

Homp, Catrin

Book Part

Allgemeine Trends im touristischen Angebot am Beispiel von Schleswig-Holstein

Provided in Cooperation with:

ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Homp, Catrin (2008) : Allgemeine Trends im touristischen Angebot am Beispiel von Schleswig-Holstein, In: von Rohr, Götz (Ed.): Nachhaltiger Tourismus an Nord- und Ostsee: Steuerungsnotwendigkeiten und -möglichkeiten der Landes- und Regionalplanung, ISBN 978-3-88838-340-3, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 28-40

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/59772>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Catrin Homp

Allgemeine Trends im touristischen Angebot am Beispiel von Schleswig-Holstein

- 1 Verbesserung der Erlebbarkeit des natürlichen Angebots
- 2 Gezielter nutzergruppenspezifischer Ausbau der Infrastruktur
 - 2.1 Ausgangssituation
 - 2.2 Leitbild 2015 für die Tourismusinfrastruktur als Rahmenkonzept
 - 2.3 Touristische Basisinfrastruktur – authentische Basis mit maritimer Prägung
 - 2.4 Landschaftsbild und Ortsbilder rücken zunehmend in den Mittelpunkt
 - 2.5 Verkehrsanbindungen weiter mit Optimierungsbedarf
- 3 Touristische Suprastruktur – visionäre Projekte in der Planung
 - 3.1 Allgemeine Entwicklung
 - 3.2 Hotellerie – herausragende Lagen für anspruchsvolle Projekte
 - 3.3 Qualitativ hochwertige Ferienhäuser auf dem Vormarsch
 - 3.4 Strukturverbesserungen zeichnen sich ab

Literatur

1 Verbesserung der Erlebbarkeit des natürlichen Angebots

Das natürliche Angebot, Natur, Landschaft, Wasser, Luft, ist für die Gäste Schleswig-Holsteins die Hauptattraktion für ihren Urlaub in Schleswig-Holstein. Laut Marktanalyse des Instituts für Bäderforschung in Nordeuropa (NIT 2001) besteht das Interesse an intakter Natur und Umwelt bei 86 % der Deutschlandreisenden und bei 91 % der Schleswig-Holstein-Urlauber. Nach dieser Analyse sind über 80 % der Schleswig-Holstein-Gäste als Natururlauber einzustufen. Um das natürliche Angebot als Wirtschafts- und Erholungsraum und damit auch als Basis des Tourismus zu erhalten und es den Gästen in Teilen erlebbar zu machen, wurden in der Vergangenheit zahlreiche Schutzgebiete geschaffen, die neben dem reinen Schutzzweck den Urlaubern in abgegrenzten Gebieten Erlebnismöglichkeiten eröffnen sollten. Dies geschah in der Erkenntnis, dass Tourismus nicht nur Störung und Risiko für die Natur bedeutet, sondern dass Tourismus auch die Ziele des Naturschutzes befördern kann, indem – neben ökonomischen Vorteilen für die Region – das Erleben weitgehend intakter Naturlandschaften auch ein Verständnis für deren Schutzbedürftigkeit weckt. Zu diesem Zweck wurden insbesondere seit den frühen 1990er Jahren zahlreiche Naturerlebniseinrichtungen (Naturinfozentren, naturkundliche Museen) geschaffen. In den letzten Jahren hat dieses Angebotssegment in Schleswig-Holstein der allgemeinen Entwicklung im In- und Ausland folgend eine neue Ausrichtung hin zu Erlebnis, Info- und Edutainment erhalten. Einrichtungen wie das „Multimar Wattforum“ in Tönning, das Sturmflutenprojekt „Blanker Hans“ in Büsum, das „Sea Life“ in Timmendorfer Strand, das Meereszentrum Fehmarn oder das in Planung befindliche Erlebniszentrum Naturgewalten in List/Sylt sind Beispiele für diese Entwicklung.

Der Meeresschutz hat bei Land und Kommunen in den letzten Jahren einen hohen Stellenwert erhalten. Die Badegewässerqualität ist hier von zentraler Bedeutung für die

Gäste Schleswig-Holsteins. Es wurden Verschmutzungsquellen beseitigt, Kläranlagen weiter verbessert und die Forderungen nach mehr Schiffssicherheit in Nord- und Ostsee zur Vermeidung von Havarien mit weit reichenden negativen Konsequenzen werden lauter. Qualitätsmanagementsysteme sollen Badegästen in Zukunft noch mehr Sicherheit bezüglich der hygienischen Situation geben. Auch der Strand als angebotsprägendes maritimes Element wurde in den vergangenen Jahren weiter aufgewertet: Sauberkeit und Sicherheit sind bei den Gemeinden fest verankerte Qualitätsmerkmale und nehmen einen hohen Stellenwert in der kommunalen Praxis ein.

Neben dem notwendigen Schutz der natürlichen Ressourcen und der daraus resultierenden Notwendigkeit einer nachhaltigen Planung von Tourismuseinrichtungen muss jedoch auf der anderen Seite gewährleistet sein, dass sich Tourismus unter dem Aspekt der Sicherung der Lebensverhältnisse in der Region in wirtschaftlich sinnvollen Einheiten weiter entwickeln kann. Dazu ist es notwendig, dass der Tourismus als eigenständiges Interesse anerkannt und im Planungsprozess im Rahmen eines umfassenden Interessenausgleichs Berücksichtigung findet.

2 Gezielter nutzergruppen spezifischer Ausbau der touristischen Infrastruktur

2.1 Ausgangssituation

Der Wettbewerbs- und Innovationsdruck nimmt im Tourismus seit Jahren zu. Tourismusregionen müssen auf die sich immer schneller ändernden Bedürfnisse der Verbraucher reagieren bzw. die Änderungen antizipieren und sich gleichzeitig neuen Angeboten auf den Markt drängender Mitbewerber stellen.

Generell sind wachsende Kapazitäten im In- und Ausland sowohl durch neue Destinationen als auch durch steigende UnterkunftsKapazitäten in bestehenden Destinationen und durch neue „künstliche“ Destinationen oder Erlebniswelten zu erwarten. Dies verschärft die Konkurrenzsituation für die Küstenländer. Die Regionen werden in einem globalen Wettbewerb in Bezug auf Preise, Qualität und Service, Infrastruktur und Marketing stehen.

