



Umsetzungsmanagement
Tourismusstrategie
Schleswig-Holstein 2030

TA.SH 
Tourismus-Agentur
Schleswig-Holstein

Jahresbericht 2025

Stand der Umsetzung der Tourismusstrategie
Schleswig-Holstein 2030

Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Stand: Februar 2026

Inhalt

1	Einleitung und Hintergrund.....	3
1.1	Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030.....	3
1.2	Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030	3
2	Aufgaben und Zielsetzungen des Umsetzungsmanagements	4
3	Aktivitäten des Umsetzungsmanagements 2025.....	5
3.1	Gremiumssitzungen und Netzwerkarbeit.....	5
3.2	Kommunikation und Berichterstattung	5
3.3	Veranstaltungsmanagement	8
3.4	Wissensmanagement.....	9
4	Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030	11
4.1	Handlungsfeld 1: Marketing.....	12
4.2	Handlungsfeld 2: Qualität und Wettbewerbsfähigkeit	12
4.3	Handlungsfeld 3: Infrastruktur	12
4.4	Handlungsfeld 4: Mobilität.....	13
4.5	Handlungsfeld 5: Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung.....	13
4.6	Handlungsfeld 6: Strukturen und Kooperationen.....	14
4.7	Handlungsfeld 7: Binnenlandtourismus	14
4.8	Handlungsfeld 8: Mitarbeitengewinnung und -bindung.....	14
4.9	Handlungsfeld 9: Tourismusbewusstsein und -akzeptanz	15
4.10	Handlungsfeld 10: Förderung und Finanzierung	15
4.11	Querschnittsthema Digitalisierung.....	15
5	Fazit und Ausblick zur Umsetzung	16
	Kontakt und Impressum.....	18

1 Einleitung und Hintergrund

1.1 Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Die aktuelle Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 (TS SH 2030) wurde im April 2022 vom Kabinett verabschiedet. Sie dient allen touristischen Akteuren des Landes als Handlungs- und Orientierungsrahmen.

Die Vision bis 2030 lautet: „Schleswig-Holstein ist Vorreiter und Vorbild für nachhaltigen, verantwortungsbewussten Qualitätstourismus.“

Der Fokus liegt auf Nachhaltigkeit in den drei Dimensionen – ökologisch, ökonomisch und sozial – sowie auf qualitativem statt ausschließlich quantitativem Wachstum. Schleswig-Holstein soll als attraktiver Lebens-, Urlaubs- und Arbeitsort positioniert werden. Dabei steht die Zufriedenheit von Gästen, Einheimischen und Mitarbeitenden im Zentrum. Mit hochwertigen Angeboten sollen gezielt ökonomisch attraktive Zielgruppen angesprochen, die Infrastruktur nachhaltig weiterentwickelt und der Tourismus verstärkt über das gesamte Jahr sowie das gesamte Land verteilt werden.

Zur Umsetzung der TS SH 2030 sind zehn Handlungsfelder definiert, hinzu kommt das Querschnittsthema Digitalisierung. Nachhaltigkeit zieht sich als Leitmaxime durch die gesamte Strategie. Jedes Handlungsfeld ist mit Leitprojekten hinterlegt, die die Umsetzung der Strategie maßgeblich anzustoßen sollen. Die konkreten Maßnahmen ergeben sich stetig im Umsetzungsprozess. Die Umsetzung der TS SH 2030 ist somit ein fortdauernder, dynamischer Prozess, der ein kontinuierliches Überprüfen, Nachjustieren und Fortschreiben beinhaltet. Um dies sicherzustellen, ist ein gut aufgestelltes Umsetzungsmanagement unabdingbar.

1.2 Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Seit Mitte 2024 koordiniert ein dreiköpfiges Umsetzungsmanagement für die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 die Zusammenarbeit in den zehn Handlungsfeldern und den definierten Leitprojekten der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030.

Das Team ist bei der Trägerorganisation, der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH), zunächst befristet bis zum 30. Juni 2027 installiert und wird vom Land finanziert. Im Jahr 2025 standen dem Umsetzungsmanagement 430.000 Euro für Personal-, Overhead- und Sachkosten zur Verfügung.

Das Team des Umsetzungsmanagements besteht aus drei Vollzeitäquivalenten (VZÄ) und ist wie folgt besetzt:

- Britta Franke (Diplom-Geographin): Leitung des Umsetzungsmanagements
- Nele Drews (B.A. International Tourism Management): Projektmanagerin mit dem Schwerpunkt Veranstaltungsmanagement

- Lars Larsen (Werkzeugmechaniker / Industriekaufmann): Projektmanager mit dem Schwerpunkt Wissensmanagement

2 Aufgaben und Zielsetzungen des Umsetzungsmanagements

Im Umsetzungsmanagement werden alle Aktivitäten und Prozesse zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 gebündelt und koordiniert. Als zentraler Netzwerkknoten koordiniert das Team den Gesamtprozess, verbindet alle Beteiligten sowie Aktivitäten, identifiziert Schnittstellen und behält den Fortschritt der kontinuierlichen Umsetzung der Strategie im Blick. Dabei arbeitet das Umsetzungsmanagement eng mit dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (MWVATT) zusammen. Das Ministerium verantwortet das Gesamtcontrolling sowie die strategische Ausrichtung.

Eine wichtige Aufgabe des Umsetzungsmanagements ist die Binnenkommunikation. Ziel ist es, möglichst viele Tourismusakteure über den Umsetzungsstand der Strategie zu informieren, zur Mitarbeit zu motivieren und Wissen in den Handlungsfeldern zu vermitteln. Denn die gemeinsame Vision, Schleswig-Holstein als Vorbild für einen nachhaltigen und verantwortungsbewussten Qualitätstourismus zu positionieren, kann nur im Zusammenspiel aller Beteiligten gelingen. Von touristischen Organisationen, über Vereine und Verbände, bis hin zu Leistungsträgern – jeder Touristiker und jede Touristikerin kann einen Beitrag zu den Zielen der Strategie leisten, in den Handlungsfeldern mitarbeiten und Projekte umsetzen.

