



## Landtagswahl in Schleswig-Holstein 2012 Tourismusverband befragt Parteien zu Tourismuspolitik

Vor den Wahlen zum Schleswig-Holsteinischen Landtag im Jahr 2012 appelliert der Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH) an die Parteien und Kandidaten, sich klar zum Wirtschaftsfaktor Tourismus zu bekennen. Der TVSH stellt 10 Fragen zur Zukunft der Tourismuspolitik (mehr auf S. 2 und 3). ■



### Herausforderungen für die Branche steigen weiter

Wie alle bundesdeutschen Reiseziele hat Schleswig-Holstein in den letzten Jahren von einer zunehmenden Inlandsorientierung der Nachfrage profitiert. Die steigenden Zahlen der letzten fünf Jahre sind keine Garantie für weitere Aufwärtstrends. Sie dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Niveau der Übernachtungszahlen aus dem Jahr 1992 nach den großen Verlusten auch 2010 noch nicht wieder erreicht werden konnte. Die Wachstumsraten für Schleswig-Holstein lagen – trotz zunehmenden Erfolges – immer noch unter dem Bundesdurchschnitt.

Es darf nicht übersehen werden, dass die innerdeutschen Wettbewerber und die immer neuen europäischen und außereuropäischen Destinationen mit zum Teil hoher staatlicher Förderung den Wachstumsmarkt Tourismus prägen. ■

### Wirtschaftszweig mit großen Zukunftschancen

Der Tourismus ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren des Landes Schleswig-Holstein mit absoluten Spitzenleistungen. 170.000 Menschen beziehen ihr Einkommen aus der Tourismuswirtschaft und erreichen ein Umsatzvolumen von 7,5 Milliarden Euro. Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist also ein unverzichtbares Standbein für die Wirtschaft. Er sichert Einkommen und Beschäftigung für die Bevölkerung und zugleich ein hohes Steueraufkommen. Außerdem ist der Tourismus einer der weltweit bedeutendsten Wachstumsmärkte – auch im Land zwischen Nord- und Ostsee hat er exzellente Potenziale. ■

### Tourismus braucht Perspektiven:

#### Klare Bekenntnisse der Politik gefordert

Durch das Tourismuskonzept des Landes aus dem Jahr 2006 wurden wichtige Impulse für eine Verbesserung der Ausgangssituation gesetzt, allerdings: Die Konkurrenz schläft nicht. Für Schleswig-Holstein kann es daher in Zukunft nur darum gehen, die Umsetzung des Tourismuskonzeptes mit mehr Dynamik und neuer Stärke zu versehen, um das avisierte Ziel zu erreichen.

Der mit dem Tourismuskonzept eingeleitete Paradigmenwechsel im Schleswig-Holstein-Tourismus ist noch lange nicht abgeschlossen. Der Glaube an eine automatische positive Entwicklung der Umsatzzahlen ist unrealistisch. Alle Kräfte müssen dringend auf eine langfristige Trendumkehr und auf ein Aktionsbündnis ausgerichtet werden. Daher sind alle Akteure gefordert, gemeinsam in einem „Bündnis für den Tourismus“ die vorhandenen Chancen und Potenziale zu definieren und aktiv umzusetzen. Der Landesregierung kommt hierbei eine strategische Schlüsselposition zu.

Die Landesregierung muss sich dabei ihrer Verantwortung für den Tourismus, der einer der wenigen Wirtschaftszweige im Land mit Wachstumspotenzial ist, bewusst sein. Auch vor dem Hintergrund der schwierigen Haushaltssituation sind die Mittel für das Tourismusmarketing und touristische Investitionen zu erhalten und ggf. durch alternative Finanzierungsquellen zu erhöhen.

