

# Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Vorstellung im Rahmen der Konferenz zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Stand: 25.03.2025

Neumünster, 02. April 2025

Dr. Sabrina Seeler (DI Tourismusforschung, FH Westküste)



## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

### Zielsetzung des Kennzahlensets:

Übergeordnete Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030  
... in gemeinschaftlicher Zielerreichungs-Verantwortung aller touristischen Akteure  
... unter Koordination des WMVATT



**2020**

Entwicklung im  
Rahmen der Strategie-  
entwicklung 2030

Teil des  
Umsetzungs-  
controllings im  
MWWATT

**2025**

Anpassung einzelner  
Kennzahlen &  
Definition Zielgrößen

laufende  
Messung und  
Zielerreichungs-  
kontrolle

**2030**

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

### Handlungsfeld 6: Strukturen & Kooperation

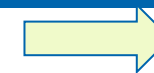
### Zielsetzung des Kennzahlensets:

Übergeordnete Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

... in gemeinschaftlicher Zielerreichungs-Verantwortung aller touristischen Akteure

... unter Koordination des WMVATT

Leitprojekte
<b>Leitprojekt 1 „Umsetzungsmanagement“:</b> Aufbau eines Umsetzungsmanagements als „Kompetenzzentrum Tourismus SH“ zur Umsetzung der Landestourismusstrategie sowie zur entsprechenden Implementierung neuer Umsetzungs- und Zusammenarbeitsstrukturen
<b>Leitprojekt 2 „Aufgabenprofile“:</b> Entwicklung von Aufgabenbeschreibungen für alle Ebenen und Akteure im touristischen System in Schleswig-Holstein in Bezug auf die innengerichteten Entwicklungs- und Managementaufgaben
<b>Leitprojekt 3 „LTO-Leitfaden“:</b> Überarbeitung und Weiterentwicklung der bestehenden Leitfäden „Optimierung der touristischen Strukturen auf der lokalen Ebene“ aus den Jahren 2008ff.
<b>Leitprojekt 4 „Landesweites Kennzahlensystem“:</b> Aufsetzen eines Kennzahlensystems über alle Ebenen hinweg, zentrale Erfassung der Kennzahlen, Aufbau eines landesweiten Monitorings, Controllings und Benchmarkings



**2020**

Entwicklung im  
Rahmen der Strategie-  
entwicklung 2030

Teil des  
Umsetzungs-  
controllings im  
MWWATT

**2025**

Anpassung einzelner  
Kennzahlen &  
Definition Zielgrößen

laufende  
Messung und  
Zielerreichungs-  
kontrolle

**2030**

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

**„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN,  
VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“**

### ZIELBEREICHE

Nachhaltige Entwicklung

Qualitatives Wachstum

Zufriedenheit & Akzeptanz

KENNZAHLEN

### ANPASSUNG EINZELNER KENNZAHLEN

Alle KPIs sind  
dauerhaft  
messbar!

Für alle KPIs ist ein  
regionaler Beitrag  
messbar!

Möglichst im  
Einklang mit DTV-  
Kennzahlenset!

