

## Infobrief Nr. 2/2014, Kiel, 08.07.2014

### Zweistelliges Übernachtungswachstum: Tourismus in Schleswig-Holstein auf Kurs

Der Schleswig-Holstein-Tourismus ist Wachstumsmotor in Deutschland. Das zeigen die Ergebnisse der ersten vier Monate. Im ersten Terial 2014 stiegen die Ankünfte und Übernachtungen deutlich an. Die Zahl der Übernachtungen in den Betrieben ab 10 Schlafgelegenheiten und auf den Campingplätzen in Schleswig-Holstein stieg um rund 550.000 (+12,8 %) auf 4,89 Mio. Die Zuwächse lagen deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Die Gästezahlen nahmen mit +13,6 % ähnlich stark zu (170.000 Mio. auf 1,41 Mio.) und übertrafen den Rekordwert aus 2012.

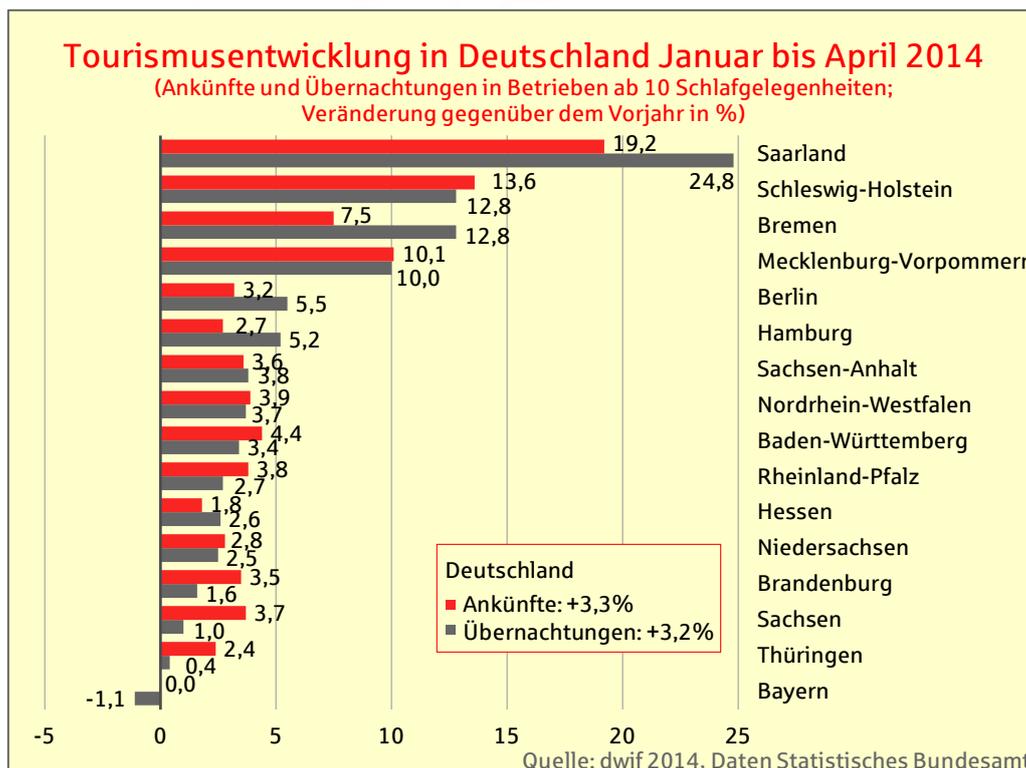
Das nördlichste Bundesland lag im Vergleich der Küstenländer vor Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. Deutschland steigerte sein Vorjahresergebnis um 3,3 Mio. auf insgesamt 106,5 Mio. Übernachtungen.