Der Austausch von Ideen und die Nutzung von Synergien stärken das Netzwerk für den Schleswig-Holstein-Tourismus und bilden eine wichtige Basis für die Entwicklung zu einer zukunftsfähigen und wettbewerbsfähigen Destination. Hierzu teilt das Umsetzungsmanagement Informationen in verschiedenen Formaten und initiiert Veranstaltungen für die gemeinsame Arbeit an Projekten und zu Themen der Strategie. Dabei versteht sich das Umsetzungsmanagement als Impulsgeber und Unterstützer der touristischen Akteurinnen und Akteure, die wiederum die Umsetzung der (Leit-)Projekte verantworten.

3 Aktivitäten des Umsetzungsmanagements 2025

3.1 Gremiumssitzungen und Netzwerkarbeit

Nach dem erfolgreichen Aufbau des Umsetzungsmanagements im Jahr 2024 konnte die Zusammenarbeit im Tourismusnetzwerk Schleswig-Holstein im Jahr 2025 weiter gefestigt werden.

Das Umsetzungsmanagement war ganzjährig in verschiedenen Gremiumssitzungen, Mitgliederversammlungen und touristischen Veranstaltungen präsent. Ziel war es, die Kommunikation in die Breite zu tragen, Multiplikatoren auf dem Laufenden zu halten und zur Mitarbeit zu motivieren.

In folgenden Sitzungen und Veranstaltungen hat das Umsetzungsmanagement im Jahr 2025 über seine Arbeit aktiv berichtet:

- 15.01.2025: Wirtschaftsausschuss, Landtag Schleswig-Holstein
- 18.02.2025: Runder Tisch Tourismuspolitik, TVSH
- 27.02.2025: Barcamp Tourismus (Session)
- 19.03.2025: LTO-Konferenz
- 31.03.2025: Beiratssitzung DEHOGA
- 08.05.2025: Beirat für Tourismus
- 02.06.2025: Welcome Center Schleswig-Holstein
- 18.09.2025: Beirat für Tourismus
- 30.09.2025: Treffen der Kommunalpolitiker der Grünen zur Tourismuspolitik
- 08.10.2025: LTO-Konferenz
- 27.11.2025: Tourismustag Schleswig-Holstein (Informationsstand)

Ergänzend engagierte sich das Umsetzungsmanagement in touristischen Netzwerktreffen, wie den Parlamentarischen Abenden oder Konferenzen, um mit den Akteurinnen und Akteuren in den Austausch zu treten. In überregionalen Netzwerken brachte das Umsetzungsmanagement die Perspektive Schleswig-Holsteins ein und griff Impulse aus anderen Ländern auf, wie zum Beispiel mit dem Aufbau einer LinkedIn Fokussseite ([siehe Kapitel 3.2](#)).

In Einzelterminen zu thematischen Schwerpunkten oder Gesprächen mit Landesverbänden, einzelnen TMO- und LTO-Vertretern sowie Interessierten trat das Umsetzungsmanagement projektbezogen in den Austausch. Inhaltlich war das Umsetzungsmanagement in verschiedenen Leitprojekten als Netzwerkpartner eingebunden ([siehe Kapitel 4](#)).

3.2 Kommunikation und Berichterstattung

Zur transparenten Darstellung der Fortschritte in den Leitprojekten hat das Umsetzungsmanagement Steckbriefe zu allen abgeschlossenen und laufenden Projekten erstellt. Diese Steckbriefe dienen der fortlaufenden Dokumentation des Umsetzungsstands, der

öffentlichen Kommunikation sowie als Grundlage für die Evaluierung. Die Steckbriefe wurden erstmals zur Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 im Jahr 2025 (siehe Kapitel 3.3) veröffentlicht und im weiteren Jahresverlauf regelmäßig mit den jeweiligen Federführungen der Leitprojekte aktualisiert. So standen allen Interessierten jederzeit aktuelle Informationen zum Stand und Fortschritt der Projektumsetzung zur Verfügung. Neben allgemeinen Projektinformationen bilden sie bereits erfolgte Aktivitäten, Outcome und Folgeprojekte ab. Alle Steckbriefe sind online unter „Strategie und Leitprojekte“ auf der Internetseite des Umsetzungsmanagements abrufbar.

Abbildung: Beispiel für einen Leitprojekt-Steckbrief

Handlungsfeld (HF)	6 Strukturen und Kooperationen									
Leitprojekt (LP)	1 Umsetzungsmanagement									
Federführung	MWWATT									
Leitziele										
<ul style="list-style-type: none"> Aufbau eines Umsetzungsmanagements zur systematischen, effektiven und ressourceneffizienten Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 										
Projektbeschreibung										
<ul style="list-style-type: none"> Aufbau einer eigenen Organisationseinheit zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 Organisatorische Einbindung in eine bestehende Trägerorganisation auf Landesebene unter Berücksichtigung der vergabe-, beihilfe- und steuerrechtlichen Prüfung sowie definierter Bewertungskriterien oder externe Vergabe Optimierung bestehender Umsetzungs- und Kooperationsstrukturen / Gremien Ausstattung der Umsetzungseinheit mit adäquaten Ressourcen Stellenbesetzung für die Leitung des Umsetzungsmanagements und Mitarbeitenden 										
Zeitplanung	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
Stand der Umsetzung	Abgeschlossen								Stand: 21.08.2025	
Erfolgte Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> Entscheidung über Trägerorganisation TA.SH (November 2023) Stellenausschreibung und Einstellungsverfahren (Juni 2024) Umsetzungsmanagement operativ (ab Juli 2024) 									
Outcome	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzungsmanagement mit 3 VZÄ für den Zeitraum 01.07.2024 bis 30.06.2027 									
Folgeprojekte / Weiterarbeit mit dem Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> Aktivitäten und Maßnahmen des Umsetzungsmanagements (01.07.2024 bis 30.06.2027) Umfassende und transparente Kommunikation und Information zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 									
Weiterführende Informationen										
<ul style="list-style-type: none"> Internetseite zum Umsetzungsmanagement www.um-sh.de Jahresbericht Umsetzungsmanagement 2024 										

Das Umsetzungsmanagement baute seine Internetseite www.um-sh.de im Jahr 2025 weiter aus. Bis zum Launch der Wissensplattform ([siehe Kapitel 3.4](#)) bündelt die Website aktuell unter www.sh-business.de weiterführende Informationen zur Tourismusstrategie sowie zu den Aktivitäten des Umsetzungsmanagements.

