

PRESSE-INFORMATION

28. Februar 2022

Gemischte Bilanz des Schleswig-Holstein-Tourismus 2021: Vorjahresergebnis übertroffen, 2019 aber noch nicht erreicht. Camping weiter Trend, Incoming weiter nur marginal

Kiel. Der Schleswig-Holstein-Tourismus 2021 startete verzögert, landesweit erst am 17. Mai 2021 nach 4,5 Monaten coronabedingter Schließzeit. Einen Lichtstreif am Horizont der Tourismusbranche bildete die Entscheidung des Landes, sicheres Reisen in vier Modellprojekten zu testen. Die Jahresbilanz 2021 des Schleswig-Holstein-Tourismus fällt dementsprechend auch gemischt bis gut aus. 32,38 Mio. Übernachtungen wurden in 2021 generiert. Damit ist das Jahresergebnis deutlich besser als in 2020. Um an das Volumen von 2019 anzuschließen, fehlen noch 3,58 Mio. Übernachtungen.

Einschätzung Dr. Bernd Buchholz zu 2021:

„Grundsätzlich gut gemeistert, so lässt sich das Ergebnis des Schleswig-Holstein-Tourismus 2021 zusammenfassen. Zum Referenzjahr 2019 fehlen nur noch 3,58 Mio. Übernachtungen, das ist ein durchschnittlicher Monat Oktober, aber das darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Bilanz in vielen Betrieben gemischt ist! Da gibt es die, die durch die Premiumlage am Strand ein Spitzenergebnis erzielten, aber eben auch viele Betriebe aus Tourismus-, Freizeit- und insbesondere Veranstaltungswirtschaft, die erheblich gelitten haben und noch lange nicht über den Berg sind“, sagte Tourismusminister Dr. Bernd Buchholz anlässlich der Vorstellung der touristischen Jahresbilanz 2021.

Im Vergleich mit den anderen Bundesländern stehe Schleswig-Holstein sehr gut da, aber auch da werde der Wettbewerb in Kürze wieder deutlich anziehen, wenn 2022 die europäischen Ziele und 2023 die Fernziele wieder mehr in den Fokus der Reisenden rückten, so Buchholz.

Einschätzung Dr. Bettina Bunge zu 2021:

„Auch wenn das Jahresergebnis 2021 auf den ersten Blick durchaus gut erscheint, ist es umso wichtiger, es differenziert zu betrachten. Das Incoming-Geschäft aus unseren wichtigsten ausländischen Quellmärkten Dänemark, Österreich und Schweiz ist nach wie vor verschwindend

Seite 1 von 4

gering. Es ist noch nicht einmal die Hälfte des Niveaus von 2019 erreicht. Das Tagungs- und Veranstaltungsgeschäft ist noch immer in schwierigem Fahrwasser“, sagte Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein.

Sie führte weiter aus: „Wie bereits in den Vorjahren sind die Menschen auch 2021 vorwiegend an die Küsten von Nord- und Ostsee gereist. Die größten Volumenbringer waren die Kreise Nordfriesland (mit 8,8 Mio. Übernachtungen), Ostholstein (7,9 Mio. Übernachtungen) und die kreisfreie Stadt Lübeck (1,76 Mio. Übernachtungen). Dabei ist durchaus eine Konzentration auf die Sommermonate zu verzeichnen. Die hohen Gästezahlen im Sommer bedeuten auch einen Stresstest für Einwohnerinnen und Einwohner. Die Besucherakzeptanz wird eines der wichtigen Aufgabenfelder für die nähere und weitere Zukunft im Tourismus werden“, ist sich Bunge sicher.

Schleswig-Holstein weiter als Ganzjahresdestination positionieren

Die Hauptaufgabe der TA.SH bleibt es weiterhin, die Nebensaison und die Region zwischen den Küsten zu bewerben und so zur saisonalen und geografischen Verteilung der Gästegruppen beizutragen. „echt nordiSH“ lautet der Claim der aktuellen Kampagne der TA.SH. Diese Hauptkampagne startete im Herbst/Winter 2020/21 und wird jetzt um die Themenlinien „Das Mehr zwischen den Küsten“, „Fahrradland Schleswig-Holstein“, „Küstenweisheiten“ sowie „Kulinarik“ (dies exklusiv für den dänischen Markt) ausgedehnt. Die Auspielung der Themenlinien ist im Frühjahr sowie in der Herbst-/Wintersaison 2022 geplant.

Die wichtigsten Details der Jahresstatistik 2021:

Modellregionen

Mit den Modellprojekten öffnete sich in Schleswig-Holstein, mit dem Start der ersten Modellregion am 19. April 2021, die Tür zum touristischen Reisen. Plötzlich hatte der echte Norden auf der bundesweiten Reiselandskarte eine Alleinstellung. Für die Bekanntheit des Tourismusstandortes Schleswig-Holstein und nicht zuletzt auch der beteiligten Modellregionen bedeutet dies zudem einen enormen Imagegewinn.