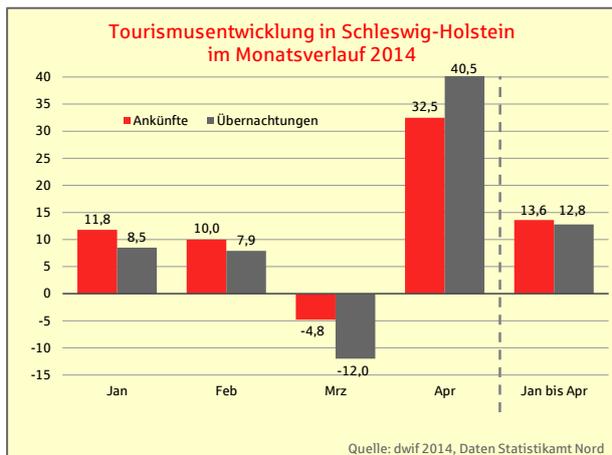
Vor Schleswig-Holstein platzierte sich im Bundesländerranking nur das Saarland, das weiterhin von der Eröffnung eines Center Parcs im Sommer 2013 profitiert. Zu den Ge-

winnern zählten auch Mecklenburg-Vorpommern und die drei Stadtstaaten. Am hinteren Ende des Rankings lagen Sachsen, Thüringen und Bayern, die insbesondere unter dem Schneemangel und damit nur sehr eingeschränkten Wintersportmöglichkeiten litten.

Die guten wirtschaftlichen Aussichten für 2014 haben sich auch auf den Tourismus übertragen. Hinzu kam die günstige Witterung. Die hohen Wachstumsraten könnten im Jahresverlauf allerdings aufgrund des in diesem Jahr verkürzten Sommerferienkorridors einen Dämpfer erhalten.

Der Saisonverlauf zeigte einen starken Anstieg zu Jahresbeginn. Auch wenn das Wachstum im Januar und Februar durch externe Faktoren wie den sehr milden Winter beeinflusst wurde, so ist die ansteigende Tendenz im Sinne einer Saisonverlängerung als positiv zu bewerten. Die Verschiebungen im März und April sind zudem auf die Lage der Ferien und Ostertage zurückzuführen.





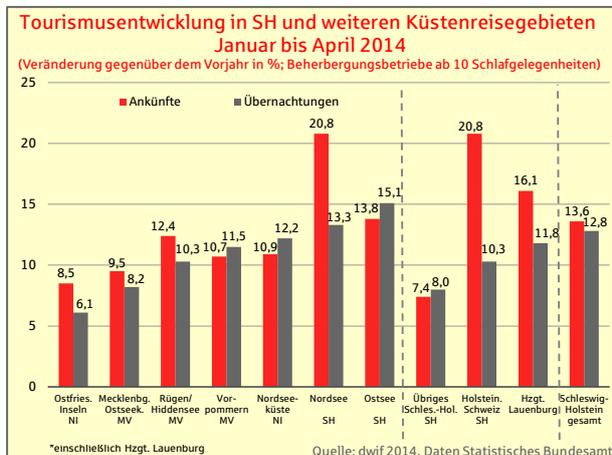
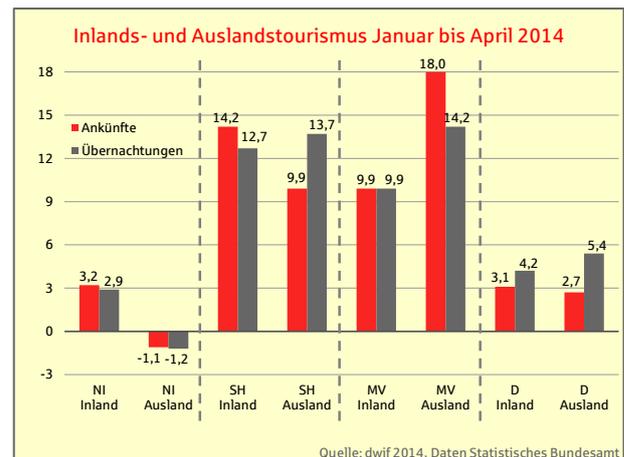
stadt Kiel um rund 29.000 auf 173.000 Übernachtungen zu (+20,1 %). Auch andere Städte wie Lübeck und Neumünster profitieren weiter vom Trend zu Städtereisen.

