

Infobrief Nr. 2/2015, Kiel, 30.07.2015

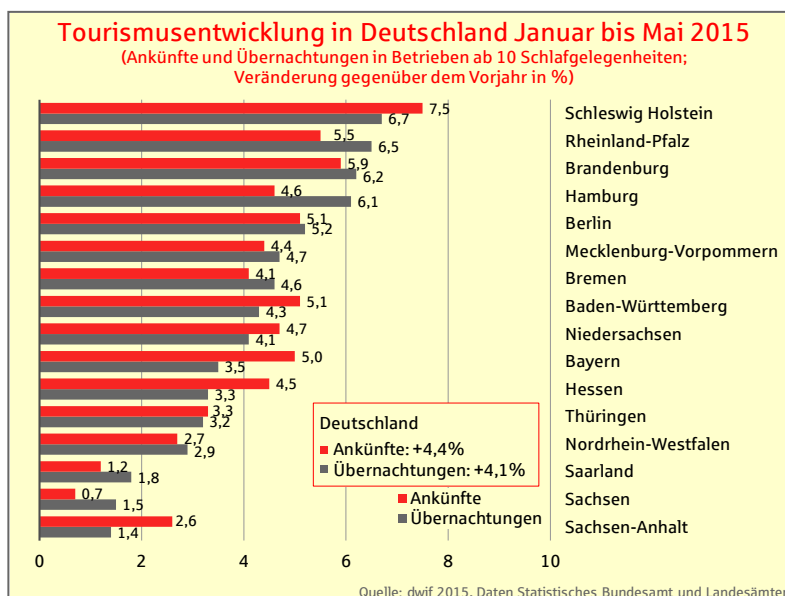
Schleswig-Holstein mit sensationellem Jahresstart ins Tourismusjahr 2015

Auf das Wachstumsjahr 2014 folgt das Wachstumsjahr 2015. Darauf deutet zumindest die touristische Entwicklung in Schleswig-Holstein hin. Im Zeitraum Januar bis Mai 2015 begrüßte der echte Norden 2.225.037 Gäste (+7,5 %), die 7.743.917 Übernachtungen (+6,7 %) generierten. Kein anderes Bundesland legte stärker zu. Das neuerliche Wachstum ist umso höher einzuschätzen, als die amtliche Tourismusstatistik (erfasst werden Betriebe ab 10 Schlafgelegenheiten und Campingplätze) bereits im Vorjahreszeitraum gegenüber 2013 ein Übernachtungsplus von 5,7 % bilanzierte. Allein in den letzten beiden Jahren stieg die Zahl der Übernachtungen in den ersten fünf Monaten insgesamt um über 800.000 an.

Im Bundesländerranking folgen überraschenderweise Rheinland-Pfalz (Wein- und Mittelgebirgsregionen mit deutlichen Zuwächsen) und Brandenburg (gute Entwicklung in Seen- und Aktivregionen, Buga Havelregion). Erst dann kommen Hamburg und Berlin sowie das zweite Küstenbundesland Mecklenburg-Vorpommern. Auch Deutschland insgesamt stellte mit 151,6 Mio. Übernachtungen (+4,1 %) ein neues Rekordergebnis auf.

Die Aussichten auf die kommenden Sommermonate sind ebenfalls positiv, trotz des bislang durchwachsenen Sommerwetters. Neben den Wirkungen durch Investitionen, Marketing und allgemeine Reisetrends kommt 2015 ein weiterer Faktor hinzu. Unruhen bzw. wirtschaftliche Probleme in beliebten Urlaubsländern der Deutschen wie der Türkei, Ägypten, Tunesien oder Griechenland haben aufgrund von Unsicherheit teils zu Stornierungswellen geführt. In der Folge sind z. B. das spanische Festland, die Balearen und die Kanaren im Sommer und Herbst quasi ausgebucht. Und auch die deutschen Urlaubsdestinationen an der Küste und in den Bergen profitieren von dieser Situation.

