

Medien-Information

22. Februar 2017

Regierungserklärung zur Bedeutung und Entwicklung des Tourismus in Schleswig-Holstein

Rede von Minister Reinhard Meyer vor dem Schleswig-Holsteinischen Landtag

Es gilt das gesprochene Wort!

Anrede,

das gibt es nur in Schleswig-Holstein! Der Tag beginnt mit einem Sonnenaufgang am Ostseestrand, er geht weiter mit einem Streifzug durch die sanften Hügel der Holsteinischen Schweiz, die Seen verlocken zum Baden, bevor das Weltkulturerbe in der Hansestadt Lübeck bewundert wird, auf dem Weg durch das Land kann der Gast die regionale Küche genießen, Natur an Eider, Treene und Sorge erleben, bevor die Sonne am Nordseestrand vor den Nordfriesischen Inseln im Meer versinkt. Wer das erleben, diese Emotionen spüren will, der kommt zu uns in den „echten Norden“.

Immer mehr Gäste tun das. Sie kommen aus ganz Deutschland nach Schleswig-Holstein, sie kommen aus Skandinavien, aus der Schweiz, aus Österreich und vielen anderen Ländern. Denn sie wissen: Hier kann man gut Urlaub machen, hier lässt sich die „schönste Zeit des Jahres“ genießen – ob im Hochsommer, im Frühling, in den rauen Zeiten der Herbststürme.

Es kommen so viele Gäste, dass die Medien langsam müde geworden sind, Monat für Monat über die guten Zahlen zu berichten. Aber so ist es: Schleswig-Holstein ist ein beliebtes Reiseland. Und es hat in den vergangenen Jahren dank unserer Tourismusstrategie im Vergleich zu den Mitbewerbern kräftig aufgeholt. Wir wachsen über dem bundesdeutschen Durchschnitt.

Dabei geht es uns nicht um ein schlichtes Mehr an Touristen, Mehr an Übernachtungen, sondern um eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Schleswig-Holstein. Das heißt: Wir investieren in Qualität, wir setzen auf ressourcenschonenden Umgang mit der Natur und wir zielen darauf ab, Schleswig-Holstein zu einem ganzjährigen Reiseziel zu machen. Denn dies sorgt bei den Beschäftigten in Gastronomie, Hotellerie und anderen touristischen Betrieben für bessere Perspektiven und mehr soziale Sicherheit. Ganzjährige Beschäftigung und „Gute Arbeit“ sind hier ganz wichtige Stichworte. Mehr als 150.000 Arbeitsplätze in Schleswig-Holstein sind direkt vom Tourismus abhängig.

Anrede,
der Tourismus zählt zu den wichtigsten und erfolgreichsten Wirtschaftsbereichen unseres Landes. Doch genießt der Tourismus auch die Aufmerksamkeit, die er verdient? Allzu häufig heißt es, der Tourismus funktioniere von allein, benötige keine Unterstützung. Was für ein Denkfehler! Auf dem Tourismustag Schleswig-Holstein 2012 in Damp war die Verunsicherung vieler Akteure deutlich zu spüren. Es fehlte an Wertschätzung.

Um den Tourismus erfolgreich weiterzuentwickeln, haben wir 2013 und 2014 unter Beteiligung aller relevanten Akteure im Land die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 erarbeitet. Das Besondere an dieser Strategie ist, dass wir uns messbare Ziele gesetzt haben, die wir bis 2025 erreichen wollen. Auch dies unterscheidet uns positiv von vielen Konzepten und Strategien, die ich aus anderen Bundesländern kenne. Die Ziele möchte ich kurz in Erinnerung rufen, die „Zauberformel“ heißt „30-30-3“:

Wir wollen die Zahl der jährlichen Übernachtungen bis 2025 auf 30 Millionen steigern. Der touristische Bruttoumsatz soll um 30 % auf 9 Milliarden Euro wachsen und wir wollen zu den TOP-3 Bundesländern mit der höchsten Gästezufriedenheit gehören.