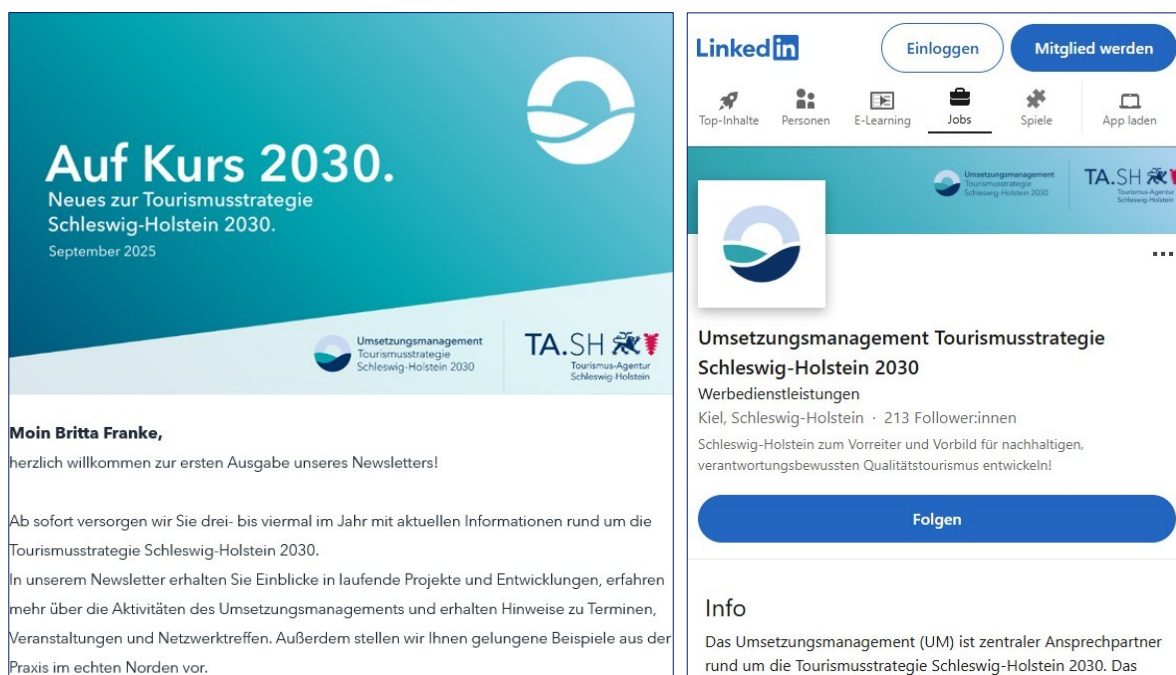
Als Grundlage für die weitere Kommunikation erarbeitete das Umsetzungsmanagement eine interne Kommunikationsstrategie, die Zielgruppen, Kanäle und Fokusbotschaften definierte. Auf dieser Grundlage wurden im Jahr 2025 zwei weitere Kommunikationskanäle aufgebaut.

Mithilfe des Open-Source-Tools Keila hat das Umsetzungsmanagement einen Newsletter eingerichtet. Dieser informiert drei- bis viermal pro Jahr über laufende Projekte, aktuelle Entwicklungen in der Strategieumsetzung sowie Aktivitäten des Umsetzungsmanagements, Termine, Veranstaltungen und Netzwerktreffen der Tourismusbranche in Schleswig-Holstein. Der erste Newsletter wurde Mitte September 2025, der zweite Mitte Dezember 2025 an über 170 Touristikerinnen und Touristiker versendet. Beide Newsletter erreichten mit einer Öffnungsrate von etwa 70% und einer Klickrate von ca. 30% eine sehr hohe Relevanz und Aktivierung. Interessierte können sich unter www.sh-business.de/umsetzungsmanagement-sh/newsletter zum Newsletter des Umsetzungsmanagements anmelden und dort auch die vergangenen Ausgaben einsehen.

Zusätzlich zum Newsletter hat das Umsetzungsmanagement im September eine [LinkedIn-Fokussseite zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein](#) auf dem LinkedIn-Kanal der TA.SH erstellt. Ziel der Seite ist es, möglichst vielen Touristikerinnen und Touristikern Neuigkeiten, Projektfortschritte und Impulse zur Strategie zugänglich zu machen. Hier sollen Themen ange teasert werden, die in ausführlicher Form zukünftig auf der Wissensplattform kommuniziert werden. Gleichzeitig dient die LinkedIn-Fokussseite der Stärkung der Gemeinschaft, indem Aktivitäten aus ganz Schleswig-Holstein, die einen Mehrwert für die Tourismusstrategie leisten, sichtbar gemacht, unterstützt und gebündelt kommuniziert werden.

Im letzten Quartal 2025 lag ein besonderer Fokus darauf, die Reichweite des Newsletters und des LinkedIn-Kanals zu steigern. In Zusammenarbeit mit der Agentur Markenzeichen wurde zudem eine Reihe von Beiträgen zu den zehn Handlungsfeldern sowie zur Leitmaxime Nachhaltigkeit und zum Querschnittsthema Digitalisierung erarbeitet. Diese Beiträge werden nach und nach ausgespielt und machen die Themen anhand von Best Practices anschaulich und greifbar, um die Tourismusstrategie von der Landesebene vermehrt in die Orts- und Kommunalebene zu übersetzen.