### Doppeltes Wachstum: Auslandsmärkte UND Inlandstourismus legen zu

Nachdem im vergangenen Jahr nur die ausländischen Quellmärkte in Schleswig-Holstein deutlich zugelegt hatten, war es im ersten Tertial 2014 auch der Inlandstourismus. Für die Touristiker in Schleswig-Holstein besteht die Aufgabe, die gute Stimmung und positive Entwicklung am Tourismusmarkt auch in den wichtigen Sommermonaten zu erhalten und durch Qualität zu überzeugen.

### Küsten sind die Gewinner, auch die Städte mit starken Zuwächsen

Die Küstenregionen (+11,6 %) waren im ersten Tertial 2014 mit Abstand der stärkste Destinationstyp in Deutschland. Die Regionen der schleswig-holsteinischen Nord- und Ostseeküste stellten sich mit ihren Tertialergebnissen als Wachstumsmotor der Küstenregionen heraus.



### Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Weiterhin schwache Innenfinanzierungskraft

Der Fokus der betriebswirtschaftlichen Analyse liegt in diesem Infobrief auf der betrieblichen Innenfinanzierungskraft. Um die Angebotsqualität und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, gilt es fortlaufend zu investieren. Die dafür maximal zur Verfügung stehenden Eigenmittel bezeichnet man als Cash-Flow. Der Cash-Flow vor Steuern versteht sich als Summe aus Gewinn und Abschreibungen. Dieser Betrag dient jedoch auch als Inhabergehalt. Entsprechend reduziert sich das Investitionsbudget.

Neben den Küstenregionen legten in Schleswig-Holstein auch die Binnenregionen zu. Sie konnten den Schwung aus den Vorjahren mitnehmen. Die Holsteinische Schweiz lag mit einem Übernachtungsplus von 10,3 % deutlich über dem Trend aller deutschen Seenregionen (+2,7 %).

Auch der seit Jahren boomende Städtetourismus wuchs im ersten Tertial (+4,6 %). In Schleswig-Holstein legte die Landeshaupt-



Der Vergleich mit dem Vorjahr zeigt, dass sich der Cash-Flow der Gastronomiebetriebe in Schleswig-Holstein verbessert hat, während im Beherbergungsgewerbe eine Abnahme festzustellen ist. Insgesamt fehlt vielen Betrieben weiterhin die "kritische Masse" (geringes durchschnittliches Umsatzniveau), um z. B. bei einer Betriebsübergabe für potenzielle Nachfolger attraktiv zu sein. Der Wettbewerbsvergleich verdeutlicht die insgesamt schwierige Lage im schleswig-holsteinischen und deutschen Gastgewerbe.

Größere Investitionen sind mit den knappen Eigenmitteln nur schwer zu realisieren. Für die Betriebe in Schleswig-Holstein gilt daher umso mehr, ihre Ertragsituation durch optimale Kosten- und Erlössteuerung zu verbessern. Dies wird auch ein Teilaspekt des Branchenthemas im Sparkassen-Tourismusbarometer 2015 sein. Im kommenden Jahr steht die "Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Betriebe" auf der Agenda.