Es gibt genügend gute Argumente für eine verstärkte Tourismusförderung (s. auch Pro Tourismus – Drei Gründe für eine verstärkte Tourismusförderung unter [www.tvsh.de](http://www.tvsh.de)) ■

### Der TVSH appelliert an die politisch Verantwortlichen im Lande:

1. **Verbessern Sie die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft!**
2. **Erhöhen Sie den Stellenwert des Tourismus!**
3. **Verankern Sie Tourismus als Querschnittsaufgabe!**
4. **Sichern Sie die Investitionen ins Tourismusmarketing!**
5. **Fördern Sie die touristische Infrastruktur auf kommunaler Ebene!**
6. **Unterstützen Sie den Strukturwandel der Betriebe!**
7. **Unterstützen Sie den Strukturwandel auf der lokalen Ebene!**
8. **Justieren Sie das Tourismuskonzept nach!**
9. **Forcieren Sie die Umsetzung des Tourismuskonzeptes!**
10. **Setzen Sie die Kürzungsbeschlüsse im Tourismusbereich aus!**

Der TVSH appelliert auch an Kreise, Städte und Gemeinden, sich ihrer Verantwortung im Tourismus im Rahmen der Wirtschaftsförderung bewusst zu sein und die finanziellen Mittel für die Tourismusförderung weiter in ihrer Höhe aufrecht zu erhalten. Ein Rückzug der Kommunen aus der Tourismusförderung würde den Tourismusstandort Schleswig-Holstein grundlegend gefährden. Gemeinden und Kreise sollten die Förderung des Tourismus als originäre Selbstverwaltungsaufgabe sehen und ihre Investitionen in Infrastruktur, Service, Qualität und Marketing auch für die Zukunft sichern. Sparmaßnahmen beim touristischen Marketing und bei Investitionen in den Tourismus führen zu geringeren Einnahmen der Betriebe, Steuerausfällen und zu Verlusten bei Wirtschaftskraft und Arbeitsplätzen. ■

# 10 Fragen des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein e.V.

## 1. Verbessern Sie die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft!

*Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist eine Wachstumsbranche. Kaum ein anderer Wirtschaftszweig bietet so nachhaltige Chancen für die Beschäftigung und das Einkommen der Bevölkerung.*

*Aber noch ist Schleswig-Holstein weit davon entfernt, wieder das Tourismusland Nummer 1 in Deutschland zu werden, die angestrebte Trendumkehr ist noch nicht erreicht. Denn es fehlt an verlässlichen Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft. Das Land muss sich zu seiner Verantwortung bekennen und sich als konstruktiver Partner in der schwierigen Phase der strategischen Neuausrichtung erweisen.*

**?** Wie sehen Sie die Rolle der Landesregierung, welches sind aus Ihrer Sicht staatliche Aufgaben und Möglichkeiten? Was werden wir im Koalitionsvertrag lesen? Werden Sie ein „Bündnis für den Tourismus“ aller Akteure unter Einbeziehung der Politik stützen? Werden Sie die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft verbessern und damit Impulse geben für eine Weiterentwicklung und Verbesserung von Arbeitsmarkt und Wirtschaftskraft des Landes?

## 2. Erhöhen Sie den Stellenwert des Tourismus!

*Seit langem ist der Tourismus einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige im Land. Seine Bedeutung ist weit größer als in den meisten anderen Bundesländern. 170.000 in der Tourismuswirtschaft Beschäftigte erzielen 7,5 Milliarden Euro Umsatz jährlich. Beherbergungsbetriebe aller Art profitieren, auch Handel, Dienstleistungsunternehmen, Verkehrsunternehmen und nachgelagerte Unternehmen erwirtschaften direkt oder indirekt Umsätze aus dem touristischen Geschehen. Dem überragenden Stellenwert der Tourismuswirtschaft muss bei der Gesetzgebung und Administration künftig wesentlich stärker Rechnung getragen werden.*

**?** Welchen Stellenwert misst Ihre Partei dem Tourismus im Rahmen einer Gesamtentwicklungsstrategie des Landes bei? Welche Konsequenzen ziehen Sie daraus bezüglich des Zuschnitts der Ressorts und der Ansiedelung des Tourismus in der Landesregierung? Wie stehen Sie zu der Idee eines eigenen Staatssekretärs für Tourismus? Würde es nicht der Bedeutung der Tourismuswirtschaft entsprechen, wenn es künftig einen „Minister für Wirtschaft, Tourismus und Verkehr“ geben würde?

## 3. Verankern Sie Tourismus als Querschnittsaufgabe!

*Der Tourismus muss als Querschnittsaufgabe verstanden werden. Er braucht daher eine Ressort übergreifende Koordinierung, eine Bündelung der tourismusrelevanten Finanzen aller Ressorts und eine Neuorientierung der Tourismuspolitik. Die Verankerung als Querschnittsaufgabe ist von zentraler Bedeutung für den Gesamterfolg der künftigen Tourismuspolitik.*

**?** Wie wollen Sie den Tourismus als Querschnittsaufgabe in der Landesregierung seiner Bedeutung gemäß verankern? Wie soll die Koordinierungsfunktion zwischen den Ressorts wahrgenommen werden? Ist sie auf der Referatebene eines Ministeriums hoch genug angesiedelt?

