



Dithmarschen

Tourismus in Dithmarschen

Echte Wertschöpfung



Die gesamte Vielfalt Dithmarschens entdecken.

www.echt-dithmarschen.de



nordsee

Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Inhaltsverzeichnis

Editorial	3	Anreise und Aufenthaltsdauer	11
Tourismus als Wirtschaftsfaktor	4	Reiseaktivitäten	12
Reiseausgaben	6	Aufenthalts- und Angebotsentwicklung	13
Touristische Nachfrage	7	Tourismus in Schleswig-Holstein	14
Reisetrends im Quellmarkt Deutschland	8	Zukunfts- und Handlungsfelder	16
Gästestruktur	9	Dithmarschen Tourismus	18
Informationen und Gründe für den Aufenthalt	10		



Impressum

Herausgeber
Dithmarschen Tourismus e.V. · Markt 10 · 25746 Heide · Telefon: 0481 / 21 22 555 · E-Mail: info@echt-dithmarschen.de
www.echt-dithmarschen.de · Vorstand/Geschäftsführung: Helge Haalck · Vorsitz Aufsichtsrat: Landrat Thorben Schütt

Fotos/Illustrationen
Dithmarschen Tourismus e.V. / Photocompany, ARIAS DIGITAL Fotografie & Design, Kreis Dithmarschen, freepik.com

Quellen
Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH Kiel / Coaching und Beratung Simoneit – Tourismusentwicklungskonzept
„Tourismusinitiative Dithmarschen IV“ (TEK TID IV)
dwif-Consulting GmbH München – Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Kreis Dithmarschen 2022
Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH Kiel – Gästebefragung Dithmarschen 2024 / Dithmarschen-Tourismus 2024 in Zahlen
Jahresbericht 2021 – Dithmarschen Tourismus e.V.
Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Gestaltung
Mediendiele UG (haftungsbeschränkt) & Co KG · Ritzebeker Weg 23 · 24222 Schwentinental · Tel.: 0431 – 320 96 94 · E-Mail: info@mediendiele.de
www.mediendiele.de

Stand: August 2025

Moin Moin!

Dithmarschen ist weit mehr als nur ein Reiseziel – es ist ein Lebensgefühl. Zwischen Nordsee, Marsch, Geest und Kögen entfaltet sich eine einzigartige Landschaft, die nicht nur Urlauberinnen und Urlauber begeistert, sondern auch den hier lebenden Menschen eine hohe Lebensqualität bietet. Als Lokale Tourismusorganisation Dithmarschen verstehen wir es als unsere zentrale Aufgabe, diese besonderen Stärken unserer Region sichtbar zu machen – nach innen wie nach außen.

In den vergangenen Jahren konnten wir durch eine strategisch fundierte Ausrichtung und maßgeschneiderte, zielgruppengerechte Angebote eine kontinuierlich positive Entwicklung im Tourismusbereich verzeichnen. Grundlage hierfür ist unter anderem das Tourismusentwicklungskonzept „Tourismusinitiative Dithmarschen IV“ (TEK TID IV), mit dessen Hilfe wir neue Impulse setzen und unsere Aktivitäten gezielt weiterentwickeln.

Die Zukunft des Tourismus in Dithmarschen verlangt nach nachhaltigen, digitalen und qualitativ hochwertigen Konzepten. Wir richten unser Augenmerk verstärkt auf eine zukunftsfähige Infrastruktur, den bewussten Umgang mit Ressourcen sowie die konsequente Einbindung der Menschen vor Ort – ob als Gastgeber, Mitarbeitende oder als Botschafter ihrer Region.

Die Digitalisierung prägt das Informations- und Buchungsverhalten unserer Gäste maßgeblich – schnelle Verfügbarkeit, einfache Bedienung und digitale Erlebnisse sind heute zentrale Erwartungen. Gleichzeitig gewinnt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung. In Schleswig-Holstein ist sie zum Leitmotiv geworden – ökologisch, ökonomisch und sozial. Ebenso entscheidend ist es, die Qualität unserer touristischen Angebote kontinuierlich zu sichern und zu verbessern. Die gezielte Aufwertung der Infrastruktur stellt hierbei einen zentralen Erfolgsfaktor dar. Mit der Einführung eines ganzheitlichen Standortmarketings rücken wir außerdem den Freizeit- und Lebensraum Dithmarschen stärker in den Fokus – und damit auch die Bedürfnisse der Einheimischen und Mitarbeitenden, die eine tragende Rolle im touristischen Gesamterlebnis spielen.

Diese Broschüre gibt Ihnen einen Einblick in den Tourismus in Dithmarschen sowie in unsere Arbeit, unsere Ziele und die Herausforderungen, die vor uns liegen. Denn Tourismus in Dithmarschen bedeutet weit mehr als Urlaub: Er ist ein wichtiger Bestandteil unserer regionalen Entwicklung, unserer Identität und unserer Zukunft.

Wir laden Sie herzlich ein, diesen Weg gemeinsam mit uns zu gestalten.



Helge Haalck
Vorstand/Geschäftsführung



Landrat Thorben Schütt
Vorsitz Aufsichtsrat

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus

Tourismus ist weit mehr als Urlaub und Gastgewerbe – er ist eine starke Querschnittsbranche, die viele Bereiche unseres wirtschaftlichen Lebens berührt. Vom Einzelhandel über Dienstleister bis hin zu regionalen Produzenten, dem Handwerk und Zulieferbetrieben profitieren zahlreiche Branchen direkt oder indirekt vom Reisegeschehen.

Investitionen in touristische Infrastruktur, attraktive Angebote und gezielte Vermarktung zahlen sich daher

doppelt aus: Sie schaffen nicht nur Erlebnisse für Gäste, sondern stärken auch die lokale Wirtschaft und sichern Arbeitsplätze vor Ort.

Der wirtschaftliche Nutzen des Tourismus ist vielfältig: Er sorgt für Umsätze, erhöht durch Steuerzahlungen die Einnahmen der Kommunen und schafft Beschäftigung – für Menschen mit ganz unterschiedlichen Qualifikationen. Ob Aushilfsjob, Fachkraft oder Vollzeitstelle: Der Tourismus bietet Perspektiven und Chancen in einer lebendigen und zukunftsorientierten Branche.