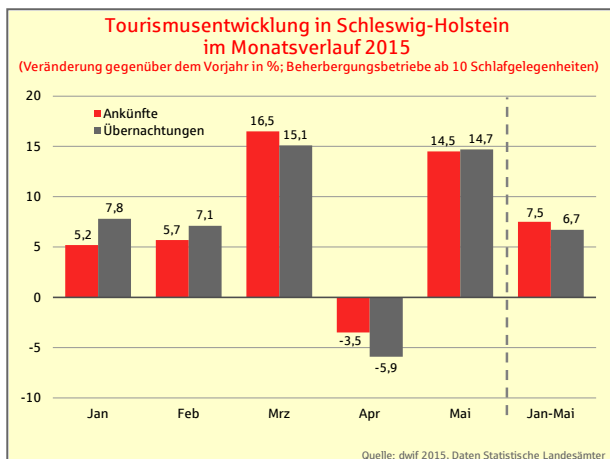
Der bisherige Saisonverlauf zeigt eindeutig in Richtung einer erfolgreichen Saisonverlängerung in Schleswig-Holstein. In den ersten beiden Monaten des Jahres stiegen die Übernachtungen um 7 bis 8 % an. Zudem verlängerte sich die Aufenthaltsdauer im Januar und Februar sogar leicht. Die deutlichen Sprünge zwischen März und April liegen einmal mehr in der Lage der Osterfeiertage und demzufolge der Osterferien begründet. Der Wonnemonat Mai machte seinem Namen 2015 alle Ehre. Zum einen waren die Witterungsbedingungen ordentlich, zum anderen





war er vom 1. Mai bis zum Pfingstfest gespickt mit langen Wochenenden und Brückentagen, die zu Kurzreisen an die Küste, in die Regionen zwischen den Meeren und in die Städte einluden. Hohe Zuwächse wurden in dieser Zeit in allen Küstenbundesländern registriert.

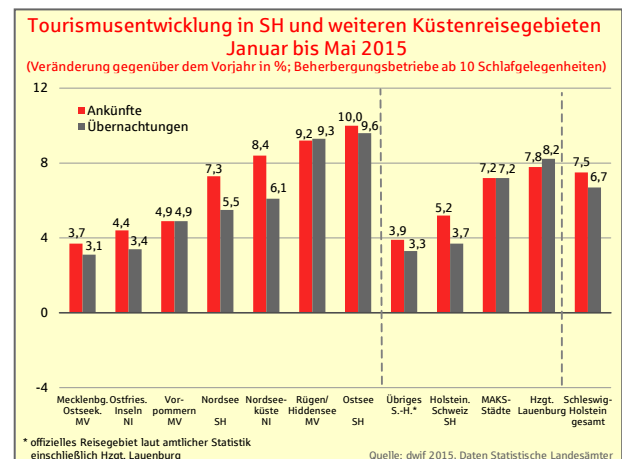
wie Mindestaufenthalten und Anreisetagen flexibler werden und sich auf die neuen Gästewünsche einstellen. Hinzu kommt die Frage einer akzeptablen Anreisezeit für Kurzurlaube, so dass Erreichbarkeit und Mobilität weiter an Bedeutung gewinnen.



Der Städtetourismus in Deutschland und Europa wächst weiter. Allerdings zeigen sich die Entwicklungspfade der einzelnen Städte immer differenzierter, was darauf hindeutet, dass auch das Boomsegment der letzten Jahre auf eine Reifephase zusteuert. Davon zeigen sich die Mitglieder der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MAKS) insgesamt noch unbeeindruckt. Sie legen bis Mai 2015 überdurchschnittlich zu.

Destinationstypen in Schleswig-Holstein: Küsten und Städte legen deutlich zu

Alle deutschen und damit auch die schleswig-holsteinischen Küstenregionen liegen im Plus. An der Ostsee wurden im Zeitraum Januar bis Mai erstmals mehr als 1 Mio. Ankünfte registriert. An der Nordsee zeugen fast 2,6 Mio. Übernachtungen von einem sehr guten Ergebnis. Zwischen Inseln und Festland, kleinen Orten und Tourismushochburgen gibt es bislang keine klaren Tendenzen. Die Unterschiede in der Dynamik deuten eher auf lokale Besonderheiten hin, denn Orte mit zweistelligen Wachstumsraten liegen teilweise in direkter Nachbarschaft zu Orten mit stabilen Übernachtungszahlen. Hier ist erst nach Abschluss der Sommersaison eine abschließende Bewertung sinnvoll.