Wo stehen wir zurzeit? Bei den Übernachtungen haben wir 2016 erstmals die Grenze von 28 Millionen geknackt, konnten also auf hohem Niveau weiter zulegen und liegen nun bei 28,2 Millionen Übernachtungen. (2012 waren dies keine 24,5 Millionen Übernachtungen (exakt: 24.484.412), also 15,2 Prozent weniger). Beim touristischen Bruttoumsatz lagen wir 2015 bei 7,9 Milliarden Euro und sind auch hier auf einem guten Weg, unser Ziel zu erreichen. Das Beste jedoch: Auch die Gästezufriedenheit steigt gemeinsam mit der Zahl der Urlauber, die immer wieder in den „echten Norden“ kommen.

Anrede,
die Rekordwerte, die wir derzeit im Schleswig-Holstein Tourismus erzielen, sind natürlich ein Grund zur Freude. Was aber noch wichtiger ist: die Auslastung in der Nebensaison konnte deutlich verbessert werden. Schleswig-Holstein entwickelt sich zur Ganzjahresdestination mit allen Vorteilen, die das für die Wirtschaftlichkeit der Betriebe und die Sicherung von Dauerarbeitsplätzen bedeutet.

Was sind die Erfolgsfaktoren? Sicher hat die angespannte Sicherheitslage in den Urlaubsländern Nordafrikas und in der Türkei zuletzt eine Rolle gespielt und natürlich hat der Deutschland-Tourismus davon profitiert. Schleswig-Holstein hat allerdings überdurchschnittliche Zuwächse erzielt. Wesentlicher Grund dafür ist eine Qualitätsoffensive, die sich nun in konkreten Gästezahlen widerspiegelt. Viele Urlaubsorte haben kräftig in ihre öffentliche touristische Infrastruktur investiert. Es sind neue Promenaden, Seebrücken und Gästeeinrichtungen entstanden, die erheblich zur Steigerung der Attraktivität der Orte beigetragen haben. In der Folge

wurde privat investiert, zum Teil in erheblichem Ausmaß. Viele neue, qualitativ hochwertige Hotels und Ferienhäuser sind entstanden und locken neue Gäste an.

Wie gut öffentliche und private Investitionen ineinandergreifen, kann man am Beispiel von Heiligenhafen sehen. Dort haben die Seebrücke und die Promenaden den Ort erheblich aufgewertet. In der Folge sind zahlreiche Ferienwohnungen und Hotels entstanden bzw. werden in Kürze eröffnet. Die Statistik zeigt die Effekte: Heiligenhafen konnte die Zahl der Gäste von 2014 auf 2015 um 40 % und der Übernachtungen um 24 % steigern. (Zahlen der einzelnen Orte liegen für 2016 noch nicht vor.)

Die gleichen Effekte können Sie in Grömitz (Grömitzer Welle), St. Peter-Ording (Dünentherme), Büsum (Perlebucht, Deichpromenade) oder Scharbeutz (Promenaden, Kurpark) beobachten.

Das Land unterstützt diese Entwicklung nach Kräften: In der neuen EU-Förderperiode gibt es zahlreiche Unterstützungsmöglichkeiten für den Tourismus. Diese haben wir unter dem Dach des „Sonderförderprogramms Tourismus“ gebündelt. Auch das zum ersten Mal in Schleswig-Holstein.

Seit Beginn der Legislaturperiode wurden öffentliche touristische Infrastrukturprojekte mit über 45 Millionen Euro gefördert. Das Gesamtvolumen der Projekte lag bei 87 Millionen Euro (Zahlen inkl. ELER-Förderung!). Zu den ganz großen Projekten gehören z.B. die Grömitzer Welle, das Europäische Hansemuseum und die Promenden auf Helgoland, in Büsum, in Pelzerhaken, am Priwall in Lübeck und in Laboe.