OPERATION-  
ALISIERUNG

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

**„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN,  
VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“**

### ZIELBEREICHE

Nachhaltige Entwicklung

Qualitatives Wachstum

Zufriedenheit & Akzeptanz

KENNZAHLEN

### DEFINITION VON ZIELZAHLEN

Betrachtung von  
Zeitreihen &  
Ergebnissen

Qualitative &  
quantitative  
Veränderungen

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

**„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN, VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“**

### ZIELBEREICHE

**Nachhaltige Entwicklung**

**Qualitatives Wachstum**

**Zufriedenheit & Akzeptanz**

**KENNZAHLEN**

**Steigerung der Nachhaltigkeitsrelevanz**

Handlungsfeld 1:  
**Marketing**

Handlungsfeld 2:  
**Qualität und Wettbewerbsfähigkeit**

Handlungsfeld 3:  
**Infrastruktur**

Handlungsfeld 4:  
**Mobilität**

Handlungsfeld 5:  
**Ökologische Transformation und Klimafolgenanpassung**

Handlungsfeld 6:  
**Strukturen und Kooperationen**

Handlungsfeld 7:  
**Binnenlandtourismus**

Handlungsfeld 8:  
**Mitarbeitengewinnung und -bindung**

Handlungsfeld 9:  
**Tourismusbewusstsein und -akzeptanz**

Handlungsfeld 10:  
**Förderung und Finanzierung**

**Handlungsfelder der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 (PROJECT M, 2022)**

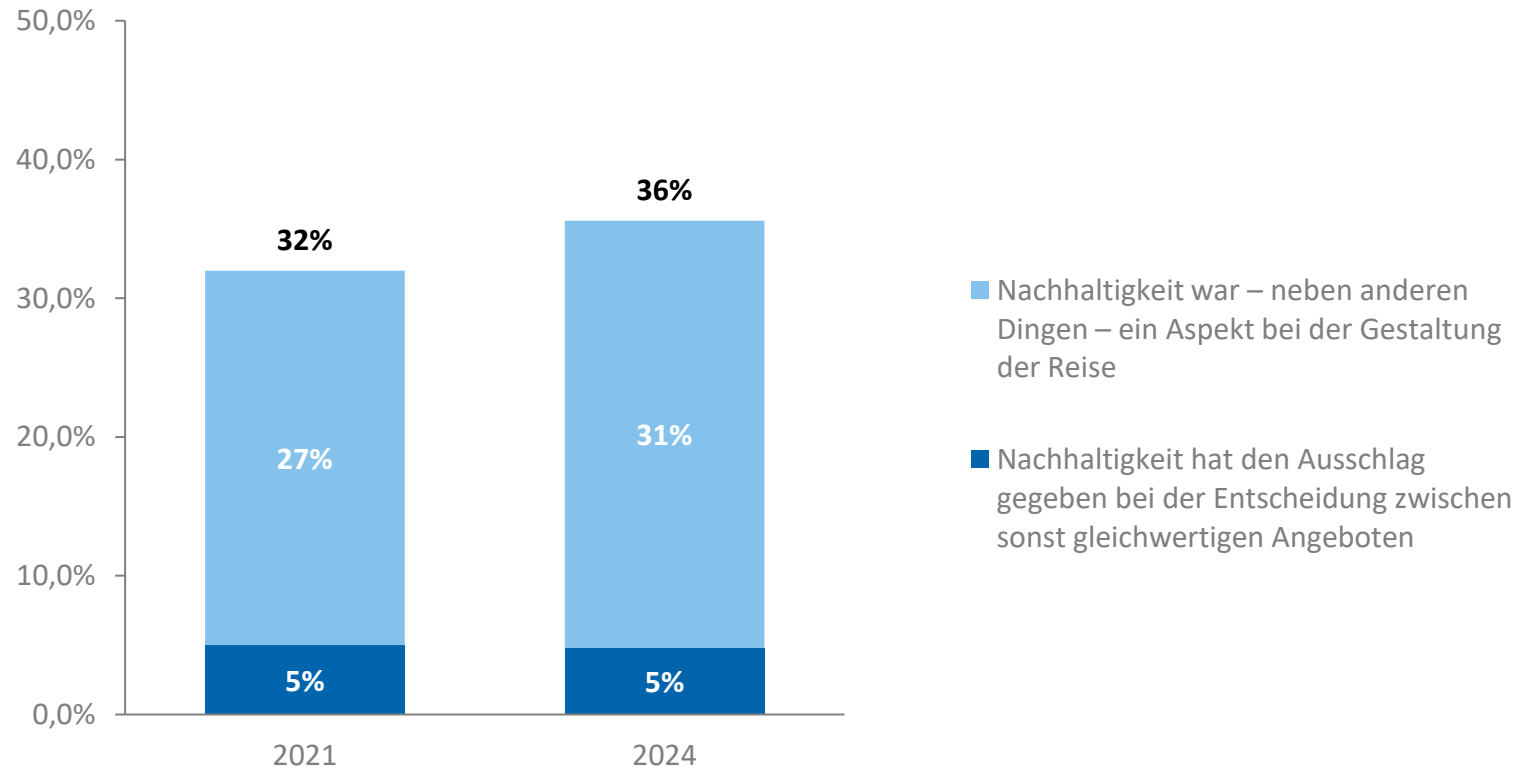
**OPERATIONALISIERUNG**

Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in % (Basis: GBSH)

