

MEHR.
NACHHALTIGKEIT.
WAGEN.

TOURISMUS FÜR SYLT

Mit
Sylt-Check

zur Nachhaltigkeit
von Tourismus-
vorhaben

Ein Beitrag zur zukunfts-
fähigen Tourismusedwicklung



DAS AUTORENTEAM

Von links hinten:

Dr. Roland Klockenhoff (Naturschutzgemeinschaft Sylt)

Dr. Matthias Strasser (Freundeskreis Naturgewalten)

Anja Szczesinski (WWF)

Dr. Christiane Gätje (Nationalparkverwaltung)

Lothar Koch (Schutzstation Wattenmeer)

Dennis Schaper (Schutzstation Wattenmeer)

Von links vorne:

Margit Ludwig (Naturschutzgemeinschaft Sylt)

Sven Lappoehn (Sölring Foriining)

Walter Körnig (NABU)

Nicht im Bild:

Roland Grüger (Sölring Foriining)

Wolfgang Günther (NIT)

Maike Lappoehn (Naturschutzgemeinschaft Sylt)

Dr. Hans-Ulrich Rösner (WWF)

Wolfgang Strenger (Freundeskreis Naturgewalten)

INHALT

Einleitung	4
1. Gegenwart	6
2. Zukunft	10
3. Warum jetzt?	14
4. Warum nicht früher?	16
5. Wie kann es gelingen?	18
6. Impulse zum Anfangen	20
7. Inspirationen von nah und fern	24
8. Der Sylt-Check - ein Vorschlag zur Messung des Erfolges	26



EINLEITUNG

Diese Publikation ist ein Impuls der Sylter Naturschutzorganisationen für die Tourismusentwicklung auf der Insel. Sie will Denk- und Handlungsanstöße für die Zukunft auf Sylt aus Sicht des Umwelt- und Naturschutzes geben und dazu einladen, gemeinsam einen Prozess für mehr Nachhaltigkeit im insularen Tourismus zu starten. Sie ist jedoch nicht als umfassende Konzeption oder Handreichung mit Umwelt-Tipps für Unternehmer und Marketingfachleute im Tourismus gedacht.



Foto: © Adam Schabler, Illustration: Adobe Stock / vectorartu

Wie ist „Tourismus für Sylt – mehr Nachhaltigkeit wagen!“ entstanden?

Sylt ist ein Hotspot für den Tourismus. Mit allen Nebenwirkungen erfreulicher Art – so leben die weitaus meisten Sylterinnen und Sylter direkt oder indirekt vom Tourismus, aber auch unerfreulicher Art, wie sie bei einer so hohen Intensität des Tourismus nur allzu leicht entstehen. Sylt ist zugleich ein Hotspot für die Natur, z.B. durch die beeindruckenden Dünenlandschaften auf der Insel oder durch den umgebenden Nationalpark Wattenmeer, der sogar als Weltnaturerbe anerkannt wurde.

Unzweifelhaft hat die Qualität von Natur und Umwelt auf der Insel seit vielen Jahrzehnten aber auch gelitten. Sie stand und steht stark unter Druck und ist teils in schlechtem Zustand. Das hat mehr als nur einen Grund, doch der Tourismus ist als eine der Ursachen ganz vorne mit dabei. Während die Gästezahlen weiter gestiegen sind, hat die Natur Federn gelassen. Kann man hier zu einem besseren Ausgleich der Ansprüche kommen? Kann man weitere Schäden abwenden und vielleicht sogar den Naturzustand auf Sylt wieder verbessern?

Die Frage des Verhältnisses zwischen Naturschutz und Tourismus stellt sich auf Sylt im Grunde seit Jahrzehnten und wurde oft diskutiert, nicht selten auch kontrovers. In den letzten Jahren ist dabei sehr deutlich geworden, dass es in der aktuellen Tourismusentwicklung auf Sylt neben dem ökonomisch orientierten „Strategiekreis Tourismus“ keine vergleichbar organisierte, einheitliche Stimme seitens des Natur- und Umweltschutzes zu diesem Thema gibt. Trotz zahlreicher gelungener Kooperationen zwischen Naturschutz und Tourismus ist dabei der Eindruck entstanden, dass viele Unternehmen Nachhaltigkeit bisher eher als ein touristisches Segment unter vielen wahrnehmen, während die Naturschutzorganisationen die Nachhaltigkeit als eine stets erforderliche gemeinsame Querschnitts- und Zukunftsaufgabe verstehen. Daraufhin haben die auf Sylt im Natur- und Umweltschutz aktiven Organisationen NABU, Naturschutzgemeinschaft Sylt, Schutzstation Wattenmeer, Sölring Foriining, Verein Jordsand sowie der WWF und die Nationalparkverwaltung, die sich wattenmeerweit für Nachhaltigkeit im Tourismus einsetzen, eine verbandsübergreifende, strategische Zusammenarbeit im Bereich Nachhaltigkeit und Tourismus begonnen. Sie wollen so ein „ökologisches Gegengewicht“ zum „Strategiekreis Tourismus“ bilden – allerdings ausdrücklich mit dem Ziel, die Interessen nicht im Gegeneinander auszufeuchten, sondern als Teil der Suche nach einem fruchtbaren Miteinander!

Die so entstandene Projektgruppe hat seit dem Frühjahr 2018 in mehreren Zusammenkünften und mit fachlicher Begleitung des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) aus Kiel eine Situationsanalyse zur Nachhaltigkeit im Sylt Tourismus durchgeführt, Eckpunkte für eine nachhaltige Tourismusentwicklung auf Sylt festgehalten und einen Kriterienkatalog zur Beurteilung von Nachhaltigkeit bei touristischen Vorhaben ausgearbeitet. In Struktur und Inhalten orientierte sie sich dabei am Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus des Deutschen Tourismusverbandes (DTV, 2016). Der übergeordnete Rahmen war die Strategie „Nachhaltiger Tourismus in der Destination Weltnaturerbe Wattenmeer“ (Gemeinsames Wattenmeersekretariat, 2014).

Was will diese Initiative erreichen?

Die Naturschutzorganisationen möchten mit dieser Schrift einen Beitrag und Anstoß zu einer zukünftig breiter angelegten gemeinsamen Konzeptentwicklung und Entwicklungsarbeit für den Sylt Tourismus geben. Diese muss syltverträglich sein und Umwelt, Klima-, Natur- und Sozialverträglichkeit als Querschnittsaufgabe in allen Bereichen touristischen Werbens und Handelns verstehen. Es geht den Verbänden darum, den Sylt-Tourismus auf dem Weg zu begleiten, Vorreiter für Nachhaltigkeit im Tourismus zu werden, die neben den ökonomischen Interessen gleichrangig auch die anderen Lebensraum-Interessen der Insulanerinnen und Insulaner sowie den Schutz der einmaligen Natur auf und um Sylt berücksichtigt.

Wir möchten begeistern, anstoßen und anstecken. Lassen Sie uns gemeinsam mutig sein, kreativ sein und Sylt zu einem Modell für glaubwürdige Nachhaltigkeit im Tourismus entwickeln.

1. GEGENWART

Wie sieht es heute aus? Kann Sylt Nachhaltigkeit im Tourismus?

Ja und nein – die Natur- und Umweltschutzorganisationen haben den insularen Tourismus im Frühjahr 2019 auf den Prüfstand gestellt und die aktuelle Situation entlang der vier Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales sowie der acht Handlungsfelder des Praxisleitfadens Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus des Deutschen Tourismusverbandes (DTV, 2016) genauer untersucht:

Dimension Management

Insgesamt betrachtet, spielen Aspekte der Nachhaltigkeit in politischen Entscheidungen auch hier bereits eine Rolle und werden in Konzepten für die Insel berücksichtigt. Für Sylt existiert aber keine ausdrückliche Nachhaltigkeitsstrategie. Auch eine Insulare Tourismuskonzeption gibt es nicht, wohl aber Leitlinien für den Tourismus in der Zukunft, ein Markenleitbild und einen Marketingplan, die diese Funktion übernehmen. Der Marketingplan 2017-2020 der Sylt Marketing GmbH (SMG, 2017) nimmt das Thema Nachhaltigkeit auf und gibt ihm einen hohen Stellenwert mit Perspektive für die Zukunft. Alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit werden angesprochen. Genauere, messbare Entwicklungsziele werden jedoch nicht benannt und entsprechend auch nicht überprüft. Ein Aktionsplan zum Thema existiert nicht. Ein zielgerichteter und strukturierter Prozess für mehr Nachhaltigkeit war bisher nicht erkennbar. Nun aber ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung getan: Im Dezember 2019 hat eine Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmanagerin unter dem Dach des Landschaftszweckverbandes ihre Arbeit aufgenommen.

Die Sylt Marketing GmbH (SMG) als Sylter Destinationsmanagement-Organisation (DMO) kennt die unterschiedlichen Interessen auf der Insel und ist mit allen Akteuren in mehr oder weniger starkem Austausch. Mit dem „Strategiekreis Tourismus“ existiert ein Gremium, das wichtige und überwiegend wirtschaftlich orientierte Interessengruppen integriert. Es umfasst aber nicht alle gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Anspruchsgruppen. So bleiben etwa die Natur- und Umweltverbände der Insel dort außen vor. Ein Gremium, das alle relevanten Anspruchsgruppen auf Augenhöhe zusammenführt und verantwortlich in eine nachhaltige touristische Entwicklung einbezieht, gibt es nicht.

Die Sylt Marketing GmbH kommuniziert den Stellenwert der Nachhaltigkeit für den Tourismus auf Sylt transparent nach innen und außen und informiert die Gäste zu ausgewählten Projekten, Initiativen und Produkten. Nach innen werden immer wieder entspre-

chende Anregungen an Anbieter im Tourismus gegeben. Es besteht eine erklärte Offenheit der SMG für das Thema Nachhaltigkeit. Sie informiert auf ihrer Website unter der Rubrik „Nachhaltiger Urlaub auf Sylt“ über Angebote und Aktivitäten zu diesem Themenkreis und bietet ausgewählten Nachhaltigkeitsaktivitäten in ihrem halbjährlich erscheinenden Magazin „Natürlich Sylt“ ein attraktives Schaufenster. Das ist ein guter Anfang, um solche Angebote besser sichtbar werden zu lassen und Lust auf mehr zu machen. Die Website bietet aber bisher keine „Sortierhilfe“ für solche Angebote über Kriterien in den Suchmasken z.B. für Restaurants oder Übernachtungen. Auch eine für den Gast transparente und vergleichbare Beschreibung der Angebote mit Blick auf ihren Beitrag zur Nachhaltigkeit als Orientierungshilfe wird nicht angeboten.

