

Schleswig-Holstein-Tourismus nimmt Kurs auf klares Übernachtungsplus zum Jahresende

Zuwachs in den ersten neun Monaten

Auf Kurs: Nach neun von zwölf Monaten steuert der Tourismus – gemessen an der Nachfrage in gewerblichen Betrieben – in Schleswig-Holstein mit einem Plus von rund 590.000 Übernachtungen und +2,7 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf ein erfolgreiches Jahresergebnis zu (Jan-Sep 2015: insgesamt 22.550.051 Übernachtungen inkl. Camping). Setzt sich dieser Trend fort, kann bereits 2015 die Marke von 27 Millionen Übernachtungen übertroffen werden. Etwas stärker als die Übernachtungen stieg die Zahl der Ankünfte mit einem Plus von 3,7 % (+205.000 Ankünfte). Die Übernachtungen der drei Küstenbundesländer Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen entwickelten sich im Gleichschritt. Doch auch hier zeigt sich Schleswig-Holstein bei den Ankünften deutlich dynamischer als die Wettbewerber.

Der Schleswig-Holstein-Tourismus Januar-September 2015

- Weiteres Wachstum bei Ankünften und Übernachtungen
- Schleswig-holsteinische Küsten behaupten sich im Wettbewerb
- Freizeitwirtschaft: Besucherzuwächse und Erlebniseinrichtungen als Gewinner

Die durchschnittliche Auslastung der Schlafgelegenheiten über alle Betriebstypen hinweg erhöhte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1,5 Prozentpunkte auf 37,8 %. Auffällig ist die gute Entwicklung der Hotellerie an den Küsten, auch im Bundesvergleich. Investitionen setzten hier teils neue Impulse.

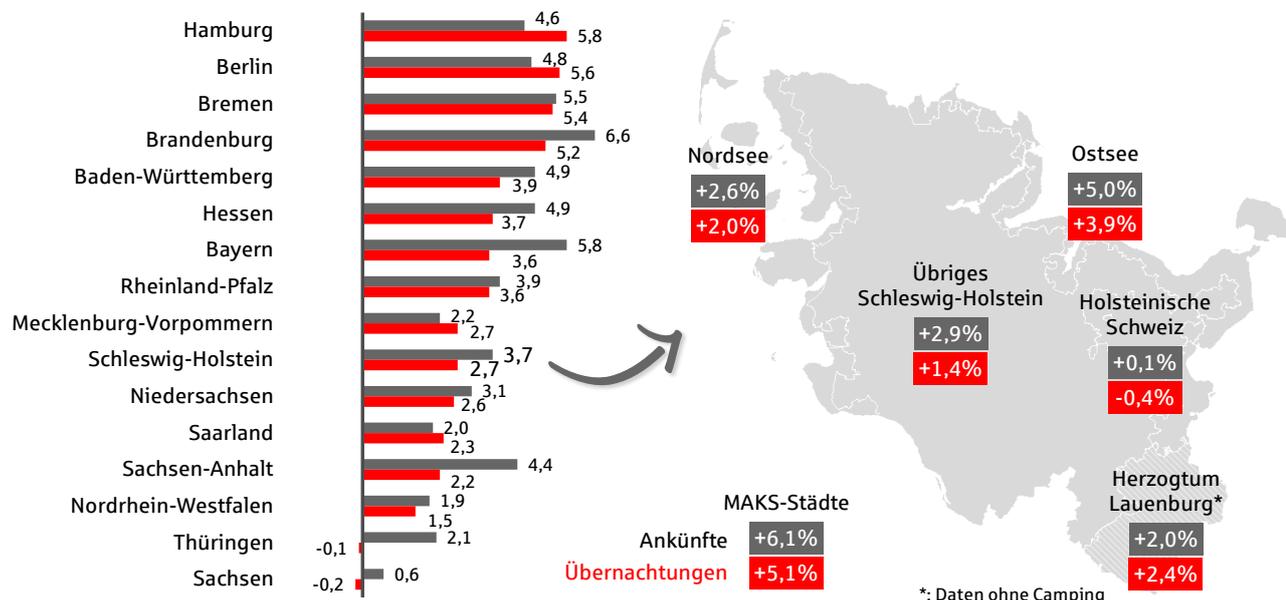
wicklung der Hotellerie an den Küsten, auch im Bundesvergleich. Investitionen setzten hier teils neue Impulse.