Das touristische Angebot ist im Gegensatz zum üblichen Warenangebot eine Kombination von Sach- und Dienstleistungen, natürlichen Gegebenheiten und Infrastruktur. Die einzelnen Leistungen von Anbietern finden ihre Ergänzung durch Leistungen anderer und der von Staat und Gemeinden geschaffenen Infrastruktur. Der Gast nimmt das Angebot eines einzelnen Betriebes, eines Ortes, einer Region, eines Landes als „kollektive Produktion“ wahr (vgl. Krippendorf 1971). Das touristische Angebot setzt sich zusammen aus dem ursprünglichen und dem abgeleiteten Angebot. Das ursprüngliche Angebot umfasst neben den natürlichen Gegebenheiten die soziokulturelle Prägung einer Destination sowie die allgemeine Infrastruktur der Versorgung (Transport, Energie-, Wasserversorgung) und der Entsorgung. Das abgeleitete Angebot wird unterteilt in touristische Infrastruktur und Suprastruktur (vgl. Kaspar 1982: 62ff.).

Die touristische Infrastruktur bezeichnet in Abgrenzung zur allgemeinen Infrastruktur all jene Einrichtungen, die speziell für die Touristen geschaffen werden und über den Bedarf der einheimischen Bevölkerung hinausgehen. Die touristische Infrastruktur spielt eine bedeutende Rolle im touristischen Angebotsbündel und ist als Basis aller Aktivitäten im Marketingbereich stark erfolgsbestimmend für einen Ort, eine Region, ein Land. Die Infrastruktur prägt neben dem natürlichen Angebot ganz wesentlich die Wahrnehmung und beeinflusst die Bewertung des Urlaubsortes durch die Gäste. Diese Bewertung strahlt wiederum auf die Einschätzung der gesamten Region aus und ist so-

mit imageprägend für das Land. Unter dem Begriff „touristische Infrastruktur“ ist in diesem Zusammenhang zu verstehen:

- Touristische Basisinfrastruktur (Schwimmbäder, Kurmittelhäuser, Promenaden, Grünanlagen, Strandeinrichtungen, Häuser des Gastes, Museen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen, Fußgängerzonen, Wegenetz, Sportanlagen, Touristeninformationen)
- Siedlungsstruktur, Architektur, Ortsbilder
- Verkehrsnetze (überregional und lokal)

Die touristische Suprastruktur bezeichnet die Einrichtungen für die Beherbergung und die Verpflegung (siehe 3. Kapitel).

Bei der folgenden Beschreibung von Trends wird nur auf ausgewählte Angebotskomponenten eingegangen, die sich durch eine besonders dynamische Entwicklung oder eine besondere Bedeutung auszeichnen, im Vergleich zu nationalen oder internationalen Mitbewerbern die größten Defizite aufweisen oder die auf Grund der sich abzeichnenden Nachfragetrends eine besondere Bedeutung für Schleswig-Holstein erhalten werden.

2.2 Leitbild 2015 für die Tourismusinfrastruktur als Rahmenkonzept

In Schleswig-Holstein wird es im Rahmen eines Leitprojektes im Rahmen der neuen Tourismuskonzeption des Landes (vgl. Beitrag Helle in diesem Band) darum gehen, Verbesserungen der touristischen Infrastruktur zu realisieren. Die Ausgangsfragestellung ist, welche Bedürfnisse der im neuen Tourismuskonzept definierten Zielgruppen an die touristische Infrastruktur in Zukunft relevante Faktoren für eine Reisescheidung sein werden. Dabei ist die Frage zu klären, wie sich die derzeitige tourismusrelevante Infrastruktur darstellt. Aus der Formulierung eines Leitbildes für das Jahr 2015, wie eine marktgerechte nachhaltige Infrastruktur für den Tourismus in Schleswig-Holstein aussehen sollte, ergibt sich der Handlungsbedarf für das Land und seine Regionen und Orte.

Die Bedürfnisstrukturen und Wertvorstellungen der im Rahmen des Handlungskonzeptes des Landes definierten Zielgruppen werden unter Beachtung einer regionalen Betrachtungsweise in den Mittelpunkt der Planungen gestellt, um eine visionäre, zukunftsfähige und strukturwirksame Entwicklungsplanung zu betreiben. Zentrale Bedeutung nimmt dabei die nachhaltige Entwicklung der Regionen und Orte ein.

Aus den letzten beiden Punkten folgt für Schleswig-Holstein, dass mit dem Konzept zur Verbesserung der touristischen Infrastruktur auch eine Grundlage geschaffen werden muss, um die Infrastrukturplanung i. S. einer raumübergreifenden Entwicklungsstrategie auf der Grundlage der Lissabonstrategie, die sowohl den Leitbildern und Handlungsstrategien zur Raumentwicklung als auch der zukünftigen Förderpolitik der EU zu Grunde liegt, zu formulieren und so verstärkt an den zukünftigen Fördermöglichkeiten auf EU- und Bundesebene auch für den Infrastrukturbereich zu partizipieren.

2.3 Touristische Basisinfrastruktur – authentische Basis mit maritimer Prägung

Die touristische Basisinfrastruktur wird sich in Zukunft noch stärker an den Gästevorstellungen orientieren und sich im Ergebnis als Gesamtbild präsentieren müssen. In Anbetracht globaler Entwicklungen von multifunktionalen Erlebniswelten muss Schles-

wig-Holstein hier seine eigene authentische Profilierung finden, ohne unreflektiert die teilweise Überinszenierung von Destinationen in Konsumwelten als Me-Too-Strategie zu übernehmen. Die Ausstrahlung als natürliches, naturbezogenes und sympathisches Urlaubsland sollte Richtschnur des Planens und Handelns für die Zukunft sein. Die unterschiedlichen Beteiligten, in deren Trägerschaft sich touristische Infrastruktur befindet, müssen im Sinne eines ganzheitlichen Konzeptes nicht nur örtlich, sondern auch überörtlich zu einem koordinierten Planungsprozess zusammenfinden. Das bedeutet den nun endgültig notwendigen Abschied von Einzelinteressen zu Gunsten einer verbesserten Wertschöpfung aus dem Tourismus für die Region und erfordert neben der horizontalen Kooperation zwischen privaten Trägern und der Kommune auf Ortsebene, aber auch einer interkommunalen Zusammenarbeit, auch die Etablierung einer vertikalen Zusammenarbeitsstruktur mit den Kreisen und den Regionen.

Immer mehr wird es für die einzelnen Orte und Regionen darum gehen, ihre eigene Ausrichtung zu finden, ihr Alleinstellungsmerkmal nicht nur in der Kommunikationspolitik herauszuarbeiten, sondern es schon in der Produkt- und Angebotspolitik zum bestimmenden Planungsfaktor zu machen.

