

18.03.2026

## **Auf dem Weg zum nachhaltigen Qualitätstourismus**

### **Halbzeitbilanz: So steht es um die Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030**

**Kiel.** Vier Jahre nach dem Start zieht der echte Norden eine Zwischenbilanz zur Umsetzung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030. Aus erster Hand erfahren die rund 200 angemeldeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer der zweiten Konferenz zur Tourismusstrategie, welche Themen und Projekte aus den zehn Handlungsfeldern in Arbeit oder bereits umgesetzt sind.

#### **Das Fazit zur Halbzeit ist erfreulich: Die Strategie wandelt sich zusehends von der konzeptionellen Grundlagenarbeit hin zur praktischen Umsetzung.**

In allen zehn Handlungsfeldern wurden Fortschritte erzielt. Rund zwei Drittel der insgesamt 38 Leitprojekte sind bereits umgesetzt oder befinden sich in der Umsetzung. 39 Prozent der Projekte sind abgeschlossen oder dauerhaft etabliert, weitere 37 Prozent werden aktuell bearbeitet. Die notwendigen Mittel, insbesondere für Grundlagenarbeit, wurden bereitgestellt: seit Beginn der Tourismusstrategie hat das Land Schleswig-Holstein 2,9 Millionen Euro in Projekte, Studien und weitere Maßnahmen investiert, um die Umsetzung voranzubringen.

**Julia Carstens, Staatssekretärin** im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein ist am Vormittag auf der Konferenz anwesend und gibt selbst einen Impulsvortrag.

„Schleswig-Holstein hat in den ersten Jahren der Umsetzung der Tourismusstrategie gute Fortschritte gemacht. Die kommenden Jahre sollten sich darauf konzentrieren, die vorhandenen Stärken auszubauen, neue innovative Konzepte zu entwickeln und vor allem Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Vernetzung im Tourismus zu sichern“, so die Staatssekretärin.

#### **Kennzahlen zeigen positive Entwicklung**

Ein zentrales Instrument der Tourismusstrategie ist ein landesweites Kennzahlensystem, das sich aus neun Kennzahlen zusammensetzt. Für die Kennzahlen wurden Zielwerte bzw. Zielrichtungen bis 2030 definiert. Die aktuellen Zwischenergebnisse, die jetzt vom Deutschen Institut für Tourismusforschung an der Fachhochschule Westküste zusammengestellt wurden, zeigen, dass die Zielerreichung der Kennzahlen im Plan ist.

Ein Leitprojekt ist beispielsweise die landesweite Messung der Mitarbeitenden-zufriedenheit im Tourismus. Auf Landesebene hat es dies bisher nicht gegeben.

**Manon Krüger** vom Deutschen Institut für Tourismusforschung an der Fachhochschule Westküste erklärt: „Weitere wichtige Datenerhebungen sind ebenfalls erfolgt, jetzt müssen wir sie im Detail auswerten. Dies betrifft zum Beispiel zentrale Bereiche wie Gästezufriedenheit und Tourismusakzeptanz unter den Einheimischen. Hier zeigen sich jetzt schon solide Werte.“

### **NEU: Touhuus.sh vernetzt Tourismusbranche in Schleswig-Holstein**

Mit der Wissensplattform touhuus gibt es erstmals eine zentrale Online-Anlaufstelle für die schleswig-holsteinische Tourismusbranche. Als neue B2B-Plattform bündelt sie Brancheninformationen aller Art. Mit einem offenen und einem geschlossenen Teil wird sie zielgerichtet Informationen von der Branche in die Branche transportieren, Benchmarks vereinfachen, Studien, Tools und Hilfestellungen leichter auffindbar machen und den Wissensaustausch untereinander fördern.

*Siehe eigene Presseinformation zu touhuus.sh.*

### **Von der Strategie zur Praxis: zwei Beispiele**

Damit die Strategie langfristig wirkt, müssen auf Landesebene Rahmenbedingungen geschaffen werden. Diese setzen Impulse für regionale Projekte, die neue Angebote und Attraktionen hervorbringen, räumliche und saisonale Verteilung von Gästen sowie Qualität und Nachhaltigkeit im Tourismus verbessern.

### **Beispiel Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein**

Diese Datenbank vereinfacht die Arbeit der Tourismusakteure, generiert zusätzliche Reichweite und Sichtbarkeit ihrer Themen und stellt einen Mehrwert für Gäste dar, die schnell und digital an verlässliche Informationen kommen.

Das Tool wurde auf Landesebene von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) erstellt und wird von ihr für die touristischen Partner dauerhaft betrieben.

**Widgets**, seit 2025 im Einsatz, ermöglichen es touristischen Partnern kostenlos alle eingespielten Daten - wie Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten, Naturerlebnisse, Kulturhighlights etc. - über Websites und Apps auszuspielen und so digital zu verbreiten.

### **Beispiel Stärkung des Binnenlandes**

Das Binnenland in Schleswig-Holstein deckt rund 80 % der gesamten Landesfläche ab. Ein Ziel der Tourismusstrategie ist es, den Binnenlandtourismus zu stärken. Seitens des

Landes stehen bis 2030 für dieses Handlungsfeld für investive und nicht-investive Projekte rund 13 Mio. Euro Fördermittel zur Verfügung.

Zur Grundlagenarbeit gehörte hier beispielsweise die Erstellung einer **Strategie für das Binnenland** ( <https://arge-binnenlandtourismus-sh.de/strategie-binnenlandtourismus/> ), und ebenso die Einrichtung der **ARGE Binnenland**. Diese Arbeitsgemeinschaft entscheidet beispielsweise über zu fördernde Projekte. Zwei Projekte sind bereits bewilligt worden: „Neumünster digital erleben - in Raum und Zeit“ und „Vivaplan - Entwicklungs- und Konzeptphase für den Naturerlebnisort Vivaneum“.

**Britta Franke**, Leiterin des Umsetzungsmanagements der Tourismusstrategie 2030, appelliert: „In fast allen Handlungsfeldern wurden wichtige Grundlagen geschaffen, mit denen jetzt schon gearbeitet werden kann. So wird die Tourismusstrategie Schritt für Schritt mit Leben gefüllt. Nun geht es darum, diese Ergebnisse in die Praxis zu bringen und die Umsetzung weiter in die Breite zu tragen - von der Landesebene über die Regionen bis in die Kommunen.“

## Herausforderungen für die kommenden Jahre

Bis 2030 wird es nun verstärkt um die Umsetzung vor Ort gehen. Das bedeutet, dass Touristikerinnen und Touristiker mit den Rahmenbedingungen arbeiten. Das kann die Schaffung barrierearmer Angebote, die Umsetzung von Projekten mit Fördermitteln oder eigener Wissensaufbau über Webinare sein. Zugleich stehen Herausforderungen wie die ökologische Transformation des Tourismus, Fragen der Klimaanpassung oder auch der Fachkräftesicherung weiterhin auf der Agenda. Die Digitalisierung bleibt ein zentrales Querschnittsthema für die touristische Entwicklung im Land und findet sich in verschiedenen Leitprojekten wieder.



<https://www.sh-business.de/umsetzungsmanagement-sh>

<https://touhuus.sh/>