

# Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein

Kurzbericht 1|2023

Tourismusverband  
Schleswig-Holstein



Finanzgruppe

Sparkassen und Giroverband  
für Schleswig-Holstein





## Touristische Nachfrage in Schleswig-Holstein

Auch 2022 bleibt der Schleswig-Holstein-Tourismus eine Erfolgsgeschichte. Mit 8,8 Millionen Gästen und 37,5 Millionen Übernachtungen in den gewerblichen Betrieben ab zehn Betten wurde bei den Übernachtungen ein neuer Spitzenwert erreicht. Die Ankünfte lagen zwar mit -1,1 % leicht unter denen aus dem Jahr 2019, doch die Übernachtungen stiegen um 4,3 %. Damit positioniert sich Schleswig-Holstein weiterhin deutlich vor den Wettbewerbern und konnte als einziges Bundesland Übernachtungszuwächse gegenüber 2019 erzielen. Bundesweit lagen die Übernachtungen 2022 noch 9,1 % niedriger als 2019. Die Küstenbundesländer Niedersachsen (-6,4 %) und Mecklenburg-Vorpommern (-6,9 %) lagen im Mittelfeld. Die Schlusslichter bilden weiterhin städtisch geprägte Bundesländer/Stadtstaaten wie Berlin (-22,3 %) und Hessen (-16,4 %), aber auch Sachsen (-13,7 %) und Thüringen (-12,2 %). Der Stadtstaat Hamburg hingegen landet mit „nur“ -4,6 % auf Platz drei und damit weit vorn. Stabilisierend wirken sich bei den Destinationen weiterhin hohe Inlandsanteile und eine größere Bedeutung des Leisure-Tourismus aus. Zudem profitieren vor dem Hintergrund der Inflation und sinkender verfügbarer Einkommen diejenigen Reiseziele, die stärker durch Haupturlaubsreisen geprägt sind, da hier konsumseitig am wenigsten gespart wird. Allerdings sind in der Hochsaison in Schleswig-Holstein aufgrund der starken Auslastung kaum noch Potenziale vorhanden. Während die Haupturlaubsreisen an den Küsten also aller Voraussicht nach stabil bleiben werden, ist eine Konsolidierung bei den Kurzreisen und damit ein gewisser Gegentrend zu den Bestrebungen einer Saisonverlängerung zu erwarten. Hier braucht es auch in Schleswig-Holstein Impulse bei der Angebotsentwicklung und in der Vermarktung, um die Gäste vom hohen Norden zu überzeugen.

Bundesweite Destinationsentwicklung

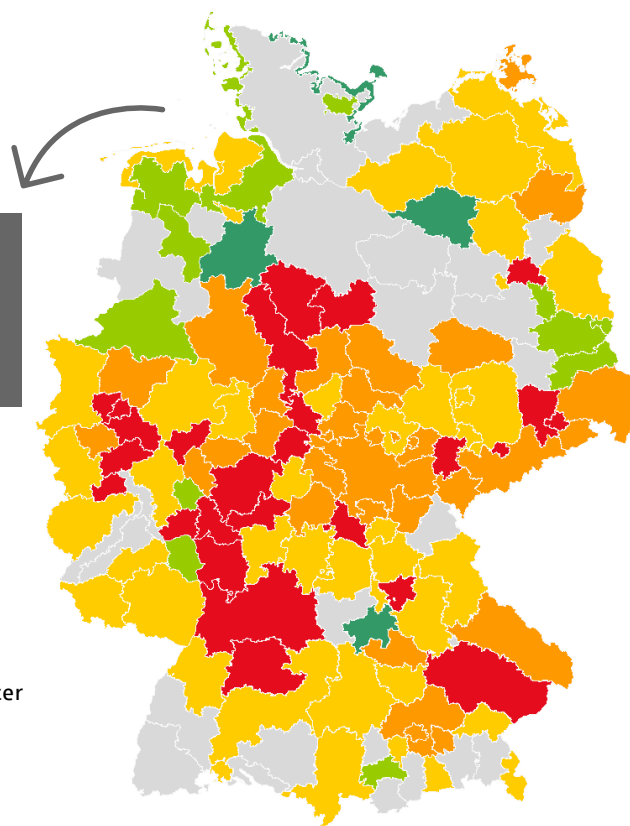
Januar - Dezember 2022:

Gewerbliche Übernachtungen ggü. 2019 in %

Schleswig-Holstein	▶ Ostsee	+9,4%
+4,3%	▶ Holsteinische Schweiz	+4,8%
	▶ Nordsee	+1,2%
	▶ Übriges Schleswig-Holstein	-4,7%

MV	-6,9%
NI	-6,4%
D	-9,1%

	5,0% und besser
	0% bis 4,9%
	-0,1% bis -5,0%
	-5,1% bis -10,0%
	-10,1% bis -15,0%
	-15,1% und schlechter



Quelle: dwif 2023, Daten: Statistische Landesämter, Statistikamt Nord



### **Dynamischer Inlandsmarkt, Skandinavien noch verhalten**

Das Zugpferd der Entwicklung in Schleswig-Holstein ist der innerdeutsche Markt, dessen Übernachtungszahlen um 6,1 % gegenüber 2019 gestiegen sind. Bei den ausländischen Gästen fehlte weiterhin fast jede vierte Übernachtung. Insbesondere die skandinavischen Top-Quellmärkte Dänemark (-34,9 %) und Schweden (-34,8 %) erholen sich nur sehr langsam. Gäste aus den Niederlanden hingegen übernachteten sogar zahlreicher als 2019 (+1,0 %). Auch die Quellmärkte Schweiz (-7,5 %) und Österreich (-13,9 %) entwickeln sich besser als der Durchschnitt.

### **Die Küste ist weiterhin vorn**

Die Ostsee (+9,4 %), die Nordsee (+1,2 %) und die Holsteinische Schweiz (+4,8 %) gehören zu den 16 Reisegebieten bundesweit, die 2022 Übernachtungszuwächse gegenüber 2019 verzeichnen konnten. Erneut liegt die Ostsee unter den schleswig-holsteinischen Regionen ganz vorn. Diese Entwicklung ist vom sonstigen Beherbergungsgewerbe – also vom Campingsegment und dem Betriebstyp Ferienwohnungen/-häuser – getragen. Die Hotellerie (-3,3 %) und die Kliniken (-7,3 %) konnten die 2019er-Zahlen noch nicht wieder erreichen. Eine ähnliche Entwicklung zeigte sich an der Nordsee. Das leichte Plus von 1,2 % resultierte auch hier aus dem sonstigen Beherbergungsgewerbe. Wie sich bereits im Jahresverlauf zeigte, bildet lediglich die Holsteinische Schweiz eine Ausnahme. Hier verbuchte auch die Hotellerie (+2,3 %) mehr Übernachtungen als noch 2019. Das Übrige Schleswig-Holstein lag als einzige schleswig-holsteinische Region mit 4,7 % unter dem Niveau des Jahres 2019. Hier reichte das Plus im sonstigen Beherbergungsgewerbe nicht aus, um die hohen Verluste im Bereich der Vorsorge- und Rehakliniken (-19,8 %) und in der Hotellerie (-5,5 %) zu kompensieren. Erfreulich: Der Städtetourismus in Schleswig-Holstein läuft wieder an. Die Mitglieder der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V. (MakS) meldeten zum Jahresende insgesamt einen Übernachtungszuwachs von 1,3 %.

### **Campingsegment als unangefochtener Spitzenreiter**

Die Schere bei den Betriebstypen ist auch 2022 noch weit geöffnet. Die Campingplätze konnten den Schwung aus der Hochphase der Pandemie, als vor allem autarke Unterkunftsformen gefragt waren, auch mit ins Jahr 2022 nehmen und verzeichneten über ein Viertel mehr Übernachtungen als 2019. Ferienhäuser/-wohnungen legten ebenfalls zu (+12,3 %). Hotellerie (-3,9 %) und Ferienzentren (-2,0 %) lagen nur noch leicht unter den Übernachtungszahlen aus 2019. Bei den Gruppenunterkünften zeigt sich kein einheitliches Bild: Die Jugendherbergen waren wieder leicht im Plus (+1,0 %), Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime (-17,8 %) haben hingegen noch deutlich zu kämpfen. Auch für die Kur- und Rehakliniken (-12,2 %) lief das Jahr noch verhalten.