Bei touristischen Freizeiteinrichtungen ist generell kein einheitlicher Trend auszumachen. Die Entwicklung spielt sich zwischen zwei Polen ab: Zum einen geht der Trend hin zu multifunktionalen komplexen Mixed-Use-Centern, die standardisiert die unterschiedlichsten Formen von Erlebnis-, Übernachtungs- und Einkaufsmöglichkeiten bieten. Zum anderen lässt aber der Wunsch nach einer intakten und harmonischen Umwelt als Gegenteil zu den künstlichen Urlaubswelten den nachhaltigen Tourismus (wieder) mehr an Bedeutung gewinnen. Der Anspruch an eine authentische Urlaubswelt als Gegenwelt zum oftmals als fremdbestimmt empfundenen Alltag lässt besonderen Spielraum und Chancen für Regionen und Freizeiteinrichtungen, die „Entschleunigung“ und Reduktion auf das Wesentliche zur Basis ihrer Planungen machen. Die Bewahrung und bewusste Inszenierung von regionalen Besonderheiten, ob gesellschaftlich, kulturell, architektonisch oder gastronomisch, unterscheidet diese Regionen von standardisierten Erlebniswelten.

In Schleswig-Holstein konnte bei der Realisierung von Freizeiteinrichtungen in den letzten Jahren beobachtet werden, dass der Bezug zum Meer an Bedeutung gewonnen hat. Neben den Einrichtungen, die oben im ersten Kapitel genannt sind, können das Walhaus mit Einrichtung einer Walausstellung als Erweiterung des „Multimar Wattforums“, die Museumswerft in Flensburg sowie der historische Hafen in Flensburg erwähnt werden.

Ergebnisse aus dem Sparkassen-Tourismusbarometer zur Situation in über fünfzig schleswig-holsteinischen Freizeiteinrichtungen zeigen, dass ausreichende Marketing-etats und kontinuierliche Investitionen in Attraktionen Voraussetzung dafür sind, die für stabile bzw. steigende Besucherzahlen nötige Erlebnisvielfalt zu bieten und zu kommunizieren. Das bedeutet den Trend hin zu größeren Einheiten mit deutlich überregionalem Ausstrahlungseffekt auf hohem Qualitäts- und Servicelevel. Diese Einheiten unterliegen jedoch immer kürzeren Produktlebenszyklen. Die kontinuierlichen Bewirtschaftungskosten übersteigen oft schon nach wenigen Jahren die Höhe der Erstinvestitionen. Diese Erkenntnisse führen zu der Notwendigkeit, alternative Finanzierungsformen, z. B. Public-Private-Partnership, zu prüfen, die Reduzierung von Folgekosten zu erreichen und ein professionelles Facility Management zu etablieren. Inhaltlich wird die Entwicklung, zumindest bei Einrichtungen, die mit öffentlichen Mitteln gefördert werden, in Schleswig-Holstein den Grundsätzen der Natürlichkeit, der Authentizität, des Maritimen folgen. Sonderimmobilien wie Science-Parks oder Indoor-Skipisten sind für Schleswig-

Holstein aufgrund der Entfernung zu den Ballungsgebieten Deutschlands und den damit verbundenen Nachteilen bei den Besucherpotenzialen für eine ganzjährige Auslastung zurückhaltend zu bewerten. Hinzu kommen die generell zu beobachtenden Risiken aus der Folgenutzungsproblematik, sehr hohen Investitionssummen und Folgekosten sowie einer in vielen Fällen kritisch zu beurteilenden Energiebilanz (Indoor-Skipisten). Dennoch wird es notwendig sein, mit aufmerksamkeitsstarken neuen Einrichtungen neue Akzente zu schaffen, die auch eine Multiplikatorwirkung in der Region nach sich ziehen. Mit Blick auf Tages- und Kurzreisetourismus aus den Metropolen Hamburg und Berlin sind dabei von vornherein nicht nur Standorte an den Küsten in Erwägung zu ziehen, sondern es ist auch durchaus zu eruieren, ob neue Einrichtungen entlang der Verkehrsadern die gewünschten Effekte für den Urlaubstourismus und den Tages- und Kurzreisetourismus auf sich vereinen können.

Der Strandbereich und seine Infrastruktur als Verbindungsbereich zwischen Tourismusort und dem Wasser als prägendem Element eines Urlaubs am Meer hat in den letzten Jahren bereits eine deutliche Aufwertung erhalten, in der Zukunft wird er voraussichtlich eine noch größere Bedeutung bekommen. Der Strandbereich verkörpert die Besonderheiten der Urlaubsorte an der Küste, bietet Rahmen und Kulisse für die grundlegendsten Urlaubsaktivitäten (Erlebnis Meer, Schwimmen, Spielen, Baden, Wassersport, Gastronomie). Der Strand wird als Erlebnisbereich für die ganze Familie von den Gemeinden und Anbietern zunehmend aufgewertet. Ein Beispiel dafür ist die Zunahme von Aktionsstränden oder die Durchführung von Sport- oder Musikevents. Ein weiteres Zeichen für diese Entwicklung ist die Einrichtung von Beachlounges an der Ostsee (z.B. Scharbeutz), die Aktivitäten aus der Themenwelt „Strand und Baden“ wie z.B. Sport, Gastronomie, Ambiente, Musik sowie Spiel und Spaß bündeln sollen, um den Trend ausländischer Destinationen oder auch der Städte für die Urlauber aufzugreifen und die Aufenthaltsqualität, aber auch das Image positiv zu beeinflussen.

Angesichts der wachsenden Bedeutung des maritimen Erlebens auf der Nachfrageseite wurden in den vergangenen Jahren bereits erhebliche Investitionen mit anteiligen öffentlichen Fördermitteln in Promenaden und Seebrücken getätigt (z.B. Promenaden in Scharbeutz, Promenade und Seebrücke in Kellenhusen, Promenade am Südstrand in Burg, Weißenhäuser Strand, Dahme). Für die Zukunft deutet sich an, dass die ganzheitliche Gestaltung unter Einbindung bestehender Promenaden und Seebrücken in das gesamttouristische Angebot der Orte weiter in den Vordergrund rücken wird. Die Neugestaltung von Strandpromenaden als Erlebniszone mit besonderer Aufenthaltsqualität wird Thema der nächsten Jahre sein, um noch mehr die unverwechselbare maritime Atmosphäre als Attraktionspunkt hervorzuheben. Aktuelle Beispiele für diese Entwicklung sind die Promenaden in Grömitz, St. Peter-Ording oder Wyk auf Föhr. Dabei stehen eine hohe gestalterische Ästhetik, die Anbindung an das Wasser und maritime Erlebnismöglichkeiten im Vordergrund. Natürliche Baumaterialien, wie z.B. Holz und Naturstein, geschwungene Formen der Wegeführung, Wasser als gestaltendes Element und zahlreiche Erlebniselemente, wie z.B. Klanggärten, Wasserwelten, Kinderspielplätze und Aktionsflächen beschreiben die derzeitige Entwicklung in Stichworten. Die Einbindung der örtlichen maritimen Wirtschaft, z.B. die Gestaltung von Netzrockenplätzen, Fischbrötchenstände oder auch Direktverkaufsmöglichkeiten frischen Fisches für gewerbetreibende Fischer, wird sicherlich auch in Zukunft ein zentrales Element sein.

