

### Anhaltender Übernachtungszuwachs in Schleswig-Holstein – gelungener Auftakt in das Tourismusjahr 2016

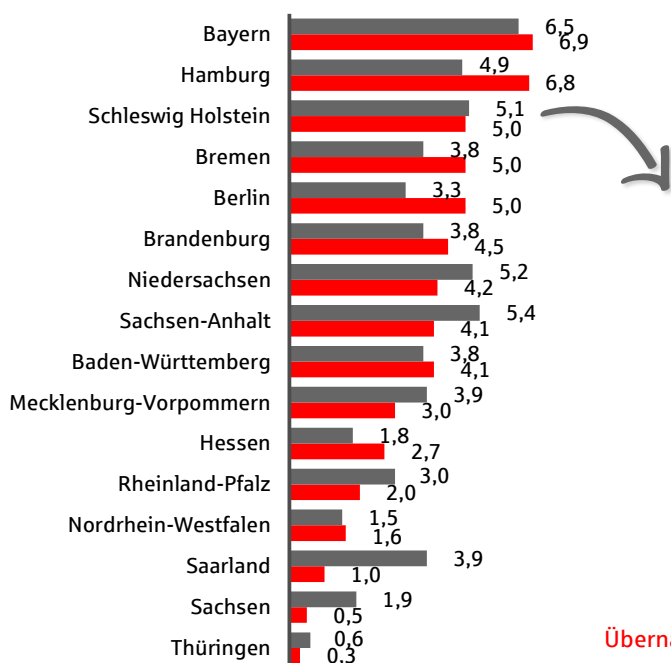
#### Hohe Übernachtungsdynamik geht in die Fortsetzung

Folgt auf die Wachstumsjahre 2014 und 2015 das Wachstumsjahr 2016? Die Stellschrauben sind justiert, der Schleswig-Holstein-Tourismus verzeichnete zwischen Januar und Mai 2016 rund 400.000 Übernachtungen mehr als im Vorjahreszeitraum (+5,0 %). Insgesamt begrüßten die Beherbergungsbetriebe in den ersten fünf Monaten 2.326.857 Gäste (+5,1 %), die insgesamt 8.118.096 Mal (+5,0 %) in den angebotenen Schlafgelegenheiten des Landes übernachteten.

Schleswig-Holstein zählt in der Zwischenbilanz 2016 bundesweit zu den Ländern mit der höchsten Übernachtungsdynamik. Nur Bayern und der Stadtstaat Hamburg legten noch stärker zu. Die beiden anderen Küstenbundesländer ließ Schleswig-Holstein hinter sich: Niedersachsen (+4,2 %) liegt knapp über und Mecklenburg-Vorpommern unter dem Bundesdurchschnitt. Wachstumsbringer war im betrachteten Zeitraum die Hotellerie (+7,1 %), das Sonstige Beherbergungsgewerbe bilanziert einen Zuwachs von 4,6 %.

Bei den Gästeankünften hingegen lagen Schleswig-Holstein (+5,1 %) und Niedersachsen (+5,2 %) auf einem Niveau, Mecklenburg-Vorpommern (+3,9 %) pendelte sich im deutschlandweiten Durchschnitt ein (+3,8 %).

