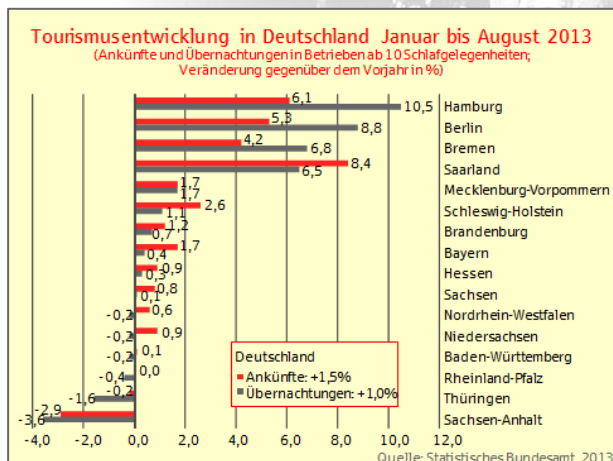


Infobrief Nr. 3/2013, Kiel, 22.10.2013

Schleswig-Holstein-Tourismus Januar bis August 2013: Trendwende geschafft

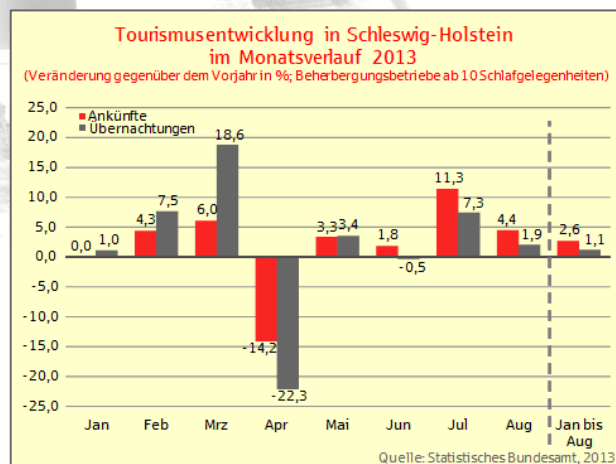
Der Deutschland-Tourismus zeigt sich zunehmend erholt, besonders durch die guten Sommermonate Juli und August. Nach anfänglichen Übernachtungseinbußen bis in den Frühsommer hinein, zog auch der Schleswig-Holstein-Tourismus bis zum August 2013 an und platziert sich im Bundesländervergleich im oberen Mittelfeld. Dabei führt das nördlichste Bundesland das Ranking der Flächenbundesländer zusammen mit Mecklenburg-Vorpommern an und schneidet deutlich besser ab als der dritte große Wettbewerber im Norden, Niedersachsen. Die Zahl der Übernachtungen in Betrieben ab 10 Schlafgelegenheiten und auf Campingplätzen in Schleswig-Holstein stieg in den ersten acht Monaten um 1,1 % auf 13,28 Millionen. Die Gästezahlen legten noch stärker zu (+2,6 % auf 4,52 Mio.) und liegen sogar noch über dem Rekordwert von 2012.



Jenseits der Stadtstaaten (ungebrochener Boom des Städtetourismus) und des Saarlandes (Neueröffnung eines CenterParcs im Juli) auf der einen sowie Thüringen und Sachsen-Anhalt (Auswirkungen der Flutkatastrophe im

Juni) auf der anderen Seite, liegen die übrigen Bundesländer bei der bisherigen Übernachtungsentwicklung 2013 in einer Spanne von -0,4 bis +1,7 % sehr eng beieinander.

Ein Blick auf den bisherigen Saisonverlauf zeigt drei Auffälligkeiten: Erstens wurde die Vorsaison angekurbelt. Zweitens sind die Verschiebungen zwischen März und April vor allem auf die veränderte Lage der Ferien und Feiertage (Ostern) zurückzuführen. Drittens verhalfen der Juli und August witterungsbedingt zu einem Anstieg der Übernachtungszahlen, die letztendlich den lang anhaltenden Winter mit Schnee und Frost und die schlechten Voraussetzungen in den Osterferien kompensieren konnten.