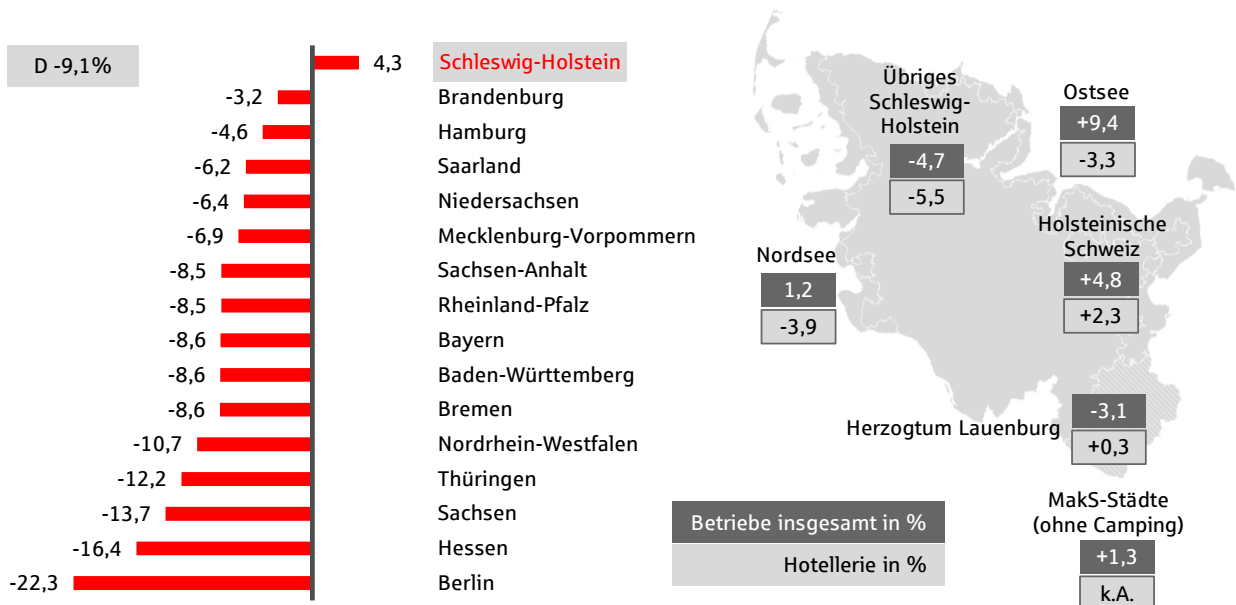
### **Modellprojekt Kennzahlen: Übernachtungen des touristischen Gesamtmarktes 2022 3,4 % über einem Normaljahr**

Im Rahmen des Modellprojektes Kennzahlen des Sparkassen-Tourismusbarometers stellen zehn Modellkommunen monatlich ihre Daten rund um die Meldescheinstatistik und Buchungsentwicklung zur Verfügung. Sie stehen für rund 44 % der touristischen Gesamtnachfrage in Schleswig-Holstein und ermöglichen somit einen umfassenden Blick auf aktuelle Entwicklungen einschließlich der Betriebe <10 Betten und einen Ausblick auf die kommende Saison. Daraus lassen sich kurzfristige Handlungsbedarfe für das Marketing und strategische Entscheidungen ableiten.

Im Kalenderjahr 2022 bilanzierten die Modellorte (ohne Büsum) gegenüber einem Normaljahr einen Übernachtungszuwachs von 3,4 %. Die Ostseeorte (ohne die großen Städte) standen hier besser da als diejenigen an der Nordsee. Die Zahlen aus der Meldescheinstatistik in den Modellorten liegen für 2022 in etwa auf dem Niveau der amtlichen Statistik. Dies deutet auf eine stabile Marktsituation auch der Kleinstvermieter unter 10 Schlafgelegenheiten hin. Gleichzeitig scheinen sich diese – im Gegensatz zur Hochphase der Corona-Pandemie – eben nicht mehr überdurchschnittlich stark zu entwickeln, was auf eine gewisse Rückkehr zu normalen Reisemustern auch bei der Wahl der Betriebstypen hindeutet.