Abbildung: Newsletter und LinkedIn Fokussseite des Umsetzungsmanagements



3.3 Veranstaltungsmanagement

Ein Schwerpunkt im Veranstaltungsmanagement lag im ersten Halbjahr 2025 auf der Organisation und Durchführung der ersten Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030. Auf Einladung des Umsetzungsmanagements kamen am 2. April 2025 rund 160 Teilnehmende aus Tourismus, Politik, Verwaltung und angrenzender Wirtschaftsbereiche im Holstenhallen Congress Center (HCC) Neumünster zusammen. Im Mittelpunkt standen der Umsetzungsstand der Tourismusstrategie sowie das Handlungsfeld 5 „Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung“. Die Konferenz stieß auf sehr positive Resonanz und wurde von den Teilnehmenden im Durchschnitt mit 4 von 5 Sternen bewertet.

Abbildung: Impressionen der 1. Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein



Ergänzend fand im Rahmen der Konferenz eine integrierte Pressekonferenz mit Staatssekretärin Julia Carstens und der Leiterin des Umsetzungsmanagements, Britta Franke, statt.

Die Informationen führten zu einer hohen medialen Aufmerksamkeit. Insgesamt wurden drei Fernsehbeiträge sowie 42 Artikel in Print- und Online-Medien veröffentlicht, unter anderem in den Lübecker Nachrichten und im SHZ.

Zur weiteren Konkretisierung des Leitprojekts 4 „Natur- und Nationalparke“ im Handlungsfeld 5 „Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung“ lud das Umsetzungsmanagement am 17. Oktober 2025 zu einem ganztägigen Auftaktworkshop in das Naturerlebniszentrum Kolonistenhof ein. Insgesamt nahmen 19 Vertreterinnen und Vertreter aus den sechs Naturparken Schleswig-Holsteins, den angebotenen Tourismusorganisationen sowie aus dem Umwelt- und dem Wirtschaftsministerium teil. Im Mittelpunkt des Workshops stand die Frage, wie die Zusammenarbeit zwischen Naturparken und Tourismus künftig weiter vertieft werden kann. In der Diskussion zeigten sich deutliche Synergien und der Wunsch nach einer vertieften Kooperation war groß. Kernergebnis des Workshops ist eine gemeinsam erarbeitete Projektidee zur Entwicklung einer Marke der sechs Naturparke, um deren (touristische) Sichtbarkeit zu erhöhen. Dahinter gilt es, ein gemeinsames Wertesystem der Naturparke und ein tourismusrelevantes Leistungsversprechen zu entwickeln. Das weitere Vorgehen zur Umsetzung dieser Projektidee wurde am 11. November 2025 in einem Folgetreffen der Naturparke diskutiert und soll im Jahr 2026 in die Umsetzung gehen.

Parallel dazu begann das Umsetzungsmanagement im letzten Quartal 2025 mit den inhaltlichen und organisatorischen Vorbereitungen für die nächste Konferenz zur Tourismusstrategie im Jahr 2026. Die Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 ist als jährliches Format konzipiert, das über den Umsetzungsstand informiert, Touristikerinnen und Touristiker zusammenbringt und Impulse für die weitere Umsetzung gibt. Die zweite Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein findet am 18. März 2026 erneut im Holstenhallen Congress Center (HCC) statt. Neben einer Halbzeitbilanz zur Umsetzung der Tourismusstrategie steht dabei insbesondere das Querschnittsthema Digitalisierung im Fokus.

Darüber hinaus war das Umsetzungsmanagement mit einem Stand auf dem Tourismustag Schleswig-Holstein 2025 im November in Kiel vertreten. Dort informierte es über den aktuellen Stand der Strategieumsetzung, Möglichkeiten der Zusammenarbeit, die geplante Konferenz 2026 und den landesweiten Branchenkalender (siehe Kapitel 3.4).

3.4 Wissensmanagement

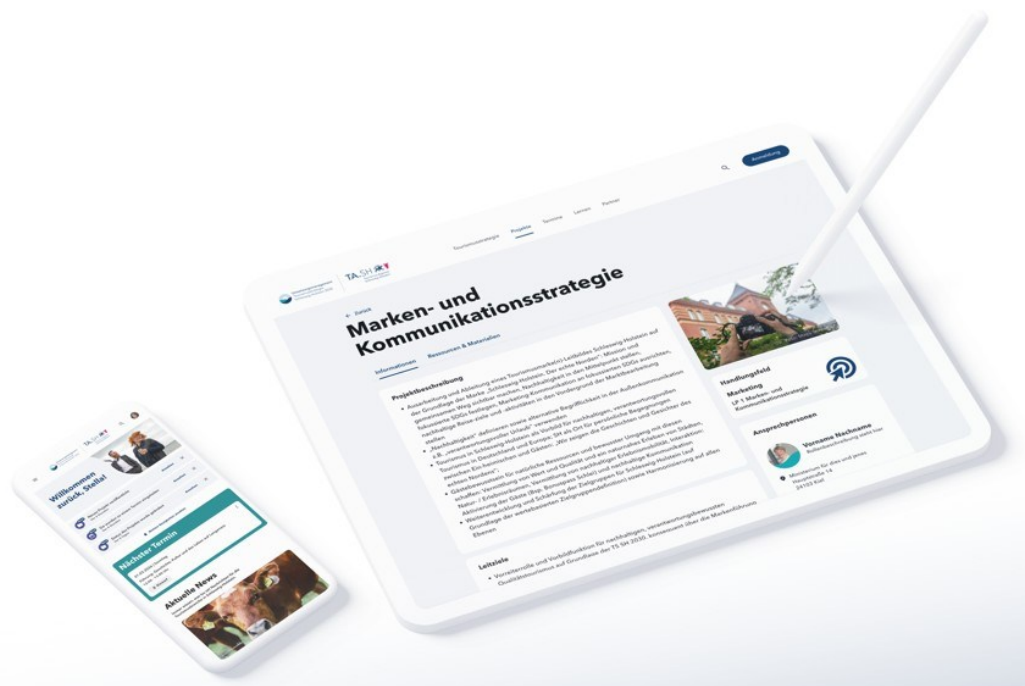
Eine zentrale Aufgabe des Umsetzungsmanagements ist der Aufbau einer digitalen *Wissensplattform* (*Querschnittsthema Digitalisierung, Leitprojekt 1*). Ziel ist es, auf der Wissensplattform Wissen und Informationen rund um die Tourismusstrategie zu bündeln und die Zusammenarbeit innerhalb der Tourismusbranche zu fördern.