Touristische Umsätze nach Marktsegmenten

24,0 Mio. € Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus

5,5 %

86,7 Mio. € Privatquartiere (< 10 Betten) und Freizeitwohnsitze

19,8 %

117,6 Mio. € Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)

40,5 %

22,8 Mio. € Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden (VFR)

5,2 %

127,2 Mio. € Tagesreisen

29,0 %



**Bruttoumsatz gesamt
438,3 Mio. €**

Entwicklung 2022 gegenüber 2019

Übernachtungen in Betrieben +2,7 %

VFR-Übernachtungen +1,1 %

Tagesreisen -8,6 %*



*coronabedingt

Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus dem Tourismus



**Touristischer
Einkommensbeitrag
insgesamt**

215,4 Mio. €

davon **39,3 Mio. €** aus der
Mehrwert- und Einkommenssteuer

Der Tourismus ist nicht nur ein Wirtschaftsmotor, sondern auch ein bedeutender Steuerzahler. Allein im Jahr 2022 wurden durch tourismusbedingte Einnahmen aus der Mehrwert- und Einkommensteuer rund 39,3 Millionen Euro generiert.

Doch das ist noch nicht alles: Der Tourismus bringt weitere Einnahmen – durch Grund- und Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, die Kurtaxe der Gäste sowie die Tourismusabgabe von Betrieben. So entsteht eine breite steuerliche Wertschöpfung, von der auch die öffentliche Infrastruktur, Dienstleistungen und kommunale Angebote profitieren.

Für die Kommunen im Landkreis Dithmarschen ergibt sich daraus ein beachtlicher finanzieller Beitrag. Je nach Region erhalten sie durchschnittlich zwischen etwa einem und über drei Prozent der touristischen Nettoumsätze als direkte Steuereinnahmen – ein wertvoller Beitrag zur Stärkung der kommunalen Haushalte.

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus

Im Jahr 2022 trug der Tourismus im Landkreis Dithmarschen mit rund 215,4 Millionen Euro maßgeblich zum regionalen Einkommen bei. Die genaue Zahl der im Tourismus Beschäftigten lässt sich jedoch nur schwer erfassen, da viele Menschen ihren Verdienst nur teilweise aus tourismusnahen Tätigkeiten beziehen – etwa Verkäuferinnen und Verkäufer im Einzelhandel oder Servicekräfte in der Gastronomie, die sowohl Gäste als auch Einheimische bedienen.

**Personen, die ein
Ø-Primäreinkommen beziehen
8.310 Personen**

Die positiven Effekte des Tourismus sind dabei nicht nur an der Küste spürbar. Über den gesamten Landkreis verteilt profitieren alle Ämter in unterschiedlichem Maße von der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus – sei es durch Beschäftigung, Einkommen oder die Belebung lokaler Wirtschaftskreisläufe.



Reiseausgaben



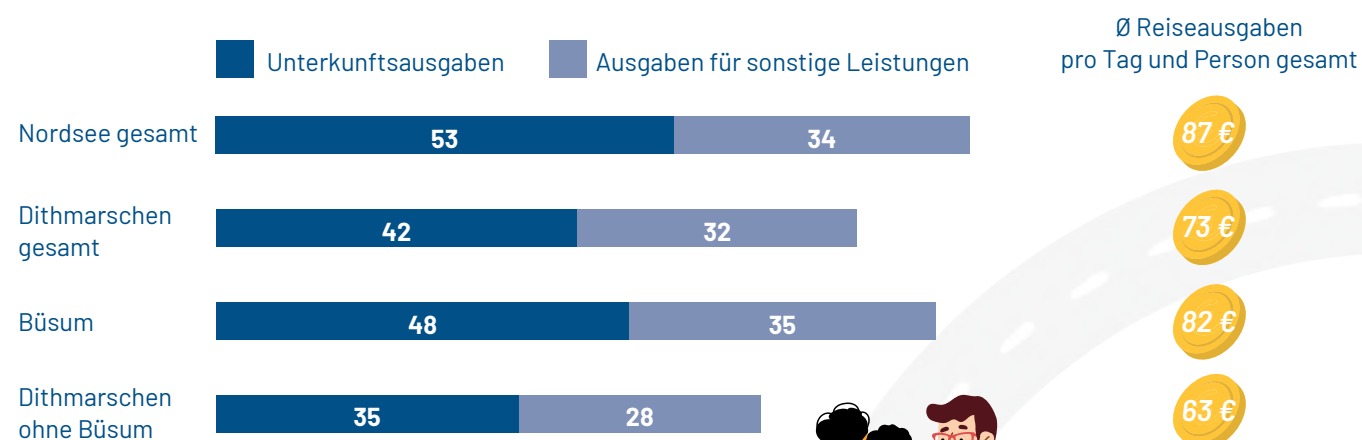
In Dithmarschen gibt ein Gast durchschnittlich etwa 73 Euro pro Tag für Unterkunft und weitere Leistungen aus. Besonders in Büsum liegen die Ausgaben mit rund 82 Euro täglich über dem Durchschnitt.

Im Vergleich zur gesamten Nordseeküste Schleswig-Holsteins sind die täglichen Pro-Kopf-Ausgaben in Dithmarschen jedoch etwas niedriger – hier liegt der Durchschnitt bei 87 Euro.

Ein besonders deutlicher Unterschied zeigt sich bei den Unterkunftskosten: Gäste in Dithmarschen zahlen im Schnitt 42 Euro pro Tag, während es an der gesamten SH-Nordseeküste durchschnittlich 53 Euro sind.

In den vergangenen Jahren haben Inflation und verschiedene Krisen die Kosten deutlich ansteigen lassen. Gleichzeitig ist das Bewusstsein für Preise stärker in den Fokus gerückt – die Preissensibilität unserer Gäste hat zugenommen.

