

Kiel, 22.11.2006

## Saisonbilanz des Sparkassen-Tourismusbarometers Schleswig-Holstein

### Schleswig-Holstein profitiert vom deutschlandweiten Aufwärtstrend im Tourismus

Ein Jahr mit Zuwächsen deutet sich an. Die Sommersaison 2006 ist im Schleswig-Holstein Tourismus viel versprechend verlaufen und auch die Entwicklungsaussichten für den Herbst sind nicht schlecht, ist doch das Wetter im September und Oktober 2006 überdurchschnittlich gut gewesen. Die Touristiker des Landes sind mit deutlichen Zuwächsen bei Ankünften und Übernachtungen sehr zufrieden bzw. zufrieden, so das Ergebnis des Stimmungsbarometers vom dwif im Oktober 2006.

Der heiße Frühsommer und die Fußball-WM sorgten deutschlandweit und somit auch in Schleswig-Holstein für den leichten Aufwärtstrend. Beim Betrachten der Ankünfte in Schleswig-Holstein fällt die Bilanz des Jahres 2006 bis einschließlich August besser aus als im Vorjahr. Das Sparkassen-Tourismusbarometer verzeichnet ein Plus von 4,1%. Auch die Übernachtungszahlen (inklusive touristischem Camping) sind um 2,3% gestiegen. Ohne die Zuwächse aus dem Bereich Touristikcamping fällt das Ergebnis der ersten acht Monate in Schleswig-Holstein etwas schwächer aus: Ankünfte 3,3%, Übernachtungen 1,3%.

Im Juni erreichte die Nachfrage bei ausländischen Gästen (+7,7% Ankünfte, +11,8% Übernachtungen) einen Höhepunkt, der vermutlich im Zusammenhang mit der Fußball-WM steht. Monatliche Zuwachsraten waren jedoch schon ab April zu erkennen und setzten sich auch nach der Großveranstaltung fort.

Schleswig-Holstein profitierte vom guten Wetter in 2006 und belegt im Vergleich aller Bundesländer einen Platz im oberen Mittelfeld. Vergleicht man alle deutschen Küstenreisegebiete, schneidet Schleswig-Holstein bei der Übernachtungsbilanz am besten ab; gefolgt von Niedersachsen (1%). Mecklenburg-Vorpommern hat seine bis dato negative Bilanz mittlerweile exakt ausgeglichen (0,0%). Die höchsten Zuwachsraten innerhalb Deutschlands haben die drei Stadtstaaten Hamburg, Berlin und Bremen. Mit Sachsen, Sachsen-Anhalt und Hessen folgen die derzeit erfolgreichsten Flächenbundländer.

Die Reisegebiete von Schleswig-Holstein im Detail: Positiv sind die Zuwächse bei den Übernachtungen im Binnenland (+4,7%). Auch die Nordsee und die Ostsee liegen bei den Übernachtungszahlen mit 3,9% bzw. 4,2% im Plus.

Die Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein, als „Wetterstationen“ bekannt, hatten hingegen mit besorgniserregenden Verlusten zu kämpfen. Besucher fehlten in den Naturinfozentren (-10,0%), Museen (-3,4%) und Erlebnisbädern (-2,0%) des Landes. Einzig Schlösser und Zoos konnten im dritten Quartal (Juli-September) die Vorjahresergebnisse übertreffen.

Das dwif-Stimmungsbarometer 2006: Zufriedenheit bei den Touristikern

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Sommersaison 2006 sehr gut verlaufen. Mit der Entwicklung im Tagestourismus sowie mit der der Ankünfte, Übernachtungen und Auslastung sind mehr als zwei Drittel der befragten Touristiker „sehr zufrieden“ bzw. „zufrieden“. Hingegen hat das für die Situation in der Gastronomie nur ein Drittel bekundet. Beim Ausblick auf die kommende Wintersaison 2006/2007 geht die Mehrheit der befragten Touristiker von einer ähnlichen Entwicklung wie im Vorjahr aus. Zudem rechnen 30 Prozent mit Steigerungen. Die Tourismusorganisationen sind zudem mit der Produkt-, Themen- und Vertriebsentwicklung und den Investitionen in die Infrastruktur beschäftigt.

## Die Trends in Schleswig-Holstein

Die Tourismus-Experten registrieren zunehmendes Interesse an Kurzreisen und Radreisen. Bei den Gästen sind verstärkt die so genannten „Best Ager“ zu verzeichnen.

Parallel zur kontinuierlichen Beobachtung des Tourismus in Schleswig-Holstein arbeitet das Team vom dwif an der Entwicklung eines internetbasierten länderübergreifenden Systems zur Marktbeobachtung (Schleswig-Holstein/Ostdeutschland/Niedersachsen). Hierzu werden in den nächsten Wochen viele verschiedene Tourismusorganisationen gezielt angesprochen.

Zweites Branchenthema ist die Gastronomie in Schleswig-Holstein – neue Wege sollen gefunden werden, um die Qualität in diesem Segment nachhaltig zu verbessern. Ein Gastronomiewettbewerb soll dazu beitragen, die zukünftigen Hauptzielgruppen „Best Ager“, „Genießer“ und „Familien mit kleinen Kindern und mittlerem bis hohem Einkommen“ noch besser anzusprechen. Neue ganzheitliche Konzepte beziehen sich auf Erlebnis- und Eventgastronomie. Ambiente, Design und Ausstattung sind immer wichtiger für den Unternehmenserfolg.

Pressekontakt:  
Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.  
Frau Catrin Homp  
Wall 55, 24103 Kiel  
Telefon: 0431/56 01 05-11  
Fax: 0431/56 98 10