Städte als Zugpferde der Dynamik

Ein Blick auf die schleswig-holsteinischen Regionen zeigt für die ersten neun Monate 2015 eine große Spanne bei der Übernachtungsentwicklung, von der Holsteinischen Schweiz mit -0,4 % bis zu den MAKs mit +5,1 %. Das deutliche Wachstum in diesem Segment – allen voran im volumenstarken Lübeck – stärkte zudem die Bilanz der schleswig-holsteinischen Ostseeküste. Die Nordsee lag bei der Dynamik zwar leicht unter dem Landesniveau, erreichte mit Blick auf die Strukturen – große Bedeutung der Inseln mit Kapazitätsgrenzen sowie fehlende Großstädte – jedoch einen soliden Zuwachs. Die Inseln an Nord- und Ostsee entwickelten sich insgesamt stabil, während beispielsweise Sylt sogar leichte Zuwächse erzielte. Das Übrige Schleswig-Holstein und insbesondere das Herzogtum Lauenburg bestätigten ebenfalls die guten Vorjahresergebnisse.

Für die Akteure im Schleswig-Holstein-Tourismus gilt es, den Dreiklang aus Investitionen, Qualitätsorientierung sowie professioneller Vermarktung auch in den nächsten Jahren konsequent weiter zu gehen, die gemeinsame Umsetzung der Landestourismusstrategie im Auge zu behalten und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Gewerbliche Übernachtungen Januar-September 2015 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2015, Daten Statistisches Bundesamt und LSN (rundungsbedingte Abweichungen zum Gesamtergebnis)

Trend im Inlands- und Auslandstourismus setzt sich fort

Bei den Quellmärkten knüpft Schleswig-Holstein an das Vorjahr an: Die deutschen Gäste entdecken das Land wieder und das Wachstum aus dem Ausland – vor allem aus den europäischen Quellmärkten – befindet sich auf einem stabilen, hohen Niveau. Zwischen Januar und September 2015 generierten 721.288 Ankünfte aus dem Ausland (+9,9 %) 1.561.567 Übernachtungen. Angesichts des insgesamt immer noch geringen Anteils der Übernachtungen ausländischer Gäste am Nachfragevolumen insgesamt (Jan-Sep 2015: 6,9 %) ist dies eine wichtige und im Sinne einer langfristigen Wachstumsstrategie auch erforderliche Entwicklung.

Dies spiegelt erfreulicherweise die bundesweite Entwicklungsrichtung wider, zumal die Top-Metropolen dort eine viel stärkere Rolle spielen. Den beiden Wettbewerbern aus Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern gelingt es dagegen derzeit nicht in gleichem Maße wie Schleswig-Holstein – bezogen auf die Wachstumsraten – zusätzliches Potenzial aus dem Ausland für die Destinationen zu heben. Dieser Trend zeichnete sich bereits 2014 ab.

Destinationstypen: Küsten und Städte dominieren

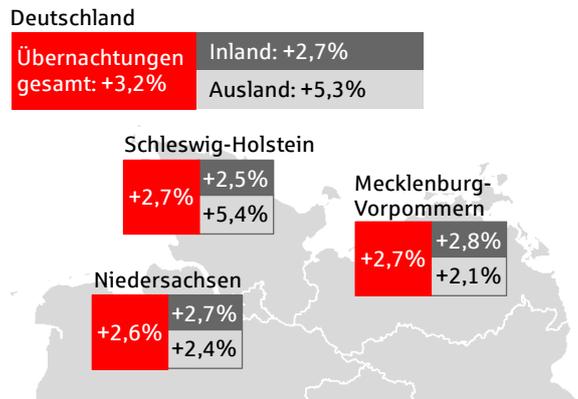
Im norddeutschen Küstenvergleich behaupten sich die Vertreter aus Schleswig-Holstein. Unter den Wettbewerbern zeigten sich besonders Rügen/Hiddensee sowie die Region Vorpommern mit Fischland/Darß/Zingst (Angebotserweiterungen) in Mecklenburg-Vorpommern dynamisch. Zudem setzt sich die seit mehreren Jahren anhaltende Tendenz hin zu höheren Wachstumsraten in den Ostseeregionen fort. Aspekte wie die Erreichbarkeit, Kapazitäten vor Ort oder auch das Gästeverhalten spielen hier mit hinein.