## 4. Sichern Sie die Investitionen ins Tourismusmarketing!

*Die Tourismusbranche gilt als weltweit größter Wachstumsmarkt, global als fünfstärkster Wirtschaftsbereich, noch vor der Auto- und der Ölindustrie. Mit zum Teil hohen staatlichen Unterstützungen investieren inländische, europäische und außereuropäische Destinationen in eine zukunftsfähige Infrastruktur. Hohe Marketingaufwendungen sollen einen führenden Platz auf dem Wachstumsmarkt sichern.*

**?** Wie wollen Sie den Tourismusstandort und damit zugleich den Wirtschaftsstandort Schleswig-Holstein künftig fördern und stärken? In welcher Höhe werden Sie die finanzielle Unterstützung des Tourismusmarketings durch das Land nachhaltig sichern und noch weiter ausbauen? Wie kann Verbänden, Institutionen, Kommunen und Unternehmen eine mittelfristig verlässliche Finanzierungsperspektive über Legislaturperioden hinweg gegeben werden? Befürworten Sie die Förderung von Sonderprojekten in den Bereichen Qualität, Innovation und Netzworkebildung?

## 5. Fördern Sie die touristische Infrastruktur auf kommunaler Ebene

*Es gibt weiterhin Nachholbedarf bei der kommunalen und betrieblichen Infrastruktur. Das Leitprojekt „Optimierung der touristischen Infrastruktur“ zeigt die Notwendigkeit auf, vielerorts die vorhandene touristische Infrastruktur zu verbessern. Sie muss der geänderten Nachfrage und den gestiegenen Ansprüchen unserer Gäste angepasst werden. Nur so können wir mit den modernen Angeboten anderer Destinationen Schritt halten.*

**?** Wie werden Sie die notwendige Modernisierung der Infrastruktur initiieren und unterstützen? Wie sieht Ihr Plan für die Koordinierung und Steuerung der Neuausrichtung öffentlicher touristischer Angebote aus? Schaffen Sie die Balance zwischen der nachfragegerechten, regional abgestimmten Infrastruktur einerseits und der Verhinderung ineffizienter Überkapazitäten auf der anderen Seite?

## 6. Unterstützen Sie den Strukturwandel der Betriebe!

*Wir brauchen einen Strukturwandel der Betriebe. Sie haben einen hohen Beratungsbedarf über Chancen und zukunftsorientierte Strategien und brauchen Unterstützung beim Zugriff auf den Kreditmarkt. Die Unterstützung und Förderung bestehender Unternehmen muss eine zentrale Aufgabe einer pro-aktiven Tourismuspolitik sein. Das betrifft auch die Privatunterkünfte unter 9 Betten, die bisher von allen Fördermaßnahmen ausgeschlossen sind. Bei ihnen besteht ein erhöhter Handlungsbedarf. Nur durch eine breit angelegte Förderstruktur gelingt der notwendige Strukturwandel.*

**?** Wie werden Sie den Strukturwandel im Beherbergungsbereich unterstützen? Wie stehen Sie zum Erhalt der einzelbetrieblichen Förderung und zu einer Wiederauflage des Modernisierungsprogramms für Betriebe?

# zur Tourismuspolitik der Zukunft

## 7. Unterstützen Sie den Strukturwandel auf der lokalen Ebene!

*Die Bildung wettbewerbsfähiger Destinationseinheiten ist mit dem Projekt der lokalen Tourismusorganisationen (LTO) positiv angestoßen. Der Prozess läuft noch und muss nachhaltig unterstützt werden.*

**?** Welche Aufgabe hat die Landesregierung aus Ihrer Sicht bei der Neuordnung der Strukturen auf der lokalen Ebene? Welche Maßnahmen planen Sie?

