

Küsten-Kontor

Handlungsfeld Tourismus an der Küste

Erster inhaltlicher Überblick

Auftraggeber:

**Umwelt
Bundes
Amt** 
Für Mensch und Umwelt

Ansprechpartner

Prognos AG:

Axel Bohn

Helma E. Dirks

Marius Backhaus

Düsseldorf, Mai 2010

Das Unternehmen im Überblick

Geschäftsführer

Christian Böllhoff

Präsident des Verwaltungsrates

Gunter Blickle

Berlin HRB 87447 B

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht

Gründungsjahr

1959

Tätigkeit

Prognos berät europaweit Entscheidungsträger in Wirtschaft und Politik. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen werden praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen entwickelt.

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG

Henric Petri-Str. 9

CH - 4010 Basel

Telefon +41 61 32 73-200

Telefax +41 61 32 73-300

info@prognos.com

Weitere Standorte

Prognos AG

Goethestr. 85

D - 10623 Berlin

Telefon +49 30 520059-200

Telefax +49 30 520059-201

Prognos AG

Schwanenmarkt 21

D - 40213 Düsseldorf

Telefon +49 211 887-3131

Telefax +49 211 887-3141

Prognos AG

Sonnenstraße 14

D - 80331 München

Telefon +49 89 515146-170

Telefax +49 89 515146-171

Prognos AG

Wilhelm-Herbst-Straße 5

D - 28359 Bremen

Telefon +49 421 2015-784

Telefax +49 421 2015-789

Prognos AG

Avenue des Arts 39

B - 1040 Brüssel

Telefon +32 2 51322-27

Telefax +32 2 50277-03

Prognos AG

Friedrichstraße 15

D - 70174 Stuttgart

Telefon +49 (0)711 490 39-745

Telefax +49 (0)711 490 39-640

Internet

www.prognos.com

Inhalt

	Seite
1. Tourismus an der Küste	2
1.1 Welche Herausforderungen bestehen für die Tourismusbranche an der deutschen Nord- und Ostseeküste?	3
1.2 Wie unterstützt das Küsten-Kontor?	4
1.3 Welche Forschungsprojekte und Beratungsangebote gibt es?	5
1.4 Kontakt Projekte & Beratungsangebote	7

1. Tourismus an der Küste

Der Tourismus ist an der deutschen Ost- wie Nordseeküste einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren. Die Branche sieht sich vor vielfältige Herausforderungen gestellt, die auf verschiedenerelei Weise großes Potenzial bieten: Der demografische Wandel bei Gästen und Personal, der Klimawandel, geänderte Mobilitätsgewohnheiten oder die Wirtschaftskrise sind einige der zentralen Entwicklungen, die den Tourismus verändern. Auffällig ist, dass viele der Veränderungen eng mit den Fragestellungen des integrierten Küstenzonenmanagements verbunden sind. Während zu branchenspezifischen Aspekten etwa der Marktforschung und Produktpolitik auf die Branchenverbände verwiesen wird (s.u.), widmet sich diese Übersicht den Schnittstellen des Tourismus mit einer nachhaltigen Entwicklung der Küstenregion. Die Tourismusbranche an der deutschen Küste mit ihrem starken Interesse am Erhalt der Region kann eine Vorreiterrolle einnehmen bei der Suche nach innovativen Lösungen im Sinne des integrierten Küstenzonenmanagements.

Dieser Leitfaden vermittelt Ihnen einen ersten Überblick zum Thema und zeigt verschiedene Anlaufstellen auf. Darüber hinaus stehen wir, die Vertreter des Küsten-Kontors, Ihnen jederzeit gerne für Auskünfte und Beratung zur Verfügung und freuen uns, von Ihnen zu hören.