Eine zentrale Herausforderung bei der Gestaltung von Infrastruktur in den Orten wird sein, dass aus der Betrachtung der jeweiligen Ausgangssituation heraus auf den Ort zugeschnittene Planungen entwickelt werden, um die Individualität der Orte zu stärken. Dies soll durch das unter 2.2 erwähnte Gesamtkonzept erreicht bzw. befördert werden.

Für den Gesundheitstourismus hat Schleswig-Holstein aufgrund seiner natürlichen Faktoren und seiner medizinischen Kompetenz hervorragende Ausgangsvoraussetzungen. In diesem Markt ist seit Mitte der 1990er Jahre ein Strukturwandel zu beobachten. Die gesetzlichen Sparmaßnahmen im Bereich Kur und Reha in den Jahren 1996 und 1997 führten in den Heilbädern und Kurorten zu dramatischen Einbrüchen, zum Teil um mehr als 50 % der vorjährigen Gäste- und Übernachtungszahlen. Die sogenannte offene Badekur ist seit dieser Zeit praktisch nicht mehr existent. Gleichzeitig entstand im Gesundheitsmarkt mit Wellness und Fitnessangeboten ein neuer Sektor, der die Anbieter vor neue Herausforderungen stellte und weiterhin stellt.

Diese Entwicklung hat z. B. im Bereich „Kur und Reha“ im Ergebnis allerdings zu einem Verdrängungswettbewerb geführt, der für Schleswig-Holstein erhebliche Rückschläge zur Folge hatte. Nach Einschätzung von Experten haben Investitionen in dieses Segment aufgrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen, eines qualitativen Vorsprungs und auch Vorteilen einer günstigeren Kostenstruktur insbesondere ausländischer Destinationen (z. B. Osteuropa oder die baltischen Staaten) keine Chancen auf angemessene Erträge (vgl. Obier/Schmücker/Dörr 2007, S. 5 ff).

Gleichzeitig war in den letzten Jahren ein Wellness-Boom zu beobachten, der in vielen Destinationen zu hohen Investitionen in öffentliche Wellness-Anlagen, Wellness-Hotels oder Day-Spa-Einrichtungen führte. Fast jede hochwertige Hotelanlage hält ein Wellness-Grundangebot bereit, viele Regionen haben sich eine hohe Kompetenz für Wellness-Angebote angeeignet und kommuniziert (z. B. Tirol, Schweiz, Asien). Schleswig-Holstein hat die vergangenen Jahre nicht konsequent genug genutzt, um sich angemessen in die eine oder andere Richtung zu positionieren. Im Vergleich zu Mecklenburg-Vorpommern ist z. B. die Zahl der Wellness-Hotels gering. Je nach Abgrenzung sind zwischen 30 und 50 Wellness-Hotels (und damit deutlich weniger als in vielen Wettbewerbsdestinationen: Bayern 444, Mecklenburg-Vorpommern 118, Niedersachsen 112) in Schleswig-Holstein ansässig (vgl. Obier/Schmücker/Dörr). Im Vergleich zu den Alpenländern sind die Investitionen und Anstrengungen im Produktaufbau, in Kommunikation und Vertrieb der Orte und Regionen nicht ausreichend. Einzelne positive Beispiele haben gezeigt, dass mit hoher Qualität und stringenter Ausrichtung nachhaltig Erfolge zu erzielen sind (z. B. der Premiummarkenverbund Balance. Best of Spa, das Arosa-Hotel in Travemünde oder der Alte Meierhof in Glücksburg), allerdings konnten hier bisher keine nachhaltigen Zusammenarbeitsstrukturen entwickelt werden. Der Heilbäderverband wird hier im Rahmen seines Projektes „Touristische Perspektiven für die Gesundheitswirtschaft in Schleswig-Holstein“ eine klare Positionierung und Strategie für das Land entwickeln. Klar dürfte sein, dass allein mit Produktvariation keine dauerhaften Erfolge eintreten werden (vgl. Obier/Schmücker/Dörr 2007: 7ff). Grundlegende Änderungen in Infrastruktur und Marketing und gezielte Neuinvestitionen müssen vorgenommen werden. Gleichzeitig wird realistischlicherweise auch das Thema „Desinvestition“ bei der Infrastruktur (z. B. Kurmittelhäuser der 1970er und 1980er Jahre) eine Rolle spielen. Die Schwimmbäder gleichen Alters in Heiligenhafen, Scharbeutz und Timmendorfer Strand, die bereits vollständig umgenutzt oder ganz abgerissen wurden, können hier als Beispiel dienen.

2.4 Landschaftsbild und Ortsbilder rücken zunehmend in den Mittelpunkt

Der Einfluss des Landschaftsbildes auf den Tourismus ist in den letzten Jahren gewachsen. An die Urlaubswelt als Gegenwelt zum Alltag werden von den Urlaubern hohe Erwartungen in Bezug auf Vielfalt und Ursprünglichkeit gestellt. Störungen des Landschaftsbildes werden von Urlaubern registriert und negativ bewertet. Im schlechtesten Fall kehren Touristen selbst ihren angestammten Urlaubsgebieten den Rücken. Störun-

gen des Landschaftsbildes stellen aus Sicht der Urlauber z. B. Autobahnen, Hochspannungsleitungen, Windkraftanlagen, Industriekomplexe oder Kraftwerke dar.

Voraussetzung für ein positives Landschaftserlebnis ist auch eine deutlich gegliederte Siedlungsstruktur, die Monostrukturen (z. B. Zersiedelung von Tourismusgebieten durch Zweitwohnungsanlagen) möglichst vermeidet. Die Erhaltung einer erholungswirksamen Kulturlandschaft unter den Aspekten Vielfalt, Eigenart, Ästhetik, Vitalität und Unverwechselbarkeit wird stärker in die Zielsetzung von Orts- und Regionalplanung einfließen, wobei zu erwarten ist, dass der maritime Aspekt auch hier an Bedeutung gewinnen wird. Es zeichnet sich ab, dass eine vorausschauende gemeindliche Planung unter Einbindung tourismusrelevanter Aspekte und dem Ortscharakter angepasst als touristische Entwicklungsplanung wird für Schleswig-Holstein in den nächsten Jahren in den Vordergrund rücken wird. Indiz dafür sind Aussagen der kommunalen Vertreter, Diskussionen innerhalb der Landkreise zum Thema „Baukultur Schleswig-Holstein“ sowie die Aufnahme der touristischen Entwicklungsplanung unter dem Aspekt des Ortscharakters in die Förderrichtlinien des Landes für die touristische Infrastruktur.