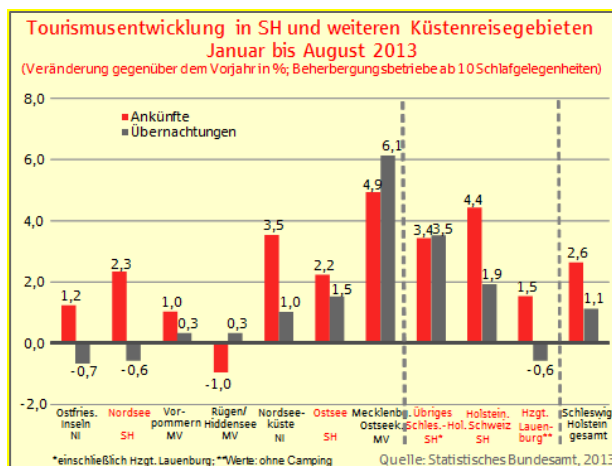
Die zunächst widrigen Witterungsbedingungen und schließlich guten Voraussetzungen im Sommer dürfen jedoch nicht zu einem Zurücklehnen der Verantwortlichen führen, weil vermeintlich nur nicht zu beeinflussende Faktoren den Ausschlag geben. Die Wettbewerber zeigen: Eine Stärkung der Angebotsvielfalt sowie der Dichte von Veranstaltungen – verteilt über das ganze Jahr – und vor allem



stetige Neu- und Reinvestitionen bringen Impulse und ermöglichen eine langfristige und von externen Rahmenbedingungen unabhängige Dynamik. Diese Aktivitäten sollten zudem nicht nur das Nachfragevolumen im Blick haben, sondern insbesondere weitere Anreize für höhere Ausgaben der Gäste setzen.

Küstenregionen mit heterogenem Bild, Übriges Schleswig-Holstein zieht an

Die deutschen Küstenregionen sind nach den Städten der Destinationstyp mit den stärksten Zuwächsen in den ersten acht Monaten 2013. Die Gästezahlen stiegen in den meisten Küstenregionen stärker an als die Übernachtungen, was eine weitere Verringerung der Aufenthaltsdauer bedeutet. Die Ostseeküste Schleswig-Holsteins zeigte eine deutlich positivere Übernachtungsentwicklung als die Nordseeküste, die sogar leichte Übernachtungsverluste hinnehmen musste. Zusammen betrachtet schneiden die beiden Küstenregionen in Schleswig-Holstein geringfügig schlechter ab als das Bundesland insgesamt.



Den größten Sprung unter allen Küstenregionen machte die Mecklenburgische Ostseeküste, deren Übernachtungszahlen nach einem starken Jahr 2012 weiter wuchsen. Auch hier setzten neue Angebote, z. B. das erste a-ja

Resort Deutschlands in Warnemünde, Ausrufezeichen. Die Region Rügen/Hiddensee hält nach verlustreichen Jahren in etwa das Vorjahresniveau. Ohnehin schneiden die Inseln ein weiteres Mal schlechter ab als die Destinationen auf dem Festland.

In der Holsteinischen Schweiz und im übrigen Schleswig-Holstein fiel die Bilanz bei den Gästezahlen und den Übernachtungen besser aus als an den Küsten. Das Herzogtum Lauenburg erreicht zwar weiterhin nicht die Entwicklung

des Landesdurchschnitts, verzeichnete aber wie alle schleswig-holsteinischen Regionen immerhin Zuwächse bei den Gästezahlen.

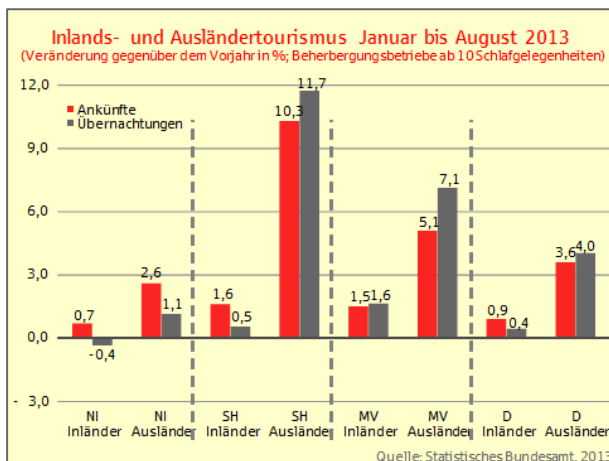
Die Situation in den Städten zeigte sich mehrheitlich positiv, allerdings mit unterschiedlichen Ausprägungen: Größere Städte wie Kiel (Übernachtungen: +4,7 %) und Lübeck (+3,7 %) verzeichneten moderate Zuwächse auf hohem absolutem Niveau, die nächst größeren Städte wie Neumünster (+20,4 %), Flensburg (+10,5 %) oder Rendsburg (+62,9 %) fielen mit deutlich dynamischerer Entwicklung auf.