Bei den übrigen Destinationstypen liegen die Städte deutschlandweit mit einem Plus von rund 5 % unangefochten vorn. Es folgen Küsten- und Weinregionen mit einem Wachstum von 3,5 % bis 4 %. „Schlusslichter bilden in diesem Jahr bislang die Seen- und Mittelgebirgsregionen (+2 % bis +2,5 %).

Saisonal: Höchste Gewinne in der Neben- und Zwischensaison

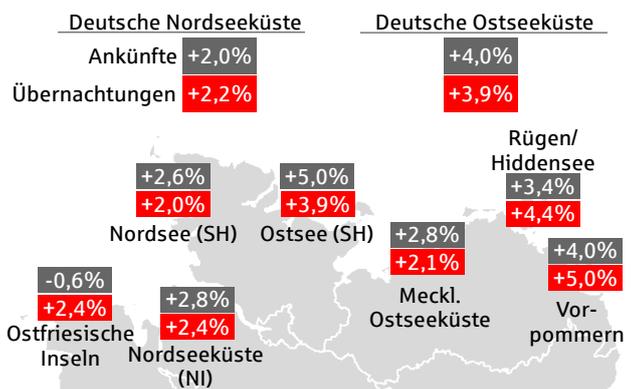
Nach mildem Januar und Februar, in denen besonders die Küstenregionen profitierten, waren die Entwicklungen im März und April auf die Verschiebung der Osterferien gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen. Der Mai und der Juni standen ganz im Zeichen der verschobenen Pfingstfeiertage (2015 im Mai, 2014 im Juni), die erfahrungsgemäß viele Übernachtungen inländischer Kurzurlauber mit sich bringen. Der diesjährige sehr sonnige und warme Juli brachte mit knapp 4 Millionen Übernachtungen ein sehr positives Ergebnis mit sich. Im August und September konnten die hervorragenden Vorjahresergebnisse bestätigt, bei den Ankünften sogar leicht übertroffen werden. Der Saisonverlauf zeigt: Wachstumspotenzial besteht vor allem in der Neben- und Zwischensaison. Im Zeitraum Januar-Februar lag das landesweite Übernachtungswachstum noch bei +6,1 %, im Zeitraum Januar-Juni bei +3,6 %.

Küstenländer: Übernachtungen Januar-September 2015 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



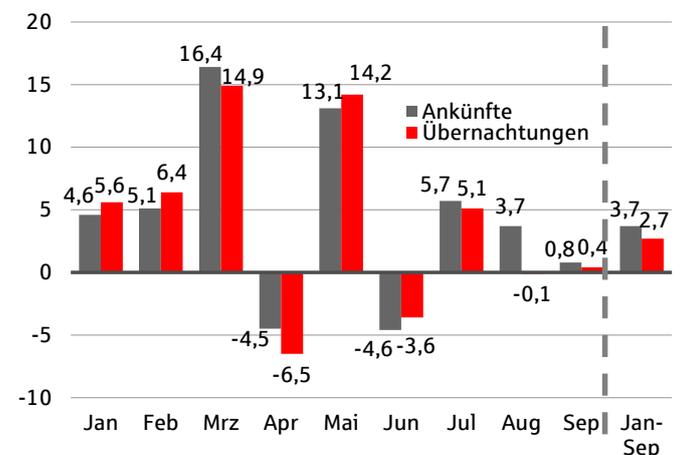
Quelle: dwif 2015, Daten Statistisches Bundesamt

Küstenregionen: Ankünfte und Übernachtungen Januar-September 2015 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2015, Daten Statistisches Bundesamt

Schleswig-Holstein: Monatliche Ankünfte und Übernachtungen Januar-September 2015 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2015, Daten Statistikamt Nord

Betriebliche Kennziffern: Beherbergung mit Aufwärtstrend bei Preis- und Auslastungsentwicklung

Seit 2013 greift das Tourismusbarometer auf die Daten des Marktforschungsunternehmens STR-Global zurück. Die Daten richten ihren Fokus auf die städtische Kettenhotellerie. Da diese in der Regel schnell auf Marktentwicklungen reagiert, gelten die Daten als Frühindikatoren zur Preis- und Auslastungsentwicklung im Beherbergungsgewerbe.