**Vorjahresvergleich des Cash-Flows im Gastgewerbe (in Euro)\***

	2011		2012	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Schleswig-Holstein	58.000	35.000	57.000	40.000
Niedersachsen	59.000	30.000	63.000	29.000
Mecklenburg-Vorpommern	88.000	26.000	82.000	27.000
Deutschland	74.000	34.000	76.000	33.000

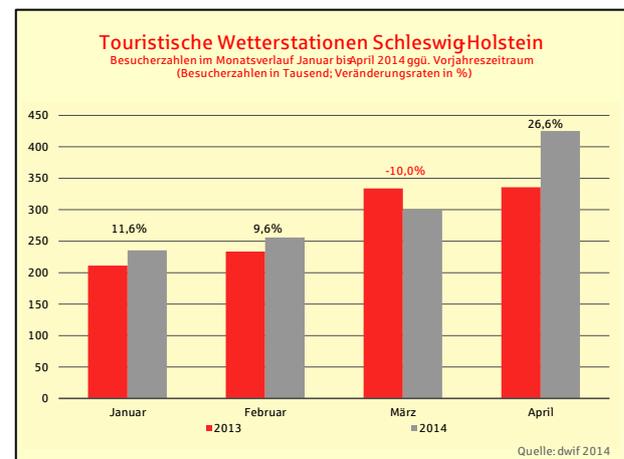
\*: Wird die Cash-Flow-Rate mit den Umsätzen der Umsatzsteuerstatistik verknüpft, erhält man zumindest Tendenzaussagen über die zur Verfügung stehenden Mittel der Betriebe.  
Quelle: dwif 2014, Daten DSV 2014 (Sonderauswertung EBILDaten), Statistisches Bundesamt

### Wetterstationen in Schleswig-Holstein: Freizeitwirtschaft startet gut ins Jahr

Besser hätte es kaum laufen können: Im Zeitraum Januar bis April 2014 lagen die Besucherzahlen der schleswig-holsteinischen Freizeitwirtschaft 9,2 % über dem Vorjahreswert. Auch wenn die Messlatte aus dem Vorjahr relativ niedrig lag (2013 bewegten sich die Besucherzahlen auf Rekordtief), ist ein derart hohes Besucherplus außergewöhnlich für die

letzten Jahre. Der Anstieg stellt ein wichtiges Polster für die kommenden Monate dar.

Mit Ausnahme der Freizeit-/Erlebniseinrichtungen erzielten alle Kategorien ein Besucherplus. Trotz des insgesamt hohen Nachfrageanstiegs ließ sich keine klare Tendenz zwischen Gewinnern und Verlierern ableiten. Einrichtungen mit Besuchergewinnen waren nur knapp in der Überzahl (53,4 %).



Lediglich im März (-10,0 %) fiel das Vorzeichen negativ aus. Dies lag an der Verschiebung der Osterferien, die 2013 bereits ab Ende März begannen. 2014 fielen diese hingegen vollständig in den April. Die Besucherverluste konnten das gute Gesamtergebnis jedoch nicht ansatzweise gefährden, denn die übrigen Monate – allen voran der April – liefen mehr als erfolgreich. Die guten Witterungsbedingungen gerade während der für die Freizeitwirtschaft so wichtigen Osterferien trugen ein Übriges dazu bei. Allein im April zählten die Einrichtungen rund ein Viertel mehr Gäste als 2013. Die Erfahrung hat gezeigt, dass gerade der Verlauf im April nicht selten eine Schlüsselrolle für das Jahresergebnis spielt.

### Wetterstationstypen in der Einzelanalyse

Sensationell starteten die **Zoos/Tierparks** in das Jahr. Im Zeitraum Januar bis April 2014 lagen die Besucherzahlen 43,9 % über dem Vorjahreswert. Der Erfolg zeigte sich auf gan-