2025 wurde das Konzept der Wissensplattform für den Tourismus in Schleswig-Holstein finalisiert, ausgeschrieben und vergeben. Das Konzept und ein klickbarer Prototyp konnten

auf der 1. Konferenz zur Tourismusstrategie vorgestellt werden. Finanziert wird die Umsetzung durch das Digitalisierungsprogramm 4.0 des Landes Schleswig-Holstein. Den Zuschlag erhielt das Kieler Unternehmen UXMA mit Start im Januar 2026.

Parallel zur Ausschreibung begannen die inhaltlichen und technischen Vorarbeiten für die Wissensplattform seitens des Umsetzungsmanagements. Mit dem Branchenkalender für den Tourismus in Schleswig-Holstein wurde bereits ein erster zentraler Baustein umgesetzt, der perspektivisch in die Wissensplattform integriert wird. Der Branchenkalender bündelt landesweit B2B-Veranstaltungen und Events der Tourismusbranche und trägt damit zur Transparenz, Wissensvermittlung und besseren Vernetzung der Aktivitäten im Land bei. Über drei installierte Schnittstellen fließen relevante Termine der IHKs Lübeck, Flensburg und Kiel automatisiert ein. Ergänzend ermöglicht der PartnerClient das eigenständige Einpflegen weiterer Veranstaltungen. In der Übergangsphase bis zum Launch der Wissensplattform ist der Branchenkalender unter www.um-sh.de/branchenkalender abrufbar.

Abbildung: Klick-Dummy der Wissensplattform



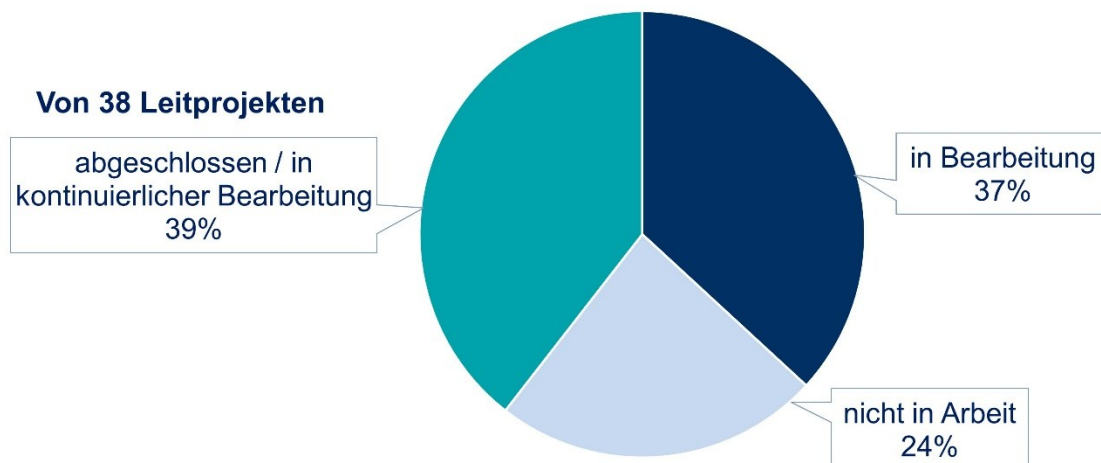
Bis zum Ende des Jahres 2025 stellte das Umsetzungsmanagement den Branchenkalender in verschiedenen Gremien und bei Veranstaltungen vor und rief Touristikerinnen und Touristiker zur aktiven Nutzung und Beteiligung auf.

4 Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Die Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 gewann im Jahr 2025 weiter an Dynamik. Bestehende Leitprojekte wurden konsequent weitergeführt, neue Umsetzungsimpulse gesetzt und erste abgeschlossene Projekte systematisch in Folgeaktivitäten überführt.

Von den insgesamt 38 Leitprojekten der Tourismusstrategie befanden sich zum Jahresende 2025 rund zwei Drittel in Bearbeitung oder waren bereits abgeschlossen. Insgesamt wurden 15 Projekte vollständig umgesetzt (9 Leitprojekte) oder befinden sich in dauerhafter Umsetzung (4 Leitprojekte), was einem Prozentsatz von 39% entspricht. Sechs der bereits abgeschlossenen Leitprojekte wurden 2025 durch Folgeaktivitäten gestärkt. Weitere 14 Leitprojekte und damit 37% befinden sich aktuell in Bearbeitung. Die übrigen 24% der Projekte teilen sich auf in sechs Leitprojekte, in denen die Arbeit bisher nicht aufgenommen wurde, sowie in drei Leitprojekte, die als gescheitert gelten oder (nach aktuellem Stand) nicht mehr umgesetzt werden sollen.

Abbildung: Umsetzungsstand der Leitprojekte der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030, Stand Dezember 2025



In allen zehn Handlungsfeldern konnten 2025 nennenswerte Fortschritte erzielt werden. Im Folgenden wird ein zusammenfassender Überblick gegeben. Details zu allen erfolgten Aktivitäten können den Projektsteckbriefen der Leitprojekte online entnommen werden.

4.1 Handlungsfeld 1: Marketing

Im Handlungsfeld Marketing standen unter Federführung der TA.SH die weitere Schärfung der touristischen Positionierung Schleswig-Holsteins sowie der Ausbau datenbasierter Grundlagen im Mittelpunkt. Im Rahmen des *Leitprojekts Marken- und Kommunikationsstrategie (Leitprojekt 1)* wurde die wertebasierte Zielgruppendefinition durch das BeST-Zielgruppen-Booklet finalisiert. In Workshops wurde mit touristischen Partnerinnen und Partnern auf regionale Besonderheiten geschaut und passende Angebotsideen entwickelt, um die landesweiten Zielgruppen in die konkrete Anwendung zu überführen. Damit wurde eine Grundlage für ein einheitlicheres, nachhaltigkeitsorientiertes Marketingverständnis auf allen Ebenen geschaffen.

