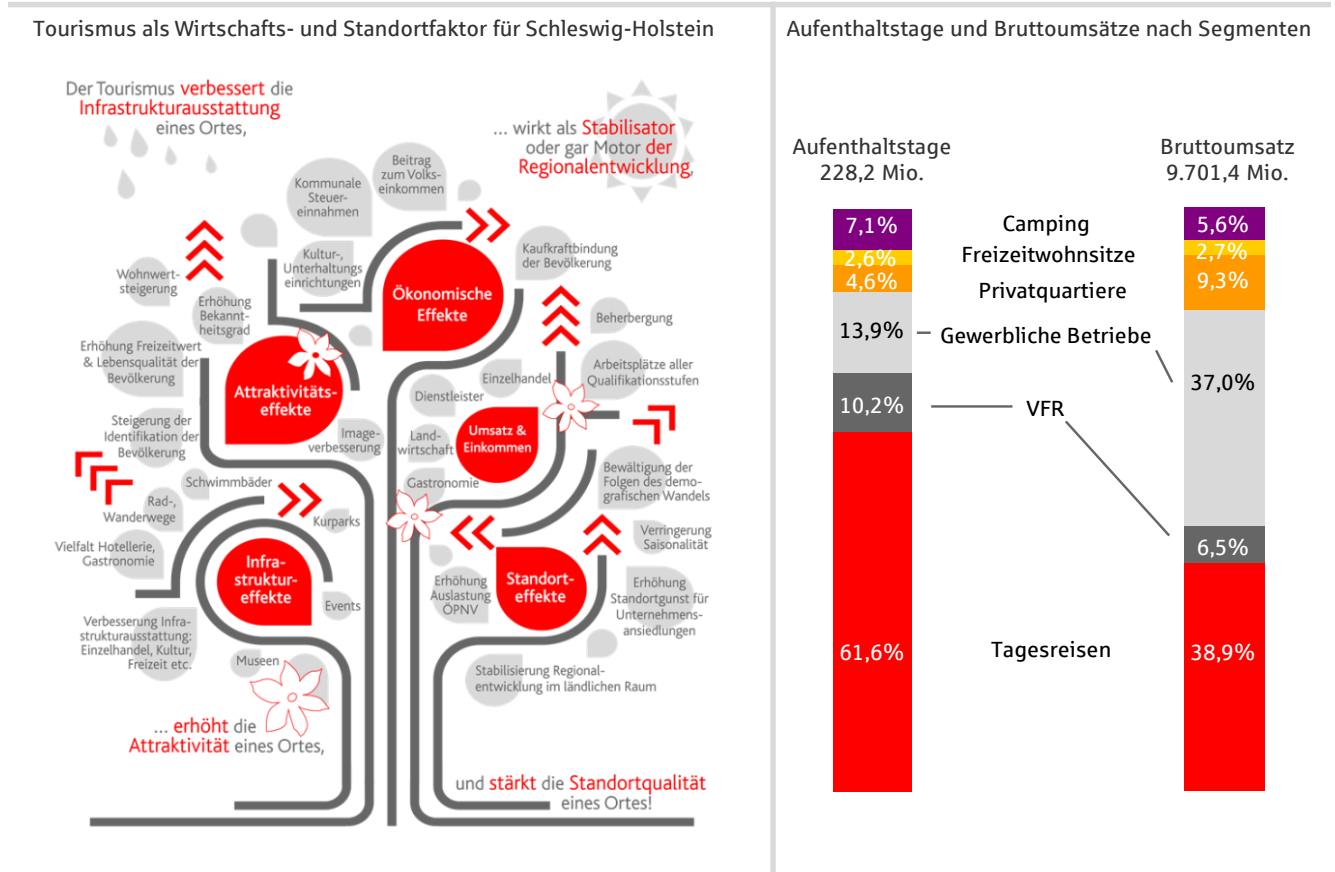
#### **Beschäftigungseffekte: Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt**

Der Tourismus bietet Einkommensmöglichkeiten für Menschen aller Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse – von der Saison- bis zur Vollzeitkraft, von der Aushilfe bis zum Management. Viele dieser Jobs sind jedoch dadurch gekennzeichnet, dass die Beschäftigten nicht ausschließlich vom Tourismus leben: Kellner und Verkäuferinnen bedienen auch einheimische Kunden; im Hotel feiern Einheimische ihre Familienfeste; Taxifahrer befördern Ortsansässige und Auswärtige gleichermaßen. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit nur dem Tourismus zurechnen.

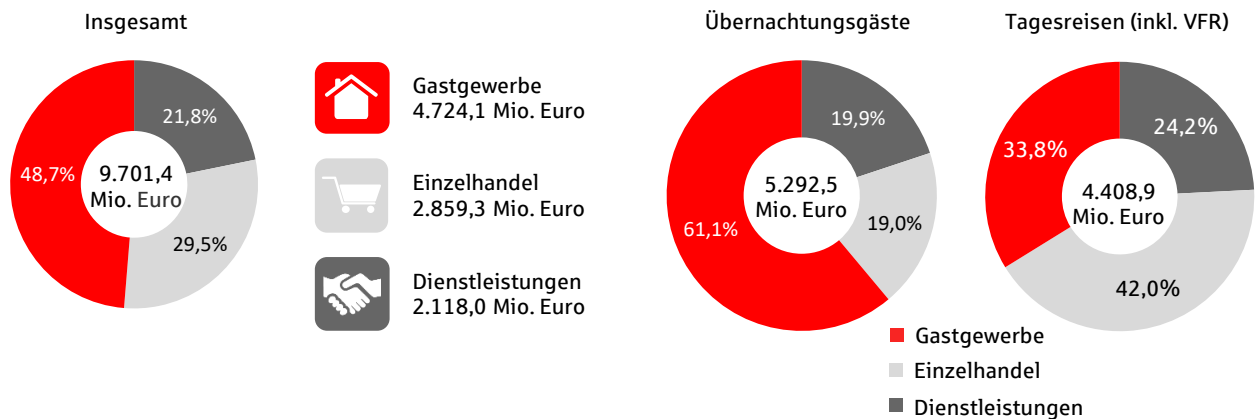
Deshalb wird der touristische Einkommensbeitrag von 4,65 Milliarden Euro in Beziehung zum durchschnittlichen Volkseinkommen pro Kopf in Schleswig-Holstein gesetzt. Hieraus errechnet sich ein theoretisches Äquivalent von 161.500 Personen (inklusive mitzuversorgender Haushaltsmitglieder)<sup>2</sup>, die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen durch den Tourismus bestreiten können. Insofern schafft und sichert der Tourismus ortsgebundene Arbeitsplätze.

<sup>2</sup> Das Volkseinkommen hat in Schleswig-Holstein relativ zu dem touristischen Einkommensbeitrag – wie in vielen anderen Bundesländern auch – zugenommen. Dies führt dazu, dass das rechnerische Einkommensäquivalent unter dem Wert der Vorgängeruntersuchung liegt. Dieses rückläufige touristische Einkommensäquivalent bei steigendem Volkseinkommen insgesamt ist bundesweit zu beobachten und hängt unter anderem mit der Branchenstruktur und den Wertschöpfungsquoten zusammen.

Abb. 2: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Schleswig-Holstein 2019 – Kennzahlen und Effekte im Überblick



Verteilung der Bruttoumsätze



Quelle: dwif 2020



### Steuereffekte: So profitiert die öffentliche Hand

Auch aus steuerlicher Sicht ist der Tourismus ein Schwergewicht in Schleswig-Holstein. Für Bund, Länder und Kommunen wird allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer ein Steueraufkommen in Höhe von rund 943 Millionen Euro generiert. Hinzu kommen Einnahmen aus Grundsteuer, Gewerbesteuer, Fremdenverkehrs- oder Kurabgabe; diese sind aber nur über einzelörtliche Analysen zu quantifizieren. Die Steuereffekte wirken direkt in den Kommunen, setzen dort zusätzliche Mittel für tourismusrelevante Investitionen frei und unterstützen vielfach die Konsolidierung der öffentlichen Haushalte in den Gemeinden. Insbesondere vor dem Hintergrund der Effekte der Corona-Pandemie ist das ein wichtiger Beitrag des Tourismus und es wird in diesen Zeiten deutlich, welche wichtige Rolle diese Einnahmen vielerorts spielen.

Das tourismusbedingte Steueraufkommen in Schleswig-Holstein unterliegt – wie jede andernorts anfallende Steuereinnahme – den einschlägigen Regelungen der Steuerverteilung und des Länderfinanzausgleichs. Dem Wirtschaftsfaktor 2019 zufolge standen der Landeskasse Schleswig-Holstein nach Steuerverteilung und Länderfinanzausgleich rund 258 Millionen Euro zur Verfügung. Zu diesen Steuereffekten auf Landesebene kommen die Kommunen in Schleswig-Holstein hinzu. Deren touristisch bedingte Steuereinnahmen lassen sich jedoch nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalysen) ermitteln. Untersuchungen des dwif zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen 1 % und über 3 % der dort erzielten touristischen Nettoumsätze zufließen.

### Steigerung der Wertschöpfung

Es gibt grundsätzlich zwei Ansatzpunkte, um die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus weiter zu steigern:

- Die Anzahl der Gäste bzw. der Übernachtungen und Tagesreisen erhöhen.
- Die Ausgaben der Gäste steigern.

Eine höhere Wertschöpfung erfordert neben einer differenzierten Zielgruppenansprache auch eine konsequente Qualitätsorientierung. Nur mit passgenauen Angeboten für die jeweilige Zielgruppe in den für Schleswig-Holstein relevanten Themen können Tourismusregionen erfolgreich sein. Gleichzeitig sorgt eine hohe Angebots- und Servicequalität für eine größere Zahlungsbereitschaft der Gäste. Auf diese Weise ist mehr Potenzial für Zusatzausgaben und Preisanpassungen vorhanden. Das gilt für das Beherbergungsgewerbe und die Gastronomie ebenso wie für den Einzelhandel und die Freizeitwirtschaft.

### **Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor für Schleswig-Holstein!**

Das Engagement für den Tourismus löst neben den ökonomischen auch eine Reihe weiterer positiver Effekte aus, die insbesondere die Regionen und Orte stärken und in enger, sich gegenseitig verstärkender Wechselwirkung zueinanderstehen.

### Der Tourismus verbessert die Infrastrukturausstattung

Tourismusgemeinden sind zum Beispiel besser ausgestattet mit Radwegen, mit (Kur-)Parks, Schwimm- und Erlebnisbädern, Museen, Ausstellungen als andere Orte. Vom Tourismus profitieren demnach auch die Einheimischen, weil sie dadurch einen deutlich höheren Freizeitnutzen haben. Ein attraktives Freizeit-, Kultur-, Shopping- und Gastronomieangebot bindet außerdem einen Teil der Kaufkraft der Einheimischen und verstärkt auf diese Weise die rein touristische Wirkung.

### Der Tourismus erhöht die Attraktivität

Die Gemeinden profitieren auch in Bezug auf die sogenannten weichen Faktoren. In aller Regel hat ein Urlaubsort ein gutes Image, was wiederum den Bekanntheitsgrad steigert. Der Tourismus erhöht also den Freizeitwert und damit die Lebensqualität der Bevölkerung. Zudem liegen Wohnwert und Baulandpreise meist über jenen nichttouristischer ländlicher Gemeinden, was ebenfalls ein Zeichen für Attraktivität ist. Gleichzeitig gilt es hier die Balance zu halten zwischen derartigen Effekten und einer bezahlbaren Wohnsituation für die Menschen vor Ort.



### Studie: Einwohnerbefragung zur Tourismusakzeptanz

Auf ganzer Linie erfolgreich ist das lokale Tourismusangebot nur dann, wenn auch die einheimische Bevölkerung mit der Situation vor Ort zufrieden ist und gerne dort lebt und arbeitet, wo andere Urlaub machen.

Der Tourismusverband Schleswig-Holstein hat in diesem Zusammenhang gemeinsam mit dem Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) eine Einwohnerbefragung zur Tourismusakzeptanz initiiert, um zusätzlich auch Befragungen in einzelnen Gemeinden und Städten durchzuführen. Auf diese Weise kann die jeweils spezifische örtliche Sichtweise erhoben werden, welche dann auch für lokale Planungsprozesse verwendet werden kann. Die Erkenntnisse daraus sind hilfreich für eine sachgerechte kommunalpolitische Diskussion und Argumentation, zur Definition von Zielsetzungen und als Grundlage für die zukünftige Kommunikation mit der Bevölkerung. Parallel dazu hat die Fachhochschule Westküste eine bundesweite Untersuchung zu diesem Thema durchgeführt, die auch Ergebnisse für Schleswig-Holstein geliefert hat. Beide Untersuchungen arbeiten nach derselben Methodik, so dass direkte Vergleiche möglich sind.

Interessierte Kommunen finden weitere Informationen unter [www.tvsh.de](http://www.tvsh.de).

### Der Tourismus stärkt die Standortqualität

Das Multiprodukt Tourismus strahlt auf die gesamte Wirtschaft einer Gemeinde aus: Für viele Unternehmer wird eine hohe Freizeitattraktivität immer mehr zu einem wichtigen Standortfaktor, wenn es um das Gewinnen von Fach- und Führungskräften geht. Als Stabilisator der Regionalentwicklung trägt der Tourismus unter anderem zur Sicherung von Einzelhandel, (Dorf-)Kneipen, Ärzten, Sparkassenfilialen, Veranstaltungen und des ÖPNV-Angebotes bei.



# Aktuelles aus dem Monitoring des Schleswig-Holstein-Tourismus

## Anpassungen in der amtlichen Tourismusstatistik und Ansätze des Sparkassen-Tourismusbarometers

Erneut ein dynamisches Jahr für den Schleswig-Holstein-Tourismus: Die rund 4.000 gewerblichen Beherbergungsbetriebe verzeichneten 2019 8,9 Millionen Ankünfte und 36,0 Millionen Übernachtungen. Mit einem Plus von 4,4 % lag das nördlichste Bundesland in puncto Dynamik nach Angaben der Statistischen Ämter im vorderen Mittelfeld aller 16 Bundesländer. Das Wachstum im Bundesdurchschnitt betrug 3,7 %.

### Echtes Wachstum oder statistischer Effekt nach Berichtskreisprüfung?

Ein Teil des Wachstums in Schleswig-Holstein ist auch 2019 auf die Berichtskreisprüfung des Statistikamtes Nord zurückzuführen, so dass die Daten nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar sind. Seit dem zweiten Halbjahr 2017 erfolgt die Integration weiterer Betriebe in die amtliche Tourismusstatistik. Das betrifft vor allem Apartmentvermittlungen an der Nord- und Ostsee. Hierbei handelt es sich nicht um einen realen Kapazitätsausbau, sondern um eine Verschiebung von vormals im Bereich der Privatvermieter gelisteten Betrieben und Übernachtungen in die berichtspflichtige Gruppe der Betriebe ab 10 Betten. Seit Prüfungsbeginn sind rund 55.000 Betten zusätzlich in die Gruppe der gewerblichen Beherbergung gerutscht. Somit wuchs das statistische Bettenangebot in Ferienwohnungen/-häusern um rund 80 %. Eine solche Berichtskreisprüfung ist allerdings kein neues Phänomen: Neue Betriebe gelangen auf den Markt, andere scheiden aus, einige kommen ihrer gesetzlichen Berichtspflicht nicht nach. Dem Statistikamt Nord ist es jedoch nur mit entsprechenden Personalkapazitäten möglich, diese Prüfungen, die im Normalfall kontinuierlich stattfinden und somit statistisch kaum spürbar sind, durchzuführen.

***Die Berichtskreisprüfung ermöglicht einen umfassenderen Blick auf das touristische Marktvolumen im Schleswig-Holstein-Tourismus; ihr Umfang schränkt die Aussagekraft der Daten jedoch temporär ein.***

Diese Anpassungen ermöglichen eine bessere Erfassung des gewerblichen Gesamtmarktes ab 10 Schlafgelegenheiten; die Daten werden also belastbarer. Gleichzeitig ergeben sich dadurch Fragen nach Transparenz und Vergleichbarkeit für die Phase der Berichtskreisprüfung. Eine offene Kommunikation zwischen den beteiligten Akteuren ist daher sinnvoll.

Nach einem ebenso intensiven wie konstruktiven und vertrauensvollen Austausch zwischen Vertretern des Statistikamtes Nord und des Sparkassen-Tourismusbarometers lässt sich Folgendes festhalten:

- Die Berichtskreiserweiterung schlägt sich seit Juli 2017 in den Kennzahlen (Angebot und Nachfrage) an der Nordsee und auf den Nordseeinseln nieder.
- 2018 rückte die Ostseeküste in den Fokus der Berichtskreisprüfung, woraufhin hier ähnliche Effekte zu erkennen waren.





- Bereinigte Zahlen für Schleswig-Holstein und die einzelnen (Küsten-)Regionen wird es voraussichtlich erst wieder ab dem Erfassungsjahr 2020 geben. Somit ist eine Auswertung des Gesamtmarktes erst wieder nach Abschluss des Tourismusjahres 2019 möglich (Anfang 2020). Die Auswirkungen der Corona-Pandemie sind somit auch in der amtlichen Statistik ablesbar, ohne weiterhin die Effekte der Berichtskreisprüfung herausrechnen zu müssen.
- Die Berichtskreisprüfung erfolgt nach wie vor insbesondere im Betriebstyp Ferienwohnungen/-häuser, da Vermittlungsagenturen im Mittelpunkt stehen.

**Für die Übergangsphase bis 2020 gilt: Gesamtzahlen und Entwicklung zur Kenntnis nehmen; die Zahlen der Hotellerie oder – wenn vorhanden – eigene Meldescheinstatistiken als Richtwerte hinzuziehen.**

Abb. 3: Auswirkungen der Berichtskreisprüfung auf die amtliche Tourismusstatistik in Schleswig-Holstein

Die Berichtskreisprüfung des Statistikamtes Nord ermöglicht eine umfassendere Abbildung des gewerblichen Marktes.

Juli 2017 bis Ende 2019:  
Wachstum des  
Bettenangebots  
im Betriebstyp  
Ferienwohnungen/-häuser  
durch die Berichtskreis-  
prüfung um rund 80%.



Fokus auf  
Reisegebiete  
Nordsee (2017-  
Herbst 2019)  
und Ostsee (2018-  
Frühjahr 2020)

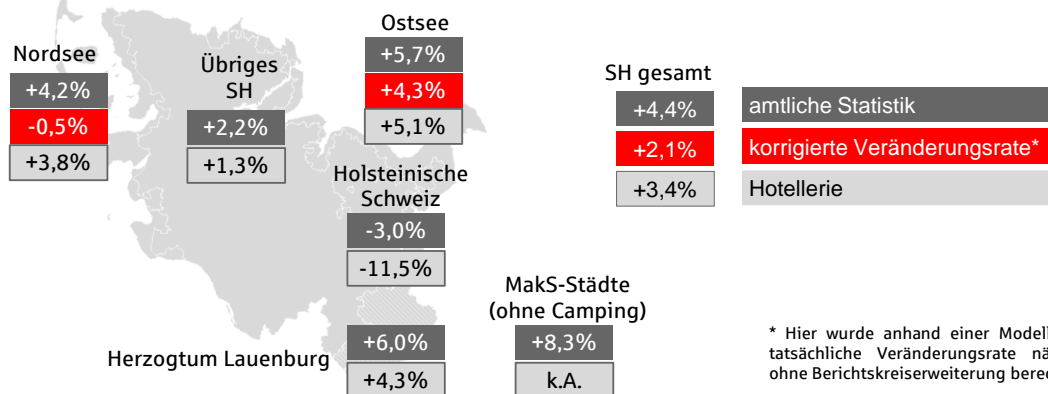
Intensiver Austausch Statistikamt Nord mit  
Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Schleswig-Holstein-Tourismus

- 8,92 Mio. Ankünfte <sup>2019</sup>
- 35,97 Mio. Übernachtungen
- 6,2% Marktanteil Incoming
- 4,0 Aufenthaltstage

- 36,4% Auslastung
- rd. 4.000 Betriebe
- rd. 320.000 Schlafgelegenheiten

Übernachtungsentwicklung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben 2019 ggü. 2018 (ab 10 Schlafgelegenheiten, in %)



Quelle: dwif 2020, Daten: dwif und Statistikamt Nord

Um eine Orientierung zur realen Marktentwicklung des Tourismus in Schleswig-Holstein 2019 zu erhalten, wurde im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometer erneut die 2018 entwickelte Modellrechnung angewandt, mit der die Effekte der Berichtskreisprüfung herausgefiltert werden. Das war nur dank der Unterstützung des Statistikamtes Nord möglich, das die Modellrechnung zudem als plausibel eingestuft hat.

Zunächst wurden die im Zuge der Berichtskreisprüfung zusätzlich erfassten Kapazitäten von der veröffentlichten Zahl der Schlafgelegenheiten abgezogen. Anschließend wurde die durchschnittliche Auslastung im Betriebstyp Ferienwohnungen/-häuser in Ansatz gebracht und für 2019 hochgerechnet. Eine Reihe von Beherbergungsprojekten, die 2019 neue Ferienwohnungen/-häuser auf den Markt gebracht haben, wurde in die Modellrechnung integriert und somit als natürliches Wachstum berücksichtigt.



Mithilfe dieser Modellrechnung belegt das Sparkassen-Tourismusbarometer: Selbst unter Berücksichtigung der Statistikeffekte verzeichnete Schleswig-Holstein am Jahresende einen Übernachtungszuwachs von rund 2,1 %. Damit lag das Bundesland im vorderen Mittelfeld aller Bundesländer. Allerdings war die Nachfragedynamik des benachbarten Küstenbundeslandes Niedersachsen damit zum ersten Mal seit sechs Jahren größer als in Schleswig-Holstein. Für Mecklenburg-Vorpommern gilt es zu bedenken, dass das dortige Statistische Amt seit Juli 2018 ebenfalls eine Berichtskreisprüfung – insbesondere im Segment der Ferienwohnungen/-häuser sowie in geringerem Maße auch im Betriebstyp Pensionen – durchführt. Unter Zuhilfenahme von Informationen des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern und in Abstimmung mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern wurde aber auch hier eine Modellrechnung erstellt. Das Resultat: Das korrigierte Wachstum lag mit einem Plus von 0,5 % deutlich unterhalb der von der amtlichen Statistik ausgewiesenen Steigerung der Übernachtungen von 10,4 %. Überträgt man die Ergebnisse der Modellrechnungen von Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern auf Deutschland, so betrug die angepasste bundesweite Wachstumsrate 2,9 % und war damit 0,8 Prozentpunkte niedriger als die ausgewiesene Entwicklungsrate (3,7 %).

***Auch ohne Berichtskreiserweiterung ist die Übernachtungszahl in Schleswig-Holstein 2019 gestiegen.***

Auf regionaler Ebene ergibt sich in Schleswig-Holstein für das Reisegebiet Nordsee ein bereinigtes leichtes Nachfrageminus von 0,5 % und für das Reisegebiet Ostsee ein Plus von 4,3 % bei den Übernachtungen. Der Schleswig-Holstein-Tourismus bleibt also auf Wachstumskurs. Das in der Tourismusstrategie des Landes Schleswig-Holstein formulierte Ziel von 30 Millionen Übernachtungen bis zum Jahr 2025 wurde bereits 2018 überschritten. Das ist eine solide Ausgangssituation, um auch die plötzlichen und vielfältigen Herausforderungen der Zukunft rund um die Corona-Pandemie zu bewältigen.

Eine kleinräumigere Analyse auf der Ebene von Orten und Inseln ist aufgrund des Datenschutzes, der dann bei einigen Betriebstypen greift, leider nicht möglich.

## Modellprojekt Kennzahlen – Monitoring on demand

Das Modellprojekt Kennzahlen ist in sein zweites Jahr gegangen. Auf Basis der 10 Modellorte ist ein umfassender und regelmäßiger (monatlicher) Überblick zum touristischen Gesamtmarkt in Schleswig-Holstein und ein Abgleich mit der amtlichen Tourismusstatistik möglich. Die gesamte Tourismuswirtschaft wird über das Sparkassen-Tourismusbarometer bzw. den TVSH regelmäßig exklusiv über die aggregierten Daten aus den Partnerkommunen informiert. Die Partner haben einen direkten Zugang zu den Daten, die ihnen in interaktiven Echtzeitdashboards und -analysen bereitgestellt werden. Die Tourismusakteure schätzen die eigene Marktentwicklung besser ein, gewinnen relevante Erkenntnisse, verstehen Probleme und leiten strategische wie operative Entscheidungen ab.

Ein ausgewähltes Kennzahlenset liefert den Partnern zeitnah Auskunft über ihre individuelle Performance im Wettbewerb und den weiteren Akteuren im SH-Tourismus aggregierte Benchmark-Zahlen. Das Datenset umfasst zentrale bundesweite Indizes zum aktuellen Wirtschaftsklima und weitere tourismusrelevante Kennzahlen auf Ortsebene, sie dienen als Frühwarnindikatoren für künftige Entwicklungen und helfen bei der Interpretation der Daten in der Retrospektive. >> Abb. 4

Abb. 4: Modellprojekt Kennzahlen: Kennzahlenset

Schlüsselkennziffern des Modellprojekts – Status Quo

Wirtschaftsklima & weitere Maßgrößen	GfK-Konsumklimaindex   Inflationsrate IFO Geschäfts-Klimaindex   touristischer Vertriebsklimaindex	Sonnenstunden Ferientage
Nachfragekennziffern	Amtliche Beherbergungsstatistik ab 10 SG: Ankünfte Übernachtungen	Meldescheinstatistik: Ankünfte Übernachtungen
Buchungskennziffern zum Buchungszeitpunkt	Anzahl der Buchungen Gebuchte Übernachtungen Umsätze	

Perspektivisch: Ausbau Kennziffernportfolio

Tageskurabgaben	Erweiterung Melde-scheinstatistik: z.B. Gästekunft, Betriebstypen
Stornierungen	Erweiterung Wetterdaten: z.B. Niederschlag/ Temperaturen
Umsätze aus Strandkorbvermietungen	Digitale Datenquellen: Kennziffern aus Google Analytics

Quelle: dwif 2020

**Jede organisatorische Einheit ist auf aussagekräftige Daten angewiesen. Das Datenkonglomerat gibt den Modellorten gleichzeitig Orientierung für strategische, aber auch kurzfristige operative Empfehlungen.**

Die Partnerorte erhalten spezifische Datenvergleiche, auf deren Grundlage sie kommunizieren und handeln können. Geschäftsführung und Marketing können wichtige Kennzahlen, die sie auf die Schnelle benötigen, in einem Bericht vergleichen, filtern und sortieren. Damit entfällt das lange Warten auf statische Berichte. Die sogenannten Key Performance Indicators (KPI) sind in interaktiven Dashboards aussagekräftig visualisiert und helfen den Entscheidungsträgern bei der Messung, Überwachung und Optimierung erfolgskritischer Unternehmensleistungen.

Das Kennzahlenset ist kein statisches Gebilde, sondern kann sich in Zukunft verändern, sollten die Modellorte für ihre Problemstellungen weitere/andere Messgrößen benötigen oder sich heute vorliegende Datengrundlagen ändern. Im Laufe der Projektlaufzeit werden die Kennzahlen auf den Prüfstand gestellt. In Workshops und anhand der Rückmeldungen der Teilnehmer wird das Kennzahlenset zu einem praxistauglichen und anwendungsreifen Instrument entwickelt. Gleichzeitig gilt es, den Aufwand für die Datenerfassung bei den Modellorten so gering wie möglich zu halten. So werden direkte Benchmark-Möglichkeiten über prozentuale Veränderungs-raten und flexible Zeiträume das Angebot perspektivisch abrunden. Damit hat die Tourismuswirtschaft ein Steuerungsinstrument zur Hand, mit dem fundierte strategische Entscheidungen getroffen werden können.