Und wir werden unsere Tourismusorte an der Ostseeküste natürlich auch nicht im Regen stehen lassen, wenn es um die Folgen der Sturmflut am 4./5. Januar 2017 geht.

An der Westküste haben wir zusätzlich 30 Millionen Euro für innovative Projekte an der Schnittstelle von Tourismus und Ressourceneffizienz reserviert. Mit dem sogenannten ITI-Wettbewerb haben wir einen kräftigen Innovations-Impuls gesetzt, der zahlreiche gute Projekte hervorgebracht hat. Zahlreiche Maßnahmen werden in den nächsten Monaten an den Start gehen.

Auch die Zwischenbilanz bei der einzelbetrieblichen Förderung kann sich sehen lassen: Im Bereich der Neuerrichtung, Erweiterung und Modernisierung von Hotels haben wir mit Zuschüssen in Höhe von rund 36,5 Millionen Euro Investitionen von 286 Millionen Euro ausgelöst. Durch die Förderung von insgesamt rund 100 Betrieben sind seit 2012 über 1.000 neue Dauerarbeitsplätze entstanden, knapp 1.200 Arbeits- bzw. Ausbildungsplätze konnten zudem gesichert werden.

Deshalb möchte ich an dieser Stelle deutlich sagen: Die einzelbetriebliche Förderung ist gerade im Tourismus ein erfolgreiches Instrument, das wichtige Impulse setzt, die sich nachhaltig auszahlen werden. Zuletzt konnte ich am Freitag in Wyk auf Föhr sehen, wie mit einem neuen Hotel am Südstrand ein Produkt entsteht, das es bisher nicht auf der Insel gibt.

Zur Begleitung der Tourismusstrategie und als Unterstützung für die Tourismuswirtschaft haben wir im Sommer 2015 das Clustermanagement Tourismus an den Start gehen lassen. Damit gehört nun auch der Tourismus zu den sechs Wirtschaftsbereichen im Land, die exklusiv mit dem Vernetzungs- und Beratungsangebot in Form eines professionellen Clustermanagements flankiert werden. Auch das ist neu.

Zu den Kernaufgaben dieses Clustermanagements gehören die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU, die Verbesserung der Nachhaltigkeit im Tourismus, eine bessere Vernetzung der Akteure sowie das Monitoring und Controlling der Tourismusstrategie. Das Clustermanagement wird über drei Jahre (vom 1. Juli 2015 bis 30. Juni 2018) über Projektmittel finanziert. Die Gesamtkosten betragen 860.000 Euro, davon finanziert das Land 75 %.

Anrede,

zu den Faktoren einer erfolgreichen Tourismuspolitik gehört natürlich auch das touristische Marketing. Dieses setzt wiederum eine leistungsfähige und zukunftsste Landemarketingorganisation voraus. Das Land hat 100 Prozent der Gesellschaftsanteile an der Tourismus Agentur Schleswig-Holstein übernommen, um eine beihilferechtlich saubere Lösung zu haben.

Ich will nicht verhehlen, dass die Vakanz der Geschäftsführerposition das Unternehmen im letzten Jahr in einer schwierigen Zeit getroffen hat. Mittlerweile wurde die Geschäftsführung öffentlich ausgeschrieben und ich bin zuversichtlich, dass wir eine geeignete Persönlichkeit für diese verantwortungsvolle Position finden werden.

Ungeachtet dessen wird die erfolgreich gestartete Image-Kampagne zum Glückswachstumsgebiet mit konkreten Maßnahmen fortgeführt. Ein weiterer Schwerpunkt der kommenden Jahre wird die Umsetzung der Auslandsmarketingstrategie mit dem Hauptzielländern Dänemark, Schweiz und Österreich sein. Denn gerade hier schlummert noch erhebliches Potenzial. Dafür wird es auch erforderlich sein, der TA.SH ab 2018 mehr Marketingmittel zur Verfügung zu stellen.