Parallel dazu fand im Rahmen des *Leitprojekts Datenmanagement (Leitprojekt 2)* die Auswertung der ersten landesweiten digitalen Gästebefragung statt. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Touristischen Landesdatenbank Schleswig-Holstein (TLDB-SH) durch die TA.SH (u.a. neue Schnittstellen, neues Reporting-Modul und die Entwicklung eines Widgets zur einfachen Nutzung der Open-Data-Datensätze durch touristische Partner) nahm die datenbasierte Tourismusarbeit im Land an Fahrt auf. So arbeiten 15 neue Vollmandanten direkt in der TLDB-SH, die Ausspielung von Stämmen und Veranstaltungen im Ausspielungskanal @Open Data steigerte sich 2025 um 38% bzw. 43% und Ende 2025 sind über 100 Widgets live im Einsatz.

4.2 Handlungsfeld 2: Qualität und Wettbewerbsfähigkeit

Im Handlungsfeld Qualität und Wettbewerbsfähigkeit lag 2025 ein Schwerpunkt auf der Weiterentwicklung eines gemeinsamen Qualitätsverständnisses für den Schleswig-Holstein-Tourismus. Das *Leitprojekt Gemeinsames Qualitätsverständnis (Leitprojekt 1)* wurde durch vorbereitende Analysen, Fachgespräche und die inhaltliche Vertiefung im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers vorangetrieben und bildet eine Grundlage für eine künftig systematischere Qualitätsarbeit.

Ergänzend dazu wurde das *Leitprojekt Barrierefreier Tourismus (Leitprojekt 3)* vom MWVATT strategisch aufgestellt, um barrierefreie Angebote weiterzuentwickeln, wirtschaftlich einzuordnen und sichtbar zu machen. Die Ausschreibung für eine Studie zur ökonomischen Bedeutung von barrierefreien Angeboten in Schleswig-Holstein ist erfolgt. Mit dem Erwerb der Masterlizenz im bundesweiten Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ erhält die Zertifizierung barrierefreier Angebote für das Jahr 2026 einen kräftigen Schub.

4.3 Handlungsfeld 3: Infrastruktur

Im Handlungsfeld Infrastruktur standen 2025 unter Federführung des MWVATT insbesondere die Qualitätsentwicklung und Weiterentwicklung des radtouristischen Angebots im Fokus. Im Rahmen des *Leitprojekts Qualitätsradwege (Leitprojekt 1)* wurden zahlreiche infrastrukturelle Einzelmaßnahmen umgesetzt, die die Nutzungsqualität und die touristische

Attraktivität des Radnetzes weiter verbessern. Unter anderem wird damit der Ochsenweg für die Zertifizierung als erste ADFC-Qualitätsradroute in Schleswig-Holstein vorbereitet. Zudem begann der Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH) mit der Vorsondierung zum *Leitprojekt Attraktive Ortsbilder (Leitprojekt 3)*.

4.4 Handlungsfeld 4: Mobilität

Auch im Handlungsfeld Mobilität spielte das Thema Radtourismus mit der weiteren Umsetzung von Maßnahmen aus der *Radstrategie (Leitprojekt 2)* durch das MWVATT eine wichtige Rolle. Auf Basis der landesweiten Zustandserfassung der Radfernwege wurden erste Themenrouten für das touristische Radnetz Schleswig-Holstein ausgewählt. Auf fachlicher Grundlage des bereits abgeschlossenen *Leitprojekts Besuchendenlenkung (Leitprojekt 5)* startete das MWVATT mit dem Deutschen Institut für Tourismusforschung das Folgeprojekt [DPM „Data People Management: Digitales Besuchermanagement 2.0“](#). Ziel ist der Aufbau eines landesweit einsetzbaren Systems zur besseren Steuerung von Besucherströmen, das sowohl Überlastungssituationen reduziert als auch Akzeptanzfragen adressiert.

4.5 Handlungsfeld 5: Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung

Im Handlungsfeld Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung lag im Jahr 2025 der Schwerpunkt auf konzeptioneller Grundlagenarbeit und inhaltlicher Neujustierung. Die auf der Konferenz zur Tourismusstrategie ([siehe Kapitel 3.3](#)) erarbeiteten Ideen und Handlungsansätze für die Leitprojekte wurden in Brainstorming-Runden von MWVATT und Umsetzungsmanagement sowie teilweise weiteren Beteiligten vertieft. Im Ergebnis wurde einerseits deutlich, dass sich die strategischen Rahmenbedingungen auf bundesweiter, landesweiter und europäischer Ebene seit der Erstellung der Strategie erheblich weiterentwickelt haben (u.a. neue Zielsysteme, Programme und gesetzliche Grundlagen zur Klimaanpassung, zum Schutz der Biodiversität sowie zur ökologischen Transformation). Andererseits wurde festgestellt, dass die seinerzeit formulierten Handlungsbedarfe und die davon abgeleiteten Leitprojekte nicht mehr ganz zusammenpassen. Um dies zu berücksichtigen, wurde vom MWVATT 2025 eine entsprechende Ausschreibung zur Überarbeitung angestoßen, Ergebnisse werden für Oktober 2026 erwartet.

Im Rahmen des *Leitprojekts Natur- und Nationalparke (Leitprojekt 4)* legten die Beteiligten in einem Auftaktworkshop die Grundlagen für eine vertiefte Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Schutzgebieten (siehe Kapitel 3.3). Die im Workshop gemeinsam erarbeitete Projektidee, eine Marke für die sechs Naturparke zu entwickeln, um deren (touristische) Sichtbarkeit zu erhöhen, soll von den Naturparks im Jahr 2026 weiterverfolgt werden.

4.6 Handlungsfeld 6: Strukturen und Kooperationen

Im Handlungsfeld Strukturen und Kooperationen etablierte sich die Arbeit des *Umsetzungsmanagements (Leitprojekt 1)* als schlagkräftige Koordinierungsstelle. In einem vom MWVATT organisierten Vertiefungsworkshop wurde das bereits erarbeitete Verständnis darüber geschärft, wer im Schleswig-Holstein-Tourismus welche Aufgaben übernimmt und wo Zuständigkeiten bewusst nicht liegen (*Leitprojekt 2 Aufgabenprofile*). Ziel war es, die geklärten Rollen der Landes-, regionalen und lokalen Ebene in die praktische Zusammenarbeit zu überführen.

