



**TOURISMUS
CLUSTER.SH**

zusammen. echt. stark.

Nachhaltigkeit in der Tourismusentwicklung. Oder – wieviel Tourismus verträgt ein Raum?

GLÜCKⁿ
= nachhaltig
erfolgreicher
Ich bin dabei.

SH 
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein

Dr. Carola May, Projektleiterin

Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

SH 
Schleswig-Holstein
Ministerium für Wirtschaft,
Arbeit, Verkehr und
Technologie

WT.SH 

Wir fördern Wirtschaft
 EU.SH 

Agenda

- Das Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein und das Handlungsfeld Nachhaltigkeit
- Tourismusräume
- Nachhaltige Touristifizierung von Räumen
- Nachhaltige Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein
- Best Practice – verschiedene Ebenen
- Fazit

Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein

Branchennetzwerk

Impulsgeber

Innovationen

Nachhaltigkeit

Digitalisierung

Wissenstransfer

Vernetzung

„Leuchtturm-Betriebe“
sichtbar machen



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.

1. KMU- / Betriebsunterstützung

2. Digitalisierung

2. Nachhaltigkeit

Kernaufgaben des Tourismus-Clusters SH im Handlungsfeld **Nachhaltigkeit**:

- Vernetzung von Akteuren und Projekten
- Informations- und Wissenstransfer
- Steigerung der Zahl der nachhaltigen Betriebe
- Unterstützung bei der Entwicklung nachhaltiger Regionen
- Unterstützung bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte bzw. Angebote



Tourismusräume

Raum (sozial- und kulturkonstruktivistische Perspektive)

- konstruiert, relational, dynamisch, vielschichtig
- Produkt und Medium sozialen Handelns → Subjekte/Akteure
- nur vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Kontexte verstehbar

➔ Mensch und Raum / Landschaft in Wechselbeziehung zueinander

Landschaft

- Teilaspekt des geographischen Raumes,
- umfasst neben materiellen Aspekten auch Bedeutungsaufloadungen (entspannend, schön, energetisch...)
- auch Landschaft = dynamisches Konstrukt menschlicher Vorstellung und materieller Voraussetzungen, reflektieren individuelle und gesellschaftliche Vorgaben und zeitgeschichtlichen Kontext
- im Tourismus(marketing) Betonung des ästhetisch-kontemplativen Aspekts

Tourismusräume

Touristifizierung = einen Raum an touristische Bedürfnisse anpassen

- zusätzliche außeralltägliche Bedeutungen
- durch Tourismus kreierte, zusätzliche Raumebene spiegelt Beschaffenheit der Mehrheitsgesellschaft
- heterogene Lebensformen – unterschiedliche Urlaubserwartungen und Zielgruppen
- wechselseitige Beziehung „Alltagsraum – touristische Gegenwelt“ kann für gezielte Touristifizierung des Raumes genutzt werden



Tourismusräume

Bsp.: Touristifizierung ländlicher Räume

physisch-materielle Dimension

wahrnehmen

Was ist dort?

- z.B. Wetter, Klima, Infrastruktur, Flora + Fauna
- Alltagspraktiken > Verräumlichungen

mentale Dimension

planen / konzipieren

Was wird geplant?

- Planungs-, Design-, Marketingskonzepte...)
- Codes, Tafeln, Karten, Wege...
- Kosten-Nutzen-Kalkulationen...



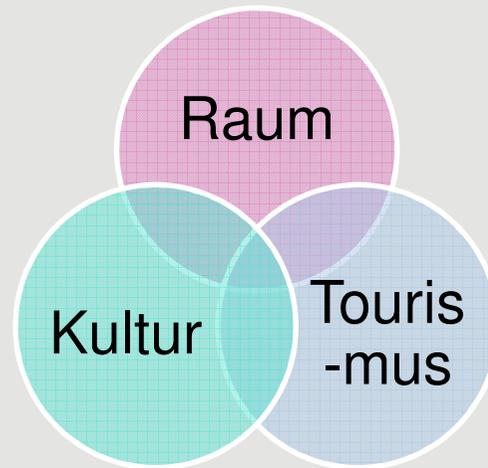
sozio-kulturelle Dimension

Leben

Was/ wie wird gelebt?