Marktentwicklungen 2022 aus der amtlichen Statistik und dem Modellprojekt Kennzahlen

Gewerbliche Übernachtungen (>10 Schlafgelegenheiten) 2022 ggü. 2019 in %



#### Wer kommt in Schleswig-Holstein noch am besten durch die Krise?

##### Herkunft der Gäste SH

Inland	+6,1%
Ausland	-22,8%

##### Destinationstypen D

Küsten	-1,4%
Seen	-4,0%
Städte	-13,2%
(Auswahl)	

##### Gemeindegruppen

Heilbäder	31,7%
Übrige Gemeinden	2,3%
Nordseebäder	0,3%
Ostseebäder	-3,2%
Luftkurorte	-4,4%
Erholungsorte	-11,3%

Camping-  
plätze  
+27,8%

##### Betriebstypen

Ferienhäuser, -wohnungen	+12,3%
Ferienzentren	-2,0%
Hotellerie	-3,9%
Gruppenunterkünfte	-11,3%
Vorsorge-/Rehaklinken	-12,2%

#### Modellprojekt Kennzahlen

##### ► Meldescheinstatistik Modellorte

	2022 ggü. 2021	2022 ggü. 2019
Ankünfte	+13,6%	+2,4%
Übernachtungen	+4,4%	+3,4%
darunter: Nordsee -0,1% Ostsee +7,3%		

##### ► Buchungslage Januar/Februar 2023 ggü. Januar/Februar 2019:

Anzahl der Buchungen	-4,2%
gebuchte ÜN	-2,6%
Umsatz	+9,7%

16,2 Mio. ÜN-Volumen Meldescheine 2022

+3,4%	ÜN-Volumen
-7,5%	Buchungen
-1,6%	gebuchte ÜN
+8,8%	Umsätze

2022 ggü.  
2019

\* Auswertung ohne Büsum

Quelle: dwif 2023, Daten: Modellprojekt Kennzahlen, Statistische Landesämter, Statistikamt Nord

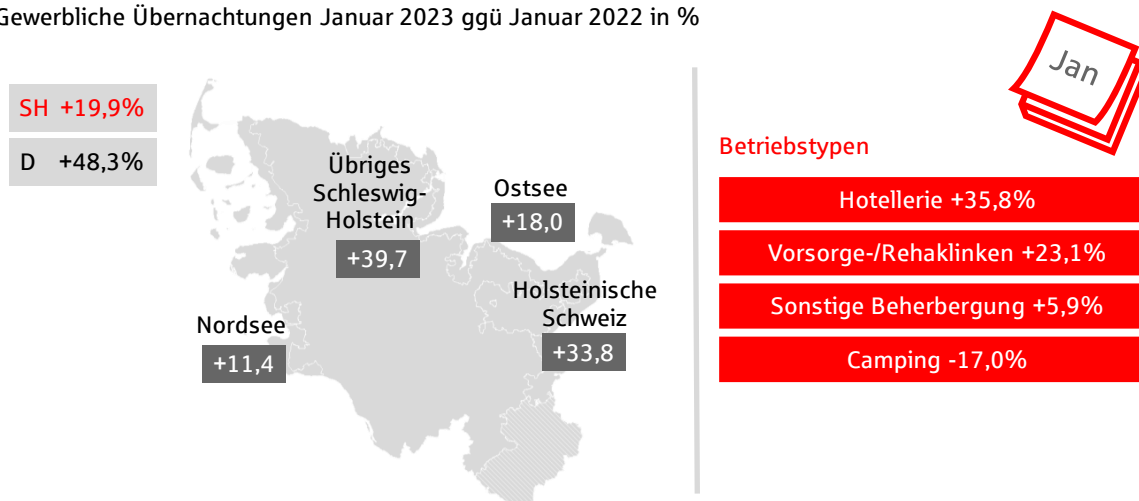


Während 2022 die Anzahl der Buchungen um 7,5 % unter dem 2019er Niveau lag, wurden auch rund 1,6 % weniger Übernachtungen je Buchung erfasst. Dies ist ein Indiz dafür, dass die Gäste 2022 weiterhin etwas länger an der Nord- und Ostsee verweilen als noch vor der Corona-Pandemie. Nachdem die aus den gebuchten Übernachtungen resultierenden Umsätze bereits 2021 gegenüber 2019 in den Modellorten um rund 21 % gestiegen waren, nivellierte sich der absolute Umsatzwert 2022 im Mittel beider Jahre. Die Kombination weniger Buchungen/gebuchte Übernachtungen verbunden mit einem stabilen Umsatz ist ein fortlaufender Beleg für das gestiegene Preisniveau in den Modellorten. Im Jahresbericht 2023 wird es hierzu eine detaillierte Darstellung geben. Januar/Februar 2023: Das aktuelle Buchungsniveau lag in den ersten beiden Monaten 2023 in den Modellorten knapp unter dem Vergleichswert des Jahres 2019 (Buchungen -4 %, gebuchte Übernachtungen -3 %). Auf der Umsatzseite setzt sich der Trend der Vorjahre fort. Anfang 2023 steigen die Umsätze aus den gebuchten Übernachtungen weiter an, was auf den anhaltenden Kostendruck der Branche hindeutet.

