

Tourismus in Schleswig- Holstein Tourism in Schleswig- Holstein



Alter Meierhof, Wellness
Alter Meierhof, Spa hotel

Die große Vielfalt

Die Bandbreite des Tourismus ist in Schleswig-Holstein so groß und vielfältig wie das Land selbst. Die Touristen hier sind nicht nur die klassischen Nord- und Ostsee-Urlauber. Auch Tagesausflügler vom Wohn- und Urlaubsort, Übernachtungsgäste in allen gewerblichen Beherbergungsstätten, vom First-Class Hotel über Pensionen bis zur Jugendherberge und zu Kurkliniken sind darunter.

Übernachtungsgäste in Privatquartieren und in Ferienwohnungen/-häusern sowie Campinggäste auf Touristik- und Dauerstandplätzen gehören auch dazu. Besuche von Freunden, Bekannten und Verwandten in den Privatwohnungen der Einheimischen sowie Übernachtungen in Zweitwohnungen sind ebenfalls von Bedeutung.

Nachfolgend werden alle Reismotive berücksichtigt, die zum Tourismus in Schleswig-Holstein führen. Dies sind Urlaubsreisen, Kuraufenthalte, Geschäftsreisen, Tagungen, Durchreisen und Besuche. Langzeitgäste zählen natürlich auch dazu.

Nachfrage bringt Umsatz

In diesem Zusammenhang sind der Nachfrageumfang und die während des Aufenthaltes in Schleswig-Holstein getätigten Ausgaben der Touristen von besonderer Bedeutung.

Die Ausgaben für Reisevor- und -nachbereitung, wie beispielsweise der Kauf von Reiseliteratur, Landkarten, Filmen, Filmentwicklung von Urlaubsfotos etc. sowie die Ausgaben für Reisen in das Ausland, wie der Reisepreis, das Taxi zum Flugplatz oder die Liegeplatzgebühren bei Bootseigentümern sind zwar auch im weiteren Sinne einkommenswirksam für die gesamte Tourismusbranche in Schleswig-Holstein, sollen aber hier nicht weiter berücksichtigt werden.

Great diversity

The scope for tourism in Schleswig-Holstein is as large and diverse as the region itself. Tourists here are not only the traditional holidaymakers on the North Sea and the Baltic. They also include people making day trips from home and from other holiday destinations, as well as overnight guests in all commercial accommodation establishments, ranging from first-class hotels through bed and breakfast establishments to youth hostels and health clinics.

They also include overnight guests in privately-run accommodation and in holiday flats/houses, and also camping guests on tourist and long-stay sites. Visits of friends and relatives to the private dwellings of the people who live here, and also overnight stays in second homes are similarly important.

On the following pages account will be taken of all the factors which lead people to become tourists in Schleswig-Holstein. These include holiday trips, stays in health resorts, business trips, conferences, stopovers, and visits to friends and relatives. Long-term visitors are of course also included in this.

More demand - more turnover

Particularly important in this connection are the scale of demand and the actual spending on the part of tourists during their stay in Schleswig-Holstein.

Spending on preparing for trips and spending upon return from a journey, such as, for example, the purchase of travel literature, maps, films, developing of holiday photos etc. and also spending on trips abroad, such as the cost of the journey, the taxi to the airport or the mooring charges for boat owners, are also important revenue-earning factors for the entire tourist sector in Schleswig-Holstein, but will not be taken into account in any more detail here.



Spaß für die ganze Familie am Strand von Travemünde / Fun for all the family on the beach at Travemünde

Ein Spitzenplatz am deutschen Tourismusmarkt

Schleswig-Holstein gehört zu den traditionsreichsten Tourismusregionen Deutschlands. Im gesamten Tourismusmarkt der Bundesrepublik steht Schleswig-Holstein heute bereits an dritter Stelle. Und dies mit eindeutig steigender Tendenz. Von allen Urlaubsreisen mit mindes-

tens fünf Tagen Aufenthalt in Deutschland führen rund 13,5 Prozent nach Schleswig-Holstein.

Bezogen auf alle inländischen und ausländischen Urlaubsreisen der Deutschen entspricht dies einem Marktanteil von 4,1 Prozent. Geschäftsreisen und Kurzurlaube nicht mitgerechnet.

A leading position in the German tourism market

Schleswig-Holstein is one of the tourist regions of Germany which are richest in tradition. Today Schleswig-Holstein holds third position within the German tourist market. And it is clear that this upward trend is likely to continue. Around 13.5 per cent of all holiday trips in Germany with a stay of at least five days have Schleswig-Holstein as destination. Compared to all holiday trips made by Germans either within Germany or abroad, this represents a market share of 4.1 per cent. This does not take into account business trips or short breaks.

Urlaubsreiseziele der Deutschen 2002

Holiday destinations chosen by German people 2002

Deutschland gesamt / Germany overall:	80,0 %
darunter / of which: Bayern	6,5 %
Mecklenburg-Vorpommern	4,5 %
Schleswig-Holstein	4,1 %
Niedersachsen	3,8 %
Baden-Württemberg	3,0 %
Ausland gesamt / Foreign countries overall:	69,5 %

*Quelle: F.U.R. (Hrsg.): Reiseanalyse 2003, Erste Ergebnisse, ITB Berlin 2003.
Source: F.U.R. (publisher): Reiseanalyse 2003, Erste Ergebnisse, ITB Berlin 2003.*

©2004 Copyright: Dipl.-Vw. Wolfgang Schickler
MARKREKOM/WS CreativeConsulting
www.markrekom.de
www.ws-creativeconsulting.de



Sommerland 37
D-24576 Bad Bramstedt
Fon: +49 (0) 41 92 / 8 53 29
Fax: +49 (0) 41 92 / 89 97 54
Mob: +49 (0) 1 79 - 40 55 993
Mail: info@markrekom.de
info@ws-creativeconsulting.de