**Querschnittsthema: Steigerung der Digitalisierungskompetenz und digitale Transformation in allen Handlungsfeldern.**

## Nachhaltige Entwicklung: Steigerung der Nachhaltigkeitsrelevanz

Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in %



### Zielsetzung bis 2030

durchschnittliche  
Steigerung um  
3%-Pkt. je  
Messung

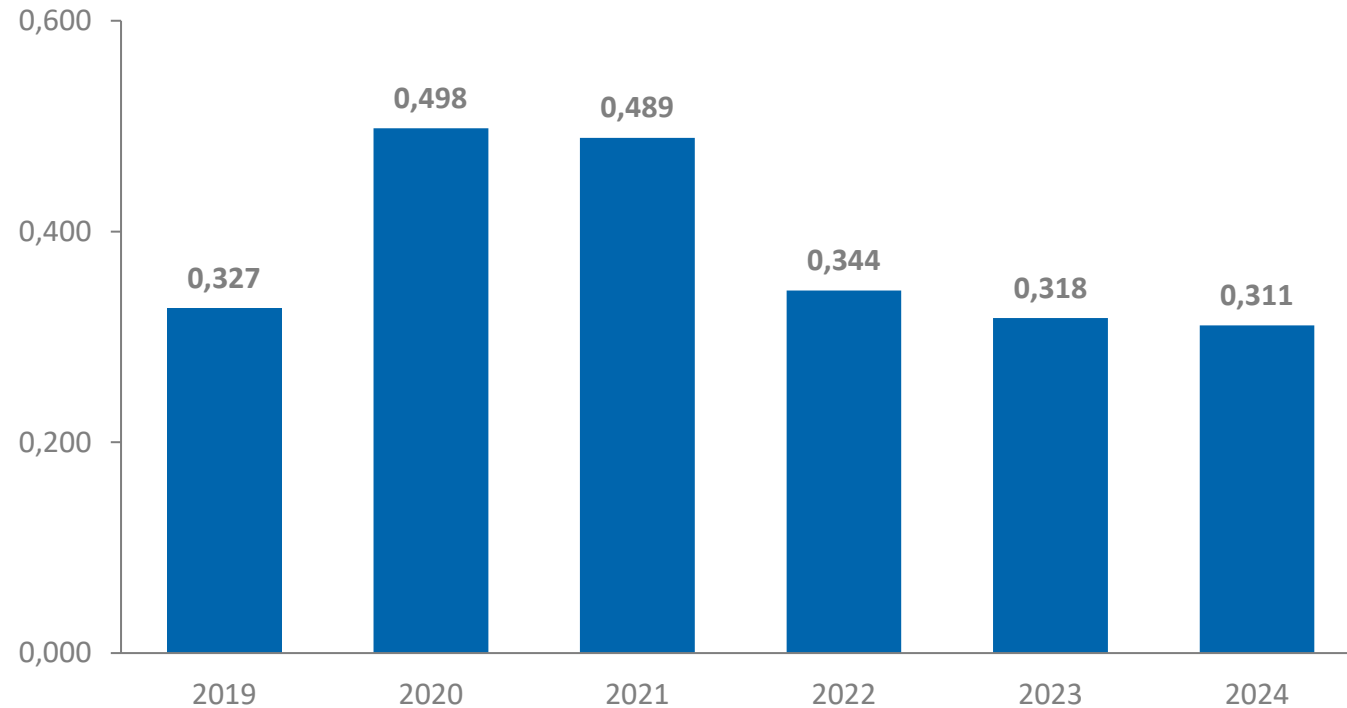
Quelle: Gästebefragung Schleswig-Holstein 2021, 2024