Der Online-Shop „Syltiges.de“ bietet zusätzlich eine Vielfalt von Artikeln mit Bezug zu Sylt. Nachhaltigkeitskriterien scheinen bei der Zusammenstellung des Sortiments hier allerdings keine entscheidende Rolle gespielt zu haben oder werden zumindest nicht kommuniziert. Auch eine Regionalmarke mit kommunizierten definierten Kriterien gibt es bisher nicht.

Die SMG hat den Betrieben nach eigenem Bekunden vorgeschlagen, sich verstärkt im Nachhaltigkeitsbereich zertifizieren zu lassen, hierfür aber wenig Begeisterung gefunden. Bislang ist die Zahl der Betriebe mit einem Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel eher gering. Eine umfassende, gemeinsame und kraftvolle Initiative für mehr Nachhaltigkeit im Sylt Tourismus gab es bisher nicht. Aktuell engagieren sich jedoch erfreulicherweise immer mehr Sylterinnen und Sylter in diese Richtung. So hat sich z.B. aus dem Pfandbecher-Projekt „Recup“ zwischenzeitlich die Projektgruppe „Gründer“ entwickelt, in der die SMG mit dem Verein Sylter Unternehmer und interessierten Gastronomen, Bäckern und Hoteliers zusammen weitere Alternativen zu Einweg-Plastikartikeln und bessere Lösungen im Sinne von Mensch und Natur finden und auch umsetzen möchten. Auch die Bewegung „Bye Bye Plastik“



*Nachhaltigkeit
braucht einen konkreten
Aktionsplan!*

gewinnt auf Sylt immer mehr aktive und kreative Unterstützerinnen und Unterstützer.

Barrierefreiheit und die Zugänglichkeit touristischer Angebote werden online gut sichtbar und in einem Infoheft („Urlaub mit Handicap“) erfreulich umfassend kommuniziert, so dass der Gast entsprechende Information schnell findet. Auch Besucherinformation und Besucherlenkung auf der Insel, insbesondere zu den Naturschätzen auf Sylt, sind gut ausgebaut. Tragende

Kräfte hierbei sind die Naturschutzverbände auf der Insel, die Nationalparkverwaltung, das Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (LLUR) und der Landschaftszweckverband Sylt. Zum Teil gibt es allerdings uneinheitliche Regeln für das erwartete Verhalten der Gäste in der Natur (z.B. Leinenpflicht für Hunde). Die SMG unterstützt diese Besucherinformation und -lenkung in der eigenen Kommunikation.



Dimension Ökonomie

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Insel ist über-
ragend. Die Entwicklung von Ankünften, Übernachtungen und
Aufenthaltsdauer wird kontinuierlich erfasst. Die Übernachtungs-
zahlen steigen. Als Entwicklungsziel werden zunächst im Marke-
tingplan 2017-2020 der SMG (2017) 7 Mio. Übernachtungen ange-
geben. Dabei wird ein „Inhaltlicher Wandel statt undifferenzierten
Wachstums“ als Ziel formuliert. Wie dies in der Praxis aber konkret
aussehen soll, bleibt offen. Eine verbindliche Definition der öko-
nomischen, ökologischen und soziokulturellen touristischen Trag-
fähigkeit der Insel oder definierte Grenzen für Wachstum oder Ver-
änderungen existieren bislang nicht.

Im Interesse einer dauerhaften Wettbewerbsfähigkeit werden
Qualifizierungsangebote für touristische Akteure zu unterschied-
lichen Themen angeboten. Speziell zu Nachhaltigkeit im Tourismus
existieren solche Angebote auf Sylt allerdings kaum. Eine positive
Ausnahme sind die Angebote im Rahmen der Nationalpark-Part-
nerschaften.

Das Thema Quantität und Qualität von Beschäftigung hat ange-
sichts des akuten Fachkräftemangels einen sehr großen Stellen-
wert in der Kommunikation und im Handeln.

Dimension Ökologie

Auf Sylt wurden frühzeitig große Teile der Insel unter Naturschutz
gestellt und durch Schutzgebietsverordnungen sowie Betreuungsauf-
träge gesichert. Ferner ist Sylt umgeben vom Nationalpark
Wattenmeer. Die betreuenden Verbände und zuständigen öffentli-
chen Stellen beobachten die ökologische Entwicklung auf der Insel
aufmerksam, dokumentieren Veränderungen und bringen Risiken
öffentlich zur Sprache. Die SMG und die für Tourismus verantwort-
lichen LeiterInnen innerhalb der Insel-Gemeinden äußern sich in
diesem Zusammenhang öffentlich nur selten zu kritischen Thema-
ten. Ein definiertes System zur Identifikation von Umweltrisiken
durch touristische Aktivitäten gibt es bisher nicht. Auch fehlen ge-
meinsame Leitlinien mit dem Tourismus beispielsweise für

- > die Berücksichtigung des Naturschutzes in der
Angebotsentwicklung,
- > den Besucherdruck/die Besucherintensität in sensiblen
Bereichen,
- > den Umgang mit neu aufkommenden Trendsportarten
und Aktivitäten in der Natur,
- > die frühzeitige Kooperation und Rückkopplung mit dem
Naturschutz bei Entwicklungsvorhaben

Die SMG unterstützt die Naturschutzakteure, indem sie über de-
ren Aktivitäten und Angebote informiert und die Bedeutung des
Naturschutzes für die Insel betont. Eine solche Unterstützung er-
halten aber auch Angebote, die aus Umwelt- und Naturschutzsicht
als eher problematisch eingestuft werden. Die SMG betreibt auch
keine offensive Motivation von Tourismusunternehmen, sich aktiv
für den Schutz von Ökosystemen und gefährdeten Tier- und Pflan-
zenarten zu engagieren. Eine substanzielle finanzielle Förderung
des Natur- und Umweltschutzes aus dem Tourismus zum Erhalt des
„Reiseanlasses Natur“, wie andernorts mit verschiedenen Instru-
menten erfolgreich etabliert (vgl. WWF Deutschland, 2014), findet
auf Sylt nicht statt.

Im Bereich Mobilität gibt es verschiedene gute Ansätze insbeson-
dere zur E-Mobilität, aber kein zusammenhängendes Konzept für
nachhaltige touristische Mobilität insgesamt. Wohl besteht ein
insulares Mobilitäts- und Verkehrskonzept, dessen vollständige
Umsetzung aber noch aussteht. Entsprechend treten nach wie vor
zu Spitzenzeiten weiter erhebliche Belastungen für Gäste, Bevöl-
kerung und Natur auf.

Die SMG unterstützt eine umweltfreundliche Mobilität der Gäste
durch umfassende Informationen zur An- und Abreisemöglich-
keiten und zu einer umweltfreundlichen Weise der Mobilität auf der
Insel. Während die SMG für die Mobilität auf Sylt selbst anregt, das
Auto gegen das Rad einzutauschen, werden für die An- und Abreise
auch weniger umweltverträgliche Verkehrsmittel gleichrangig dar-
gestellt. Die Anreise per Flugzeug steht weiterhin an erster Stelle
in der Aufstellung der Anreisemöglichkeiten. Die SMG gibt weder
Informationen zur Klima- und Umweltwirkung der verschiedenen
Anreiseverkehrsmittel noch eine entsprechende, ausdrückliche
Empfehlung.

Dimension Soziales

Ausgewählte Kulturgüter werden von der SMG in ihren Kommuni-
kationsmedien für Besucher professionell und aktuell dargestellt.
Nicht ausgewählte Kulturgüter erhalten dagegen wenig bis keine
Aufmerksamkeit und werden entsprechend auch nicht gefördert.
Dies birgt das Risiko, dass sie verfallen oder langfristig verloren
gehen. Eine systematische Bestandsaufnahme und einen mit den
Kulturverbänden abgestimmten Managementplan für den Um-
gang mit den Sylter Kulturgütern im Tourismus gibt es nicht.
Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingun-
gen sind ein wichtiges Thema und Ziel im Tourismus auf Sylt, an
dem aktiv gearbeitet wird.

Akzeptanzuntersuchungen zum Tourismus in der Bevölkerung
haben bisher nicht stattgefunden. Die SMG verfolgt aber die öf-
fentliche Diskussion zu tourismusbezogenen Themen, ist offen für
Gespräche und bezieht Stellung. Zur Subventionierung des Sylter
Flughafens werden jedoch erhebliche Summen bereitgestellt.

In vier Stichworten zusammengefasst:

Nachhaltigkeit im Sylt Tourismus ist ...

- > im Marketingplan verankert und als Zukunftsthema er-
kannt, aber dort nicht operationalisiert.
- > in den realen Angeboten noch wenig vertreten und nicht
immer leicht zu finden, aber in guten Beispielen durch-
aus vorhanden. Und es werden mehr.
- > in der täglichen Arbeit für die meisten Akteure noch von
zu geringer Bedeutung.
- > im Vergleich zu anderen Destinationen, die stärker auf
Nachhaltigkeit setzen, deutlich ausbaufähig.

Da geht mehr! Muss auch!





2. ZUKUNFT

In der Gegenwart gibt es also bereits eine Reihe von Ansätzen zu Nachhaltigkeit im Tourismus auf Sylt, aber Nachhaltigkeit ist noch keinesfalls durchgehend Maßstab für touristisches Handeln insgesamt. Wohin könnte und sollte eine nachhaltigere Tourismusentwicklung für Sylt aber führen? Wie könnte Tourismus auf Sylt in der Zukunft dann aussehen?

In diesem Kapitel unternehmen wir deshalb eine visionäre Zeitreise in das Jahr 2050.

Der Sylt-Tourismus in 2050

In unserer Vision für den Tourismus hat Sylt die Wende geschafft und konsequent auf Nachhaltigkeit gesetzt. Das ging nicht von heute auf morgen, aber Stück für Stück haben die Sylterinnen und Sylter gemeinsam diese Transformation gemeistert. Schlüsseljahr für diese Entwicklung war das Jahr 2020, der Wiedergeburtstunde des „Sylt Things“, eines auf die Partizipation und das Engagement der Beteiligten setzenden Gesprächsforums. Angesichts akuter, massiver Herausforderungen durch Klimawandel, Ressourcenverknappung, Meeresverschmutzung, Artenrückgang, Fachkräftemangel und einer angespannten Wohnungs- und Verkehrssituation beschloss man, einen Inselrat für touristische Zukunftsfragen zu schaffen, in den alle Anspruchsgruppen auf Sylt Vertretungen entsenden. Hier werden seitdem gemeinsam die Leitplanken für die touristische Entwicklung auf der Insel verabredet. Im Jahre 2050 ist Sylt längst eine Modellregion für Nachhaltigkeit im Tourismus und Vorbild für viele andere Destinationen weltweit geworden. Zahlreiche Auszeichnungen dokumentieren den Erfolg der friesischen Urlaubsinsel, der es gelungen ist, weltweiten Tradition mit Leidenschaft für Qualität und Wertschätzung von Mensch und Natur zu vereinen und intelligent wie mutig Verantwortung für ihre ökonomische, ökologische und soziale Zukunft zu übernehmen.