Die Holsteinische Schweiz bilanzierte im bisherigen Jahresverlauf ein solides Wachstum und liegt in etwa auf dem Niveau anderer Seenregionen in Deutschland. Und während das Reisegebiet Übriges Schleswig-Holstein den anderen Regionen derzeit etwas hinterherläuft, ist der Wachstumstrend im Herzogtum Lauenburg ungebrochen.

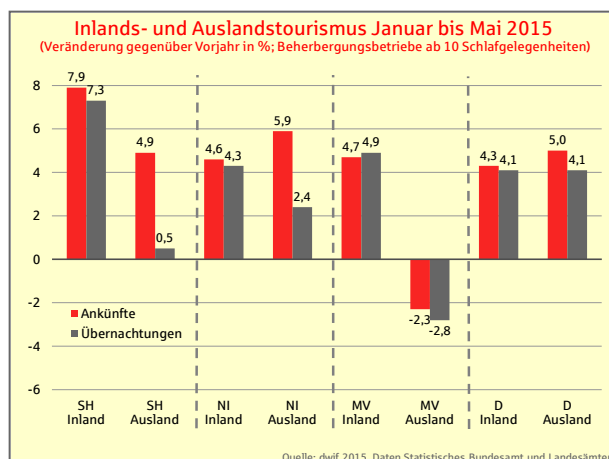
Auffällig ist weiterhin die sinkende Aufenthaltsdauer in allen Nordseeregionen von der holländischen bis zur dänischen Grenze. Dieser Trend wird sich aller Voraussicht nach gerade in der Nebensaison weiter verstärken. Anbieter sollten bei Preisen oder Aspekten

Auch ein Blick auf die Betriebstypen deckt einige Besonderheiten auf: An den Küsten waren Hotels sowie Ferienwohnungen, -häuser und -zentren gleichermaßen beliebt. Letztere punkteten insbesondere zwischen den Meeren. Und der Campingsektor setzte landesweit ein positives Ausrufezeichen (Übernachtungen Januar-Mai: +20,0 %).



Entwicklung des Inlands- und Auslandstourismus: Deutsche Gäste als Wachstumsmotor

Die Renaissance des Reiselandes Schleswig-Holstein bei den deutschen Gästen setzt sich nach 2014 auch 2015 fort. Fast der komplette Zuwachs im bisherigen Jahresverlauf stammt von Gästen aus dem Inland. Mit einem Plus von 7,3 % ist das Land auch hier bundesweit Spitze. Die Ankünfte legten sogar noch etwas stärker zu. Beim Auslandstourismus stieg die Zahl der Gäste in Schleswig-Holstein ebenfalls an, während die Übernachtungen stagnierten.



Im Übrigen zeigt sich auch bundesweit – im Gegensatz zu den letzten Jahren – ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen der Nachfrageentwicklung aus dem In- und Ausland. Inwiefern dies auf die eingangs skizzierten Rahmenbedingungen zurückzuführen ist und dadurch mehr Deutsche ihren Urlaub in heimischen Gefilden verbringen, lässt sich noch nicht belegen.

Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Zögerliches Investitionsverhalten der Betriebe

Die Investitions- und die Abschreibungsquote stellen wichtige Kennzahlen zur Bewertung der betrieblichen Infrastruktur dar. Der dauernde Werteverzehr des betrieblichen Ver-

mögens muss kontinuierlich durch Investitionen ausgeglichen werden, um die Infrastruktur auf einem wettbewerbsfähigen Niveau zu halten.

Ist die Investitionsquote geringer als die Abschreibungsquote, wächst der Investitionsbedarf. Hält dieser Zustand über mehrere Jahre an, bildet sich ein Investitionsstau, der nur durch hohen Kapitaleinsatz beseitigt werden kann. Die Innenfinanzierungskraft der Betriebe reicht dazu allerdings häufig nicht aus, und Fremdfinanzierungen sind durch die geringen Eigenkapitalquoten in der Regel schwer erhältlich. Daher sollten die Betriebe Investitions- und Abschreibungsquote stärker in Einklang bringen.