- Nutzung + Umnutzung durch Akteure selber
- Raum = Teil der Identität

Nachhaltige Touristifizierung von Räumen



- Ausgewogene Beziehung
- Berücksichtigung unterschiedlicher Nutzungsansprüche

Räume legen Praktiken nahe, die Spuren im Raum hinterlassen
Tourismusarten hinterlassen Set an Praktiken und Strukturen im Raum
= Raumabdruck



Bedingung für nachhaltig erfolgreiche Tourismusentwicklung:
Berücksichtigung von Raumbestandteilen + Nachhaltigkeitssäulen

Nachhaltige Touristifizierung von Räumen

→ Einbeziehung aller **drei Säulen** (bsp. Hotellerie)



Ökologische Säule

- Schutz der Natur/Tierarten/Ressourcen
- Verantwortungsvoller Umgang mit der Natur
- Umweltverträgliche Fortbewegungsmittel (e-mob.)
- Pfand- +Recycling-Systeme...



Ökonomische Säule

- Ressourceneffizienz
- Nachhaltige Produktentwicklung
- Regionale Produkte...
- Einkaufsmanagement
- Nachhaltige Produkt- + Lieferketten → Wertschöpfung



Soziale Säule

- Nachhaltige Ausbildung von Fachkräften
- Faire Arbeitsbedingungen
- Nachhaltige Unternehmensentwicklung...
- Berücksichtigung regionaler kultureller Charakteristika...

Nachhaltige Tourismusedwicklung in Schleswig-Holstein



Nachhaltige Tourismusentwicklung in Schleswig-Holstein

Branchenvertreter

- Nachhaltigkeit als **Leitmaxime** der überarbeiteten Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 (in Planung)
- einzelne Marketingprojekte mit Nachhaltigkeitsansätzen z.B. im Landestourismusmarketing (v.a. Messen (ITB) und Events)
- Website <https://www.sh-tourismus.de/schleswig-holstein-fuer/nachhaltiger-urlaub> honoriert Leuchttürme und geänderte Kundenansprüche > Überarbeitung geplant
- Nachhaltigkeitsinitiative „Glück hoch n“ für Leistungsträger > aktuell 254 TN (Tourismus-Cluster)
- Initiierung „Netzwerk Energieeffizienz HOGA-Betriebe“ (Tourismus-Cluster und DEHOGA); insg. ca.40 TN
- Regelmäßige gemeinsame Veranstaltungen für touristische KMU und Destinationen zu Nachhaltigkeitsthemen



Best Practice - Destinationen

Die Schleiregion = Vorreiter im Land

- Erstes zertifiziertes „nachhaltiges Reiseziel“ in Schleswig-Holstein (seit 2018 nach TourCert)
- Entwicklung eines Nachhaltigkeitsleitfadens
- Einbindung der eigenen Tourismus-Betriebe
- Anpassung des Unternehmensleitbilds „Kehren vor der eigenen Haustür“
- Nachhaltige Urlaubsangebote: „Bonus-Pass“

OSTSEEfjords**SCHLEI**



TourCert
Travel for Tomorrow

Best Practice - Destinationen

Die Föhr Tourismus GmbH – plastikfrei und nachhaltig

- Die Föhrer Netzwerk-Initiative „Plastikfrei wird Trend“ setzt sich für plastikfreie Alternativen in vielen Bereichen des täglichen Lebens ein:
 - Engagement gegen Plastikflut an Küsten
 - Information und Sensibilisierung
 - Einbindung von Akteuren aus Einzelhandel, Fischerei, Tourismus, Wissenschaft und Naturschutz
 - Maßnahmen: plastikarme Ferienunterkünfte, kreislauffähige Einkaufs-taschen, plastikfreie Merchandise- und Souvenirprodukte Clean-Up Aktionen, Fair-Cup auf Föhr,...
- nachhaltige Ferienimmobilien



