

Scharbeutz

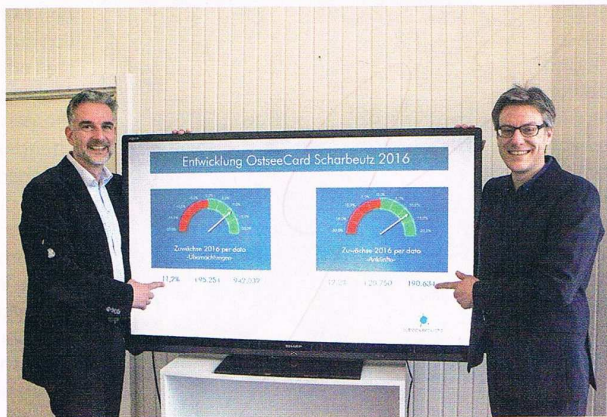
Die Ostsee liegt im Urlaubstrend

Der Trend hält an! Die Lübecker Bucht ist mit den Orten Scharbeutz, Sierksdorf und Neustadt in Holstein auf touristischem Wachstumskurs – und das in beachtlichem Maße, wie die aktuell ausgewerteten Zahlen für das Jahr 2016 zeigen. Immer mehr Urlauber entscheiden sich für den Urlaub mit hohem Erholungswert und interessantem Programm.

Im direkten Vergleich der Jahre 2015 zu 2016 weist Scharbeutz einen Zuwachs bei den Ankünften von 12,2 Prozent (190.634 Ankünfte) und bei den Übernachtungen von 11,2 Prozent (942.039 Übernachtungen) auf. „Wir befinden uns bereits auf einem guten Ausgangsniveau und haben in Scharbeutz von 2015 zu 2016 lediglich einen Zuwachs von 1,3 Prozent an Bettenkapazitäten gehabt. Wenn man die Steigerung von Übernachtungen in Höhe von 11,2 Prozent dagegen hält, ist klar, dass maßgeblich eine bessere Auslastung der bestehenden Kapazitäten stattgefunden hat“, fasst André Rosinski, Vorstand der Tourismus-Agentur zusammen. Auch die Zahl der Tagesgäste ist weiter gestiegen. Der Eindruck des fast durchgängig gut besuchten Ortes bestätigt sich unter anderem in den 10,4 Prozent Mehreinnahmen bei den Parkgebühren. Christian Rogge, zuständig für Infrastruktur- & Projektentwicklung bei der TALB, erklärt: „Betrachtet man die Wachstumskurve des Ortes

von 2011 bis 2016 zeigen sich beeindruckende Zahlen, die die touristische Entwicklung der letzten Jahre dokumentieren. In diesem Vergleich zeigt sich bei den Übernachtungen ein

„Von Scharbeutz über Sierksdorf bis Neustadt in Holstein gab es von Mai bis September 2016 ein Ankünfte-Plus von 11,3 Prozent und ein Übernachtungs-Plus von 6,8 Prozent. Mit



Christian Rogge (li) und André Rosinski (TALB) zeigen anhand einer Grafik, in welchem Maße das Urlauberaufkommen zugenommen hat

Wachstum in Höhe von rund 60 Prozent, bei den Ankünften rund 84 Prozent für Scharbeutz verzeichnete also 2016 rund 86.000 mehr Gäste als in 2011.“

den öffentlichen und privaten Investitionen wurden und werden weiter Grundsteine gelegt, um die Attraktivität insbesondere in der Nebensaison zu stärken. Dann geht es darum, durch Kommunikations- und Marketingmaßnahmen die Aufmerksamkeit der Gäste auf die Region zu lenken und schließlich die Erlebnisangebote vor Ort so zu gestalten, dass der Gast gerne wiederkommt und auch in seinem Umfeld positiv davon berichtet.“ Natürlich gibt es im Moment viele gute Argumente für den Urlaub im eigenen Land. Aber: „Die Gäste haben selbst auf Deutschland beschränkt viele Auswahlmöglichkeiten. Wenn sie sich dafür entscheiden, zu uns zu kommen, dann liegt das am Zusammenspiel zwischen Attraktivität des Angebotes und dem richtigen Marketing.“