

PRESSE-INFORMATION

09. April 2020

Schleswig-Holstein hält zusammen - und die TA.SH die Sehnsucht bei seinen Gästen wach! „Willkommen-zurück“-Kampagne in Planung

Kiel. Die Ausbreitung des neuartigen Coronavirus SARS-CoV-2 hat aktuell das öffentliche Leben und den Tourismus weltweit, auch in Schleswig-Holstein, zum Erliegen gebracht. Reisen in den echten Norden sind laut Erlass der Landesregierung vorerst bis zum 19. April 2020 untersagt. Wie es danach weitergeht, wird voraussichtlich in der Woche nach Ostern auf Bundes- und Landesebene besprochen.

Das touristische Ostergeschäft fällt aus

Für ein traditionell gastfreundliches Land wie Schleswig-Holstein ist das eine völlig neue Situation. „Schleswig-Holstein verzeichnet in den Ostermonaten März und April zusammen in der Regel über 4,5 Millionen Übernachtungen, das entsprach 2019 laut Statistikamt Nord einem Anteil von fast 13 Prozent des jährlichen Übernachtungsvolumens“, sagt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH). Noch nicht mitgezählt seien darin Tagesausflüge etwa zu Ostermärkten, Osterfeuern und Familientreffen, so Bunge. „Nach den touristisch noch wenig frequentierten Wintermonaten bildet das Ostergeschäft den wirtschaftlich wichtigen Jahresauftakt für den Tourismus. Der coronabedingte Wegfall der Reise-, Freizeit- und Shoppingaktivitäten seit drei Wochen trifft gerade die Tourismuswirtschaft als eine der Leitökonomien Schleswig-Holsteins hart, teilweise sogar existenzbedrohend“, sagt die Tourismuschefin.

Hoffnung für den Sommer 2020

Die Buchungslage für die Sommerferien und die zweite Jahreshälfte 2020 war bis zur Ausbreitung des Coronavirus vergleichbar mit den erfolgreichen Vorjahren. Gegenwärtig herrscht auf Seiten der Gäste Verunsicherung darüber, wann wieder mit welcher Reisefreiheit unter welchen gesundheitlichen Rahmenbedingungen zu rechnen ist. Die Urlauberinnen und Urlauber warten ab, sie machen ihre Reiseentscheidungen von den künftigen Entwicklungen im In- und Ausland abhängig. Bereits bestehende längerfristige Buchungen werden zunächst aufrechterhalten, bei Neubuchungen herrscht Zurückhaltung. Der Trend geht zu kurzfristigen Reiseentscheidungen.

Pressekontakt:

Manuela Schütze, Pressesprecherin, Tel. +49 (0)431 600 58 70
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Wall 55, 24103 Kiel,
E-Mail: presse@sht.de; www.sh-business.de; www.twitter.com/Landesmarketing

„Da nach einer erhofften baldigen Entspannung der Lage zunächst eher Kurzreisen im eigenen Bundesland oder nahegelegene Inlandsreisen zu erwarten sind, sind wir zuversichtlich, dass Schleswig-Holstein das lukrative Sommergeschäft 2020 realisieren könnte. Wir bieten zudem viel Natur und Weite, haben keine großen Metropolen, aber viele hübsche Kleinstädte. Da ist viel Platz für Gäste, an Stränden, im Binnenland und für den kleinen Stadtbummel, gerade auch abseits der bekannten Hotspots“, so Bunge.

Auch wenn die finanziellen Möglichkeiten gegebenenfalls begrenzter sein werden, setzt Bunge auf die ungebremsste Reiselust der Deutschen und kann sich gut vorstellen, dass Inlandsziele im Vorteil sind. „Wir sind da, wir sind nah und gut zu erreichen. Bei uns gibt es frische Luft zum Auftanken und Entspannen nach dem langen Aufenthalt in den eigenen vier Wänden“, wirbt Bunge für den echten Norden.