Best Practice - Destinationen

Die Tourismus Marketing Service Büsum GmbH

- Errichtung des Watt'n Hus: Modern, nachhaltig gebaut, barrierefrei, multifunktional –Touristinfo, Kino, Tagungs- und Hochzeitsräume etc.
- Projekt **klimaneutrale An- und Abreise**: Berechnung CO₂-Emissionen der Urlauber über Onlineportal
- Unterstützung verschiedenster Klimaschutzprojekte: Reduzierung von Rauchgasemissionen in Kenia, Biogasanlagen in Indien, Windenergie in Taiwan
- Unterstützung der Schutzstation Wattenmeer in Büsum



Best Practice – Städte und Orte

Fairtrade-Towns

- Hansestadt Lübeck 2011 erste Fairtrade Stadt in Schleswig-Holstein
- inzwischen 26 Städte + Orte in SH
- Titel-Vergabe durch TransFair e.V.
- flächendeckende Nutzung von Produkten aus fairem Handel
- Anstoß für Projekte mit neuen Kooperationspartnern
- Handlungsoptionen zur konkreten Umsetzung globaler Entwicklungsstrategien, z.B. der SDGs
- Impulse für das Thema nachhaltige Beschaffung
- Vernetzung und Austausch mit über 2.000 Fairtrade-Kommunen in über 36 Ländern



Best Practice – Leistungsträger

Beispiele von Hotelzertifizierungen

- Bio-Hotel Miramar in Tönning/Nordsee
- Bio-Hotel Haus am Watt in Heringsand
- Bio-Hotel Fauna in Breiholz
- Janbeck*s FAIRhaus (1. Klimapositives Hotel)



Zertifizierte Ferienimmobilien (Klimapatenschaft)

Prüfung von Nachhaltigkeitskriterien in den Bereichen Energie, Wasser, Mobilität, Abfall, CO₂, Kommunikation und Ausstattung



<https://klimapatenschaft.de/>

Best Practice – Leistungsträger: Hotels (Bsp.)

ARBOREA Marina Resort Neustadt

Bei dem Konzept des ARBOREA Resorts spielt Natur die Hauptrolle

- Einsatz von recycelbaren, natürlichen Materialien bei der gesamten Innen- und Außenausstattung
- Outdoor-Angebot mit Mix aus Action und Relaxen
- E-Mobility-Center mit E-Bikes, E-Scootern und E-Autos
- Upcycling-Werkstatt für Groß und Klein
- Einsatz vielseitiger nachhaltiger Produkte, z.B. Strohhalm aus Stroh, Kleiderbügel & Taschentuchboxen aus alten Aktenordnern



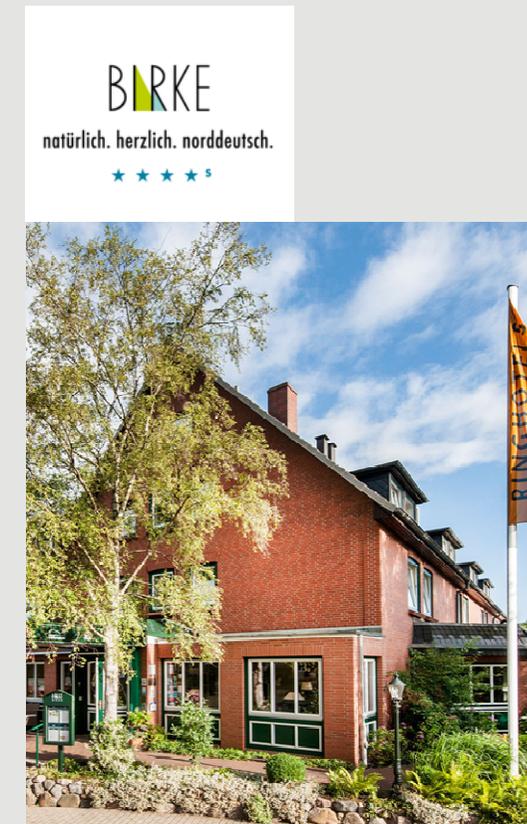
“We love the outdoors, we create new experiences and we believe togetherness makes you happy.”