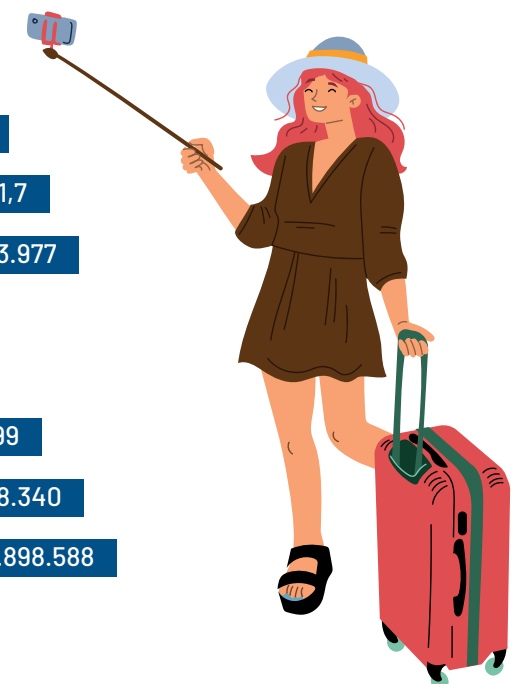
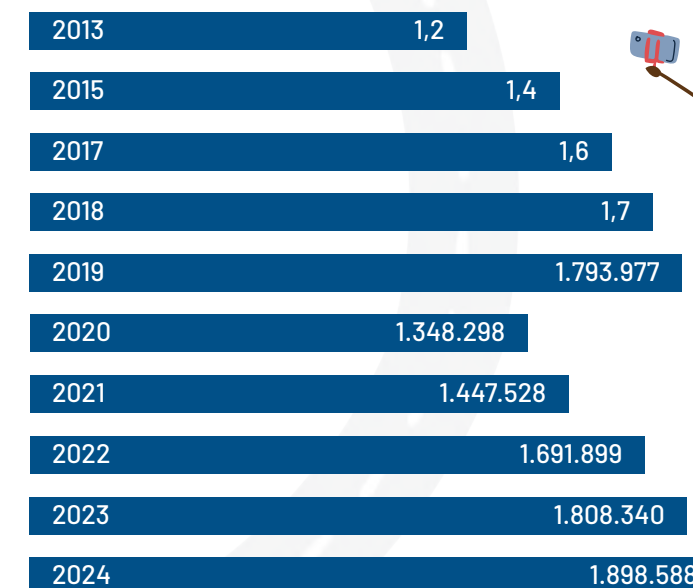
Durchschnittliche Reiseausgaben pro Tag und Person in EUR



Ankünfte und Übernachtungen der Gäste in gewerblichen Beherbergungsstätten

Die Übernachtungszahlen gewerblicher Beherbergungsbetriebe (> 10 Betten) stiegen in Dithmarschen in 2024 um 5,0 % im Vergleich zum Vorjahr.

Die Gästeankünfte stiegen um 6,4 %. Die durchschnittliche Verweildauer im gewerblichen Beherbergungsbereich liegt 2024 bei 4,5 Tagen.

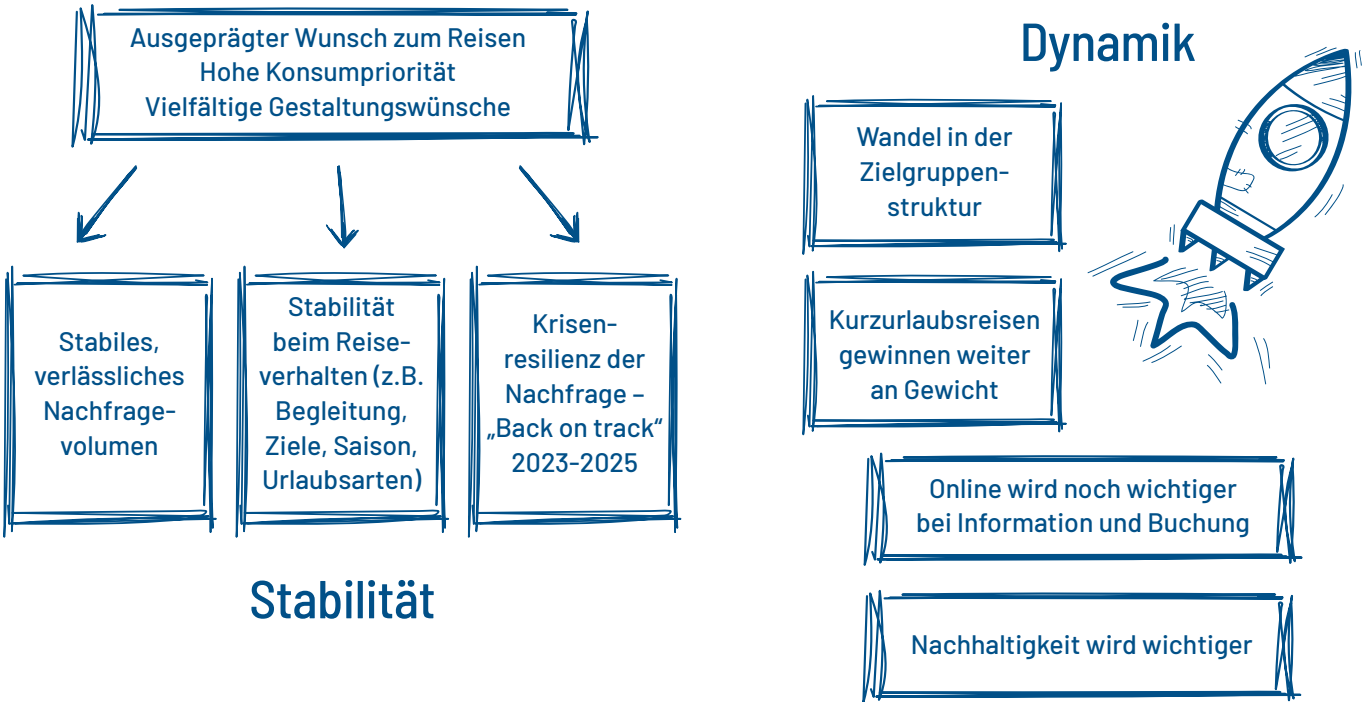


Urlaubsreisetrends im Quellmarkt Deutschland bis 2030

Urlaubsreisen setzen sich aus zwei wichtigen Faktoren zusammen: dem Wunsch zu verreisen und der Möglichkeit dazu – sei es durch ausreichend Einkommen, freie Zeit oder eine gute Gesundheit. Diese Grundvoraussetzungen werden auch in den nächsten zehn Jahren voraussichtlich bestehen bleiben. Reisen nehmen dabei einen festen Platz unter den wichtigsten Konsumprioritäten ein und rangieren auf Platz zwei.

Stabilität bringt auch die hohe Zustimmung zu den zentralen Urlaubsmotiven mit sich. Bis 2030 ist deshalb kaum mit grundlegenden Veränderungen zu rechnen: Der Wunsch nach Entspannung, Stressabbau, Abstand vom Alltag und neuer Energie wird auch weiterhin die wichtigsten Gründe sein, warum Menschen ihren Urlaub planen.

Urlaubsreisetrends 2030: Stabilität und Dynamik



Bis zum Jahr 2030 werden voraussichtlich Schleswig-Holstein, Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Baden-Württemberg weiterhin zu den fünf beliebtesten Urlaubszielen in Deutschland gehören.