Die Betrachtung für Schleswig-Holstein zeigt, dass die Investitionsquote in beiden Branchenteilen des Gastgewerbes weit unter der Abschreibungsquote lag. Zudem ging die Investitionsquote in Beherbergungsgewerbe und Gastronomie zurück und ist jeweils geringer als im Bundesdurchschnitt. Die rückläufigen Abschreibungsquoten weisen auf eine bereits länger anhaltende Investitionszurückhaltung der gastgewerblichen Betriebe hin, vor allem bei mittelständischen Bestandsbetrieben. Die Effekte durch die jüngsten Neubauten sind hier entsprechend nicht enthalten.

Vorjahresvergleich der Investitionsquote im Gastgewerbe

	2012		2013	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Schleswig-Holstein	2,2	0,8	1,7	0,5
Deutschland	2,3	1,2	1,9	1,2

Quelle: dwif 2015, Sonderauswertung EBIL-Daten

Vorjahresvergleich der Abschreibungsquote im Gastgewerbe

	2012		2013	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Schleswig-Holstein	6,3	3,6	5,1	3,4
Deutschland	6,0	3,2	5,7	3,1

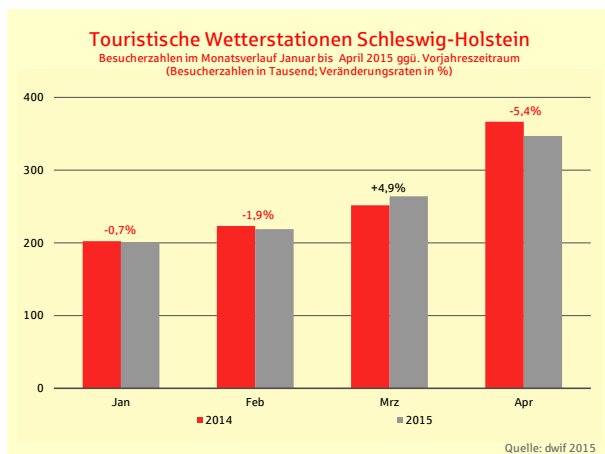
Quelle: dwif 2015, Sonderauswertung EBIL-Daten



Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein: Leichte Rückgänge zum Jahresauftakt

Die schleswig-holsteinische Freizeitwirtschaft startete ordentlich in das Jahr 2015. Die Besucherzahlen im 1. Terial 2015 bewegten sich mit -1,2 % nur knapp unter dem Vorjahresniveau. Erfreulich, denn der Saisonauftakt 2014 war überdurchschnittlich dynamisch, so dass die Messlatte vergleichsweise hoch lag. Der Wettbewerbsvergleich zeigt: Die Freizeitwirtschaft in vielen anderen Bundesländern kämpft mit deutlich höheren Einbußen.

Je nach Lage sorgt üblicherweise das Ostergeschäft für starke Veränderungsraten in den Monaten März und April. 2015 blieben extreme Schwankungen dieser Art jedoch aus, ganz im Gegenteil zur Entwicklung der Übernachtungen. Zwar reichte das Besucherplus im März nicht ganz, um die Verluste im April voll auszugleichen, dennoch war die Diskrepanz dieser beiden Monate weniger auffällig als in zurückliegenden Jahren.



Erste vorläufige Auswertung für die Folgemonate stimmen zuversichtlich. Es zeigt sich nach derzeitigem Stand ein sensationeller Verlauf im Mai. Diese Tendenzen deuten sich aktuell auch in anderen erfassten Bundesländern/Regionen an. Ein Ausgleich des bisher aufgebauten Rückstands in den kommenden Monaten ist demzufolge zu erwarten.

Wetterstationstypen in der Einzelanalyse

Nachdem die **Stadtführungen** zum Jahresstart 2014 zu den wenigen Kategorien auf der Verliererseite gehörten, ging es in den ersten vier Monaten 2015 wieder merklich bergauf. Die Teilnehmerzahlen fielen um rund ein Viertel höher aus als im Vorjahr (+23,6 %). Durchweg alle Anbieter verkauften mehr Tickets – größtenteils erreichten die Zuwächse sogar den zweistelligen Bereich. Insgesamt glich der Nachfrageanstieg die hohen Verluste des Vorjahres mehr als aus.