1.1 Welche Herausforderungen bestehen für die Tourismusbranche an der deutschen Nord- und Ostseeküste?

Die Küstenregion stellt die Existenzgrundlage für den Tourismus in den Küstenbundesländern dar, so dass die Vertreter der Branche sich in der Gremienarbeit und der politischen Kommunikation für nachhaltige Lösungen einsetzen. Diese sollen den Erhalt der Landschaft und deren Schutz etwa gegen klimabedingt zunehmende Sturmfluten oder auch industrielle Übernutzung sicherstellen. So wird im Positionspapier [„Tourismus, Umwelt und nachhaltige Entwicklung in Deutschland“](#) des [Deutschen Tourismusverbands](#) (DTV) u.a. auf den Klimawandel und den Erhalt natürlicher Ressourcen eingegangen und gefordert, die Grundlagen für den Tourismus zu erhalten, aber ebenso die Belastungen durch den Tourismus zu begrenzen und nachhaltige Formen des Tourismus zu fördern („Angebot gestalten und Nachfrage wecken“).

Im DTV-Positionspapier [„Auswirkungen der Windenergie auf Kulturlandschaft und Tourismus“](#) wird beispielsweise die Landschaftsbeeinträchtigung durch Windkraftanlagen beklagt und eine Bewahrung der Landschaft durch entsprechende Berücksichtigung in Gesetzen und Planungsverfahren gefordert. Der [Tourismusverband Schleswig-Holstein \(TVSH\)](#) bezieht auf seiner Website recht umfangreich Stellung zu den Herausforderungen des Küstentourismus. So werden der Klimawandel und die Notwendigkeit „nachhaltiger Produktgestaltung und Sensibilisierung der Urlauber“ ausdrücklich erwähnt. Zudem geht der Verband nach Befragung seiner Mitglieder und Erstellung einer Studie ausführlich auf das Raumordnungsverfahren „Ausschließlichen Wirtschaftszone - AWZ“ ein. Der TVSH warnt, dass die Auswirkungen des Klimawandels differenziert wahrgenommen werden müssen: So könnten Veränderungen auch auf der Nachfrageseite entstehen, der Küstenschutz sei in jedem Falle ein zentrales Interesse der Tourismuswirtschaft. Zum Thema Hochwasserschutz heißt es: „In der langfristigen Küstenschutzplanung liegt nach Auffassung des TVSH eine große Chance für Tourismusorte. Denn bei nachhaltigen ganzheitlichen Konzepten für den Küstenschutz ist eine finanzielle Förderung möglich. In einem ganzheitlichen Konzept sind in Tourismusorten auch immer Maßnahmen mit erheblicher Tourismusrelevanz enthalten.“

Umweltbewusste und betont nachhaltige Angebote bieten zudem großes Potential für Marketingstrategien vor Ort. Deutlich wird dies am Beispiel des Wattenmeeres. Aus der im Juni 2009 erfolgten Anerkennung des Wattenmeers als UNESCO Weltnaturerbe ergeben sich vielfältige Möglichkeiten für die touristischen Angebote der Region. Auf der [11. Trilateralen Wattenmeerkonferenz](#) vom 17. bis 19. März 2010 auf Sylt beschlossen Vertreter der dänischen, niederländischen und deutschen Regierung, innerhalb des nächsten Jahres

in Zusammenarbeit mit der Tourismusindustrie eine gemeinsame Tourismusmarketing-Strategie zu entwickeln. Diese soll auch die Weiterentwicklung des nachhaltigen Tourismus in der Region fördern.

Das gemeinsame Management des UNESCO Weltnaturerbes Wattenmeer ist im Wattenmeerplan ([Wadden Sea Plan, nur in engl. Sprache](#)) festgeschrieben, dessen neu überarbeitete Version ebenfalls auf der Sylt-Konferenz beschlossen wurde.

1.2 Wie unterstützt das Küsten-Kontor?

Das Küsten-Kontor steht Interessierten als Ansprechpartner zur Verfügung. Der Internetauftritt bietet eine umfassende [Linksammlung](#), die einen Überblick über laufende Projekte und Beratungsangebote vermittelt und Nutzer zu diesen weiterleitet. Vertreter des Küsten-Kontors stehen schriftlich und telefonisch für Auskünfte zur Verfügung und können Anliegen kompetent weitervermitteln. Außerdem sind Vertreter des Küsten-Kontors auf Veranstaltungen mit IKZM-Bezug präsent und kommunizieren aktiv das eigene Angebot in Vorträgen und Zeitschriftenartikeln.