Kurz- bis mittelfristig ist jedoch mit einer Verkürzung der durchschnittlichen Urlaubsreisedauer zu rechnen. Grund dafür ist vor allem die veränderte Wahl der Reiseziele: Immer mehr Menschen bevorzugen Reiseziele mit kurzen Anreisewegen und verzichten zunehmend auf Fernreisen.

Besonders gefragt werden dabei Selbstversorgerunterkünfte wie Ferienwohnungen oder Urlaubsreisen mit dem Wohnmobil sein.



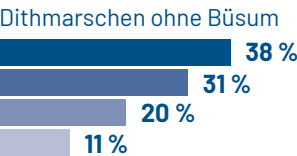
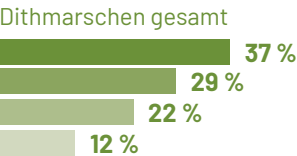
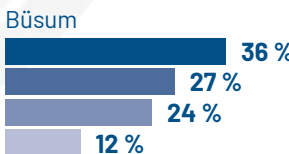
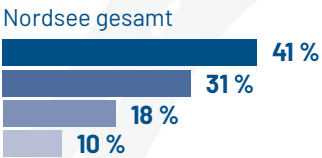
Soziodemographie und Struktur

Die größte Besuchergruppe in Dithmarschen stammt aus der Generation der 60- bis 69-Jährigen, die mit 28 % den größten Anteil ausmacht. Kurz dahinter folgen die 50- bis 59-Jährigen mit 27 %. Über ein Drittel unserer Gäste ist 29 Jahre oder jünger – eine vielfältige Altersstruktur, die zeigt: Dithmarschen begeistert Jung und Alt.

Rund 24 % der Besucherinnen und Besucher reisen mit Kindern oder Jugendlichen unter 18 Jahren im Haushalt – Familien sind ein wichtiger Teil unserer Gäste.

Auch die wirtschaftliche Situation unserer Gäste ist vielfältig: Mehr als ein Drittel lebt in Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen von über 4.000 Euro. Etwa 20 % verfügen über ein Einkommen zwischen 2.000 und 2.999 Euro.

Die meisten Gäste kommen aus Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen, gefolgt von Schleswig-Holstein selbst – Regionen, die Dithmarschen als attraktives Urlaubsziel besonders schätzen.



Haushaltsnettoeinkommen der Dithmarschen-Gäste (Angaben in %)

- bis EUR 1.999
- bis EUR 2.000 – 2.999
- bis EUR 3.000 – 3.999
- EUR 4.000 und mehr



Herkunft der Dithmarschengäste

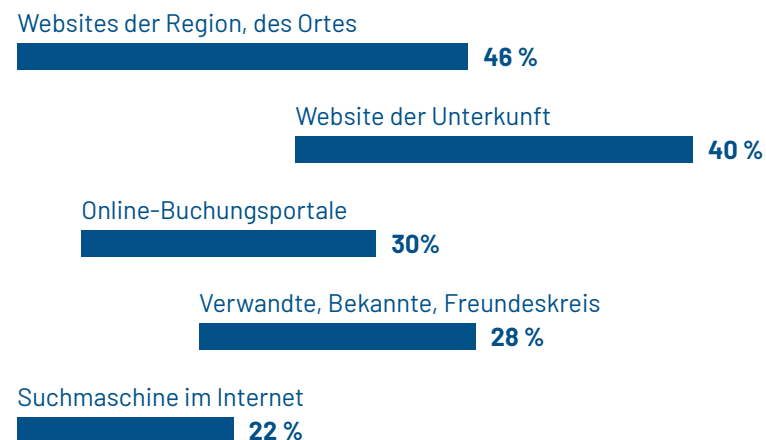
SH-Nordsee gesamt	Dithmarschen gesamt	Büsum	Dithmarschen ohne Büsum
Schleswig-Holstein 19%	Nordrhein-Westfalen 22%	Schleswig-Holstein 22%	Nordrhein-Westfalen 26%
Nordrhein-Westfalen 17%	Niedersachsen 19%	Niedersachsen 21%	Niedersachsen 16%
Niedersachsen 15%	Schleswig-Holstein 16%	Nordrhein-Westfalen 20%	Schleswig-Holstein 10%
Baden Württemberg 9%	Baden Württemberg 6%	Hamburg 9%	Hessen 8%
Hamburg 9%	Hamburg 6%	Baden Württemberg 7%	Bayern 7%

Wie informieren sich die Gäste über das Reiseziel?

Die Websites von Regionen, Orten oder Unterkünften sind die meistgenutzten Informationsquellen bei der Urlaubsplanung – sie sind der erste Anlaufpunkt für viele Gäste. Mit etwas Abstand folgen On-line-Buchungsportale, die vor allem bei der konkreten Reisebuchung eine wichtige Rolle spielen.

Auch persönliche Empfehlungen von Familie, Freunden oder Bekannten haben großen Einfluss auf die Entscheidung für ein Reiseziel – besonders in Büsum vertrauen viele auf Tipps aus dem persönlichen Umfeld. In anderen Teilen Dithmarschens greifen die Gäste neben den bereits genannten Punkten auch häufig auf Suchmaschinen zurück, um sich zu informieren und ihren Aufenthalt zu

TOP 5 Informationsmedien



planen. Deshalb legen wir besonderen Wert auf eine suchmaschinenoptimierte Gestaltung unserer Website – so finden Interessierte schnell und unkompliziert alle wichtigen Informationen.

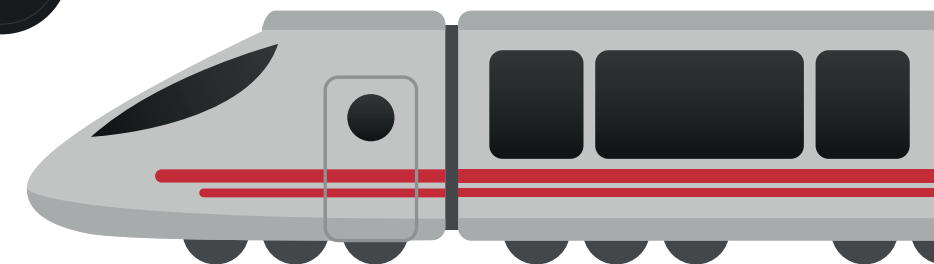
Anreise der Dithmarschengäste

Die überwiegende Mehrheit der Gäste reist mit dem Auto an – der Pkw ist das wichtigste Verkehrsmittel. 5 % der Befragten nutzen die Bahn für ihre Anreise nach Dithmarschen.

Über 90 % der Urlauberinnen und Urlauber kommen nicht allein, sondern in Begleitung. Die durchschnittliche Gruppengröße liegt bei 2,5 Personen.