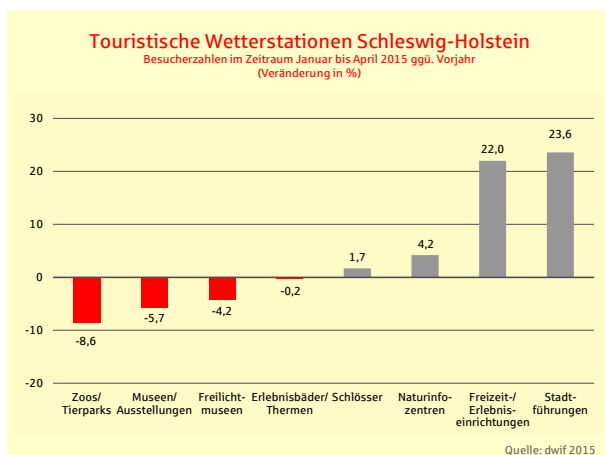
Ähnlich wie bei den Stadtführungen gestaltete sich die Vorgabe aus dem Vorjahr für die **Freizeit-/Erlebniseinrichtungen** nicht allzu anspruchsvoll. Insofern relativiert sich der deutliche Nachfrageanstieg ein wenig (+22,0 %). Nachdem diese Kategorie in der vergangenen Zeit einen schweren Stand hatte und überwiegend mit rückläufigen Besucherzahlen kämpfte, ist diese Entwicklung dennoch ein Lichtblick.

Die Zuwachsrate der **Naturinfozentren** bewegte sich mit +4,2 % über dem Durchschnitt der schleswig-holsteinischen Freizeitwirtschaft. Im Detail zeigte sich die Situation aber uneinheitlich. Wie schon im Jahr 2014 waren es auch zum Jahresstart 2015 tendenziell eher die größeren Häuser, die den Ton angaben. Zu den positiven Einflussfaktoren gehörten Sonderausstellungen und Angebotserweiterungen. In den Monaten Januar bis März lagen die Besucherzahlen zudem durchweg über den Vorjahreswerten. Erst im April (-9,9 %) fiel das Vorzeichen negativ aus.

Die **Schlösser** (+1,7 %) konnten das ohnehin schon gute Ergebnis aus 2014 nochmals leicht übertreffen. Großen Anteil daran hatten die überdurchschnittlich hohen Zuwächse im Januar (+42,1 %), aber auch im April (+7,1 %) lief es verglichen mit anderen Kategorien gut. Gewinner und Verlierer waren jedoch gleichermaßen zu beobachten.



Die Besucherzahlen in **Erlebnisbädern und Thermen** bewegten sich im 1. Terial 2015 nur ganz knapp unter dem Vorjahresniveau. Bis Ende März war sogar ein Vorsprung in Höhe von 2,8 % aufgelaufen, den jedoch der April (-8,3 %) vollständig aufzehrte. Auch das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern war ausgeglichen. Dass die Bilanz nicht weiter in die Minuszone rutschte, lag auch an einzelnen Bädern, die sich nach erfolgreichen Umbaumaßnahmen großer Beliebtheit erfreuten.



Obwohl die Verlierer in der Kategorie der **Freilichtmuseen** deutlich in der Unterzahl waren, rutschte das Tertialergebnis in die Minuszone (-4,2 %). Einzelne Anbieter erzielten infolge besonderer Marketingaktionen sogar Zuwächse. Gegen die sehr hohen Verluste einzelner Häuser reichte dies jedoch nicht aus. Mit Ausnahme des März (+5,4 %) fiel die Bilanz in allen anderen Monaten negativ aus. Die größten Verluste hatten die Einrichtungen im Januar (-31,1 %) zu verkraften.