In Schleswig-Holstein stiegen die Zimmerpreise von Januar bis Oktober 2015 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an, erfreulicherweise bei gleichzeitig steigender Zimmerauslastung. Nachfrage- und Preisentwicklung standen somit in einem gesunden Verhältnis.

Die Netto-Zimmerpreise in Schleswig-Holstein notieren im Mittel gut 8 % unter dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat sich diese Lücke trotz der guten Entwicklung im Land vergrößert (-6,5% in 2014).

Deutlich positiver ist die Entwicklung der Zimmerauslastung in Schleswig-Holstein zu bewerten. Die Kapazitätsbelegung lag zwar rund 2 Prozentpunkte unter dem bundesweiten Durchschnitt, jedoch ist das schleswig-holsteinische Wachstum stärker ausgeprägt.

Es zeigt sich, dass zumindest die städtisch geprägte (Ketten)-Hotellerie ausreichend hohe Preissteigerungen durchsetzen konnte. Besonders in der Sommersaison war dieser Trend spürbar, während in der Nebensaison noch Luft nach oben bleibt.

Vorjahresvergleich von Zimmerpreis und -auslastung

	Zimmerauslastung (%)		Zimmerpreis (€)	
	Jan. bis Okt 14	Jan. bis Okt 15	Jan. bis Okt 14	Jan. bis Okt 15
Schleswig-Holstein	63,0	68,1	90,5	93,0
Deutschland	69,2	70,4	96,8	101,2

Quelle: dwif 2015, STR Global-Daten

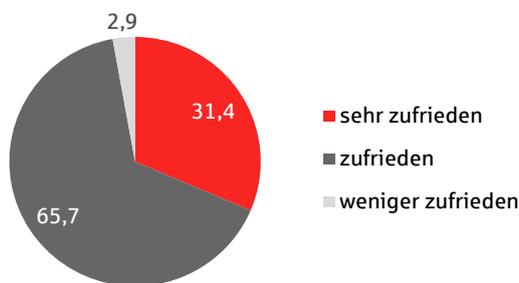
Stimmungsumfrage bei schleswig-holsteinischen Touristkern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Schleswig-Holstein statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Oktober 2015 lag bei 58 % (das Panel umfasst insgesamt 60 Personen).

Bisher kaum negative Stimmen

Die Stimmung der schleswig-holsteinischen Touristiker 2015 ist positiv. Fast alle Befragten zeigten sich mit dem bisherigen Verlauf der Tourismusentwicklung „zufrieden“ oder sogar „sehr zufrieden“. Kritische Stimmen gab es so gut wie keine. In vielen Orten und Regionen standen die Zeichen für die Tourismusentwicklung (weiterhin) auf Wachstum. Vielfach wurde vor allem die gute Entwicklung des Tagestourismus hervorgehoben.

Zufriedenheit der schleswig-holsteinischen Touristiker mit den abgelaufenen Monaten Januar bis August 2015 (in %)



Quelle: dwif 2015, Stimmungsumfrage

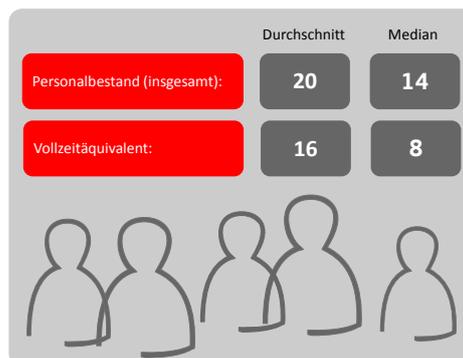
Personalbestand der Tourismusorganisationen

Bei der Stimmungsumfrage im Frühjahr 2015 bestätigten die schleswig-holsteinischen Touristiker die „Organisation und Finanzierung“ der Tourismusorganisationen als eine der größten Herausforderungen. In diesem Zusammenhang spielt auch der Personalbe-

stand eine wichtige Rolle. Doch wie viele Mitarbeiter haben die Tourismusorganisationen, um ihre vielfältigen Aufgaben zu bewältigen? Die Stimmungsumfrage ist dieser Frage genauer nachgegangen.