**Monitoring-on-demand ist kein Selbstläufer**

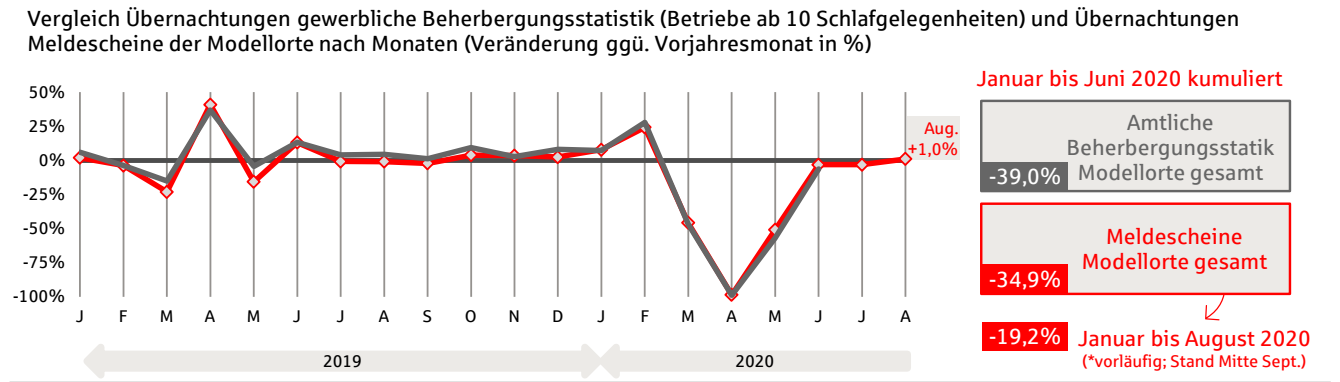
Die digital erfassten Daten im Modellprojekt werden auch digital ausgespielt. Per „Monitoring-on-demand“ ist der Zugriff zu jeder Zeit und von jedem Ort aus möglich. Monitoring-on-demand kann nur funktionieren und den innovativen digitalen Ansatz leben, wenn die Kennzifferneingabe regelmäßig (mindestens 1x pro Monat und sobald aktuelles Datenmaterial bereitsteht) und verlässlich von allen Partnern über den Sharepoint erfolgt. Nach der Eingabe werden die Daten in vordefinierten Reports, auf die alle Projektpartner über einen kennwortgeschützten Link Zugriff haben, ausgegeben. Zusätzlich erhalten die Projektpartner einmal im Monat einen Report im Power-Point-Format zur individuellen Verwendung – beispielsweise für die Gremienarbeit.

**Erkenntnisse aus dem Modellprojekt: Tiefpunkt durch Corona-Lockdown**

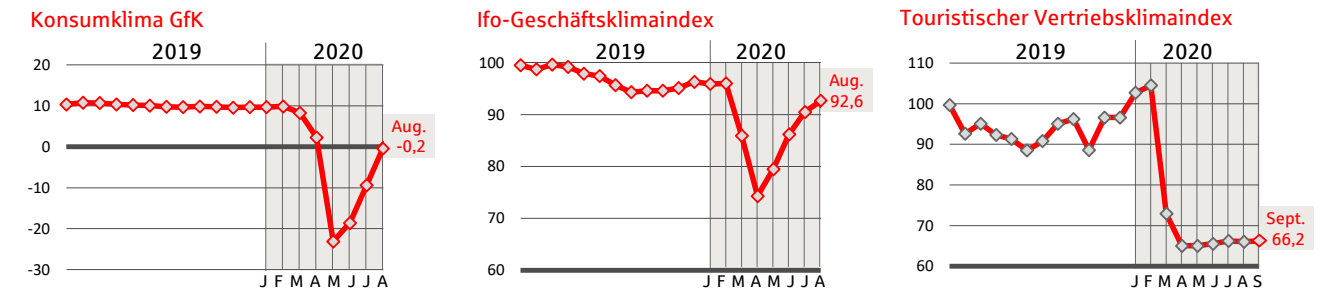
Die Januar- und Februardaten zur Nachfrageentwicklung des touristischen Gesamtmarktes in Schleswig-Holstein 2020 stellten einen soliden Jahresauftakt dar. Dann setzten die Auswirkungen der Corona-Pandemie ein. Die extern ausgelöste Krise wirkte für die Tourismusbranche in Schleswig-Holstein und weltweit wie eine Vollbremsung bei voller Fahrt. Jeder einzelne der übergeordneten wirtschaftlichen Indizes war ab März 2020 eingebrochen. Die Corona-Krise hatte und hat massive Auswirkungen auf die Verbraucherstimmung. Die Konsumneigung der deutschen Privathaushalte erreichte im Mai 2020 mit -23,1 Punkten ihren bisherigen Tiefpunkt. Auch im Juni verbesserte sich die Stimmung der Verbraucher nicht. Erfreulicherweise setzte ab Juli ein deutlicher Aufwärtstrend ein. So lag der Index bei Redaktionsschluss für den Monat August bei -0,2 Punkten. Dies deutet

auf eine deutlich steigende Konsumlaune hin und lässt auch für die Reisebranche auf steigende Buchungszahlen hoffen, sofern die Rahmenbedingungen rund um die Corona-Pandemie dies weiter hergeben.

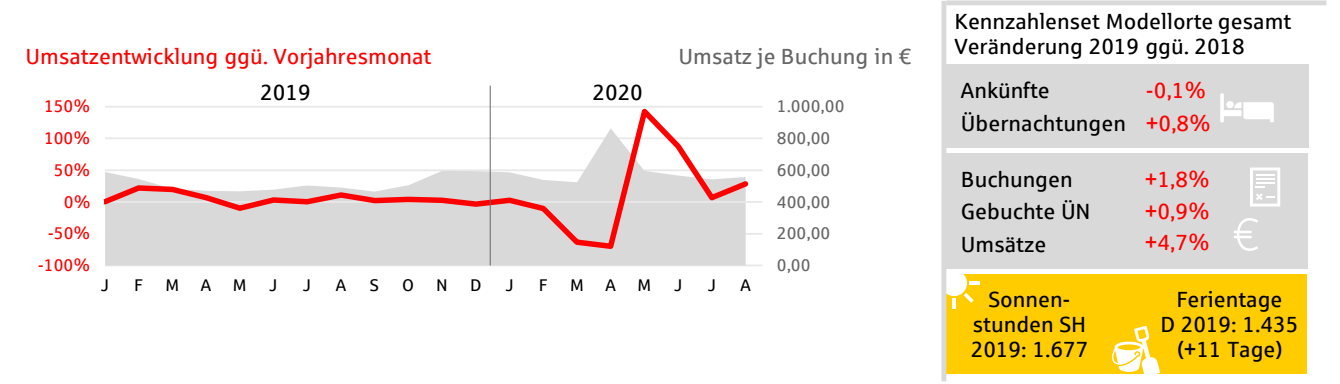
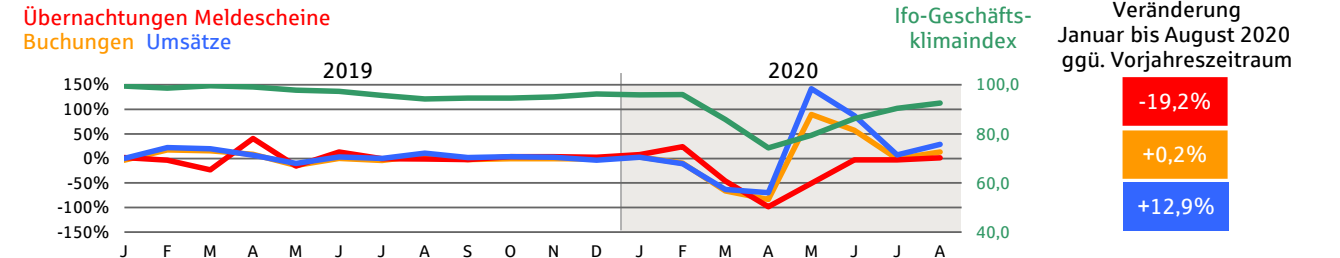
Abb. 5: Modellprojekt Kennzahlen: Ausgewählte Kennzahlen im Überblick



Wirtschaftskennziffern Januar 2019 – August 2020



Buchungslage - Veränderung ggü. Vorjahresmonat



Quelle: dwif 2020, Daten Statistikamt Nord und Zulieferungen Meldescheindaten der Modellorte (gewerbliche Übernachtungen ohne Camping)



Ebenso deutlich brachen im März, April und Mai die Geschäftserwartungen der Unternehmen in Deutschland auf einen Indexwert von rund 75 Punkte und damit unter das Niveau der Finanzkrise von 2009 ein. Im Juni stiegen die Einschätzungen infolge der vielerorts eingeleiteten Lockerungen wieder leicht an, um über die Monate Juli und August immerhin wieder 92,6 Punkte zu erreichen. Setzt sich dieser Trend fort, ist auch mit einer weiteren Steigerung des Konsumklimaindex zu rechnen. Das zeigen die Erfahrungen aus der Vergangenheit. Dagegen verharret der touristische Vertriebsklimaindex auch im August zwischen 60 und 70 Punkten. Er spiegelt die Situation im Reisebüro- und Veranstaltergeschäft wider und belegt die nach wie vor mehr als verhaltene Konsumneigung der Reisenden besonders ins Ausland.

### **Touristische Nachfrage erholt sich in den Sommermonaten – Betriebsstrukturen entscheidend für die Recovery**

Die Zahlen für die touristische Sommersaison im Schleswig-Holstein-Tourismus zeigen einen ebenso sprunghaften Nachfrageanstieg ab Mai 2020 wie Nachfrageeinbruch im Zuge des Lockdowns im Frühjahr. Bereits im Juni und Juli lagen die Übernachtungszahlen aus der Meldescheinstatistik wieder auf oder nur knapp unter dem Vorjahresniveau. Im August konnte erstmals wieder ein Plus im Vergleich zum Vorjahresmonat verzeichnet werden. Dabei ist immer ein genauerer Blick in die einzelnen Destinationen und Orte sowie Betriebstypen notwendig, denn diese entwickeln sich im Zuge der Auswirkungen der Corona-Pandemie sehr unterschiedlich.

Zum anderen bleibt festzuhalten, dass die Kapazitäten auch in Normaljahren in den Sommerferienmonaten Juli und August in den Top-Destinationen an den Küsten nahezu maximal ausgelastet sind und dadurch kaum Potenzial nach oben bestand. Eine derart sprunghafte Erholung ist daher als Erfolg zu bewerten. Wie sich die Nachfrage im weiteren Jahresverlauf ohne Sommerferien und die Haupturlaubsreisezeit entwickelt, bleibt abzuwarten. Hiermit sind einerseits Unsicherheiten, andererseits aber auch Potenziale für eine stärkere Auslastung in der Nebensaison verbunden. Fakt ist: Die Lockerungen bei den Reismöglichkeiten kamen für den Tourismus in Schleswig-Holstein genau zum richtigen Zeitpunkt.

### **Lokale Herausforderungen: Einige Orte mit Chance auf „schwarze“ Null für 2020, andere mit hohen zweistelligen Verlusten**

Für den Zeitraum Januar bis August liegen die kumulierten Übernachtungsrückgänge in den Modellorten laut Meldescheinstatistik daher auch „nur“ bei 19,2 %. Interessanterweise lässt sich für den Gesamtzeitraum kein Muster zum Beispiel mit Blick auf Unterschiede zwischen der Nord- und Ostsee oder den Inseln und dem Festland erkennen. Die Modellorte liegen kumuliert in den ersten acht Monaten bei Übernachtungsrückgängen zwischen 7 % und 31 %.

### **Verhalten positive Perspektive für den Herbst, aber weiterhin viel Unsicherheit**

Anlass zu vorsichtigem Optimismus geben auch die Buchungszahlen in den Modellorten. Im Mai und Juni lagen diese teils mehr als 100 % über dem Vorjahresniveau. Kurzfristige Buchungen für den Sommer waren hier der entscheidende Faktor. Auch die Umsätze je Buchung liegen während der gesamten bisherigen Dauer der Corona-Pandemie über den Vorjahreswerten. Dies deutet einerseits auf eine nach wie vor hohe Reiselust der Nachfrager hin. Andererseits können längere Aufenthaltsdauern ein möglicher Ansatzpunkt sein. Zudem bestätigen sich Befürchtungen einer stärkeren Preissensibilität der Konsumenten bei der Reiseplanung bislang erfreulicherweise nicht.

Gerade in der Gastronomie, im Veranstaltungsgeschäft und in der (Wellness)Hotellerie werden die Herbst- und Wintermonate ein wichtiger Indikator für die weitere wirtschaftliche Perspektive der Betriebe sein. Welche Angebote werden die Gäste in welcher Form in Anspruch nehmen können? Haben die Umsätze in den stabilen Sommermonaten ausgereicht, um den Großteil der Betriebe über den Winter zu bringen? In welcher Form wird das Weihnachtserlebnis in den Destinationen möglich sein? So ging die Buchungslage im Juli wieder in etwa auf das Niveau des Vorjahres zurück. Dennoch belegen die Trends aus den aktuellen Zahlen der Modellorte die anhaltende Recovery im Tourismus in Schleswig-Holstein.





# Schleswig-Holstein- Tourismus im Wettbewerbsvergleich

## Rahmenbedingungen

Nichts ging mehr. Von einem Tag auf den anderen der absolute, globale Shutdown. Der Tourismus war eine der Branchen, die als erstes und mit voller Wucht von der Corona-Krise getroffen wurde. Die Folgen werden noch lange spürbar sein, bis wieder so etwas wie Normalität eintreten wird. Ungewiss bleibt, welche Normalität das sein wird – business as usual oder eine neue, andere Normalität? Werden sich Reiseströme und das Reiseverhalten dauerhaft ändern oder rasch wieder in den bekannten Bahnen bewegen?

Belastbare Antworten darauf kann es erst geben, wenn alle Verkehrsmittel wieder genutzt werden können, wenn alle Tourismusakteure wieder ihre volle Kapazität ausschöpfen und ihre gesamte Leistungspalette anbieten können. Doch auch unter diesen Voraussetzungen ist es ungewiss, ob die Menschen sofort ihre Reisegewohnheiten von vor der Corona-Krise wiederaufnehmen.

Die zu Redaktionsschluss vorliegenden Zahlen des Jahres 2020 sprechen eine eindeutige, katastrophale Sprache. Und sie bilden nur den Ist-Zustand ab. Manche Effekte – zum Beispiel langfristige Freistellungen von Mitarbeitern, die Auswirkungen auf die Bilanzen der Unternehmen, Insolvenzen und damit auf mögliche dauerhafte wirtschaftliche Schäden, die das gesamte Angebotsspektrum im Tourismus betreffen – werden erst später beziffert werden können. Umso wichtiger ist es, mit diesem Bericht einen fundierten Blick auf die Situation 2019, also auf die Zeit unmittelbar vor Krisenbeginn, zu werfen.

Doch auch erste Orientierungshilfen angesichts dramatischer Nachfrageeinbrüche im Übernachtungs- und Tagestourismus, die Umsatzausfälle der ersten Monate, die Auswirkungen auf die Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes, der Freizeitwirtschaft, aber auch auf die Destinationen sollen gegeben werden. Damit wird der Grundstein für ein fundiertes Corona-Recovery-Monitoring gelegt, mithilfe dessen Unternehmen das Ausmaß der eigenen Betroffenheit mit derjenigen der Wettbewerber und anderer Branchenteile, Destinationen, Betriebstypen etc. zu vergleichen befähigt werden. Diese Daten sind in der prekären Lage essenziell für die Unternehmen – und dabei ist das Tourismusbarometer ein verlässlicher Begleiter der Branche.

Der Shutdown – für viele eine Zeit der unfreiwilligen Untätigkeit – hatte für die Tourismusbranche paradoxerweise gegenteilige Auswirkungen. Viele Akteure der Tourismusbranche wurden von Hektik und Betriebsamkeit erfasst, da rasches Handeln geboten war. Schließungen, Kurzarbeit, Entlassungen, Kündigung von Lieferantenverträgen, Anträge auf Soforthilfen – das alles erforderte volle Arbeitskraft.

Dies erfolgte häufig im bislang wenig genutzten Homeoffice, was organisatorisch Herausforderungen mit sich brachte. Gleichzeitig war ein Digitalisierungsschub ohnegleichen zu beobachten. Selbst Digital Immigrants, etwa die „Boomer“-Generation, machten sich erzwungenermaßen innerhalb kürzester Zeit mit unerlässlichen digitalen Hilfsmitteln vertraut.





Gerade die rasante Veränderung der Wirklichkeit seit Mitte März 2020 erfordert ein höheres Maß von Agilität in der Tourismusbranche. Und zwar in einer Dimension, die noch im Februar außerhalb jeder Vorstellungskraft lag. Improvisation und Agieren nach dem Trial and Error-Verfahren bestimmten die ersten Wochen. Jetzt wird allmählich, manchmal auch schmerzhaft, deutlich, wo Strukturen noch nicht an die aktuellen Erfordernisse angepasst sind und bisweilen täglich auf immer neue Rahmenbedingungen eingestellt werden müssen. Jetzt ist die Zeit, Maßnahmen zu ergreifen, um die „neue Normalität“ so dynamisch wie möglich zu gestalten. Dies kann nur mit den Menschen gelingen, die die Tourismusbranche ausmachen: das Team, die Kunden, die Gremienvertreter, die Stakeholder und alle anderen Beteiligten.

## Touristische Nachfrage

### Vorschau auf 2020: Übernachtungstourismus in Zeiten des Coronavirus

Wie groß die krisenbedingten Verluste an Nachfrage, Umsatz und Einkommen sein werden, welche Veränderungen im Reiseverhalten – bei privat motivierten ebenso wie bei Geschäftsreisen – damit einhergehen und welche Auswirkungen dies auf die Angebotsstruktur haben wird, ist heute noch nicht komplett absehbar.

In einem Normaljahr – basierend auf dem Durchschnitt der Jahre 2017 bis 2019 – beträgt der Marktanteil der drei Monate März, April und Mai bei den gewerblichen Übernachtungen im Tourismus in Schleswig-Holstein 22,1 % am Gesamtjahr. In Deutschland liegt der Wert mit knapp 24 % darüber. Stark städtisch geprägte Regionen wurden schon im Frühjahr stärker von der Krise getroffen. Das Verbot von Veranstaltungen hat massive Auswirkungen auf den Business- und Leisure-Tourismus. >> Abb. 6

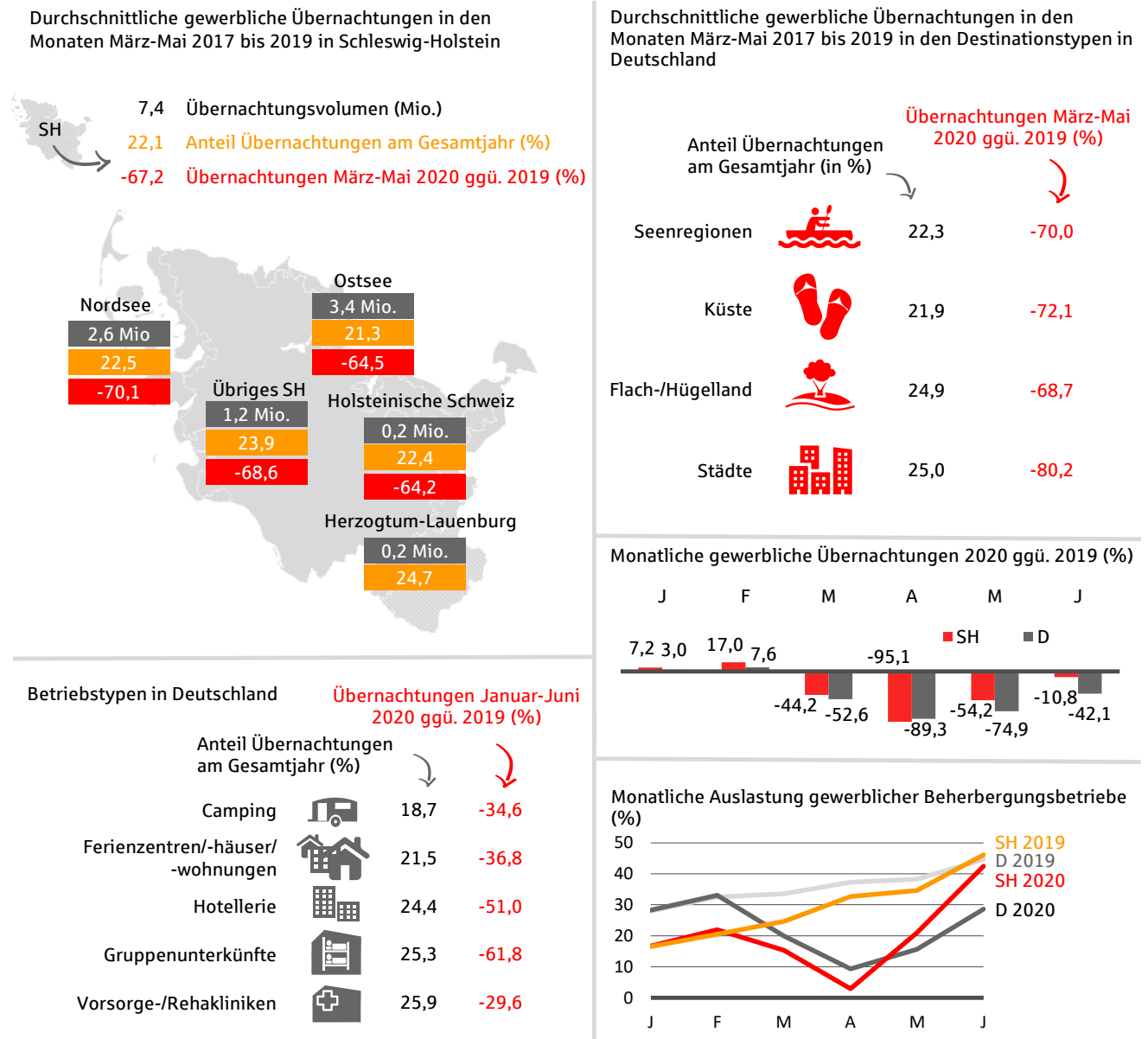
Nach Berechnungen des dwif und auf Grundlage des Wirtschaftsfaktors Tourismus 2019 ist allein für die Monate März und April 2020 mit Umsatzeinbußen von rund 880 Millionen Euro in den schleswig-holsteinischen Destinationen zu rechnen (Übernachtungs- und Tagestourismus). Davon entfallen bis zu 510 Mio. Euro auf den Übernachtungstourismus und 370 Millionen Euro auf den Tagestourismus. Hierbei wurde die teilweise bestehende, aber rückläufige Nachfrage in den ersten Märzwochen berücksichtigt und unterstellt, dass die Reise- und Bewegungseinschränkungen bis mindestens Ende April andauern. Grundlage für die Berechnungen sind die Marktanteile der beiden Monate an einem Normaljahr. Fahrtkosten für die An- und Abreise und notwendige Vorleistungen sind nicht berücksichtigt. Jeder weitere Monat bedeutet massive zusätzliche wirtschaftliche Schäden. Die Folgen für den Arbeitsmarkt sind derzeit noch nicht seriös abzuschätzen.

So unterschiedlich die Entwicklung in den vergangenen Jahren auch war, die Corona-Krise trifft alle Destinationstypen. In welchem Umfang genau und vor allem wie nachhaltig, wird auch davon abhängen, ob, und wenn ja in welcher Form sich das Reiseverhalten bei Leisure-Reisen, aber auch im Geschäftstourismus verändern wird und welchen weiteren Verlauf das Infektionsgeschehen und damit mögliche Restriktionen im Zuge der Pandemie nehmen werden. Derzeit – im Sommer 2020 – erholen sich insbesondere Küsten-, Seen- und Outdoor orientierte Destinationen am stärksten, sicherlich auch bedingt durch die Sommerferien und damit die Haupturlaubsreisezeit vieler Touristen. Zudem sind die autarken Unterkunftsformen wie Ferienwohnungen/-häuser, Apartments oder Campingplätze besonders gefragt. Im bislang stets besonders dynamischen Städtetourismus, im MICE-Markt<sup>3</sup> und bei Veranstaltungen sind dagegen noch kaum Erholungssignale spürbar. Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes geht in seinem Recovery-Check im realistischen Szenario davon aus, dass die Vitalisierungsphase der Branche bis Oktober 2021 andauern wird. Das Umsatzniveau von 2019 wird branchenweit (inkl. Reiseveranstalter, Reisemittler, Airlines) möglicherweise erst wieder 2022/2023 erreicht, wobei auch diese Einschätzung vom Verlauf der Infektionslage und der Verfügbarkeit eines Impfstoffes abhängen.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Meetings, Incentives, Conventions und Events (Tagungs-, Kongress-, Seminargeschäft)

<sup>4</sup> Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2020

Abb. 6: Nachfrage und Auslastung in Normaljahren und im aktuellen Corona-Jahr



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistikamt Nord, Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter

Zum Redaktionsschluss des vorliegenden Jahresberichtes lagen bereits die Daten der amtlichen Statistik bis zum Juni 2020 vor. Nachdem der Januar und der Februar noch mit einem Vorjahresplus abschnitten und die Nebensaison somit weiter gestärkt wurde, konnten durch die Übernachtungen in den ersten Märzwochen immerhin noch fast 56 % des Vorjahresniveaus erreicht werden, mehr als bundesweit. Es folgten der Lockdown und Einreiseverbote nach Schleswig-Holstein, was besonders an den Auslastungszahlen im Bundesvergleich deutlich wird. Doch schon im Mai, in den ersten Wochen der Recovery-Phase, erholte sich der Tourismus in Schleswig-Holstein schneller als bei vielen Wettbewerbern. Während bundesweit noch immer drei Viertel der Nachfrage im Vorjahresvergleich ausblieben, lagen die Destinationen in Schleswig-Holstein schon fast wieder bei 50 % des Vorjahresniveaus. Dieser Trend setzte sich auch im Juni 2020 fort.



### Halbjahresbilanz 2020– Schleswig-Holstein-Tourismus im Recovery-Modus

Die meldepflichtigen Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein verzeichneten laut Statistikamt Nord zwischen Januar und Juni 2,2 Millionen Gäste. Das waren 1,7 Mio. Gäste weniger als im ersten Halbjahr 2019 – ein Rückgang um 43,3 %. Zugleich sank die Zahl der Übernachtungen um 37,9 % auf 9,9 Millionen (-5,5 Mio. Übernachtungen). Damit kam die Branche in Schleswig-Holstein im Vergleich der Bundesländer noch am glimpflichsten durch die bisherige Phase der Corona-Pandemie: Die stärksten Rückgänge verzeichneten die Stadtstaaten Berlin (-59,5 %) und Hamburg (-55,5 %). Die Küstenbundesländer Schleswig-Holstein (-37,9 %) und Mecklenburg-Vorpommern (-41,5 %) wiesen aufgrund relativ geringer Verluste im Juni (-10,8 % bzw. -11,0 %) auch die geringsten Einbrüche auf. Es ist also eine leichte Entspannung in Sicht, auf die auch die ersten Branchenberichte für den Monat Juli hindeuten (siehe auch Modellprojekt Kennzahlen). Entscheidend wird für Schleswig-Holstein sein, wie die Betriebe durch die Herbst- und Wintermonate kommen, wenn die Hauptsaison vorbei ist und das Outdoor-Geschäft heruntergefahren wird.

