

## **Konzeptpapier für einen nachhaltigen Tourismus in SPO**

### **Ziele:**

Ziel ist ein sozial, ökologisch und ökonomisch wertschöpfender Tourismus, der von Einheimischen, Gästen und Tourismusbranche gleichermaßen akzeptiert und gelebt wird.

Die Tourismuswirtschaft soll dem Gemeinwohl dienen.

Wir wollen weg von einem ausschließlich quantitativen Wachstum auf Kosten unserer Ressourcen und hin zu einer Qualitätssteigerung vorhandener Angebote, zu Regionalität, Klimaschutz und zu einer Ausrichtung auf nachhaltige Zukunftstrends. St. Peter-Ording soll für Einheimische und Gäste lebenswert sein. Unsere vielfältigen regionalen „Schätze“ und die einzigartige Natur sollen erlebbar bleiben.

Dafür benötigen wir eine Neustrukturierung des Funktionsraums Naherholung sowie die gezielte Lenkung der Besucher\*innenströme.

### **Nachhaltiger Tourismus in SPO – wie anfangen?**

#### **1. Auflistung der tourismusrelevanten Gruppen:**

Einwohner\*innen, Gäste, Hoteliers, Ferienwohnungsvermieter\*innen, Campingplatzbetreiber\*innen, Kliniken, TZ, Gastronomie, Einzelhandel, Sport- und Freizeitvereine, Heimatbund, Kulturtreff, KISPO, Kulturschaffende, Galerien, Museum Landschaft Eiderstedt, Bürger\*inneninitiativen, Naturschutzverbände, z.B. Schutzstation Wattenmeer, Küste gegen Plastik Nationalparkpartner\*innen, Greenpeace, Feuerwehr, DLRG, Schulen, Kirchen, Jägerschaft, Landwirt\*innen und Landwirte, Betreiber\*innen des ÖPNV, DB

#### **2. Netzwerken. Kommunikation auf Augenhöhe:**

Zur Ideenfindung für die Etablierung eines nachhaltigen Tourismus in SPO bilden Vertreter\*innen dieser Gruppen einen Beirat, um unter Leitung einer prozessbegleitenden Koordination ihre Erwartungen und ihr jeweiliges Know-How einzubringen und um dem Tourismus- Ausschuss zuzuarbeiten. Als Koordinator\*in könnte z.B. die/der Nachhaltigkeitsbeauftragte für die TZ fungieren. Vorrangig zu behandeln und umzusetzen sind die UN-Nachhaltigkeitsziele, die für den Tourismus relevant sind. Eine vom Beirat zu bestimmende Person hat Rede- und Stimmrecht im Ausschuss.

### 3. **Schulungen und Fortbildungen:**

Jeder tourismusrelevante Betrieb wählt auf freiwilliger Basis eine(n) Nachhaltigkeitsbeauftragte(n), die/der an Fortbildungen teilnimmt und dann Schulungen für Mitarbeiter\*innen durchführt.

### 4. **„Sehzeichen“ setzen:**

Nachhaltiger Tourismus muss für alle sichtbar sein und offensiv kommuniziert werden. Diese Aufgabe fällt der TZ in Absprache mit dem Beirat zu.

Beispiele:

Besondere Hervorhebung von nachhaltigen, regionalen, saisonalen und ökologischen Produkten, Angeboten und Dienstleistungen vor Ort, im Internet und in einem zu erstellenden Reiseführer- Nachhaltigkeitskonzepte der jeweiligen Anbieter\*innen als Voraussetzung für eine Bewerbung ihrer Angebote

### 5. **Nachhaltigkeitskonzepte:**

Eine Bewilligung und Förderung touristischer Vorhaben ist geknüpft an ein Nachhaltigkeitskonzept.

Erlöse aus der Tourismuswirtschaft werden anteilig und zielgerichtet für die Förderung nachhaltiger Projekte eingesetzt (vgl. Abgabe an das NPA für das Strandparken).

### 6. **Tragfähigkeit:**

Die an den UN-Nachhaltigkeitszielen ausgerichtete tourismuspolitische Arbeit ist einer permanenten Evaluierung zu unterziehen (z.B. durch Erstellen einer Gemeinwohl-Bilanz).

### 7. **Vorschläge für den Anfang:**

7.1. Belohnung einer CO2-neutralen Anreise oder Mobilität vor Ort (Beispiel: Samocard im Allgäu)

7.2. Gäste, die mit der Bahn anreisen oder den Autoschlüssel nach der Anreise abgeben, erhalten über eine Mobilitätskarte (ökologische Nordseecard) Vergünstigungen für die Nutzung von ÖPNV, E-Bikes etc. Die Kosten könnten mitfinanziert werden durch einen Teil der Tourismusabgaben. Informationen über diese Angebote werden bereits vor der Anreise kommuniziert.

7.3. Keine Bewerbung von Tagesgästen

7.4. Eine gästefreie Woche im Jahr für mehr Miteinander im Ort (Ausgenommen sind die Gäste, die während dieser Zeit in Projektgruppen zu nachhaltigen Themen aktiv sein möchten.)

7.5. Eine „Weniger-Plastik-Woche“ mit Müllsammeln, Basteln aus Müll, entsprechenden Angeboten aus dem Einzelhandel etc.

- 7.6. FairTrade als Marke etablieren
- 7.7. Tägliche vegetarische und vegane Angebote möglichst aus regionalem Bioanbau oder „Feinheimisch“ in Hotellerie und Gastronomie (bevorzugte Bewerbung dieser Betriebe über das Internet)
- 7.8. Markthalle mit Unverpackt-Laden: Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen regionaler Produkte bilden eine Genossenschaft nach dem Vorbild der RegionalWert AG.
- 7.9. Auflistung und Bewerbung
- Heimischer Kulturgüter und Traditionen
  - Heimischer Pflanzen- und Tierarten
  - Zertifizierter nachhaltig wirtschaftender Betriebe
  - Zertifizierter plastikarmer Betriebe
  - Regionaler Erzeuger\*innen von ökologischen bzw. Bio-Produkten
- 7.10. Gemeinwohlbilanzierung der Tourismuszentrale als Leuchtturmprojekt für die Gemeinde
- 7.11. Gut sichtbare Hinweise im Internet bzw. Reiseführer auf Apps zum Thema Nachhaltigkeit, die sich jede\*r bequem auf das Handy laden kann: Replace Plastic, Codecheck, Too good to go, Beach Explorer, Foodahoo
- 7.12. Einrichtung von Workshops, Diskussionsforen und Beteiligungsrunden, um Einheimische und Gäste über die UN-Nachhaltigkeitsziele zu informieren
8. Best practice - Beispiele:
- <http://www.natuerlichsylt.net/mehr-nachhaltigkeit-wagen-tourismus-fuer-sylt>
  - <https://uebermorgen.luebeck.de/Projekte/tek2030/neuigkeiten.html>
  - <https://www.buesum.de/suchen-und-buchen/klimaneutrale-an-und-abreise.html>
  - <https://www.eckernfoerde.de>