#### Gewerbliche Übernachtungen Januar bis Mai 2016 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

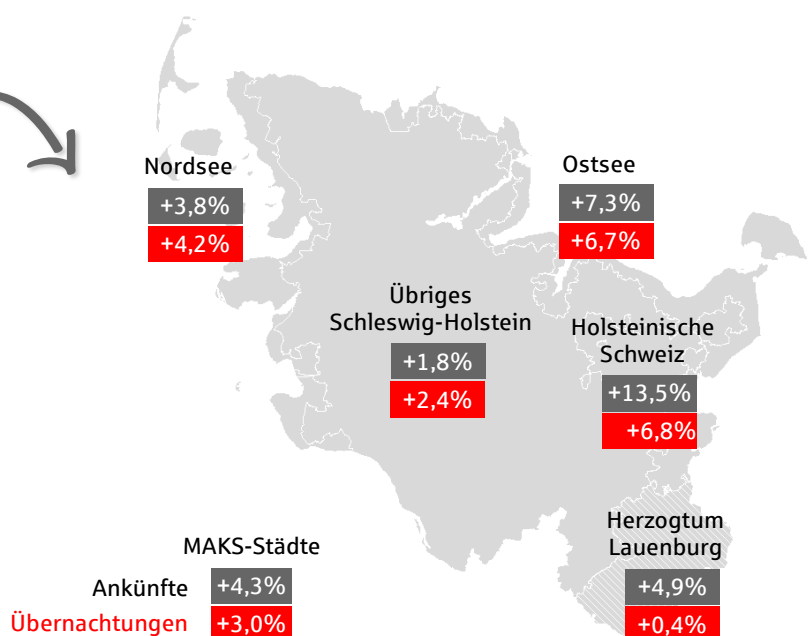


#### Der Schleswig-Holstein-Tourismus 2016 (Januar bis Mai)

- Überdurchschnittliche Zuwächse bei Ankünften und Übernachtungen – Küstendestinationen als Wachstumstreiber
- Inlandsmarkt boomt
- Freizeitwirtschaft mit stabilen Besucherzahlen

#### Holsteinische Schweiz und Ostsee beflügeln Landesergebnis

Alle schleswig-holsteinischen Regionen verbesserten ihr Ergebnis des Vorjahreszeitraums. Die Spanne reichte relativ betrachtet von einem leichten Plus (+0,4 %) im Herzogtum Lauenburg bis in die Holsteinische Schweiz mit +6,8 %. Bei den MAKS-Städten fiel das Wachstumsniveau mit +3,0 % schwächer aus als für das Bundesland insgesamt. Dennoch blickt der Großteil der Mitglieder der Marketingkooperation in den ersten fünf Monaten auf einen Nachfragezuwachs zurück. Gerade Kleinstädte wie Rendsburg (+31,6 %), Eckernförde (+25,6 %), Ahrensburg (+10,4 %) und Friedrichstadt (+9,3 %) – alle zwar mit geringem absoluten Übernachtungsniveau – erreichten hohe Zuwächse. Die Holsteinische Schweiz und das Herzogtum Lauenburg legten zudem auffällig stark bei den Gästeankünften zu. Die Aufenthaltsdauer der Gäste hat sich hier weiter verkürzt, während sie sich in den anderen Regionen im Trend eher stabil zeigt.



Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt und Statistikamt Nord

**Wachstumsmarkt Inland – Ausland unterdurchschnittlich**

Die Nachfrage aus dem Inland wächst deutschlandweit. Auch Schleswig-Holstein punktet in diesen Quellmärkten: Der Inlandstourismus entwickelte sich in den ersten fünf Monaten sogar deutlich dynamischer als in Deutschland insgesamt. Zwei Faktoren spielen hier eine entscheidende Rolle: einerseits die Angebotsentwicklung und die Marktpositionierung Schleswig-Holsteins, andererseits die anhaltende Unsicherheit hinsichtlich einiger beliebter Reiseziele im Ausland. Dieser Trend wird auch in der Sommersaison weiter anhalten, wenngleich hier kaum noch freie Kapazitäten vorhanden sind.

Der Incoming-Tourismus setzt auch 2016 seinen eingeschlagenen Wachstumspfad fort. Dessen Dynamik blieb allerdings leicht hinter dem Wettbewerb zurück. Die TOP-5-Quellmärkte in Schleswig-Holstein zeigen unterschiedliche Entwicklungen. Während das Bundesland aus dem Hauptquellmarkt Dänemark in der Zwischenbilanz fast 2 % weniger Übernachtungen verbuchte, wurden aus den Niederlanden (+6,0 %), aus Schweden (+2,7 %) und aus Polen Übernachtungszuwächse erreicht.

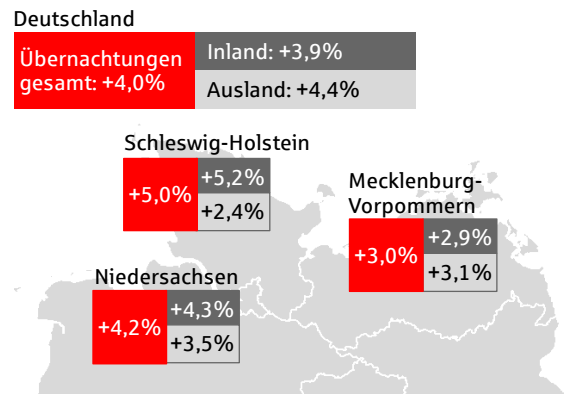
**Destinationstypen: Küsten und Seen vor Städten**