Darauf aufbauend greift das MWVATT im *LTO-Leitfaden (Leitprojekt 3)* notwendige Anpassungen auf lokaler Ebene auf, insbesondere mit der Überarbeitung der Anerkennungskriterien und des bisherigen Stufenmodells für Lokale Tourismusorganisationen (LTO). Die Finalisierung ist in der ersten Jahreshälfte 2026 vorgesehen. Das *landesweiten Kennzahlensystem (Leitprojekt 4)*, ergänzte das MWVATT im Jahr 2025 mit Zielwerten, so dass nun eine klare Orientierung für die Umsetzung der Strategie besteht.

4.7 Handlungsfeld 7: Binnenlandtourismus

Im Handlungsfeld Binnenlandtourismus hat das MWVATT 2025 die strukturellen Voraussetzungen für die Umsetzungsphase zur Tourismusförderung im Binnenland finalisiert. Als Fortführung der Aktivitäten im *Leitprojekt Strukturoptimierung im Binnenland (Leitprojekt 2)* konnten die Förderrichtlinie verabschiedet, erste Förderaufrufe für investive und nicht-investive Projekte gestartet, die ARGE Binnenland gegründet und ein eigenes Umsetzungsmanagement aufgebaut werden. Damit ist der Übergang von der strategischen Vorbereitung zur konkreten Projektumsetzung vollzogen.

4.8 Handlungsfeld 8: Mitarbeitendengewinnung und -bindung

Die Aktivitäten im Handlungsfeld Mitarbeitendengewinnung und -bindung wurde seitens IHK und DEHOGA im Jahr 2025 fortgeführt. Aufbauend auf konzeptionellen Vorarbeiten im Jahr 2024 im *Leitprojekt Monitoring Mitarbeitendenzufriedenheit (Leitprojekt 1)* wurde erstmals eine landesweite Basismessung der Mitarbeitendenzufriedenheit in touristischen Betrieben durchgeführt. Trotz der Herausforderungen der Branche zeigt die Studie eine hohe Loyalität und Zufriedenheit. Rund 74% der Befragten gaben an, mit ihrer Arbeit (sehr) zufrieden zu sein. Die Befragung soll künftig eine systematische Beobachtung der Arbeitsbedingungen im Tourismus ermöglichen.

Die kontinuierliche Einbindung des Tourismus in die Fachkräfteinitiative Schleswig-Holstein im Rahmen des *Leitprojekts Mitarbeitendensicherung (Leitprojekt 2)* setzte sich mit neuen Weiterbildungsformaten der IHK fort. Im Rahmen des *Leitprojekts Neue Modelle im Wohnraummanagement (Leitprojekt 3)* wurden am Pilotstandort Grömitz vom TVSH die Vorbereitungen für ein Genossenschaftsmodell weiter begleitet.

4.9 Handlungsfeld 9: Tourismusbewusstsein und -akzeptanz

Im Handlungsfeld Tourismusbewusstsein und -akzeptanz stand im Jahr 2025 die Überführung vorhandener Erkenntnisse in die praktische Anwendung im Mittelpunkt. Im Rahmen des *Leitprojekts Monitoring Tourismusbewusstsein und -akzeptanz (Leitprojekt 1)* fand 2025 die Folgemessung für die Landes- und die TMO-Ebene statt. Sie liefert belastbare Daten für politische und touristische Entscheidungen.

Aufbauend auf dem abgeschlossenen *Leitprojekt Leitfaden Management von Tourismusbewusstsein (Leitprojekt 3)* hat das Deutsche Institut für Tourismusforschung (FH Westküste) im Auftrag des MWATT im Winter 2025/2026 Beteiligungsworkshops mit Einwohnerinnen und Einwohnern in fünf Orten durchgeführt: Eutin, Glückstadt, Husum, Lütjenburg und Ratzeburg. In diesen Ideenwerkstätten standen die Perspektiven und Erfahrungen der Menschen vor Ort im Mittelpunkt. Ziel war es, konkrete Impulse für eine ausgewogene, akzeptanzorientierte Tourismusentwicklung zu gewinnen. Die Ergebnisse der Workshops werden als digitaler Leitfaden mit Prototypen und Maßnahmenvorschlägen als Lösungsideen in der ersten Jahreshälfte 2026 vorliegen.

4.10 Handlungsfeld 10: Förderung und Finanzierung

Im Handlungsfeld Förderung und Finanzierung veröffentlichte das MWATT im Jahr 2025 die Richtlinien zur Stärkung des Binnenlandtourismus und einzelbetrieblicher Investitionen in Unternehmen (*Leitprojekt 1 Fördersystematik*). Mit der Binnenland-Richtlinie werden touristische Vorhaben zur Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten abseits der touristischen Schwerpunkträume an Nord- und Ostseeküste fokussiert. Ergänzend ermöglicht die neu aufgestellte einzelbetriebliche Förderung Investitionen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in die Errichtung, Erweiterung und Modernisierung touristischer Betriebe, mit neuem Schwerpunkt auf Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Das Leitprojekt *Leitfaden Tourismusfinanzierung (Leitprojekt 3)* befand sich mit einer Arbeitsgruppe zur Begleitung der KAG-Änderung unter Federführung des TVSH weiterhin in Bearbeitung und ist eng mit landes- und bundesrechtlichen Entwicklungen verknüpft.

4.11 Querschnittsthema Digitalisierung

Das Querschnittsthema Digitalisierung wurde 2025 maßgeblich durch das *Leitprojekt Wissensplattform Tourismus (Leitprojekt 1)* geprägt. Nach Abschluss der Konzeptionsphase und Sicherung der Finanzierung wurde im Dezember die Umsetzung beauftragt (siehe Kapitel 3.4). Mit Angeboten wie dem landesweiten Branchenkalender für den Tourismus in Schleswig-Holstein und dem PartnerClient setzte das Umsetzungsmanagement bereits erste digitale Bausteine um, die künftig in die Wissensplattform integriert werden und den Austausch sowie die Transparenz im touristischen Netzwerk stärken.