### Corona-Pandemie trifft die schleswig-holsteinischen Regionen unterschiedlich

Die Ostsee erreichte im ersten Halbjahr ein Übernachtungsvolumen von 4,5 Millionen. Der Übernachtungsrückgang lag bei 33,3 % (-2,2 Mio. Übernachtungen). Im Juni (-3,7 %) entspannte sich die Lage leicht. Grund hierfür war die höhere Nachfrage nach Beherbergungsangeboten abseits der Hotellerie. Für die Destination Nordsee zählte die amtliche Statistik zwischen Januar und Juni 2020 3,1 Millionen Übernachtungen. Die Einbußen fielen mit 39,2 % etwas höher aus als an der Ostsee. Ein Grund waren die Vorsorge- und Rehakliniken mit -48,6 %, die hier in Normaljahren über 10 % der Gesamtnachfrage ausmachen. Ähnlich der Ostseeküste wurden auch die Betriebe an der Nordsee im Juni wieder besser nachgefragt (-6,4 %; darunter Hotellerie -9,7 %).

In der Holsteinischen Schweiz lagen die Nachfragerückgänge nach dem ersten Halbjahr 2020 gleichauf mit der Nordsee (-39,3 %). Touristisch bedeutsame Orte wie Plön (-51,4 %) und Malente (-45,5 %) waren ausschlaggebend. Das Übrige Schleswig-Holstein verzeichnete zwischen Januar und Juni 2020 mit -47,9 % den höchsten Übernachtungseinbruch unter den schleswig-holsteinischen Regionen. Das Herzogtum Lauenburg geht mit einem Nachfrageminus von 46,5 % (ohne Camping) in das Ergebnis ein. Ähnliches gilt für die MaKS-Städte, die in Summe ein Übernachtungsminus von 44,0 % (ohne Camping) einfuhren. Neben den touristischen Hotspots Kiel (-43,1 %) und Lübeck (-36,9 %), die unter den Vergleichsstädten den geringsten Einbruch zu verbuchen hatten, lag die Spanne unter den MaKS-Städten zwischen -66,3 % in Norderstedt und -43,9 % in Rendsburg. Anders als in den Küsten- und Inselgemeinden zeichnete sich in den MaKS-Städten im Juni noch keine Nachfragesteigerung ab. Die Lage des Städtetourismus bleibt bundesweit angespannt.

### Autarke Unterkunftsformen in der Recovery-Phase im Vorteil

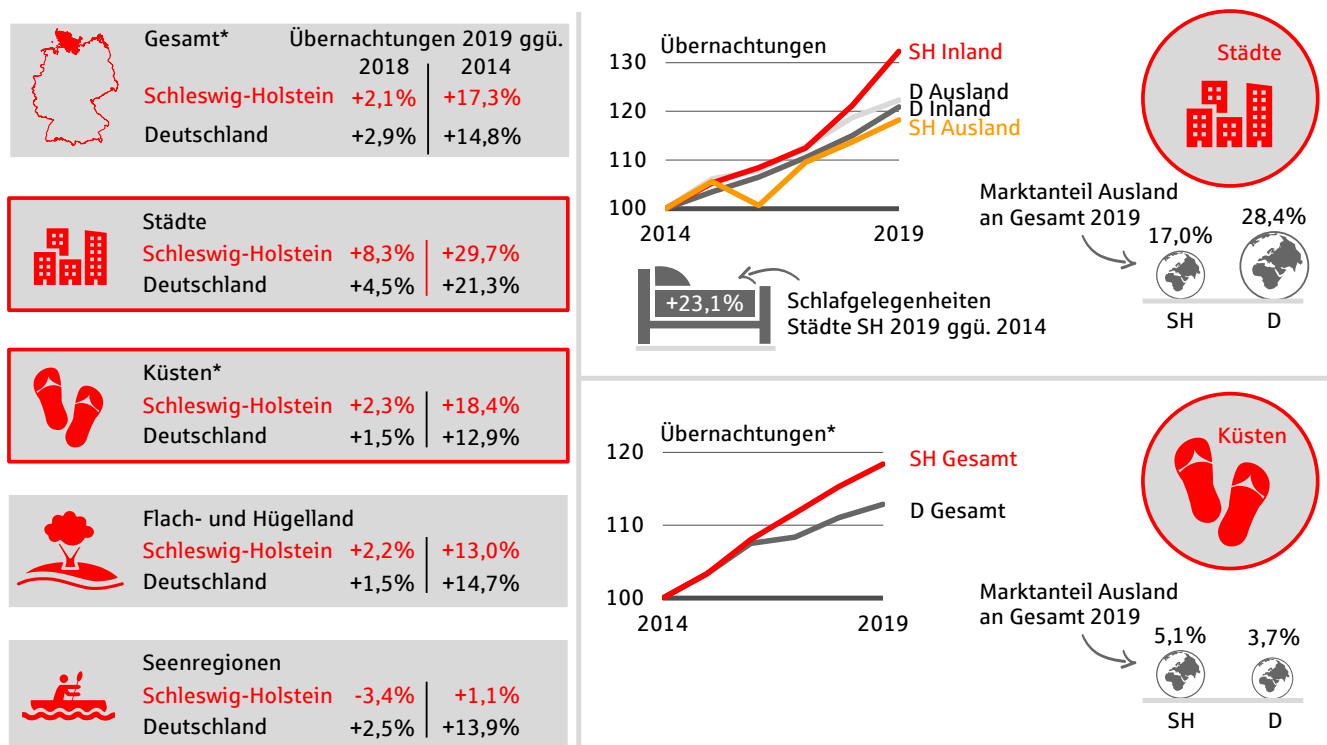
Bereits in den letzten Jahren haben Unterkunftsarten, die für Flexibilität und Unabhängigkeit stehen, großen Zulauf erhalten. Durch die Corona-Pandemie hat sich dieser Trend weiter verstärkt. So fielen die Nachfrageverluste im ersten Halbjahr 2020 auf den Campingplätzen mit 17,1 % im Vergleich zu anderen Unterkunftsformen moderater aus und sind eher mit Kapazitätsgrenzen aufgrund von Restriktionen zu begründen als mit mangelnder Nachfrage. Auch das Segment Ferienhäuser und -wohnungen war in Schleswig-Holstein im ersten Halbjahr stark nachgefragt. Bundesweit erreichten Ferienhäuser und -wohnungen im Juni sogar nahezu das Vorjahresniveau (-1,5 %) und der Blick auf die Herkunft der Gäste in diesem Betriebstyp verheißt aus dem Inland einen ersten zaghaften Zuwachs von 2,4 %. Ein anderes Bild zeichnet sich in der Hotellerie ab, wo bis Juni 44,4 % der Übernachtungen des Vorjahreszeitraums fehlten.



### Solide Ausgangssituation des Schleswig-Holstein-Tourismus vor der Corona-Pandemie

Der Deutschlandtourismus befand sich bis zur Corona-Krise in einer starken Ausgangssituation: 2019 war das zehnte Rekordjahr in Folge. Und weltweit fuhr die Reiseindustrie mit einem 4-prozentigen Wachstum der internationalen Ankünfte<sup>5</sup> erneut ein deutliches Plus ein. Mit einem Übernachtungsplus von 2,1 % lag auch die Entwicklung in Schleswig-Holstein auf einem ordentlichen Niveau, allerdings unter dem deutschlandweiten Durchschnitt. Dabei zeigten sich die Tourismusverantwortlichen in Schleswig-Holstein Anfang des Jahres 2020 voller Zuversicht. Ausnahmslos alle der im Rahmen des Stimmungsbarometers des Sparkassen-Tourismusbarometers befragten Organisationen sind mit der vergangenen Saison in ihrem Ort oder ihrer Region zufrieden. Das sind die mit Abstand besten Werte der vergangenen Jahre. Die Entwicklung 2019, die Stimmung in der Branche und die Ergebnisse aus den ersten Recovery-Monaten machen zudem Hoffnung für die nächsten Phasen im Zuge der Corona-Krise. Insbesondere die Entwicklungen im anstehenden Herbst und Winter werden hier Aufschluss geben.

Abb. 7: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter, \*Berechnung der Entwicklungsraten bzw. Marktanteile erfolgte unter Berücksichtigung der dwif-Modellrechnungen im Rahmen der Berichtskreisprüfungen der Statistischen Ämter für Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

### Destinationstypen: Städte und Küsten bleiben Wachstumstreiber in Schleswig-Holstein

Im Vorjahresvergleich zeigt sich bundesweit ein relativ ausgeglichenes Wachstum der unterschiedlichen Destinationstypen. Es reicht von +1,5 % bis +4,5 %. Weitaus spannender und aussagekräftiger ist da der Mittelfristvergleich. Dabei können auch die Küstenregionen in den Benchmark integriert werden. Hier flossen die Ergebnisse der Modellrechnungen des dwif im Zuge der Berichtskreisprüfungen in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern ein. Die Städte führen das bundesweite Ranking an, in Schleswig-Holstein ist das Ergebnis sogar noch deutlicher. Es folgen die Küsten sowie das Flach- und Hügelland mit mittelfristigen Wachstumsraten von rund 18 % bzw. 13 %. Lediglich die Seenregionen laufen der Dynamik derzeit hinterher, insbesondere in Schleswig-Holstein.

<sup>5</sup> UNWTO World Tourism Barometer, Januar 2020



Für die schleswig-holsteinischen Regionen lässt sich Folgendes festhalten:

- Die Ostsee erreichte 2019 ein Übernachtungsvolumen von 17,2 Millionen. Der bereinigte Übernachtungszuwachs lag bei 4,3%. Wachstumstreiber waren die Hotellerie sowie die Ferienzentren mit Zuwächsen von jeweils über 5 %. Auch 2019/2020 bestimmt eine hohe Investitionsdynamik das Beherbergungsgewerbe an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste, die eine steigende Übernachtungsnachfrage erwarten lässt.
- Die Destination Nordsee bilanzierte 2019 12,5 Millionen Übernachtungen. Die bereinigte Entwicklung der Übernachtungen lag bei –0,5 %. Trotz eines soliden Nachfragewachstums der Hotellerie (+3,8 %), schafften es andere Betriebssegmente wie die Gruppenunterkünfte, die Vorsorge-/Rehakliniken und die Campingplätze nicht, ihr Vorjahresergebnis zu steigern.
- Das Übrige Schleswig-Holstein verzeichnete im Tourismusjahr 2019 ein Übernachtungswachstum von 2,2 % auf 5,3 Millionen. Die Hotellerie, die rund die Hälfte der Regionsnachfrage ausmachte, trug mit einem Plus von 1,3 % zum Gesamtergebnis bei. Das Herzogtum Lauenburg erreichte ein starkes Nachfrageplus in Höhe von 6,0 %, allein dem Campingsegment gelang ein Plus von 16,4 %.
- Die Holsteinische Schweiz büßte nach einem Wachstumsjahr nun wieder an Gästegunst ein: Ein Übernachtungsvolumen von gut 920.000 bedeutet ein Minus von 3,0 %. Mit ausschlaggebend waren die erneuten Nachfragerückgänge in der Hotellerie, die damit das dritte Jahr in Folge weniger Gäste hatte. Innerhalb der letzten drei Jahre verlor die Hotellerie allerdings auch rund 14 % ihres Bettenvolumens. Einzig positiv ist das Wachstum der Vorsorge-/Rehakliniken um 1,3 %; dieser Betriebstyp machte 2019 mehr als ein Viertel der gesamten Regionsnachfrage aus.

Dem Städtetourismus in Schleswig-Holstein gelang 2019 mit +8,3 % abermals ein überdurchschnittlicher Wachstumssprung. Daran hatte die angebotsgetriebene Nachfragesteigerung in Lübeck (inklusive Travemünde) mit einem Übernachtungsplus von 12,2 % einen erheblichen Anteil. Die detaillierte Auswertung für die Betriebstypen der Hotellerie ist aufgrund des Datenschutzes leider nicht für alle Städte möglich. Einzeldaten zum Gesamtmarkt nach Städten sind jedoch in der Infothek zum Schleswig-Holstein-Tourismus im Wettbewerbsvergleich ([www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)) verfügbar.

### Die Aufenthaltsdauer in den Regionen Schleswig-Holsteins

Die Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste in Schleswig-Holstein lag 2019 unverändert bei 4 Tagen (Deutschland: 2,6 Tage). Regional schwankte diese Kennziffer zwischen 2,6 Tagen im Übrigen Schleswig-Holstein und 5,6 Tagen in der Region Nordsee. Die Regionen Ostsee und Holsteinische Schweiz bewegen sich um den Landesdurchschnitt.

### **Aufenthaltsdauer in Schleswig-Holstein pendelt sich bei 4 Tagen ein – Statistikeffekt beendet?**

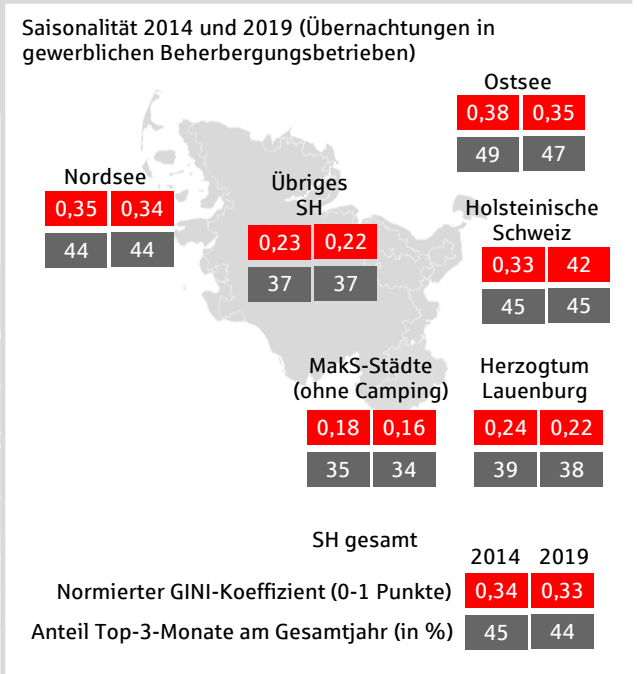
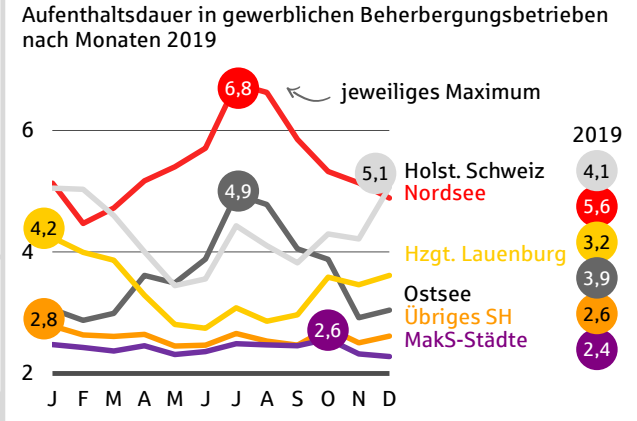
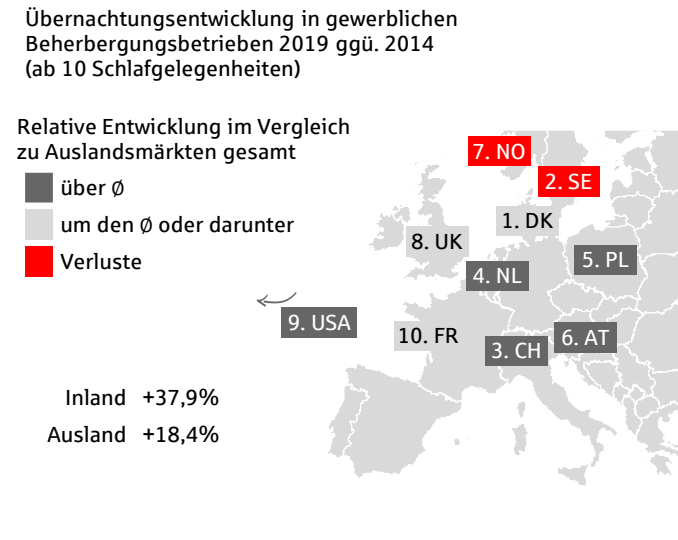
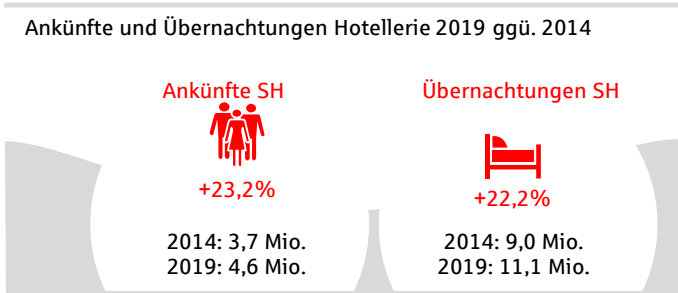
Wie im vergangenen Jahr beschrieben, sind die saisonalen Schwankungen – außer im Übrigen Schleswig-Holstein – nach wie vor stark. Die Zahlen in den Reisegebieten weisen jedoch einige Besonderheiten auf:

- Die stärksten saisonalen Schwankungen sind in den Küstenregionen mit  $\pm 2$  Tagen zwischen den Wintermonaten und dem Top-Monat Juli zu beobachten. Auch das absolute Niveau der Aufenthaltsdauer ist an Nordsee (5,6 Tage) und Ostsee (3,9 Tage) vergleichsweise hoch. Die durch die Berichtsprüfung bedingte Erhöhung der Aufenthaltsdauer hat sich 2019 weiter abgeschwächt, die Werte sind gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben.
- Die Aufenthaltsdauer in der Holsteinischen Schweiz ist und bleibt klinikgeprägt (2019: 4,1 Tage). Nach einem Absinken im Vorjahr blieb sie 2019 stabil. Ihre Spitzenwerte erreicht die Region in den Wintermonaten mit bis zu 5,1 Tagen. Das Herzogtum Lauenburg erreichte eine Aufenthaltsdauer von 3,2 Tagen. Bereits seit 2013 schwankt der Wert nur leicht zwischen 3,1 und 3,2 Tagen.
- Im Reisegebiet Übriges Schleswig-Holstein ist die Aufenthaltsdauer mit 2,6 Tagen deutlich kürzer. Im Jahresverlauf zeigt sich ein ähnlich ausgeglichenes Bild ohne große Schwankungen wie in den MakS-Städten<sup>6</sup> mit 2,4 Tagen.

<sup>6</sup> Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V.



Abb. 8: Touristische Nachfrage in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt und Statistikamt Nord

Ein Monitoring der Aufenthaltsdauer ist nach wie vor wichtig, um frühzeitig Trends zu erkennen und Ansatzpunkte für Maßnahmen im Wettbewerbsvergleich zu identifizieren. Die Zeiten mit deutlich längeren durchschnittlichen Aufenthaltsdauern und Vorbuchungszeiten schienen bis zur Corona-Pandemie vorbei zu sein. Die Reisenden wünschen sich insgesamt einen flexiblen Service, verreisen häufiger, dafür aber kürzer und erwarten individuellen Möglichkeiten rund um Buchung und Anreise. Die Anbieter sind gefordert, sich auf das veränderte Gästeverhalten einzustellen. Insbesondere in der Vor- und Nachsaison gilt es, buchungsrelevante Vorgaben kritisch zu hinterfragen (zum Beispiel feste vs. flexible Anreisetage, Mindestaufenthaltsdauern). Aber auch in der Hochsaison ist zu prüfen, inwieweit man – bei Wahrung der betriebswirtschaftlichen Ziele und einer möglichst optimalen Auslastung – die Aspekte Flexibilität und Individualisierung berücksichtigen kann. Im Zuge der Corona-Pandemie hat sich die Kurzfristigkeit der Buchungen noch einmal erhöht. Gleichzeitig bleibt abzuwarten, ob gegebenenfalls ein Trend zu längeren Reisen einsetzt, oder ob zum Beispiel aufgrund von Verschiebungen von Kurzreisen zwischen Stadt und Küste/Land sogar weiterhin kürzere Aufenthaltsdauern zu beobachten sein werden.





### Saisonalität im Tourismus in Schleswig-Holstein nimmt ab

Die Saisonalität im Tourismus wird anhand der monatlichen Verteilung der Übernachtungen gemessen. Eine deutliche Konzentration auf wenige Monate bedeutet somit eine hohe Saisonalität. Im Folgenden wird der Gini-Koeffizient als Kennzahl herangezogen. Als Maß für Ungleichverteilungen kann er alle Ausprägungen zwischen 0 und 1 annehmen: 0 = Übernachtungen sind auf alle Monate gleich verteilt (geringe Saisonalität), 1 = Alle Übernachtungen werden in einem einzigen Monat getätigt (hohe Saisonalität). Im Hinblick auf die Übernachtungskonzentration gibt es in Schleswig-Holstein weiterhin erhebliche Unterschiede zwischen Küsten und Binnenland. Im Zehnjahresvergleich ist aber erfreulicherweise in allen Regionen eine abnehmende Saisonalität erkennbar.

### Saisonausgleich im SH-Tourismus ist weiterhin ein wichtiges Handlungsfeld.

- An der Ostsee fanden 2019 mit knapp 47 % fast die Hälfte der Übernachtungen in den drei Top-Monaten zwischen Juni und August statt. Mit einem Gini-Koeffizienten von 0,35 weist die Region die höchste saisonale Konzentration in Schleswig-Holstein auf. Gegenüber 2014 (0,38) und 2009 (0,41) ist die Konzentration jedoch rückläufig.
- Die Nordsee liegt mit erneut knapp 44 % der Übernachtungen in den drei Top-Monaten (Juni bis August) und einem Gini-Koeffizienten von 0,34 nur geringfügig darunter. Auch hier: Vor zehn Jahren lag der Gini-Koeffizient noch bei 0,38. Eine Analyse der kurzfristigen Entwicklung ist derzeit aufgrund der Effekte der Berichtskreisprüfung nicht aussagekräftig, da die neue Grundgesamtheit der Betriebe durch den Schwerpunkt auf den Ferienwohnungsmarkt die Daten verzerrt.
- Auch in der Holsteinischen Schweiz häufen sich die Übernachtungen im Sommer. Der Gini-Koeffizient ist mit 0,32 – auch dank der wenig saisonabhängigen Vorsorge-/Rehakliniken – etwas geringer als in den Küstenregionen.
- Im übrigen Schleswig-Holstein zeigt sich dank der Ausrichtung auf den Städte- und Geschäftstourismus nur eine geringe Saisonabhängigkeit. Mit einem Gini-Koeffizienten von 0,22 (2009: 0,24) hat die Region den geringsten Wert innerhalb des Bundeslandes. Hier finden ebenso wie im Herzogtum Lauenburg rund 37 % bis 38 % der Übernachtungen in den drei nachfragestärksten Monaten Juni, Juli und August statt.

Mit Blick auf Kapazitätsgrenzen und eine hohe Tourismusintensität ist ein stärkerer Ausgleich zwischen den Jahreszeiten nach wie vor eine zentrale Stellschraube für mehr Wertschöpfung im Tourismus in Schleswig-Holstein. Entsprechende Ansätze zur Stärkung der Nebensaison sollten daher weiter forciert werden. So hat die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) ihre neue Werbekampagne „echt nordiSH“ rechtzeitig vor Beginn der Nebensaison gestartet, die primär digital und über die Presse in den nächsten Monaten ausgespielt wird. Sie soll neugierig auf Schleswig-Holstein zur Herbst- und Winterzeit machen und Gäste für eine Reise in den echten Norden begeistern. Partner aus dem ganzen Land können sich an der Kampagne beteiligen.

Die Erreichbarkeit der Destinationen und die Mobilität vor Ort nehmen vor diesem Hintergrund an Bedeutung zu. Von saisonverlängernden Angeboten wie Veranstaltungen, Schlecht- und Allwetterangebote etc. gehen trotz der derzeit coronabedingten Einschränkungen mittelfristig wichtige Impulse aus.

### Herkunftsstruktur

Der Incoming-Tourismus in Schleswig-Holstein erreichte ein Übernachtungsplus von 4,8 % und lag bermals über dem Bundesniveau (2,6 %). Die wichtigsten Herkunftsländer entwickelten sich 2019 uneinheitlich. So setzte zum Beispiel der dänische Quellmarkt seinen Wachstumstrend fort (+3,4 %), während der Negativtrend der Vorjahre aus Schweden (+0,8 %) gestoppt werden konnte. Für die Alpenländer Schweiz (+11,8 %) und Österreich (+4,1 %) spielt das Thema Ferienwohnungen/-häuser im „echten Norden“ inzwischen eine besondere Rolle. Weiter überdurchschnittlich im Plus liegen die Fernmärkte aus Asien (+21,5 %) und Amerika (+10,2 %).

Viel Bewegung zwischen den Märkten gab es dennoch nicht, zumindest was die Größenordnungen angeht. Jede zweite Übernachtung ausländischer Gäste kommt aus Dänemark und Schweden. Nach wie vor gilt: Diese Märkte brauchen immer wieder neue Impulse in der aktiven Marktbearbeitung, um neue Besuchsansätze zu



schaffen. Auch die Niederlande sowie die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) erscheinen als attraktive Quellmärkte für Schleswig-Holstein. Bei der Marktbearbeitung ist eine klare Fokussierung auf potenzielltrüchtige Auslandsmärkte gefragt, um überhaupt Wirkung erzeugen zu können. Zudem sind Kooperationen und strategische Partner bei der Markterschließung wichtig. Im Hinblick auf die Top-Märkte sollten konkrete Angebote im Mittelpunkt stehen, bei „neuen Märkten“ gilt es, zunächst Bekanntheit und Image zu stärken.

### **Klare Konzentration auf die Top-Märkte ist gefragt.**

#### Nordsee

- Das zweite Mal in Folge legte der Incoming-Markt an der schleswig-holsteinischen Nordseeküste mit einer zweistelligen Wachstumsrate zu (2019: +12,9 %; inklusive Berichtskreisprüfung).
- Der Top-Markt Schweiz umfasst mit über 110.000 Übernachtungen mittlerweile über 42 % der Auslandsnachfrage in der Region. Es folgen nach wie vor Dänemark und Österreich mit zusammen rund 80.000 Übernachtungen.
- Insgesamt aber wurden 2019 nur 2,2 % der Übernachtungen von ausländischen Gästen getätigt. Weiteres Potenzial sollte also vorhanden sein, allerdings gilt für die Nordsee noch stärker als auf Landesebene eine klare Konzentration auf wenige Auslandsmärkte in der Vermarktung, während die generelle Produktentwicklung ein wichtiges Thema bleibt.

#### Ostsee

- Nach rund 9 % im Jahr 2015 rutschte der Marktanteil der Übernachtungen ausländischer Gäste 2019 auf 7,2 %. Allerdings liegt dieser Rückgang an der Berichtskreisprüfung und an der Gästestruktur der neu hinzugekommenen Ferienunterkünfte. Die absolute Zahl an Übernachtungen ausländischer Gäste stieg gegenüber dem Vorjahr erneut um 3,2 %.
- An der Ostseeküste mit ihren Städten liegen auch die Schleswig-Holstein-Hotspots für dänische und schwedische Gäste, die zusammen rund 56 % der Auslandsübernachtungen ausmachen. Bei diesen beiden Top-Märkten setzt sich der Trend der letzten Jahre fort: Während der dänische Markt kontinuierlich wächst, ging die Zahl der Übernachtungen schwedischer Gäste das vierte Jahr in Folge zurück.