Bei rund 23 % der Reisen sind Kinder oder Jugendliche unter 18 Jahren mit dabei – ein Wert, der nahezu dem Durchschnitt der gesamten Nordseeküste Schleswig-Holsteins entspricht (24 %). In Büsum ist der Anteil etwas geringer (20 %), im übrigen Dithmarschen dagegen leicht höher (26 %).

Am häufigsten reisen Familien mit Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren.



TOP-Gründe für einen Aufenthalt

1.
Klima, Luft

2.
Landschaft, Lage

3.
Strand, Meer, Bademöglichkeiten

4.
Erholungsmöglichkeiten

5.
Unterkunftsangebot

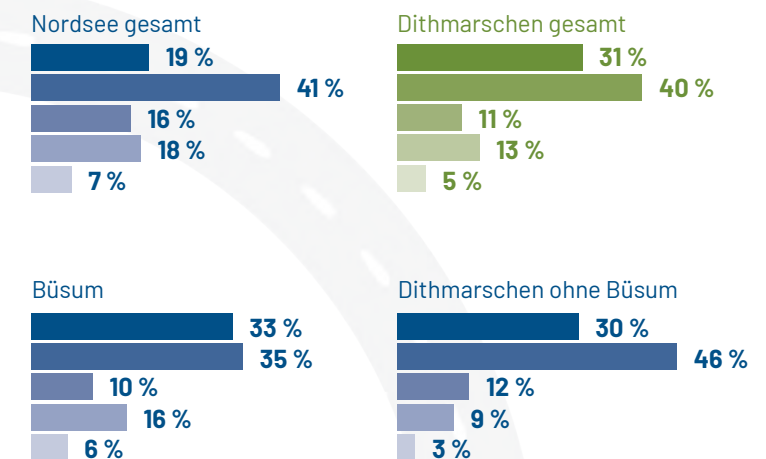
Die meisten Urlauberinnen und Urlauber schätzen an Dithmarschen vor allem die natürliche Umgebung, das gesunde Reizklima und das maritime Lebensgefühl. Die frische Nordseeluft, die weite, ursprüngliche Landschaft sowie der direkte Zugang zum Meer mit Stränden und Bademöglichkeiten gehören zu den wichtigsten Gründen für eine Reise in die Region – ganz im Einklang mit den beliebtesten Urlaubsmotiven entlang der schleswig-holsteinischen Nordseeküste.

Diese Entscheidungsgründe stehen besonders im küstennahen Dithmarschen im Vordergrund. Im Binnenland dagegen rücken andere Faktoren in den Fokus: Hier spielt vor allem das gute Preis-Leistungs-Verhältnis eine entscheidende Rolle bei der Reiseentscheidung – ein Pluspunkt, der von vielen Gästen besonders geschätzt wird.



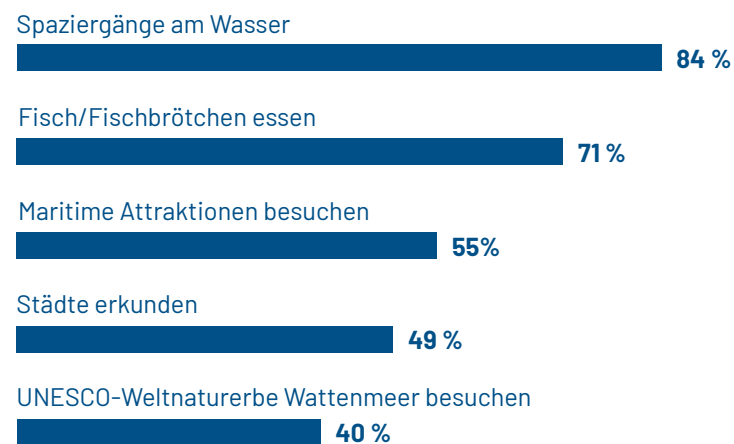
Aufenthaltsdauer der Dithmarschengäste

Durchschnittlich dauert ein Dithmarschen-Aufenthalt **7,6 Tage**



■ 2-4 Tage ■ 5-8 Tage ■ 9-12 Tage ■ 13-15 Tage ■ 16 Tage und länger

TOP-Reiseaktivitäten der Gäste



Dithmarschen bietet eine Vielzahl beliebter Freizeitaktivitäten – allen voran das Spazierengehen am Wasser, das von 84 % der Gäste als liebste Urlaubsbeschäftigung genannt wird. Ebenfalls hoch im Kurs stehen das Genießen von Fisch und Fischbrötchen (71 %) sowie der Besuch maritimer Attraktionen (55 %) – insbesondere im beliebten Küstenort Büsum.

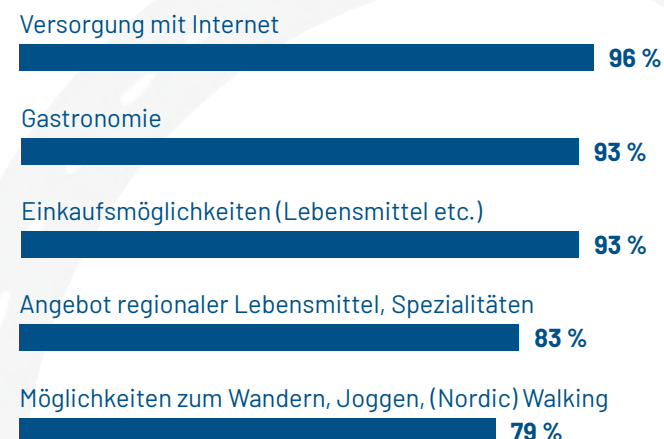
Im übrigen Dithmarschen setzen die Gäste andere Schwerpunkte: Hier wird verstärkt die Gelegenheit genutzt, Städte zu erkunden oder Schiffe zu beobachten.

Auch Naturerlebnisse spielen eine große Rolle: 40 % der Befragten besuchen das UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer, während 35 % das Baden oder Schwimmen im Meer oder in Seen als zentrale Aktivität angeben.

Einkaufsmöglichkeiten, Gastronomiebesuche, das Probieren regionaler Spezialitäten sowie Shopping in Städten und Einkaufszentren zählen zu den Angeboten, die besonders gern wahrgenommen und von den Gästen positiv bewertet werden.



Nutzung von Angeboten



Bewertung des Aufenthaltes

92 % der Gäste bewerten ihren Aufenthalt in Dithmarschen mit „sehr gut“ oder „gut“ – ein Ergebnis, das nahezu dem Durchschnitt der gesamten Nordseeküste Schleswig-Holsteins (93 %) entspricht und die hohe Gästezufriedenheit eindrucksvoll bestätigt.

