

PRESSE-INFORMATION

**Tagungs- und Kongressdestination Schleswig-Holstein:  
TA.SH startet Initiative zur Vermarktung**

**Kiel, 28. Februar 2018.** Die Tagungs- und Kongresswirtschaft hat jetzt eine zentrale Anlaufstelle im echten Norden: Unter dem Namen Schleswig-Holstein Convention Bureau (SHCB) finden Interessierte künftig alle Informationen zur Planung ihrer Veranstaltung zwischen Nord- und Ostsee. Angesiedelt bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH), bündelt das SHCB die Akquise und Bearbeitung aller Tagungsanfragen und koordiniert die Vernetzung der dazugehörigen Partner im Land. „Wer in Schleswig-Holstein tagen, konferieren oder feiern möchte, ist im SHCB genau richtig“, sagt Veit Schröder, Manager des Schleswig-Holstein Convention Bureau und zentraler Ansprechpartner für alle Veranstaltungswilligen. Während Schleswig-Holstein seit jeher als Urlaubsziel begeistert, soll nun auch die Branche für Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) einen deutlich wichtigeren Stellenwert bekommen. „Schleswig-Holstein bietet ein großartiges Umfeld für Tagungen. Das werden wir jetzt noch stärker kommunizieren und bieten dafür unter dem Namen Schleswig-Holstein Convention Bureau ein gut vernetztes Kompetenzcenter“, sagt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH).

Auf einem MICE-Branchentreffen Mitte Februar diskutierten die Partner und Leistungsträger des Landes neue Projekte. Dazu gehört die Weiterentwicklung des Portals [Tagungstörn.de](http://Tagungstörn.de) und des Twitterkanals [@SHmeetings](https://twitter.com/SHmeetings). Das Tagungs- und Kongressgeschäft in Schleswig-Holstein bekommt nun volle Aufmerksamkeit

– die ist angesichts seines großen Potenzials vor allem im kleinen und mittleren Veranstaltungssegment gut investiert.

Darauf zumindest deutet die Sonderauswertung des deutschlandweiten Meeting- & EventBarometers hin. Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) hat 2017 in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Institut für TagungsWirtschaft in Wernigerode und der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. erstmals den Tagungs- und Kongressstandort Schleswig-Holstein im Detail analysieren lassen (Details unter <https://www.sh-tourismus.de/schleswig-holstein-fuer/geschaeftsreisende/service-fuer-firmen>).

Demnach besuchten im Jahr 2016 rund 6,4 Millionen Gäste 77.400 Veranstaltungen im echten Norden. Im Deutschlandvergleich sind das allerdings nur rund 2,3 Prozent. Und: 2016 waren die Veranstaltungsstätten in Schleswig-Holstein (Veranstaltungstage: 102) im Schnitt an weniger Tagen ausgelastet als bundesweit (Veranstaltungstage: 127).

### **Veranstaltungen in Schleswig-Holstein: Klein und mit Event-Charakter**

Die Studie zeigt weiter, dass das Raumangebot im echten Norden besonders für Events wie Kultur- und Sportveranstaltungen und Festivitäten genutzt wird. Rund zwei Drittel der Veranstaltungen in 2016 fielen in diese Kategorie. Gerade einmal 37 Prozent wurden als beruflich motivierte Veranstaltungen gezählt, deutschlandweit ist der Anteil mit rund 64 Prozent merklich höher. Schleswig-Holstein hat also noch große Entwicklungsmöglichkeiten für Fachkongresse und Tagungen.

Besonders gut ausgestattet ist Schleswig-Holstein für Veranstaltungen mit 100 bis 250 Teilnehmern. Davon profitieren insbesondere die Tagungshotels des Landes. Zwei Drittel (66,3 Prozent) der Veranstaltungen in Schleswig-Holstein fanden in

Hotels statt, die Räumlichkeiten für Kongresse und Tagungen bieten. Doch die Veranstaltungen in Schleswig-Holstein sind oft vergleichsweise klein: Im Jahr 2016 wurden im Schnitt 82 Teilnehmer pro Veranstaltung gezählt, deutschlandweit 131.

Damit das nicht so bleibt, kommt insbesondere den Städten im Land eine wichtige Rolle zu. „Geschäftsreisende, Tagungs- und Kongressmanager sollen dazu motiviert werden, ausgetretene Pfade zu verlassen und den echten Norden als interessante Destination in Betracht zu ziehen. Wir in Schleswig-Holstein sind – zum Glück – anders! Und dieses Anders-Sein wollen wir von der Marketing Kooperation der Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS), zusammen mit den Aktivitäten der TA.SH mit unseren Aktivitäten in Szene setzen“, sagt Uwe Wanger von der Marketing Kooperation der Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS). Ein Beispiel dafür ist die humorvolle Internetkampagne „Metropole kann jeder – Zum Glück sind wir anders“.

### **Wenige Tagungsgäste aus dem Ausland**

Beim Anteil ausländischer Veranstaltungsgäste liegt Schleswig-Holstein mit 4,8 Prozent deutlich unter dem Deutschlandwert von 8,8 Prozent. Und auch in Bezug auf internationale Veranstaltungen (bei denen mindestens jeder zehnte Teilnehmer einen Wohnsitz außerhalb Deutschlands hat) liegt der echte Norden bei lediglich 3 Prozent (deutschlandweit: 6 Prozent).

Chancen für mehr Internationalität sieht Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber vom Europäischen Institut für TagungsWirtschaft vor allem in den Städten: „Der Anteil an

ausländischen Gästen und Veranstaltungen lässt sich am besten in den Städten steigern; schon heute ist dort der Anteil an ausländischen Teilnehmern und internationalen Veranstaltungen deutlich höher als im übrigen Schleswig-Holstein. Gleichzeitig fokussieren sich im nördlichsten Bundesland die "Green-Meetings" ebenfalls auf die Städte, sodass sich Schleswig-Holstein künftig auch als „Green-Meeting-Städte-Destination“ für internationale Veranstalter profilieren kann.“

**Schleswig-Holstein Convention Bureau:**

Veit Schröder  
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH Wall 55, 24103 Kiel,  
Tel. 0431/60058-49, E-Mail: [schröder@sht.de](mailto:schröder@sht.de)

**Pressekontakt:**

Astrid Hansen  
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH Wall 55, 24103 Kiel,  
Tel. 0431/60058-70, E-Mail: [hansen@sht.de](mailto:hansen@sht.de)