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN, VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“			
ZIELBEREICHE			
Nachhaltige Entwicklung		Qualitatives Wachstum	Zufriedenheit & Akzeptanz
KENNZAHLEN	Steigerung der Nachhaltigkeitsrelevanz	Verringerung der Saisonalität der Nachfrage	
	Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in % (Basis: GBSH)	Gini-Koeffizient zur Saisonalität der Übernachtungen in amtlich erfassten Beherbergungsbetrieben, absolut (Basis: Amtl. Beherbergungsstatistik)	
OPERATION-ALISIERUNG			

## Qualitatives Wachstum: Verringerung der Saisonalität der Nachfrage

Gini-Koeffizient zur Saisonalität der Übernachtungen in amtlich erfassten Beherbergungsbetrieben, absolut



**Zielsetzung bis 2030**

Etablierung  
bei  $< 0,30$

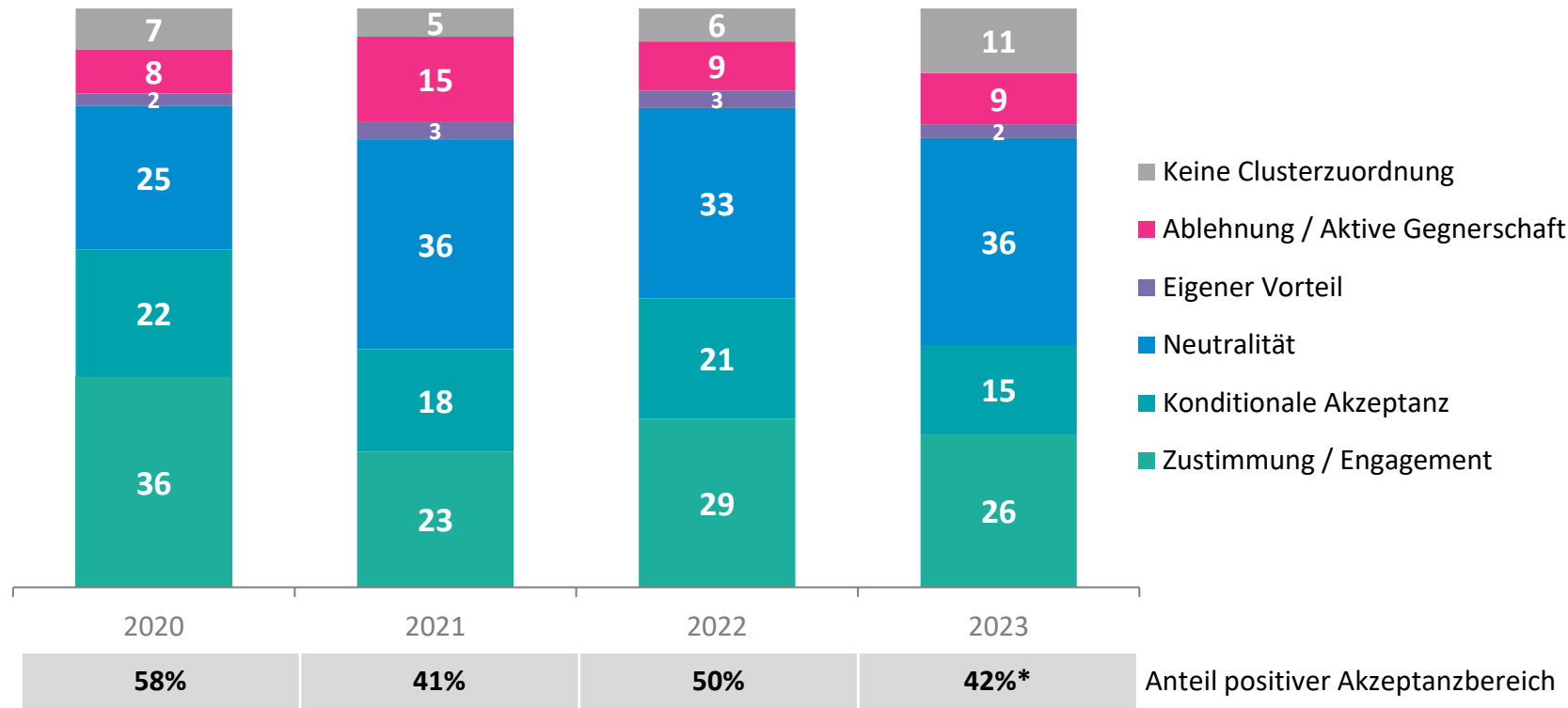
Quelle: Amtliche Beherbergungsstatistik; Interpretation (Wewel 2006, S. 69):  $R < 0,25$  --> geringe Konzentration,  $R > 0,40$  --> starke Konzentration