### Gelungener Jahresstart 2023

Die schleswig-holsteinischen Betriebe sind erfolgreich ins neue Jahr gestartet. Mit rund einem Fünftel mehr Übernachtungen im Januar als im Vorjahr und auch einem deutlichen Plus gegenüber 2019 (+12,0 %) stehen die Vorzeichen für ein erneutes erfolgreiches Jahr gut. Im Übrigen Schleswig-Holstein (+39,7 %) und in der Holsteinische Schweiz (+33,8 %) stiegen die Übernachtungen gegenüber dem Vorjahr besonders stark – und zwar über alle Betriebstypen hinweg. Auch an der Ostsee (+18,0 %) profitierten alle Betriebstypen. Lediglich an der Nordsee (+11,4 %) gab es Rückgänge im Sonstigen Beherbergungsgewerbe. Allerdings ist bei den Januarzahlen das im Jahresvergleich niedrige Übernachtungsvolumen und die damit einhergehende geringe Bedeutung für das Jahresergebnis zu berücksichtigen.

Gewerbliche Übernachtungen Januar 2023 ggü Januar 2022 in %



Quelle: dwif 2023, Daten: Statistische Landesämter, Statistikamt Nord

Die Aussichten sind nachfrageseitig trotz der volatilen Rahmenbedingungen verhalten positiv. Das Städteerlebnis im Leisure-Segment wird wieder nachgefragt. Für Anbieter mit hohen Anteilen im klassischen Geschäftsreisemarkt stellt sich zunehmend die Frage einer thematischen Neuausrichtung bzw. einer Zielgruppendifferenzierung. Gleichzeitig nehmen Nachhaltigkeitsaspekte, Klimaschutz durch Tourismus und Maßnahmen zur Klimaanpassung an Bedeutung und Wucht zu. Die klimatischen Rahmenbedingungen sind immer häufiger z.B. über Extremwetterereignisse spürbar. Der Tourismus ist gefordert, angebots- wie nachfrageseitig seinen Beitrag zu leisten, nicht zuletzt, um seine Existenzgrundlage zu sichern.