Einmal im Jahr erscheint der Nachhaltigkeitsreport für den Sylt-Tourismus. Kurz und übersichtlich beschreibt er die aktuellen Entwicklungen in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. Dieser wird anschließend im „Sylt Thing“ beraten. Am Ende werden gemeinsam die Eckpunkte für die Tourismusentwicklung der Insel nachjustiert. Dazu zählen beispielsweise die maximalen Besucherzahlen für Tagesgäste und die Bettenlizenzen für das Beherbergungsgewerbe. Sylt hat sich rar gemacht und lässt nur so viele Gäste auf die Insel, wie sie ohne unerwünschte Nebenwirkungen verträgt. Das sei elitäres Getue und überdies ökonomisch fahrlässig, hieß es zunächst. Doch bald schon zeigt sich, dass dieser Weg richtig war. Er reduzierte den Stress sowohl für Einwohner wie auch für Gäste und Natur und machte die Insel noch begehrt, so dass auch die Auslastung in der Nebensaison stieg. Immer im März hat Sylt übrigens eine Woche „geschlossen“. Da dürfen nur Gäste auf die Insel, die in Nachhaltigkeitsprojekten mithelfen oder sich an Natur- und Strandsäuberungen beteiligen. Diese Woche gilt mittlerweile als Geheimtipp mit besonders hohem Erlebniswert.

Die Sylter Natur in 2050 – was ist besser geworden?

Sylt ist 2050 mehr denn je eine wunderbare Natur- und Naturerlebnis-Insel. Brütende Küstenvögel gehören beispielsweise wieder ganz selbstverständlich zum Urlaubsbild auf Sylt. Störungen für die Tier- und Pflanzenwelt gibt es dafür dank digitaler Besuchersteuerungssysteme überhaupt nicht mehr. Auch viele Geheimnisse der Natur können sich die Gäste der Insel über elektronische Naturerlebnishelfer erschließen. Die meisten aber bevorzugen nach wie vor die echten Menschen als Naturführerinnen und Naturführer, die ihre persönlichen Geschichten über spannende Tiere und Pflanzen zu erzählen wissen.

Alle wertvollen und für Sylt charakteristischen Naturgebiete, Arten und Biotope konnten – auch dank eines hervorragenden Miteinanders von Naturschutz und Tourismus – erhalten werden. Ihr Zustand hat sich in vielen Bereichen sogar verbessert. Hier nur einige Beispiele:

Feuchte Dünentäler, mit ihren Kreuzkröten und seltenen Pflanzen, gibt es wieder reichlich. Das liegt daran, dass der Grundwasserspiegel deutlich gestiegen ist. Es wird viel weniger Wasser entnommen. Das geht, weil Gäste wie Einwohner weniger Trinkwasser verbrauchen als früher.

Die Wanderdüne im Listland ist gerettet: Sie darf weiter „wandern“: Ein Tunnel ermöglicht es, dass sie über die Straße hinwegwandert, und nun ganz natürlich auch zur Sandversorgung an der Wattseite der Insel beitragen kann.

In Zusammenarbeit mit der Sylter Jägerschaft gelang es, die Insel seit der 2020er-Jahren frei von eingewanderten Füchsen und Marderhunden zu halten. Die Urlaubsgäste hatten dafür Verständnis, denn seitdem konnten sich auf Sylt wieder zahlreiche brütende Küstenvögel ansiedeln, die aus versteckten Hides ganz nah ohne zu stören beobachtet werden können.

Akzeptanz bei den Gästen und Einwohnern findet auch, dass man einige der eingeschleppten Pflanzen in den Dünen wieder entfernen muss, um eine lebendige angestammte Artenvielfalt zu erhalten. In den Naturschutzgebieten der Insel gelang es so, z.B. die Kartoffelrose, die kanadische Cranberry und das Kaktusmoos wieder zurückzudrängen bzw. zu entfernen. Tatkräftig helfen dabei alljährlich auch unternehmungslustige Urlauberinnen und Urlauber. Nur in den Sylter Gärten leuchten ab Juni noch die rosafarbenen Blüten der „Sylt-Rose“.

Mit einer kulinarischen Innovation trägt Sylt zusätzlich zur Erhaltung der typischen Natur auf den benachbarten Halligen bei: Diese sind teilweise eine beweidete Kulturlandschaft, deren Erhaltung

nicht einfach ist. Doch eine Reihe von Salzpflanzen, die dort außerhalb des streng geschützten Nationalparks wachsen, wird in Sylter Restaurants als regionale Delikatesse raffiniert zubereitet. Die Halligbewohner liefern sie nach Sylt und haben so eine wertvolle zusätzliche Einnahmequelle, die ihre nachhaltige Hallignutzung zu sichern hilft.

In einem historischen Kompromiss gelang es 2025, zum 40. Nationalpark-Geburtstag, mit den Wassersportlern – ob Gast oder einheimisch – eine Lösung zu finden, um die Natur in dem umgebenden Nationalpark weniger zu belasten: Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor kommen seither nicht mehr vor. Außerdem halten alle die notwendigen Abstände zu empfindlichen Gebieten, etwa den Vogelrastplätzen, ein.

Die Hörnum Odde konnte gerettet werden: Die „Tetrapoden“ dort sind längst abgebaut. Durch den Sand, der auch für das Mitwachsen des Wattenmeeres mit dem Meeresspiegelanstieg gebraucht und alljährlich an der Sylter Westküste ausgebracht wird, ist genügend Material vorhanden, damit die Odde nicht länger abbricht. Erfreulicher Nebeneffekt für die Natur und für die Gäste: An einer dort abgesperrten Stelle hat sich ein Liegeplatz für Kegelrobben und Seehunde entwickelt, der fantastische Einblicke für die Besucher ermöglicht!

Aufgrund der Umsetzung der im Jahr 2015 zur Klimaanpassung beschlossenen „Wattenmeerstrategie 2100“ gelang es auch, Sylt ebenso wie die umgebenden Watten in ihrer Substanz zu sichern – und dies trotz des inzwischen beschleunigt ansteigenden Meeresspiegels, der nur mit Verzögerung auf den zunehmend wirksamen globalen Klimaschutz reagiert.

Alle diese Fortschritte für die Natur waren nicht zuletzt deshalb möglich, weil ein Teil der Tourismusgebühren, die alle Gäste schon digital bei der Bahnreise zahlen, nun direkt dem Naturschutz zugutekommt. Die örtliche Wirtschaft stützt dies ausdrücklich, weil sie weiß, dass die Erhaltung der Sylter Natur eine entscheidende Voraussetzung dafür ist, dass die Gäste auch weiter gern auf die Insel kommen.



Sylt produziert für Sylt: Aus der Landwirtschaft verlässt kein Produkt mehr die Insel (außer als Mitbringsel der Gäste). Sonst werden alle vor Ort verzehrt. Dafür war eine Reihe von Umstellungen nötig, um die Produktion der Betriebe auf die insel-spezifische Nachfrage abzustimmen und andersherum den Absatz der Produkte auf der Insel abzusichern. Das Konzept dazu entwickelten Produzenten, Gastronomen und Einzelhändler gemeinsam. Außerdem arbeiten mittlerweile alle Betriebe nach den Regeln der ökologischen Landwirtschaft. Auch zahlreiche Manufakturen fertigen auf Sylt für Sylt und seine Gäste. Regionale Wertschöpfung steht im Vordergrund. Andere Produkte, die nicht auf Sylt hergestellt werden, kommen nach wie vor vom Festland. Aber auch hier werden nahe gelegene Hersteller bevorzugt. Und es gibt nicht mehr alles: Einzelhandel und Gastgewerbe haben sich in einer freiwilligen Übereinkunft darauf geeinigt, Produkte mit einer besonders schlechten Nachhaltigkeitsbilanz nicht mehr anzubieten. Dies wurde durch europäische Steuerungsmechanismen erleichtert, aber Sylt ist hier mutig auch seinen eigenen Weg gegangen. Mangel an schönen und leckeren Angeboten hat Sylt dank seiner ideenreichen Köche und Handwerker trotzdem nicht; dafür aber ein geschärftes Nachhaltigkeitsprofil.

Sylt ist mittlerweile eine ökomobile Insel: Kein Fahrzeug fährt mehr mit fossilen Brennstoffen. Eine E-Bahn verbindet Hörnum, List und in die Ostdörfer. Die Trasse verläuft auf der Landestrasse. Auch auf dem Flugplatz braucht niemand einen Tankwagen. Mit Solarzellen - ergänzt um Treibstoffe aus erneuerbaren Energien - betriebene Passagierluftschiffe verbinden Sylt mit zentralen Festlandstädten. Die gleichen Energiequellen nutzt auch der Sylt-Express, mit dem die allermeisten Gäste nach wie vor über den längst umbenannten Sylt-Damm kommen. Nur, dass dort keine PKW mehr mitgenommen werden. Alle Gäste auf Sylt erhalten eine Mobilitätsgarantie auf der Insel und können kostenlos alle Verkehrsmittel - vom Leihfahrrad über E-Rikschas bis hin zu bedarfsgesteuerten Taxen und Bussen nutzen. Selbstverständlich stammt der Strom auf Sylt ausschließlich aus erneuerbaren Quellen. Sylt ist es gelungen, die direkt und indirekt durch Tourismus induzierte Mobilität mit minimalem Verkehr und Ressourceneinsatz zu gewährleisten. Dies ist der Maßstab für die Entwicklung gewesen.