Die Küsten- und Seenregionen haben mit ihrer derzeitigen Übernachtungsdynamik den fast zur Gewohnheit gewordenen Wachstumstreiber im Deutschlandtourismus – die Städte – überholt. Mit einem Plus von 5,0 % bzw. 4,9 % liegen beide Destinationstypen bundesweit vor den Städten (+4,0 %). Unter den Küstendestinationen erreichten die Vertreter an der Ostsee die stärksten Entwicklungsraten. Die Ostseeküste in Schleswig-Holstein erweist sich als einer der Wachstumsmotoren, aber auch die Destinationen an der schleswig-holsteinischen Nordseeküste legten deutlich zu. Für die Wettbewerber in Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern stellt es sich als zunehmende Herausforderung dar, mit der auch investitionsbedingten Dynamik Schleswig-Holsteins Schritt zu halten. So lag der Marktanteil der beiden schleswig-holsteinischen Küsten in den ersten fünf Monaten 2016 bei mittlerweile 36,9 %. Blickt man auf den bundesweiten Seenvergleich, dann positioniert sich die Holsteinische Schweiz unter den zehn Wettbewerbern mit +6,8 % im Mittelfeld (Rang 5). Der Spreewald und das Fränkische Seenland sind derzeit die Treiberregionen (beide über 11 % Zuwachs). Weinregionen und Mittelgebirge lagen bei +2,6 % bzw. 2,5 %.

**Saisonal: Wintermonate werden zum Wachstumsgarant**

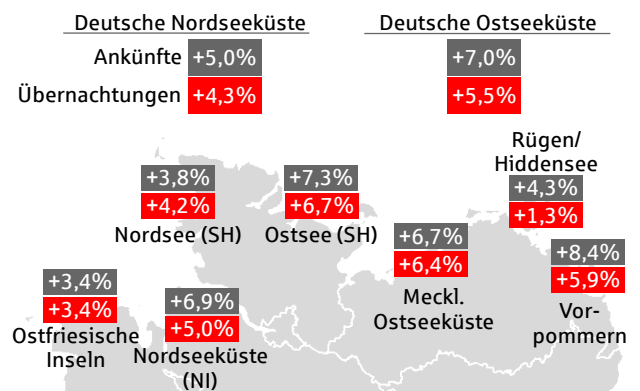
Der Saisonverlauf bis Mai 2016 ist einmal mehr ein Indiz dafür, dass saisonverlängernde Maßnahmen in Schleswig-Holstein fruchten. Im Januar und Februar dieses Jahres stiegen die Übernachtungen um rund 12 % bzw. 10 % an. In beiden Monaten war dafür die Inlandsnachfrage relativ gesehen ein stärkerer Treiber als die Auslandsnachfrage. Die Lage der Osterfeiertage/Osterferien führte wieder zu deutlichen Sprüngen zwischen März und April. Angesichts des lang anhaltenden Winters und der durchwachsenen Witterung in den Osterferien ist das Resultat (+5,0 %) in den ersten fünf Monaten 2016 mehr als erfreulich.

**Küstenländer: Übernachtungen Januar bis Mai 2016 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)**



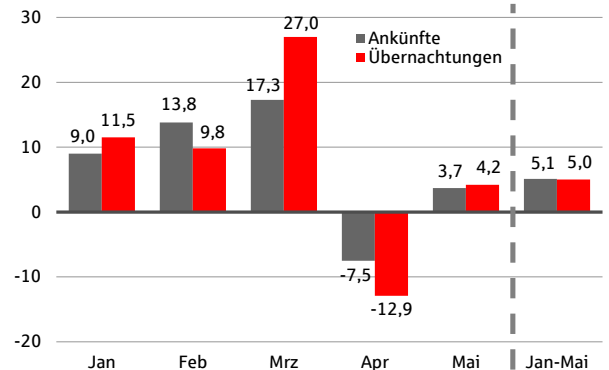
Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt

**Küstenregionen: Ankünfte und Übernachtungen Januar bis Mai 2016 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)**



Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt

**Schleswig-Holstein: Monatliche Ankünfte und Übernachtungen 2016 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)**



Quelle: dwif 2016, Daten Statistikamt Nord

## Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Positive Entwicklung im ersten Halbjahr – Auslastung und Preis legten zu!