Best Practice – Leistungsträger: Hotels (Bsp.)

Ringhotel Birke in der Landeshauptstadt Kiel

Das Hotel Birke setzt auf ökologische Nachhaltigkeit

- Abfallmanagement: Einsatz von ausschließlich wiederverwendbaren & recycelbaren Verpackungen
- Einsatz Reinigungsmittel: Osmoseanlage zur Reduzierung der Mengen
- Gästeinformation: Kochkurse zur Aufklärung gesunder, natürlicher und regionaler Ernährung
- Mobilität: Ladestation für E-Autos mit selbst erzeugtem Strom
- Wasser- und Energiesparmaßnahmen: Speicherung Wärme von Wäscherei & Lüftungsanlage zur Wiederverwendung



Best Practice – Leistungsträger: Gastro

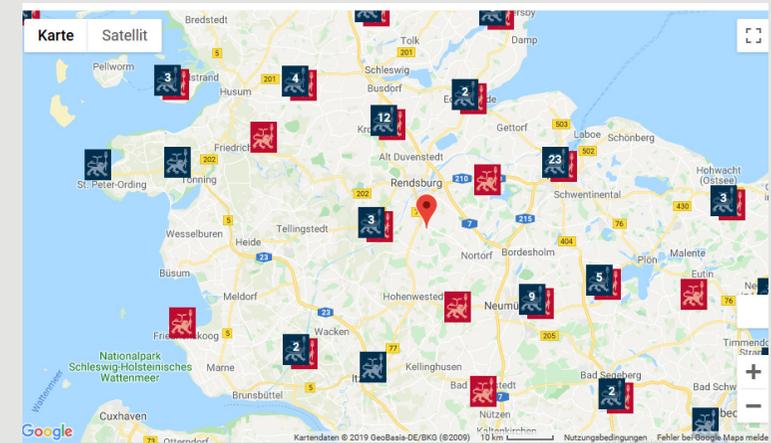
FEINHEIMISCH Genuss aus Schleswig-Holstein e.V.

= Netzwerk von agrarischen Erzeugern und Manufakturen, Küchenchefs und Gastronomen, privaten Mitgliedern und gewerblichen Förderern



Die Mitglieder verpflichten sich

- verantwortungsvoll, umweltverträglich und nachhaltig zu produzieren,
 - regionale Produkte zu verwenden
 - zur kulinarischen Bildung von Kindern und Erwachsenen beizutragen
-
- 40 Restaurants in SH (Stand Okt. 2019)
 - 66 Erzeuger in SH



Best Practice – Leistungsträger: Gastro



Naturgenussfestival: Projekt der der Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein

Unter dem Motto “*Mit Genuss die Natur retten*” unterstützen ausgewählte Partner die Stiftung Naturschutz Schleswig-Holstein beim Naturgenussfestival.

Teilnehmende Hotel- und Gastronomiebetriebe

- bieten einen Monat lang ein nachhaltiges Menü an
- entwickeln gemeinsam mit Stiftungsmitgliedern und Biologen einen Spaziergang ins Stiftungsland an,
 - Wildkräuter zu sammeln
 - Flora und Fauna kennenzulernen
 - Gästen Natur nahe zu bringen
 - Zusammenhang Natur - Genuss zu verdeutlichen
- Symbiose Naturerlebnis – Kulinarik – Tages(tourismus)



Best Practice – Touristische Leistungsträger

Nationalpark Wattenmeer - Partnerschaften

Nationalpark
Wattenmeer



Nationalpark-Partnerschaften werden seit 2003 im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer vergeben