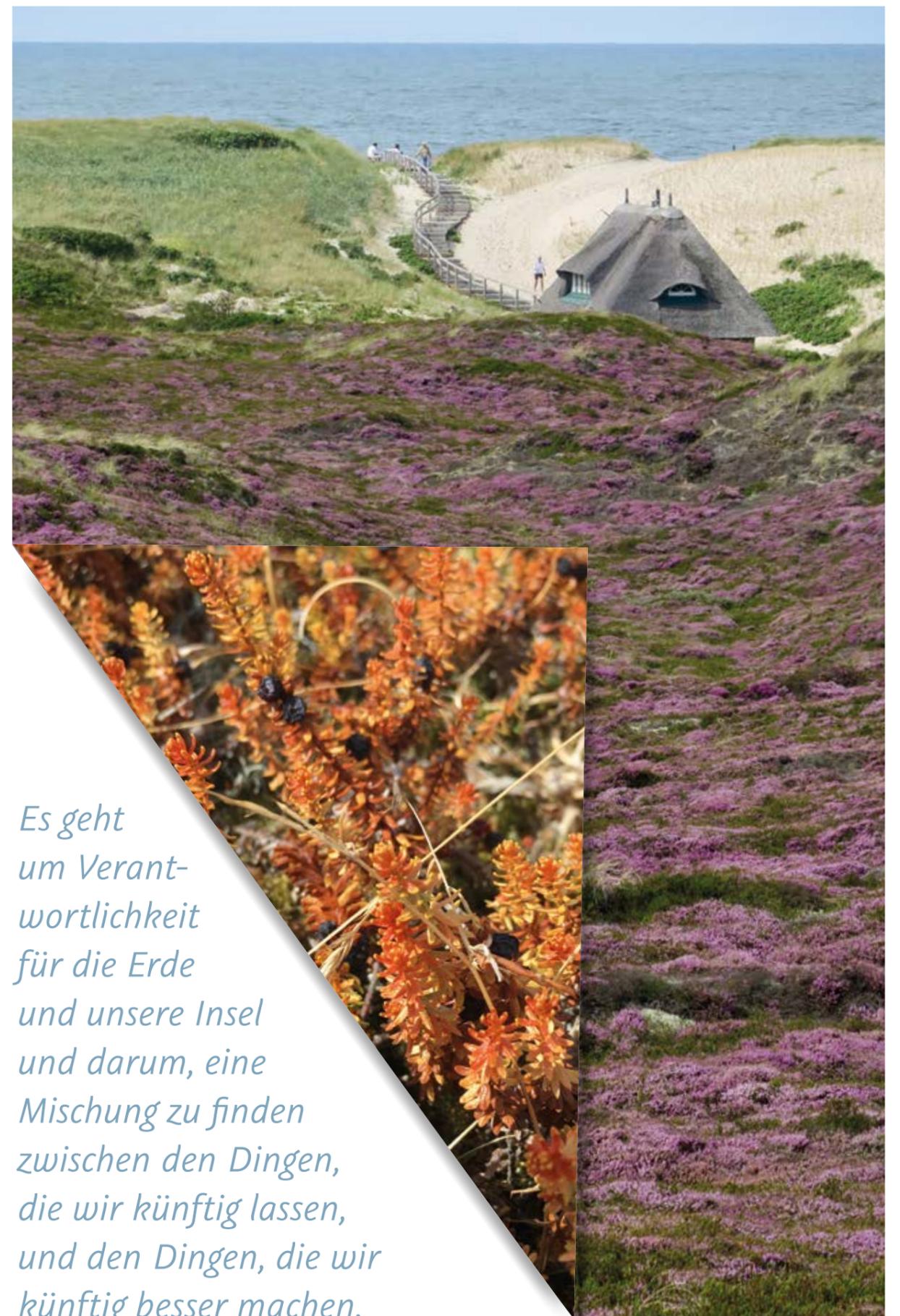
Das Sylter Gastgewerbe ist schon seit 2028 CO₂-neutral. Dies war insbesondere aufgrund des hohen Wärmebedarfs vieler Häuser eine Herkulesaufgabe. Ein „Weiter so“ war schon aufgrund der stark gestiegenen CO₂-Steuer nicht mehr möglich. So schlossen sich nahezu alle Betriebe auf Sylt zusammen und erstellten einen ambitionierten Aktionsplan, den das Umweltministerium mit einer umfassenden Förderung als Modellprojekt honorierte. Neben verbesserter Dämmung und dem Einsatz erneuerbarer Energieträger wagten dabei viele Häuser, energiewendige Angebotsbausteine durch neue kreative Alternativen mit hohem Erlebniswert zu ersetzen, die zu Sylt passen und so nur auf Sylt zu bekommen sind. Nur so war das angestrebte Ziel zu erreichen. Befeuert wurde das klare Bekenntnis aller Akteure zum Klimaschutz nicht zuletzt aber auch durch die Einsicht, dass Klimaschutz auch Küstenschutz ist und Sylt als besonders betroffene Insel mit gutem Beispiel voran gehen muss, damit andere nachziehen und ebenfalls beherzter auf die CO₂-Bremse treten.

Eine realistische Vision?

Das beschriebene Szenario soll auf den Geschmack bringen und Anstoß geben, mutig auch zunächst verrückt erscheinende Ideen vorzuschlagen und positive Vorstellungen von einem Sylt zu entwickeln, das Mensch und Natur gleichermaßen gerecht wird. Wir wollen mit diesen Möglichkeiten der Zukunft aber auch deutlich zeigen, dass Nachhaltigkeit im Tourismus nicht bedeutet, alles zu verbieten und auf alles zu verzichten. Es geht um Verantwortung für die Erde und unsere Insel und darum, eine Mischung zu finden zwischen den Dingen, die wir künftig lassen, und den Dingen, die wir künftig besser machen. Nachhaltigkeit braucht dabei Kreativität und Mut, Neues zu wagen. Dann bietet sie große Chancen für den Tourismus auf und für Sylt.

Das vor allem ist unsere Vision von Tourismus für Sylt!

Eine machbare Vision und eine, wie wir denken, die hohe Lebensqualität für alle auch in fünfzig Jahren zu sichern hilft.



Es geht um Verantwortung für die Erde und unsere Insel und darum, eine Mischung zu finden zwischen den Dingen, die wir künftig lassen, und den Dingen, die wir künftig besser machen.



3. WARUM JETZT?

Nachhaltigkeit ist kein neues Thema im Tourismus. Die Strategie „Nachhaltiger Tourismus in der Destination WeltNaturerbe Wattenmeer“ (Gemeinsames Wattenmeersekretariat, 2014) hat diesen Weg für das gesamte Wattenmeer schon 2014 vorgezeichnet. Auch das Netzwerk der Nationalpark-Partner bekennt sich bereits seit 2003 zur Nachhaltigkeit im Tourismus. Politische Vereinbarungen und Ziele, wie etwa im Klimaschutzkonzept des Kreises Nordfriesland verankert oder in der Erklärung der Sylter Bürgermeisterinnen und Bürgermeister zur Plastikfreiheit der Insel festgehalten, lassen zumindest die Absicht zu mehr Nachhaltigkeit erkennen. Hinzukamen 2019 die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (UN), denen sich der Kreis Nordfriesland gegenüber ebenfalls verpflichtet hat und die genauso auf Gemeindeebene umgesetzt werden sollen. Aktuell haben die Gemeinden auf Sylt eine Stelle für Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen. Dazukommen viele einzelne Akteure, die z.T. schon seit vielen Jahren auf die eine oder andere Weise aktiv Beiträge zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus auch auf Sylt leisten. Parallel ist der Tourismus auf Sylt weiter gewachsen und setzt weiter auf Wachstum. Immer neue touristische Baumaßnahmen schaffen zusätzliche Kapazitäten. Mehr Gäste bedeuten aber auch mehr Verkehr, mehr Störungen und Schäden für Flora und Fauna, häufigere Engpässe und sozialen Stress durch Überfüllung, einen größeren Bedarf an Fachkräften (die auch untergebracht werden wollen) und einen Anstieg im Verbrauch von Ressourcen mit entsprechend mehr Emissionen, Abwasser und Müll.

Die Natur- und Umweltschutzorganisationen finden, dass es höchste Zeit ist, gemeinsam mit allen Interessengruppen auf der Insel einen neuen, nachhaltigeren Weg einzuschlagen, um die eigenen Lebensgrundlagen und Lebensqualität langfristig zu sichern. Ein „Weiter so“ erscheint uns ökologisch wie sozial fahrlässig

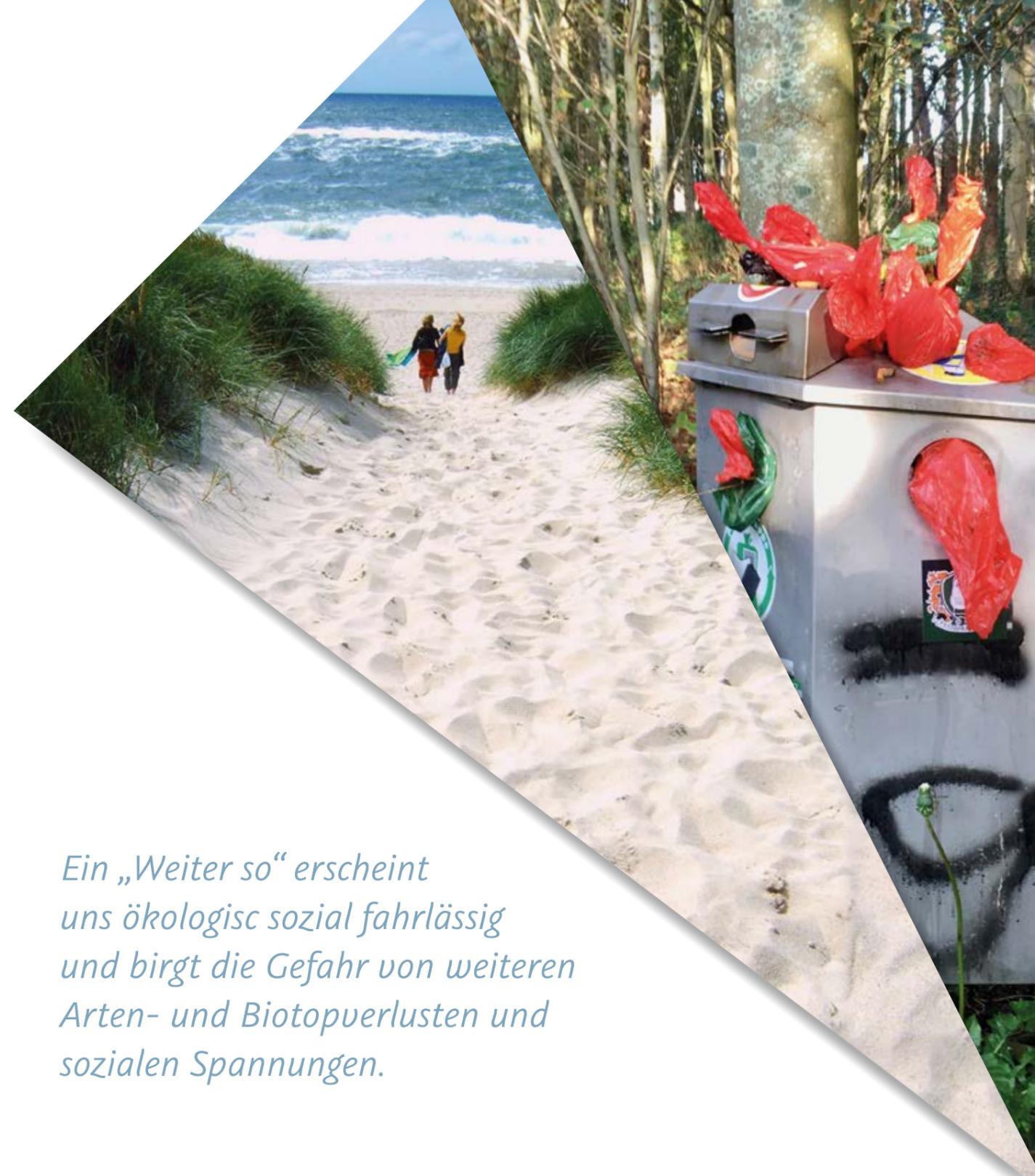
und birgt die Gefahr von weiteren Arten- und Biotopverlusten und sozialen Spannungen.