Besonders gelobt werden die Qualität der Unterkünfte sowie die Service- und Kundenorientierung der touristischen Anbieter – ein klares Zeichen für das Engagement und die Gastfreundschaft vor Ort.

Im direkten Vergleich zur übrigen Nordseeküste punktet Dithmarschen zudem mit besonders guten Bewertungen bei der Anreise und einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Mehr als die Hälfte aller Gäste in Dithmarschen (58 %) würden ihr Reiseziel Familie, Freunden oder Bekannten empfehlen. Besonders erfreulich: In Büsum liegt die Weiterempfehlungsrate sogar bei über zwei Dritteln der Gäste – ein deutliches Zeichen für hohe Zufriedenheit. Im übrigen Dithmarschen liegt dieser Wert bei 43 %.

1. Unterkunft

2. Service-/ Kundenorientierung



3. Anreisemöglichkeiten, Erreichbarkeit

58%
der Gäste würden
ihr Reiseziel
weiterempfehlen.

Bewertung der Angebote

Die Gäste zeigen sich besonders zufrieden mit dem Angebot an Rad- und Wanderwegen, Joggingmöglichkeiten sowie den vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten in der Region.

Je nach Urlaubsregion innerhalb Dithmarschens setzen die Gäste unterschiedliche Schwerpunkte:

Im Küstenort Büsum werden vor allem die Gastronomie, das Angebot regionaler Produkte, Wochenmärkte, Hofläden und Cafés sehr geschätzt. Auch die Strand- und Bademöglichkeiten erhalten hier überdurchschnittlich gute Bewertungen.

Im übrigen Dithmarschen punkten hingegen vor allem die Radfahrmöglichkeiten – hier genießen Gäste besonders die Ruhe, die Weite der Landschaft und gut ausgebauten Routen abseits des Küstentrubels.

1. Radfahrmöglichkeiten

2. Möglichkeiten zum Wandern, Joggen, (Nordic) Walking

3. Einkaufsmöglichkeiten (Lebensmittel etc.)





Zentrale Herausforderungen

Digitales Management

Die Digitalisierung verändert den Tourismus grundlegend – besonders das Informations- und Buchungsverhalten der Gäste hat sich stark gewandelt. Neue digitale Angebote und Plattformen prägen heute die Erwartungen an Planung und Erlebnis.

Für viele kleine und mittlere Betriebe stellt diese Entwicklung eine Herausforderung dar, da Flexibilität, Innovationsbereitschaft und technisches Know-how zunehmend gefragt sind – Ressourcen, die oft knapp sind. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung Chancen für mehr Sichtbarkeit, Effizienz und Gästebindung, erhöht aber auch die Marktkomplexität.

Wichtig ist daher die Unterstützung touristischer Akteure durch praxisnahe Lösungen, gezielte Qualifizierung und gemeinsame Strategien. Digitalisierung betrifft alle Bereiche der touristischen Leistungskette und ist ein Querschnittsthema.

HERAUSFORDERUNGEN:

- Datenmanagement wird immer wichtiger: Marketingdaten müssen qualitativ hochwertig und offen verfügbar sein, damit sie von modernen Systemen und Künstlicher Intelligenz genutzt werden können.
- Fehlende personelle und finanzielle Ressourcen erschweren die Umsetzung digitaler Anforderungen.
- Schnelles Entwicklungstempo verlangt Anpassungsfähigkeit und Weiterbildung der Mitarbeitenden.
- Bestehende Arbeitsweisen müssen für digitale Prozesse aufgebrochen werden, um Effizienz und Service zu steigern.
- Der Ausbau der Netzinfrastruktur ist essenziell für die Digitalisierung im Tourismus.

Bei Dithmarschen Tourismus ist die digitale Zukunft längst Gegenwart: Selbstverständlich sind auf der Webseite www.echt-dithmarschen.de zahlreiche Ferienunterkünfte in Dithmarschen buchbar, auf ein gedrucktes Gastgeberverzeichnis wird seit 2021 verzichtet. Eine viel genutzte Website-Angebot sind die Wander- und Radrouten, die über jedes GPS-fähige Handy oder Navi nutzbar sind. Zudem arbeitet Dithmarschen Tourismus an einem großen Open-Data-Projekt der Tourismusagentur Schleswig-Holstein mit, bei dem es um den landesweiten Austausch von Angeboten für Ausflugsziele und Veranstaltungen geht.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist in Schleswig-Holstein zum zentralen Leitmotiv für einen verantwortungsvollen und zukunftsfähigen Tourismus geworden. Sie umfasst ökologische, ökonomische und soziale Aspekte, die immer mehr touristische Betriebe aktiv umsetzen.

Auch Dithmarschen Tourismus e.V. engagiert sich seit Jahren für nachhaltige Entwicklung: Seit 2011 ist der Verein zertifizierter Nationalpark-Partner und hat zahlreiche Maßnahmen realisiert. 2022 wurde Dithmarschen als „Nachhaltiges Reiseziel“ von TourCert ausgezeichnet.

Gemeinsam mit über 40 Partnerbetrieben arbeitet die Region daran, nachhaltige Angebote auszubauen und sichtbar zu machen. Durch die Fortführung unserer LTO-weiten Nachhaltigkeitsstrategie gemeinsam mit vielen Akteuren soll die Region langfristig zukunftsfähig gestaltet werden.



Qualität

Die Qualität des touristischen Angebots ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, der angesichts steigender Kundenansprüche langfristig gesichert werden muss. Mit der Einrichtung der Projektmanagementstelle „Qualität und Qualifizierung“ im Jahr 2017 hat

die LTO einen wichtigen Schritt in diese Richtung gemacht. Seitdem wurden zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, darunter Veranstaltungen zur Qualitätsverbesserung der Leistungsträger sowie die Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“.

Infrastruktur

Ziel ist es, die touristischen Akteure und Angebote in Dithmarschen besser zu vernetzen und abzustimmen. Investitionen in die Qualität der touristischen Infrastruktur haben sich als wichtiger Erfolgsfaktor erwiesen – sowohl in Erlebnis- und Aktivitätsangeboten als auch in der Basisinfrastruktur wie Ortszentren, Plätze und Baukultur. Auch die Unterstützung von Beherbergungsinvestitionen erfolgt regional abgestimmt. Dabei stehen Nachhal-

tigkeit, Energieeffizienz, Barrierefreiheit und Authentizität stets im Fokus. Das Projektmanagement zur Koordinierung der touristischen Infrastruktur sorgt für eine kontinuierliche Weiterentwicklung dieser Ziele.