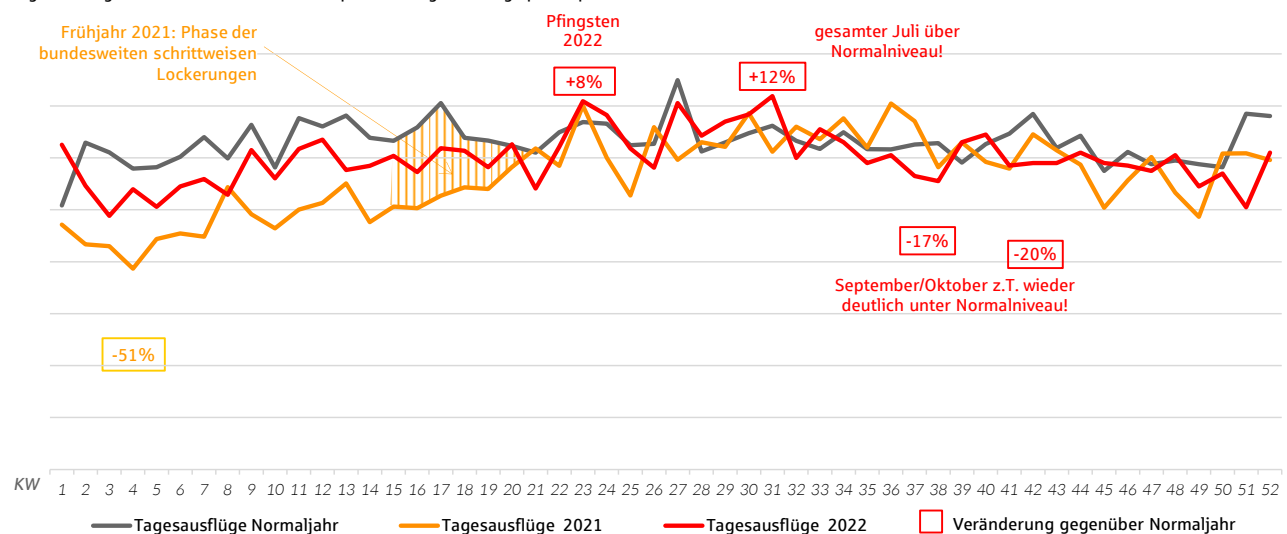




## Tagesreisen/Freizeitwirtschaft in Schleswig-Holstein

Der Tagesreisenmarkt hatte bundesweit bis zum Juni 2022 wieder das Niveau von 2019 erreicht und stabilisierte sich auf diesem Niveau bis in den August hinein. Ab September sank das Volumen der Tagesausflüge teilweise wieder um 10 bis 20 Prozent unter das „Normalniveau“, eine Entwicklung, die bis Ende 2022 anhielt. Diese Zurückhaltung deckt sich mit der medialen Berichterstattung rund um Energieengpässe bis hin zu einem gefühlten Alarmismus, den steigende Energiepreise und die allgemeine Inflation auslösten. Ob reale Wirkung in der Geldbörse oder zunächst unter Vorsichtsgedanken; Fakt ist, dass die Menschen in dieser Phase weniger Ausflüge unternommen haben als üblich und auch bei den Ausgaben gespart wurde.

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



Quelle: dwif 2023, Daten: Statistische Landesämter, Statistikamt Nord

Tagestourismusmanagement ist als gemeinschaftliche Aufgabe in einer Destination zu verstehen. Die Tourismusorganisationen können die Herausforderungen an einigen Stellen zusammen mit starken Partnern direkt steuern, in anderen Bereichen sind sie Partner oder Impulsgeber. Fünf Ansatzpunkte für eine aktive Bearbeitung des Tagesreisenmarktes:

- Produkte & Erlebnisse entwickeln: DMO als tagestouristische Erlebnisarchitektin und Einheimische als Zielgruppe verstehen
- Zielgruppen kennen & verstehen: Einwohner und Tagesgäste – Stadt- und Landbevölkerung mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen ansprechen
- Wertschätzung erhöhen: Tagestourismus als Wirtschafts-, Image- und Lebensqualitätsfaktor stärker in die Köpfe bringen
- Besucher managen: Buchbarkeit, Lenkungsmöglichkeiten, Datenerhebung und -nutzung
- Mobilität in die Produktgestaltung integrieren: aktives Mobilitätsmanagement betreiben (ÖPNV & letzte Meile, Parkraum etc.)



### Freizeiteinrichtungen im Aufwind, aber noch nicht auf Normalniveau

2022 kann für die Freizeiteinrichtungen fast schon wieder als Normaljahr gelten – gab es doch keine pandemiebedingten Schließungen, eine Abschaffung der Maskenpflicht im Jahresverlauf und auch sonst kaum noch übergeordnete Reglementierungen. Trotz der besseren Rahmenbedingungen als in den beiden Vorjahren blieben die Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein und bundesweit hinter dem Ergebnis des Jahres 2019 zurück. Mit 7,4 % weniger Besuchern als 2019 schneiden die Einrichtungen im Norden damit dennoch erneut besser ab als in den anderen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern (-13,4 %).

