

## PRESSE-INFORMATION

02.04.2025

**Sperrfrist: 02.04.2025, 13:30 Uhr**

### **Auf Kurs 2030: Wo steht die Umsetzung der Tourismusstrategie?**

## **Rund 160 Teilnehmende informieren sich auf 1. Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030**

**Kiel/Neumünster.** Vor knapp drei Jahren wurde die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 verabschiedet. Vieles ist seitdem auf den Weg gebracht worden. Ein dreiköpfiges Team Umsetzungsmanagement wurde bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein installiert, ein landesweites Kennzahlenset beschlossen und Projektsteckbriefe erstellt. Den 10 verschiedenen Handlungsfeldern sind Leitprojekte zugeordnet. Von diesen 38 Leitprojekten wurden bisher 15 Projekte vollständig umgesetzt oder sind dauerhaft in der Umsetzung, was einem Prozentsatz von 39 % entspricht. Darüber hinaus ist eine gemeinsame Wissensplattform im Aufbau, die als B2B-Angebot alle relevanten Informationen für die touristische Branche an einem Ort vereinen wird.

Der Einladung zur ersten Konferenz des Umsetzungsmanagements folgten rund 160 Vertreterinnen und Vertreter aus Tourismus, Politik, Verwaltung und tourismusnahen Branchen am 2. April nach Neumünster in das Holstenhallen Congress Center.

### **Julia Carstens, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus:**

- „Der Tourismus ist mit einem jährlichen Bruttoumsatz von rund 10,4 Milliarden Euro einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren des Landes. Damit dies so bleibt, wurde die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 aufgestellt. Sie ist eine wichtige strategische Säule und Orientierungshilfe für unser Handeln der nächsten Jahre.“
- „Trotz guter statistischer Zahlen steht der Tourismus vor zahlreichen Herausforderungen. Wir haben uns mit 10 Handlungsfeldern mit 38 Leitprojekten viel vorgenommen, um den Weg zu einem nachhaltigen Qualitätstourismus zu gehen. Vieles wurde seit Verabschiedung der Strategie bereits angestoßen und auch umgesetzt. Diesen Weg gilt es weiterzugehen und

ich freue mich sehr, wenn sich viele aus der Branche einbringen. So stellen wir sicher, dass Schleswig-Holstein eine wettbewerbsfähige, attraktive und zukunftsfähige Tourismusbranche hat.“

### **Zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030: 39 % bereits umgesetzt bzw. in dauerhafter Umsetzung**

Die Strategie formuliert für den Tourismus in Schleswig-Holstein die Vision „Vorreiter und Vorbild für nachhaltigen, verantwortungsbewussten Qualitätstourismus“ zu werden. Als Kernziele werden qualitatives Wachstum, eine nachhaltige Entwicklung sowie Tourismusakzeptanz und Zufriedenheit der Mitarbeitenden im Tourismus definiert.

Von den 38 Leitprojekten wurden bisher 15 Projekte vollständig umgesetzt oder sind dauerhaft in der Umsetzung, was einem Prozentsatz von 39 % entspricht. Weitere 11 Leitprojekte und damit 29 % befinden sich aktuell in Bearbeitung. In 12 Leitprojekten (32 %) steht der Start, der auf mehrere Jahre ausgelegten Umsetzung, noch bevor.

### **Details zu ausgewählten Handlungsfeldern**

**Priorisierung:** Nach der Verabschiedung der neuen Strategie hatte der Steuerungskreis\* Tourismusstrategie die grundlegenden Handlungsfelder „Marketing“ sowie „Strukturen und Kooperationen“ und auf Wunsch der Branche „Mitarbeitendengewinnung und -bindung“ sowie „Tourismusbewusstsein und -akzeptanz“ priorisiert.

\*Der Steuerungskreis Tourismusstrategie besteht aus Vertreterinnen und Vertretern des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein (TVSH), der IHK Schleswig-Holstein, des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) sowie des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein.