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN, VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“			
ZIELBEREICHE			
Nachhaltige Entwicklung		Qualitatives Wachstum	Zufriedenheit & Akzeptanz
KENNZAHLEN	Steigerung der Nachhaltigkeitsrelevanz	Verringerung der Saisonalität der Nachfrage	Verbesserung von Tourismusakzeptanz und -bewusstsein der Bevölkerung
	OPERATION-ALISIERUNG	Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in % (Basis: GBSH)	Gini-Koeffizient zur Saisonalität der Übernachtungen in amtlich erfassten Beherbergungsbetrieben, absolut (Basis: Amtl. Beherbergungsstatistik)

## Zufriedenheit und Akzeptanz: Verbesserung von Tourismusakzeptanz und -bewusstsein der Bevölkerung

Anteil positiver Akzeptanzbereich (Akzeptanzcluster auf Basis TAS-W und TAS-P), in %



### Zielsetzung bis 2030

nachhaltige  
Steigerung des  
positiven Akzeptanz-  
bereichs auf > 50%  
durch Minimierung  
des Neutral-Anteils

Quellen: DI Tourismusforschung verschiedene Lebensqualitäts- bzw. Tourismusakzeptanzstudien 2020-2023

Fragestellungen: „Zunächst würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus auf [Wohnort] in der heutigen Situation sehen.“; „Und wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in [Wohnort] für sich persönlich?“ Abweichungen aus den Einzelwerten sind rundungsbedingt.

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

**„SCHLESWIG-HOLSTEIN IST VORREITER UND VORBILD FÜR NACHHALTIGEN,  
VERANTWORTUNGSBEWUSSTEN QUALITÄTSTOURISMUS.“**

### ZIELBEREICHE

**Nachhaltige Entwicklung**

**Qualitatives Wachstum**

**Zufriedenheit & Akzeptanz**

**KENNZAHLEN**

Steigerung der  
Nachhaltigkeitsrelevanz

Verringerung der Saisonalität der  
Nachfrage

Verbesserung von Tourismusakzeptanz  
und -bewusstsein der Bevölkerung

Verbesserung der Mitarbeitenden-  
zufriedenheit

**OPERATION-  
ALISIERUNG**

Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltig-  
keit bei der Entscheidung für die aktuelle  
Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in  
% (Basis: GBSH)

Gini-Koeffizient zur Saisonalität der  
Übernachtungen in amtlich erfassten  
Beherbergungsbetrieben, absolut  
(Basis: Amtl. Beherbergungsstatistik)