In Schleswig-Holstein gibt es viele Beispiele für die Folgen einer Entwicklung im Beherbergungsbereich und Infrastruktureinrichtungen insbesondere aus den 1970er Jahren, in denen es maßgeblich um Kapazitätsausbau ging. Aus der Sicht des heutigen Anspruchs an Architektur, Ästhetik und Ambiente sind hier Fehlentwicklungen zu konstatieren. Viele Anlagen wirken überdimensioniert und fügen sich nicht in das Gesamtbild der Orte ein. Gerade auch im Vergleich zu Mecklenburg-Vorpommern mit seinen Bauten im Stil der Bäderarchitektur gibt es hier Nachholbedarf für Schleswig-Holstein. In vielen Orten wurde in den vergangenen Jahren diskutiert, wie eine Einflussnahme auf Anlagen, die vielfach in Einzeleigentum aufgeteilte wurden, erfolgen kann, um Rückbau-, Sanierungs- oder Verschönerungsmaßnahmen durchzusetzen. Dieses Thema konnte noch nicht befriedigend einer Lösung zugeführt werden. Ein Ansatzpunkt bietet sich in dem relativ neuen PACT-Gesetz (Gesetz über die Einrichtung von Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen), das im Kern für die städtischen Innenstadtbereiche Potenziale bietet, private Partnerschaften zur Attraktivitätssteigerung zu gründen, allerdings auch Anwendung auf die Tourismuszentren finden kann.

Mit dem Spezialmodul „Tourismusorientierte Ortsgestaltung in Schleswig-Holstein“ innerhalb des Sparkassen-Tourismusbarometers stellten der Tourismusverband und der Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein das Thema „Architektur und Erscheinungsbild der Orte“ in den Mittelpunkt der Betrachtung. Es wurde eine Liste mit über 70 Kriterien entwickelt, um das äußere Erscheinungsbild der Orte in Anlehnung an die Methode der Orts- und Stadtbildanalyse zu bewerten und Defizite sowie Handlungsoptionen aufzuzeigen. Über 30 Orte wurden anhand des Kriterienkataloges analysiert und dokumentiert, die zusammengefassten Erkenntnisse aus den Ortsbegehungen wurden beschrieben und in über 3.000 Bildern festgehalten (vgl. Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein 2006). Das Interesse und die Umsetzungsbereitschaft in den Orten sind groß, sodass sich hier eine Entwicklung hin zur Optimierung der Ortsbilder abzeichnet.

2.5 Verkehrsanbindungen weiter mit Optimierungsbedarf

Gute Verkehrsanbindungen sind für die Attraktivität einer Destination wesentliche Voraussetzung, gerade für eine aus nationaler Sicht peripher gelegene touristische Region wie Schleswig-Holstein. Das gilt sowohl für den großräumigen Verkehr zu Land, zu

Wasser und in der Luft zur Erschließung der Tourismusegebiete und -orte als auch für die Verbindungen innerhalb einer Region.

Der PKW wird nach der Trendstudie 2015 der F.U.R weiterhin das beliebteste Reiseverkehrsmittel bleiben. Der Anteil von Flugreisen wird auch aufgrund der Angebote von Low-Cost-Carriern und des wachsenden Bedürfnisses nach Zeitersparnis weiter ansteigen. Die Nutzung der Verkehrsmittel Bus, Wohnmobil und Schiff wird vermutlich weiter leicht ansteigen (vgl. F.U.R. 2004).

Positiv im Bereich „Straße“ sind die Planungen zum weiteren Ausbau von Autobahnabschnitten und Bundesstraßen zu bewerten, hier wird sich tendenziell eine Verbesserung bei den Anreisemöglichkeiten abzeichnen. Die Belastung der Urlaubsregionen durch die PKW-Nutzung wird allerdings durchaus negativ von den Urlaubern wahrgenommen. Insofern hätte eine Anreise mit der Bahn zwangsläufig eine Verbesserung der Situation zur Folge. Aber auch Bemühungen, vor Ort das Auto stehen zu lassen und sich mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad bei Ausflügen und Aktivitäten fortzubewegen, werden in Zukunft ebenso zentrale Anliegen der Tourismusverantwortlichen sein. Zur Verbesserung der Situation in den Orten und Regionen ist ein attraktives Nahverkehrsangebot ebenso Voraussetzung wie koordinierte Bemühungen bei Verkehrsberuhigung und -lenkung in den Orten.

Der für Schleswig-Holstein zu beobachtende Rückzug der Bahn aus der Fläche führte schon vor Jahren zur Entwicklung eines „Touristischen Verkehrskonzeptes“, in dem neben Forderungen einer verbesserten Bahnanbindung aus den Quellgebieten auch Vorschläge für eine gemeinsame Produktentwicklung und Kommunikationspolitik zwischen Tourismusakteuren und der Bahn entwickelt wurden.

Die Verbesserung des Schienenpersonenfernverkehrs in Qualität und Quantität seiner Verbindungen ist ein zentraler Faktor für die positive Entwicklung des Tourismusstandortes Schleswig-Holstein. Einschränkungen der Anreisemöglichkeiten nach Schleswig-Holstein aus der Vergangenheit führten im Vergleich zu anderen Bundesländern, z. B. Mecklenburg-Vorpommern, zu Wettbewerbsnachteilen für Schleswig-Holstein.

Die Flugverbindungen nach Schleswig-Holstein werden tendenziell besser, die Flughäfen Lübeck-Blankensee und Sylt haben eine wachsende Bedeutung im Incomingbereich für die Regionen. So wuchs z. B. das Passagieraufkommen für Lübeck von 2003 bis 2005 um 16,3% auf knapp 700.000 Passagiere (vgl. www.flughafen-luebeck.de), Sylt konnte seine Zahlen innerhalb eines Jahres mehr als verdoppeln (von 54.000 Passagieren 2005 auf 114.000 2006, vgl. www.flughafen-sylt.de). Leider hat sich die Fluganbindung von Kiel (2006 Berlin, Frankfurt und München; 2007 keine Anbindung) wieder verschlechtert.

Trotz der großen Bedeutung des Tourismus und der touristisch bedingten Verkehrsströme werden in den aktuellen Verkehrsplanungen in der Regel schwerpunktmäßig nur die Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung (z. B. Berufs-/Schülerverkehr) berücksichtigt. Insofern müssen zukünftig verstärkt touristische Aspekte in die Verkehrsplanung einfließen, um realistische Datengerüste zur Entscheidungsgrundlage zu machen.