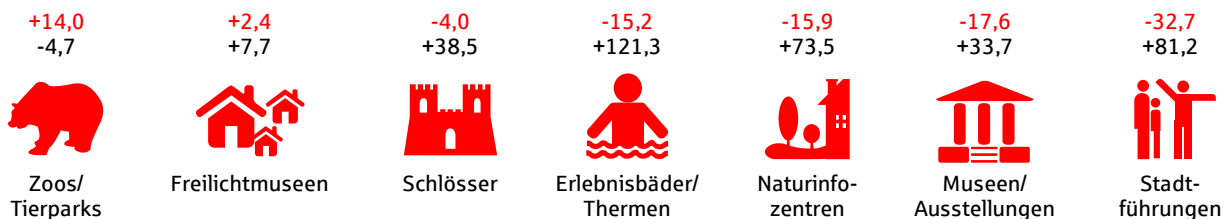
Im Saisonverlauf zeigt sich einmal mehr die Volatilität der Freizeitbranche. Nach noch niedrigen Besucherzahlen zu Jahresbeginn kam die Branche ab März in Schwung. Im Mai konnte das Besucherniveau des Jahres 2019 sogar um 5,3 % übertroffen werden. Ausgerechnet in den besucherstarken Sommermonaten war man aber wieder recht deutlich vom Jahr 2019 entfernt. Nach einem erneuten zwischenzeitlichen Hoch im Oktober – begünstigt durch einen goldenen Herbst, der bis in den November reichte – gab es im Dezember einen deutlichen Einbruch. Jeder vierte Besucher fehlte zum Jahresende gegenüber 2019. Hier spielen vermutlich sowohl die starke Infektwelle bei Atemwegserkrankungen in diesem Zeitraum als auch die Inflation eine Rolle.

Die Spannweite bei den Kategorien ist 2022 wieder geringer geworden. Deutliche Unterschiede gibt es aber weiterhin:

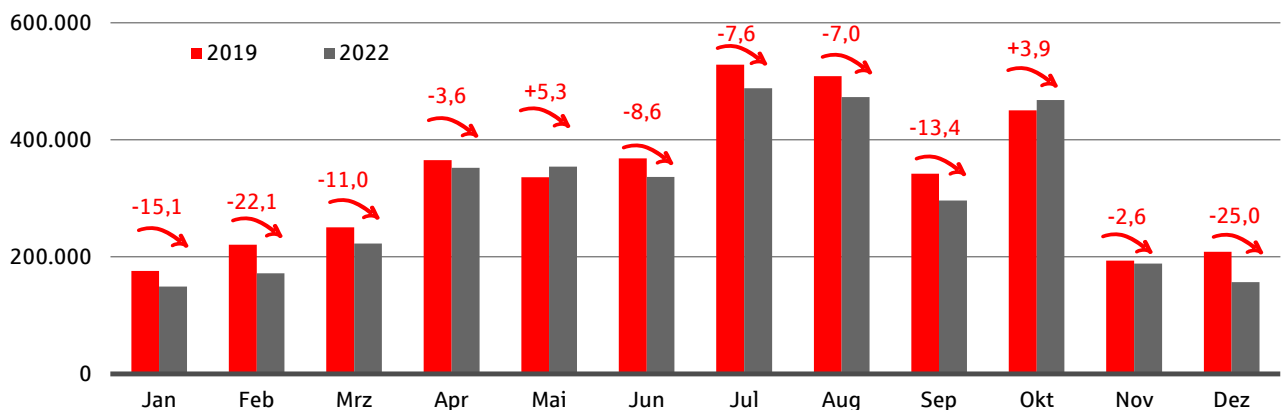
- Die Erfolgswelle der Zoos und Tierparks ging auch 2022 weiter. Die beliebten Outdoor-Einrichtungen begrüßten 2022 14,0 % mehr Besucher als 2019. Das Top-Ergebnis aus dem Vorjahr konnten sie allerdings nicht wieder erreichen und lagen gegenüber dem Jahr 2021, als Outdoor-Einrichtungen für viele die einzige Option waren, 4,7 % zurück. Ein besseres Abschneiden verhinderte das schwache Ergebnis im Dezember – hier fehlte gegenüber 2019 rund ein Drittel der Besucher.
- Mit den Freilichtmuseen übertraf 2022 auch eine zweite Kategorie das Jahresergebnis von 2019 (+2,4 %). Als einzige Kategorie gab es bei den Freilichtmuseen mit dem April nur einen Monat, in dem das Ergebnis von 2019 deutlich verfehlt wurde.
- Die Schlösser in Schleswig-Holstein haben ein Jahr mit Höhen und Tiefen hinter sich. Deutlichen Einbrüchen zwischen Januar und März stand ein Sommer in etwa auf dem Niveau von 2019 gegenüber und ein herausragender Herbst. Im Oktober und November wurden Wachstumsraten von 30 bis 40 % erreicht. Im Dezember verkauften die Einrichtungen dann wieder deutlich weniger Tickets als 2019.
- Die Erlebnisbäder und Thermen haben sich nach zwei schwierigen Jahren 2022 wieder zurückgekämpft. Mit 15,2 % weniger Besuchern als 2019 hielten sie die Verluste wieder in Grenzen und legten gegenüber 2021 am stärksten von allen Kategorien zu. Vor dem Hintergrund des hohen Energiebedarfs dieser Einrichtungen und den damit einhergehenden stark steigenden Kosten und verständlichen Preiserhöhungen bleibt abzuwarten, wie sich diese Kategorie im Jahr 2023 entwickeln wird.
- Die Lage der Naturinfozentren ist nach wie vor durchwachsen. Im Gegensatz zu den Vorjahren gab es keine Einrichtung mehr, die aus Vorsichtsgründen das ganze Jahr über geschlossen hatte. Dennoch wurden 15,9 % weniger Besucher als 2019 gezählt. Zuwächse gab es nur im Mai.
- Die Museen/Ausstellungen verzeichneten mit 17,6 % weniger Besuchern als 2019 deutliche Verluste. In dieser Kategorie ist es jedoch weiterhin so, das Freud und Leid nah beieinander liegen. Einige Einrichtungen konnten sich über fast gleichbleibende oder sogar steigende Besucherzahlen freuen. In anderen Einrichtungen fehlte weiterhin jeder dritte Besucher oder mehr. Im Dezember war die Lage mit -37,3 % besonders schwierig.
- Die Stadtführungen bilden weiterhin das Schlusslicht. Gegenüber 2019 fehlte noch rund jeder dritte Teilnehmer. Die niedrigen Zahlen resultieren auch aus einem nach wie vor reduzierten Angebot sowie den noch nicht komplett wieder angelaufenen Gruppenreisen. Die leichten Übernachtungszuwächse, die die MakS-Städte 2022 erzielen konnten, zeigen jedoch, dass auch im Städtetourismus die Dynamik zurückkehrt, was sich auf die Teilnehmerzahlen der Stadtführungen positiv auswirken dürfte.

