

Pressemeldung

Hohes touristisches Entwicklungspotenzial im Binnenland Schleswig-Holstein gemeinsam erschließen

Entwicklungsstudie zeigt konkrete Handlungsoptionen auf

Kiel, 17. Juni 2019

- **Allein bis 2025 kann die touristische Wertschöpfung um 421 Mio. € gesteigert werden**
- **Aktive Land- und Naturerlebnisse sowie persönliche Angebote sind Schlüssel zum Erfolg**
- **Kooperative Zusammenarbeit der Tourismusakteure, Kreise und Kommune erforderlich**

Neumünster, 17. Juni 2019. Vor gut 50 Teilnehmern wurde heute im Beisein von Tourismusminister Dr. Bernd Buchholz die Studie „Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenlandtourismus in Schleswig-Holstein“ vorgestellt und erörtert.

Der Gutachter Andreas Lorenz vom Beratungsbüro „tourismus plan B“ stellte in seiner Ergebnispräsentation die hohen Potenziale des Binnenlandtourismus und konkrete Handlungsempfehlungen für die zukünftige Umsetzung vor. Hauptentwicklungsziel ist die Erhöhung der Wertschöpfung im Binnenland. Mit einem strategischen Vorgehen könnte nach Einschätzung des Gutachters die Wertschöpfung im Jahr 2025 um bis zu 421 Mio. € jährlich erhöht werden. Aktuell erwirtschaften die Betriebe im Binnenland einen Bruttoumsatz von ca. 1.829 Mio. € Euro pro Jahr. Nach Berechnungen von Lorenz könnte diese Summe bis 2025 auf 2.250 Mio. € jährlich gesteigert werden.

Aus Sicht des Gutachters ist das Tourismusangebot im Binnenland von einer kleinteiligen Anbieterstruktur geprägt, die wenig vernetzt ist. Einzelne, gute Angebote sind zu wenig bekannt und das Beherbergungsangebot müsse deutlich ausgebaut werden. Lorenz kommt zu dem Ergebnis, dass derzeit zu geringe Ressourcen für die Entwicklung des Binnenlandtourismus eingesetzt werden. Die Tourismusorganisationen seien nicht ausreichend finanziert, die örtliche Infrastruktur insbesondere in den Bereichen Radfahren und Wandern habe qualitative Mängel.

Um die Potentiale zu erschließen, sei ein gemeinsames strategisches Vorgehen wichtig. Lorenz plädiert für eine langfristige – mindestens zehnjährige - Entwicklungspartnerschaft von Land, Tourismusorganisationen und Kommunen für den Binnenlandtourismus.

Angebotsseitig sollen aktive Land- und Naturerlebnisse mit persönlicher Note der oft inhabergeführten Betriebe authentisch und mit einem hohen Qualitätsversprechen herausgestellt werden. Die „Bauernhoftour“ im Herzogtum-Lauenburg oder die Kampagne „Wissen, bei wem man wach wird“ des Grünen Binnenlandes würden beispielhaft zeigen, wie es gehen kann. Beide Produkte wurden mit dem Tourismuspreis in Schleswig-Holstein ausgezeichnet.

In der Markenstrategie soll sich das Binnenland künftig als „Natur- und Landerlebnis mit persönlicher Note im echten Norden“ profilieren. Das Radfahren und in den Naturparks das Wandern sind dabei die Kernaktivitäten der vorgeschlagenen Strategie. Lorenz stellte dabei heraus, dass es um eine „Best of-Strategie“ gehen muss. Das bedeute, dass hochwertige Produkte mit guter Infrastruktur- und Angebotsqualität gefragt seien. Er schlägt vor, die Naturparke zu Wanderzentren weiterzuentwickeln, qualitativ hochwertige Radregionen zu etablieren und auf ausgewählten Radfernwegen die Infrastruktur- und Angebotsqualität zu erhöhen. Weiterhin müssten die Anbieter qualifiziert und das gewerbliche Bettenangebot erhöht werden.