#### Übriges Schleswig-Holstein

- Der Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste ist mit 12,5 % der höchste unter den Reisegebieten in Schleswig-Holstein. Dank eines relativen Wachstums um 5,7 % stieg der Anteil gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte.
- Nach drei Jahren mit Nachfragerückgängen aus dem Top-Markt Dänemark verzeichnete das Übrige Schleswig-Holstein nun wieder Zuwächse aus dem Nachbarland (+3,5 %). Auf Platz 2 liegt weiterhin Polen, allerdings mit einem leichten Minus gegenüber dem Vorjahr (-0,7 %). Die hohe Aufenthaltsdauer der polnischen Gäste von 4,9 Tagen wird allerdings auf berufliche Motive zurückzuführen sein. Auf Platz 3 folgen die Niederlande, die mittlerweile zum siebten Mal hintereinander ein Übernachtungswachstum aufweist.

#### Holsteinische Schweiz

- Nach einem zweistelligen Plus im Vorjahr ging die Übernachtungsnachfrage aus dem Ausland wieder zurück (-7,6 %). Zu berücksichtigen ist das absolute Niveau von nur 40.151 Übernachtungen. Der Marktanteil in der Holsteinischen Schweiz verringerte sich und lag 2019 bei 4,4 %.
- Knapp jede zweite Übernachtung geht auf dänische Gäste zurück. Somit ist Dänemark mit Blick auf die absoluten Zahlen der einzige relevante Auslandsmarkt. Dahinter folgen die Niederlande und Schweden mit zusammen rund 20 %, was etwa 7.500 Übernachtungen entspricht. Die übrigen 30 % verteilen sich auf eine Vielzahl weiterer Auslandsmärkte.

Vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie empfiehlt sich derzeit ein klarer Fokus auf die weitere Erschließung wichtiger Inlandsmärkte und der Volumenmärkte aus dem Ausland. Aktivitäten in Perspektivmärkten sollten zunächst zurückgestellt werden, um die vorhandenen Mittel zu bündeln.



## Touristisches Angebot

Die Zahl der Schlafgelegenheiten in Schleswig-Holstein ist wegen der Berichtskreisprüfung nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar. Im Grunde sollten derzeit vor allem betriebstypenspezifische Analysen herangezogen werden. So geht Schleswig-Holstein im mittelfristigen Vergleich – laut amtlicher Statistik und nur aufgrund der Jahre 2017 und 2018 – als Reiseland mit einem deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegenden Kapazitätsausbau hervor.

Auf Grundlage der Modellrechnung (siehe Kapitel „Anpassungen in der amtlichen Tourismusstatistik und Ansätze des Sparkassen-Tourismusbarometers“) kann auf Landes- und Bundesebene nun ein um die Berichtskreisprüfung bereinigter Benchmark erfolgen. Demnach stieg die Zahl der Schlafgelegenheiten in den vergangenen fünf Jahren in Schleswig-Holstein um 3,1 %, während die Kapazitäten in Deutschland im gleichen Zeitraum um 4,7 % wuchsen.

Ein Blick auf die einzelnen Betriebstypen bestätigt die starke Investitionstätigkeit in der Hotellerie. Hier kamen zwischen 2014 und 2019 10,6 % zusätzliche Schlafgelegenheiten hinzu, wobei das Wachstum innerhalb der Hotellerie ausschließlich auf die Hotels und Hotels garnis zurückzuführen ist. Auch im Campingmarkt wurden die Kapazitäten ausgebaut. Dagegen setzt sich die Konsolidierung bei den Vorsorge- und Rehakliniken fort. Besonders interessant ist der reale leichte Rückgang der Kapazitäten bei den Ferienwohnungen, -häusern und -zentren um 0,5 %. Die Berichtskreisprüfung überdeckt hier die Marktberäumigungstendenzen.

- An der Nordsee setzte sich auch 2019 der Wachstumstrend bei den Hotels und Hotels garnis fort: Trotz der leicht sinkenden Zahl an Betrieben kamen 351 Betten hinzu. Zwei neue Campingplätze bedeuten laut amtlicher Statistik ein Plus von über 1.000 Schlafgelegenheiten.
- Ein identisches Bild zeigt sich an der Ostsee: Leichter Rückgang bei der Zahl der Hotels und Hotels garnis, doch die Bettenkapazität stieg um weitere 2,5 % (+639). Und auch die Schlafgelegenheiten auf den Campingplätzen legten dank eines neuen Betriebes um etwa 500 zu.
- Hingegen hält der Marktberäumigungsprozess in der Holsteinischen Schweiz an. Die Hotellerie verzeichnete rückläufige Betriebs- und Bettenzahlen. Ähnliche Entwicklungen lassen sich auch bei den Gruppenunterkünften, den Ferienwohnungen/-häusern und den Campingplätzen beobachten. Das für die Holsteinische Schweiz so relevante Segment der Vorsorge-/Rehakliniken blieb relativ stabil.
- Nur im Reisegebiet Übriges Schleswig-Holstein erhöhte sich die Zahl der Hotelleriebetten (+445) bei gleichzeitigem Anstieg der Betriebszahlen (+4) gegenüber dem Vorjahr. Auch in den Segmenten der Gruppenunterkünfte, Ferienwohnungen/-häuser sowie Vorsorge-/Rehakliniken stieg die Zahl der angebotenen Schlafgelegenheiten. Die geöffneten Campingplätze fuhren ihre Kapazitäten allerdings um 3,1 % zurück. Die angebotsseitige Performance des Herzogtum Lauenburg 2019 war geprägt von der Erweiterung der Kapazitäten bei den Jugendherbergen/Hütten und das bei gleichzeitig stabiler Entwicklung der übrigen Betriebstypen.

Auch 2020 ging bzw. geht in Schleswig-Holstein wieder eine Vielzahl neuer Beherbergungsangebote an den Markt. Hier eine Auswahl<sup>7</sup>:

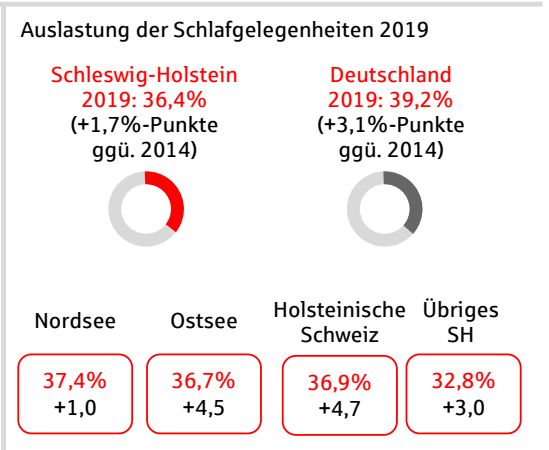
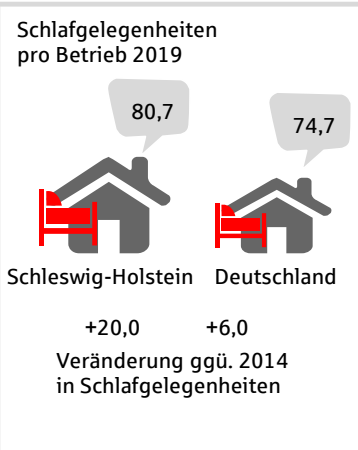
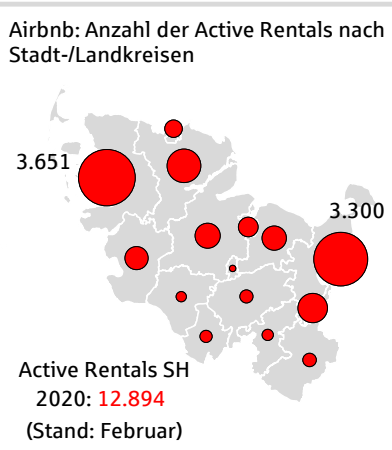
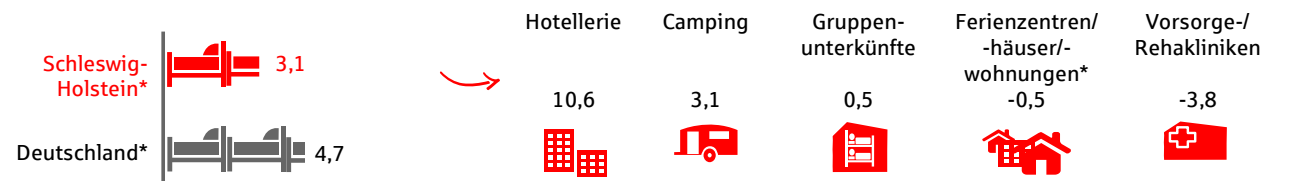
Büsum: Kolles Alter Muschelsaal (Eröffnung Sommer 2020), Eckernförde: Beach Side (Eröffnung Sommer 2020), Flensburg: Das James (Eröffnung Sommer 2020), Kiel: Me and All (Sommer 2020), Damp: Gut Damp Aparthotel (Eröffnung 2020/2021)

Für 2021 ist bereits eine Reihe neuer Unterkunftsbetriebe mit einem Angebotsvolumen von rund 1.500 Betten geplant. Inwiefern diese Planungen durch die Corona-Pandemie beeinflusst werden, lässt sich noch nicht absehen.

<sup>7</sup> Quelle: Zulieferung TVSH, WTSH 2020

Abb. 9: Touristisches Angebot in Schleswig-Holstein

Entwicklung Schlafgelegenheiten 2019 ggü. 2014 (in %)



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter, AirDNA, \*Berechnung der Entwicklungsraten bzw. Marktanteile erfolgte unter Berücksichtigung der dwif-Modellrechnungen im Rahmen der Berichtskreisprüfungen der Statistischen Ämter für Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

**Stabile Auslastung in Schleswig-Holstein – statistische Effekte durch die Berichtskreisprüfung**

Die Auslastung zog 2019 bundesweit nochmals an, wenn auch nur um 0,2 Prozentpunkte und maßgeblich beeinflusst durch Berlin, Niedersachsen und Thüringen, die ihr Auslastungsniveau um jeweils über 1 Prozentpunkt steigerten. Viele der übrigen Bundesländer weisen dagegen im Vorjahresvergleich stabile Zahlen auf. In Schleswig-Holstein ging die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten leicht zurück, von 36,6 % auf 36,4 %. Grund war hier einmal mehr die Berichtskreisprüfung mit zusätzlichen Kapazitäten in den Ferienwohnungen/-häusern, die geringere Durchschnittswerte aufweisen. In Mecklenburg-Vorpommern war dieser Effekt noch stärker zu spüren. Mittelfristig konnte Schleswig-Holstein trotz der Berichtskreisprüfung die Auslastung um 1,7 Prozentpunkte steigern. Die Auslastung der Betten in der Hotellerie erhöhte sich in Schleswig-Holstein auf 49,6 % und erreichte damit erneut den höchsten Wert aller Flächenbundesländer.

Bei der durchschnittlichen Auslastung der Schlafgelegenheiten ist in den Regionen Folgendes auffällig:

- Die Nordsee liegt bei einem Auslastungsniveau von 37,4 %. Die Hotellerieauslastung blieb stabil, das Campingsegment büßte nach dem Rekordsommer von 2018 wieder etwas an Auslastung ein.
- Trotz Berichtskreisprüfung stieg die Auslastung auch an der Ostsee seit 2014 kontinuierlich an (+1,9 Prozentpunkte). Besonders die Hotellerie (+5,5 Prozentpunkte) und das Campingsegment (+3,1 Prozentpunkte) legten 2019 deutlich zu.
- Nach einem Rückgang der Auslastung 2018 zog das Niveau 2019 in der Holsteinischen Schweiz wieder an: Es lag bei 37,5 % und somit etwa auf dem Stand von 2017. Allerdings verringerte sich das ohnehin relativ geringe Niveau der Hotellerie um mehr als 3 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Auch die geringe Auslastung des Ferienwohnungsmarktes deutet auf Handlungsbedarf hin.
- Langsam, aber stetig steigt die durchschnittliche Auslastung im Reisegebiet Übriges Schleswig-Holstein. Mit 32,8 % lag es weitere 0,2 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Trotzdem ist es nach wie vor das niedrigste Niveau der schleswig-holsteinischen Regionen. >> Abb. 9



### Touristisches Angebot in der Corona-Pandemie: Weniger Kapazitäten waren weniger ausgelastet

Im Juni 2020 waren in Schleswig-Holstein knapp 150 Beherbergungsbetriebe weniger geöffnet als im Vorjahresmonat. Dadurch waren rund 4.000 Schlafgelegenheiten weniger buchbar. Die Kapazitätsauslastung in Schleswig-Holstein lag nach den ersten sechs Monaten bei 22,2 % und verringerte sich somit um 8,6 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Niedersachsen verbuchte ähnliche Einbußen (-9,0 Prozentpunkte), in Mecklenburg-Vorpommern lagen sie bei 3,9 Prozentpunkte. Bundesweit sank die Auslastung um 12,0 Prozentpunkte auf 24,2 %. Hier haben anteilig insbesondere der Städte-, Geschäftsreise- und Inco-ming-Tourismus eine höhere Bedeutung.

## Betriebstypen im Vergleich

Die Beherbergungslandschaft wies 2019 ein sehr ähnliches Bild wie in den Jahren zuvor auf: Besonders dynamisch entwickelten sich die Betriebstypen Hotels und Hotels garnis und der Campingtourismus. Die um die Berichtskreisprüfung bereinigte Nachfrageentwicklung der Ferienhäuser/-wohnungen zeigt eine mittelfristig in etwa durchschnittliche Performance.

### Zentrale Kennzahlen mit positivem Trend – Schleswig-Holstein behauptet sich im Wettbewerb

3 von 10 gewerblichen Übernachtungen in Schleswig-Holstein fanden 2019 in der Hotellerie statt. Die Bettenkapazitäten (+1,9 %) und die Zahl der Übernachtungen (+3,4 %) zogen gegenüber dem Vorjahr spürbar an. Die Hotels garnis sind in Schleswig-Holstein wie auch bundesweit weiterhin auf der Überholspur. Dabei steigt die durchschnittliche Betriebsgröße ebenso an wie mittelfristig die Auslastungswerte. Kurzfristig sank die Auslastung allerdings, während sie bundesweit auf konstantem Niveau blieb.

### Weiterhin positive Entwicklung der Kernkennzahlen bei fast allen Betriebstypen in Schleswig-Holstein.

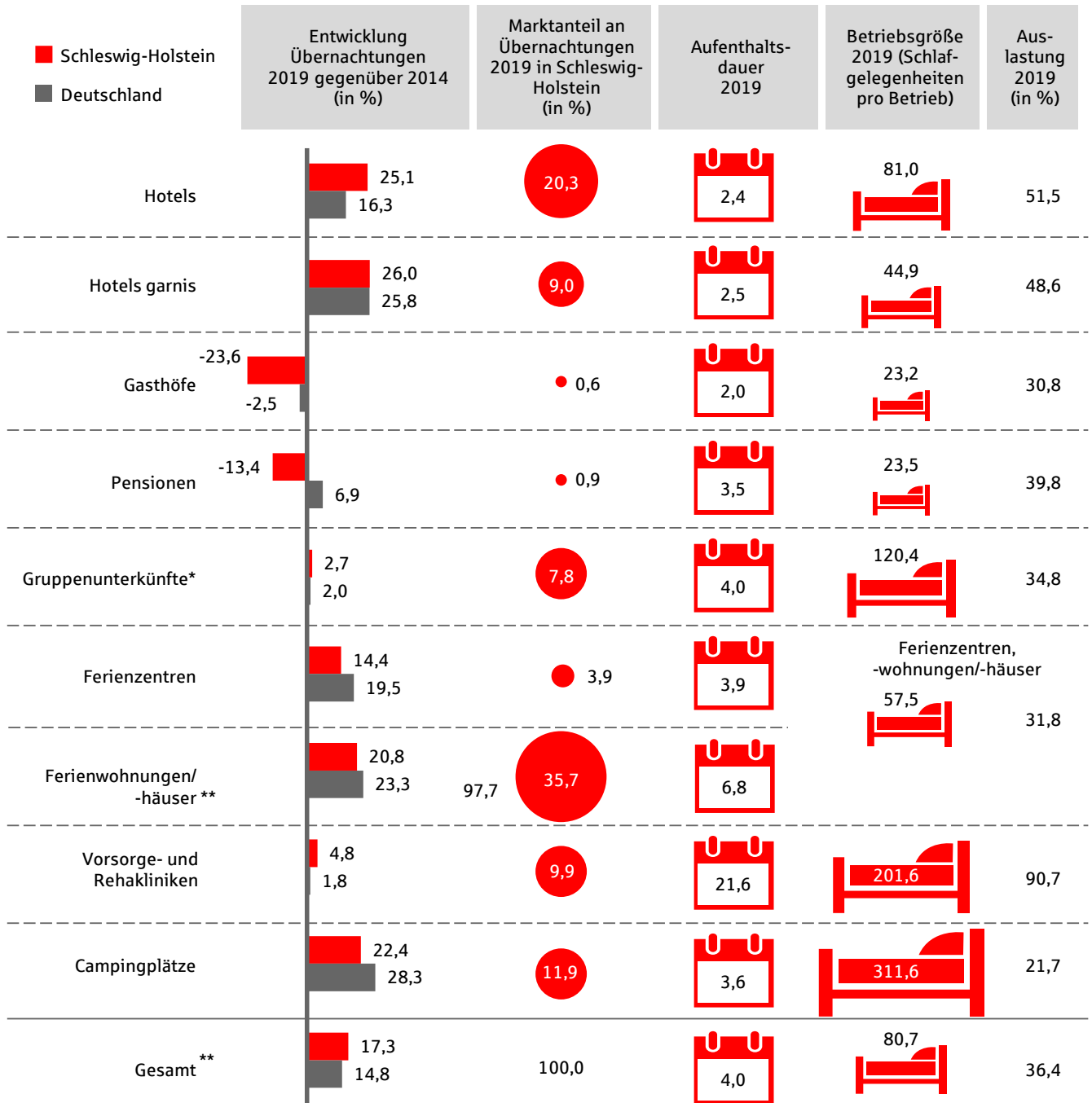
Das Campingjahr 2019 übertraf noch einmal das Vorjahr mit dem Rekordsommer. Steigendes Angebot, steigende Nachfrage und ein neuer Höchstwert bei der Auslastung, das ist die Jahresbilanz. Fast jede achte Übernachtung fand 2019 auf einem der 275 Campingplätze statt. Auch 2020 liegt dieses Segment corona- und wetterbedingt weiter im Trend. Längst ist Campingurlaub zu einem heterogenen Markt geworden, der für die unterschiedlichsten Zielgruppen das Passende anbietet: vom klassischen Zelt-, Wohnmobil- und Wohnwagentourismus über Glamping-Angebote und naturnahen Urlaub bis hin zu festen Mieteinheiten. Dabei nimmt auch der Qualitätsanspruch der Camper immer weiter zu. Investitionen in die Hardware und in Zusatzangebote gewährleisten somit die Attraktivität (siehe Infothek zum Schleswig-Holstein-Tourismus im Wettbewerbsvergleich unter [www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)).

Auch 2019 hat die Nachfrage bei den Vorsorge- und Rehakliniken in Schleswig-Holstein wieder leicht zugenommen. Die Konsolidierung im Zuge der Gesundheitsreformen scheint überwunden. Auch die Kapazitäten entwickelten sich 2019 erneut positiv. Mit einer stabilen Auslastung von 90,7 % verteidigte Schleswig-Holstein Platz 2 hinter Brandenburg.

Die Angebotsstruktur und die heutigen Gästeansprüche führen dazu, dass Pensionen und Gasthöfe kaum noch wettbewerbsfähig sind. Nur Betriebe mit einem hohen Stammgastanteil und besonderen Konzepten funktionieren noch am Markt. Zunehmend erhalten sie gerade auch im ländlichen Raum Konkurrenz durch moderne Ferienwohnungen und individuelle Sharing-Angebote. Im Geschäftsreisemarkt weichen Monteure und Saisonkräfte immer häufiger auf Boardinghouses und ähnliche Angebote aus. Eine Chance bietet sich entlang touristischer Wegenetze, wenn das Angebot entsprechend passfähig für die jeweilige Zielgruppe weiterentwickelt wird.



Abb. 10: Betriebstypen im Wettbewerbsvergleich



\* Gruppenunterkünfte: Jugendherbergen/Hütten, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime

Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt und Statistische Landesämter, \*\*Berechnung der Entwicklungsraten bzw. Marktanteile erfolgte unter Berücksichtigung der dwif-Modellrechnungen im Rahmen der Berichtsreisprüfungen der Statistischen Ämter für Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein.





# Freizeitwirtschaft und Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein

## Freizeit- und Kultureinrichtungen

Der Besuch einer neuen Kunstausstellung, ein Tag mit der Familie im Freizeitpark oder der Besuch eines Naturinfozentrums: 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 Besuchermonitorings beobachtet das Sparkassen-Tourismusbarometer seit vielen Jahren die Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft. An dem Netzwerk Freizeitwirtschaft beteiligen sich deutschlandweit 799 Einrichtungen aus elf Bundesländern. 2019 betrug das Besuchervolumen aller Einrichtungen 78 Millionen, verteilt auf 19 unterschiedliche Angebotstypen.

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 Schlüsselrends zeichnen sich für die nächsten Jahre ab? Antworten auf diese Fragen liefert das Sparkassen-Tourismusbarometer. Allein in Schleswig-Holstein beteiligen sich inzwischen 59 Betriebe aus acht Kategorien an diesem Netzwerk. Zusammen verzeichneten sie 2019 rund 4,1 Millionen Besucher, im Schnitt also etwa 69.000 Besucher pro Einrichtung.

### Vorschau auf 2020: Tagesreisen und Freizeitwirtschaft in Zeiten des Coronavirus

In einem Normaljahr entfällt fast jeder sechste Tagesausflug in Schleswig-Holstein auf den Zeitraum März/April. Zudem gehören die Einrichtungen, die im Frühjahr 2020 flächendeckend von den Corona-bedingten Schließungen betroffen waren (länderindividuelle schrittweise Teilöffnung nach Angebotstypen ab Mai), zu den Top-Aktivitäten der Ausflügler. Der gravierende Rückgang beziehungsweise das fast vollständige Erliegen von Ausflügen aufgrund der Schließungen in den Monaten März und April 2020 ist eine Tatsache. Besuche von Verwandten und Bekannten, Outdoor-Aktivitäten, etwa die Teilnahme an Veranstaltungen, die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten – all das war spätestens ab dem dritten Märzwochenende 2020 nicht mehr möglich.

Bei den in Schleswig-Holstein geschlossenen Kultur- und Freizeiteinrichtungen ist ein Besucherausfall zwischen 10 und 18 % (je nach Angebotstyp) allein für den Zeitraum März/April 2020 gegenüber einem Normaljahr zu erwarten. >> Abb. 11

Doch auch in den ersten Monaten nach der schrittweisen Wiedereröffnung für den Publikumsverkehr ist die Kapazität der Einrichtungen aufgrund der Restriktionen (Mindestabstand, Kontingentierungen etc.) begrenzt. Im Juli 2020 beliefen sich die Verluste immer noch auf 33 % und auch im August war mit -40 % keine echte Erholung in Sicht.



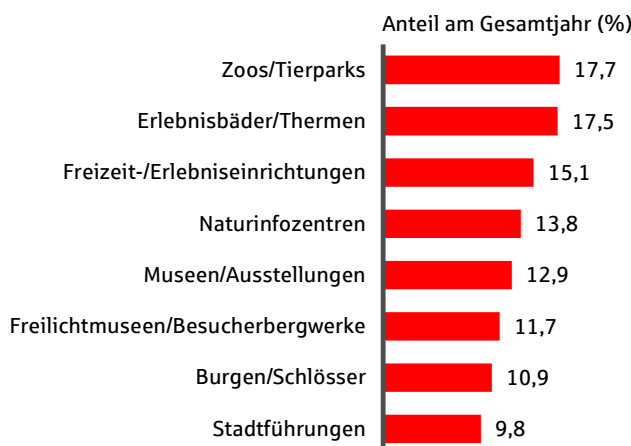
### Hohe Regenerationsgeschwindigkeit bei Tagesreisen und Freizeitwirtschaft

- Rasche Teilregeneration mit Nachholeffekten in vielen Teilsegmenten, ein Normalniveau jedoch – je nach Dauer und Intensität der Restriktionen sowie je nach Angebotskategorie – wird nicht vor 2021/2022 erreicht werden.
- Hoher Nachfragedruck auf öffentliche Bereiche, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen (insbesondere Hot Spots) seit Lockerung der Restriktionen, dadurch nimmt das Thema Besucherlenkung an Bedeutung zu.
- Belastung durch steigenden Individualverkehr.
- Zunächst war eine Regeneration im direkten Wohnumfeld der Besucher (geringe Entfernungen) zu beobachten, bevor seit dem Sommer auch wieder verstärkt weiter entfernt liegende Ausflugsziele angefahren werden.
- In Schleswig-Holstein haben besonders die Strandbesuche der Tagesausflügler deutlich zugenommen, mit allen positiven Effekten wie auch Herausforderungen (siehe oben).

Abb. 11: Durchschnittliche Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in den Monaten März/April 2017 bis 2019

Durchschnittliche Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft in den Monaten März/April 2017-2019 in Schleswig-Holstein

**Besuchervolumen** ▶ 0,6 Mio. in rd. 60 Einrichtungen  
▶ Anteil am Gesamtjahr: 15,4%



Top-10-Aktivitäten der Tagesausflügler in den Monaten März/April 2017 bis 2019

Aktivität	Mehrfachnennungen; in %
Besuch von Verwandten und Bekannten	40
Erholungs-/Spazierfahrt	28
Besuch von Restaurants, Cafés, Bars	27
Shopping	21
Besuch von Veranstaltungen/Vorführungen	14
Landschafts- und Naturattraktionen	11
Besuch von Sehenswürdigkeiten	10
Wandern und Radfahren	10
Thermen, Wellness, Schwimmen, Wassersport	7
Nutzung touristischer Transportmittel	3

Quelle: dwif 2020, dwif-Tagesreisenmonitor

### Freizeitwirtschaft in Krisenzeiten: Kreative Ideen waren und sind gefragt

Infolge der flächendeckenden temporären Schließungen von Freizeiteinrichtungen gingen die einzelnen Einrichtungen unterschiedliche Wege, um bei den (potenziellen) Besuchern präsent zu bleiben. Einige davon eignen sich durchaus dauerhaft für den Dialog mit Interessenten und Besuchern.