5 Fazit und Ausblick zur Umsetzung

Im Jahr 2025 ist ein klarer Entwicklungsschritt im Umsetzungsprozess erkennbar. Während die ersten Jahre maßgeblich durch Aufbauarbeit, Strukturklärung und die Erarbeitung konzeptioneller Grundlagen geprägt waren, stand das Jahr 2025 zunehmend im Zeichen der Fortschreibung, Operationalisierung und inhaltlichen Vertiefung bestehender Leitprojekte. Der Schwerpunkt verlagerte sich von der Konzeption hin zur Anwendung und Implementierung zentrale Steuerungs- und Arbeitsgrundlagen, zum Beispiel mit der Etablierung des Umsetzungsmanagements, der Ergänzung des Kennzahlensystems um Zielwerte oder Praxis-Workshops für die Ansprache der BeST-Zielgruppen sowie zur Tourismusakzeptanz in Pilotregionen. Damit wurde ein wichtiger Reifegrad in der Strategieumsetzung erreicht.

Dies wird unter anderem durch Folgeaktivitäten bereits abgeschlossener Leitprojekte deutlich, die gezielt weiterentwickelt und durch Anschlussprojekte, Förderaufrufe oder Transferprozesse gefestigt wurden. Erarbeitete Studien, Leitfäden und Konzepte wurden erstmals in operative Formate, Pilotanwendungen und Transferprozesse überführt.

Für die kommende Umsetzungsphase rückt damit eine neue Kernaufgabe in den Vordergrund: Es gilt die erreichten Ergebnisse in die Breite zutragen, damit sie vom Land über die Regionen bis in die Orte hineinwirken können. Entscheidend wird sein, die entwickelten Konzepte, Leitfäden und Instrumente nicht nur auf strategischer Ebene weiterzuentwickeln, sondern sie konsequent in das praktische Handeln aller Akteurinnen und Akteure zu integrieren. Die Frage, wie der Transfer von der Landesebene über die regionalen Strukturen bis zur lokalen Umsetzung gelingt und wie möglichst viele Beteiligte aktiv mitziehen, bildet somit einen zentralen Ausgangspunkt für die erfolgreiche Fortführung der Umsetzung der Tourismusstrategie.

Dazu zählt auch begonnene Leitprojekte konsequent weiterzuführen, ihre Ergebnisse sichtbar zu machen sie stärker miteinander zu verzahnen. Ende 2025 sind nicht nur 14 Leitprojekte in unterschiedlichen Stadien in der Umsetzung. Vier weitere sind bis 2030 in dauerhafter Bearbeitung. Darüber hinaus sind für sechs der bereits abgeschlossenen Leitprojekte Folgeaktivitäten in Arbeit. Hier gilt es, nächste Schritte einzuleiten, zu festigen und bereits Begonnenes voranzutreiben, aber auch Prioritäten zu setzen.

Inhaltlich zeichnen sich für das Jahr 2026 folgende Schwerpunkte ab: Ein gemeinsames Verständnis von Qualität ist zentral, um Orientierung zu geben (*Handlungsfeld 2, Leitprojekt 1*). Ebenso wird die konsequente Weiterentwicklung barrierefreier Angebote einen Schwerpunkt bilden, da sie angesichts des demografischen Wandels sowohl eine Frage gesellschaftlicher Verantwortung als auch ein klarer wirtschaftlicher Erfolgsfaktor ist (*Handlungsfeld 2, Leitprojekt 3*). Die Überarbeitung des *Handlungsfelds 5 Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung* zielt darauf ab, kurz- und mittelfristig umsetzbare Vorhaben in diesem Bereich zu erarbeiten. Ergänzend dazu bleibt die Frage einer tragfähigen Finanzierung des Tourismus auf kommunaler Ebene im Fokus, da nur finanziell

handlungsfähige Kommunen langfristig in Qualität, Infrastruktur und Akzeptanz investieren können (*Handlungsfeld 10, Leitprojekt 3*).

Über allem steht weiterhin die Leitmaxime eines nachhaltigen Tourismus als Grundlage für die zukunftsfähige Entwicklung dieses zentralen Wirtschaftsbereichs Schleswig-Holsteins. Ebenso ist das Querschnittsthema Digitalisierung ein entscheidender Hebel: Es schafft die Voraussetzungen für Qualität, Wettbewerbsfähigkeit und wirksame Steuerung und ist damit unverzichtbar für die Strategieumsetzung. Um die Strategie weiter in die Breite zu tragen, ist ein systematischer Wissenstransfer von der Landesebene bis in die Kommunen unabdingbar. Eine wichtige Schnittstelle wird hierbei die *Wissensplattform für den Tourismus in Schleswig-Holstein* (*Querschnittsthema Digitalisierung, Leitprojekt 1*) sein.

Vor diesem Hintergrund wird das Umsetzungsmanagement auch künftig eine zentrale Rolle als koordinierende, moderierende und aktivierende Instanz einnehmen. Ziel bleibt es, die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 nicht als statisches Konzept, sondern als lernenden Prozess weiterzuentwickeln und gemeinsam mit allen Beteiligten die Vision eines nachhaltigen, verantwortungsbewussten Qualitätstourismus im Land Schritt für Schritt Realität werden zu lassen.

Kontakt und Impressum

Team Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030



Britta Franke
Leitung UM
+49 431 60058-80
franke@um-sh.de



Nele Drews
Veranstaltungsmanagement
+49 431 60058-81
drews@um-sh.de



Lars Larsen
Wissensmanagement
+49 431 60058-82
larsen@um-sh.de

info@um-sh.de
www.um-sh.de

Impressum / Copyright

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH

Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Wall 55, 24103 Kiel, T +49 431 60058-60

Stand: Februar 2026

Fotos: Jan Konitzki, TA.SH