3 Touristische Suprastruktur – visionäre Projekte in der Planung

3.1 Allgemeine Entwicklung

Insgesamt haben die gewerblichen Übernachtungsbetriebe (einschließlich Camping) in Schleswig-Holstein von 1994–2004 9% ihrer Übernachtungen verloren; im entsprechenden Zeitraum stiegen die gewerblichen Übernachtungen in Deutschland insgesamt um 7,7%. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass die Betriebe in Schleswig-Holstein erhebliche Marktanteile verloren haben. Im Jahr 1994 hatten sie einen Marktanteil von 7,7% an den gewerblichen Übernachtungen der Bundesrepublik. Bis 2004 ist dieser Marktanteil auf 6,5% zurückgegangen, also um 15,5% (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. 2005: 5).

Eine differenziertere Betrachtung der Entwicklung von Nachfragevolumen und Marktanteilen in Schleswig-Holstein zeigt, dass sich die verschiedenen Betriebstypen sehr unterschiedlich entwickelt haben.

Bei Hotels und Hotels Garni ist zu beobachten, dass Schleswig-Holstein in diesem bundesweit wachsenden Segment Marktanteile verloren hat, denn bei diesen Betriebstypen, die bundesweit stark oder zumindest überdurchschnittlich gewachsen sind, ist das Land unterproportional vertreten (vgl. ebenda: 6). Hier zeichnet sich durch aktuelle Entwicklungen im Hotelbereich (vgl. Punkt 3.2) eine positive Tendenz ab. Gestützt wird dieser Trend durch das Leitprojekt Ansiedelungsmanagement innerhalb des Handlungskonzeptes des Landes (vgl. Beitrag Helle in diesem Band). Strategisch weitestgehend uninteressant sind für Schleswig-Holstein die Gasthöfe und Pensionen. Diese Segmente schrumpfen bundesweit stark, der Marktanteil des Landes ist sehr gering, und vom absoluten Übernachtungsaufkommen tragen diese Betriebe nur einen Bruchteil zur touristischen Wertschöpfung in Schleswig-Holstein bei. Insgesamt zeichnet sich hier ein langsames Aussterben ab, wobei allerdings gut durchdachte neue Konzepte als Nische durchaus funktionieren können.

Betrachtet man die Entwicklung der Marktanteile bei den einzelnen Segmenten in den letzten zehn Jahren, ist der Einbruch am deutlichsten bei den Ferienzentren, Ferienwohnungen und Ferienhäusern, bei denen Schleswig-Holstein in nur zehn Jahren ein Viertel seines Marktanteils verlor. Auch bei den Hotels und Hotels Garni verliert Schleswig-Holstein viele Marktanteile.

Hinzu kommt, dass die Nachfrage im deutschen Ostseeraum insgesamt gesehen im Beobachtungszeitraum nicht unerheblich angestiegen ist, natürlich auch bewirkt durch hohe Investitionen in den Ausbau der Beherbergungskapazität: Mecklenburg-Vorpommern hat vor allem bei gewerblich vermieteten Ferienwohnungen und Ferienhäusern, Hotels und Ferienzentren massiv investiert und so eine offenbar große bestehende Nachfrage befriedigen können und in der Konsequenz hohe jährliche Zuwachsraten bei den Übernachtungszahlen erreicht. Niedersachsen hat zumindest bei den Ferienzentren Zeichen gesetzt; in den anderen Segmenten herrschte dagegen ähnliche Zurückhaltung wie in Schleswig-Holstein.

Im Segment der Hotels und Hotels Garni dominiert Mecklenburg-Vorpommern die Entwicklung gegenüber Niedersachsen und Schleswig-Holstein gleichermaßen. Beide Alt-Bundesländer verlieren an Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen allerdings weniger stark als Schleswig-Holstein. Lag Mecklenburg-Vorpommern beim Marktanteil für Übernachtungen in Hotels 1994 noch deutlich hinter Schleswig-Holstein, so hat sich das Bild 10 Jahre später komplett ins Gegenteil verkehrt, und das, obwohl Schleswig-Holstein im Hotel-Segment auch zulegen konnte (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. 2005: 7f.).

Der Bereinigungsprozess bei den traditionellen Pensionen ist noch nicht abgeschlossen. Noch immer scheiden kleinere Betriebe aus dem Markt aus. Ein Grund dafür ist, dass die ursprüngliche Klientel, der „traditionelle Kurgast“, der seine Unterkunft selbst wählt, an Bedeutung verliert. Weiterhin ist sehr häufig die Betriebsnachfolge wegen begrenzter Ertrags- und Innenfinanzierungskraft nicht sichergestellt (vgl. ebenda: 16).

3.2 Hotellerie – herausragende Lagen für anspruchsvolle Projekte

Die Design-Orientierung in der Hotellerie wird nach Meinung vieler Experten auch in Zukunft weiter als Trend Bestand haben. Auch in Schleswig-Holstein spiegelt dies die inhaltliche Ausrichtung der neu eröffneten Hotels in den letzten Jahren wider. Welcher Ansatzpunkt dabei gewählt wurde, ist jedoch unterschiedlich. So setzte z. B. das Design-Hotel Atoll auf Helgoland auf eine bis ins Detail ausgefeilte Innengestaltung. Das Fährhaus Munkmarsch (1999), das Columbia Hotel Casino Travemünde, das Arosa Hotel Travemünde (2005) oder das Hotel „Altes Gymnasium“ in Husum stehen als Beispiele für Konzepte, die bestehende traditionsreiche Einrichtungen wie Fährhaus, Casino, Kurhaus oder eine Schule ins Zentrum der äußeren Gestaltung rückten. Doch nicht nur Luxushotels verfolgen den Design-Gedanken: Was international und auch in den deutschen Großstädten unter den Stichworten „Minimalismus gepaart mit Stil und Funktionalität“ gestaltet wurde, ist z. B. mit dem Strandgut Resort St. Peter-Ording im 3-Sterne-Bereich auch in Schleswig-Holstein zum ersten Mal realisiert.

Wellness gehört inzwischen fast zum Pflichtprogramm, genauso wie in den 1970er und 1980er Jahren das Schwimmbad und der Tennisplatz zu Standardeinrichtungen avancierten. Der vorhandene Nachholbedarf in Schleswig-Holstein gegenüber Mitbewerbern wie z. B. Mecklenburg-Vorpommern wird sukzessive verringert, was sich an in jüngerer Vergangenheit eröffneten Häusern oder geplanten Einrichtungen zeigt (z. B. Arosa Hotel Travemünde (2005 eröffnet); geplant: Arosa-Hotel List, Golf- und Wellnesshotel Budersand, Hapimag Resort Hörnum/Sylt, Kurzentrum am Kliff/Wenningstedt).