## Besucherentwicklung in der Freizeitwirtschaft Schleswig-Holstein 2022 ggü. 2019 und 2021 %

Schleswig-Holstein  
ggü. 2019: -7,4  
ggü. 2021: +37,5



## Monatliche Besucherzahlen in Schleswig-Holstein 2019 und 2022



Quelle: dwif 2023, Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Neben den nachfrageseitigen Herausforderungen baut sich der Druck auf die Freizeitwirtschaft zunehmend über die Kostenseite auf: Viele Angebotssegmente leiden unter steigenden Energie- und Rohstoffpreisen, von Museen über Zoos und allen voran die Bäder. (Teil)Schließungen sind bislang noch die Ausnahme, aber die Freizeiteinrichtungen müssen die höheren Kosten für einen dauerhaften Betrieb an die Besucher:innen weitergeben. In den vergangenen Jahren sind die Eintrittspreise nur leicht gestiegen, von 2022 auf 2023 zogen sie dagegen deutlich an. Und trotzdem funktionieren auch hochpreisige Angebote weiterhin am Markt, nur eben mit insgesamt weniger Besuchen, die als Tagesauflüge vom Wohnort oder Aktivität am Urlaubsort unternommen werden. Für die Betriebe bleibt es ein Balanceakt zwischen notwendigen Preiserhöhungen und den Reaktionen der Nachfrage. Und genau diese Nachfrage reagierte 2022 laut Statistischem Bundesamt noch mit gestiegenen Konsumausgaben, allerdings auf Kosten einer noch stärker rückläufigen Sparquote. Die Konsumenten konnten bislang also noch auf Kosten der Ersparnisse die steigenden Preise überbrücken und weitgehend an ihren Konsumgewohnheiten festhalten. Letztlich wird 2023 zeigen, wie lange die hohe Inflation wirkt und ob dauerhafte Auswirkungen auf der Konsumlaune die Folge sein werden.





[www.tourismusbarometer.sh](http://www.tourismusbarometer.sh)

**Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Ihre Ansprechpartner:**

Herausgeber: Sparkassen- und Giroverband  
für Schleswig-Holstein  
Gyde Opitz  
Faluner Weg 6  
24109 Kiel

Tourismusverband  
Schleswig-Holstein e. V.  
Dr. Catrin Homp  
Wall 55  
24103 Kiel

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

Karsten Heinsohn  
Marienstraße 19/20  
10117 Berlin