Andere Destinationen haben sich diese Frage schon vor Jahren gestellt. Tatsächlich fehlt das Thema Nachhaltigkeit mittlerweile auf kaum einem aktuellen Tagungsprogramm in der Tourismusbranche. Die Notwendigkeit zum Handeln für mehr Nachhaltigkeit wird nicht in Frage gestellt. Beispielhafte Vorreiter erhalten viel Beifall. „Klimaschutz ist unsere gemeinsame Aufgabe, Nachhaltigkeit eine Frage der Existenz. Höchste Zeit, dass wir jetzt gemeinsam handeln“ schreibt Sören Hartmann, Chef der DER Touristik Group im Oktober 2019 in der Fachzeitschrift FVW an die Tourismusbranche. Einen starken Schub erhält das Thema im Bereich Klimaschutz zusätzlich durch „Fridays for Future“. Nachhaltigkeit ist also kein Exotenthema für Spezialanbieter mehr. Es ist in der Mitte der Branche angekommen. Immer mehr Destinationen und Anbieter beweisen, dass mehr Nachhaltigkeit geht und sich auch wirtschaftlich auszahlt. Die Vorreiter sind schon lange unterwegs. Wer noch weiter wartet, riskiert abgehängt zu werden.

Auch auf der Nachfrageseite sieht es nicht anders aus: Die Zustimmungswerte für den Wunsch möglichst ökologisch oder sozial verträglich zu reisen, stiegen von 2013 bis 2019 im Durchschnitt um 2,5 Prozentpunkte pro Jahr und liegen 2019 bei 57% der deutschsprachigen Bevölkerung (ab 14 Jahre) (FUR, 2013-2019). Auch wenn der Gast bisher am Ende mangels passendem Angebot oder überlagernden weiteren Interessen oft nicht Nachhaltigkeit bucht: Hier steckt viel Potenzial!

Könnte Sylt es nicht trotzdem einfach sein lassen und nicht auf Nachhaltigkeit setzen? Sylt verkauft sich touristisch auch ohne viel Nachhaltigkeit und dem damit verbundenen Aufwand prächtig. Oder vielleicht reicht auch „Nachhaltigkeit light“? Doch solche Versuche wären gleich doppelt riskant: Sylt setzte sein Betriebskapital „Natur“ aufs Spiel und müsste mittelfristig um seine Konkurrenzfähigkeit fürchten. Denn vieles spricht dafür, dass sich Nachhaltigkeit mehr und mehr zum „Hygienefaktor“ im Tourismus entwickelt und von immer mehr Gästen als Basisqualität erwartet wird.

Von Sylt als „friesische Urlaubsinsel mit weltoffenem Charakter, die Tradition mit Leidenschaft für Qualität und Wertschätzung von Mensch und Natur vereint“ (vgl. Marketingplan 2017-2020 der SMG (2017) wird der Gast in Zukunft mehr erwarten als ein paar „grüne“ Farbtupfen. Echte und ehrliche Nachhaltigkeit passt



Ein „Weiter so“ erscheint uns ökologisch sozial fahrlässig und birgt die Gefahr von weiteren Arten- und Biotopverlusten und sozialen Spannungen.

dagegen perfekt zu einem zukunftsgerichteten Selbstverständnis von Sylt und ist letztendlich eine Überlebensfrage für die ganze Insel.

Das weiß auch schon der Marketingplan 2017-2020 der SMG (2017), in dem es heißt: „Die Perspektive der Fundierung des Sylt-Tourismus auf dem Prinzip der Nachhaltigkeit bietet im Marketing dabei noch viele weitere Möglichkeiten. Diese liegen v. a. darin,

Nachhaltigkeit als insulare Identität fest zu verankern. Aus der ökologischen Sicht ist dies wegen des unbezahlbaren Landschaftswertes der Insel Sylt nötig. Aus der sozialen Sicht ist dies aufgrund der Lebensqualität für die Einwohner, Unternehmer und Arbeitskräfte unverzichtbar. Aufgrund dessen ist Nachhaltigkeit auch aus ökonomischer Perspektive langfristig alternativlos.“

Lassen Sie uns jetzt damit beginnen!



4. WARUM NICHT FRÜHER?

Wenn es so vielfältige Gründe gibt, sich für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus zu entscheiden, warum ist bisher dann auf Sylt so vergleichsweise wenig passiert? Den Hürden nachzuspüren, die ein beherzteres Handeln für mehr Nachhaltigkeit verhindern, ergibt Sinn, weil sich daraus lernen lässt, an welchen Stellen Änderungen nötig sind. Die Gründe sind aus unserer Sicht:

Bequemlichkeit: Es geht doch auch ohne. Solange das gewohnte Verhalten zu den gewünschten Ergebnissen führt, ist der Druck zur Veränderung gering. Ohne Druck landet auch der Vorsatz zum Engagement für Nachhaltigkeit auf der „langen Bank“. Die täglichen Herausforderungen lassen kaum Raum für Wichtiges, wenn es nicht auch als dringend empfunden wird.

Ahnungslosigkeit: Auch wenn die Möglichkeiten, Informationen zu erhalten, wohl kaum jemals größer waren als heute, kennen viele Akteure nur einen kleinen Ausschnitt. Dies gilt sowohl für Risiken als auch für mögliche Lösungen. Das kann dazu führen, dass sowohl Gefahren als auch Chancen und Handlungsmöglichkeiten unterschätzt werden und nichts passiert.

Eingleisigkeit: Nachhaltigkeit ist ein umfassendes Konzept, bei dem ökonomische, ökologische und soziale Anforderungen gleichermaßen Eingang finden und das eine Balance zwischen ihnen sucht. Lässt man eine dieser drei Dimensionen weg, kann Nachhaltigkeit nicht gelingen.

Verunsicherung: Nachhaltigkeit wirkt auf viele verwirrend und widersprüchlich. Wo soll ich anfangen? Ist es wirklich nötig oder nur ein Hype, der schnell vergeht? Nützt mein Tun als einzelner Mensch? Was ist Nachhaltigkeit überhaupt? Wo fängt sie an, wo hört sie auf? Oft steckt der Teufel im Detail: Was ist nachhaltiger? Bio-Joghurt aus Berchtesgaden oder konventioneller Joghurt aus der Region? Soll ich meine Ferienwohnung sofort mit LED-Leuchtmitteln ausstatten oder warten, bis die alten Lampen kaputtgehen? In dieser Situation reagieren viele mit Abwarten..

Zögerlichkeit: Warum soll gerade ich beginnen? Wenn jeder darauf wartet, dass der andere anfängt, wird nichts geschehen. Den Mut zum ersten Schritt allein hat nicht jede oder jeder.

Auch wenn es bisher keinen inselweiten gemeinsamen Aufbruch für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus auf Sylt gegeben hat, sei an dieser Stelle noch einmal betont: Es gibt auch schon jetzt viele Beispiele für gelungene Projekte, Aktivitäten und Angebote auf Sylt, die sich an Nachhaltigkeit orientieren. Manche von ihnen haben schon lange angefangen, manche sind gerade erst gestartet. Alle aber können nun wichtige Keimzellen einer viel breiteren nachhaltigen Entwicklung im Tourismus auf Sylt werden.



Ökonomie, Ökologie, Soziales – lässt man eine dieser drei Dimensionen weg, kann Nachhaltigkeit nicht gelingen.



5. WIE KANN ES GELINGEN?

Es geht den Natur- und Umweltverbänden auf Sylt also darum, einen Prozess zu unterstützen, der Schritt für Schritt zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus auf Sylt führt und dazu beiträgt – wie es im Marketingplan 2017–2020 der SMG (2017) heißt – „Nachhaltigkeit als insulare Identität fest zu verankern“ und sie offensiv zu kommunizieren. Wie aber soll dieser Prozess aussehen? Folgende Grundsätze sind uns dabei besonders wichtig:

Beteiligung

Nachhaltigkeit gelingt nur gemeinsam. Dazu muss man sich miteinander austauschen und einander zuhören. Das kostet manchmal Zeit und Mühe, schafft aber eine solide vertrauensvolle Basis, die dauerhaft trägt.

Augenhöhe

Tourismus wird wie auch der Natur- und Umweltschutz von sehr unterschiedlichen Akteuren mit teilweise divergierenden Überzeugungen getragen. Das muss sich auch nicht ändern. Für eine gedeihliche Zusammenarbeit ist aber ein gegenseitig wertschätzender Umgang auf Augenhöhe, unabhängig vom Werthintergrund, eine unbedingte Voraussetzung.

Zielstrebigkeit

Jeder Prozess verliert sein Momentum, wenn die Beteiligten nicht konzentriert und zielorientiert zusammenwirken. Dafür ist es zunächst nötig, das Ziel gemeinsam klar zu verabreden. Danach geht darum, das Ziel konsequent und ohne taktische Umwege anzusteuern.

Ehrlichkeit

Vertrauensvolle Zusammenarbeit erfordert Ehrlichkeit. Verloren gegangenes Vertrauen wieder herzustellen ist mühevoll und gelingt manchmal auch gar nicht.

Mut

Mehr Nachhaltigkeit zu wagen, erfordert Mut zur Veränderung. Es wird nicht ausreichen, nachhaltige Ideen zusätzlich aufzunehmen. Wir brauchen den Mut, Bekanntes in Frage zu stellen und ggf. durch Neues zu ersetzen.

Auf dieser Grundlage kann es losgehen:

5.1 Anfangen

Nachhaltigkeit im Sylt Tourismus hat schon mit vielen einzelnen Aktionen, Initiativen und Projekten begonnen. Worum es uns hier geht, ist Nachhaltigkeit aus der Nische herauszuholen und zum Leitgedanken für touristische Entwicklung insgesamt werden zu lassen. Dafür braucht es

- > einen gemeinsamen Aufbruch aller Interessengruppen, die mit dem Tourismus auf Sylt zu tun haben,
- > ein Startsignal, damit deutlich wird, dass es losgeht, und
- > eine Koordination, die dafür sorgt, dass sich alle in die gemeinsam verabredete Richtung auf den Weg machen und entsprechende Impulse setzt.

Entscheidend ist dabei, dass die Koordination für diese Aufgabe das Mandat und das Vertrauen der Akteure hat.

5.2 Berichten

Wichtig ist uns auch, alle Aktivitäten für Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus öffentlich sichtbar zu machen und darüber zu berichten. Offenheit schafft Vertrauen. Gleichzeitig regen die berichteten Ergebnisse zur Nachahmung an und erleichtert das „Andocken“ für alle, die mitmachen wollen. Und nicht zuletzt: Auch die Gäste der Insel sollen erfahren, wie der Sylt Tourismus Zukunftsverantwortung übernimmt und eine Chance erhalten, dies bei der Buchung zu berücksichtigen.