Generell liegen für anspruchsvolle Hotelprojekte große Areale in 1a-Lage im Trend. Realisiert wird nicht mehr nur ein Hotel, der Erfolg hängt von der angeschlossenen Infrastruktur ab. Ob direkt an das Haus angeschlossen oder in absoluter Nähe nutzbar, sind gastronomische Einrichtungen, Sport-, Kultur-, Tagungs- oder Freizeiteinrichtungen und Geschäfte je nach Ausrichtung des Hauses unabdingbar.

Regional liegen bei den in jüngerer Vergangenheit eröffneten Häusern oder geplanten Einrichtungen die Insel Sylt und die Region der Lübecker Bucht, also die bereits heute tourismusintensivsten Regionen Schleswig-Holsteins, vorn. Die Infrastruktur der Sylter Hotellerie z. B. steht vor maßgeblichen Veränderungen: Acht konkrete Hotelprojekte sollen der Insel in den kommenden Jahren mehr als 700 neue Zimmereinheiten bringen. Die Gesamtinvestitionen belaufen sich auf rund 200 Millionen Euro. Bei den neuen Hotelprojekten handelt es sich in der Hauptsache um Familien- und Wellnesshotels.

3.3 Qualitativ hochwertige Ferienhäuser auf dem Vormarsch

Das Angebot an traditionellen Pensionen und Privatzimmern wird gegen Null tendieren, wohingegen im Bereich der Ferienhäuser – professionell geführt und qualitativ hochwertig in Ausstattung, Design und Service – durchaus Wachstumschancen liegen. Die in den 1980er Jahren noch beliebten Ferienwohnungen im Haus der (Nebenerwerbs-) Vermieter werden in den nächsten Jahren an Bedeutung verlieren. Über 30% aller gewerblichen Übernachtungen in Schleswig-Holstein erfolgen in Ferienwohnungen/-häusern. In diesem Segment ist in den nächsten Jahren aufgrund der sich wandelnden

Ansprüche der Nachfrage und des Konkurrenzdrucks mit der größten Dynamik zu rechnen.

Generell im Trend liegen flächenmäßig große Ferienhäuser, die idealerweise flexibel nutzbar sind. Immer beliebter werden Konzepte für befreundete Familien, Patchwork-Familien oder generationsübergreifende Reisegruppen, die Komfort und schönes Ambiente in sich vereinen und funktional abgeschlossene Einheiten als Schlaf- und Rückzugsmöglichkeiten sowie kommunikative Zonen im Innen- und Außenbereich bieten.

Im Angebotsbereich der Ferienwohnungen und Ferienhäuser liegt für Schleswig-Holstein eine große Herausforderung für die Zukunft: Schafft man es nicht, angesichts dieser Entwicklung eine Produktvariation vorzunehmen oder Ersatzkapazitäten in anderen Segmenten, z. B. in der Hotellerie, zu schaffen, kann dies zu enormen Nachfrage- und Umsatzrückgängen führen. Allerdings zeigen insbesondere die folgenden Beispiele für aktuelle Projekte im gewerblichen Bereich den Trend, hochwertige Ferienhauskonzepte in den Mittelpunkt zu stellen:

Hansa-Park-Resort

Das „Hansa-Park-Resort“ wird als gemeinsames Projekt vom Hansa-Park und der Kristensen Group Deutschland realisiert. In Nachbarschaft zum Park entstehen bis 2008 in Strandlage mit Ostseeblick ca. 100 Einheiten (Bungalows, Doppel- und Reihenhäuser) im skandinavischen Stil mit exklusiver Ausstattung (u. a mit Whirlpool und Sauna). Über eine Fußgängerbrücke ist die Anlage direkt mit dem Park und der Ostsee verbunden (vgl. www.hansapark.de).

Priwall-Waterfront-Projekt

Die deutsch-dänische Planet-Gruppe realisiert auf dem Priwall in Travemünde unter dem Leitmotiv „Familienurlaub“ ein Gesamtkonzept auf einem Areal von rund neun Hektar. Der erste Schritt mit 60 Ferienhäusern nach dänischem Vorbild ist bereits realisiert. Darüber hinaus sollen auf der Halbinsel, die vis-à-vis Travemünde liegt und an Mecklenburg-Vorpommern grenzt, ein Vier-Sterne- sowie ein Jugend-Hotel, Häuser mit Ferienwohnungen, eine organisch geschwungene Hafen-Flaniermeile mit Restaurants und Geschäften, im Hafenbecken eine Open-Air-Bühne mit Blick auf die Viermastbark „Passat“, ein Spaßbad mit Wellnessfaktor und ein Indoor-Spielparadies entstehen. Grundstücke und Flächen werden mit Straßen und Wegen sowie Grün neu erschlossen. Das Investitionsvolumen beträgt circa 100 Millionen Euro. Insgesamt sollen auf dem Priwall 3000 neue Übernachtungsmöglichkeiten entstehen mit dem Ziel einer ganzjährigen Auslastung, auch bei schlechtem Wetter (vgl. In-online/lokales).

Luxus-Ferienhausgebiet Friedrichskoog

30 Luxusferienhäuser im dänischen Stil entstehen in Friedrichskoog-Spitze in einer Größe zwischen 70 und 200 qm in der 4- und 5-Sterne-Kategorie. Die exklusive Ausstattung umfasst wahlweise ein eigenes Schwimmbad oder einen Sauna- und Dampfbadbereich. Angeboten wird ein umfangreicher Betreuungsservice von der Handtuch-Versorgung bis zum Hausmeister-Service (vgl. www.sh-nachrichtenagentur.de).

Neben den gewerblichen Anbietern stellen in diesem Kontext die privaten Anbieter von Ferienwohnungs-/Ferienhauseinheiten eine nicht zu unterschätzende Größe dar. 5.000 Betrieben im gewerblichen Beherbergungssektor stehen schätzungsweise 25.000 Privatvermieter gegenüber. Von ihrem Marktverhalten und ihrer Professionalität wird die Entwicklung Schleswig-Holsteins zu großen Teilen abhängen, schließlich findet ein Großteil der Gesamtübernachtungen in diesem Segment statt.

3.4 Strukturverbesserungen zeichnen sich ab

Ein wesentlicher Erklärungsansatz für das nicht zufriedenstellende Abschneiden der gewerblichen Übernachtungsbetriebe in Schleswig-Holstein ist in der Größenstruktur der Betriebe zu sehen. Die Durchschnittsgröße der Häuser ist hier signifikant geringer als im Bundesdurchschnitt sowie auch im Vergleich mit den wichtigsten Wettbewerbern Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern, obwohl Schleswig-Holstein seine Betriebsgröße im Vergleich zum Vorjahr erstmals nach zwei Jahren wieder steigern konnte (vgl. Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein 2007: 19). Es ist zu vermuten, dass sich diese Erhöhung in den nächsten Jahren fortsetzen wird (Ausscheiden kleiner Anbieter aus dem Markt, Markteintritt von größeren Anbietern).