## 8. Justieren Sie das Tourismuskonzept nach!

*Das Tourismuskonzept des Landes aus dem Jahr 2006 hat wichtige Impulse für die strategische Neuausrichtung setzen können. Der Prozess ist aber noch lange nicht abgeschlossen. In allernächster Zeit liegen die Ergebnisse der Evaluierung vor. Auf dieser Grundlage muss eine Nachjustierung des Tourismuskonzeptes erfolgen.. Nur so kann das ehrgeizige Ziel einer Trendumkehr im Schleswig-Holstein-Tourismus erreicht werden.*

**?** Wie beurteilen Sie die Zwischenbilanz der 2006 gestarteten Tourismuskonzeption? Welche Erkenntnisse führen zu einer notwendigen Justierung des Konzeptes. Welche Planungsziele leiten Sie ab?

## 9. Forcieren Sie die Umsetzung des Tourismuskonzeptes!

*Grundlegende strukturelle Veränderungen im Tourismusbereich sind schwer umsetzbar, da es einer Anpassung sowohl im Marktverhalten als auch im unternehmerischen Agieren bedarf. Eine intensive, kompetente Kommunikation mit allen Akteuren ist erforderlich. Daher braucht eine zielorientierte konsequente Umsetzung dynamischer Revitalisierungs-Strategien ein ausgewiesenes Management, das als Change-Management praktiziert wird und auch für die Tourismusbranche diskutiert wird.*

**?** Wie stellen Sie sich die weitere Umsetzung des Tourismuskonzeptes vor? Wie kann eine neue Dynamik und Stärke im weiteren Verlauf erreicht werden? Wird sich Ihre Partei für die Einsetzung des nötigen Managements mit angemessener finanzieller und personeller Ausstattung aussprechen?

## 10. Setzen Sie die Kürzungsbeschlüsse im Tourismusbereich aus!

*Das Ziel, das strukturelle Haushaltsdefizit des Landes zu beseitigen, wird vom TVSH grundsätzlich unterstützt. Es ist allerdings nicht akzeptabel, dass im Tourismusbereich, einem der wenigen Wirtschaftszweige mit Wachstumspotenzial, die geplanten drastischen Kürzungen bzw. die komplette Einstellung der Förderung erfolgen sollen. Die Maßnahmen führen zu Wertschöpfungsverlusten, Verlusten von Einkommen und Arbeitsplätzen und in der Folge auch zu Einnahmeverlusten für das Land durch ausbleibende Steuern. Darüber hinaus wird sich die ohnehin wettbewerbsverzerrte Situation Schleswig-Holsteins als Tourismusland weiterhin verschlechtern durch die deutlichen Kürzungen bei den Förderquoten für Infrastrukturmaßnahmen, für einzelbetriebliche Förderung und für das Tourismusmarketing. Der Tourismus in Schleswig-Holstein wird nicht mehr wettbewerbsfähig sein.*

**?** Werden Sie sich dafür einsetzen, die Kürzungsvorschläge der Haushaltstrukturkommission aus dem Jahr 2010 für den Tourismusbereich noch einmal intensiv zu überdenken und sich ggfs. gegen Kürzungsmaßnahmen einzusetzen?

**Der Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH) ist der zentrale tourismuspolitische Dachverband in Schleswig-Holstein.** Er vertritt die Interessen der Tourismusgemeinden, -städte und -kreise gegenüber Landesregierung und Landesparlament, Wirtschaftsverbänden und Organisationen im Lande und bundesweit. Die strategische zukunftsfähige Weiterentwicklung des Tourismuslandes Schleswig-Holstein ist dabei übergeordnete Richtschnur.

Die Mitgestaltung der Tourismuspolitik zur Förderung der kommunalen und regionalen Tourismusentwicklung ist ebenso wie die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft zentrale Aufgabe des TVSH. Der Verband setzt sich auf verschiedenen politischen Ebenen und in allen touristisch relevanten Bereichen dafür ein, dass dem Tourismus ein seiner Bedeutung entsprechend hoher Stellenwert beigemessen wird. Der Tourismusverband Schleswig-Holstein ist politisch und finanziell unabhängig und finanziert sich allein aus Mitgliedsbeiträgen. Neue Mitglieder sind zur Unterstützung des Verbandes und seiner Aufgaben herzlich willkommen.