5.3 Innehalten

Kommt der Prozess in Gang, soll nicht versäumt werden, regelmäßig Zwischenbilanz zu ziehen und zu kontrollieren, ob der Kurs noch stimmt und dem gewünschten Ziel näherkommt. Schon beim Start sollte mitgedacht werden, woran der Erfolg der Maßnahmen gemessen werden kann und soll. Die Verbände schlagen daher ein Nachhaltigkeits-Monitoring in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit vor. Welche Kennziffern dafür herangezogen werden können und sollen, gilt es am Anfang gemeinsam zu verabreden. Die erste „Messung“ sollte dann sofort vorgenommen werden, um den Startpunkt beschreiben zu können.

5.4 Aufhören

So wie es wichtig ist, sich darauf zu verständigen, was als Erfolg auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus gesehen wird, so ist es andererseits auch nötig, zu verabreden, was klar nicht mit den verabredeten Zielen vereinbar ist. Solche „No-Gos“ können ganz konkrete Einzelaspekte sein (etwa bestimmte Aktivitätsangebote, die zu sozialen, ökologischen oder ökonomischen Problemen führen) oder aber auch das Erreichen von vorab gemeinsam definierten Schwellenwerten beim Nachhaltigkeits-Monitor. In jedem Fall muss gemeinsam besprochen und verabredet werden, welche Veränderungen als nicht akzeptabel eingestuft werden, so dass Maßnahmen ergriffen werden können, um sie zu verhindern.



6. IMPULSE ZUM ANFANGEN

Wo aber sollen wir beginnen, um dem beschriebenen Ziel näher zu kommen?

In diesem Kapitel haben wir 14 konkrete Maßnahmen zusammengestellt, die aus unserer Sicht ein guter Anfang auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus wären. Es sind Vorschläge, die kurzfristig begonnen werden können:

1. Gemeinsam handeln

– Kräfte bündeln

Der Sylter Tourismus kann nur dauerhaft nachhaltiger werden, wenn alle tourismusrelevanten Anspruchsgruppen auf der Insel ihre Erwartungen, aber vor allem auch ihr Know-how einbringen und gemeinsam den Kurs der touristischen Entwicklung verabreden. Dafür muss es einen Raum geben, in dem sie auf Augenhöhe zusammenkommen können. Der kann durch Erweiterung eines vorhandenen Gremiums (z.B. des Strategiekreises) oder durch ein ganz neues Forum geschaffen werden. Die Natur- und Umweltschutzverbände auf Sylt sind bereit, ihren Teil dazu beizutragen.

2. Ruder besetzen

Auch eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe braucht eine Koordination, die den Prozess begleitet und in Bewegung hält. Wir schlagen daher vor, dass sich alle Anspruchsgruppen auf eine Prozesskoordination verständigen und sicherstellen, dass diese auch die nötige Unterstützung und Ressourcen erhält, um die Aufgabe ausführen zu können.

3. Initiativ(e) werden

Wenn es darum geht, einen überzeugenden Aufbruch zu mehr Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus zu erreichen, braucht es mehr als „Einzeltäter“. Ob in Federführung der Koordination (vgl. 2.) oder auf Betreiben engagierter Vorreiter sollten mehr Initiativen gestartet werden, die zum Mitmachen einladen. Themen dafür könnten z.B. sein:

- Förderung familienfreundlicher Arbeitsbedingungen in den touristischen Betrieben
- Klimafreundliches Bauen und Gebäudemanagement
- Plastikfreie und klimaneutrale Unterkünfte auf Sylt
- Klimaschutzinitiative der Sylter Gastronomen

Es muss dabei nicht immer die „ganze“ Nachhaltigkeit sein, denn Nachhaltigkeit ist immer auch eine Entwicklung. Jeder Beitrag ist willkommen. Wichtig ist, dass jemand den Mut hat, den Anfang zu machen und es einen „Motor“ gibt, der dafür sorgt, dass die Initiative in Schwung bleibt.

4. Netze auslegen

Mit den beschriebenen Initiativen und Projekten entstehen in der Zusammenarbeit Netzwerke. Engagement in der Gemeinschaft bringt mehr Spaß, hilft über Motivationslöcher und fachliche Hindernisse hinweg. Wir regen an, die Vernetzung von Akteuren auch über die Projekte hinaus und entlang der gesamten touristischen Leistungskette gezielt zu fördern und zu einem Netzwerk Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus zusammenzuführen.

5. Sehzeichen setzen

Nachhaltigkeit muss sichtbar sein – für die Gäste zum Buchen und für alle touristischen Leistungsträger als Inspiration. Der Kommunikation und Kennzeichnung von Leistungen und Angeboten, die zu Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus beitragen, kommt daher eine herausragende Bedeutung zu.

Der Gast muss solche Angebote erkennen und finden können und am besten über sie „stolpern“. Schon die Suchmasken auf der Website sollten einen Filter für entsprechende Anbieter enthalten. Im Vorfeld wird es allerdings nötig sein, gemeinsam ein Anforderungsprofil zu erarbeiten, welches ein Angebot erfüllen muss, um als Beitrag zur Nachhaltigkeit gelten zu können.

6. Partner sein

Ein über die Insel hinausgehendes Netzwerk mit wachsender Sichtbarkeit sind die Nationalpark-Partner am schleswig-holsteinischen Wattenmeer. Wir regen an, dass sich möglichst viele engagierte Betriebe dieser Gemeinschaft anschließen. Das stärkt nicht nur die Partnerschaft, sondern bietet den Betrieben neben hilfreichen Anregungen und Fortbildungsmöglichkeiten auch ein weiteres „Schaufenster“ für ihre Angebote.

7. Echt Sylt

Eine Regionalmarke kann ein wertvolles Instrument sein, um Produkte und Angebote zu unterstützen, die zur Wertschöpfung und Nachhaltigkeit auf Sylt beitragen. Wichtig ist uns dabei, dass eindeutige und transparente Kriterien benannt und kommuniziert werden, die definieren, wann ein Produkt ein „Sylter Produkt“ ist, oder auch regional mit dem Wattenmeer verbunden werden kann.

8. Klimaschutzkonzept runderneuern

Beim Klimaschutz fängt Sylt nicht bei null an. Das vorhandene Klimaschutzkonzept muss aber aktualisiert und mit einem Aktionsplan umgesetzt werden, der klare inhaltliche und zeitliche Zielvorgaben enthält. In der Umsetzung sollten ausgewiesene Experten hinzugezogen werden, die den Umsetzungsprozess je nach Thema fachlich kompetent begleiten – besonders im Bereich Mobilität und CO₂-Reduktion. Die Sylter Nachhaltigkeitsmanagerin könnte dabei die thematischen Prozessstränge koordinieren und Arbeitsgruppen vorbereiten.





9. Nachhaltig mobil machen

Mobilität ist zweifelsohne ein Schlüsselthema für Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Auch hier gibt es planerische Grundlagen im vorhandenen Insularen Mobilitäts- und Verkehrskonzept. Darauf aufbauend gilt es, ein Konzept für nachhaltige touristische Mobilität auf Sylt zu erstellen und mit einem Aktionsplan umzusetzen, der auch inhaltliche und terminliche Ziele formuliert. Elemente des Konzepts könnten beispielsweise sein:

- > Kostenlose Nutzung des ÖPNV mit der Gästekarte
- > Offensiv werbende Kommunikation für auto- und flugverkehrsfreie Mobilität mit Betonung ihrer geringeren Belastung für die Umwelt
- > Begleitende Serviceangebote (wie Gepäckservice) zur Erleichterung der ÖPNV-Nutzung
- > Sicherstellung lückenloser umweltverträglicher Mobilitätsketten (bis zur Unterkunft) und Erreichbarkeit tourismusrelevanter Orte
- > Intelligente Verknüpfbarkeit umweltverträglicher Verkehrsmittel
- > Anreize für umweltverträgliche Mobilität durch Mehrwerte schaffen
- > CO₂-Kompensation (Ausgleichszahlung) für unvermeidbare Emissionen

10. Besser feiern

Für Veranstaltungen auf Sylt sollen in Zukunft klare, einheitliche Umweltstandards gesetzt werden, die Meeres-, Natur- und Klimaschutz besonders beachten. Diese werden auch konsequent durchgesetzt, bzw. bei Nichteinhaltung spürbar sanktioniert.

11. Schlauer werden

Nachhaltigkeit ist ein komplexes Thema mit vielen Hindernissen. Andersherum gibt es aber auch zu den meisten Fragen schon gute Antworten und vielfältige Chancen. Man muss sie nur kennen, um sie nutzen zu können. Auch die Gäste werden zunehmend erwarten, dass Anbieter zum Thema auskunftsfähig sind. Qualifizierungsangebote für Nachhaltigkeitskompetenz im Tourismus sollten deshalb entlang der gesamten touristischen Leistungskette möglichst kostenfrei und passend für die unterschiedlichen Akteursgruppen angeboten werden.

12. Lebendiges Sylter Kulturerbe fördern

Wir schlagen vor, dass Kultur- und Tourismusakteure gemeinsam überlegen, wie Brauchtum und Traditionen bewusster wahrnehmbar, weiterentwickelt und von Gästen wie Einheimischen neu be- und erlebt, aber auch gepflegt werden können. Grundlagen dafür könnte eine Bestandsaufnahme der materiellen und immateriellen Kulturgüter auf Sylt – dazu zählen Denkmäler und Bodendenkmäler (Archäologie) genauso wie die Biike, Maskenlaufen, Sagen, Trachten, Ökelnamen, Eierwerfen und die Sylter Sprache – liefern. Ergebnis der Überlegungen sollte ein gemeinsamer Aktionsplan zur Umsetzung der gewonnenen Ideen sein.

13. Nachhaltigkeits-Monitor für den Sylt-Tourismus

Um einerseits den Erfolg der vorgeschlagenen Maßnahmen für Nachhaltigkeit im Sylt Tourismus messen zu können und andererseits rechtzeitig auf unerwünschte Entwicklungen aufmerksam zu werden, schlagen wir die Einrichtung eines Nachhaltigkeits-Monitors vor. Er sollte in der sozialen Dimension eine regelmäßige Akzeptanzuntersuchung in der Sylter Bevölkerung einschließen, der – auf Befragungen basierend – kontinuierlich die Stimmung zum

Tourismus aufnimmt und als „Frühwarnsystem“ Fehlentwicklungen rechtzeitig erkennen hilft. In der ökologischen Dimension könnte er an das bestehende Wattenmeer-Monitoring anknüpfen und die Auswirkungen des Tourismus auf Natur und Umwelt regelmäßig systematisch erfassen. In der ökonomischen Dimension könnte er ebenfalls auf die bereits eingesetzten Kennziffern aufbauen und besonders die regionalökonomischen Effekte herausarbeiten.