Damit dies gelingt, müssen die Anstrengungen für den Binnenlandtourismus erhöht werden. Empfohlen wird die Gründung einer Arbeitsgemeinschaft, in der die Tourismusakteure und andere Leistungsträger des Binnenlandes vertreten sind und die Projektentwicklung und -umsetzung steuern. „Aus meiner Sicht hängt der Erfolg der Strategieumsetzung entscheidend davon ab, ob es gelingt, eine verlässliche und langfristige Kooperations- und Arbeitsstruktur im Binnenland aufzubauen“, sagte Wirtschaftsminister Dr. Bernd Buchholz. Daneben sei es erforderlich, die finanziellen Mittel für ein gemeinsames Marketing der Binnenlandakteure zu bündeln. Die Studie schlägt vor, die gemeinsame Vermarktung von der Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TA.SH) durchführen zu lassen. Statt einzeln zu werben, sollen die Binnenlandprodukte gebündelt beworben und somit die Sichtbarkeit erhöht werden.

Buchholz hatte hier eine Zusage im Gepäck. „Wir werden ein festes Budget für das Binnenlandmarketing bei der Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TA.SH) zur Verfügung stellen“, versprach der Minister. „Das ist ein deutliches Signal der Unterstützung des Landes. Denn das Binnenland hat ganz andere Herausforderungen und Bedingungen als die Küstenregionen.“

Doch auch die Kommunen und Kreise sind aufgerufen, die Regionen im Binnenland zu unterstützen. So sei die touristische Infrastrukturqualität insbesondere in den Bereichen Radfahren und Wandern zu erhöhen und eine bessere Ausstattung ihrer Tourismusorganisationen anzudenken.

Daneben empfiehlt die Studie im Rahmen der Regionalplanung eine Erweiterung der „Entwicklungsräume Tourismus“ im Binnenland zu prüfen. Angepasst werden sollte danach auch die touristische Förderkulisse, um die vorgeschlagene Binnenlandstrategie auch durch Förderprojekte unterstützen zu können.

Die Ergebnisse der Studie fließen auch in die derzeit laufende Evaluierung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 ein. Nach den Sommerferien wird die Arbeitsgemeinschaft Binnenland zu einer ersten Arbeitssitzung zusammenkommen, um die geforderten Prozesse und Maßnahmen anzuschieben.

Die Studie wurde im Auftrag des Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. unter Mitwirkung des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein, der Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz, der Ostseefjord Schlei GmbH und der Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH finanziert und erarbeitet. Das Wirtschaftsministerium hat die Studie mit 35.550 Euro (90%) aus Landesmitteln gefördert.

Zum Abschluss der Veranstaltung übergab Wirtschaftsminister Dr. Buchholz einen Förderbescheid für das Projekt „Kultur- und Naturerbe im Schleswig-Holsteinischen Binnenland an die Stadt Neumünster in Höhe von 198.000 €.

Inhalt des Projektes ist eine Vernetzung der Akteure und Bündelung des vorhandenen Angebotes im Bereich des Natur- und Kulturerbes mittels einer Datenbanklösung. Darauf aufbauend sollen neue Angebote und jährliche Themenkampagnen entwickelt werden. Daneben ist vorgesehen, den Radfernweg „Ochsenweg“ durch Verknüpfung mit Kultur- und Naturerlebnispunkten entlang des Radfernweges inhaltlich aufzuladen und besser zu vermarkten.

Die Stadt Neumünster hat die Trägerschaft für das Projekt übernommen. Die Gesamtkosten des dreijährigen Projektes belaufen sich auf 396.000 Euro. Die Förderung erfolgt im Rahmen des Landesprogramms Wirtschaft aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).

Projektpartner sind neben Tourismusorganisationen des Binnenlandes auch das Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Natur und Digitalisierung (MELUND), das Bildungszentrum für Natur, Umwelt und ländliche Räume (BNUR) sowie RENN.nord Schleswig-Holstein, die sich auch an der Finanzierung beteiligen.

Das geförderte Projekt ist ein erster wichtiger Projektbaustein für die Umsetzung der neuen Binnenlandstrategie. Damit werden erste Vorarbeiten geleistet, auf die die zu gründende Arbeitsgemeinschaft direkt aufbauen kann.

Ansprechpartner:
Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V.
Ansprechpartner: Olaf Prüß
04821 / 94963231
info@schleswig-holstein-binnenland.de

Hinweis am Ende der PI:

*Das Landesprogramm Wirtschaft bündelt im Zeitraum 2014 – 2020 Fördermittel der Europäischen Union - Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) sowie Landesmittel für die wirtschafts- und regionalpolitische Förderung in Schleswig-Holstein.
Mehr Informationen im Internet: EU-SH.schleswig-holstein.de*