Seit rund drei Jahren greift das Tourismusbarometer auf die Daten des internationalen Marktforschungsunternehmens STR-Global zurück. Die Daten richten ihren Fokus auf die städtische Kettenhotellerie. Da diese in der Regel schnell auf Marktentwicklungen reagieren, gelten die Daten als Frühindikator im Beherbergungsgewerbe.

### Zimmerauslastung und Preis im Beherbergungsgewerbe (Year to date)

	Zimmerauslastung in %		Preis in €	
	Jan-Jun 2016	Jan-Jun 2015	Jan-Jun 2016	Jan-Jun 2015
<b>Schleswig-Holstein</b>	61,8	58,6	88,0	87,1
<b>Deutschland</b>	68,3	67,0	104,3	100,2

Quelle: dwif 2016, Sonderauswertung EBIL-Daten

In Schleswig-Holstein stiegen die Zimmerpreise von Januar bis Juni 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum moderat an, erfreulicher-

weise bei gleichzeitig steigender Zimmerauslastung. Die allgemein gute Markt- und Konjunkturlage schlug sich somit auch auf eine gesunde Entwicklung der Angebots- und Nachfragerwerte nieder.

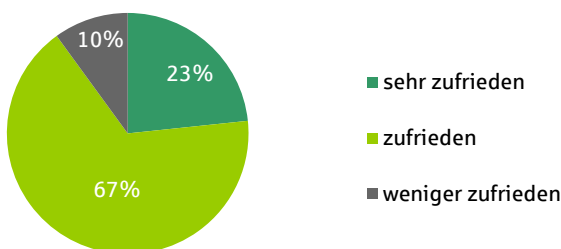
Im Vergleich zur bundesweiten Auslastung legte das schleswig-holsteinische Beherbergungsgewerbe überdurchschnittlich zu und verringerte den Abstand zum bundesweiten Benchmark. Der durchschnittliche Zimmerpreis lag im Zeitraum Januar bis Juni 2016 in Schleswig-Holstein rund 18,5 % unter dem bundesweiten Niveau. Hier bleibt zu berücksichtigen, dass in Schleswig-Holstein meist die 2. Jahreshälfte (u.a. aufgrund der Sommer-/Ferienmonate) stärker ausfällt. So lag das Preisniveau – bezogen auf das Gesamtjahr (Januar bis Dezember) 2015 – beispielsweise nur neun Prozent unter dem Deutschlandwert.

Insgesamt startete das schleswig-holsteinische Beherbergungsgewerbe gut in das erste Halbjahr 2016 und auch die weiteren zur Verfügung stehenden Stimmungswerte der DIHK-Saisonumfrage deuten auf eine weiterhin positive Entwicklung hin.

## Stimmungsumfrage bei schleswig-holsteinischen Touristiker

Drimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Schleswig-Holstein statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Februar 2016 lag bei 51 % (das Panel umfasst insgesamt 59 Personen).

### Zufriedenheit der schleswig-holsteinischen Touristiker



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

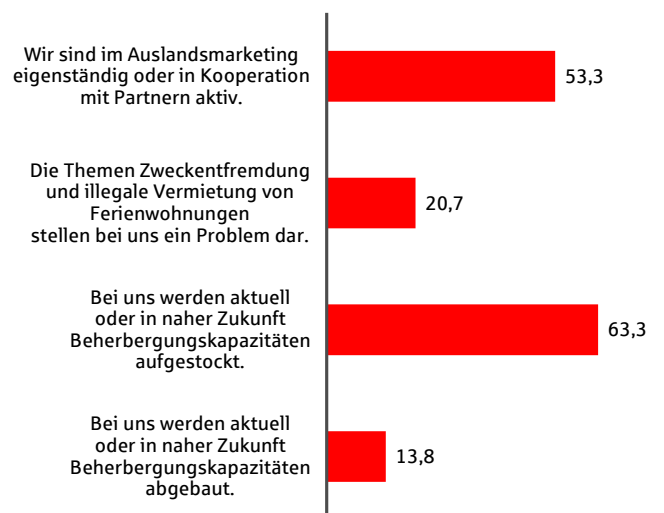
Der positive Trend wie auch Ausblick wird durch die Stimmungsumfrage des Sparkassen-Tourismusbarometers Schleswig-Holstein unterstrichen.