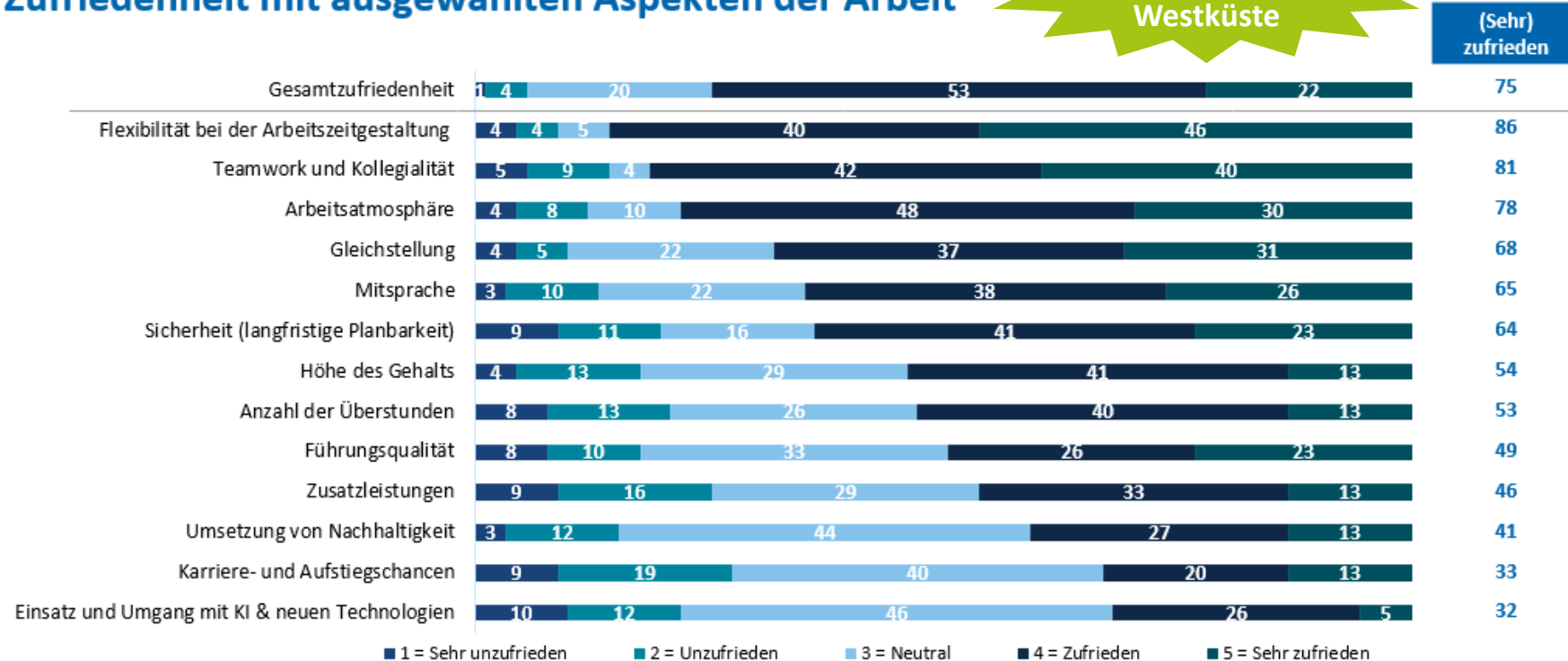
Anteil positiver Akzeptanzbereich  
(Akzeptanzcluster auf Basis TAS-W und  
TAS-P), in % (Basis: Tourismus-  
akzeptanzstudie)

Gesamtzufriedenheit der  
Mitarbeitenden von touristischen  
Betrieben, in % (Basis: IHK-Umfrage)

## Zufriedenheit und Akzeptanz: Verbesserung der Mitarbeitendenzufriedenheit

Gesamtzufriedenheit der Mitarbeitenden von touristischen Betrieben, in %

### Zufriedenheit mit ausgewählten Aspekten der Arbeit



### Zielsetzung bis 2030

*Nullmessung  
in 2025 über  
IHK-Umfrage*

Quelle: FH Westküste (2024). Arbeitszufriedenheit im Tourismus in Deutschland 2024; Schleswig-Holstein n= 91. Angaben in gültigen Prozenten. Abweichungen sind rundungsbedingt.  
Fragestellung: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten Ihrer Arbeit?“

