

GLÜCKS WACHSTUMS GEBIET



Alle Infos rund um das Glückswachstumsgebiet gibt es ab sofort auf der neuen landesweiten Kommunikationsplattform Nele.

Jetzt anmelden und mitmachen unter nele.sht.de!

Foto: Oliver Franke/Nordsee-Tourismus-Service GmbH
Titel: Oliver Franke/Heiligenhafener-Verkehrsbetriebe GmbH & Co. KG

Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein

Seit Juli 2015 ist die WTSH als zentrale Wirtschaftsförderungsgesellschaft Trägerin des Projektes „Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein“. Im Rahmen dieses Projektes ist das Clustermanagement Tourismus für die dauerhafte Umsetzungsbegleitung der Tourismusstrategie in Zusammenarbeit mit Land und Tourismusakteuren zuständig. Zu den Kernaufgaben zählen neben dem Monitoring und Controlling der Umsetzung vor allem die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der gastgewerblichen Betriebe und Unternehmen der Freizeitwirtschaft sowie die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Land.

Sie haben Fragen zur Strategie oder zum Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein?

Dann wenden Sie sich gerne an:



Wirtschaftsförderung und Technologietransfer
Schleswig-Holstein GmbH
Clustermanagement Tourismus
Lorentzendamm 24 · 24103 Kiel
Telefon 0431-66 66 6-880
tourismus@wtsh.de
www.tourismus.schleswig-holstein.de



Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025

Fakten, Ziele
und Ansprechpartner



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

Eine Strategie für den echten Norden

Eine Strategie für uns alle

30 - 30 - 3

Das sind die TOP 3-Ziele für den Tourismus in Schleswig-Holstein 2025



Wettbewerbsposition

30 Mio.

gewerbliche Übernachtungen



Wirtschaftsfaktor

30%

Zuwachs beim touristischen Bruttoumsatz



Image/Marke /Marketing

Top 3

Bundesland bei der Gästezufriedenheit von Deutschlandurlaubern

Die Erfolgsmessung ist ein neuer, zentraler Bestandteil der Tourismusstrategie SH 2025. Aussagekräftige Kennzahlen ermöglichen eine regelmäßige Überprüfung der Umsetzung. Fortschritte können somit erfasst und ggf. Anpassungen und Priorisierungen vorgenommen werden.

Neue Zielgruppen und Themen für den Schleswig-Holstein Tourismus

Stärker differenzierte Zielgruppen bei den inländischen Urlaubsgästen und eine Fokussierung auf Auslandsmarketing sowie Geschäftsreise- und Tagestourismus – das sind die Neuerungen der Tourismusstrategie 2025.

Urlaubsreisende aus dem Inland

Die neue Festlegung der Zielgruppen basiert auf drei Grundsätzen

- › Konzentration auf die chancenreichsten Zielgruppen
- › Fokussierung auf die potentialträchtigsten Themen
- › Definition von Zielgruppen-Themen-Kombinationen

Folgende Zielgruppen stehen jetzt im Fokus

- › **Natururlauber** – sie wollen die Ursprünglichkeit der Natur in Schleswig-Holstein erleben
- › **Familien mit Kindern** – gemeint sind vor allem die „Wasserratten“ und „Aktivfamilien“
- › **Entschleuniger** – sie wollen abschalten, sich verwöhnen lassen und etwas für die Gesundheit tun
- › **Neugierige** – sie wollen Land und Leute kennenlernen und verschiedene Aktivitäten ausprobieren
- › **Städtereisende und Kulturtouristen** – ihre Bedeutung ist noch gering, sie bergen aber Wachstumspotential

Im Themenmarketing stehen die Kernkompetenzen **Natur, Familien und Strand** sowie die Aktivitätsthemen **Rad fahren** und **Segeln** im Fokus. Entwicklungsthemen sind **Städtereisen** und **Gesundheitsurlaub**.

Auslandsmarketing

Der Incomingtourismus zählt in Deutschland und auch in Schleswig-Holstein zu den Segmenten mit den stärksten Wachstumspotentialen. Folgende Quellmärkte wurden für Schleswig-Holstein identifiziert

A-Märkte: Dänemark, Schweiz, Österreich

B-Märkte: Benelux, Schweden, Norwegen, Großbritannien, Frankreich und Japan

C-Märkte: Russland, China, Indien

Geschäftsreisetourismus und MICE (Meetings, Incentives, Congress & Events)

Dieses Segment birgt ebenfalls Wachstumspotential. Insbesondere sind MICE-Reisen bestens dazu geeignet, die Nachfrage in der Nebensaison zu steigern. Die TA.SH wird daher die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein (MAKS) dabei unterstützen, diesen Bereich als Entwicklungsmarkt voranzutreiben und zu bewerben.

Tagestourismus

Aufgrund der beträchtlichen wirtschaftlichen Bedeutung mit rund 109 Mio. Tagesreisen nach und in Schleswig-Holstein steht der Tagestourismus nun stärker im Fokus. Da sich die Tagesreisenden für die Planung ihrer Ausflüge i. d. R. direkt in den Orten und Regionen informieren, ist das aktive Tagesreise-Marketing Aufgabe der Orte und LTO, ggf. auch der TMO.

Sieben Handlungsfelder

Die Aufgabenfelder der neuen Strategie wurden von den Tourismusakteuren im Land selbst festgelegt:

- › Marketing und Dachmarke
- › Strukturen und Aufgabenteilung
- › Wettbewerbsfähigkeit KMU
- › Touristische Infrastruktur
- › Touristische Förderung/Finanzierung
- › Qualität
- › Nachhaltigkeit

An der Umsetzung der zahlreichen Aufgaben in den Handlungsfeldern sind neben dem Land, der TA.SH und dem Clustermanagement Tourismus viele weitere Institutionen und Akteure aus dem SH-Tourismus beteiligt.

Weitere Informationen zu den Details sowie die Kurz- und Langfassung der Tourismusstrategie finden Sie unter

www.tourismus.schleswig-holstein.de