

PRESSE-INFORMATION

**Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein
baut Marketing für 2019 aus**

Kiel, 10. Dezember 2018. Mit frischem Wind volle Kraft voraus – so lautet das Motto der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) für 2019. Das Ziel: Noch mehr Menschen für eine Reise nach Schleswig-Holstein begeistern. Tourismusminister Bernd Buchholz und TA.SH Geschäftsführerin Bettina Bunge haben heute konkrete Marketingmaßnahmen für das kommende Jahr vorgestellt.

Das laufende touristische Jahr 2018 ist für Schleswig-Holstein bereits ein äußerst erfolgreiches, daher hat sich die TA.SH für die Zukunft große strategische Ziele gesteckt: Schleswig-Holstein als ganzjähriges Reiseziel etablieren, mehr Übernachtungen in der Nebensaison generieren und die Marke „Schleswig-Holstein - der echte Norden“ noch bekannter machen. „Für das Marketing des Landes sind die Ergebnisse der kürzlich vorgestellten Markentreiberanalyse eine gute Grundlage. Die Bewertungen der Gäste haben uns die Stärken der touristischen Marke Schleswig-Holstein aufgezeigt“, betont Tourismusminister Buchholz. „So wissen wir jetzt besser, welche Leuchttürme und Geheimtipps im Vordergrund unserer zukünftigen Vermarktung stehen sollten. Und dass wir in Werbung für unser Land weiter investieren müssen, steht außer Frage.“

TA.SH-Geschäftsführerin Bunge sieht noch Potenzial vor allem bei Gästen aus Süddeutschland, dem Ausland und für das Tagungsgeschäft: „Um die Attraktivität der touristischen Marke ‚Schleswig-Holstein – der echte Norden‘ weiter steigern zu können, haben wir gemeinsam mit unseren Partnern die Marketingplanung 2019 erarbeitet. Auf dieser Agenda steht auch eine Vielzahl neuer Projekte.“

Zu den geplanten Maßnahmen zählen etwa ein Gesamtkonzept aus Videobausteinen für diverse Kanäle sowie ein eigenes redaktionelles Magazin mit einer Auflage von mindestens 250.000 Exemplaren. Ferner steht der Ausbau der digitalen Kommunikation im Fokus, zum Beispiel mit dem gerade erfolgten Relaunch der Business Website www.sh-business.de, einer landesweiten Datenbank für Bild, Text und Film, einer neuen Messecloud auf der Touristikmesse ITB sowie eine Online-Kampagne für die Nebensaison.

Darüber hinaus wird die TA.SH internationaler und stärkt das Auslandsmarketing primär in den drei Märkten Dänemark, Schweiz und Österreich. Um Schleswig-Holstein als Kongress- und Tagungswirtschaft mit maritimem Flair zu stärken, wird es ab 2019 eine eigene Website www.sh-convention.de inklusive „Venue Finder“ geben. Zudem wird sich Schleswig-Holstein erstmalig im Frühjahr mit einem Stand auf der IMEX, der globalen Messe für Messen, Incentive-Reisen, Kongresse und Events, in Frankfurt a. Main präsentieren.

Das touristische Jahr ist noch nicht abgeschlossen, doch schon jetzt zeichnet sich ab: 2018 wird ein Rekordjahr für den Tourismus im echten Norden. Die im November vom Statistikamt Nord veröffentlichten Zahlen zeigen: Die Übernachtungs- und Gästezahlen von Januar bis September 2018 übertrafen die Ergebnisse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich. So verzeichnete Schleswig-Holstein 7 Mio. Ankünfte, ein Zuwachs von 12,3 Prozent, sowie 28,7 Mio. Übernachtungen, ein Zuwachs von 16,7 Prozent (mit Durchgangscamping). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 4,1 Tage. Demnach wird Schleswig-Holstein Ende des Jahres die 30-Millionen-Marke an gewerblichen Übernachtungen mit Sicherheit deutlich überschreiten. Damit belegt der echte Norden derzeit Platz 5 unter allen Bundesländern.

Die hohen Zuwächse gehen nicht nur auf das gute Sommerwetter, die erfolgreichen Kampagnen und die großen Anstrengungen der Tourismuswirtschaft vor Ort zurück, sondern auch auf eine Ausweitung des zugrundeliegenden Berichtskreises. Die Zahl der auskunftspflichtigen Betriebe hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum zum Teil stark erhöht und liegt aktuell bei 4.012 geöffneten Betrieben mit 222.769 angebotenen Betten. Die absoluten Zahlen sind allerdings belastbar.

Wichtigster Auslandsmarkt ist unverändert das Nachbarland Dänemark: Von Januar bis September 2018 haben 506.945 dänische Gäste in Schleswig-Holstein übernachtet (ohne Camping), das sind 3,1 Prozent mehr als im Vorjahr.

Alle Zahlen zur Tourismusentwicklung Schleswig-Holstein im Zeitraum Januar bis September 2018, Fotos sowie die Präsentation zur Marketingplanung 2019 sind unter <https://www.sh-business.de/zahlen-fakten> zu finden.

Pressekontakt:

Astrid Hansen / Bente Petersdotter / Jochen Hövekenmeier
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH
Wall 55, 24103 Kiel
Tel. 0431/60058-70
E-Mail: presse@sht.de
<https://twitter.com/Landesmarketing>

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation in Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reiselandes 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 Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.