Der regelmäßige Austausch der Mitglieder des Projektbeirates stellt sicher, dass Initiativen auf EU-, Bundes- und Landesebene den Vertretern der anderen Ebenen bekannt sind. Auch wird dort Erfahrungswissen ausgetauscht und das Vorgehen der Vertreter der Bundes- und Länderebene sowie der kommunalen Spitzenverbände abgestimmt.

1.3 Welche Forschungsprojekte und Beratungsangebote gibt es?

Die folgenden Projekte und Institutionen geben einen ersten Überblick über aktuelle Forschungsaktivitäten mit Bezug zu Tourismus an der Küste.

[KUNTIKUM- Klimawandel und nachhaltige Tourismusedwicklung](#)

Ziel von KUNTIKUM ist, die Effekte des Klimawandels auch mittels nicht-wissenschaftlicher Kommunikation besser in die Managementprozesse der Tourismuswirtschaft zu integrieren. Eine Online-Umfrage mit 1.300 Teilnehmern sowie verschiedene Szenarien auf Basis meteorologischer Daten flossen ein in einen [Leitfaden](#) zur Anpassung des touristischen Angebots. KUNTIKUM wurde vom BMBF im Rahmen der klimazwei-Initiative gefördert und von 2006 bis 2009 vom Institut für Umweltkommunikation der Universität Lüneburg und vom Meteorologischen Institut der Universität Freiburg in Zusammenarbeit mit Umwelt- und Tourismuswissenschaftlern durchgeführt. Der Deutsche Tourismusverband hat sich im Beirat des Projektes engagiert und begrüßt die Studie als wichtigen Schritt für die Branche bei der Bearbeitung des Themas.

[Klimawandel & Tourismus Best-Practice-Beispiele, Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V., April 2008](#)

Diese Übersicht des DIHK nennt Best-Practice-Beispiele zu Klimawandel und Tourismus. Konkrete touristische Angebote vor Ort befassen sich erstens mit der Sensibilisierung von Gästen für den Klimawandel und zeigen Möglichkeiten der Kompensation von CO₂-Emissionen auf. Zweitens werden Projekte genannt, die Klimaschutz organisatorisch oder betrieblich umsetzen, etwa durch Energieeinsparungen. Drittens gibt es eine Reihe von Projekten, die auf die Anpassung an den Klimawandel abzielen, z.B. wetter- bzw. klimaunabhängige Angebote. Die Projekte sind in verschiedenen Regionen in Deutschland angesiedelt, können aber Anregungen für touristische Angebote an der Küste liefern. Zu jedem Beispiel ist ein Ansprechpartner einer örtlichen IHK genannt.

[Informationsmodul „Meeres- und Küstentourismus“ der EUCC-Deutschland](#)

Dieses Online-Modul bietet Interessierten einen umfassenden Einstieg in den Meeres- und Küstentourismus und einen Überblick über seine Auswirkungen auf die Küste sowie Lösungsansätze für nachhaltige Angebote. Regionaler Schwerpunkt ist das Odermündungsgebiet in Mecklenburg-Vorpommern, da das Modul im Rahmen des Projekts „IKZM-Oder“ entstand.

[Klimazwei – Risiken mindern - Chancen nutzen](#)

Diese Fördermaßnahme des BMBF brachte von 2006 bis 2009 in rund 40 Projekten verschiedener Disziplinen praxisorientierte Handlungsstrategien zu Verminderung (Mitigation) und Anpassung (Adaptation) an den Klimawandel hervor. Die Projektdokumentationen sind online und in Buchform erhältlich und liefern auch Anregungen zum Thema Tourismus.

[EDEN – Herausragende europäische Reiseziele](#)

Das Projekt EDEN dient der Förderung von Modellen eines nachhaltigen Tourismus in der gesamten Europäischen Union. Der diesjährige Schwerpunkt liegt auf dem Wassertourismus. Die Prämierung herausragender Reiseziele soll „die Aufmerksamkeit auf die Werte, die Vielfalt und die Gemeinsamkeiten europäischer Tourismusziele lenken“. So soll der Wettbewerb eine Plattform für den Austausch bewährter Praktiken in Europa sein, sowie die Vernetzung prämiierter Reiseziele schaffen.