- Museen: Virtuelle Ausstellungen und digitale Weiterbildungsangebote wurden entwickelt und eine verstärkte Social-Media-Präsenz umgesetzt. In den Häusern des Museumsverbundes Nordfriesland durften Husumer Musiker die Ausstellungsorte für kleine Liveshows nutzen. Dabei wurden die Sessions gestreamt und anschließend auf YouTube und Facebook veröffentlicht.<sup>8</sup> Das Schloss Eutin gestaltete sich in der Krise kurzerhand zum „Digitalen Schloss“ um, mit vielen Interviews und Geschichten über Ausstellungsstücke sowie Geocaching im Schlossgarten.<sup>9</sup> Und auch das Museum Kunst der Westküste ließ seine potenziellen Gäste über verschiedene Social-Media-Kanäle (Hashtag #closedbutopen) an seinen Ausstellungen teilhaben.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> www.museumsverbund-nordfriesland.de

<sup>9</sup> www.schloss-eutin.de

<sup>10</sup> www.mkdw.de



- Konzerthäuser und Theater boten anfangs noch Live-Streams ihrer Aufführungen an, doch nach dem Kontaktverbot gingen sie dazu über, beliebte ältere Vorführungen online zur Verfügung zu stellen, immer vor dem Hintergrund dessen, was zum jeweiligen Zeitpunkt möglich war. So konnten Theaterfreunde über die Website [www.theater-kiel.de](http://www.theater-kiel.de) eine Vielzahl an Streaming-Angeboten nutzen.<sup>11</sup> Das jährliche Schleswig-Holstein Musik Festival (SHMF) konnte zum Beispiel über Open Airs und sogar ein Abschlusskonzert in der Holstenhalle in Neumünster stattfinden. Die Veranstalter riefen zudem den „Sommer der Möglichkeiten“ mit digitalen Formaten auf.<sup>12</sup>
- Viele Betriebe nutzten die Zeit der Schließung für teils vorgezogene Instandhaltungsarbeiten. In einer Blitzumfrage zur Corona-Krise gab rund die Hälfte der Freizeiteinrichtungen im April 2020 an, sich um Umbaumaßnahmen zu kümmern. Auf diese Weise können sie bei Wiedereröffnung mit verbesserter Qualität aufwarten und müssen für diese Arbeiten nicht zu einem späteren Zeitpunkt erneut schließen.
- Zur Unterstützung der einheimischen Künstlerinnen und Künstler sowie Veranstalter rief das Land Schleswig-Holstein außerdem das #Kulturfestival SH ins Leben.<sup>13</sup>

### **2019 begrüßten die Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein mehr Besucher.**

#### **Eckpunkte der Besucherentwicklung in Schleswig-Holstein 2019**

Die Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein steigerten ihre Besucherzahlen 2019 um 3,6 %. Sechs der acht Kategorien und rund 68 % der Einrichtungen zählten zu den Gewinnern. Die Verluste aus dem Jahr 2018 wurden damit mehr als ausgeglichen. Zu den Gewinnern zählten unter anderem Einrichtungen, die im Vorjahr besonders stark unter der außergewöhnlichen Hitze zu leiden hatten: Freizeit- und Erlebniseinrichtungen sowie Naturinfozentren lagen nun ganz vorn. Extrem erfolgreichen Monaten wie Februar, April (Osterferieneffekt), Juni und Juli, in denen jeweils steigende Besucherzahlen zwischen 10 und 20 % verzeichnet werden konnten, standen allerdings auch Monate mit leichten Rückgängen gegenüber. Vor allem im Herbst konnte das Vorjahresergebnis nicht gehalten werden. >> Abb. 12

#### **Besucherentwicklung 2014 bis 2019 nach Kategorien in Schleswig-Holstein**

Die Besucherzahlen der schleswig-holsteinischen Freizeiteinrichtungen sind im Fünfjahresvergleich gestiegen. Mit einem Besucherplus von 5,0 % führt Schleswig-Holstein sogar das Feld aller betrachteten Bundesländer/Regionen an. Alle deutschlandweit einbezogenen Freizeiteinrichtungen konnten im gleichen Zeitraum ihre Besucherzahlen um durchschnittlich 1,6 % steigern. Das Basisjahr 2014 war zwar durch Wachstum im Vergleich zum Vorjahr gekennzeichnet, das Niveau der Besucherzahlen lag jedoch im Durchschnitt. Neben günstigen Witterungsbedingungen beeinflussten Investitionen, Angebotserweiterungen und Marketingmaßnahmen mit überregionaler Strahlkraft die hohe Dynamik 2014.

#### **Langfristtrend Schleswig-Holstein: Größte Steigerung der Besucherzahlen im Konkurrenzvergleich**

- Die Freilichtmuseen liegen mit einem Besucherplus von 24,3 % ganz vorn beim Kategorienvergleich in Schleswig-Holstein. Lediglich 2017, das von nur mäßigem Sommerwetter geprägt war, konnten die Freilichtmuseen das Ergebnis des Basisjahres 2014 nicht erreichen. Nahezu alle Einrichtungen haben zu dem hervorragenden Abschneiden beigetragen. Auch Investitionen spielten bei dieser Kategorie eine Rolle, die sich nunmehr deutlich von den Wettbewerbern in anderen Bundesländern absetzt.

<sup>11</sup> [www.theater-kiel.de](http://www.theater-kiel.de)

<sup>12</sup> [www.shmf.de](http://www.shmf.de)

<sup>13</sup> [www.kulturfestival.sh](http://www.kulturfestival.sh)



### Das Museum der Zukunft

Das schleswig-holsteinische Freilichtmuseum Molfsee errichtet derzeit ein neues Ausstellungs- und Eingangsgebäude für rund 14 Millionen Euro, wobei 13 Millionen Euro vom Land kommen. Die Eröffnung ist für Januar 2021 geplant. Damit verschmelzen die Sammlungen des Freilichtmuseums und die historischen Sammlungen des Schleswiger Volkkundemuseums, das bereits 2014 geschlossen wurde und Schleswig-Holstein erhält ein Museum mit überregionaler Strahlkraft.<sup>14</sup>

- Freizeit- und Erlebniseinrichtungen schnitten mit 13,6 % mehr verkauften Tickets ebenfalls sehr gut ab. Hier lagen die Besucherzahlen nur im Hitzesommer 2018 unter dem Niveau von 2014. Mit ihren innovativen, erlebnisgeprägten Angeboten, die häufig einen hohen Mitmachcharakter aufweisen, scheinen sie den derzeitigen Wünschen der Gäste zu entsprechen.
- Die Schlösser übertrafen kontinuierlich und sehr deutlich das Jahresergebnis von 2014. 2019 lagen die Besucherzahlen rund ein Fünftel höher als im Basisjahr (+18,0 Prozent). Ähnlich wie die Freilichtmuseen setzen auch sie sich damit von der Konkurrenz in den anderen Bundesländern/Regionen ab. Die Häuser in Schleswig-Holstein profitierten spürbar von Großereignissen und Investitionen sowie vom Ausbau des Veranstaltungsangebots.
- Der Schein bei den Naturinfozentren trügt: Die 9,7 % mehr Besucher seit 2014 sind allein das Ergebnis eines überaus erfolgreichen, durch Sondereffekte geprägten Jahres (siehe folgender Kasten). Der Großteil der Naturinfozentren hatte in den vergangenen Jahren bisweilen mit zweistelligen Verlusten zu kämpfen.

### Das Multimar Wattforum auf Erfolgskurs

2019 war für das Multimar Wattforum das Erfolgsjahr schlechthin. Dank der beiden Jubiläen „10 Jahre Weltenerbe Wattenmeer“ und „20 Jahre Multimar Wattforum“, verbunden mit vielen Veranstaltungen und einem enormen Presseecho, verzeichnete die Einrichtung ihr bisher erfolgreichstes Jahr. Auch stetige Investitionen und neue Bildungsangebote tragen dazu bei, dass sich das Multimar Wattforum weiterentwickelt und seinen Gästen immer wieder Neues bieten kann. 2019 kam das „Forscherlabor Meeresmüll“ hinzu, für 2022 ist die Eröffnung einer Außenanlage für Otter geplant.<sup>15</sup>

- Zoos und Tierparks zählen – auch deutschlandweit – zu den Dauerbrennern bei den Gästen. In Schleswig-Holstein konnten sie nach einigen schwächeren Jahren sowohl 2018 als auch 2019 wieder punkten. Im Fünfjahresvergleich verzeichnen sie ein Plus von 8,8 %. In allen Bundesländern tragen Investitionen in neue, vor allem artgerechtere Gehege, in Gastronomie sowie Veranstaltungen während der Nebensaison, zum Beispiel Weihnachtsmärkte und Lichterzauber, dazu bei, dass den Gästen stets Neues geboten werden kann, was diese wiederum zu Wiederholungsbesuchen animiert.
- Die Besucherzahlen der Erlebnisbäder und Thermen zeigten sich in den letzten Jahren wenig dynamisch und bewegten sich stets um den Wert aus dem Jahr 2014. 2019 lagen sie sogar leicht darunter (-0,3 %). Auch in den anderen betrachteten Bundesländern/Regionen war diese Kategorie nicht sonderlich dynamisch. Allerdings wurde und wird in viele Bäder zwischen Nord- und Ostsee kräftig investiert, so dass in Kürze Erfolge bei den Einzeleinrichtungen ablesbar sein dürften.

<sup>14</sup> [www.freilichtmuseum-sh.de](http://www.freilichtmuseum-sh.de)

<sup>15</sup> [www.multimar-wattforum.de](http://www.multimar-wattforum.de)



### Investitionen in die Bäderlandschaft

- Die Holsten-Therme erweitert ihr Angebot mit einem separaten Anbau und verdoppelt dadurch ihre Wasser- und Aufenthaltsfläche. Der Erweiterungsbau „Paradiesinsel“ soll 2022 fertiggestellt werden und hat ein Investitionsvolumen von 7,8 Millionen Euro.<sup>16</sup>
- Die Sylter Welle hat seit 2019 ein neues Eingangsportal aus Lichtbeton. Bei Dunkelheit strahlt der hinterleuchtete Beton und setzt das Eingangsportal eindrucksvoll in Szene.<sup>17</sup>
- 2019 wurde die Erweiterung des Subtropischen Badeparadieses Weißenhäuser Strand eröffnet. Es bietet viele zusätzliche Attraktionen, unter anderem Deutschlands größte Wasserspiellandschaft „Aqua World“.<sup>18</sup>

- Der leichte Rückgang (-0,7 Prozent) bei Museen/Ausstellungen ist nicht überzubewerten. In Schleswig-Holstein haben die Museen und Ausstellungen in den letzten Jahren gut mitgehalten und konnten ihre Besucherzahlen zwischenzeitlich über das Niveau von 2014 steigern. Nur durch Impulse wie Jubiläen und Themenjahre schaffen es Einrichtungen in dieser Kategorie derzeit, zumindest kurzfristig mehr Besucher für ihre Angebote zu begeistern. Allerdings verpuffen die Effekte meist ziemlich schnell, so dass in den Folgejahren wieder deutlich weniger Besucher gezählt werden. Insofern gilt es, solche Effekte möglichst längerfristig nutzbar zu machen und rechtzeitig Konzepte für die Zeit nach dem Highlight zu entwickeln. Sonderausstellungen waren und sind in diesem Zusammenhang häufig der Schlüssel zum Erfolg.
- Die Anbieter von Stadtführungen in Schleswig-Holstein hatten es in den letzten Jahren nicht leicht, neue Teilnehmer für ihre Angebote zu begeistern. Das Top-Ergebnis des Jahres 2014 konnten sie in den Folgejahren nicht mehr erreichen. 2019 hatten sie ganze 4,0 % weniger Teilnehmer. Auch in anderen Bundesländern und Regionen sah es ähnlich aus. Hier spielten zudem die Witterungsbedingungen eine Rolle – sowohl verregnete Sommer als auch Hitzerekorde haben den Anbietern zugesetzt. Insofern sind sie angehalten, mit innovativen Ideen wie Themen- und Kostümführungen, Audioguide-Führungen und Apps das Interesse der Besucher in der Stadt, aber auch der einheimischen Bevölkerung wachzuhalten.

### Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft: Weiterer Anstieg des Preisniveaus

Das Sparkassen-Tourismusbarometer untersuchte erstmals 2009 und seit 2014<sup>19</sup> regelmäßig und vergleichbar die Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft. Ziel ist es, die unterschiedlichen Preisstrukturen in den einzelnen Kategorien zu ermitteln und Zusammenhänge zwischen Preisentwicklung beziehungsweise -dimension auf der einen sowie Besucherentwicklung und Investitionsverhalten auf der anderen Seite zu prüfen.<sup>20</sup> Seit 2014 hat es bei allen Angebotsgruppen eine Preissteigerung gegeben. Anfang 2020 lagen die Durchschnittspreise der betrachteten Freizeiteinrichtungen rund 19 % höher als 2014 (Anstieg von 6,90 Euro auf 8,20 Euro).

<sup>16</sup> [www.holstentherme.de](http://www.holstentherme.de)

<sup>17</sup> [www.sylterwelle.de](http://www.sylterwelle.de)

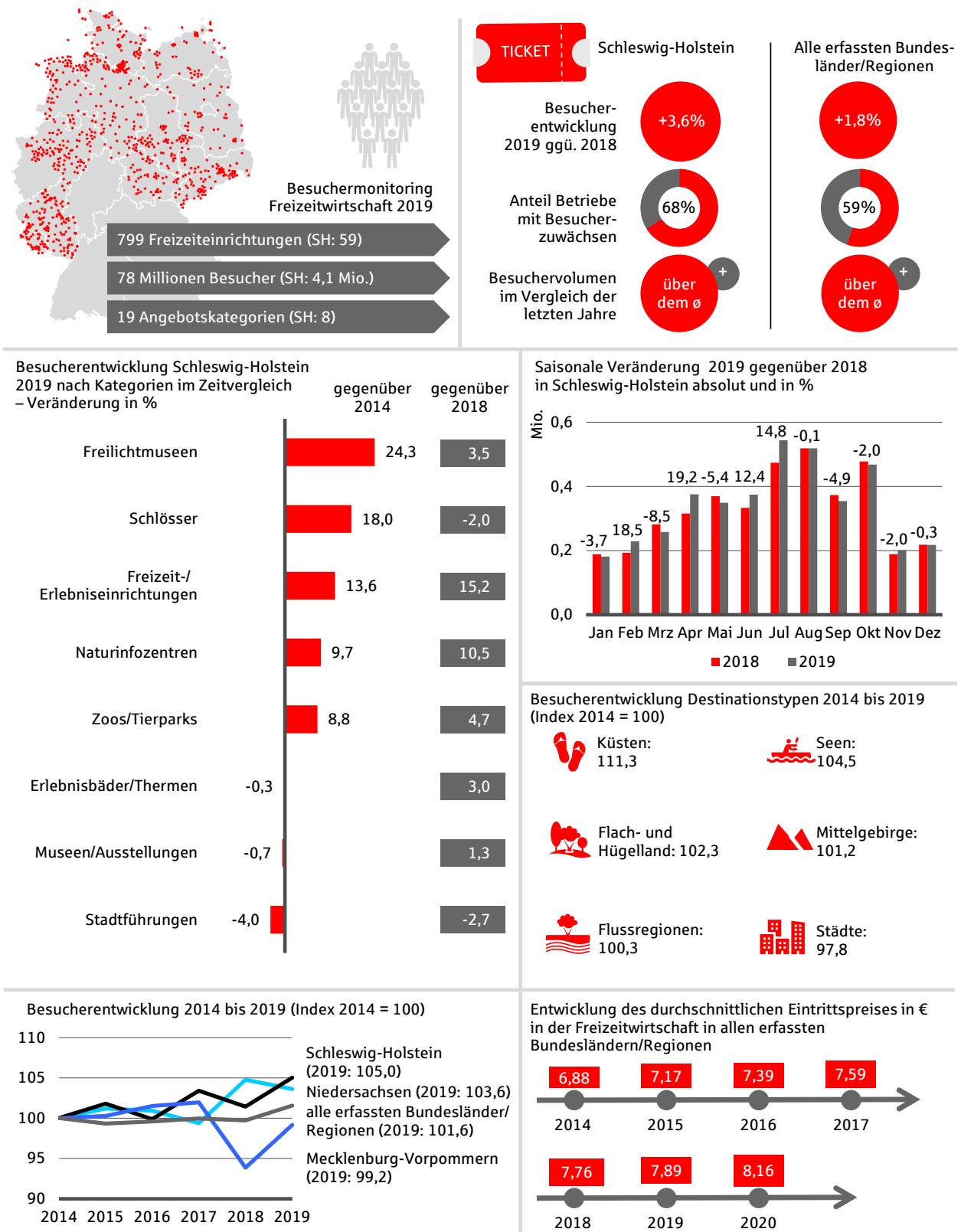
<sup>18</sup> [www.weissenhaeuserstrand.de](http://www.weissenhaeuserstrand.de)

<sup>19</sup> In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2014 bis 2019 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.

<sup>20</sup> 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 Saunaaufenthalt in die Analyse ein. Der Preis für eine kombinierte Berg- und Talfahrt bildete die Basis bei den Bergbahnen.



Abb. 12: Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein im Überblick



Quelle: dwif 2019



- Die Durchschnittspreise in allen betrachteten Bundesländern/Regionen sind auch im vergangenen Jahr um rund 30 Cent gestiegen. Das entspricht einer Teuerungsrate von 3,5 %, was mehr ist als in den Vorjahren und deutlich über der Inflationsrate von 1,7 Prozent<sup>21</sup> liegt. Geht dies mit einer entsprechenden Qualitätssteigerung einher und wird von den Besuchern akzeptiert, ist dies ein positiver Trend, weil dadurch die Wirtschaftlichkeit der Einrichtungen und damit ihr Spielraum für künftige Investitionen steigt.
- Die größten Preisanstiege sind 2020 bei den Landschaftsattraktionen (+12,1 %), bei den Burgen und Schlössern (+7,0 %) sowie bei Theatern und Musicals (+6,0 %) zu verzeichnen.
- In den schleswig-holsteinischen Freizeiteinrichtungen stiegen die Preise im vergangenen Jahr leicht unterdurchschnittlich um 3,0 %. Am auffälligsten ist der Preisanstieg bei den Schlössern (+6,5 %) und den Stadtführungen (+6,2 %). Diese beiden Kategorien gehören allerdings auch zu jenen, in denen die Preise seit 2014 am stärksten angezogen haben (Stadtführungen: +27,2 %, Schlösser: +26,9 %). Den größten Preisanstieg gab es jedoch bei den Zoos/Tierparks; hier sind die Tickets seit 2014 fast um ein Drittel teurer geworden (+31,2 %).
- Generell gilt: Entscheidend für die Akzeptanz von Preissteigerungen bei den Besuchern ist eine spürbare Qualitätssteigerung.

### Die beliebtesten Erlebnisse und Aktivitäten in Schleswig-Holstein aus Gästesicht

Längst werden nicht mehr nur Beherbergungsbetriebe in den Portalen bewertet, sondern auch einzelne Freizeiteinrichtungen und Sehenswürdigkeiten, Restaurants und Bars ebenso wie ganze Destinationen.

Mit TripAdvisor<sup>22</sup> steht den Gästen eine weltweit agierende Bewertungsplattform zur Verfügung, auf der individuelle Erfahrungsberichte nationaler und internationaler Gäste zu Unterkünften, Gastronomiebetrieben und Freizeitaktivitäten abrufbar sind und worüber – jenseits der klassischen Tourismuswerbung von Destinationen und Orten – auf Ziele aufmerksam gemacht wird. Hier beurteilen die Gäste einer Destination, was dort wirklich sehenswert ist. Sowohl die Anzahl der Bewertungen als auch die Vergabe von Sternen (maximal 5) vermitteln einen ersten Eindruck davon, was Schleswig-Holsteins Gäste empfehlen. Das zweite Jahr in Folge wurden die Ergebnisse für Freizeitaktivitäten ausgewertet. Die Entwicklung gibt einen ersten Hinweis darauf, welche Angebote 2019 bei den Gästen besonders beliebt waren. Hier die Ergebnisse (Stand: Mai 2020) im Überblick:

- Bei der Anzahl der Bewertungen liegen mit der Altstadt Lübeck (2.002 Bewertungen), dem Holstentor (1.348 Bewertungen) und der Marienkirche (725 Bewertungen) drei Angebote aus Lübeck ganz vorn. Knapp dahinter kommt das Seebad Travemünde (722 Bewertungen).
- Die Anzahl der Bewertungen der betrachteten Angebote ist durchschnittlich um etwas mehr als 10 % gestiegen. Die größten Anstiege verzeichneten das Rathaus Lübeck (+17,3 %), das McArthurGlen Designer Outlet in Neumünster (+17,2 %) und das Europäische Hansemuseum (+16,2 %). Die Bewertungsdynamik hat jedoch gegenüber dem Vorjahr etwas nachgelassen. Hauptverantwortlich dafür sind sicherlich die Einschränkungen durch die Corona-Pandemie ab März 2020.
- Im Ranking nach Sternen führen weiterhin Einrichtungen mit hohem Erlebnischarakter wie Escape Games, Hochseilgärten und Trampolinhallen sowie Naturattraktionen, beispielsweise der Amrummer Strand und die Helgoländer Kegelrobben.

<sup>21</sup> www.destatis.de, Januar 2020 vs. Januar 2019

<sup>22</sup> www.tripadvisor.de



### Instagram in der Freizeitwirtschaft

Der Social-Media-Hype ebnet den Weg für eine neue Art von Museum, die in Angeboten wie Madame Tussauds ihren Ursprung hat. Weltweit ebenso wie in Deutschland entstehen derzeit Instagram-Museen, in denen Besucher Selfies vor unterschiedlichen, echt wirkenden Kulissen machen können. Diese Museen werden teilweise auch nur temporär errichtet. So gab beziehungsweise gibt es Instagram-Museen zum Beispiel in Köln, Düsseldorf und im hessischen Michelstadt. Auch Anbieter von Stadtführungen haben den Trend erkannt: Die Erlebnis Bremerhaven GmbH beispielsweise bietet seit 2017 erfolgreich Instawalks an; auf diesen können besondere, sonst nicht zugängliche Attraktionen entdeckt werden.<sup>23</sup>

Abb. 13: Ranking der Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein auf TripAdvisor



Quelle: dwif 2020, www.tripadvisor.de (Stand: Mai 2020)

<sup>23</sup> [www.bremerhaven.de/instawalk](http://www.bremerhaven.de/instawalk)



# Wirtschaftliche Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe

## Vorschau auf 2020: Das Hotel- und Gaststättengewerbe in Zeiten der Corona-Pandemie

Das Hotel- und Gaststättengewerbe leidet massiv unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie. Bereits bis Anfang März 2020 betrug der Umsatzeinbruch bei den teilnehmenden Unternehmen einer DEHOGA-Blitzumfrage zufolge durchschnittlich 31 %; Neubuchungen waren um 38 % rückläufig. Ein Blick auf die einzelnen Bundesländer zeigt, dass städtetouristische Destinationen stärker betroffen waren als klassische Sommerurlaubsländer, obgleich die Totalausfälle über Ostern auch hier tiefe Spuren hinterlassen haben. Laut DEHOGA fielen die Rückgänge beim Umsatz (-20 %) und bei den Neubuchungen (-33 %) in Schleswig-Holstein etwas geringer aus als im Bundesdurchschnitt.<sup>24</sup> >> Abb. 14

Tatsächlich sank der reale Umsatz laut Statistischem Bundesamt im deutschen Hotel- und Gaststättengewerbe im April um mehr als drei Viertel gegenüber dem Vorjahresmonat. Die Beherbergungsbetriebe waren mit 89 % stärker betroffen als Gastronomiebetriebe mit etwa 69 %. Für Juni rechneten die Betriebe trotz der Lockerungen mit Einbußen von durchschnittlich 61 %.<sup>25</sup> Hinzu kam laut STR-Global ein Minus von rund 22 Euro bei den deutschlandweiten Zimmerpreisen im April. Seit Mai halten sie sich konstant bei 95 bis 96 Euro und bleiben damit unter dem Niveau von 2019. In Schleswig-Holstein hingegen liegen die Preise seit Mai rund zehn bis 32 Euro über dem Vorjahreswert.

## Corona-Krise: Extremer Stresstest für das Hotel- und Gaststättengewerbe

Die aktuelle Umfrage des DEHOGA Bundesverbandes zeigt zwar, dass Umsatzverluste und Kurzarbeit zurückgehen, dennoch befürchtet der Verband eine Pleitewelle im Herbst. Denn: Nahezu 60 % der befragten Betriebe bangen um ihre Existenz. Im ersten Halbjahr 2020 lagen die Umsatzverluste bundesweit bei durchschnittlich rund 60 %, für das Gesamtjahr rechnen die gastgewerblichen Betriebe mit einem Minus von gut 50 %. Nach derzeitigem Stand sind die Betriebe in Schleswig-Holstein davon weniger stark betroffen. Einen Grund für die Erwartungen mit Blick auf das Gesamtjahr 2020 sieht der DEHOGA in den coronabedingten Abstandsregeln, die die Kapazität im Durchschnitt um 42 % reduzieren.<sup>26</sup>

Bereits Ende April hatte der Präsident des Sparkassen- und Giroverbandes für Schleswig-Holstein, Reinhard Boll, auf die Schlüsselstellung des Gastgewerbes hingewiesen und auf eine möglichst zeitnahe Wiedereröffnung der Betriebe unter den erforderlichen Abstands- und Hygieneregeln gedrängt. Hintergrund ist die Gefahr einer größeren Insolvenzwellen, wenn zu lange keine Umsätze erzielt werden können. Die Sparkassen unterstützen hier zum Beispiel mit individuellen Liquiditätsplänen, Tilgungsaussetzungen und Beratungen zu Hilfen aus dem Mittelstandssicherungsfonds.

## TrustYou entwickelt Indikator zur Belegungsrate in Corona-Zeiten

Als Reaktion auf die Corona-Krise hat TrustYou mit dem Travel Health Index (THI) einen neuen Key Performance Indicator (KPI) geschaffen. Dieser vergleicht auf internationalem Niveau die Zahl der veröffentlichten Bewertungen in 2020 mit denen des Vorjahreszeitraums als Indikator für die Hotelbelegungsrate. Jede Woche veröffentlicht TrustYou die aktuellen Zahlen. Zum Redaktionsschluss (Anfang September 2020) hat sich der THI für Deutschland bei 65 eingependelt. Das bedeutet, dass der Anteil der Bewertungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 35 % zurückgegangen ist.<sup>27</sup>

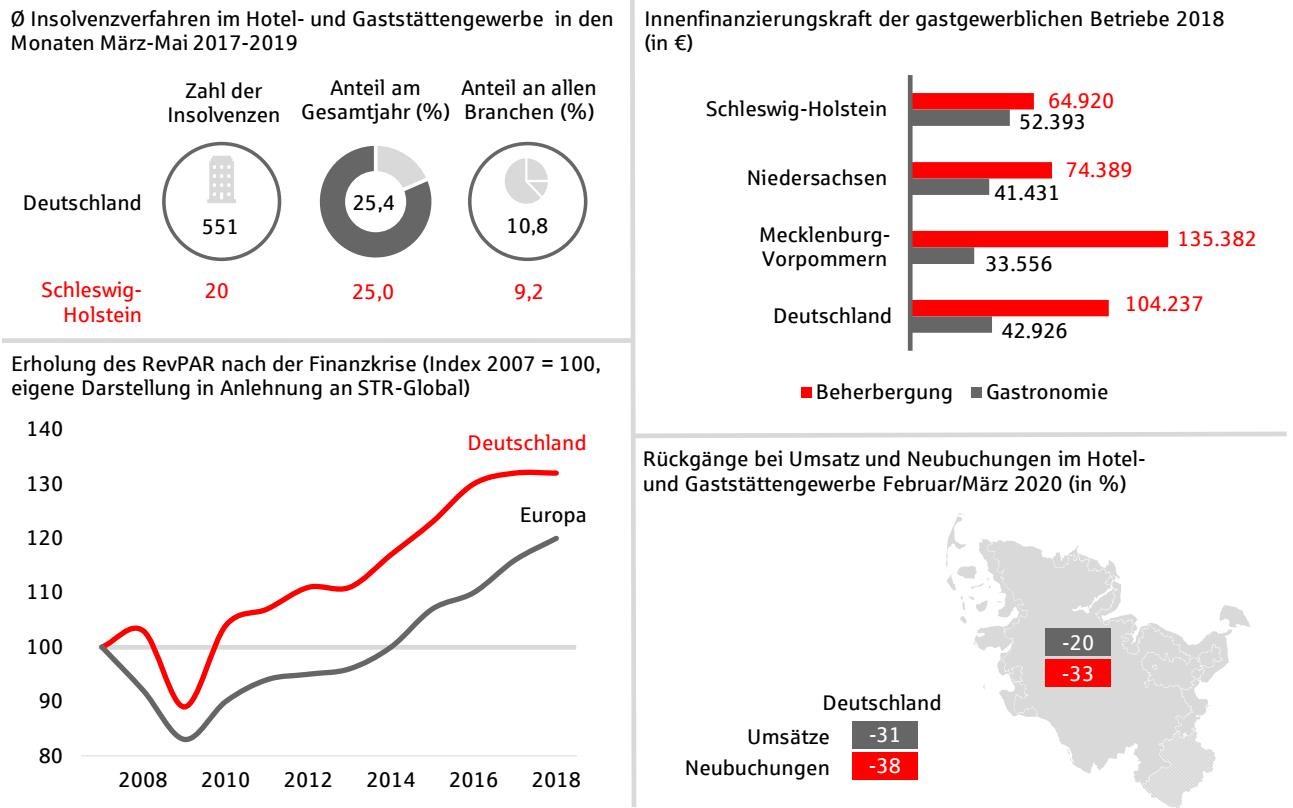
<sup>24</sup> DEHOGA-Blitzumfrage, März 2020

<sup>25</sup> DEHOGA, Pressemitteilung vom 19. Juni 2020

<sup>26</sup> DEHOGA, Pressemitteilung vom 11. August 2020

<sup>27</sup> www.trustyou.com

Abb. 14 Ausgewählte Kennzahlen für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein mit Blick auf die Corona-Krise



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt, DEHOGA-Blitzumfrage März 2020, STR COVID-19 hotel performance update Webinar vom 2. April 2020

Hinsichtlich der einzelnen Segmente im Hotel- und Gaststättengewerbe zeigt sich in Schleswig-Holstein ebenso wie im Rest von Deutschland, dass Gastronomiebetriebe sehr viel häufiger von Insolvenzen betroffen sind als Betriebe der Beherbergungsbranche. Insofern sind Restaurants und Cafés auch stärker gefährdet, wenn Umsätze ausbleiben. Allerdings konnte die Gastronomie trotz der Restriktionen während des Lockdowns zumindest noch Umsätze mit Außer-Haus-Verkauf erzielen.