Je nach Aufgabenspektrum der Organisationen zeigte sich der Personalbestand sehr differenziert. Im Durchschnitt werden 20 Personen beschäftigt, davon 13 in Vollzeit. Diese im Bundesländervergleich sehr hohen Werte deuten einmal mehr auf die bereits im Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2011 identifizierte große Aufgabenvielfalt der Tourismusorganisationen hin. Das durchschnittliche Vollzeitbeschäftigungsäquivalent (Zahl der Vollzeitkräfte x 1,0 + Zahl der Teilzeitkräfte x 0,5 + Zahl der Aushilfen x 0,3) beläuft sich auf 16 Mitarbeiter.

Personalbestand der Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein im Oktober 2015



Quelle: dwif 2015, Stimmungsumfrage

Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein: Die touristischen Wetterstationen

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft, der sogenannten „Wetterstationen“. Dies sind Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

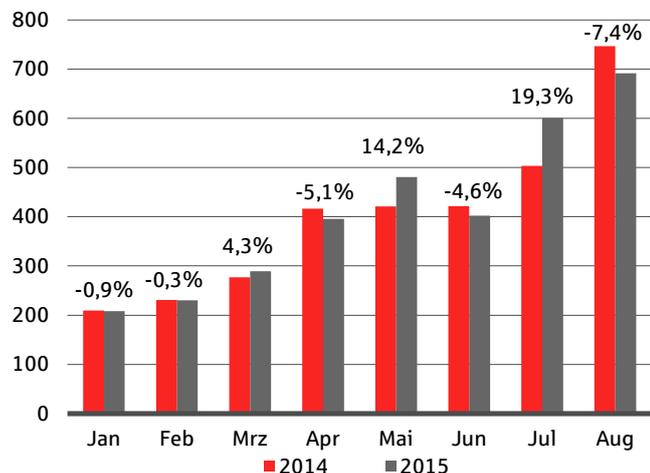
Aktueller Wetterbericht Januar bis August 2015: +2,2 %

Entscheidende Zuwächse im Mai und Juli (2. Tertial 2015: +3,9 %)

Nach einem schwächeren Saisonauftakt 2015 machte die schleswig-holsteinische Freizeitwirtschaft noch einmal einen Sprung nach oben. Dieser Zuwachs reichte aus, um das Gesamtergebnis für den Zeitraum Januar bis August auf ein solides Besucherplus in Höhe von 2,2 % zu heben. Zwei Drittel aller Einrichtungen begrüßten in den ersten acht Monaten mehr Gäste als im Vorjahreszeitraum.

Besucherentwicklung nach Monaten 2014 und 2015

(Besucherzahlen in Tausend)



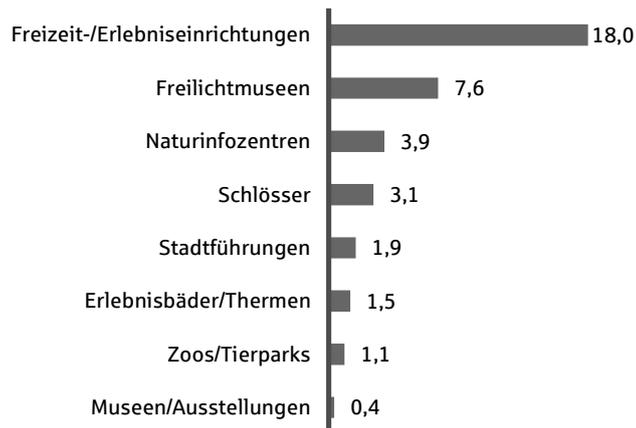
Quelle: dwif 2015, Daten Wetterstationen

Die Besucherbilanz aller erfassten Kategorien lag bis Ende August im positiven Bereich. Erfreulich, denn ein so einheitliches Bild hatte es in Schleswig-Holstein lange nicht mehr gegeben. Die Schlüsselrolle für das gute Resultat spielten die Monate Mai (+14,2) und Juli (+19,3 %). Eine Erklärung für die Entwicklung im Mai ist sicherlich auch die stärkere Verlagerung von Feiertagen auf den Mai 2015. So fielen die Pfingstfeiertage im Vorjahr in den Juni. Noch gewichtiger für das Gesamtergebnis waren allerdings die Zuwächse im Juli. Fast alle Kategorien erfreuten sich in diesem Monat großer Beliebtheit. Die Gründe hierfür sind nicht eindeutig identifizierbar. Das Wetter kommt nicht unbedingt als entscheidender Einflussfaktor in Frage, denn Schleswig-Holstein zählte eher zu den kühleren und sonnenscheinärmeren Bundesländern. Sicherlich spielte aber die Lage der Sommerferien mit hinein, darauf deutet auch die enttäuschende Entwicklung im Top-Monat August hin.