Befragt zu verschiedenen Themen gab etwas mehr als die Hälfte der Touristiker an, eigenständig oder in Kooperation mit Partnern im **Auslandsmarketing** aktiv zu sein. Für die Mehrheit stellt Dänemark den wichtigsten Auslandsmarkt dar. Erst mit einigem Abstand folgen die Schweiz, Österreich und Schweden. Außerdem wurden vereinzelt Norwegen und die Niederlande genannt.

Zudem sehen sich rund ein Fünftel der Touristiker mit Problemen der Zweckentfremdung und illegalen Vermietung von Ferienwohnungen

### Einschätzungen zu verschiedenen Themen

(Zutreffende Aspekte der Touristiker in ihrem Zuständigkeitsgebiet, Anteile in %)



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

in ihrem Zuständigkeitsbereich konfrontiert – etwas häufiger als bei den Kollegen in anderen erfassten Bundesländern/Regionen. Der aktuelle Referentenentwurf zur Klarstellung der Baunutzungsverordnung deutet jedoch auf eine für die touristische Entwicklung positive

Wende beim Betrieb von Ferienwohnungen in allgemeinen Wohngebieten hin. Und auch für reine Wohngebiete könnte es Ausnahmeregelungen geben (Quelle: Pressemitteilung des Deutschen Tourismusverbandes, 07. Juli 2016).

In Bezug auf die **Beherbergungskapazitäten** stehen die Zeichen in vielen Orten und Regionen momentan auf Wachstum. Es lassen sich jedoch kaum allgemeingültige Aussagen treffen – zu individuell sind die Situationen und Bedarfe vor Ort. Neben konkreten Hotelneubauplanungen sind aber auch Betriebsschließungen aus Rentabilitätsgründen oder aufgrund von Nachfolgeproblemen zu beobachten.

## 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 April 2016: +0,4 %

#### Schwarze Null!

Ohne größere Überraschungen verlief das erst Jahresdrittel 2016 für die Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein. Nur ganz knapp bewegten sich die Besucherzahlen über dem Vorjahresniveau. Das stabile Gesamtergebnis täuscht auf den ersten Blick allerdings darüber hinweg, wie unterschiedlich sich die Entwicklungsrichtungen der einzelnen Kategorien zeigten. Starke Zuwächse und empfindliche Einbußen waren gleichermaßen zu beobachten.

Nach soliden Zuwächsen im Januar und Februar sorgte das Ostergeschäft für ein starkes Wachstum im März (+23,5 %). Das Besucherplus in den ersten drei Monaten reichte aber nur knapp, um die hohen Verluste im April (-19,7 % auffangen zu können.

### Schlösser: +11,0%

#### Hohe Dynamik!

Die erfassten Schlösser legten 2016 einen Traumstart hin. Die Besucherzahlen lagen im Zeitraum Januar bis April 11,0 % über dem Vorjahresniveau. Bereits das dritte Mal in Folge gelang dieser Kategorie ein Besucherplus in den ersten vier Monaten eines Jahres. Im Detail zeigte sich die Situation jedoch nicht einheitlich. Letztlich waren die Gewinner nur leicht in der Überzahl. Wieder einmal spielten Sondereffekte beim Gesamtergebnis eine wichtige Rolle: Neben Veranstaltungen sorgte der Abschluss von Baumaßnahmen zu einem gesteigerten Besucheraufkommen bei einzelnen Häusern. Von Januar bis März fielen die Zuwachsraten jeweils zweistellig aus. Daher waren die Einbußen im April (-11,7 %) zu verkraften.



### Naturinfozentren: +10,7 %

#### Dynamischer Start

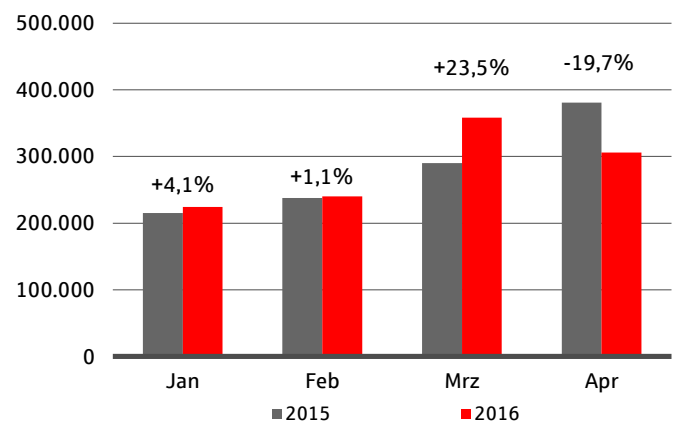
Für die Naturinfozentren erwies sich der Jahresstart außerordentlich erfolgreich. Zwei Drittel aller Häuser fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Für einen deutlichen Schub sorgten die Zuwächse einiger größerer Anbieter. Von Januar bis März entwickelten sich die Besu-