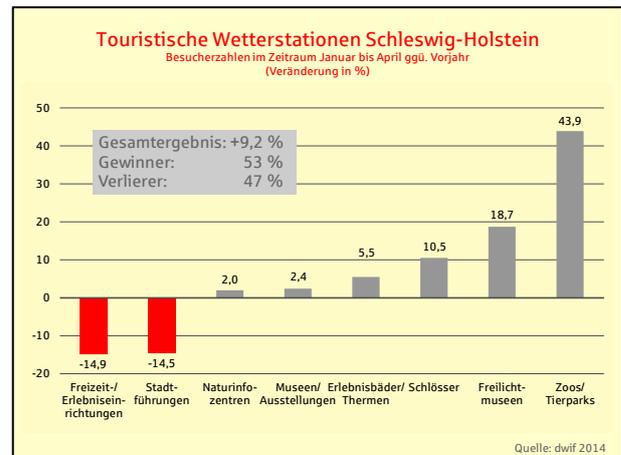


zer Linie: Die Steigerungsraten lagen ausnahmslos in jedem Monat und bei allen erfassten Anbietern weit im zweistelligen Bereich. Dies spiegelt den allgemeinen Trend in anderen Bundesländern wieder. Mit dem aktuellen Besucherplus wurde ein wichtiger Grundstein für die Folgemonate gelegt. 2013 stellten die Rückgänge in den ersten vier Monaten des Jahres noch eine erhebliche Belastung für die Jahresbilanz dar.

Nach langer Durststrecke standen die Zeichen für **Freilichtmuseen** (+18,7 %) im 1. Terial 2014 wieder auf Wachstum. Der Zuwachs reichte sogar, um die hohen Verluste zum Jahresstart 2013 auszugleichen. Erfreulich ist vor allem, dass zur positiven Bilanz alle Einrichtungen ihren Beitrag leisteten. Die einzelnen Zuwachsraten fielen überdurchschnittlich hoch aus; teilweise sogar im dreistelligen Bereich.

Ähnlich wie den Zoos/Tierparks gelang auch den **Schlössern** 2014 der beste Saisonstart seit Jahren. Bis Ende April registrierten die Schlosskassen 10,5 % mehr Gäste als im Vorjahr. Erfreulich: Die Ergebnisse fast aller Häuser bewegten sich in der Positivzone. Lediglich im Januar (-20,7 %) fiel das Vorzeichen insgesamt negativ aus. In den darauffolgenden Monaten lag der Nachfrageanstieg durchgängig im zweistelligen Bereich.

Die Entwicklung der **Erlebnisbäder/Thermen** nahm im 1. Terial 2014 Fahrt auf. Zwar liegt die Steigerungsrate unter dem schleswig-holsteinischen Durchschnitt, aber derart hohe Zuwächse sind in dieser Kategorie eher selten. Häufig gelang dies nur in Folge von herausragenden Investitionen oder anderen Angebots Erweiterungen. Aktuell spielen solche Aspekte jedoch keine Rolle. Zu dem guten Ergebnis leistete die Mehrheit der erfassten Bäder ihren Beitrag. Rückläufige Besucherzahlen blieben die Ausnahme. Einen Dämpfer erhielt das Ergebnis lediglich im März (-13,7 %). In den übrigen Monaten fiel die Bilanz positiv aus, allen voran im April (+23,0 %).



Das Besucherplus bei den **Museen/Ausstellungen** (+2,4 %) täuscht auf den ersten Blick darüber hinweg, dass die meisten Häuser das 1. Terial 2014 mit einem Rückgang abschlossen. Die Zuwächse von rund einem Drittel aller Einrichtungen reichten dennoch für eine positive Gesamtbilanz. Allerdings war der Vorjahreszeitraum vergleichsweise nachfrageschwach. Dies lag u.a. an dem Wegfall von Sonderausstellungen und am nachlassenden Neugierereffekt in Folge von Investitionen. Wie bei vielen anderen Typen gingen die Zahlen nur im März (-20,4 %) zurück.

Ein solides Wachstum war das Ergebnis bei den **Naturinfozentren**. Die Besucherzahlen lagen 2,0 % über dem Vorjahrswert. Die Situation variierte jedoch von Einrichtung zu Einrichtung sehr stark. Es gab mehr Verlierer als Gewinner. Letztlich verbuchten einige Häuser aber überdurchschnittlich hohe Zuwächse, so dass die Gesamtbilanz noch positiv ausfiel. Eine Trendwende brachte aber erst der April (+23,5 %). Bis Ende März lagen die Besucherzahlen noch deutlich in der Minuszone.