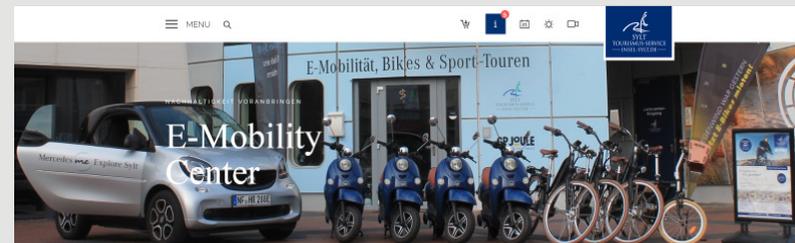
- **Teilnehmer:** Zurzeit über 180 Nationalpark-Partner (Nachfrage steigt stetig)
- **Ziel:** die natürliche Umwelt schützen und erlebbar machen
- Zusammenarbeit zwischen der Nationalparkverwaltung, Gemeinden, Naturschutzverbänden und Unternehmen der Region, die engen Bezug zum Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer haben
- alle Nationalparkpartner machen bei der Initiative Glück hoch n mit



Best Practice – Nachhaltige Verkehrssysteme

E-Mobility Center auf Sylt: Intermodales Konzept für Sylt

- E-Auto, E-Bike
- E-Roller
- Trekking-Räder
- E-Scooter in Planung



StrandGut Resort in SPO: Lifestyle, Mobilität und Umweltbewusstsein mit GPJoule Connect

- zehn Ladesäulen und E-Autos zum Ausleihen
- E-Bike-Vermietung



Ingesamt wächst Angebot von E-Mobilität (E-PKW, E-Roller bis E-Bike) landesweit kontinuierlich

Best Practice – Naturerlebnis mit Langzeitwirkung?

Tiny House: wohngesundes Bauen mit nachhaltigen Materialien



DESIGN

**AUS DER NATUR,
FÜR DIE NATUR**

Quelle: tiny house project; www.klimapatenschaft.de

Best Practice – Naturerlebnis mit Langzeitwirkung?

Tiny House: Nachhaltigkeit, Wohngesundheit, Natureleben auf allen Ebenen



Quelle: tiny house project; www.klimapatenschaft.de

Best Practice – Einzelmaßnahmen tourist. Leistungsträger

Die Tourismus Marketing Service
Büsum GmbH

- Beach Clean Ups (z.B. SPO klart auf, Fehmarn Müllfrei am Strand)
- Ausgabe von 200.000 Strandaschenbechern durch OHT in 2019
- Einführung des Recup-Pfandbecher-Systems z.B. in der LTO Lübecker Bucht (TALB)
- Metal 4 Nature – Nachhaltigkeit beim W:O:A: ein open air festival wird klimaneutraler, müllärmer und nachhaltiger
- NORDEN Festival



Fazit

- gelebte Nachhaltigkeit ist positiv für Einwohner, Touristen und das Land und seine Räume (Erhalt von Charakter, Natur und Kultur, Authentizität)
- nachhaltig positive touristische Entwicklung bedeutet eine raum- und kultursensible (Um)Gestaltung und (Neu)Interpretation von Räumen unter Einbezug der Wünsche verschiedener ZG und Bevölkerungsgruppen (Politik, Wirtschaft, Soziales...)
- gute Projekte in SH, aber (noch) kein integrativer Ansatz für alle Ebenen
- Keine Fördermittel für Maßnahmen zum Erreichen der SDG
- Bestehende Fördermittel nicht an Nachhaltigkeitsbedingungen gekoppelt
- Land SH selber noch nicht zertifiziert, z.B. TourCert (angedacht)

➔ SH ist auf einem gutem Weg, aber es gibt noch viel zu tun!

Haben Sie
Fragen?

Das Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein



Lena Behrend

Dr. Carola May

Katharina Volpp

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Dr. Carola May
Projektleiterin

Telefon 0431-66666-880

may@wtsh.de

www.tourismuscluster-sh.de

www.glueck-hoch-n.de