1.4 Kontakt Projekte & Beratungsangebote

[EDEN – Herausragende europäische Reiseziele](#)

Deutscher Projektbeauftragter:

Deutscher Tourismusverband
Herr Randolph French
Bertha-von-Suttner-Platz 13
53111 Bonn
Tel.: 0228 985 223
E-Mail: french@deutschertourismusverband.de

[klimazwei – Risiken mindern - Chancen nutzen](#)

Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Herr Dr. Hubertus Bardt
Postfach 10 19 42
50459 Köln
Tel.: 0221 4981-790
E-Mail: kontakt@klimazwei.de

[KUNTIKUM – Klimatrends und nachhaltige Tourismusedwicklung in Küsten- und Mittelgebirgsregionen](#)

Herr Prof. Dr. Andreas Möller
Stiftungsuniversität Leuphana Universität Lüneburg
Scharnhorststr. 1
21335 Lüneburg
Tel.: 04131 677 1726
E-Mail: moeller@uni-lueneburg.de

[Informationsmodul „Meeres- und Küstentourismus“ der EUCC-Deutschland](#)

EUCC – Die Küsten Union Deutschland e.V.
c/o Leibniz-Institut für Ostseeforschung Warnemünde
Frau Corinna Kolf
Seestraße 15
18119 Warnemünde
Tel.: 0381-5197207
E-Mail: kolf@eucc-d.de

[Themenseite „Tourismus“ des Bundesamtes für Naturschutz](#)

Bundesamt für Naturschutz
Konstantinstr. 110
53179 Bonn
Tel.: 0228 84910
E-Mail: pbox-bfn@bfn.de

Die unterschiedlichen **Tourismusverbände** mit ihrer Vielzahl von Destinationen erarbeiten Strategien und Handlungsempfehlungen, um sich langfristig zukunftsfähig zu positionieren.

[Deutscher Tourismusverband](#)

Bertha-von-Suttner-Platz 13
53111 Bonn
Tel.: 0228 985 220
E-Mail: kontakt@deutschertourismusverband.de

[Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.](#)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Tel.: 030 726 2540
E-Mail: info@btw.de

[Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.](#)

Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main
Tel.: 069 974 640
E-Mail: info@d-z-t.com

[Tourismusverband Schleswig-Holstein](#)

Wall 55
24103 Kiel
Tel.: 0431 / 560 10 50
E-Mail: info@tvsh.de

[Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern](#)

Herr Carsten Pescht
Platz der Freundschaft 1
18059 Rostock
Tel.: 0381 4030 500
E-Mail: info@auf-nach-mv.de

[Tourismusverband Niedersachsen](#)

Frau Sonja Janßen
Lindenallee 1
6441 Jever
Tel.: 04461 919 2510
E-Mail: s.janssen@landkreis-friesland.de

[Tourismusverband Bremen](#)

Bremer Touristik-Zentrale
Findorffstraße 105
28215 Bremen
Tel.: 0421 30 800 10
E-Mail: btz@bremen-tourism.de

[Tourismusverband Hamburg](#)

Steinstraße 7
20095 Hamburg
Tel.: 040 30051114
E-Mail: info@hamburg-tourismus.de

[Ansprechpartner des DIHK und des Kompetenzteams Tourismus der IHK-Organisation](#)

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Referat Handel und Tourismus
Frau Ulrike Regele
Tel.: 030 20308 2104
E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Referat Demografie und Klimawandel
Frau Meike Albers
Tel.: 030 20308 2117
E-Mail: albers.meike@dihk.de

Industrie- und Handelskammer (IHK) Flensburg
Herr Dirk Nicolaisen
Tel.: 0461 806 451
E-Mail: nicolaisen@flensburg.ihk.de

Handelskammer (HK) Hamburg
Frau Kristina Bohnenstengel
Tel.: 040 36138 364
E-Mail: Kristina.Bohnenstengel@hk24.de

Industrie- und Handelskammer (IHK) Lüneburg-Wolfsburg
Frau Antje Eggert
Tel.: 04131 742 174
E-Mail: eggert@lueneburg.ihk.de

Industrie- und Handelskammer (IHK) Bremerhaven
Herr Michael F. Stark
Tel.: 0471 92460 22
E-Mail: stark@bremerhaven.ihk.de