Zunächst wurden insbesondere im **Handlungsfeld 6 „Strukturen und Kooperationen“** die Grundlagen gelegt. Hierzu gehört die Einrichtung des Umsetzungsmanagements ab dem 1. Juli 2024, ein wichtiger Meilenstein für die Kommunikation und Koordinierung der Umsetzung der Strategie. Jährlich stellt das Land dazu 430.000 Euro für Personal- und Sachkosten bereit. Weiterhin fällt in dieses Handlungsfeld die Erarbeitung eines landesweiten Kennzahlensets, das im Rahmen der Konferenz vorgestellt wird. Acht konkrete Kennzahlen sollen die drei in der Strategie festgelegten Zielbereiche „Nachhaltige Entwicklung“, „Qualitatives Wachstum“ und „Zufriedenheit und Akzeptanz“ messbar machen. Dazu zählt u.a. die Steigerung der Anzahl von Betrieben, Institutionen und Destinationen mit

Nachhaltigkeitskennzeichnung oder der Wertschöpfung durch den Tourismus. Aber auch den Vergleich zu anderen Bundesländern hat sich Schleswig-Holstein zum Ziel gesetzt und möchte sich dauerhaft unter den TOP-3 Bundesländern bei der Gästezufriedenheit etablieren. Weitere Kennzahlen sollen u.a. die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung und die Mitarbeitendenzufriedenheit dokumentieren.

**Handlungsfeld 1 „Marketing“:** Die Projekte dieses Themas liegen bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH). Auch hier ging es zunächst um Grundlagenarbeit. So wurden die Zielgruppen für das Marketing im Schleswig-Holstein-Tourismus überprüft und angepasst. Auf dem Weg zur digitalen Trend- und Marktforschung wurde die Gästebefragung (GBSH) 2024 erstmals digital durchgeführt, und auch die Weiterentwicklung der Touristischen Landesdatenbank Schleswig-Holstein zählt zu diesem Handlungsfeld.

**Das Handlungsfeld 8 „Mitarbeitengewinnung und -bindung“** liegt in der Federführung von DEHOGA und IHK. Die Fachkräfteinitiative FI.SH wird nun auch für den Tourismus genutzt, und es wurden Befragungen unter Auszubildenden im Gastgewerbe durchgeführt. Weiterhin können sich Betriebe über regelmäßig angebotene Webinare Praxiswissen wie beispielsweise zum Employer Branding oder zur Fachkräftegewinnung aneignen.

**Im Rahmen des Handlungsfeldes 9 „Tourismusbewusstsein und -akzeptanz“** wurden unter anderem regelmäßig relevante Monitoringdaten zum Thema erfasst und ein Leitfaden veröffentlicht, der Cluster zur Einteilung der Bevölkerung entsprechend ihrer Zustimmung zum Tourismus bildet und abgestimmte Maßnahmenvorschläge ableitet.

**Die Wissensplattform Tourismus** hat sich als zentrales Projekt für die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein insgesamt erwiesen und wurde daher aus dem Handlungsfeld 9 herausgelöst. Seit Mitte des Jahres 2024 wird sie vom Umsetzungsmanagement federführend vorangetrieben.

Als B2B-Plattform der schleswig-holsteinischen Tourismusbranche wird sie eine zentrale Anlaufstelle für die Touristikerinnen und Touristiker bilden. Sie bündelt und vermittelt für die touristischen Akteure im Land relevante Informationen und stellt beispielsweise Best Practice-Beispiele vor. So fördert sie die effektive Zusammenarbeit auf allen Ebenen. Das gemeinsam entwickelte Konzept für die Wissensplattform wird stufenweise in die Umsetzung gehen.

## **Auf Kurs 2030: 1. Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030**

Ziel dieser ersten Konferenz ist es, touristische Akteure über den Stand der Umsetzung der Strategie zu informieren, aber auch gemeinschaftlich an der weiteren Umsetzung zu arbeiten. Initiator der Veranstaltung ist das Umsetzungsmanagement. Die Konferenz bietet Vorträge und Diskussionsrunden. Die Teilnehmenden können sich anhand der Projektsteckbriefe über den Stand bzw. Fortschritt von 26 abgeschlossenen oder derzeit in Arbeit befindlichen Leitprojekten informieren. Am Nachmittag der ganztägigen Konferenz werden die Teilnehmenden am Handlungsfeld 5 „Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung“ mitwirken. Gemeinsam sollen Ideen für die Umsetzung von Projekten in diesem Themenfeld entwickelt werden.