Wachstumsmotor Auslandsmärkte, Inland mit Luft nach oben

Wachstumsmotor im Schleswig-Holstein-Tourismus sind einmal mehr die internationalen Quellmärkte. Die Wachstumsrate aus dem Ausland lag sogar deutlich über dem Bundesdurchschnitt und ist nach der Entwicklung im Saarland die höchste aller deutschen Bundesländer. Hier scheinen die Angebote und die Marketingaktivitäten zunehmend die Bedürfnisse ausländischer Gästegruppen zu treffen. Auch im Vergleich zu den anderen Küstenländern zeigt sich: Der Incoming-Tourismus nach Schleswig-Holstein liegt im Trend. Das nördlichste Bundesland macht hier deutlich Boden gut bzw. setzt sich weiter ab.



Auch bei den Gästeankünften (+1,6 %) und den Übernachtungen (+0,5 %) aus dem Inland lag Schleswig-Holstein leicht über dem Bundesdurchschnitt und reihte sich knapp hinter Mecklenburg-Vorpommern, aber deutlich vor Niedersachsen ein. Der Anteil der innerdeutschen Quellmärkte in Schleswig-Holstein liegt auflaufend bis August 2013 bei 93,4 % an allen Gästeübernachtungen (2012: 93,9 %).



**Gastgewerbe in Schleswig-Holstein:
Umsatzlücke zum Vorjahr wird kleiner,
Arbeitsmarkt weiterhin robust**

Die Umsätze im schleswig-holsteinischen Gastgewerbe liegen zwar im Zeitraum von Januar bis August 2013 weiterhin um 2,8 % unter dem Vorjahresstand; Beherbergungsgewerbe (-2,7 %) und Gastronomie (-3,0 %) entwickelten sich dabei ähnlich. Allerdings schließt sich die Umsatzlücke Schritt für Schritt. Sie betrug im April noch -9,2 Prozent.

Auch die anderen Küstenbundesländer können keine positive Umsatzentwicklung vermelden: In Mecklenburg-Vorpommern stagnierte das Gastgewerbe (-0,2 %), in Niedersachsen gingen die Umsätze ähnlich wie in Schleswig-Holstein zurück (-2,7 %).

Bei der Interpretation der Umsatzzahlen ist jedoch Vorsicht geboten, denn die Ergebnisse der letzten Jahre haben gezeigt, dass insbesondere die Aussagekraft der ersten Monate nur eingeschränkt ist. Dies liegt zum Teil auch an der Erhebungsmethodik: Die Umsatzzahlen werden mittels einer deutschlandweiten Stichprobe erhoben, deren Zusammensetzung zudem jedes Jahr im Juni eine Überarbeitung erfährt, während die Übernachtungstatistik auf einer Vollerhebung der Betriebe ab 10 Schlafgelegenheiten basiert.

Die Statistiken des touristischen Arbeitsmarktes sprechen in Schleswig-Holstein trotz der Umsatzentwicklung weiterhin eine positive Sprache: Die Zahl der Beschäftigten stieg um 2,3 % an, wobei die Teilzeitbeschäftigung (+3,5 %) stärker profitierte als die Vollzeitbeschäftigung (+0,5 %).

Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung im Gastgewerbe
(Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr, vorläufige Ergebnisse)

Januar bis August 2013	Schleswig-Holstein		Deutschland	
	Nominal*	Real**	Nominal*	Real**
Umsatz				
Beherbergungsgewerbe	-0,5	-2,7	0,2	-1,9
Gastronomie	-0,5	-3,0	1,8	-0,7
Gastgewerbe insgesamt	-0,5	-2,8	1,2	-1,2
Beschäftigung insgesamt				
Beherbergungsgewerbe	3,2		0,0	
Gastronomie	1,8		0,8	
Gastgewerbe insgesamt	2,3		0,6	