Die Aussichten für die kommenden Monate sind günstig. Erste vorläufige Auswertungen signalisieren leichte Nachfragesteigerungen in den Monaten September und Oktober. Bleibt es dabei, könnte die

schleswig-holsteinische Freizeitwirtschaft bereits das zweite Jahr in Folge ein Besucherplus einfahren.

Besucherzahlen Januar-August 2015 ggü. Vorjahr (in %)



Quelle: dwif 2015, Daten Wetterstationen

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +18,0 %

Wachstumskurs hält an! (2. Tertial 2015: +15,9 %)



Bereits zum Saisonauftakt erzielten die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen einen überdurchschnittlich hohen Besucheranstieg. Dieser Trend bestätigte sich auch in den nachfragestarken Sommermonaten Mai bis August (+18,9 %). Durchweg alle erfassten Einrichtungen leisteten ihren Beitrag zu diesem deutlichen Wachstum. In den meisten Fällen fielen die Zuwächse sogar zweistellig aus. Zu den positiven Einflussfaktoren zählten auch besondere Marketingaktionen.

Freilichtmuseen: +7,6 %

Trendumkehr! (2. Tertial 2015: +10,8 %)



Noch im Frühjahr schwächelten die Freilichtmuseen, doch mit dem Monat Mai setzte die Trendwende ein. Fast alle Häuser fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Für einen großen Schub sorgte neben dem Mai (+29,6 %) auch der Juli (+25,6 %), während die Monate Juni und August nur geringen Einfluss auf das Gesamtergebnis hatten.

Naturinfozentren: +3,9 %

Die „Großen“ geben den Ton an!



In dieser Kategorie gab es nur einen leichten Überhang an Gewinnern. Den entscheidenden Impuls nach oben gaben vor allem größere Häuser. Die Vorzeichen in den Monaten Mai bis Juli lagen durchweg positiven Bereich. Vor allem die Zuwächse im Juli (+33,3 %) fielen ins Auge. Sie kompensierten auch die durchaus empfindlichen Einbußen im August (-20,5 %).

Für andere Bundesländer liegen derzeit noch keine aktuellen Ergebnisse vor. Erste vorläufige Auswertungen deuten in der Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern/Regionen jedoch auf leichte Besuchereinbußen im Zeitraum Januar bis August 2015 hin. Der Monatsverlauf zeigt hingegen deutliche Parallelen. Die Zuwachsraten im Mai und Juli fielen überall überdurchschnittlich hoch aus. Im „Echten Norden“ legten die Einrichtungen noch etwas mehr Dynamik an den Tag. Insofern hat die schleswig-holsteinische Freizeitwirtschaft ihre Marktposition im bisherigen Jahresverlauf ausgebaut.

Burgen/Schlösser: +3,1 %

Besucherplus trotz erschwelter Bedingungen! (2. Tertial 2015: +3,4 %)



Obwohl vereinzelt Baumaßnahmen den Betrieb einschränkten, konnte der Vorsprung zum Vorjahr nach leichten Zuwächsen im Frühjahr nochmals ausgebaut werden. Einige Häuser erzielten durch Sonderausstellungen hohe Zuwächse und beeinflussten den Gesamttrend positiv, obwohl die Mehrheit rückläufige Besucherzahlen verzeichnete. Entscheidend für das bisherige Ergebnis war wie in vielen anderen Kategorien auch ein überaus erfolgreicher Juli (+29,1 %). Ansonsten hätte es insgesamt nicht für ein positives Vorzeichen gereicht. Die Aussichten für weitere Impulse im letzten Jahresdrittel sind durchaus günstig, denn für viele Häuser zählen Weihnachtsmärkte in stilvollem Ambiente zu einem immer wichtigeren Geschäftsfeld.