**Existenzbedrohung trotz Soforthilfen: Hohe Fixkosten und geringe Liquidität**

Wegen der vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein kaum über die Reserven, um eine derartige Krise monatelang durchzustehen. Zwar sind die dortigen Beherbergungsbetriebe mit einer Eigenkapitalquote von knapp 17 % im Median um einiges besser aufgestellt als vergleichbare bundesdeutsche Betriebe. Doch die dramatischen Umsatzeinbußen treffen die Branche auch deshalb so hart, weil deren Fixkosten besonders hoch sind. Personal- und Mietaufwandsquoten von etwa 35 % (Beherbergung) bis knapp 41 % (Gastronomie) gefährden nicht nur in Schleswig-Holstein die Liquidität. Die verhältnismäßig niedrigen Cash-Flow-Raten (Innenfinanzierungskraft) von rund 16 % in den Beherbergungs- beziehungsweise von gut 17 % in den Gastronomiebetrieben machen deutlich, dass den Betrieben generell kaum Mittel für notwendige Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen zur Verfügung stehen. Das geht aus den EBIL-Daten der Sparkassen-Kreditnehmer hervor.





Auch ein Blick in die Umsatzsteuerstatistik bestätigt dieses Bild: Etwa 86 % der gastgewerblichen Betriebe verzeichnen einen Jahresumsatz von weniger als 500.000 Euro, vier von zehn erwirtschaften sogar weniger als 100.000 Euro Umsatz jährlich. Während den Betrieben bundesweit zwischen 43.000 Euro und 104.000 Euro des Umsatzes als Innenfinanzierungsmittel zur Verfügung stehen, ist die Situation in Schleswig-Holstein auf jeden Fall schwierig – insbesondere für die Beherbergungsbetriebe: Mit einem Cash-Flow von rund 65.000 Euro haben die Betreiber von Beherbergungsbetrieben vergleichsweise wenig Spielraum, um auf die Krise zu reagieren. Investitionsquoten von lediglich etwa 1 % sind die Folge. Die aktuellen Entwicklungen lassen befürchten, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf weiteres zurückstellen werden, zumal der dynamische Verschuldungsgrad häufig die Kapitalaufnahme erschwert. Das bedeutet konkret, dass Hotelleriebetriebe in Schleswig-Holstein rein rechnerisch nahezu vier Jahre benötigen, um die Effektivverschuldung aus eigener Kraft zu tilgen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die unterschiedlichen Soforthilfen von Bund und Land daher absolut notwendig, so beispielsweise die staatliche Übernahme von Personalkosten und Pachten.

### Was bedeutet das für die Betriebe?

Um abzuschätzen, wie schnell sich das deutsche Hotel- und Gaststättengewerbe nach der Krise regenerieren könnte, hilft ein Blick in die Vergangenheit und ins Ausland. Nach der Finanzkrise 2009 dauerte es knapp zwei Jahre, bis sich der RevPAR (Erlös pro verfügbarem Zimmer) in deutschen Beherbergungsbetrieben wieder erholte. In China hatten zwei Monate nach dem Corona-Lockdown wieder rund 80 % der Hotels geöffnet, was unter anderem dem Inlandstourismus zu verdanken war.<sup>28</sup> Der Recovery-Check #3 des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes rechnet in einem realistischen Szenario damit, dass nach Lockerung der Restriktionen bis März 2021 in der Tourismusbranche wieder 60 % im Binnentourismus und bis Oktober 2021 40 % im internationalen Tourismus des Umsatzes von 2019 und bei einer weiteren Belebung des Geschäfts bis Juni 2021 im Binnentourismus 80 % und im internationalen Tourismus bis März 2023 70 % erzielt werden könnten.<sup>29</sup>

### Folgende Websites geben touristischen Betrieben Hilfestellungen:

**Kurzarbeitergeld:** [www.arbeitsagentur.de/news/corona-virus-informationen-fuer-unternehmen-zum-kurzarbeitergeld](http://www.arbeitsagentur.de/news/corona-virus-informationen-fuer-unternehmen-zum-kurzarbeitergeld)

**Sparkassen-Finanzgruppe mit einer Checkliste zum Krisenmanagement für Unternehmen:** [www.sparkasse.de/aktuelles/coronavirus-krisenmanagement-firmenkunden.html](http://www.sparkasse.de/aktuelles/coronavirus-krisenmanagement-firmenkunden.html)

**Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH) mit Anträgen für Überbrückungs- und Eigenkapital-Hilfe:** [www.ib-sh.de](http://www.ib-sh.de)

Der **Tourismusverband Schleswig-Holstein** liefert aktuelle Informationen rund Landesverordnung, Erlass und Quarantäne-Verordnung: [www.tvsh.de/infothek/coronavirus](http://www.tvsh.de/infothek/coronavirus)

**KfW-Sonderprogramme** (u. a. Investitionen und Betriebsmittel) für kleine und mittlere Unternehmen sowie für mittelständische und große Unternehmen mit hoher Risikoübernahme: [www.kfw.de](http://www.kfw.de)

**Aktuelle Übersicht über die Hilfspakete der Bundesländer:** [corona-navigator.de](http://corona-navigator.de).

**Überblick über die Soforthilfen von Bund und Land sowie Hinweise auf Liquiditätshilfen, Kurzarbeitergeld und Steuern:** [www.deutschertourismusverband.de/service/coronavirus/hilfsangebote.html](http://www.deutschertourismusverband.de/service/coronavirus/hilfsangebote.html)

**Ausbildungsprämie, zu beantragen bei der zuständigen Agentur für Arbeit:** [www.bmbf.de/de/das-sollten-kmu-jetzt-wissen-11839.html](http://www.bmbf.de/de/das-sollten-kmu-jetzt-wissen-11839.html)

<sup>28</sup> STR COVID-19 hotel performance update, Webinar vom 02. April 2020

<sup>29</sup> Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2020



## Konjunktur- und Marktbewertung

Noch im Januar rechnete die Bundesregierung mit einem allgemeinen Wirtschaftswachstum. Nachdem das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2019 um 0,6 % gestiegen war, lagen die Prognosen für 2020 bei einem Plus von 1,0 %.<sup>30</sup> Den neuesten Erwartungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) zufolge ist für 2020 mit einem Einbruch des deutschen BIPs von 7,0 % zu rechnen.<sup>31</sup> Bereits im ersten Quartal 2020 ging die Wirtschaftsleistung um 2,2 % gegenüber dem vierten Quartal 2019 zurück.<sup>32</sup> Im zweiten Quartal 2020 waren es -10,1 % gegenüber dem Vorquartal.<sup>33</sup> Wie gravierend der Einschnitt tatsächlich ausfallen wird, hängt auch davon ab, wie schnell sich Produktion und Konsum deutschland- und weltweit wieder beleben werden und ob es zu einem zweiten Lockdown kommt. Nachholeffekte werden nur für bestimmte Branchen einsetzen, zu denen das Hotel- und Gaststättengewerbe nicht zählt. Erst für 2021 wird nach aktuellem Stand wieder mit einem deutlichen Wirtschaftswachstum gerechnet.

## Deutsche Wirtschaft steht unter Schock

Die Corona-Krise hat massive Auswirkungen auf das Geschäfts- und Konsumklima: Der ifo-Geschäftsklimaindex stürzte im April 2020 auf 74,3 Punkte. Das ist der niedrigste Wert, der jemals gemessen wurde. Zum Redaktionsschluss des Tourismusbarometers lag der Index bei 92,6 Punkten (Stand: August 2020). Auch der Verbraucherstimmung versetzte die Corona-Krise einen Dämpfer: Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostizierte für das Konsumklima im September 2020 einen Wert von -1,8 Punkten.<sup>34</sup> Schon im April 2020 lag er mit +2,3 Punkten lediglich 0,1 Punkte besser als während der Wirtschaftskrise. Die Einbußen betreffen Konjunktur- und Einkommenserwartung genauso wie die Konsumneigung der Deutschen. Verglichen mit dem historischen Tief aus dem Mai dieses Jahres (-23,4 Punkte) zeigt sich jedoch eine deutliche Verbesserung.<sup>35</sup>

Kaum jemand hätte sich bis vor kurzem vorstellen können, dass eine virusbedingte Krise Umsatzeinbußen solchen Ausmaßes nach sich ziehen und die Existenz vieler Betriebe gefährden könnte. Bis dahin war der Fachkräftemangel aus Sicht der Befragten die größte Herausforderung. Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, zu denen nun die Corona-Krise beziehungsweise die dadurch ausgelösten Reiseverbote und Betriebs-schließungen gehören, schätzten im Herbst 2019 nur gut 35 % der Befragten in Schleswig-Holstein als besonders risikobehaftet ein. >> Abb. 15

## Positive Signale aus der Vor-Corona-Zeit: Steigende Umsätze dank steigender Preise

In Schleswig-Holstein sind die Umsätze 2019 nicht nur nominal, sondern auch real, also preisbereinigt gestiegen. Mit plus 3,1 beziehungsweise 0,7 % liegen die Werte auf einem Niveau mit dem bundesweiten Trend. Die Wachstumstreiber sind die Beherbergungsbetriebe (real +1,1 %), die sich auch im Vergleich zum Vorjahr (-0,9 %) am deutlichsten verbesserten. Gegenüber den Nachbarbundesländern positioniert sich Schleswig-Holstein im Mittelfeld: Mecklenburg-Vorpommern verzeichnete überdurchschnittlich hohe prozentuale Umsatzsteigerungen, während Niedersachsen aufgrund schlechter Performance der Hotel- und Gaststättengewerbebetriebe (-1,1 Prozent) sinkende reale Umsätze verbuchen musste.

Dennoch steigt auch in Schleswig-Holstein seit 2017 die Zahl der eröffneten Insolvenzverfahren im Hotel- und Gaststättengewerbe wieder an. 2019 waren es 82 und damit drei Betriebe mehr als im Vorjahr. Diese kommen alle aus der Beherbergung, in der Gastronomie stagnierte die Zahl. Aus den Gewerbean- und -abmeldungen geht ebenfalls eine sinkende Anzahl an gastgewerblichen Betrieben hervor. Zwischen 2014 und 2019 waren zwar sowohl An- als auch Abmeldungen rückläufig, mit gut 1.800 wurden jedoch rund 50 Betriebe mehr ab- als angemeldet. Rund 63 % der Anmeldungen sind Neugründungen (2018: 61,1%). Der Anteil der Übernahmen

<sup>30</sup> Destatis, Pressemitteilung vom 15. Januar 2020

<sup>31</sup> IWF 2020

<sup>32</sup> Destatis, Pressemitteilung vom 15. Mai 2020

<sup>33</sup> Destatis, Pressemitteilung vom 30. Juli 2020

<sup>34</sup> GfK, Pressemitteilung vom 28. August 2020

<sup>35</sup> GfK, Pressemitteilung vom 26. März 2020



und Eigentümerwechsel blieb damit weitgehend konstant, während die Anzahl der Neugründungen in der Gastronomie gestiegen und in der Beherbergung nahezu konstant geblieben ist.

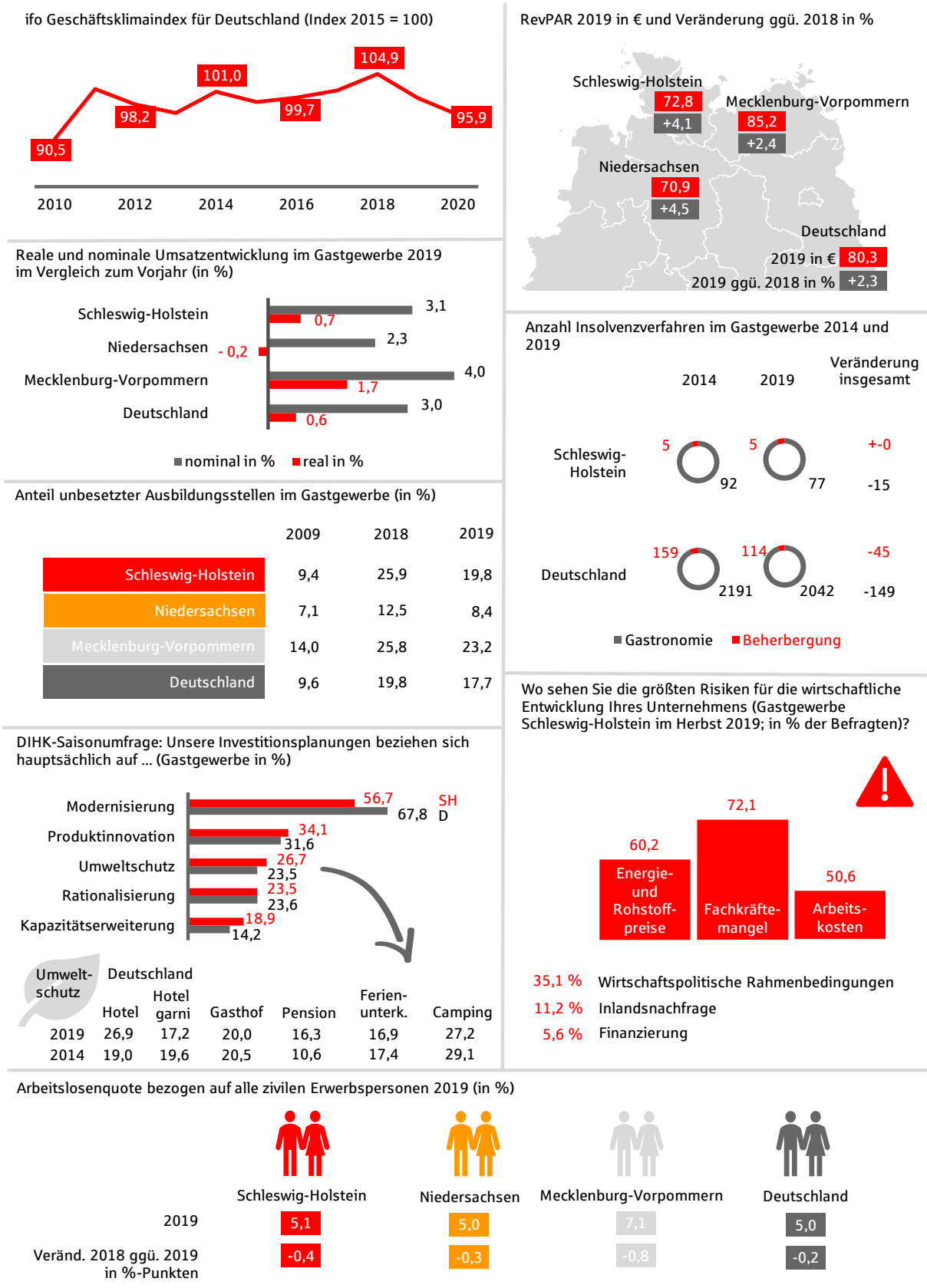
Die positive Umsatzentwicklung ist auch auf die Preisdynamik der Betriebe zurückzuführen. Zimmerpreis, Auslastung und Ertrag (RevPAR) veränderten sich zumindest geringfügig. Die Daten des Marktforschungsunternehmens STR-Global, die dazu ausgewertet wurden, konzentrieren sich auf die städtische Kettenhotellerie. Diese Betriebe gelten hinsichtlich ihrer Entwicklung als Frühindikatoren, da sie in der Regel als erste auf Marktveränderungen reagieren, sie sind aber keinesfalls repräsentativ für die Gesamtbranche, weshalb Widersprüche zu den statistischen Umsatzdaten entstehen können.

- Der Zimmerpreis ist in Schleswig-Holstein seit 2014 kontinuierlich gestiegen und überschritt 2019 erstmals knapp die 100-Euro-Marke. Damit holt das Land zwischen den Meeren zwar weiter auf, bleibt aber rund 6 Euro (Niedersachsen) beziehungsweise 21 Euro (Mecklenburg-Vorpommern) günstiger als die direkte Konkurrenz. Auch deutschlandweit lag der durchschnittliche Zimmerpreis 2019 mit 111 Euro deutlich höher.
- Die Auslastung hingegen verringert sich geringfügig auf etwa 71 %. Auch hier bleibt Schleswig-Holstein hinter dem Bundeswert zurück. Verglichen mit Mecklenburg-Vorpommern (69,1 %) und Niedersachsen (65,6 %) ist die Auslastung jedoch etwas besser.
- Dank der immer noch passablen Auslastung erzielen die Betriebe in Schleswig-Holstein einen verhältnismäßig guten Zimmerertrag von immerhin 72,80 Euro und liegen damit vor der niedersächsischen Konkurrenz. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Wachstum von etwa 4 %. Dennoch beträgt der Nettoerlös in Deutschland durchschnittlich gut 80 Euro pro Zimmer, in Mecklenburg-Vorpommern sogar gut 85 Euro. >> Abb. 15

Der Blick in die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes bestätigt die überwiegend positive Bilanz. Allerdings liegen die Daten stets zeitverzögert vor; aktuell stammen sie aus dem Jahr 2018. Dennoch bilden diese Zahlen die tatsächlich angefallenen „besteuerbaren“ Umsätze ab und lassen daher belastbare Aussagen für die Zeit vor der Corona-Krise zu.

- Im Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein blieb die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen mittelfristig (2013-2018) nahezu konstant (+0,4 %). Gastronomie und Beherbergung entwickelten sich jedoch gegensätzlich: Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe stieg um etwa 6 % (+140 Betriebe), die der Gastronomiebetriebe sank um fast 2 % (-110 Betriebe). Die Umsatzsteigerung pro verbliebenem Betrieb betrug zwischen rund 18 % (Beherbergung) und 30 % (Gastronomie). Die am Markt verbleibenden Unternehmen werden also immer leistungsfähiger und sind dadurch auch besser für Krisenzeiten gerüstet.
- Der steuerbare Umsatz im Hotel- und Gaststättengewerbe ist ähnlich stark gestiegen. Hatte er 2013 noch 2,3 Milliarden Euro betragen, so lag er 2018 bei knapp 3 Milliarden Euro – ein Plus von fast 27 %. Im Vergleich zu 2017 bedeutet das, dass der Umsatz eines Gastronomiebetriebes im Schnitt um gut 16.000 Euro gestiegen ist und der eines Beherbergungsbetriebes um knapp 18.000 Euro.

Abb. 15: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt, DIHK-Saisonumfrage Herbst 2019, Bundesagentur für Arbeit, STR-Global, ifo Institut



### **Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit: Hotel- und Gaststättengewerbe auf der Verliererseite**

Kurzarbeit und die Zukunft der Arbeitsplätze sind drängende Themen in Krisenzeiten. Die bei der Bundesagentur für Arbeit eingegangenen Anzeigen über Kurzarbeit erreichten ihren Höhepunkt im April: 624.870 eingegangene Anzeigen deutschlandweit, mehr als acht Millionen Betroffene. Gerade einmal gut drei Prozent davon kamen aus Schleswig-Holstein. Der Anteil von Gastronomie und Beherbergung lag zu Beginn der Krise mit 4,5 % in Schleswig-Holstein bzw. 14,1 % bundesweit am höchsten. Mittlerweile ist er in der Beherbergung auf unter ein Prozent gesunken, in der Gastronomie hält er sich seit Mai bei ungefähr sechs Prozent. Die Gründe dafür gehen aus den betriebswirtschaftlichen Kennzahlen hervor. Dank des umfassenden Hilfspakets der Bundesregierung und der Länder war es so möglich, Entlassungen zu vermeiden und die Zeit mit Kurzarbeit zu überbrücken. Das heißt, die Unternehmen konnten ihre Mitarbeiter über einen gewissen Krisenzeitraum hinweg halten. So sparen sie die Kosten für Personalgewinnung und -einarbeitung nach der Krise und können schneller wieder ihre Produkte und Dienstleistungen auf dem gewohnt hohen Niveau anbieten.

Laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit hat die Corona-Pandemie die Arbeitslosigkeit bis Juli um etwa 635.000 Personen erhöht. Die saisonbereinigte Arbeitslosenquote betrug zuletzt 6,4 Prozent. Zwischen April und Juli sind 35.000 Beschäftigte aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe arbeitslos geworden – so viele wie in keiner anderen Branche im selben Zeitraum.

### **Kurzfristig mehr Beschäftigte, weniger unbesetzte Ausbildungsstellen im Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein**

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbe hat 2019 nur um gut 400 zugenommen, 2018 war es noch ein Plus von fast 1.500 Beschäftigten. Der Anstieg bei den geringfügig entlohnt Beschäftigten hingegen lag mit knapp 170 gegenüber dem Vorjahr etwas niedriger als 2018 (rund 150). Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Branche bleibt unverändert. So lag der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbe an allen Branchen seit 2017 konstant bei 4,4 %, deutschlandweit bei 3,3 %.

Kurzfristiges Aufatmen, was den Nachwuchs anbelangt: Nachdem 2018 eine von vier Ausbildungsstellen im Hotel- und Gaststättengewerbe nicht besetzt werden konnte, ist der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen 2019 auf knapp unter 20 % gefallen. Lediglich fünf andere Bundesländer – darunter Mecklenburg-Vorpommern – hatten noch höhere Quoten, der Durchschnitt hingegen lag zuletzt bei 17,7 Prozent. Im Laufe der vergangenen zehn Jahre ist der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen im schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbe um mehr als 10 Prozentpunkte gestiegen. Verglichen mit allen anderen Branchen zeigt sich einmal mehr die schwierige Stellung des Hotel- und Gaststättengewerbes: Hier blieben mehr als doppelt so viele Ausbildungsstellen frei. >> Abb. 15





### Neben der Corona-Pandemie: Welche Themen beschäftigen das Hotel- und Gaststättengewerbe?

- Nachhaltigkeit: Im Hotel- und Gaststättengewerbe wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger. Hier steht häufig die ökologische Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Das zeigen auch die Ergebnisse der DIHK-Saisonumfrage. In Umweltschutz wird häufig jedoch erst dann investiert, wenn neben Modernisierungen und Produktinnovation noch genügend finanzieller Spielraum bleibt. Müssen Betriebe hingegen um ihr Überleben kämpfen, wird Nachhaltigkeit zur Nebensache. Grundsätzlich aber haben all jene grünen Investitionen eine besonders große Chance, die zu Kosteneinsparungen führen. Das kann ein Stromanbieterwechsel sein, genauso wie die Kooperation mit einem regionalen Lieferanten.  
>> Abb. 15
- Digitalisierung: Dass digitale Prozesse auch vor dem Hotel- und Gaststättengewerbe nicht haltmachen, ist eine Selbstverständlichkeit. Aber wird sich die Corona-Krise zum Beispiel mittelfristig auch auf das Tagungsverhalten auswirken? Videokonferenzsysteme werden vermutlich stärker zum Einsatz kommen und somit kleinere Vor-Ort-Seminare, -Workshops etc. ersetzen. Das hätte insbesondere für das Geschäftsreisensegment weitreichende Folgen.

### Einschätzungen zu den aktuellen politischen Entscheidungen – Mehrwertsteuersenkung und Kurzarbeitergeld

Gesenkter Mehrwertsteuersatz für Speisen seit dem 1. Juli 2020: 5 % bis Jahresende; danach 7 % bis 30. Juni 2021

- Einschätzung: Bereits vor der Corona-Krise wurden die Forderungen nach einer Ausdehnung der Mehrwertsteuersenkung auf die Gastronomie lauter. Man erhofft sich dadurch ähnlich positive Effekte, wie sie 2010 im Rahmen der Mehrwertsteuersenkung in der Hotellerie zu beobachten waren, wozu etwa die Anhebung der Gehälter und gesteigerte Investitionen zählten. Die durch die Senkung freiwerdenden Gelder können eine zusätzliche Hilfe im Kampf gegen die Auswirkungen der Krise sein, wobei die tatsächliche Wirkung dieser Hilfsmaßnahme erst zeitverzögert zu beobachten sein wird. Doch solange Einschränkungen aufrechterhalten bleiben, werden die Effekte vermutlich weitgehend verpuffen. Auch nach dem Neustart dürfte einige Zeit vergehen, bis sich vergleichbare Effekte wie bei der Mehrwertsteuersenkung in der Hotellerie einstellen, da viele Betriebe erst mal noch mit den „Aufräumarbeiten“ beschäftigt sein werden. Vielfach werden die gewonnenen Mittel in die betriebliche Existenzsicherung fließen.

Erhöhung des Kurzarbeitergeldes ab dem vierten Monat auf 70 und 77 % und ab dem siebten Monat auf 80 und 87 %, Voraussetzung: Mindestens 50 % der regulären Arbeitszeit entfällt.

- Einschätzung: Dieser Beschluss ist für die Arbeitnehmer in der Tourismusindustrie, insbesondere im Hotel- und Gaststättengewerbe, enorm hilfreich, da die Bruttolöhne vergleichsweise gering sind. Das liegt unter anderem daran, dass beispielsweise Trinkgelder und Zuschläge (Nacht-, Sonn- und Feiertagszuschläge etc.) bei der Bemessung des Kurzarbeitergeldes nicht berücksichtigt werden. Fraglich ist, ob die verbesserte Regelung für Berufe, die von Trinkgeldern und Zuschlägen abhängen, tatsächlich ausreicht. In diesem Zusammenhang sind auch die Sicherstellung der erforderlichen personellen Kapazitäten und eine digitale Abwicklung der neuen Kurzarbeiterregelung bei der Bundesagentur für Arbeit relevant.



## Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen

### 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 Sparkassen-Tourismusbarometer aufbereitet sowie anonym, regionalisiert und typisiert ausgewiesen. In die folgenden Zeitreihenanalysen sind die Bilanzdaten von jährlich rund 7.800 Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben eingeflossen.<sup>36</sup> Aufgrund der zeitverzögerten Erfassung stammen die aktuellen Daten aus dem Jahr 2018.<sup>37</sup> Als Bezugsgröße gilt der Median oder auch Zentralwert.

### Abwärtstrend bei Cash-Flow und Umsatzrendite hält an

Die EBIL-Daten des Jahres 2018, von Corona unberührt, ermöglichen eine Orientierung im Hinblick auf die Ausgangssituation der Betriebe in Schleswig-Holstein. Nachdem bereits 2017 Rückgänge bei der Umsatzrendite zu verzeichnen gewesen waren, gingen die Zahlen 2018 noch einmal deutlich zurück. Insbesondere die Beherbergungsbetriebe verloren so stark, dass die Gewinnmarge 2018 im Median nur noch 10,2 % betrug gegenüber 16,2 % in den beiden Vorjahren. Die Gastronomiebetriebe verzeichneten einen Rückgang von 3,1 Prozentpunkten auf gut 11 %. Im Vergleich mit Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern fällt diese Negativentwicklung besonders auf, denn in beiden Nachbarländern konnte das Hotel- und Gaststättengewerbe sowohl kurz- als auch langfristig steigende Gewinnmargen vorweisen. Gegenüber dem Bundesgebiet wiederum stand das Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein rund einen Prozentpunkt besser da; allerdings waren die Einbußen gegenüber dem Vorjahr bundesweit deutlich niedriger: - 0,5 Prozentpunkte. >> Abb. 16

Die Innenfinanzierungskraft der Unternehmen, abgebildet in der Cash-Flow-Rate, entwickelt sich ähnlich: Auch hier ging es seit dem Hoch 2016 wieder bergab. Zwar konnten die Gastronomiebetriebe ihre Innenfinanzierungskraft nahezu halten (-0,1 Prozentpunkte gegenüber 2017), die Beherbergungsbetriebe verloren jedoch deutlich und hatten 2018 einen Cash-Flow von nur 15,6 %. Verglichen mit Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern ist Schleswig-Holstein zwar das Schlusslicht im Hinblick auf die kurzfristige Entwicklung seit 2017, doch mit einer Innenfinanzierungskraft von 16,3 % im Hotel- und Gaststättengewerbe verfügten die Betriebe im „echten Norden“ immer noch über einen größeren wirtschaftlichen Handlungsspielraum als ihre Kollegen in Niedersachsen (15,3 %) und bundesweit (14,3 %). >> Abb. 16

### Personalkosten und Miete nur leicht gestiegen

Kurzfristig stiegen die Aufwendungen für Personal im schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbe, gemessen anteilig am Umsatz, nur leicht (+0,6 Prozentpunkte). Langfristig (im Zehnjahresvergleich) ist der Anstieg – wie in allen anderen Bundesländern auch – höher und mit einem Plus von knapp 7 Prozentpunkten auf Bundesniveau. Trotzdem lag die Personalaufwandsquote 2018 im schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbe (31,1 %) unter der von Deutschland insgesamt und auch niedriger als bei den beiden Nachbarn. Die Beherbergungsbetriebe konnten ihre Aufwendungen im Personalbereich sogar unter die 30%-Marke senken. Sinkende Personalkosten sind allerdings nicht zwangsläufig positiv zu bewerten, sondern können auch ein Zeichen für fehlende Investitionen in Servicequalität und/oder Mitarbeiterbindung sein.

Die Mietaufwendungen stiegen im Hotel- und Gaststättengewerbe minimal und lagen 2018 bei rund 6 % des Umsatzes. In Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern und Deutschland stiegen sie stärker, und zwar in der kurz- wie auch in der langfristigen Betrachtung. Gegenüber dem Vorjahr sind die Mietaufwendungen in schleswig-holsteinischen Gastronomiebetrieben im Median sogar leicht gesunken. Kurzfristig verringerten sich auch

<sup>36</sup> Durchschnitt der jährlichen Bilanzen der vollständigen Jahre von 2008 bis 2017

<sup>37</sup> Für das Jahr, auf das sich die aktuellen Daten beziehen, ist der Datensatz noch nicht vollständig, da laufend weitere Jahresabschlüsse eintreffen. Der Erfassungsgrad liegt bei 58 Prozent; damit sind fundierte Aussagen möglich.

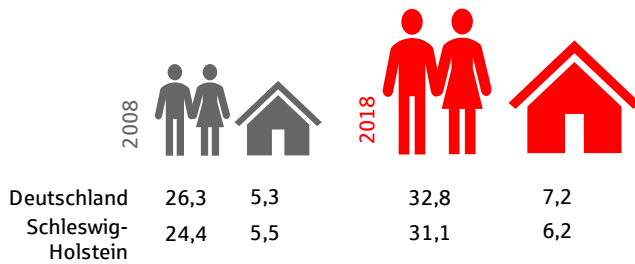
die Kosten für Zinsaufwendungen sowohl in den Beherbergungs- als auch in den Gastronomiebetrieben um 0,2 Prozentpunkte. Dies hat einerseits zu einer Senkung der laufenden Kosten für die Betriebe geführt. Andererseits können längerfristig sinkende Zinsaufwendungen auch auf auslaufende Kredite und somit auf eine rückläufige Investitionstätigkeit hindeuten. >> Abb. 16

**Getrübte Investitionslaune trotz solider Eigenkapitalquoten**

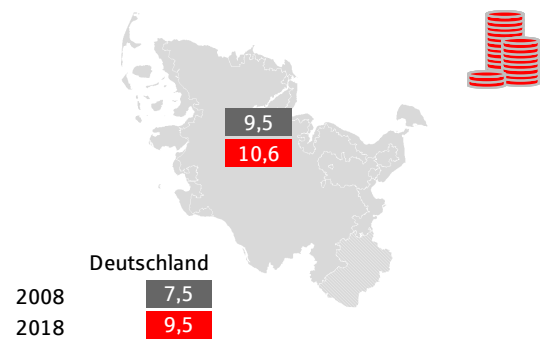
Die Investitionsquote im Hotel- und Gaststättengewerbe zwischen den Meeren erreichte mit 1,0 % ein Langzeit Tief. Die Gastronomen verloren dabei deutlich stärker, was aber auch an der verhältnismäßig hohen Quote von 2017 (1,6 %) liegt. Die Beherbergungsbetriebe hingegen setzten ihren allmählichen Sinkflug seit 2014 fort und investierten 2018 (anteilig vom Umsatz) so wenig wie seit Jahren nicht mehr. Damit ist die Investitionsquote im Hotel- und Gaststättengewerbe in Schleswig-Holstein 0,7 Prozentpunkte niedriger als in Deutschland insgesamt und 1,2 bzw. 1,1 Prozentpunkte niedriger als in Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. >> Abb. 16

Abb. 16: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des Hotel- und Gaststättengewerbes in Schleswig-Holstein

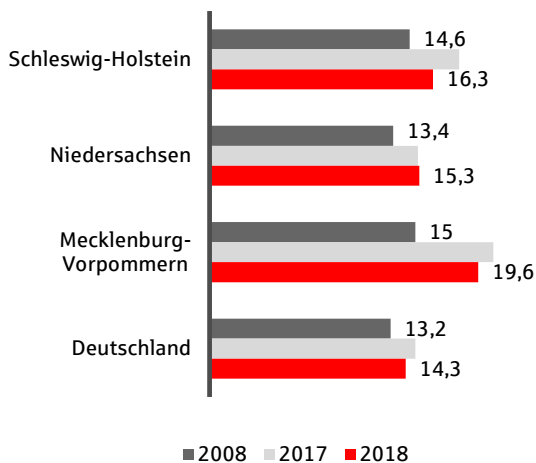
Personal- und Mietaufwandsquote im Gastgewerbe 2008 und 2018 (in %)



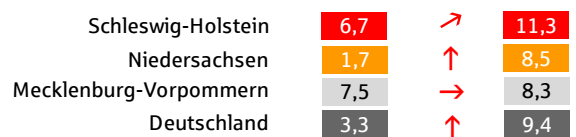
Umsatzrendite im Gastgewerbe 2008 und 2018 (in %)



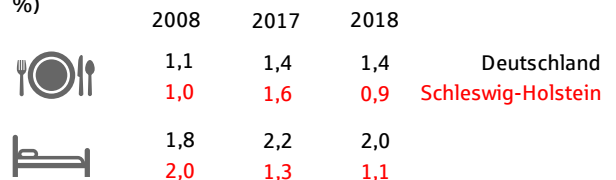
Cash-Flow-Rate im Gastgewerbe 2008, 2013 und 2018 (in %)



Eigenkapitalquote im Gastgewerbe 2013 und 2018 (in %)



Investitionsquote im Gastgewerbe 2008, 2017 und 2018 (in %)



Quelle: dwif 2020, Daten: DSV 2020 (Sonderauswertung EBIL)

Die Eigenkapitalquote bietet zumindest für die Beherbergungsbetriebe Schleswig-Holsteins verhältnismäßig gute Voraussetzungen für Investitionen. Trotz eines Rückgangs im Vergleich zum Vorjahr lag sie noch bei knapp 17 % und damit deutlich höher als in Mecklenburg-Vorpommern (3,0 %) und etwas höher als in Niedersachsen (16,2 %). Bei den Gastronomiebetrieben ist sie zwar ebenfalls gestiegen, bleibt mit unter 3 % jedoch viel zu gering für eine schnellere Schuldentilgung oder mehr Investitionen. Auch die Position der Betriebe mit Blick auf mögliche Kredite bleibt problematisch. Im Bund-Ländervergleich steht das Hotel- und Gaststättengewerbe Schleswig-Holsteins dennoch an der Spitze. >> Abb. 16



## Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus

Inwiefern wird sich die Corona-Krise auch auf die Qualität im Tourismus auswirken? Sind Qualitätsinitiativen in Anbetracht der aktuellen Situation obsolet oder notwendiger denn je? Eine konsequente Qualitätsstrategie ist nach wie vor ein entscheidender Erfolgsfaktor im touristischen Wettbewerb. Derzeit ist nicht abzusehen, dass sich an den Qualitätsansprüchen der Gäste etwas ändert. Investitionen in die Qualität der Hardware und Verbesserungen der Serviceleistung sind somit weiterhin eine wichtige Basis für zufriedene Gäste und somit für eine bessere Auslastung, größere Preisspielräume und eine höhere Wertschöpfung für den eigenen Betrieb. Die gängigen Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme können mit Blick auf das Qualitätsbewusstsein von Betreiber und Team, aber auch bei der Qualitätssteigerung im Betrieb eine wichtige Unterstützung sein. Generell ist festzustellen: Wo Tourismusorganisationen ein aktives Qualitätsmanagement ausüben, lassen sich mehr Betriebe klassifizieren beziehungsweise zertifizieren. Die folgende Analyse spiegelt somit die angebotsseitige Qualitätsanalyse wider. Die nachfrageseitige Perspektive wird ab Seite 56 beleuchtet und somit das Gesamtbild ergänzt.

### Qualität als wichtiges Handlungsfeld in der nationalen Tourismusstrategie

Im April 2019 hat das Bundeskabinett die Eckpunkte für die neue nationale Tourismusstrategie beschlossen. Diese umfasst drei übergeordnete politische Ziele: Sie soll die inländische Wertschöpfung erhöhen, die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig steigern und einen Beitrag zur internationalen Stabilität leisten. Dabei steht das Streben nach einem Qualitätstourismus im Fokus. Die Ziele sind mit verschiedenen Handlungsfeldern untersetzt, zu denen die Bundesregierung in einem Dialogprozess einen Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen erarbeitet.<sup>38</sup>

### Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme

Für die Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben gibt es in Deutschland, je nach Betriebstyp, unterschiedliche Systeme: Die Deutsche Hotelklassifizierung sowie die G-Klassifizierung von Pensionen und Gasthöfen führt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) durch; und 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.

### **Wieder mehr Hotelsterne für Schleswig-Holstein, aber die Marktabdeckung bleibt gering.**

Seit 2015 verzichtete mehr als jedes zehnte Hotel auf seine Sterneklassifizierung. In Schleswig-Holstein waren es nur knapp 2 %, vor allem, weil nach Rückgängen in den zwei Vorjahren 2019 wieder mehr Auszeichnungen hinzukamen (+40 Teilnehmer in allen Regionen), insbesondere an der Ostsee (+17) und im Binnenland (Übriges SH: +15). Umfangreiche Sensibilisierungsmaßnahmen, aber auch die Investitionsoffensiven in den Urlaubsorten an den Küsten und in den Städten scheinen sich auszuzahlen.

<sup>38</sup> [www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismusstrategie.html](http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismusstrategie.html)



Allerdings lässt die Marktabdeckung weiterhin Luft nach oben. 2019 hat sie sich zwar ebenfalls flächendeckend verbessert, liegt aber noch immer weit unter dem Bundesniveau von knapp 40 %. Spitzenreiter im Land zwischen den Meeren ist die Ostsee, denn hier trägt etwa ein Drittel der Hotelbetriebe DEHOGA-Sterne. Landesweit aber liegt der Anteil der klassifizierten Betriebe an allen Hotels und Hotels garnis nach wie vor deutlich unter 30 %, weshalb Schleswig-Holstein im Ländervergleich den letzten Platz einnimmt.

Revival der Mittelklasse: Waren in den vergangenen Jahren vor allem 4- und 5-Sternehäuser hinzugekommen, ließen sich mit der neuen Zertifizierungswelle nun auch wieder mehr Hotels eine 3-Sterne-Plakette neben den Eingang hängen. Der Anteil des Luxussegmentes ist damit erstmals seit Jahren wieder leicht zurückgegangen, liegt aber mit fast 37 % noch immer rund 2 Prozentpunkte über dem Deutschlandwert. Führend bleibt weiterhin die Nordsee, wo trotz rückläufiger Entwicklung weiterhin mehr als die Hälfte der zertifizierten Betriebe mit 4 oder 5 Sternen ausgezeichnet sind. Deutschlandweit liegt die Region damit auf Platz 10.

### **Rückläufiger Trend bei den Zertifizierungen im Ferienwohnungsmarkt setzt sich fort, nur das Luxussegment wächst.**

Die Zahl der DTV-klassifizierten Ferienwohnungen und -häuser ist seit 2015 deutschlandweit um ein gutes Fünftel gesunken. Besonders gravierend fielen die Rückgänge in Bayern und Baden-Württemberg, aber auch in Niedersachsen aus. Hier gab rund ein Viertel der DTV-Teilnehmer seine Auszeichnungen wieder ab. Im Vergleich dazu kam Schleswig-Holstein glimpflich davon: Fast 900 Objekte weniger bedeutet einen Verlust von rund 10 %. Dadurch ist der Marktanteil in Deutschland gestiegen: Mittlereile vereint Schleswig-Holstein mehr als 17 % aller DTV-zertifizierten Ferienunterkünfte auf sich – Platz 2 hinter Bayern, das trotz der massiven Rückgänge immer noch bei etwa 30 % liegt.

Hingegen hat der Anteil der Objekte mit 4 bis 5 Sternen in diesem Segment weiter zugenommen; mit fast 60 % liegt er auch deutlich über dem Wert in der Hotellerie. Zum Vergleich: Fünf Jahre zuvor waren es nur knapp 48 %. Besonders stark ausgeprägt ist das Luxussegment an der Nordsee, wo mittlerweile mehr als zwei Drittel der dortigen Ferienwohnungen zu den hochdekorierten Objekten zählen. Von den Küstenregionen hat Vorpommern einen höheren Anteil an Luxusobjekten (über 70 %). Im Umkehrschluss bedeutet das: Insbesondere für die „Mittelklasse“ lohnt sich der Zertifizierungsaufwand offenbar immer weniger, weil die Kosten höher sind als der empfundene Nutzen. In Anbetracht der aktuellen Situation infolge der Corona-Krise wird es im laufenden Jahr sehr wahrscheinlich zu einer weiteren Austrittswelle kommen, da sich viele Betriebe eine Verlängerung ihrer Zertifizierung vorerst nicht (mehr) leisten können oder wollen.

### **Themenlabel**

Eine Vielzahl an Gütesiegeln legt die Standards für unterschiedliche Themenfelder fest. Diese orientieren sich in der Regel an bestimmten (Mindest-)Kriterien zur Ausstattung eines Betriebes und werden von verschiedenen Branchenverbänden, beispielsweise dem Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC), vergeben. Seit diesem Jahr nimmt zudem das Thema Nachhaltigkeit einen wichtigen Stellenwert im Sparkassen-Tourismusbarometer ein.





### Fokus Nachhaltigkeit: Neue Label im Sparkassen-Tourismusbarometer

Nachhaltigkeit ist längst ein touristisches Dauerthema. Daher werden im Sparkassen-Tourismusbarometer ab sofort zwei neue Umweltsiegel in das Monitoring aufgenommen:

- Der DEHOGA-Umweltcheck richtet sich an gastgewerbliche Betriebe und wird in drei Auszeichnungsstufen (Gold, Silber und Bronze) vergeben. Der Kriterienkatalog umfasst vier Bereiche: Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Abfallaufkommen/Restmüll und Lebensmittel (regional, fair gehandelt, Bio etc.). Für jede Kategorie sind differenzierte Werte festgelegt.<sup>39</sup>
- Das Nachhaltigkeitszertifikat GreenSign unterstützt Hotels bei der Positionierung als nachhaltiger Betrieb. Anders als beim DEHOGA-Umweltcheck kommen neben ökologischen auch ökonomische und soziale Aspekte zum Tragen. Die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung erfolgt anhand eines fünfstufigen Systems (GreenSign Level 1 bis GreenSign Level 5). Die Grundlage dieser Zertifizierung bilden sieben Kernbereiche für nachhaltiges Wirtschaften: Management und Kommunikation, Umwelt (Energie, Wasser und Abfall), Einkauf, Regionalität, Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Verantwortung.<sup>40</sup>

### **Das Rad- und das Barrierefrei-Label verlieren in Schleswig-Holstein an Boden.**

Die etablierten Zertifizierungsinitiativen für den Rad- und Wandertourismus melden seit Jahren sinkende Teilnehmerzahlen – und kaum eine Region in Deutschland bleibt davon verschont. So ist die für das Radreiseland Schleswig-Holstein so wichtige Bett+Bike-Community in den vergangenen fünf Jahren um ein Zehntel geschrumpft, obgleich 2019 nun erstmals ein leichter Aufschwung zu spüren war: In allen Regionen entschieden sich wieder mehr Betriebe für die Auszeichnung als radfahrerfreundliche Unterkunft, allen voran im Binnenland und an der Ostsee, wo ohnehin die meisten Teilnehmer am Bett+Bike-Programm zu finden sind. Das Übrige Schleswig-Holstein hat sich sogar mittlerweile zur dritt wichtigsten Radfahrerregion in Deutschland gemauert: 135 Unterkünfte tragen hier das ADFC-Zertifikat, nur getoppt vom Nördlichen Baden-Württemberg und von der Lüneburger Heide.

Die Initiative „Reisen für Alle“, die barrierefreie Angebote im Tourismus auszeichnet, verliert in Schleswig-Holstein einmal mehr an Boden, während sie anderswo in Deutschland seit Jahren auf Erfolgskurs ist. Bundesweit haben sich die Teilnehmerzahlen seit 2016 verdreifacht. Eine besondere Dynamik entfachten Bayern, das mit mehr als 460 zertifizierten Betrieben mittlerweile die Nummer 1 in Deutschland ist, aber auch das Nachbarland Niedersachsen. In Schleswig-Holstein hingegen sank die Zahl der Anbieter mit dem Barrierefrei-Siegel in den vergangenen fünf Jahren von 27 auf nur noch 2 Betriebe an der Ostsee. Generell zeigt sich, dass jene Länder Fortschritte bei diesem Label machen, die den Zertifizierungsprozess strategisch verankert haben und proaktiv in die Akquise gehen.

### **Geprüfte Nachhaltigkeit auf Betriebsebene: Umweltzertifizierungen noch wenig verbreitet**

Beim Thema Nachhaltigkeit ist auf betrieblicher Ebene ebenfalls Luft nach oben. Bislang konnten die einschlägigen Zertifizierungssysteme in Schleswig-Holstein kaum Fuß fassen. Dreimal wurde das GreenSign-Zertifikat vergeben, vier Betriebe haben den DEHOGA-Umweltcheck erfolgreich absolviert. Dabei ist es gerade für das Urlaubsland Schleswig-Holstein mit seinem Fokus auf Nachhaltigkeit zentral, (weitere) Partner auf Betriebsebene für das Thema zu begeistern, um es glaubhaft und transparent kommunizieren zu können. Allerdings ist die Teilnehmerquote bei diesen recht jungen Initiativen auch in anderen Regionen Deutschlands kaum höher.

<sup>39</sup> [www.dehoga-umweltcheck.de](http://www.dehoga-umweltcheck.de)

<sup>40</sup> [www.greensign.de](http://www.greensign.de)



Selbst der Spitzenreiter und Nachhaltigkeitspionier Baden-Württemberg zählt lediglich 39 Umweltcheck- und 23 GreenSign-Zertifizierungen.

### Qualitätsinitiativen für die Dienstleistungsbranche Tourismus

Der Fokus der Qualitätsinitiativen liegt auf der Servicequalität touristischer Dienstleistungen. Hier sind vor allem die Initiative ServiceQualität Deutschland sowie die DTV-Zertifizierung für Tourist-Informationen hervorzuheben. An der Initiative ServiceQualität Deutschland können tourismusrelevante Leistungsträger aller Branchen und Tourismusorte teilnehmen. Sie hat einen klar nach innen gerichteten Qualitätsmanagementansatz. Allerdings stand es um das ServiceQ bereits vor dem Corona-bedingten Lockdown nicht zum Besten. Seit 2013 verliert das Qualitätsmanagementsystem in ganz Deutschland an Teilnehmerbetrieben. In Schleswig-Holstein ist die Entwicklung aber besonders dramatisch. Hier sind fast zwei Drittel der einstigen Q-Betriebe weggebrochen. Während sich die Situation an der Nordsee und im Binnenland allmählich zu stabilisieren scheint, hat die Ostsee 2019 noch einmal 10 Teilnehmer verloren. Aktuell tragen im nördlichsten Bundesland nur noch 67 Betriebe das Qualitätszeichen, der Großteil von ihnen (88 Prozent) die Stufe 1. Auf die Stufen 2 und 3 haben es derzeit lediglich 8 Betriebe geschafft.

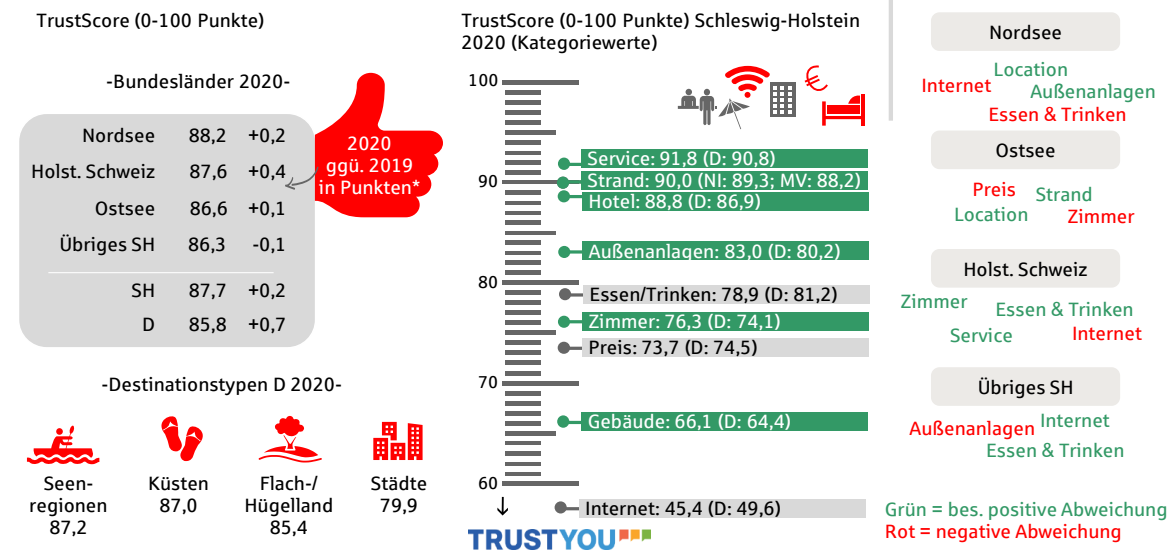
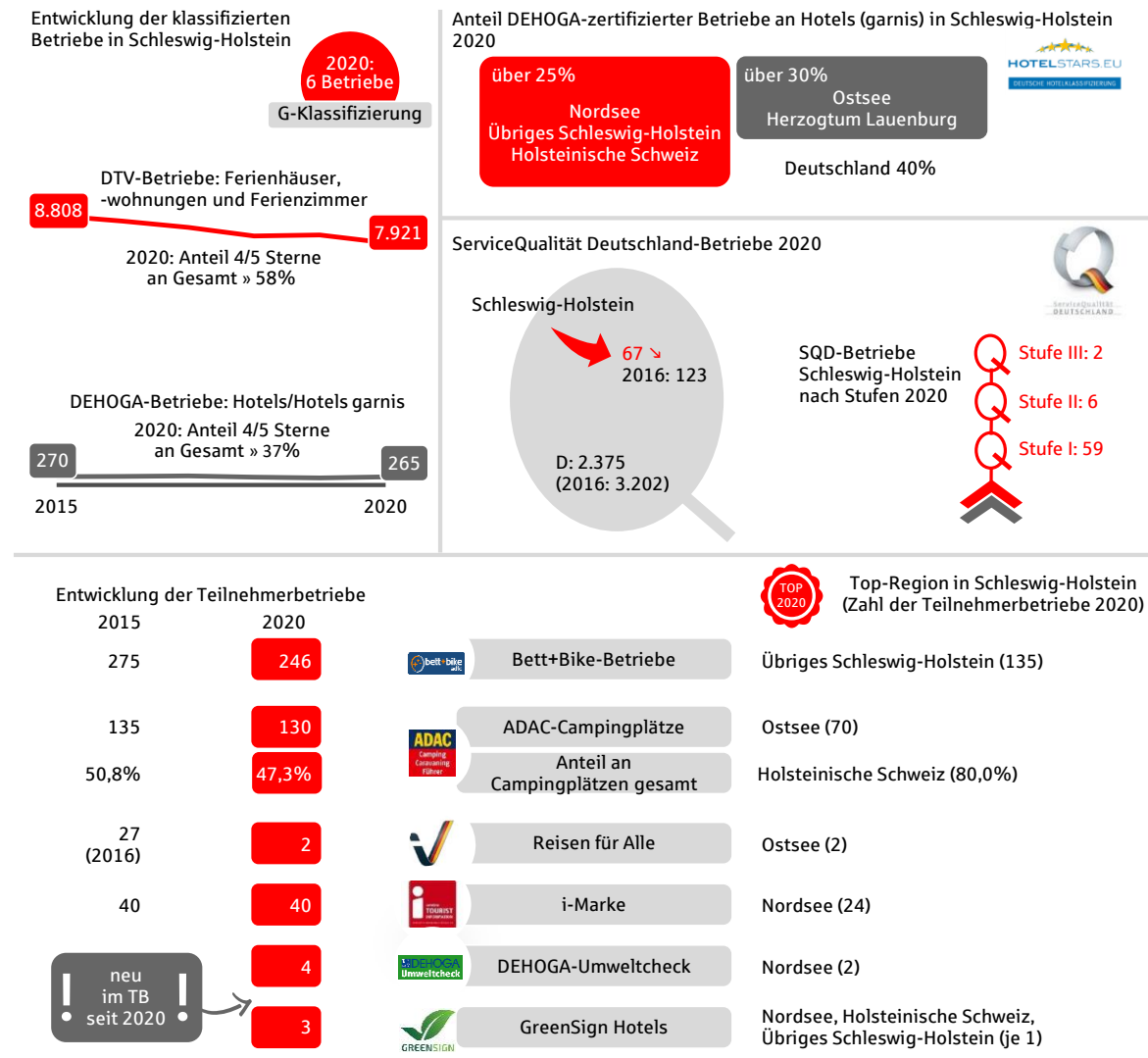
#### ServiceQualität Deutschland mit Neuerungen bei der Zertifizierung

Unter den Schlagworten Vielfältigkeit, Flexibilität und Einfachheit bietet das neue System der Initiative ServiceQualität Deutschland den Betrieben vielfältige Möglichkeiten, ihre Qualität individuell zu entwickeln. So kann der Betrieb je nach Handlungsbedarf frei entscheiden, welche Q-Werkzeuge er nutzen möchte. Auch das Werkzeug TourCert-Check ist neu dabei und soll das innerbetriebliche Nachhaltigkeitsmanagement verbessern.<sup>41</sup>

Anders als bei der ServiceQualitätsinitiative werden bei der i-Marke ausschließlich Tourist-Informationen zertifiziert. Nach vielen Jahren des Zuwachses sind die Teilnehmerzahlen 2019 erstmals leicht zurückgegangen, insbesondere aufgrund der Entwicklung in den neuen Bundesländern. In Schleswig-Holstein liegt die Zahl der zertifizierten Tourist-Informationen auch weiterhin stabil bei 40. Allerdings gab es regionale Verschiebungen: So sind an der Nordsee drei neue i-Marken hinzugekommen. Mit nunmehr 24 ausgezeichneten Informationsstellen konnte die Region ihren Vorsprung im Land ausbauen. Im Binnenland ist die Entwicklung hingegen rückläufig. So verlor die Holsteinische Schweiz 2019 eine Tourist-Information mit rotem „i“, das Übrige Schleswig-Holstein sogar drei. Auch bei dieser Qualitätsinitiative lohnt sich ein Blick zum südlichen Nachbarn, denn Spitzenreiter in Deutschland – und damit auch sinnvolle Messlatte für Schleswig-Holstein – bleibt der Wettbewerber Niedersachsen. Hier findet sich mittlerweile mehr als jede fünfte i-Marke in Deutschland. Von den insgesamt 157 Teilnehmern konzentrieren sich allein 61 an der niedersächsischen Nordseeküste (inklusive Inseln und Ostfriesland). Das sind dreimal so viele wie an der schleswig-holsteinischen Nordsee.