## Kennzahlenset zur Erfolgsmessung der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Zielbereiche	Zielbeschreibung	Kennzahl	Quelle	Referenzjahr	Periodizität
<b>Nachhaltige Entwicklung</b>	Steigerung der Nachhaltigkeitsrelevanz	Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in %	GBSH	2021	ca. 3-jährlich
	Stärkung der Nachhaltigkeitskompetenz der Tourismusorganisationen und Betriebe	Anzahl Betriebe/Institutionen/Destinationen mit Nachhaltigkeitskennzeichnung*, absolut	manuelle Erfassung durch die TA.SH im Rahmen der TourCert-Zertifizierung	2023	2-jährlich
<b>Qualitatives Wachstum</b>	Steigerung der Wertschöpfung durch Tourismus	Direkte und indirekte Wertschöpfung aus Tourismus, in Mio. €	dwif-Wirtschaftsfaktor über das Sparkassen-Tourismusbarometer SH	2019	2-jährlich
	Steigerung der Bettenauslastung	Bettenauslastung in amtlich erfassten Beherbergungsbetrieben, in % / Rangplatz Flächenbundesländer	Amtliche Beherbergungsstatistik	2019	jährlich
	Verringerung der Saisonalität der Nachfrage	Gini-Koeffizient zur Saisonalität der Übernachtungen in amtlich erfassten Beherbergungsbetrieben, absolut	Amtliche Beherbergungsstatistik	2019	jährlich
<b>Zufriedenheit und Akzeptanz</b>	Verbesserung der Gästezufriedenheit	Gesamtbewertung des besuchten Reiseziels in SH, durchschnittliche Schulnote	GBSH	2021	ca. 3-jährlich
		TrustScore, absolut / Rangplatz Bundesländer	TrustYou	2019	jährlich
	Verbesserung von Tourismusakzeptanz und -bewusstsein der Bevölkerung	Anteil positiver Akzeptanzbereich (Akzeptanzcluster auf Basis TAS-W und TAS-P), in %	Tourismusakzeptanzstudie	2020	2-jährlich
	Verbesserung der Mitarbeitenden-zufriedenheit	Gesamtzufriedenheit der Mitarbeitenden von touristischen Betrieben, in %	IHK-Umfrage	Nullmessung in 2025	

\* basierend auf TA.SH-Liste zu relevanten Nachhaltigkeitslabeln im SH-Tourismus (von TourCert anerkannte Label + ergänzende (u.a. regionale) Label)

## Hier stehen wir.

## Tourismus

## Hier wollen wir bis 2030 hin!

### Relevanz Nachhaltigkeit

**36%** (2024)

Anteil der Gäste, bei denen Nachhaltigkeit bei der Entscheidung für die aktuelle Reise nach SH eine Rolle gespielt hat, in %

### Kennzeichn. Nachhaltigkeit

**100** (2023)

Anzahl Betriebe/Institutionen/Destinationen mit Nachhaltigkeitskennzeichnung, absolut

**Nachhaltige  
Entwicklung**

### Relevanz Nachhaltigkeit

*durchschnittliche  
Steigerung um  
3%-Pkt. je Messung*

### Kennzeichn. Nachhaltigkeit

*mind. 10 zusätzlich  
pro Jahr, insgesamt  
mind. 160*

### Wertschöpfung

**5.038** (2022)

Direkte und indirekte Wertschöpfung aus Tourismus, in Mio. €

### Bettenauslastung

**Rang 7** (2024)

Bettenauslastung in amtl. Beherbergungsbetrieben, Rangplatz Flächen-BL

### Gini-Koeffizient

**0,311** (2024)

Gini-Koeffizient Übernachtungen in amtl. Beherbergungsbetrieben, absolut

**Qualitatives  
Wachstum**

### Wertschöpfung

*Festlegung nach  
Vorlage des  
Messwertes 2024*

### Bettenauslastung

*mind. Rang 6  
der Flächen-  
bundesländer*

### Gini-Koeffizient

*Etablierung  
bei < 0,30*

### Bewertung

**1,6** (2024)

Ges.-Bewertung des besuchten Reiseziels in SH, Schulnote

### TrustScore

**Rang 3** (2023)

TrustScore, Rangplatz Bundesländer

### Akzeptanz

**42%** (2023)

Anteil positiver Akzeptanzbereich Akzeptanzcluster

### MA-Zufried.

**XX** (2025)

Ges.-Zufriedenheit Mitarbeitende tour. Betriebe, in %

**Zufriedenheit  
& Akzeptanz**

### Bewertung

*Steigerung in  
Richtung „sehr  
gut (1,5)“*

### TrustScore

*dauerhaft  
Top 3 der  
Bundesländer*

### Akzeptanz

*positiver  
Akzeptanz-  
bereich > 50%*

### MA-Zufried.

*Festlegung  
nach Null-  
messung 2025*

Stand: 25.03.2025

**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!  
ZEIT FÜR FRAGEN & DISKUSSION**