Die Besucherbilanz der **Museen und Ausstellungen** (-5,7 %) rutschte im Zeitraum Januar bis April 2015 deutlich in die Minuszone. Dabei waren die Anbieter mit Besuchergewinnen sogar leicht in der Überzahl. Einige größere Häuser kämpften jedoch mit überdurchschnittlich hohen Verlusten, was letztlich richtungsweisend für das negative Tertialergebnis war. Nur der im Vorjahr nachfragegeschwache März (+16,3 %) entwickelte sich im bisherigen Jahresverlauf 2015 positiv.

Auf den ersten Blick starteten die **Zoos/Tierparks** außerordentlich schwach in das Jahr 2015. Allerdings wies der Jahresauftakt 2014 auch eine exorbitant hohe Steigerungsrate auf. Insofern ist der aktuelle Rückgang um „nur“ 8,6 % zwar nicht zufriedenstellend, aber auch nicht bedenklich, denn die Zuwächse des Vorjahres gingen nur zu einem geringen Teil wieder verloren. Verglichen mit dem Ergebnis der Zoos/Tierparks in anderen erfassten Bundesländern schlugen sich die schleswig-holsteinischen Anbieter sogar besser.

Bundesländer/Regionen im Vergleich

Brandenburg:	+1,2 %
Schleswig-Holstein:	-1,2 %
Westfalen-Lippe	-6,7 %
Mecklenburg-Vorpommern:	-7,0 %
Thüringen	-8,0 %
Sachsen-Anhalt:	-10,1 %
Sachsen:	-11,2 %

Die meisten Bundesländer/Regionen schlossen das 1. Tertial 2015 mit einem Besucherminus ab. Lediglich Brandenburg stach positiv heraus. Diesen Trend spiegelten gleich mehrere Angebotskategorien wieder. Schleswig-Holsteins Verlustrate fiel mit -1,2 % sehr moderat aus. Die hohen Verluste in anderen Bundesländern sind unter anderem auch den Wegfall von Sonderausstellungen zurückzuführen, die neben der günstigen Witterung im Vorjahr für extrem hohe Zuwächse sorgten.

Stimmungsbarometer in Schleswig-Holstein

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsfrage der lokalen und regionalen Touristiker in Schleswig-Holstein statt. Der Schwerpunkt liegt seit 2015 auf den Strukturen und den aktuellen Herausforderungen der Tourismusorganisationen selbst. Die Beteiligung an der jüngsten Umfrage im Juni 2015 lag in Schleswig-Holstein bei ausbaufähigen 38 % (23 von 60 Befragten).



Jahresauftakt 2015: Große Zufriedenheit

Die Tourismusedwicklung in den ersten vier Monaten 2015 stuften die schleswig-holsteinischen Touristiker überwiegend positiv ein. Fast 70 % zeigten sich mit dem Verlauf zufrieden; rund 17 % sogar sehr zufrieden. Kritische Stimmen blieben die Ausnahme.

Budgets der Tourismusorganisationen

Bei der aktuellen Befragung standen die Aspekte Mittelherkunft und -verwendung der Organisationen im Blickpunkt. Je nach Organisationsform und Aufgabenspektrum war die Spanne des Gesamtbudgets sehr breit. Der Median (50 Prozent der Organisationen steht ein geringeres und 50 Prozent ein höheres Gesamtbudget zur Verfügung) belief sich 2014 auf 850.000 Euro.

Einmalige Sondermittel für Projekte, Events o.ä. standen den meisten Tourismusorganisationen – anders als in vielen anderen Bundesländern kaum zur Verfügung und selbst wenn dies der Fall war, machten sie in der Regel nur einen geringen Anteil am Gesamtbudget aus.

Die wichtigste Rolle bei der Mittelherkunft spielten laufende kommunale Zuschüsse. Auch Eigenmittel (zum Beispiel aus Vertrieb und Vermittlung) stellten eine wichtige Quelle dar. Hier ist aufgrund des rechtlichen Rahmens immer auch die Frage nach der Beihilfe und Vergaberechtskonformität zu stellen.

Die vollständigen Ergebnisse zu dieser Umfrage werden im Spätsommer im Zuge einer gesonderten Auswertung veröffentlicht.

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

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

Bearbeitung

dwif-Consulting GmbH

Ansprechpartner: 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

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

Internet: www.dwif.de

Internet:

www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de