Modellregionen waren: Schlei-Region mit Eckernförde (Start: 19.04.2021), Kreis Nordfriesland (Start: 01.05.2021), Innere Lübecker Bucht (Start: 07.05.2021) sowie Büsum (Start: 17.05.2021).

Mit dem Restart des gesamten Tourismus am 17.05.2021 endeten die Modellprojekte.

Regional große Unterschiede

Die Menschen wollten 2021 unbeschwertem Natururlaub erleben, vorzugsweise am Meer. Gegenüber dem Jahr 2020 zeigen alle Regionen ein zweistelliges Plus. Nimmt man aber 2019 als Referenz, wird deutlich: das Binnenland und die Städte haben noch kräftigen Nachholbedarf. Nach den Lockerungen im Frühjahr 2021 war die Nachfrage nach Sommer- und Herbsturlaub besonders stark. Juli und August waren so gut gebucht wie nie zuvor.

Aufenthaltsdauer

Während die Aufenthaltsdauer deutschlandweit 3,2 Tage betrug, blieben die Gäste in Schleswig-Holstein mit 5,0 Tagen* am längsten.

(*Diese Zahl bezieht sich auf Januar - November 2021, da das Bundesergebnis für Dezember 2021 zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht veröffentlicht wurde.)

Campingwirtschaft

Camping boomt, das zeigen erneut die Zahlen aus 2021. Insgesamt wurden 5.334.511 Mio. Übernachtungen im Durchgangscamping gezählt. Der Vergleich zum Vor-Coronajahr 2019 ist deutlich: im gesamten Jahr 2021 wurde ein Plus von 1,1 Mio. Übernachtungen auf den landesweit 275 Campingplätzen generiert. Hier zeigt sich besonders der Wunsch der Urlaubenden nach Unabhängigkeit, Abstand und Natur.

Die Campingentwicklung:

Übernachtungen 2015	3.500.847 Mio.	- 0,1 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2016	3.739.733 Mio.	+ 6,8 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2017	3.621.743 Mio.	- 2,3 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2018	4.201.572 Mio.	+ 16,0 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2019	4.288.192 Mio.	+ 2,1 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2020	4.667.381 Mio.	+ 8,8 % ggü. Vorjahr
Übernachtungen 2021	5.334.511 Mio.	+ 14,3 % ggü. Vorjahr

Campinganteil am Gesamtvolumen:

5,3 Mio. Übernachtungen auf Campingplätzen, das ist neuer Höchststand. Damit hat in 2021 der Campinganteil 17 % des Gesamtvolumens erreicht. 2019 betrug der Anteil am Gesamtvolumen nur 12 %.

Die TOP 15 Orte/Gemeinden

Nahezu alle Hot Spots an Nord- und Ostsee konnten in diesem Jahr mehr Volumen als im Vorjahr erzielen, wobei fast alle Orte ggü. 2019 noch immer Rückgänge bei den Übernachtungen hinnehmen mussten. Zu den Top 15 Orten und Gemeinden im Jahr 2021 gehören in dieser Reihenfolge:

Gemeinde Sylt (+10 % ggü. VJ), **Lübeck mit Travemünde** (+12 % ggü. VJ), **Sankt Peter-Ording** (+13 % ggü. VJ), **Grömitz** (+12 % ggü. VJ), **Fehmarn** (+11 % ggü. VJ), **Timmendorfer Strand** (+3 % ggü. VJ), **Büsum** (+5 % ggü. VJ), **Wyk auf Föhr** (+11 % ggü. VJ), **Scharbeutz** (+6 % ggü. VJ), **Wenningstedt-Braderup** (+4 % ggü. VJ), **Kiel** (+17 % ggü. VJ), **Kappeln** (+45 % ggü. VJ), **Heiligenhafen** (-9 % ggü. VJ), **Dahme** (+22 % ggü. VJ), **Kellenhusen** (+3 % ggü. VJ).

Schleswig-Holstein im Wettbewerb der Bundesländer

Schon seit Jahren gehört Schleswig-Holstein zu den beliebtesten Reisezielen in Deutschland. Pandemiebedingt haben noch mehr Menschen ihren Urlaub im eigenen Land verbracht und reisten teilweise erstmals in den echten Norden. Im Wettbewerb der 16 Bundesländer hat sich Schleswig-Holstein im Jahr 2021 im Hinblick auf die Übernachtungen (inkl. Camping) erstmals vom vierten auf den dritten Platz* vorgeschoben. Die vorderen Plätze belegen Bayern (Platz 1) und Baden-Württemberg (Platz 2).

**/bezieht sich auch die Monate Januar bis November 2021. Zum Zeitpunkt dieser Veröffentlichung lag das Bundesergebnis für Dezember noch nicht vor).*

Link zur PI:

<https://www.sh-business.de/aktuelle-presseinformationen>

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation für Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungsstandorts Schleswig-Holstein mit dem Ziel, potenzielle Gäste für den echten Norden zu begeistern. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.