Die Aufwertung der touristischen Infrastruktur ist eine der zentralen Aufgaben der LTO sowie der Ämter und Gemeinden.

Tourismusakzeptanz und -bewusstsein

An stark besuchten Touristenzielen wird die Entwicklung des Tourismus zunehmend kritischer gesehen – von Bewohnern ebenso wie von politischen und administrativen Entscheidungsträgern. Die Herausforderung besteht darin, Tourismus so zu gestalten, dass er im Einklang mit den Bedürfnissen der Wohnbevölkerung

steht und Konflikte minimiert werden. Dafür braucht es eine ausgewogene Betrachtung Schleswig-Holsteins als Lebens-, Urlaubs- und Arbeitsraum. Während bisher vor allem ökonomische Kennzahlen wie Übernachtungen zählten, gewinnen künftig Nachhaltigkeit und Gemeinwohl deutlich mehr Bedeutung.



Mitarbeitendensicherung und -gewinnung

Der Fachkräftemangel im Tourismus, der Gastronomie und der Hotellerie in Schleswig-Holstein ist seit langem eine große Herausforderung. Ursachen sind neben dem demografischen Wandel vor allem die geringe Attraktivität der Arbeitsplätze, wodurch viele Beschäftigte in andere Branchen wechseln.

Dieser Mangel gefährdet die Tourismusentwicklung im Land. Verschiedene Initiativen, etwa von DEHOGA und IHK, sind bereits gestartet. Im Fokus steht nun die „Employee Journey“ – also die gesamte Erfahrung der Mitarbeitenden von der Gewinnung bis zur Bindung auf Landes-, Regional- und Betriebsebene.

Tourismus in Schleswig-Holstein

In Schleswig-Holstein gibt es eine klare touristische Aufgabenverteilung. Diese beruht auf einer optimalen Verzahnung der Aufgaben zwischen Landes-, regionaler und lokaler Ebene.

Landesebene

TA.SH und TVSH



Regionale Ebene (TMO)

Nordsee-Tourismus-Service GmbH

nordsee

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

Lokale Tourismusorganisationen (LTO)

Dithmarschen Tourismus e. V.



Ortsebene

Amt Büsum-Wesselburen,
Burg-St. Michaelisdonn, Eider,
Heider-Umland, Marne-Nordsee,
Mitteldithmarschen - Gemeinde
Büsum und Friedrichskoog - Städte
Brunsbüttel und Heide

Andere Kooperationen und Mitgliedschaften

Nordsee-Tourismus-Service,
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein,
Tourismusverband Schleswig-Holstein,
Metropolregion Hamburg,
Touristische Arbeitsgemeinschaft
Nord-Ostsee-Kanal,
Grünes Binnenland,
Holstein Tourismus,
Bündnis Naturschutz in Dithmarschen,
Industrie- und Handelskammer,
Fachhochschule Westküste,
LAG AktivRegion Dithmarschen,
Verein zur Förderung Dithmarschens,
Wirtschaftsjunioren Dithmarschen,
Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele, ...



Landesebene

Für das landesweite Tourismusmarketing ist die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) verantwortlich. Sie koordiniert zudem das touristische Datenmanagement im Land. Die tourismuspolitische Interessenvertretung übernimmt der Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH) – gegenüber Politik, Verbänden und weiteren Akteuren auf Landes- und Bundesebene.

Regionale Ebene

Regionale Tourismusorganisationen wie die Nordsee-Tourismus-Service GmbH (NTS) bündeln Kräfte und fördern die Zusammenarbeit entlang der Küste. Als zentrale Marketingorganisation der schleswig-holsteinischen Nordsee ist die NTS für die Markenstärkung und die Gewinnung neuer Gäste zuständig – von Sylt bis zur Elbe. Ziel ist die nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus an der Westküste. Auch Dithmarschen Tourismus e.V. zählt zu den Gesellschaftern der NTS.



Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 formuliert für den Tourismus in Schleswig-Holstein die Vision „Vorreiter und Vorbild für nachhaltigen, verantwortungsbewussten Qualitätstourismus im deutschsprachigen Raum“ zu werden. Als Kernziele werden qualitatives Wachstum, eine nachhaltige Entwicklung sowie Tourismusakzeptanz und Zufriedenheit der Mitarbeitenden im Tourismus definiert. Dadurch wird die bisherige Fokussierung auf ökonomische Ziele im Sinne des Vier-Säulen-Modells der Nachhaltigkeit erweitert.



Masterplan 2024 - 2030 Nordseetourismus

Mit dem Nordsee Masterplan 2024-2030 wurde ein klarer Handlungsrahmen für die kommenden Jahre geschaffen – sowohl für die gesamte Tourismuswirtschaft der Region als auch für die Nordsee-Tourismus-Service GmbH als zentrale Marketingorganisation.

Der Masterplan bündelt die wichtigsten Daten, definiert Ziele und Maßnahmen und zeigt auf, wie eine nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus an der Nordsee Schleswig-Holstein gelingen kann. Besondere Schwerpunkte liegen auf Themen wie Nachhaltigkeit, Tourismusakzeptanz und Fachkräftesicherung.

Darüber hinaus werden aktuelle Herausforderungen benannt, zentrale Zielgruppen und Quellmärkte beschrieben und die Grundzüge der gemeinsamen Markenstrategie vorgestellt.



Dithmarschen Tourismus

Der Verein Dithmarschen Tourismus, gegründet im Jahr 1989, nimmt die Aufgaben einer lokalen Tourismusorganisation (LTO) im Sinne des Tourismuskonzeptes des Landes Schleswig-Holstein für das Gebiet des Kreises Dithmarschen wahr.

Die LTO Dithmarschen ist ein Zusammenschluss aus elf Mitgliedern: dem Kreis Dithmarschen, den Städten Heide und Brunsbüttel, den Gemeinden Büsum und Friedrichskoog sowie den sechs Ämtern des Kreises.