* in jeweiligen Preisen
** in Preisen des Jahres 2010

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2013

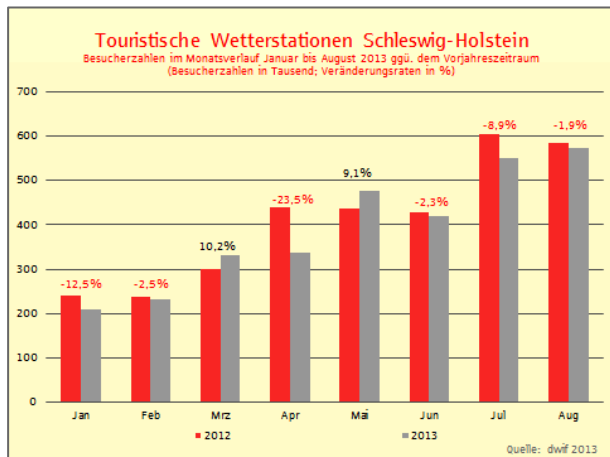
In den Bundesländern verlief die Entwicklung analog zum Umsatz: Mecklenburg-Vorpommern (-0,1 %) stagnierte, die Zahl der Beschäftigten in Niedersachsen (-0,9 %) nahm weiter ab, wofür erneut vor allem der Beherbergungssektor (-3,9 %) verantwortlich war.



Wetterstationen in Schleswig-Holstein: Kaum Besserung durch die Sommermonate

Die Lage für die Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein bleibt auch nach Ablauf der Sommermonate angespannt. Aufgrund des extrem verlustreichen Saisonauftaktes pendelte sich das Gesamtergebnis der Besucherentwicklung bis Ende August bei -4,4 % ein. Daran konnten auch die Monate Mai bis August kaum etwas ändern: 1,7 % weniger Besucher lautete hier die Bilanz. Es wird schwer, diesen Rückstand bis Ende des Jahres noch aufzuholen.

Nach wie vor zeigt sich das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern entsprechend unausgeglichen. Rund 63 % aller Wetterstationen verfehlten bis Ende August ihre Vorjahreszahlen. Als einzige Kategorie erzielten die Schlösser ein leichtes Besucherplus. Noch gravierender: Die meisten Kategorien kämpften zudem bereits im Vorjahreszeitraum Januar bis August 2012 mit Nachfrageverlusten.



Der Blick auf die bisherige Saison fällt ernüchternd aus: Im gesamten Jahresverlauf erzielte die Freizeitwirtschaft nur im März (+10,2 %) und Mai (+9,1 %) ein Besucherplus, was maßgeblich mit der Verschiebung der Feiertage und Ferien zusammenhing. Im 2. Tertiäl dagegen vor allem der Juli (-8,9 %) verlustreich aus. Dies schmerzt umso mehr, weil er zu den volumenstärksten Monaten zählt. Mit Ausnahme der Zoos/Tierparks verzeichneten

in diesem Monat alle Kategorien Nachfrageeinbußen, nicht selten im zweistelligen Bereich.

Wetterstationstypen in der Einzelanalyse

Die Mehrheit der **Schlösser** erzielte in den Sommermonaten ein Besucherplus. Sie punktetten vor allem im Juni (+17,4 %). Unter dem Strich belief sich das Gesamtergebnis für den Zeitraum Mai bis August auf +1,9 %. Dies reichte knapp aus, um die Verluste zum Jahresstart ausgleichen zu können. Die Veränderungsrate für das bisherige Jahr 2013 bis Ende August lag mit +0,6 % ebenfalls knapp im positiven Bereich. Da das Weihnachtsgeschäft mit einer Vielzahl von Sonderveranstaltungen zunehmend zu einem wichtigen Aktionsfeld der Schlösser gehört, ist für das Jahresergebnis in dieser Kategorie durchaus noch Steigerungspotenzial vorhanden.

Nur wenig Dynamik zeigte sich bei den **Erlebnisbädern/Thermen**. Sie rutschten im 2. Tertiäl mit 1,0 % in die Minuszone. Insgesamt gab es einen leichten Überhang an Bädern mit Besucherverlusten. Ein stärkeres Abrutschen verhinderte vor allem das gute Ergebnis im Mai (+17,5 %). Die Folgemonate wiesen dagegen wiederum allesamt negative Veränderungsrate auf.