Stadtführungen: +1,9 %

Gegen den Strom! (2. Tertial 2015: -2,2 %)



Die Stadtführungen waren im 2. Tertial die einzige Kategorie mit einem negativen Ergebnis. Im Detail zeigte der Monatsverlauf deutliche Unterschiede zu allen anderen Kategorien. Entgegen dem allgemeinen Trend fiel die Bilanz im Juli (-25,2 %) negativ aus. Dieser Rückgang wirkte sich entscheidend auf das Ergebnis im Zeitraum Mai bis August aus. Insgesamt profitierten die Stadtführungen noch vom starken Zuwachs zum Saisonauftakt, so dass die Gesamtbilanz bis Ende August immer noch ein positives Vorzeichen aufwies.

Erlebnisbäder/Thermen: +1,5 %

Solides Plus (2. Tertial 2015: +2,8 %)



Nachdem das erste Jahresdrittel stabile Besucherzahlen aufwies, erzielten die Erlebnisbäder/Thermen in den Sommermonaten ein leichtes Plus. Gewinner und Verlierer hielten sich in dieser Zeit die Waage. Zuwächse in Folge von Investitionen einzelner Anbieter sorgten letztlich für den entscheidenden Impuls. Bis Ende August belief sich das Besucherplus auf 1,5 %. Ob dieses Ergebnis zum Jahresende gehalten werden kann, ist noch offen. Immerhin deuten erste Auswertungen für September und Oktober auf leichte Zuwächse in dieser Kategorie hin.

Zoos/Tierparks: +1,1 Prozent

Gar nicht so schlecht! (2. Tertial 2015: +5,4 %)



Nachdem die Zoos/Tierparks im 1. Tertial 2015 den höchsten Rückgang unter allen Kategorien zu verkraften hatten, ging es in den Sommermonaten Mai bis August (+5,4 %) wieder merklich bergauf. An fast allen Zookassen wurden mehr Eintrittskarten verkauft als im Vorjahrszeitraum. Doch auch hier schwächelte der Juli (-0,5 %). Dafür punktete überraschenderweise der August (+12,0 %). Aufgrund der hohen Verluste zum Saisonauftakt rutschte das Gesamtergebnis bis Ende August nur knapp in die Pluszone. Vor dem Hintergrund der starken Dynamik im Vorjahr, ist dieses Resultat aber durchaus positiv zu werten.

Museen/Ausstellungen: +0,4 %

Etwas Boden gut gemacht! (2. Tertial 2015: +2,2 %)



Wenngleich in den Sommermonaten Mai bis August ein überdurchschnittlicher Zuwachs ausblieb, gelang immerhin ein leichtes Besucherplus. Über zwei Drittel der Häuser fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Positive Signale setzten Sonderausstellungen und -veranstaltungen. Bei einigen Einrichtungen lagen die Zuwachsraten weit im zweistelligen Bereich. Aber auch auf Verliererseite gab es teils empfindliche Einbußen zu vermelden. Da das erste Jahresdrittel mit hohen Verlusten für die Museen/Ausstellungen verbunden war, reichte es insgesamt nur für eine schwarze Null. Aktuell deuten die Zeichen jedoch auf einen leichten Ausbau der Besucherzahlen in den Herbstmonaten hin.

Neues Online-System WEBMARK für das Besuchermonitoring Besuchererfassung über WEBMARK

Seit diesem Jahr werden die Besucherzahlen der schleswig-holsteinischen Freizeit- und Kultureinrichtungen über das Online-System WEBMARK (www.webmark.eu) erfasst. Neben einer übersichtlichen Verwaltung der eigenen Daten kann jede Einrichtung mit wenigen Klicks eigene monatsaktuelle Wettbewerbsvergleiche mit der jeweiligen Angebotskategorie und der Freizeitwirtschaft insgesamt erstellen. Das System lebt von seiner Aktualität! Durch die regelmäßigen Eingaben können alle Teilnehmer noch stärker vom Besuchermonitoring im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers profitieren. Bei Rückfragen rund um das System steht Ihnen Frau Wiebke Leverenz von der dwif-Consulting GmbH gerne zur Verfügung (Tel. 030/757 94 9-33 oder w.leverenz@dwif.de).

Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Ihre Ansprechpartner:

Herausgeber:	Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein Gyde Opitz Faluner Weg 6 24109 Kiel 0431 / 53 35 600 info@sgvsh.de	Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. Dr. Catrin Homp Wall 55 24103 Kiel 0431 / 560 105 0 info@tvsh.de
--------------	--	--

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH

Karsten Heinsohn
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
030 / 757 949 – 30
k.heinsohn@dwif.de