Es zeigt sich, dass Betriebe in Schleswig-Holstein das Instrument der DEHOA-Klassifizierung vergleichsweise wenig nutzen: Nur 27,8% aller Häuser sind klassifiziert, im Bundesdurchschnitt sind es 34,2%. Nur Hessen, Brandenburg und das Saarland weisen eine geringere Quote auf. Schleswig-Holstein liegt diesbezüglich auch deutlich hinter den wichtigsten Wettbewerbern Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen zurück, deren Klassifizierungsquote bei 30,2% bzw. 38,2% liegt. Mecklenburg-Vorpommern liegt im Vergleich zu Schleswig-Holstein zudem sowohl absolut als auch von den Anteilen her sehr deutlich vorn, wenn es um die höherwertigen 4- und 5-Sterne-Kategorien geht. Kein anderes Bundesland – nicht einmal einer der Stadtstaaten – hat einen derart hohen Anteil seiner klassifizierten Betriebe in diesem Segment (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. 2005: 10).

Gemessen am Anteil der Betriebe, die sich Klassifizierungen unterziehen, ist die Qualitätsorientierung bei den Privatquartieren in Schleswig-Holstein deutlich ausgeprägter als bei den gewerblichen Übernachtungsbetrieben. Kein anderes Bundesland hat eine höhere Zahl klassifizierter Privatquartiere im Jahr 2002 vorzuweisen.

Generell ist ein Nachholbedarf für Schleswig-Holstein festzustellen, zumal die Qualitätssteigerung der Angebote als Megatrend für die Zukunft zu bezeichnen ist.

Marktgerechte und attraktive Strukturen im Beherbergungssektor werden insbesondere durch Neuinvestitionen entstehen. Damit einher geht eine zumindest kurzfristig in Kauf zu nehmende Kapazitätsausweitung.

Deshalb kommt neben der notwendigen Modernisierung bestehender Betriebe insbesondere dem qualitätsorientierten Ausbau des Bettenangebotes eine entscheidende Bedeutung zu. Neue Kapazitäten in Form von herausragenden Angeboten in 1a-Lage sollen mit klarer Ausrichtung auf die fokussierten Zielgruppen realisiert werden. Proaktives Ansiedelungsmanagement ist hier das Stichwort im Rahmen des Leitprojektes „Ansiedelungsmanagement für Beherbergungsbetriebe“ zur neuen Tourismuskonzeption (vgl. Beitrag Helle in diesem Band). Es sollen Leuchtturmprojekte mit entscheidender Signalwirkung und mit Multiplikatoreffekt entwickelt werden.

Ein Großteil der Beherbergungsbetriebe in Schleswig-Holstein ist bereits in die Jahre gekommen. Über 80% aller gewerblichen Betriebe sind 25 Jahre und älter, die entsprechende Quote in Mecklenburg-Vorpommern liegt bei 32%. Der Vorteil des „neuen“ Bundeslandes wird verstärkt durch den Umstand, dass ein Großteil der älteren Betriebe nach der Wiedervereinigung grundsaniiert wurden.

Betrachtet man die Investitionstätigkeit der Betriebe in Schleswig-Holstein, erkennt man einen eklatanten Nachholbedarf bei Neu- und Ersatzinvestitionen. So ergab die dwif-Betriebsbefragung, dass 15% der gewerblichen und 26% der privaten Übernachtungsbetriebe in den letzten 10 Jahren keinerlei Renovierungsmaßnahmen durchgeführt

hatten. Der Cash-Flow reicht nicht aus, angemessene und dringend notwendige Ersatz- und Neuinvestitionen aus eigener Kraft zu finanzieren.

Diese Erkenntnis führte in Schleswig-Holstein zur Entwicklung einer Investitions-offensive, initiiert vom Tourismusverband Schleswig-Holstein.

Sie schaffte günstigere Rahmenbedingungen für alle touristischen Akteure und sollte somit die Wettbewerbsfähigkeit des Landes bundesweit und im internationalen Vergleich erfolgreich sichern. Für den Zeitraum 2005 bis 2007 standen den Betrieben z. B. spezielle Förderprogramme für Modernisierungsmaßnahmen zur Verfügung, die im ersten Jahr Förderung von 15 % bis 20 %, in den Folgejahren von bis zu 40 % in Form von Zuschüssen beinhalteten.

Die Programme wurden nach anfänglicher Zurückhaltung gut angenommen. Es zeigt sich jedoch, dass weiterer Bedarf besteht, sodass eine Fortführung der Initiative auf jeden Fall notwendig ist, um neben der avisierten Ansiedelung neuer Betriebe im Land auch möglichst viele der bestehenden Betriebe in die neue Richtung mitzunehmen.

Literatur

F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.) (2004): Urlaubsreisetrends 2015. Die Reiseanalyse Trendstudie. Kiel.

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T.) (2001): Marktanalyse Schleswig-Holstein-Tourismus. Ministerium für ländliche Räume, Landwirtschaft und Tourismus. Kiel.

Kaspar (1982): Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss. Bern.

Krippendorf (1971): Marketing im Fremdenverkehr- Bern.

Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2006): Neuausrichtung des Tourismus in Schleswig-Holstein. Kiel.

Obier/Schmücker/Dörr (2007): Ergebnisbericht zum Projektvorhaben „Touristische Perspektiven der Gesundheitswirtschaft in Schleswig-Holstein“. Teil 1: Management Summary. Heilbäderverband Schleswig-Holstein e.V. (Hrsg.).

Sparkassen und Giroverband für Schleswig-Holstein (2006): Sparkassen-Tourismusbarometer – Jahresbericht 2006 (in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.).

Sparkassen und Giroverband für Schleswig-Holstein (2006): Sparkassen-Tourismusbarometer – Jahresbericht 2007 (in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.).

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V. (Hrsg.) (2005): Kreditleitfaden zur Beurteilung von Anträgen zur Modernisierung von Beherbergungsbetrieben. Kiel.

Lübecker Nachrichten (Hrsg.) (2006): In-online/lokales vom 24.05.2006.

www.flughafen-luebeck.de

www.flughafen-sylt.de

www.hansapark.de

www.sh-nachrichtenagentur.de (11.04.2007): Friedrichskoog eröffnet erstes Luxus-Ferienhausgebiet.