Durchwachsen zeigte sich die Situation der **Stadtführungen**. Gewinner und Verlierer hielten sich nahezu die Waage. Die Verluste größerer Anbieter gaben schließlich den Ausschlag für ein negatives Gesamtergebnis. Auch der Saisonverlauf war enttäuschend: In allen Monaten verzeichnete dieses Segment Besucherverluste. Genauere Gründe für diese



Entwicklung lassen sich derzeit noch nicht ableiten. Möglicherweise zeigen sich stellenweise erste Sättigungseffekte durch neue Anbieter, was auch in anderen Bundesländern zu beobachten ist. Nennenswerte Zuwächse verzeichneten nur diejenigen, die Marketinganpassungen vornahmen oder ihren Gästen noch flexiblere und individuellere Angebote offerierten.

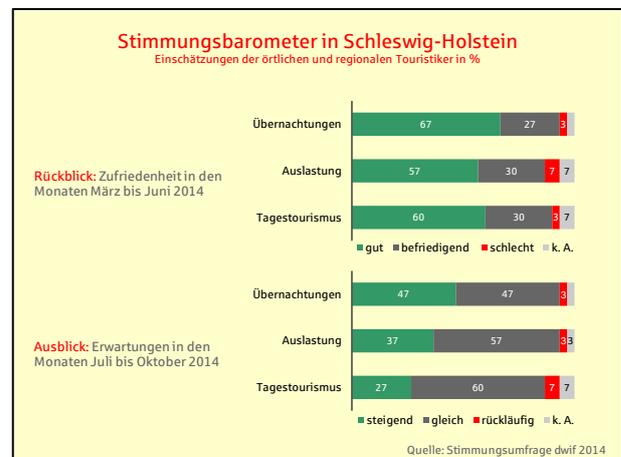
Entgegen dem allgemeinen Trend fiel der Saisonauftakt bei den **Freizeit-/Erlebniseinrichtungen** negativ aus. Sie konnten keinen Profit aus den günstigen Rahmenbedingungen schlagen. Bis Ende März war bereits ein Rückstand in Höhe von rund 30 % aufgelaufen. Die Zuwächse im April (+20,0 %) stimmten zumindest etwas versöhnlicher. In Einzelfällen zeichneten kürzere Betriebszeiten in Folge von Umbaumaßnahmen für Nachfrageeinbußen verantwortlich. Für das Gesamtergebnis war dieser Aspekt aber nicht ausschlaggebend, da alle erfassten Einrichtungen mit Rückgängen kämpften. Noch stehen die besucherstärksten Monate allerdings aus.

### Bundesländer/Regionen im Vergleich

Die Ergebnisse der am Besuchermonitoring des Sparkassen-Tourismusbarometers beteiligten Bundesländer liegen derzeit noch nicht endgültig vor. Erste vorläufige Auswertungen weisen jedoch übergreifend auf hohe Besucherzuwächse im Zeitraum Januar bis April 2014 hin. Die Veränderungsraten fielen nicht selten zweistellig aus. Allerdings war der Vorjahreszeitraum allgemein mit hohen Einbußen verbunden. Das Ergebnis relativiert sich dadurch etwas, ist aber dennoch als Erfolg zu verbuchen. Vielfach überstiegen die aktuellen Zuwächse die Verluste des Vorjahres. In Schleswig-Holstein reichte der Nachfrageanstieg, um die Verluste zum Jahresstart 2013 zumindest auszugleichen.

### Stimmungsbarometer in Schleswig-Holstein: Guter Auftakt! Erwartungen an den Sommer verhaltener!

Dreimal jährlich bewerten die örtlichen und regionalen Touristiker in den Barometer-Bundesländern die Tourismusedwicklung in ihrem Zuständigkeitsgebiet. Die Beteiligung auf die aktuelle Frühjahrsumfrage im Juni 2014 lag in Schleswig-Holstein bei ausbaufähigen 48 % (30 von 62 Befragten).