„Schleswig-Holstein zuhause erleben“

„Schleswig-Holstein zuhause erleben“, lautet das Motto, unter dem die TA.SH seit Ende März bisherige und potenzielle Gäste in der Zeit des Zuhausebleibens informiert und unterhält. Die eigens dafür eingerichtete Landingpage www.sh-tourismus.de/sh-zu-hause-erleben bietet neu produzierte Bewegtbilder, Podcasts, Texte ebenso wie bereits vorhandenen Content zum Reiseland Schleswig-Holstein. Es gibt einen bunten Strauß aus Informationen und Emotionen. Die Kommunikation in den Social-Media-Kanälen erfolgt zurzeit vorrangig zu den Hashtags #DreamNowVisitLater sowie #meinSH.

Blogbeiträge bieten zum Beispiel Lesestoff zu berühmten Persönlichkeiten (www.blog.sh-tourismus.de/blog/beruehmtheiten-aus-schleswig-holstein), Fun Facts und Wissenswertem (www.blog.sh-tourismus.de/blog/hinter-den-kulissen) oder auch Mythen und Sagen. Weitere Themen wie zum Beispiel „Drehorte“ sind in Vorbereitung. Gemeinsam mit den anderen Landesmarketingorganisationen wurde eine länderübergreifende Instagram-Story umgesetzt. Weiterhin filmt der Reiseblogger Christoph Karrasch für den Facebook-Kanal fünfminütige Echtzeit-Spaziergänge, um die Gäste virtuell mit auf den Weg zu nehmen.

Viele aktuelle kreative Aktionen der Tourismusregionen, -orte und -anbieter in Schleswig-Holstein werden über die diversen Kommunikationskanäle der TA.SH geteilt, hier sind die #closedbutopen-Projekte der Kultureinrichtungen mit virtuellen Rundgängen genauso zu erwähnen, wie Live-Berichterstattungen zu den Baufortschritten in den Tourismusorten oder Mitmachaktionen bei Foto- und Filmerinnerungen.

„Willkommen-zurück“-Kampagne

Parallel bereitet die TA.SH gerade eine „Willkommen-zurück“-Kampagne vor. Sie wird mit witzigen Botschaften Lust auf Schleswig-Holstein machen und primär in Online-Kanälen starten, sobald Reisen in den echten Norden wieder möglich sind. Die ursprünglich für das

Pressekontakt:

Frühjahr geplante neue Jahreskampagne der TA.SH musste coronabedingt gestoppt werden.

„Wir konzipieren unsere ‚Willkommen-zurück‘-Kampagne kooperativ so, dass auch unsere wichtigen regionalen und lokalen Tourismuspartner unkompliziert die Motive für ihre Zwecke nutzen und sich an den Maßnahmen beteiligen können. Im gemeinsamen Schulterschluss werden wir unsere begrenzten finanziellen Mittel effizienter einsetzen und die Wirksamkeit gerade gegenüber den starken Mitbewerbern erhöhen können“, sagt Bunge.

Zielsetzung der Willkommen-zurück-Kampagne ist es, auf humorvolle Art die Menschen nach den Bewegungseinschränkungen durch das Corona-Virus wieder für das Reisen nach Schleswig-Holstein zu begeistern. Die Tourismuswirtschaft kann sich nur dann wieder erholen, wenn schnell Gäste in die Beherbergungsbetriebe und Freizeiteinrichtungen gelockt werden, natürlich weiterhin mit Augenmaß hinsichtlich Menschenansammlungen und Veranstaltungen.

Als Zielgruppe sollen primär Übernachtungsgäste aus den nahegelegenen benachbarten Bundesländern angesprochen werden sowie im Ausland primär Gäste aus Dänemark, sobald keine Beschränkungen im Grenzverkehr mehr zu erwarten sind.

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation für Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungsstandorts Schleswig-Holstein mit dem Ziel, potenzielle Gäste für den echten Norden zu begeistern. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.

Pressekontakt:

Manuela Schütze, Pressesprecherin, Tel. +49 (0)431 600 58 70
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Wall 55, 24103 Kiel,
E-Mail: presse@sht.de; www.sh-business.de; www.twitter.com/Landesmarketing