### **Britta Franke ist Leiterin des Umsetzungsmanagements:**

- „Diese erstmals durchgeführte Konferenz ist ein Meilenstein im Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030. Eine unserer Aufgaben ist es, transparent über den aktuellen Stand in den Projekten zu informieren. Dass sich mehr als 160 Kolleginnen und Kollegen angemeldet haben, zeigt uns das große Bedürfnis nach Informationen und dem wollen wir gern nachkommen. Mit der Konferenz möchten wir darüber hinaus Impulse setzen, und alle motivieren, Ideen zu entwickeln und Projekte umzusetzen.“
- „Den Kurs 2030 halten wir, wenn wir alle gemeinsam - Hotel- und Freizeitbetriebe, Kommunen und Tourismusorganisationen - an einem Strang ziehen. Wir können seitens des Umsetzungsmanagements Akteure verknüpfen, Wissen bereitstellen und bei einer erfolgreichen Umsetzung unterstützen.“

### **Sie haben noch Fragen?**

Umsetzungsmanagement Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH Britta Franke, Leitung Wall 55, 24103 Kiel Telefon 0431 60058-80 Mail: franke@um-sh.de	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Harald Haase, Pressesprecher Düsternbrooker Weg 94, 24105 Kiel Telefon 0431 988-4419, Mail: pressestelle@wimi.landsh.de	Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH Manuela Schütze, Pressesprecherin Wall 55, 24103 Kiel Telefon 0431 60058-70 Mail: presse@sht.de
---	---	---

## Anlage:

**Konferenzprogramm** (2. April 2025, Holstenhallen Congress Center Neumünster)

**Begrüßung, Zielsetzung der Konferenz & Agenda** (Moderator Christopher Scheffelmeier; Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH; Britta Franke, Leitung Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030)

**Impuls: Bedeutung der Tourismusstrategie für Wirtschaft & Politik des Landes Schleswig-Holsteins** (Julia Carstens, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Schleswig-Holstein)

**Aktueller Umsetzungsstand der Tourismusstrategie** (Britta Franke, Leitung Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030)

**Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie** (Dr. Sabrina Seeler, Fachhochschule Westküste)

**Wissensplattform für den Schleswig-Holstein-Tourismus** (Lars Larsen, Projektmanager im Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030; Meret Oppermann, UXMA GmbH & Co.KG; Sarah Göbels, UXMA GmbH & Co.KG)

**Talk zur Umsetzung der Tourismusstrategie vor Ort in Politik und Wirtschaft** (Julia Carstens, Staatssekretärin im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Schleswig-Holstein; Stefan Borgmann, Eckernförde Touristik & Marketing GmbH (LTO-Sprecher); Sebastian Rieke, Bürgermeister Gemeinde Grömitz; Alessia Mezzadonna, Leitung HR & Operations StrandGut Resort St. Peter Ording & Nordseekollektiv)

**Praxisbeispiele aus Schleswig-Holstein zum Umgang mit Klimafolgen und ökologischer Nachhaltigkeit** (Robert Kowitz, Tourismus Marketing Service Büsum GmbH; Günter Schmidt, Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH; Imke Gessinger, Ostseefjord Schlei GmbH; Werner Kiwitt, artefact Zentrum für nachhaltige Entwicklung)

**Gruppenarbeit zum HF 5: Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung** (Moderiert durch Corsus corporate sustainability GmbH)

Leitprojekt 1 „Leitfaden Klimalotsen“ / Leitprojekt 2 „Krisenreaktionskompetenz“ / Leitprojekt 3 „Innovationsnetzwerk“ / Leitprojekt 4 „Natur- und Nationalparke“

**Präsentation der Ergebnisse der Kleingruppen** (CORSUS corporate sustainability GmbH)

**Abschluss und weiteres Vorgehen** (Britta Franke, Leitung Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030)