Unsere Aufgaben

- **Strategische Weiterentwicklung:**
Festlegung und Umsetzung nachhaltiger Entwicklungsziele und Zukunftsstrategien
- **Interessenvertretung:**
Bearbeitung touristischer Anliegen grundsätzlicher Bedeutung und Vertretung gegenüber übergeordneten Organisationen
- **Zentrale Anlaufstelle:**
Betrieb einer zentralen Beratungs-, Informations- und Buchungsstelle für Gäste
- **Kampagnen & Kommunikation:**
Koordination und Durchführung kreisweiter Marketingmaßnahmen und verkaufsfördernder Aktivitäten
- **Projektentwicklung:**
Planung und Umsetzung touristischer Projekte mit überregionaler Bedeutung
- **Infrastrukturkoordination:**
Abstimmung infrastruktureller, touristisch relevanter Planungen innerhalb der Region
- **Qualitäts- und Nachhaltigkeitsentwicklung:**
Maßnahmen zur Qualifizierung und zur Steigerung der touristischen Servicequalität
- **Standortmarketing:**
Entwicklung von Angeboten und Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusakzeptanz und Lebensqualität – auch für Einheimische und Mitarbeitende

Unser zentrales Ziel ist es, die touristische Wertschöpfung in der gesamten Region Dithmarschen zu steigern.

Dafür setzen wir auf hochwertige, zielgruppengerechte Angebote, eine starke und profilierte Destinationsmarke sowie eine leistungsfähige LTO als Schnittstelle zwischen Marketing und Regionalentwicklung.

Unsere Ziele

Wir begreifen Tourismus als Partnerschaft zwischen Gästen und Einheimischen:

Er schafft Lebensqualität, erhält Infrastrukturen, schafft Arbeitsplätze – und profitiert gleichzeitig von den Menschen vor Ort, ihrem Engagement, ihren Ideen und ihrer Gastfreundschaft.

Unser Tourismus soll nachhaltig wachsen – mit Rücksicht auf Natur und Landschaft. Denn eine intakte Umwelt ist nicht nur Grundlage für den Tourismus, sondern auch für die Lebensqualität der Menschen in unserer Region. Ihr Schutz hat daher höchste Priorität.

Unsere Arbeitsgrundlagen

Tourismuskonzept

Das Tourismuskonzept ist das langfristige Steuerungsinstrument der LTO Dithmarschen und bildet die Grundlage für alle Maßnahmen bis 2030. Es enthält:

- eine Analyse der regionalen Potenziale und Herausforderungen (SWOT)
- die Positionierung der Destination und Zielgruppenausrichtung
- Aufgabenverteilung, Organisationsstruktur und Finanzierung
- Entwicklungsziele und strategische Leitlinien in Marketing, Organisation und Infrastruktur
- Querschnittsthemen wie Klimawandel, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit
- ein System zur Umsetzungskontrolle



Marketing- und Organisationsplan

Der operative Plan konkretisiert das Tourismuskonzept für drei Jahre und bietet Flexibilität bei sich ändernden Rahmenbedingungen. Schwerpunkte sind:

- Weiterentwicklung der Marketingstrategie und Markenpositionierung
- Analyse lokaler Markenprofile
- Optimierung der Finanzierungs- und Arbeitsstrukturen
- Abstimmung der Aufgabenprofile zwischen der LTO und der Ortsebene

Masterplan Infrastruktur

Der Masterplan bewertet laufende und geplante Infrastrukturprojekte hinsichtlich ihrer Wirkung und Zielgenauigkeit. Im Fokus:

- Umsetzungskontrolle von Projekten
- Bewertung regionaler Impulsprojekte
- Abgleich mit strategischen Entwicklungszielen

Unsere Kooperationen und Mitgliedschaften

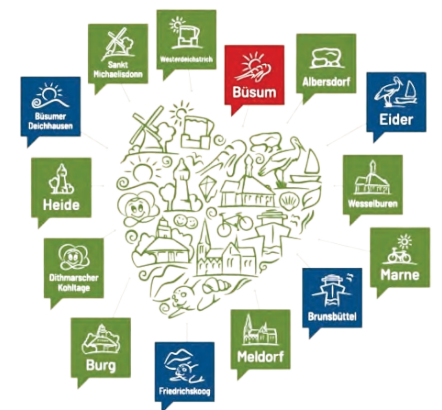
Kooperationen und Mitgliedschaften in unterschiedlichen Vereinen und Verbänden sind für uns ein wesentlicher Bestandteil unserer Arbeit – denn gemeinsam lassen sich größere Erfolge erzielen. Einige Beispiele dafür sind: Nordsee-Tourismus-Service, Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein, Tourismusverband Schleswig-Holstein, Metropolregion Hamburg, Touristische Arbeitsgemeinschaft Nord-Ostsee-

Kanal, Wirtschaftsjuvenen Dithmarschen, Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele, Holstein Tourismus, Bündnis Naturschutz in Dithmarschen, Industrie- und Handelskammer, Fachhochschule Westküste, LAG AktivRegion Dithmarschen, Verein zur Förderung Dithmarschens.
www.echt-dithmarschen.de/kooperationen

Ortsebene

In Dithmarschen übernehmen auf Orts- und Amtsebene Tourismusvereine sowie Stadtmarketing- und Serviceeinheiten zentrale Aufgaben für den lokalen Tourismus. Je nach Bedeutung des Standortes und vorhandener Entwicklungspotenziale kümmern sie sich um touristische Belange direkt vor Ort. Sie betreiben mit Unterstützung oder Trägerschaft der Kommunen die Tourist-Informationen und Service-Points – und sind damit wichtige Anlaufstellen für Urlauber und Tagesgäste. Als direkte Ansprechpartner für Gäste und lokale Betriebe sichern sie den Informationsfluss, pflegen persönliche Kontakte und sorgen dafür, dass der Tourismus vor Ort lebendig bleibt. Die Kooperation und Zusammenarbeit der Ortsebene mit der LTO ist von zentraler Bedeutung:

Nur im engen Austausch zwischen LTO und Ortsebene lassen sich Synergien nutzen, Strukturen stärken und eine einheitliche Außen-darstellung der Region erzielen. Die Ortsebene ist dabei nicht nur Impulsgeber, sondern auch Realisierer konkreter Angebote und Maßnahmen – sie kennt die Gegebenheiten, Akteure und Potenziale vor Ort am besten. Darüber hinaus leisten sie einen bedeutenden Beitrag zur regionalen Produktentwicklung und zur engen Abstimmung mit den Marketingaktivitäten der LTO.





Wir informieren Sie in unserem Partner-Newsletter. Hier bekommen Sie wichtige Informationen und Tipps direkt in Ihr Postfach!

Melden Sie sich gleich für unseren Partner-Newsletter an:
www.echt-dithmarschen.de/service/partner-newsletter



Kontakt

Dithmarschen Tourismus e.V.
 Markt 10 · 25746 Heide
 Telefon: 0481 21 22 555
 E-Mail: info@echt-dithmarschen.de
www.echt-dithmarschen.de