14. Sylt-Check

Wir schlagen vor, die Bewilligung und Unterstützung von touristischen Vorhaben an einen gemeinsam verabredeten Nachhaltigkeitscheck zu knüpfen. Nur Vorhaben, die diesen Check mit einem vorab definierten Ergebnis abschließen, werden zugelassen. Auch etablierte Veranstaltungen sollten dabei auf den Prüfstand. Wir haben einen Vorschlag für einen solchen Check erarbeitet (siehe Kapitel 8)



7. INSPIRATIONEN VON NAH UND FERN

Dieses Kapitel dient dazu, auf weitere gute Gedanken zu kommen. Sylt ist bislang noch kein Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit – umso mehr lohnt sich der Blick über den Inselrand hinaus in die Welt. Wir haben gelungene Beispiele aus anderen Orten zusammengetragen, die wir auch für Sylt bedenkenswert finden. Sicher gibt es noch viele weitere. Wir fangen aber mal mit diesen an. Abgucken erwünscht:

Handlungsbeispiele	Wo schon umgesetzt?
Online-Plattform und Info-Heft mit regionalen Anbietern, die Beiträge zu mehr Nachhaltigkeit im Programm haben	Kiel: FairNetz https://fairnetz-kiel.de/
Insulare Energie- und Nachhaltigkeitskonzepte Von anderen Inseln lernen. z.B. Samsø's Green Transition z.B. Juist	Samsø: https://energiakademiet.dk/en/transition/ Juist: https://www.nachhaltigkeitspreis.de/wettbewerb/staedte-und-gemeinden/preistraeger-staedte-und-gemeinden/2015/nordseeinsel-juist/
Gästeparlament: Gewählte Repräsentanten werden in Entscheidungsfindungsprozesse zur Tourismusentwicklung eingebunden.	Juist: https://www.juist.de/suchen-buchen/gaesteparlament/
Einrichtung eines Bildungs-, Beratungs- und Vernetzungszentrums für Menschen, die nachhaltige und gemeinwohlorientierte Projekte und Startups gründen wollen	Kiel: https://www.yooweedoo.org/de/ueber-uns/changelab
„Green Island Plan“ zur Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität	Kiel: https://www.kiel.de/de/umwelt_verkehr/verkehrswege/verkehrsentwicklung/180822_Endbericht_Green_City_Plan_Kiel_mit_Anlagen_Titel-KielLayout.pdf
Flugverkehr nur noch elektrisch zulassen Die norwegischen Regionalflughäfen (AVINOR) planen, bis 2040 alle Inlandsflugverkehre nur noch elektrisch durchzuführen	Norwegen: http://norwaytoday.info/travel/air-traffic-norway-will-electric-2040/
Anreize für autofreie Anreise durch die Destinationsmanagementorganisation gemeinsam mit den Beherbergungsbetrieben	Alpen: Alpine Pearls https://www.alpine-pearls.com/mobilitaetsgarantie/
Autofreie Erlebnistage	Schweiz: slowUp https://www.slowup.ch/national/de/idee.html
Mobilitätsgarantie ohne Auto	Alpen: Alpine Pearls https://www.alpine-pearls.com/mobilitaetsgarantie/
Gästekarte als Fahrschein: Freie Fahrt für klimafreundliche Mobilität. Urlaubsgäste in der Nationalpark- und Naturparkregion Bayerischer Wald bekommen bei der Anmeldung im Beherbergungsbetrieb gratis die GUTi-Gästekarte ausgehändigt. Sie gilt als Freifahrt für beliebig viele Fahrten mit Bus und Bahn während des gesamten Aufenthaltes. So kommen Sie bequem zu Wanderungen mit unterschiedlichem Start- und Zielort, zum Einkaufsummel, ins Museum oder zu den Nationalpark-Einrichtungen	Nationalpark- und Naturparkregion Bayerischer Wald: https://www.nationalpark-partner.com/nationalpark-partner-wir-ueber-uns/bus-bahn-gratis.html

Handlungsbeispiele	Wo schon umgesetzt?
Regionales Klimaschutzbuch herausgeben - Büchlein mit Tipps, Adressen und Gutscheinen	Bundesweit: https://klimasparbuch.net
Lebensmittel retten	Bundesweit: https://www.zugutfuerdietonne.de/
Gemeinsam Umdenken in der Gastronomie - Netzwerk für Fairness und Verantwortung in der Gastronomie: Green Chefs	Bundesweit: (auf Sylt: Hotel Budersand) https://green-chefs.de
Auslisten von gefährdeten oder exotischen Arten im Einzelhandel und im Gastgewerbe a. gefährdete Fische als Speisefisch b. exotische Muschel als Souvenir	EDEKA: Folgende Fischarten sind akut bedroht und werden in EDEKA Märkten nicht zum Verkauf angeboten: Der Europäische Aal sowie alle Arten von Hai, Rochen und Wildstör. Z.B: https://www.rasting.de/verantwortung/sortiment/fisch/auslistung-bedrohter-fischarten/
Gutes tun und es sichtbar machen: #tatenfuermorgen ist das Portal für alle, die sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft engagieren, einen Beitrag zur Umsetzung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen leisten wollen.	Bundesweit: https://www.tatenfuermorgen.de
Eigene Internetseite für „grünes Reisen“ als Schaufenster für Angebote, die auf Nachhaltigkeit einzahlen	Niedersachsen: https://www.reiseland-niedersachsen.de/interessen/gruen-reisen
Kennzeichnung klimafreundlicher Gastgeber in der Kommunikation der Destination	Uckermark: https://www.tourismus-uckermark.de/die-uckermark/ferien-fuers-klima.html
Nachhaltigkeits-Zertifikat als Destination erwerben	Ostseefjord Schlei https://www.ostseefjordschlei.de/bewusstda-nachhaltiger-urlaub/
Initiative für Klimaschutz und nachhaltigen Tourismus: (hier z.B.: Unternehmen bieten Produkte mit Preiszuschlag für einen Beitrag zum Klimaschutz und zahlt das doppelte des Aufschlags in einen Fonds, aus dem die Emissionen des Produktes kompensiert und weitere Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen bezahlt werden.)	Schweiz: https://www.causewecare.ch
Klimaneutrale An- und Abreise: CO ₂ -Emissionen von Gästen kompensieren	Büsum https://www.buesum.de/suchen-und-buchen/klimaneutrale-an-und-abreise.html
Energieverbrauch senken durch ein Forum für freiwillige Energiedetektive, die Einsparpotenziale aufspüren (z.B. Bewegungsmelder für Straßenbeleuchtung)	Norwegen: https://www.langweiledich.net/in-norwegen-haben-strassenlaternen-bewegungsmelder/
Zertifizierung als familienfreundlicher Arbeitgeber anregen	Bundesweit: https://www.familienfreundlicher-arbeitgeber.de/

DER SYLT-CHECK

Kriterienkatalog

zur Bewertung von touristischen Vorhaben auf Sylt

Der nachstehende Kriterienkatalog ist ein Bewertungsinstrument zur Beurteilung zukünftiger wie auch bestehender Vorhaben und Maßnahmen unter Nachhaltigkeits- und Umweltverträglichkeitsgesichtspunkten.

Er ist von Sylter Naturschutzakteuren sowie von Vertreter*innen auf Sylt tätiger überregionaler Naturschutzverbände und Institutionen gemeinsam erarbeitet worden. Er formuliert Anforderungen, die möglichst umfassend erfüllt sein sollten, um Akzeptanz beim Natur- und Umweltschutz sowie beim Schutz der kulturellen Identität der Bevölkerung auf Sylt zu erhalten.

In der Bewertung wird der Beitrag eines Vorhabens zu Nachhaltigkeit im Tourismus auf Sylt in Wertungspunkten ausgedrückt. Je höher der Beitrag desto mehr Punkte erhält das Vorhaben. Hat ein Vorhaben einen negativen Beitrag (etwa die Gefährdung der biologischen Vielfalt), kann es in der Bewertung auch Minuspunkte erhalten.

Die Autoren sehen weiterhin vor, in begründeten Ausnahmefällen ein Projekt gar nicht erst in die Bewertung zu nehmen, weil es so eklatant gegen geltendes Recht oder zentrale Grundsätze der Nachhaltigkeit verstößt, dass sich eine differenziertere Betrachtung erübrigt.

Der Kriterienkatalog dient den Naturschutzakteuren als gemeinsame Leitlinie für die Beurteilung von touristischen Plänen, Vorhaben und Projekten auf Sylt. Gleichzeitig liefert er den planenden Akteuren entsprechende Anhaltspunkte für eine möglichst nachhaltige und naturverträgliche Gestaltung der jeweiligen Vorhaben. Die Transparenz der Naturschutz-Bewertung soll helfen, Konflikte von vornherein zu mindern oder zu vermeiden. Die Kriterien sollen in der Anwendung kontinuierlich auf ihre Praxistauglichkeit überprüft und nötigenfalls angepasst werden.

Dimension Management

Kriterium	Mögl. Punktzahl	Wertung	Erläuterung
1. Das Vorhaben trägt zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen bei, die bereits für Sylt regional oder überregional beschlossen worden sind, oder widerspricht ihnen. [großer Widerspruch (-3) über kein Beitrag (0) bis großer Beitrag (3)]	-3 bis 3		
2. Das Vorhaben gibt als eines seiner Ziele an, dass es einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit im Sylt-Tourismus leisten will und beschreibt in den Planungsunterlagen nachvollziehbar, wie es dies konkret tun will. [kein entsprechendes Ziel formuliert (0) bis anspruchsvolles Ziel mit überzeugendem Umsetzungsplan (3)]	0 bis 3		
3. Das Vorhaben sucht schon in der Planungsphase das Gespräch mit allen vom Vorhaben betroffenen Anspruchsgruppen, lernt deren Einschätzung zum Vorhaben kennen und versucht, deren Interessen zu berücksichtigen. [keine Rückkopplung (0) bis intensiver Austausch und Berücksichtigung der Gesprächsergebnisse (3)]	0 bis 3		
4. Das Vorhaben sorgt in Planung und Umsetzung für Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit (z.B. zum erwarteten Ressourcenverbrauch und zur Verwendung der Erlöse in der Region (Personal, Sachkosten, Gewinn)). [keine Transparenz (0) bis große Transparenz (3)]	0 bis 3		
5. Das Vorhaben benennt Personen im Vorhaben, die für Nachhaltigkeit im Projekt verantwortlich sind. [keine Person benannt (0) bis Person(en) mit definierten Zuständigkeiten benannt (3)]	0 bis 3		
Summe Punkte Dimension Management	-3 bis 15		

*Als inhaltliche Grundlage des Kriteriensatzes dienten insbesondere die eingeführten Kriteriensysteme des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und des DTV Praxisleitfadens für Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Er folgt auch im Aufbau diesen beiden Systemen und gliedert sich in die vier Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales. Die Erarbeitung wurde fachlich begleitet durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), Kiel.