### Kontakt:

Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.  
Geschäftsführung: Dr. Catrin Homp  
Wall 55, 24103 Kiel, Fon: 0431/5601050  
info@tvsh.de, www.tvsh.de

Tourismusverband  
**Schleswig-Holstein**  
Meer und Mehr



# Schleswig-Holstein-Tourismus: Zahlen, Daten, Fakten

## Rund 76 Millionen Übernachtungen und über 130 Millionen Tagesausflüge bewirken Umsätze von über 7.5 Milliarden Euro

Jährlich werden vom Statistischen Landesamt rund 24 Mio. Übernachtungen gezählt. Damit wird jedoch nur ein Teil des tatsächlichen Übernachtungsvolumens (Betriebe mit mind. 9 Betten und Touristikcamping) abgebildet. Nicht enthalten sind Übernachtungen im „Grauen Beherbergungsmarkt“: Übernachtungen in kleineren Betrieben, Dauercamping, Freizeitwohnsitze sowie Verwandten- und Bekanntenbesuche. In diesem Sektor werden in Schleswig-Holstein aber über 50 Millionen Übernachtungen generiert, so dass sich **insgesamt ein Übernachtungsvolumen von 76 Mio. Übernachtungen** jährlich ergibt (s. Abb.1). Hinzu kommen über 136 Millionen Tagesausflüge. Der Umsatz betrug nach Schätzungen des Instituts für Management und Tourismus (IMT) betrug der Umsatz im Schleswig-Holstein-Tourismus im Jahr 2009 rund 7,5 Mrd. Euro. Der Tagestourismus trägt dazu mit 3,4 Mrd. € bei, 4,1 Mrd. € stammen aus dem Übernachtungstourismus. ■

Abb 1.: Umsätze im Tages- und Übernachtungstourismus 2009

Schleswig-Holstein	Nachfragevolumen	x	Ø Tagesausgaben pro Kopf	=	Bruttoumsatz in Euro
<b>Gewerbl. Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten</b>	21,23 Mio.	x	99,64 Euro	=	<b>2.116 Mio. Euro</b>
<b>Camping</b>	11,90 Mio.		27,20 Euro		<b>324 Mio. Euro</b>
darunter Touristikcamping	3,09 Mio.	x	46,81 Euro	=	144 Mio. Euro
darunter Dauercamping	8,30 Mio.		18,70 Euro		155 Mio. Euro
darunter Mietunterkünfte	0,51 Mio.		46,81 Euro		24 Mio. Euro
<b>Private Beherbergungsbetriebe unter 9 Betten</b>	13,69 Mio.	x	70,70 Euro	=	<b>968 Mio. Euro</b>
<b>Freizeitwohnsitze</b>	6,29 Mio.	x	34,45 Euro	=	<b>217 Mio. Euro</b>
<b>Verwandten- und Bekanntenbesuche</b>	22,82 Mio.	x	22,08 Euro	=	<b>504 Mio. Euro</b>
<b>Tagestourismus durch Inländer</b>	136,53 Mio.	x	24,78 Euro	=	<b>3.383 Mio. Euro</b>
<b>Tourismus gesamt</b>					<b>7.511 Mio. Euro</b>

Quelle: IMT

## Tourismus sichert Einkommen und Beschäftigung und stützt strukturschwache Regionen

Von den Umsätzen wird ein Teil direkt zu Löhnen oder Gehältern, der andere Teil wird für Vorleistungen – den Einkauf von Gütern, Waren und Dienstleistungen, die zur Erstellung des touristischen Produkts benötigt werden – verwendet. Dies erzeugt wiederum Einkommen bei den Lieferanten in der 2. Umsatzstufe. Rein rechnerisch bezogen im Ergebnis **ca. 170.130 Einwohner in Schleswig-Holstein ihr Einkommen im Jahr 2009 vollständig aus dem Tourismus**. Gemessen am gesamten Volkseinkommen Schleswig-Holsteins beträgt der touristisch induzierte Anteil 6,0%. (Quelle: IMT 2010).