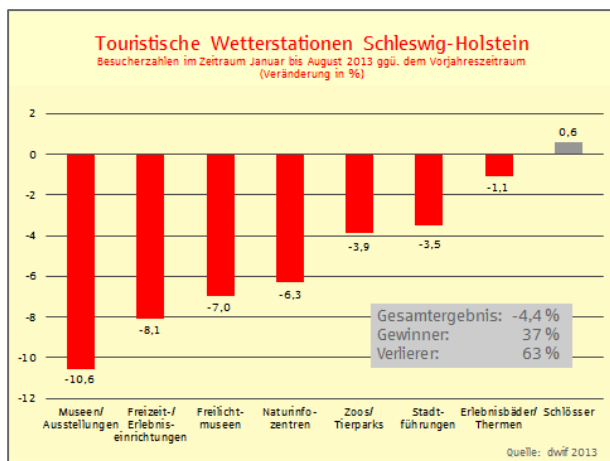
Zum Jahresstart stachen die **Stadtführungen** als einzige Kategorie mit einem deutlichen Plus an Teilnehmern heraus. Trotz dieser guten Ausgangsposition fielen sie im Zeitraum Mai bis August (-5,4 %) wieder deutlich zurück. Dies lag vor allem an den hohen Einbußen im Mai (-10,7 %) und Juli (-11,6 %), während die Nachfragezahlen in den Monaten Juni und August stabil blieben.

Die **Zoos/Tierparks** verkauften in den Sommermonaten Mai bis August ähnlich viele Eintrittskarten wie im Vorjahreszeitraum (+0,1 %). Die Anzahl der Gewinner und Verlierer war insgesamt ausgeglichen. Aufgrund des schlechten Saisonstarts blieb das Ge-



samtergebnis bis Ende August (-3,9 %) aber deutlich in die Minuszone. Für einen versöhnlichen Jahresabschluss könnte dennoch ein guter Herbst sorgen.

Uneinheitlich war der Verlauf in den Sommermonaten bei den **Naturinfozentren**. Einrichtungen mit Zuwächsen und Rückgängen waren gleichermaßen zu beobachten. Es scheint also kein genereller Interessenverlust an diesem Segment zu bestehen. Vielmehr sind betriebsindividuelle Gründe ausschlaggebend. Auf der Verliererseite fanden sich allerdings vermehrt besucherstarke Anbieter wieder, so dass die Sommerbilanz letztlich um 5,4 % in die Minuszone rutschte und sich die Negativentwicklung der ersten Monate bestätigte. Entschieden wurde das Ergebnis im Juni und Juli (insgesamt -16,0 %), während die Vorzeichen im Mai und August auf Wachstum standen. Gefragt sind stetige Investitionen in ein neues Naturerlebnis und Sonderveranstaltungen.



Nicht viel besser war die Situation bei den **Freilichtmuseen**. Sie büßten in den Sommermonaten 4,8 % ihrer Nachfrage aus dem Vorjahr ein. Mit einer Ausnahme verzeichneten alle Häuser im Zeitraum Mai bis August Verluste. Die Veränderungsraten in den einzelnen Monaten fielen durchweg negativ aus. Der schlechte Saisonauftakt zeichnet sich auch in dieser Kategorie verantwortlich für das hohe Besucherminus im Gesamtzeitraum bis Ende August (-7,0 %).

4,0 % weniger Gäste im 2. Terial 2013 lautete das Ergebnis der **Freizeit-/Erlebniseinrichtungen**. Vereinzelt waren zwar Zuwächse zu beobachten, die Mehrzahl der Anbieter verfehlte jedoch die Besucherzahlen des Vorjahres. Bis Ende August beziffert sich der Verlust insgesamt auf -8,1 %. Auch in dieser Kategorie schwinden die Aussichten auf ein positives Jahresergebnis.

Nachdem die **Museen/Ausstellungen** bereits zum Saisonstart den größten Verlust unter allen Kategorien einfuhren, rutschte die Bilanz auch in den Sommermonaten leicht in die Minuszone (-1,9 %). Jedes zweite Haus verfehlte seine Besucherzahlen des Vorjahres. Der bislang aufgelaufene Rückstand für das gesamte Jahr (-10,6 %) ist jedoch maßgeblich auf den Wegfall von Sonderausstellungen zurückzuführen. Und blickt man auf die typischen Besuchervolumina in den letzten Monaten eines Jahres, so ist eine Trendumkehr ohne besondere Impulse (z. B. durch Veranstaltungen und/oder Sonderausstellungen) kaum möglich.