Insbesondere private Vermieter von Ferienwohnungen/-häusern sind von einem Investitionsstau betroffen oder sehen sich aus Altersgründen mit einer Betriebsaufgabe konfrontiert. Allerdings sind damit nicht zwangsläufig Kapazitätsengpässe verbunden. Vielerorts steht die nächste Generation in den Startlöchern, die mit einem neuen Angebot in Bezug auf Qualität, Marketing und Vertrieb an den Markt geht. Stellenweise wird eine etwaige Lücke auch durch neue/andere Betriebsformen aufgefangen (vergleiche auch aktuelles Branchenthema im Jahresbericht des Sparkassen-Tourismusbarometers 2016 „Der Ferienwohnungsmarkt in Schleswig-Holstein“).

cherzahlen durchweg positiv. Dabei stach besonders der März (54,2 %) mit einer überdurchschnittlich hohen Steigerungsrate heraus. Die durch Ostern bedingten zweistelligen Verluste im April (-17,8 %) stellten daher keine Gefahr für das Gesamtergebnis dar.

### Besucherentwicklung Januar bis April 2016 ggü. 2015



Quelle: dwif 2016, Daten Wetterstationen

### Museen/Ausstellungen: +5,7 %

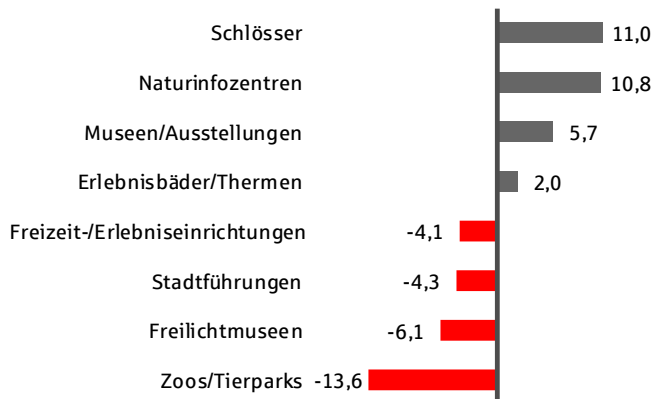
#### Mehrheit gewinnt!

Langsam erhärten sich die Zeichen, dass es mittelfristig mit der Besucherentwicklung der Museen/Ausstellungen wieder bergauf geht. Schon 2015 erzielte die Kategorie nach langer Durststrecke wieder ein solides Besucherplus. Und auch im ersten Jahresdrittel 2016 ging es weiter bergauf. Fast 60 % aller Häuser fanden sich auf der Gewinnerseite wieder. Einige erzielten aufgrund von Veranstaltungen und/oder Sonderausstellungen hohe Zuwächse. Nicht selten lagen sie weit im zweistelligen Bereich. Insgesamt bezifferte sich das Besucherplus auf 5,7 %. Die Vorzeichen in den Monaten Januar bis März fielen positiv aus, so dass die Verluste im April auch hier nicht allzu stark ins Gewicht fielen.



**Erlebnisbäder/Thermen: +2,0 %****Solides Besucherplus**

Ähnlich wie in anderen erfassten Bundesländern/Regionen erzielten die schleswig-holsteinischen Erlebnisbäder und Thermen im ersten Jahresdrittel ein solides Besucherplus (+2,0 %). Die Gewinner waren leicht in der Überzahl. Lediglich im April (-12,4 %) rutschte die Bilanz in die Minuszone. Nicht zuletzt dank eines dynamischen März (+14,2 %) reichte das Polster für ein bislang positives Zwischenergebnis 2016.