In ländlichen Gebieten bietet der Tourismus oftmals die einzige wirtschaftliche Perspektive: So stammen beispielsweise 37,5 Prozent des Volkseinkommens an der Westküste aus dem Tourismus. Für die Inseln erhöht sich dieser Wert auf schätzungsweise 80-90% (Quelle: dwif: 2005). ■

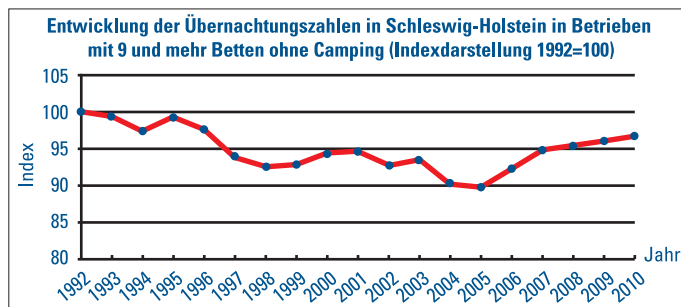
## Investitionen in den Tourismus lohnen sich! Erhebliche Steuereinnahmen aus dem SH-Tourismus auch für Bund, Länder und Kommunen

Die touristischen Umsätze bewirken neben den Umsätzen bei den Unternehmen auch Steuereinnahmen auf allen Ebenen. Der Schleswig-Holstein-Tourismus generierte im Jahr 2010 ein tourismusbezogenes Einkommen- und Mehrwertsteueraufkommen von 844 Millionen Euro. Der Bund profitiert erheblich: Allein von den touristischen Umsätzen in Schleswig-Holstein fließen rein rechnerisch jährlich knapp 400 Millionen Euro an den Bund.

Weitere 364 Millionen Euro verteilen sich auf die 16 Bundesländer. Davon fließen pro Jahr **263 Millionen Euro in die Landesfinanzkasse Schleswig-Holstein zurück**. Tourismus betrachtet gehört Schleswig-Holstein damit zu den „Geberländern“ (Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer 2011, TVSH/SGVSH). ■

## Positive Entwicklung der Übernachtungszahlen – aber: Niveau von 1992 noch nicht wieder erreicht

Trotz der positiven Entwicklung seit 2005 konnten die Übernachtungszahlen von 1992 noch nicht wieder erreicht werden. ■



Quelle: Homp 2009 nach Daten des Stat. Landesamtes Schleswig-Holstein

## Guter Dritter Platz in der Beliebtheitsskala – Ziel der Nummer 1 ist aber noch nicht erreicht

Mit der Vorlage des Gutachtens zur strategischen Neuausrichtung im Tourismus hatte die Landesregierung im Jahr 2006 das Ziel formuliert, wieder **das Tourismusland Nummer 1 im Norden zu werden**. Damals lag Schleswig-Holstein mit einem Marktanteil von 4,3 Prozent an dritter Stelle hinter Bayern (6,7 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (5,3 Prozent). Heute ist jedoch der Abstand zu Mecklenburg-Vorpommern sogar größer als 2006: 3,9 Prozent für Schleswig-Holstein und damit – gleichauf mit Niedersachsen – Rang drei nach Bayern (6,3 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (5,6 Prozent). (Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2011, F.U.R.) ■

## Arbeitsplätze im Tourismus sind nicht exportierbar

Der Tourismus hat gegenüber anderen Branchen einen unbezahlbaren Vorteil: Arbeitsplätze im Tourismus lassen sich nicht exportieren. Eine Verlagerung in Länder mit geringen Lohnnebenkosten ist daher nicht zu befürchten. Mit anderen Worten: Tourismusförderung geht mit der nachhaltigen Sicherung von Arbeitsplätzen im Land einher. ■

## Hohe Potenziale für die Zukunft

Schleswig-Holstein liegt im Trend! **40% der Deutschen haben Interesse an einem Urlaub in Schleswig-Holstein**. Insbesondere die Quoten der drei Zielgruppen zeigen das hohe Potenzial: 48% der „Neuen Familien“, 46% der „Anspruchsvollen Genießer“ und 36% der „Best Ager“ möchten innerhalb der nächsten drei Jahre einen Urlaub in Schleswig-Holstein verbringen. Diese gute Ausgangsposition kann nur durch verstärktes Marketing in Buchungen umgewandelt werden. (Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2011) ■

## Nähere Informationen zu Zahlen, Daten und Fakten:

TVSH (Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.)  
[www.tvsh.de](http://www.tvsh.de)

TASH (Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH)  
[www.sh-business.de](http://www.sh-business.de)

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

FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.)  
[www.fur.de](http://www.fur.de)

IMT (Institut für Management und Tourismus)  
[www.imt-fhw.de](http://www.imt-fhw.de)

## Herausgeber:

Tourismusverband  
Schleswig-Holstein  
Meer und Mehr

Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.  
Wall 55, 24103 Kiel  
Fon: 0431/5601050, info@tvsh.de, www.tvsh.de