Bundesländer im Vergleich

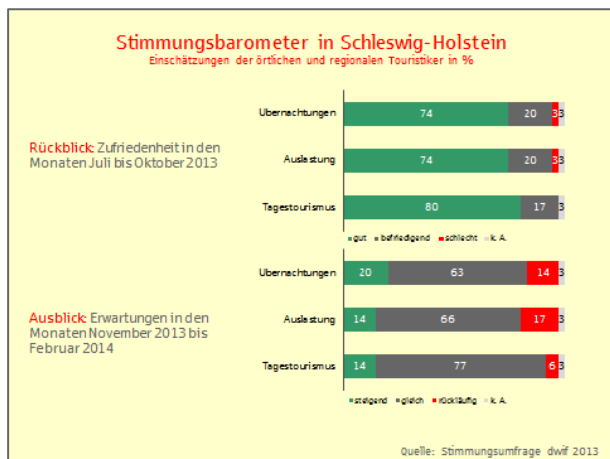
Die Ergebnisse der anderen erfassten Bundesländer lagen zum Redaktionsschluss noch nicht vollständig vor. Eine vorläufige Auswertung der Ergebnisse zeigt, dass die Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern – ähnlich wie in Schleswig-Holstein – mit Besucherrückgängen von rund 4 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu kämpfen hatte.

Stimmungsbarometer in Schleswig-Holstein: Aufgehellte Stimmung bei den Touristkern

Dreimal jährlich bewerten die örtlichen und regionalen Touristiker in den Barometer-Bundesländern die Tourismusedwicklung in ihrem Zuständigkeitsgebiet. Die Beteiligung auf die aktuelle Herbstumfrage im Oktober 2013 lag in Schleswig-Holstein bei steigungsfähigen 53 % (35 von 66 Befragten).



Die Stimmung unter den schleswig-holsteinischen Touristikern hat sich im Vergleich zur Sommerbefragung im Juni 2013 deutlich verbessert, besonders der Anteil der positiven Bewertungen ist angestiegen. Jeweils rund drei Viertel aller Befragten bewerteten die Entwicklungen von Übernachtungen, Auslastung und Tagestourismus in den Monaten Juli bis Oktober 2013 als gut.



Die erfreuliche Entwicklung wurde von den Akteuren in den Regionen und Orten vor allem auf die günstige Witterung während der tourismusintensiven Monate Juli und August zurückgeführt. Dies brachte viele spontane Buchungen, wodurch längerfristige Stornierungen aus den vom Hochwasser betroffenen Quellmärkten kompensiert werden konnten.

In den kommenden Monaten November 2013 bis Februar 2014 gehen die Touristiker mehrheitlich von ähnlichen Tourismuszahlen wie im Vorjahreszeitraum aus. Negative Auswirkungen werden beispielsweise im Zusammenhang mit der neuen Bäderverordnung (eingeschränkte Sonntagsöffnung) befürchtet. Zum Teil nennen die Akteure aber auch die Qualität der Gastronomie oder eingeschränkte Kapazitäten im Zuge von Renovierungsmaßnahmen als individuelle Hemmfaktoren.

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, Rheinland-Pfalz, das Saarland und – ganz neu – für Westfalen-Lippe regionale Barometer.

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

- schließt Informationslücken,
- ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche,
- ist ein Frühwarnsystem, macht den Nutzer aufmerksam auf wichtige strukturelle Veränderungen in der Tourismuswirtschaft, auf Erfolge und Misserfolge,
- 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

Axel Schwiegershausen
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 98 10
E-Mail: 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

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

Die Gesamtergebnisse des Sparkassen-
Tourismusbarometers Schleswig-Holstein 2013
können als CD über das Internet zum Preis von
30,- EUR zzgl. Versandkosten angefordert werden.

Die Kurzfassung des Jahresberichtes 2013 ist
über die Internetseite als PDF oder kostenlos
beim Herausgeber als gedruckte Version erhält-
lich.