Anrede,

wir haben im Tourismus im Land viel erreicht und stehen momentan glänzend da. Wir dürfen uns auf diesen Erfolgen aber nicht ausruhen, wenn wir nicht hinter unsere Mitwettbewerber wieder zurückfallen wollen. Kontinuität ist wichtig. Für die nähere

Zukunft sehe ich mit Blick auf den Schleswig-Holstein Tourismus insbesondere folgende drei große Herausforderungen:

Erstens: das Thema Qualität. Das heißt, dass Hoteliers und Gastronomen auch künftig in ihre Angebote investieren müssen. Gleiches gilt für die Urlaubsorte und ihre öffentliche touristische Infrastruktur. Das Land wird diesen Prozess auch künftig mit Fördermitteln unterstützen.

Aber nicht nur die „Hardware“ muss stimmen. Auch Professionalität und Freundlichkeit im Service sind wesentliche Faktoren dafür, dass unserer Gäste gerne wiederkommen.

Zweitens: Die touristischen Betriebe können nur dann eine gute Servicequalität bieten, wenn sie über entsprechend qualifizierte Fachkräfte verfügen. Gerade der personalintensive Hotellerie- und Gastronomie-Bereich hat hier schon jetzt ein Problem. Das wird sich in Zukunft vermutlich aber noch verschärfen, wenn nicht aktiv gegengesteuert wird.

Natürlich sind hier zunächst die Betriebe gefordert, die Arbeitsbedingungen und die Unternehmenskultur so zu gestalten, dass sie als Arbeitgeber attraktiv sind. Die Initiative „Gute Gastgeber“, in der sich Betriebe aus der Region Neumünster zusammengeschlossen haben, ist hierfür ein gutes Beispiel. Ein weiteres Beispiel für eine Initiative aus der Wirtschaft ist das Programm „Festmachen auf Sylt“, mit dem Flüchtlinge für Arbeitsplätze im Gastgewerbe fit gemacht werden sollen. Auch unsere Fachkräfteinitiative „Zukunft im Norden“ entwickelt derzeit Maßnahmen, um die Personalsituation der Tourismuswirtschaft zu verbessern.

Drittens: Eine weitere Herausforderung, der sich Tourismusbetriebe wie Kommunen gleichermaßen stellen müssen, ist das Thema Digitalisierung. Touristische Vermarktung und Vertrieb ist ohne die Nutzung digitaler Medien nicht mehr denkbar. Schon heute nutzen 61 % der Urlauber das Internet für Reiseinformation und -planung. 43 % buchen ihre Reise über das Internet. Das wird weiter zunehmen.

Für Tourismusakteure bedeutet dies, dass sie ihre Kenntnisse über Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung stetig erweitern und sich ggf. auch von Online-Experten beraten lassen müssen. Ein professioneller Internetauftritt und eine Präsenz in den Sozialen Medien sind heutzutage ein Muss für alle touristischen Leistungsträger, die wettbewerbsfähig bleiben wollen.

Meine Damen und Herren, Sie sehen: Trotz aller Erfolge liegt noch eine Menge Arbeit vor uns. Lassen sie uns gemeinsam auch künftig für einen starken Tourismus im Land kämpfen – es lohnt sich! Dazu gehört ein klares Bewusstsein über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Schleswig-Holstein. Denn ohne den Tourismus wäre unser Land nicht das, was es ist: der echte Norden!

Verantwortlich für diesen Presstext: Dr. Birte Pusback | Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie |
Düsternbrooker Weg 94, 24105 Kiel | Telefon 0431 988-4412 | Telefax 0431 988-4705 | E-Mail: pressestelle@wimi.landsh.de |
Medien-Informationen der Landesregierung finden Sie aktuell und archiviert im Internet unter www.schleswig-holstein.de |