Die schleswig-holsteinischen Touristiker sind sich weitestgehend einig: Das Frühjahr ist außerordentlich gut gelaufen. Jeweils rund 60 % bewerten die Auslastung und den Tagestourismus mit „gut“. In puncto Übernachtungen fiel dieser Anteil sogar noch höher aus. Vor allem gute Witterungsbedingungen sowie eine günstige Lage der Ferien beflügelten die Tourismusedwicklung im Frühjahr nach Aussage der Experten.

Die Erwartungen an die kommenden Monate fallen etwas zurückhaltender aus. Am optimistischsten wird der Bereich der Übernachtungen gesehen, wengleich der kürzere Sommerferienkorridor und die Baustellensituation auf der A1 als Hemmfaktoren gesehen werden. Hohe Erwartungen hängen oftmals mit der Hoffnung auf beständiges Sommerwetter und positiven Effekten im Zuge von Marketingaktivitäten zusammen.



Verhalten sind die Erwartungen an den Tagetourismus. Gerade hier könnte sich die Fußball-WM in Brasilien als Negativfaktor erweisen. Viele Freizeitaktivitäten im Juni und Juli konzentrierten sich stärker auf das gemeinsame Fußball-Erlebnis zu Hause, in der Gastronomie oder auf Public-Viewing-Veranstaltungen, so die Touristiker.

### Das Sparkassen-Tourismusbarometer stellt sich vor

Das Tourismusbarometer für Schleswig-Holstein existiert seit 2002. Träger dieses Instruments sind der Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (SGVSH) und der Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH). Darüber hinaus gibt es für Ostdeutschland, Niedersachsen, das Saarland und für Westfalen-Lippe regionale Barometer.

Das Tourismusbarometer beobachtet kontinuierlich, aktuell und problemorientiert die Tourismusedwicklung in den Ländern und Regionen. Es schließt Informationslücken und

- ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche,
- ist ein Frühwarnsystem, indem es den Nutzer auf wichtige strukturelle Veränderungen in der Tourismuswirtschaft, auf Erfolge und Misserfolge aufmerksam macht,
- erleichtert Entscheidungsfindungen für Investitionen und das Marketing.

Wo immer möglich und sinnvoll, nimmt das Tourismusbarometer Schleswig-Holstein Bezug auf Vergleichswerte aus anderen Bundesländern, speziell natürlich aus Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. In Infobriefen werden einzelne Teile und interessante Erkenntnisse vorgestellt sowie Tipps und Anregungen für die praktische Tourismusarbeit gegeben.

### Herausgeber

#### Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (SGVSH)

Faluner Weg 6  
24109 Kiel  
Gyde Opitz  
Tel.: (0 431) 53 35 600  
Fax: (0 431) 53 35 660  
E-Mail: [info@sgvsh.de](mailto:info@sgvsh.de)

#### Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (TVSH)

Wall 55  
24103 Kiel  
Dr. Catrin Homp  
Tel.: (0 431) 56 01 05 - 0  
Fax: (0 431) 56 01 05 - 19  
E-Mail: [info@tvsh.de](mailto:info@tvsh.de)

### Bearbeitung

#### dwif-Consulting GmbH

Ansprechpartner: Prof. Dr. Mathias Feige  
Karsten Heinsohn

dwif-Berlin            Tel.: (0 30) 757 94 90  
Marienstr. 19/20      Fax: (0 30) 751 65 10  
10117 Berlin           E-Mail: [info-berlin@dwif.de](mailto:info-berlin@dwif.de)

dwif-München        Tel.: (0 89) 23 70 28 90  
Sonnenstr. 27        Fax: (0 89) 23 70 28 99  
80331 München      E-Mail: [info@dwif.de](mailto:info@dwif.de)

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

### Internet:

[www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de](http://www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de)