<sup>41</sup> [www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

Abb. 17: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Tourismus in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2020, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V., PiNCAMPIADAC Camping GmbH - ADAC Campingführer 2020, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ServiceQualität Deutschland (SQD) e.V., InfraCert GmbH – GreenSign (Stand: Januar 2020), Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V. – DEHOGA-Umweltcheck (jeweils Stand: Jan 2020), ADFC Sachsen – Bett+Bike (Stand: Feb 2020), TrustYou GmbH\*



## Gästezufriedenheit

Gäste einer Destination oder einer touristischen Einrichtung äußern ihre (Un-)Zufriedenheit in vielfältiger Art und Weise. Sie bilden die nachfrageseitige Qualitätsbewertung ab. Klassische Methoden zur Analyse sind zum Beispiel Gästebefragungen vor Ort während des Aufenthaltes, die insbesondere für eine Destination insgesamt relevant sind. Gleichzeitig spielen im Tourismus zunehmend Bewertungs- und Vergleichsportale eine Rolle, die einen tagesaktuellen Einblick in die Gästesicht mit Fokus auf das Beherbergungsgewerbe bieten. Online-Bewertungen geben den Reisenden Orientierung und sind bei der Reiseentscheidung mittlerweile kaum noch wegzudenken. Im Sparkassen-Tourismusbarometer werden die Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein anhand des TrustScore eingeordnet (siehe folgender Kasten). Zusätzlich zum klassischen Gesamt-Score sind hier auch Aussagen zu einzelnen Kategorien möglich. Denn offene Kommentare und die abgegebenen Bewertungen auf den Portalen sind ein wichtiger Gradmesser für die Qualität des Beherbergungsgewerbes in Schleswig-Holstein und liefern Ansatzpunkte für Qualitätsverbesserungen aus Gästeperspektive.

***Der Schleswig-Holstein-Tourismus behauptet seinen Qualitätsvorsprung, aber die Wettbewerber holen auf.***

### TrustScore – 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 TrustScore 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 TrustScore stellt eine Art Gütesiegel dar: Auf einen Blick wird klar, wie gut oder schlecht ein Betrieb insgesamt bewertet wurde. Der TrustScore bezieht sich jeweils auf die Bewertungen der vergangenen 24 Monate.

### 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 & Trinken verfügbar. Wichtig: Aus dem Durchschnitt der Kategoriewerte ergibt sich nicht direkt der Gesamt-Score.

Die Gästezufriedenheit in Schleswig-Holstein nimmt weiter zu. 2019 hat sich der TrustScore um 0,2 Punkte auf 87,7 Punkte verbessert.<sup>42</sup> Damit stiegen die Zufriedenheitswerte bereits das zweite Jahr in Folge im „echten Norden“ langsamer als im Rest der Bundesrepublik. Dennoch bleibt das Bewertungsniveau im Ländervergleich weit überdurchschnittlich. Schleswig-Holstein liegt hinter Bayern (88,5 Punkte) und Rheinland-Pfalz (87,7 Punkte) auf Rang 3 im Bundesländervergleich. Allerdings ziehen wichtige Wettbewerber langsam nach: Lag Schleswig-Holstein vor zwei Jahren noch 3,3 Punkte vor Niedersachsen und 3,5 Punkte vor Mecklenburg-Vorpommern, so ist der Abstand zu beiden Wettbewerbern auf unter 3 Punkte geschmolzen, was jedoch nach wie vor von einer sehr guten Ausgangssituation zeugt.

Auch in allen schleswig-holsteinischen Destinationen sind die Zufriedenheitswerte weiterhin überdurchschnittlich hoch. Im bundesweiten Destinationsranking liegt die Nordsee mit 88,2 Punkten auf Rang 12, nach Rang 9 im Vorjahr. Die Top-Werte werden derzeit im Alpenvorland erreicht, vom Allgäu bis zum Berchtesgadener Land,

<sup>42</sup> Nach der Empfehlung von TrustYou findet der Vergleich mit dem Vorjahr mit den rückwirkenden Bewertungen der aktuellen Grundgesamtheit statt, so dass es aufgrund eines aktualisierten Vorjahreswertes auch aktualisierte Vorjahresvergleiche gibt.



mit teils über 90 Punkten, Tendenz steigend. Ein aktives Bewertungsmanagement der Betriebe und ein hoher Stammgastanteil begünstigen das erfolgreiche Rankingergebnis.

### **Investitionen in das Ortsbild und die öffentliche Infrastruktur zahlen sich aus.**

Der Blick in die einzelnen Bereiche zeigt: Schleswig-Holstein ist nach wie vor oft vorn dabei:

- Mit mehr als 90 TrustScore-Punkten loben die Gäste vor allem das Umfeld der Unterkünfte. In puncto „Location“ kommt kein anderes Bundesland an den „echten Norden“ heran. Neben den herausragenden naturräumlichen Gegebenheiten scheinen sich die Investitionen in öffentliche Infrastrukturprojekte auszuzahlen. Zudem wird die Strandqualität im Wettbewerbsvergleich besser bewertet. Das Zufriedenheitsniveau an der schleswig-holsteinischen Nord- und Ostsee zeigt mit 89,7 beziehungsweise 92,1 Punkten sehr gute Werte.
- Weit vorn liegt Schleswig-Holstein auch bei der Bewertung der Hotel-Hardware. Hinsichtlich der Hotelqualität insgesamt landet der „echte Norden“ mit rund 88 Punkten auf Platz 3 im Länderranking. 2018 lagen die Hotels allerdings noch auf Platz 1. Während sich die Noten für fast alle Regionen verbessert haben, sank das Bewertungsniveau gerade in der Top-Region Nordsee, das 2020 erstmals unter die 90-Punkte-Marke fiel. Ähnlich verhält es sich mit den einzelnen Hardware-Aspekten vom Zimmer über das Gebäude bis zu den Außenanlagen. Hier positioniert sich Schleswig-Holstein zwar überall im oberen Mittelfeld, allerdings auf einem deutlich niedrigeren absoluten Niveau als bislang. Dabei sind starke regionale Unterschiede erkennbar, und zwar über alle Hardware-Aspekte hinweg: Die besten Bewertungen für Zimmer und Co. erhielten die Betriebe an der Nordsee, etwas schwächer platziert sich das Beherbergungsgewerbe an der Ostsee.

### **Von der Hardware bis zur Servicequalität – top Niveaus, aber mit leicht rückläufigem Trend im Wettbewerb.**

- Die Servicequalität in Schleswig-Holstein wird mit einem TrustScore von 91,8 Punkten weiterhin gut bewertet. Der Trend zeigt jedoch nach unten: Mit einem Minus von fast 2 Punkten gegenüber 2018 rutschte das Land zwischen den Meeren von Platz 1 auf Platz 3 ab. Zudem lag das Zufriedenheitsniveau vor zwei Jahren noch mehr als 3 Punkte über dem Bundesdurchschnitt, zuletzt war es nur noch knapp 1 Punkt. Vor allem an der Nordsee sind die Gäste weniger zufrieden mit dem Service als zuvor, der Durchschnitt aller Bewertungen sank in den vergangenen zwei Jahren von 95,8 auf 92,1 Punkte.
- Die Bewertung der Kulinarik hat in der Gästegunst verloren. So erreichte Schleswig-Holstein im Bereich Essen & Trinken vor wenigen Jahren noch bundesweite Top-Platzierungen. Mittlerweile liegen Rheinland-Pfalz, Bayern und das Nachbarland Niedersachsen auf den ersten Rängen mit einem Vorsprung von bis zu 5 Punkten auf Schleswig-Holstein. Gegenüber 2018 hat Schleswig-Holstein hier am meisten Federn gelassen (-7,3 Punkte). Dabei sind es vor allem die Urlaubsregionen an der Küste, die in kulinarischer Hinsicht Nachholbedarf haben. Nord- und Ostsee landen mit einem Zufriedenheitsniveau von unter 80 Punkten im Destinationsvergleich auf den hinteren Plätzen. Besonders das Thema Preis-Leistung ist hier entscheidend.
- Die Internetqualität bzw. die Ausstattung mit schnellem und kostenfreiem WLAN ist nach wie vor – wie in vielen Destinationen in Deutschland – ein großes Thema. Investitionsbedarf haben vor allem die ländlichen Räume an der Nordsee und in der Holsteinischen Schweiz.

### **Aufgaben im Qualitätsmanagement**

Der Qualitätsvorsprung, den sich der Schleswig-Holstein-Tourismus in den letzten Jahren aufgebaut hat, ist nach wie vor vorhanden. Die Ausgangslage ist damit gut. Allerdings wird aus der Analyse des TrustScore auch deutlich, dass es in der Qualitätsentwicklung immer wieder neuer Impulse bedarf. Für Betriebe und Destinationen ist das Qualitätsmanagement demnach eine zentrale Daueraufgabe, eine Querschnittsaufgabe, die als Verantwortung aller Akteure begriffen und gemanagt werden muss. Zufriedene Gäste zu gewinnen, setzt Kooperation voraus. Aufgrund der Vielzahl der Leistungsträger, die das Reiseerlebnis des Gastes mitbestimmen und beeinflussen, ist die Geschlossenheit der Servicekette von besonderer Bedeutung. Dabei trägt jedes einzelne Glied der Kette, das in die Beurteilung miteinfließt, Verantwortung für die Zufriedenheit des Gastes und gelungene Kundenbindung.





### Qualitäts-Rollenverteilung auf einen Blick

**Gastlichkeitsprofi:** Betriebe müssen sich über die Erwartungen des Gastes im Klaren sein, sich konsequent professionalisieren und mündig entscheiden, welche Qualitätsinstrumente für sie nutzbringend sind. Essenziell sind externe Impulse, um eigene Qualitätsprozesse in Gang zu setzen. Betriebe müssen sich als Teil der Servicekette verstehen und sich stärker dafür öffnen, die Destination bei ihren Bemühungen zu unterstützen, das Gästelerlebnis zu optimieren.

**Prozesscoach und Erlebnisarchitekt:** Vorrangige Aufgabe der Tourismusorganisationen ist es, das Gesamterlebnis des Gastes im Blick zu haben. Sie nehmen weniger die Rolle eines Vermittlers von Klassifizierungen ein, sondern positionieren sich als Prozesscoach für mehr Qualitätsbewusstsein bei den Betrieben und verantworten die Qualität entlang der Servicekette. Ihre Kernkompetenzen im Qualitätsmanagement liegen im Bilden und Ausbauen von Netzwerken sowie im Coaching.

**Nutzenstifter:** Die Qualitätsinitiativen im Deutschland-Tourismus können für Betriebe und Tourismusorganisationen weiterhin wichtige Partner und Richtschnur für die Bedürfnisse der Gäste sein. Die Daseinsberechtigung ist jedoch an den Grad des Nutzens gekoppelt. An einer kritischen Selbstreflexion der eigenen Vertriebsrelevanz führt kein Weg vorbei.

**Wegweiser:** Online-Portale verschaffen Gästen einen Überblick über das vielfältige touristische Angebot und geben Betrieben Hinweise für Leistungsverbesserungen. Die Ergänzung von Gästebewertungen um harte Prüfurteile bedeutet höhere Transparenz und Sicherheit für den Kunden.

Qualitätsinitiativen ermöglichen es den Akteuren, ihr Qualitätsniveau anzuheben, sei es durch Hinweise, was gute Qualität aus Gästesicht ausmacht, oder durch Managementsysteme für die interne Prozessoptimierung.

Auf welcher Ebene Qualitätsoffensiven auch immer erarbeitet werden, erfolgreich werden nur jene, denen es gelingt, den Beteiligten Freude am Gästeglück zu vermitteln. Außerdem sollten sich die Qualitätsbemühungen direkt oder indirekt im Betriebsergebnis niederschlagen. Hier die zehn wesentlichen Faktoren für eine dauerhaft hohe Qualität im Schleswig-Holstein-Tourismus:

- Qualitätsstrategie entwickeln, die alle Dimensionen im Blick hat und alle relevanten Partner beteiligt.
- Mehr Strategiepotezial für das Qualitätsziel erzeugen, um die Erlebnisqualität beim Gast zu erhöhen.
- Unabhängige Qualitätsberater mit Branchen-Know-how und überzeugenden Argumenten engagieren.
- Integrative Ansätze verfolgen, um sich bei der Vielzahl von Initiativen nicht zu „verlaufen“.
- Finanzielle und personelle Ressourcen für einen dauerhaften Prozess bereitstellen.
- Qualifizierte Mitarbeiter binden, die mit Spaß bei der Sache sind.
- Instrumentarium zur Messung der Gäste-, Mitarbeiter- und Bevölkerungszufriedenheit schaffen und einsetzen.
- Kultur des ständigen „Selbsthinterfragens“ zur kontinuierlichen Verbesserung entwickeln.
- Den Mut aufbringen, Überholtes über Bord zu werfen.
- Offen sein, neue Wege mit alten und neuen Partnern zu beschreiten.

Diese zehn Faktoren oder Schritte verweisen auf die Maßgabe: Qualität ist und bleibt der Schlüssel zum langfristigen Erfolg im Tourismus. Es gilt, agil auf Veränderungen wie die Corona-Pandemie zu reagieren. Und es braucht einen ganz entscheidenden Impuls aus der Branche selbst: Begeisterung für das Gastgeben.



## Ausblick auf die weiteren Recovery-Phasen im Schleswig-Holstein-Tourismus

Die bisherige Recovery-Phase im Tourismus zeigt, dass Schleswig-Holstein bislang vergleichsweise gut durch die Krise steuert. Das belegen die im Sparkassen-Tourismusbarometer dargestellten Strukturkennzahlen, die aktuellen Entwicklung und die Perspektiven. Der Schwerpunkt des Schleswig-Holstein-Tourismus liegt im Leisure-Segment und in den Inlandsmärkten. Diese Nachfragestruktur entwickelt sich in Corona-Zeiten zu einer Stärke, die es den Betrieben und Destinationen ermöglicht, besser durch die Krise zu kommen als andere. Zudem kamen die Lockerungen direkt vor der Sommersaison und Ferienzeit genau zum richtigen Zeitpunkt. Die Infektionslage im Herbst 2020, die Ausweisung von Risikogebieten und Reisewarnungen für bestimmte Länder und Regionen im Wochenrhythmus oder die unterschiedlichen Regelungen für Veranstaltungen, Gastronomiebesuche etc. machen aber auch deutlich, wie labil die derzeitige Situation ist und wie wichtig transparente Informationen sind. Sicherheit und eine offene Kommunikation für Gäste und Beschäftigte durch Betriebe, Destinationen und Politik bleiben auf absehbare Zeit entscheidend für einen funktionierenden Tourismus unter Corona-Bedingungen. Die Tourismusbranche steckt weltweit noch mitten in der Corona-Krise.

So erwartet das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes in seinem Recovery-Check #3 im realistischen Szenario, dass die Vitalisierungsphase im Binnentourismus mit Umsätzen in Höhe von 60 % im Vergleich zu 2019 über die Wintersaison hinausgeht. Eine Normalisierung im Frühjahr 2021 könnte für weitere Umsatzsteigerungen sorgen, sodass ab dem 1. Juli 2021 bereits 100 % des Umsatzniveaus von 2019 erreicht werden können. Im internationalen Tourismus bergen globale Einreisebeschränkungen und Reisewarnungen weiterhin eine große Unsicherheit. Im realistischen Falle kann im Herbst 2021 die vollständige Erholung des internationalen Tourismus beginnen. Bis zum Frühjahr 2023 könnten Umsätze in Höhe von 70 % im Vergleich zum Niveau des Jahres 2019 erreicht werden.<sup>43</sup>

Neben den Akutfolgen aus der Corona-Pandemie, die sofort sichtbar waren, bei denen in vielen Segmenten aber eine „relativ“ rasche Erholung eingetreten ist – hierzu zählen zum Beispiel Umsatzverluste, (temporäre) Betriebsschließungen, Kurzarbeit, Freistellungen – gilt es daher, die Perspektive zu erweitern. Langfristfolgen deuten sich bereits an, sind ebenfalls sofort sichtbar, aber werden lange andauern. Hierzu zählen z.B. Auswirkungen auf die MICE-Branche, den Incoming-Tourismus, Gruppenunterkünfte/-reisen oder den Wellness-/Gesundheitstourismus. Die größte Herausforderung werden aber vermutlich die Spätfolgen sein, das bestätigen auch Vertreter der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein. Sie erscheinen und wirken mit zeitlicher Verzögerung. Hierzu zählen Finanzprobleme öffentlicher Haushalte, Investitionsstaus und ein sinkendes Qualitätsniveau der Betriebe, Probleme auf dem Arbeitsmarkt, weniger Ausbildungsplätze oder Betriebsaufgaben. Entscheidungsträger in Politik und Verbänden sind gefordert, sich schon heute auf diese Spätfolgen für die Branche vorzubereiten und geeignete Maßnahmen zu Abfederung der Effekte zu entwickeln.

Die Betriebe sind neben der akuten Liquiditätssicherung gefordert, ihre Geschäftsstrategien zu überprüfen, insbesondere im Segment der Hotellerie. Dies gilt vor allem für Betriebe im Städtetourismus, im Wellnesssegment sowie bei denjenigen, die bislang stark vom Geschäftsreiseturismus abhängig sind. In der Gastronomie müssen sich die Anbieter strategisch auf die Wintersaison vorbereiten, mit entsprechenden Hygienekonzepten und einem gegebenenfalls angepassten Angebotsspektrum. Für Segmente wie die Eventbranche, Tagungs- und Kongresszentren oder die Freizeitwirtschaft müssen das Land und die Kommunen Perspektiven für eine weitere stufenweise Öffnung schaffen.

<sup>43</sup> Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes 2020



In den nächsten Monaten sind auch die Tourismusorganisationen mehr denn je gefordert, potenziellen Gästen zu zeigen, dass ihr Ort und ihre Region auch trotz der eingeschränkten Möglichkeiten durch die Corona-Pandemie eine Reise wert sind. Das sorgt dafür, dass landauf landab Corona-Kommunikationskampagnen initiiert werden und die Tourismusorganisationen ihre Ressourcen sehr stark in das Marketing und die Akquisition von (Neu-)Kunden investieren. Auf der anderen Seite erweitert sich die Aufgabenpalette immer mehr in Richtung Managementaufgaben. Denn was sich schon lange abgezeichnet hat, ist nun durch die Corona-Pandemie endgültig nicht mehr wegzudiskutieren: der notwendige Wandel von der Marketing- hin zu einer Managementorganisation. Fakt ist aber auch, dass man längst noch nicht von einer Nach-Corona-Phase sprechen kann, denn die Gesellschaft, Wirtschaft und Tourismusbranche befinden sich noch mitten in der Pandemie. Es gilt also Lösungen mit Corona zu entwickeln und entsprechende Angebote zu schaffen.

Von der Besucherlenkung bis zu Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit rutschen nun Aufgaben auf der To-Do-Liste nach oben, über die bereits in den letzten Jahren viel diskutiert wurde. Zudem kommen neue Baustellen wie das Hygienemanagement oder die kreative Produktentwicklung hinzu. Hier ist mehr denn je Agilität gefragt. Denn spätestens jetzt gibt es keine Ausreden mehr: Die Krise schafft die Notwendigkeit, aber auch die Chance, agiles Arbeiten ausprobieren zu müssen. Und so offenbart die aktuelle Situation auch, welche Destinationen sich beim „Umbau“ zur DMO der Zukunft schon erfolgreich auf den Weg gemacht haben.

Allerdings befinden sich viele Organisationen aufgrund der anwachsenden Aufgabenpalette in einer Zwickmühle. Denn um beides – Management UND Marketing – gut erfüllen zu können, bräuchten sie gerade jetzt mehr Ressourcen, geraten aber in eine Phase der immer knapperen kommunalen Kassen. Kommunale Aufgaben und Investitionen rund um freiwillige Aufgaben stehen zunehmend auf dem Prüfstand. Wie wichtig die weitere Finanzierung seitens der öffentlichen Hand – der Kommunen und des Landes – ist, zeigen die dargestellte wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und seine positive Wirkung auf die Lebens- und Standortqualität. Die angespannte Situation der Kommunen erfordert daher auch ein neues Aushandeln der Erwartungen an die Tourismusorganisationen sowie die Suche nach neuen Finanzierungsmöglichkeiten. Ein Schulterschluss zwischen kommunalen Entscheidern und Touristikern ist entscheidend. Dabei erhalten auch Kooperationen und Zusammenschlüsse zu wettbewerbsfähigen und zukunftsfähig ausgestatteten Einheiten einen neuen Schub. Hier gilt es, den eingeschlagenen Weg in Schleswig-Holstein gerade jetzt weiter fortzusetzen.



## Quellen

### Literatur

- DEHOGA:** Aktuelle DEHOGA-Umfrage - Das Gastgewerbe kämpft ums Überleben, Pressemitteilung. Berlin, 11.08.2020
- DEHOGA:** Blitzumfrage, März 2020
- DEHOGA:** Dramatische Folgen des Corona-Shutdowns – Umsatz im Hotel- und Gaststättengewerbe bricht im April um fast 76 % ein, Pressemitteilung. Berlin, 19.06.2020
- DESTATIS:** Bruttoinlandsprodukt im 1. Quartal 2020 um 2,2 % niedriger als im Vorquartal, Pressemitteilung. Wiesbaden, 15.05.2020
- DESTATIS:** Bruttoinlandsprodukt im 2. Quartal 2020 um 10,1 % niedriger als im Vorquartal, Pressemitteilung. Wiesbaden, 30.07.2020
- DESTATIS:** Deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2019 um 0,6 % gewachsen, Pressemitteilung. Wiesbaden, 15.01.2020
- GfK Retail und Technology:** Konsumklima durch Coronavirus schwer infiziert, Pressemitteilung. Nürnberg, 26.03.2020
- GfK Retail und Technology:** Konsumklima: Erholung vorerst gestoppt, Pressemitteilung. Nürnberg, 28.08.2020
- Internationaler Währungsfonds (IWF):** World Economic Outlook, Chapter 01.04.2020
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes:** Recovery-Check #3. Salzgitter, 2020
- STR:** COVID-19 hotel performance update, Webinar. April 2020

### Internet:

[www.ahgz.de](http://www.ahgz.de)  
[www.baerenwald-mueritz.de](http://www.baerenwald-mueritz.de)  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)  
[www.bremerhaven.de](http://www.bremerhaven.de)  
[www.dehoga-umweltcheck.de](http://www.dehoga-umweltcheck.de)  
[www.destatis.de](http://www.destatis.de)  
[www.dpdhl.com](http://www.dpdhl.com)  
[www.freilichtmuseum-sh.de](http://www.freilichtmuseum-sh.de)  
[www.greensign.de](http://www.greensign.de)  
[www.holstentherme.de](http://www.holstentherme.de)  
[www.landreise.de](http://www.landreise.de)  
[www.mkdw.de](http://www.mkdw.de)  
[www.multimar-wattforum.de](http://www.multimar-wattforum.de)  
[www.museumsverbund-nordfriesland.de](http://www.museumsverbund-nordfriesland.de)  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)  
[www.schloss-eutin.de](http://www.schloss-eutin.de)  
[www.shmf.de](http://www.shmf.de)  
[www.sylterwelle.de](http://www.sylterwelle.de)  
[www.theater-kiel.de](http://www.theater-kiel.de)  
[www.tripadvisor.de](http://www.tripadvisor.de)  
[www.trustyou.com](http://www.trustyou.com)  
[www.weissenhaeuserstrand.de](http://www.weissenhaeuserstrand.de)

Darüber hinaus wurden die Tagespresse und Fachzeitschriften zur Informationsgewinnung genutzt. Kartengrundlage GfK GeoMarketing



## Impressum

### Herausgeber:

**Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein**

Faluner Weg 6  
24109 Kiel

Gyde Opitz

Telefon (0 431) 5335 600

Telefax (0 431) 5335 660

E-Mail [info@sgvsh.de](mailto:info@sgvsh.de)

### Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.

Wall 55  
24103 Kiel

Dr. Catrin Homp

Telefon (0 431) 560 105 0

Telefax (0 431) 560 105 19

E-Mail [info@tvsh.de](mailto:info@tvsh.de)

[www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)

### Bearbeitung:

**dwif-Consulting GmbH**

Büro Berlin  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin

Telefon (0 30) 7 57 94 90

Telefax (0 30) 7 57 94 918

E-Mail [info-berlin@dwif.de](mailto:info-berlin@dwif.de)

dwif – Büro München

Sonnenstraße 27  
80331 München

Telefon (0 89) 23 70 28 90

Telefax (0 89) 23 70 28 99

E-Mail [info@dwif.de](mailto:info@dwif.de)

[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

### Bildnachweis:

TA.SH/Jens König

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](http://www.tourismusbarometer.sh)