**Besucherzahlen Januar-April 2016 ggü. Vorjahr (in %)**

Quelle: dwif 2016, Daten Wetterstationen

**Besucherentwicklung Januar bis April 2016  
nach ausgewählten Bundesländern/Regionen**

- Mecklenburg-Vorpommern:	+3,7 %
- Brandenburg:	+3,1 %
- Westfalen-Lippe:	+2,8 %
- Sachsen-Anhalt:	+2,2 %
- Sachsen:	+1,7 %
- Thüringen:	+1,2 %
- Schleswig-Holstein:	+0,4 %
- Niedersachsen:	+0,1 %

Die Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft stiegen in allen betrachteten Bundesländern/Regionen. Zum Saisonstart 2016 führt Mecklenburg-Vorpommern das Ranking an. Wie in Schleswig-Holstein, so hatten auch dort die guten Entwicklungen bei den Burgen und Schlössern sowie den Museen und Ausstellungen entscheidenden Anteil. Zusammen mit Niedersachsen zeigt Schleswig-Holstein bislang eine eher verhaltene Entwicklung im Wettbewerbsvergleich. Dies zeigt einmal mehr, dass gerade für die Freizeitwirtschaft der Übernachtungstourismus nur ein Puzzleteil in der Nachfragestruktur darstellt; entscheidender sind die Tagesausflügler. Umgekehrt sind die Kultur- und Freizeiteinrichtungen ein entscheidender Baustein für die Aktivitäten der Übernachtungsgäste, nicht nur in der Nebensaison oder als Schlechtwetteralternative, sondern auch im Sinne der Imagebildung.

**Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: -4,1 %****Schade!**

Die Freizeit-/Erlebniseinrichtungen scheiterten im ersten Jahresdrittel 2016 an der Vorgabe aus 2015. Trotz des klaren Besucherrückgangs (-4,1 %) waren die Gewinner leicht in der Überzahl. Einige Einrichtungen bilanzierten jedoch deutliche Verluste, was letztlich den Ausschlag gab. Der Monatsverlauf zeigte sich wechselhaft. Auf Zuwächse im Januar und März folgten jeweils empfindliche Einbußen im Februar – im Gegensatz zu vielen anderen Kategorien – und April.

**Stadtführungen: -4,3 %****Messlatte lag hoch!**

Zum Saisonauftakt 2015 erzielten die Anbieter von Stadtführungen die höchste Steigerungsrate aller Kategorien. Der aktuelle Rückgang um „nur“ 4,3 % darf daher nicht überbewertet werden, zumal zwei Drittel der Anbieter in den ersten vier Monaten 2016 mehr Tickets als im Vorjahr verkauften. Einige kämpften jedoch mit sehr hohen Verlusten. Neben Einbußen im April (-4,3 %) rutschte die Bilanz selbst im März (-15,2 %) weit in die Minuszone. Die soliden Zuwächse im Januar und Februar hatten hier kaum etwas dagegenzusetzen.

**Freilichtmuseen: -6,1 %****Herbe Verluste!**

Obwohl die Messlatte aus dem Vorjahr nicht allzu hoch lag, zeigte sich die Besucherbilanz der Freilichtmuseen (-6,1%) deutlich negativ. Zwei Drittel der Anbieter sahen sich mit rückläufigen Besucherzahlen konfrontiert. Zwar beflügelte das Ostergeschäft die Besucherentwicklung im März. Das Polster reichte dennoch nicht, um die hohen Verluste im April (-14,5 %) auszugleichen.

**Zoos/Tierparks: -13,6 %****Rote Laterne!**

Die Zoos/Tierparks legten in den ersten vier Monaten 2016 einen Fehlstart hin. Die Besucherzahlen bewegten sich um 13,6 % unter dem Vorjahresniveau. Damit bildeten die Zoos und Tierparks zum zweiten Mal in Folge das Schlusslicht unter den Angebotskategorien. Zudem betrafen die Rückgänge ausnahmslos alle Anbieter. Lediglich im März fiel das Vorzeichen positiv aus, zu wenig allerdings, um die zweistelligen Verluststraten in den übrigen Monaten aufzufangen.

Erste vorläufige Auswertungen für Schleswig-Holstein deuten auf leichte Verluste im Mai hin – ein wenig überraschend. Auch wenn sich das Wetter in dieser Zeit wechselhaft zeigte, zog die Besucherentwicklung in der Freizeitwirtschaft in anderen Bundesländern/Regionen gemäß ersten Trends an. Auch die extremen Witterungskapriolen im Juni dürften sich nachteilig auf die Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft ausgewirkt haben. Konkrete Zahlen und Hintergründe zur Hochsaison liefert der Infobrief im Herbst 2016.

**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