Dimension Ökonomie

	Kriterium	Mögl. Punktzahl	Wertung	Erläuterung
1.	Das Vorhaben trägt zur regionalen Wertschöpfung bei (Arbeit für Einheimische, Beschaffung über regionale Anbieter) bzw. verringert sie (Ersatz regionaler Leistungen und Produkte durch externe). [verdrängt/zerstört umfassend regionale Wertschöpfung (-3) über kein Beitrag (0) bis hoher Anteil des Erlöses bleibt in der Region (3)]	-3 bis 3		Soweit nicht aus der Vorhabenbeschreibung ersichtlich, wird das Vorhaben dazu befragt.
2.	Das Vorhaben trägt zur Saisonverlängerung und Entzerrung in der touristischen Nachfrage bei. [kein Beitrag (0) bis wesentlicher Beitrag (3)]	0 bis 3		Netzwerkbildung stärkt die regionale Ökonomie
3.	Das Vorhaben sucht die Vernetzung und den Austausch mit anderen Akteuren auf Sylt, die ähnliche Vorhaben durchführen oder für das Vorhaben als Kooperationspartner in Frage kommen. [kein Austausch (0) bis intensiver Austausch und aktive Vernetzung (3)]	0 bis 3		
4.	Das Vorhaben nutzt umweltverträglich und/oder regional erzeugte und fair gehandelte Produkte bzw. Rohstoffe. [kein Nutzung (0) bis Nutzung, wo immer es entsprechende Angebote gibt (3)]	0 bis 3		regional meint hier „so nah wie möglich“, kann auch NF oder SH sein. Je nachdem, wie hoch der Anteil solcher Produkte ist, gibt es mehr oder weniger Punkte. Rohstoffe können auch Baustoffe oder Einrichtung sein.
5.	Das Vorhaben trägt zur Inwertsetzung natürlicher oder kultureller Werte (Natur und Landschaft, Brauchtum, Denkmäler ...) bei, ohne sie dabei zu gefährden. [kein Beitrag (0) bis großer Beitrag (3)]	0 bis 3		
Summe Punkte Dimension Ökonomie		-3 bis 15		

*Als inhaltliche Grundlage des Kriteriensatzes dienten insbesondere die eingeführten Kriteriensysteme des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und des DTV Praxisleitfadens für Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Er folgt auch im Aufbau diesen beiden Systemen und gliedert sich in die vier Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales. Die Erarbeitung wurde fachlich begleitet durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), Kiel.

Dimension Ökologie

	Kriterium	Mögl. Punktzahl	Wertung	Erläuterung
1.	Das Vorhaben unterstützt bzw. gefährdet den Erhalt und den Schutz der inseltypischen biologischen Vielfalt und regionaltypischen Landschaft und Landschaftsästhetik (inkl. Ruhe und Dunkelheit) (z.B. durch eine Partnerschaft mit Schutzgebieten auf und um Sylt oder Biotoppflegemaßnahmen). [große Gefährdung (-3) über keine Unterstützung (0) bis große Unterstützung (3)]	-3 bis 3		
2.	Das Vorhaben prüft bereits in der Planung und erfasst in der Umsetzung (Monitoring) seine Auswirkungen auf Natur und Umwelt, veröffentlicht die Ergebnisse und versucht, negative Auswirkungen zu minimieren. [keine Erfassung in Planung oder Umsetzung und keine Maßnahmen gegen negative Auswirkungen (0) bis umfassendes transparentes Monitoring und überzeugende Minimierungsmaßnahmen (3)]	0 bis 3		
3.	Das Vorhaben fördert eine umweltverträgliche Mobilität. [kein Beitrag (0) bis wesentlicher Beitrag (3)]	0 bis 3		
4.	Das Vorhaben versucht, durch geeignete Maßnahmen seinen Ressourcenverbrauch (Wasser, Energie, Baustoffe, Fläche, Müll/Verpackung) möglichst gering zu halten. [kein Beitrag (0) bis wesentlicher Beitrag (3)]	0 bis 3		
5.	Das Vorhaben vermittelt ökologische Zusammenhänge und Nachhaltigkeitskompetenz (z.B. Sensibilisierung zur Schutzbedürftigkeit von Ökosystemen, Umweltbildung) innerhalb und an Dritte außerhalb des Vorhabens. [keine Maßnahmen (0) bis umfassende Maßnahmen (3)]	0 bis 3		
Summe Punkte Dimension Ökologie		-3 bis 15		

*Als inhaltliche Grundlage des Kriteriensatzes dienten insbesondere die eingeführten Kriteriensysteme des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und des DTV Praxisleitfadens für Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Er folgt auch im Aufbau diesen beiden Systemen und gliedert sich in die vier Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales. Die Erarbeitung wurde fachlich begleitet durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), Kiel.

Dimension Soziales

	Kriterium	Mögl. Punktzahl	Wertung	Erläuterung
1.	Das Vorhaben schafft/sichert bzw. vernichtet/gefährdet Arbeitsplätze mit fairer Entlohnung, guten Qualifizierungsmöglichkeiten sowie gesundheits- und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen für Einwohnerinnen und Einwohner der Insel Sylt. [vernichtet viele derartige Arbeitsplätze (-3) über keine Wirkung (0) bis schafft viel derartige Arbeitsplätze (3)]	-3 bis 3		
2.	Das Vorhaben respektiert und unterstützt die regionale Kultur und Identität der Insel Sylt und engagiert sich für den Schutz und den Erhalt regionaler kultureller Schätze und Traditionen. [keine Unterstützung (0) bis große Unterstützung (3)]	0 bis 3		Sylter Identität: Verständnis/Haltung der Menschen, die Sylt als Lebensmittelpunkt haben
3.	Das Vorhaben berücksichtigt die besonderen Anforderungen von Menschen mit Behinderungen und versucht, eine möglichst weitreichende Barrierefreiheit zu gewährleisten. [keine Beachtung des Themas (0) bis umfassende Maßnahmen (3)]	0 bis 3		
4.	Das Vorhaben schafft/sichert Infrastruktur zur (Freizeit-) Nutzung durch Einwohnerinnen und Einwohner. [keine Wirkung (0) bis großer Zusatznutzen (3)]	0 bis 3		
5.	Das Vorhaben prüft bereits in der Planung und erfasst in der Umsetzung (Monitoring) seine Auswirkungen auf Bevölkerung und Gäste (wie Lärm und Überfüllung), veröffentlicht die Ergebnisse und versucht, negative Auswirkungen zu minimieren. [keine Erfassung in Planung oder Umsetzung und keine Maßnahmen gegen negative Auswirkungen (0) bis umfassendes transparentes Monitoring und überzeugende Minimierungsmaßnahmen (3)]	0 bis 3		
Summe Punkte Dimension Soziales		-3 bis 15		

*Als inhaltliche Grundlage des Kriteriensatzes dienen insbesondere die eingeführten Kriteriensysteme des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und des DTV Praxisleitfadens für Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Er folgt auch im Aufbau diesen beiden Systemen und gliedert sich in die vier Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales. Die Erarbeitung wurde fachlich begleitet durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), Kiel.

Abkürzungsverzeichnis

Destination (touristischer) Zielort oder -gebiet einer Reise aus Sicht des Gastes inkl. der Summe aller für seinen Aufenthalt notwendigen bzw. wünschenswerten Angebote für Übernachtung, Verpflegung und Unterhaltung in diesem Gebiet. Die Destination (und nicht die Einzelleistung) stellt das touristische Produkt und die Wettbewerbseinheit dar, gemeinsam gemanagte und vermarktet wird.

DMO Destinationsmanagementorganisation
DTV Deutscher Tourismusverband e.V.
SMG Sylt Marketing GmbH

Quellen

FUR, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (2013-2019)
 Reiseanalyse RA 2013 - 2019, www.reiseanalyse.de

SMG, Sylt Marketing GmbH (2017)
 Marketingplan 2017-2020, https://www.sylt.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDF/SMG_Marketingplan_2017-2020-web.pdf

Gemeinsames Wattenmeersekretariat (Hrsg.) (2014)
 Strategie „Nachhaltiger Tourismus in der Destination WeltNaturerbe Wattenmeer“, https://www.waddensea-worldheritage.org/sites/default/files/2014_tourism-strategy-de.pdf

MELUR, Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (2015)
 Strategie für das Wattenmeer 2100, <https://www.nationalpark-wattenmeer.de/sites/default/files/media/pdf/strategie-wattenmeer-2100-web.pdf>

DTV, Deutscher Tourismusverband (Hrsg.) (2016)
 Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus Anforderungen | Empfehlungen | Umsetzungshilfen, https://www.deutscher-tourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/leitfaden_nachhaltigkeit_160308.pdf

WWF Deutschland (2014)
 Reisen & Schützen - Wie kann Tourismus finanziell zum Schutz des Wattenmeeres beitragen?
<https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Studie-Reisen-Tourismus-Schutz-Wattenmeer.pdf>

IMPRESSUM:

Herausgeber: Erlebniszentrum Naturgewalten Sylt **Ansprechpartner im Projektteam:** Dr. Matthias Strasser **Autoren:** Team siehe Gruppenfoto **Redaktion:** Wolfgang Günther **Satz und Layout:** in medias red. GbR, Maren Meyer-Ernsting & Nina Broyer, Lerchenstraße 28A, 22767 Hamburg, Tel.: 040 / 33 42 50 10, www.inmediasred.de **Druck:** Eggers Druckerei & Verlag GmbH, Dürenkamp 1, 23774 Heiligenhafen **Broschüren bestellen:** info@naturgewalten-sylt.de, Erlebniszentrum Naturgewalten Sylt, List, Hafenstraße 37, 25992 List / Sylt, info@naturgewalten-sylt.de **Bildquellen:** Hans Jessel, Lothar Koch, Maïke Lappoehn, Maïke Hüls-Graening **Stand:** Februar 2020 **Förderhinweis:** Gefördert aus Mitteln der Umweltlotterie BINGO!



CO₂-frei gedruckt auf Recyclingpapier aus 100 % Altpapier

LKN.SH 

Landesbetrieb für Küstenschutz,
Nationalpark und Meeresschutz
Schleswig-Holstein



Nationalpark
Wattenmeer



SCHLESWIG-HOLSTEIN



Erlebniszentrum
NATURGEWALTEN SYLT
Ausstellung · Shop · Bistro



SÖLRING FORIINING
WIR SIND SYLT



Arbeitskreis Natur- & Umweltschutz Sylt
in Zusammenarbeit mit dem NIT.

Die Publikation kann angefordert werden bei
info@naturgewalten-sylt.de