

SZENARIO TOURISMUSBOOM IM NORDEN

Die unmittelbaren Folgen des Klimawandels entpuppen sich als größer als erwartet: Nord- und Ostsee werden dank steigender Temperaturen und immer mehr Sonnenstunden im Sommer zur Tourismusdestination Nummer 1 in Europa. Schleswig-Holstein setzt den Schwerpunkt der landespolitischen Anstrengungen auf den Tourismus, andere Bereiche, wie zum Beispiel die Energieerzeugung, werden dem untergeordnet. Nichtsdestotrotz soll Schleswig-Holstein Energieland bleiben. Innovative und attraktive Mobilitätssharing-Konzepte helfen, die Herausforderungen von Luftreinhaltung und Verkehrsbelastung zu bewältigen und die Integration Erneuerbarer zu gewährleisten.

SZENARIO TOURISMUSBOOM IM NORDEN

EKSH

Gesellschaft für Energie und
Klimaschutz Schleswig-Holstein GmbH

„TOURISMUS UND ERNEUERBARE ENERGIEN SCHLIESSEN SICH NICHT AUS“

EIN EINBLICK IN DIE ZUKUNFT SCHLESWIG-HOLSTEINS, 2042

*Wir treffen Jette Jansen, seit fünf Jahren Tourismus- und Energie-
ministerin in Schleswig-Holstein, zum Interview in einer Strandbar in
Sankt Peter-Ording. Es ist Sommer, 35°C im Schatten, und die
gigantische Herausforderung durch die Klimaflüchtlinge aus dem
mal wieder von Dürren heimgesuchten Afrika bestimmt die Schlag-
zeilen. Des einen Leid, des anderen Freud, könnte man zynisch be-
merken. Doch allein das gute Wetter kann es nicht sein, das Scharen
von Touristen nach Schleswig-Holstein treibt. Anders als viele ande-
re Tourismusregionen hat Schleswig-Holstein den Spagat zwischen
erneuerbarer Energieerzeugung und Tourismus geschafft.*

F: Frau Jansen, Schleswig-Holstein ist der Sommertourismus-Hot-
spot schlechthin in Europa. Gleichzeitig erzeugen Sie mehr Grün-
strom als die Bretagne, Normandie und Flandern, die drei anderen
großen Tourismusregionen, zusammen. Wie machen Sie das?

A: Nun, wir setzen in Schleswig-Holstein schon lange auf einen
offensiven Umgang mit der Energieerzeugung. Es ist kein Geheimnis,
dass selbst die modernsten Technologien das Landschaftsbild
verändern. Aber es gibt durchaus Unterschiede. So haben wir als
Land beispielsweise schon sehr früh fliegende Windkraftanlagen
gefördert und den Bau von konventionellen Windrädern an Land
deutlich erschwert. Außer der Verankerung im Boden sieht man fast
nichts mehr von den neuen Anlagen. Das hat uns zwar die Gunst von
ein paar Hobbypiloten gekostet, aber insgesamt haben wir als Tou-
rismusstandort dadurch enorm profitiert. Vor allem auch gegenüber
Konkurrenzregionen, die teils bis vor zehn Jahren auf konventionelle
Onshore-Windenergie gesetzt haben. Dazu kommt natürlich, dass
die Offshore-Windenergienutzung hier in Schleswig-Holstein auf
sehr gute Bedingungen trifft. Logischerweise sieht man die Windräder

vom Strand aus am Horizont – aber unsere Gästebefragung zeigt, dass das fast niemanden stört. Erstens sind sie ja doch sehr weit weg, und zweitens haben wir Erneuerbare Energien mittlerweile sehr offensiv in unser Vermarktungskonzept integriert.

F: *Könnten Sie uns kurz erläutern, wie das aussieht?*

A: *Natürlich. Unser Slogan lautet, wie Sie wissen, Schleswig-Holstein - Urlaub voller Energie. Natürlich sieht man auch in Schleswig-Holstein, dass hier Energie erzeugt wird. Aber erstens stehen die großen und auffälligen Anlagen bei uns nicht direkt neben touristischen Hotspots, zweitens setzen wir schon länger auf die weniger aufdringlichen Formen der Erneuerbaren, wie ich eben erläutert habe, und drittens haben wir einige der älteren Anlagen zu spannenden Themenparks und Hotelanlagen umfunktioniert. Wo sonst können Sie auf 100 m Höhe in ausgedienten Gondeln von Windkraftanlagen übernachten? Oder im Hochseilgarten durch den Windpark turnen? Das sind Projekte, die unseren Bekanntheitsgrad als Tourismusdestination auch über die deutschen Grenzen hinaus nochmal gesteigert haben. Und schließlich gibt es überall im Land Informationsangebote, natürlich vor allem im Rahmen unserer AR-App, die fast jeder im Zuge der Urlaubsbuchung herunterlädt. Darin sieht man zum Beispiel, dass die Pools der Hotels aus einem Wärmespeicher beheizt werden, der im Winter mit überschüssigem Windstrom und im Sommer über solarthermische Anlagen gefüttert wird.*

F: *Auch in der Mobilität setzen Sie auf umweltfreundliche bzw. emissionsarme Technologien.*

A: *Sie meinen unsere Segelschiff-Flotte? Die kam tatsächlich ganz gut an, allerdings würde ich das eher als Marketing-Gag sehen. Von einem Segel gezogen mit einer richtig großen Fähre nach Helgoland zu fahren hat aber durchaus was. Trotzdem, einen deutlich stärkeren*

Effekt hatte unsere E-Mobilitäts-Offensive. Seit einigen Jahren schreiben wir Touristenorten ab einer bestimmten Zahl von Übernachtungen vor, eine begrenzte Flotte von kleinen E-Fahrzeugen im Sharingsystem vorzuhalten. Meist sind das E-Bikes, Segways, Autos vom Schlage eines Twizy 4, oder natürlich autonome E-Pods. So können unsere Gäste zwar mit dem Auto anreisen, sofern sie noch eines haben, das parken Sie aber an einem zentralen Parkplatz im Süden und werden von einem Elektroshuttle-Service in Ihr Hotel oder Ferienhaus gebracht – das gleiche gilt für die Mehrzahl der mit dem Zug anreisenden Gäste. Hier vor Ort können sie voll auf ihr Auto verzichten. So verbinden wir das Beste aus zwei Welten: maximale Flexibilität für unsere Gäste mit minimaler Lärm- und Verkehrsbelastung in den Urlaubsorten.

F: *Und last but not least – welche Rolle spielt die Landwirtschaft?*

A: *Gut, dass sie das noch ansprechen. Unsere Landwirte sehen wir vor allem als Landschaftspfleger und Zulieferer der Tourismusbetriebe. Unsere Landwirte beziehen ihr Einkommen einerseits von den Tourismusbetrieben, die oft mit regionalen Lebensmitteln und Spezialitäten aus Schleswig-Holstein werben. Daneben erhalten sie aber beträchtliche Mittel über die zweite Säule der Agrarpolitik: Als Tourismusstandort sehen wir es als Imperativ, unsere Landschaft zu pflegen. Dafür erhalten unsere Bauern beträchtliche finanzielle Unterstützung, und im Gegenzug kontrollieren wir die Einhaltung der Richtlinien strikt. So ist allen hier im Land gedient.*

F: *Frau Ministerin, danke für das Gespräch.*

SZENARIO TOURISMUSBOOM IM NORDEN

