

# KLIMASCHUTZKONZEPT FÜR DEN KREIS OSTHOLSTEIN

## Workshop Tourismus



**Thomas Pöhlker**  
infas enermetric GmbH  
AirportCenter II  
Hüttruper Heide 90  
48268 Greven

**Katja Engelen**

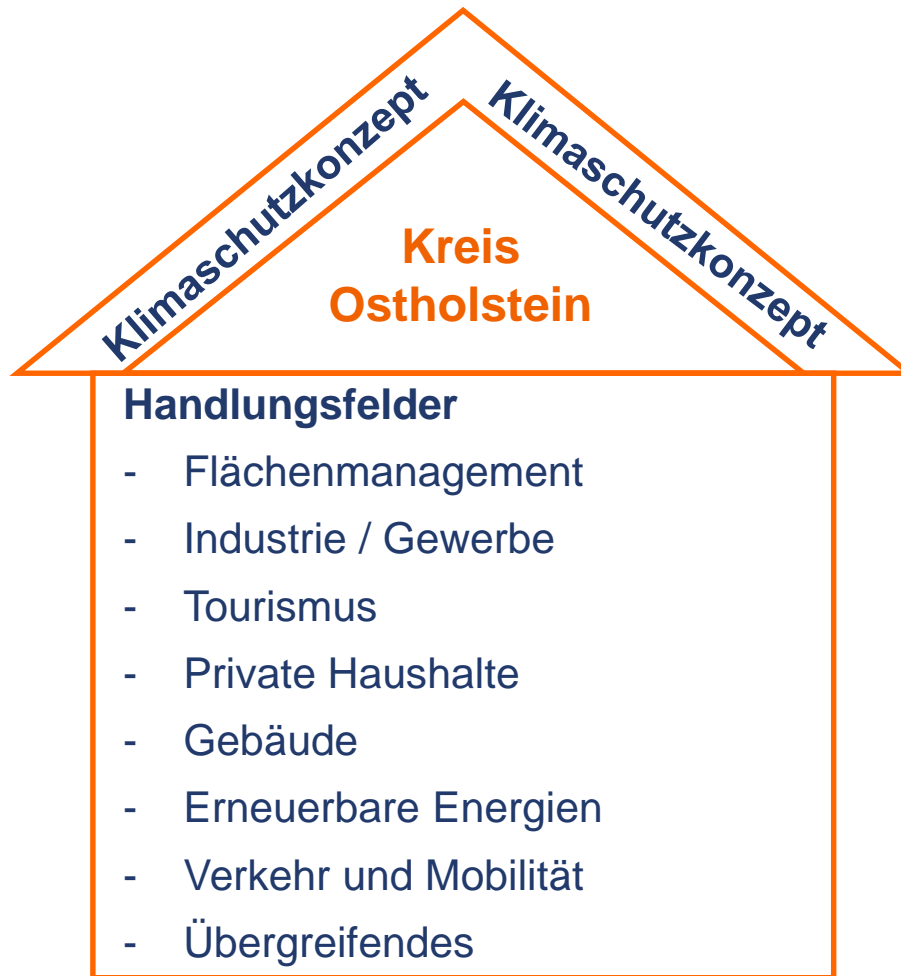
**BSV**  
Büro für Stadt- und Verkehrsplanung  
Hanbrucher Straße 9  
52064 Aachen

Eutin, den 03. Juli 2015

- 1. Überblick Klimaschutzkonzept**
- 2. Ausgangssituation**
- 3. Input-Vortrag**
- 4. Arbeitsphase**
- 5. Zusammenfassung**

- 1. Überblick Klimaschutzkonzept**
2. Ausgangssituation
3. Input-Vortrag
4. Arbeitsphase
5. Zusammenfassung

# ■ Bausteine und Zielsetzungen für das Klimaschutzkonzept



## Zielsetzungen:

- die bisher geplanten Maßnahmen zu hinterfragen und zu ergänzen
- Maßnahmen aus den bestehenden Konzepten aufnehmen und integrieren
- die Akteure im Kreisgebiet für weitere Projekte zu aktivieren
- dafür die Zielsetzungen fortzuschreiben
- einen Handlungsleitfaden und ein Controlling zu entwickeln
- mögliche Fördermittel zu identifizieren und einzubinden
- den Prozess mit einer Kampagne für die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen

# ■ Klimaschutzkonzept Kreis Ostholstein

## Ziele auf Bundesebene

### Ziele der Bundesregierung

- Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 40 % bis 2020
- Weitere Senkung in Stufen bis 2050

### Maßnahmen

- Energievermeidung
- Energieeffizienzsteigerung
- Einsatz regenerativer Energien

### → Gründung der BMU-Klimaschutzinitiative

Förderung von Energie- und Klimaschutzprojekten der öffentlichen Hand



Weltweites Ziel bis 2050:



max. 2 t CO<sub>2</sub> pro Kopf

Entwicklungspfad  
CO<sub>2</sub>-Reduzierung:



1990	100 %
2020	- 40 %
2030	- 55 %
2040	- 70 %
2050	- 80 - 95 %

Tabelle 1: Ziele der Energiewende- und Klimaschutzpolitik 2020/2030/2050:

	EU (Europ. Rat Frühjahr 2007 / Herbst 2009)	Deutschland (IEKP 2007, Energiekonzept 2010, Diverse Initiativen 2014)	Schleswig-Holstein (auf Basis des Koalitionsvertrags Juni 2012)
<b>A. Reduzierung Treibhausgase (THG) ggü. 1990 a) bis 2020</b>	-20% in jedem Fall -30% bei internationalem Abkommen	Mindestens -40% unkonditioniert	Ziel auf Bundesebene wird unterstützt und auch in SH angestrebt Unterstützung der Verschärfung des EU-Ziels auf -30%
<b>b) EU-weites Ziel für 2030</b>	?? (KOM-Vorschlag: -40%)	Mindestens -40%	Mindestens -50%
<b>Reduzierung THG bis 2050 ggü. 1990</b>	-80% bis -95%	Wie Ziel EU, als eigenes Ziel im Energiekonzept enthalten	Ziel EU / Bund wird unterstützt und auch in SH angestrebt
<b>B. Anteil der EE am EEV a) 2020</b>	20%	Mindestens 18%	Mindestens ca. 80% (resultiert aus nachstehenden Einzelzielen)
<b>b) EU-weites Ziel 2030</b>	?? (KOM-Vorschlag: 27%)	Unterstützung EU-Ziel von 30% EE-Anteil	Unterstützung EU-Ziel von 40% EE-Anteil
<b>Teilmärkte:<sup>a</sup> Strom</b>		2020: Mindestens 35% Anteil am Bruttostromverbrauch 2025: 40-45%	Mindestens 300% Anteil am Bruttostromverbrauch SH bis 2025
<b>Wärme</b>		2020: Mindestens 14% Anteil an gesamter Wärmerebereitstellung	Wie Bund (mindestens 14%)
<b>Kraftstoffe</b>		2020: Mindestens 10% am EEV Verkehr	Wie Bund (mindestens 10%)
<b>C. Steigerung Energieeffizienz</b>	um 20% bis 2020	Verdopplung Energieeffizienz bis 2020	Ziele auf Bundesebene werden unterstützt und auch in SH angestrebt
<b>Minderung PEV ggü. 2008</b>	um 20% bis 2020	-20% bis 2020 <b>-50% bis 2050</b>	
<b>Minst. Stromverbrauch ggü. 2008</b>		-10% bis 2020 <b>-25% bis 2050</b>	
<b>Minst. Wärmebedarf Gebäude</b>		-20% bis 2020 <b>Klimaneutral bis 2050</b>	
<b>Minst. EEV Verkehr ggü. 2005</b>		-10% bis 2020 <b>-40% bis 2050</b>	
<b>Ausbau KWK</b>	Kein quantitatives Ziel	Verdopplung auf 25% bis 2020	

<sup>a</sup> Summe der Einzelziele auf den drei Teilmärkten des Endenergieverbrauchs ergibt das Gesamtziel bezüglich des Anteils der Erneuerbaren Energien am Endenergieverbrauch

## Übergeordnete Zielsetzungen:

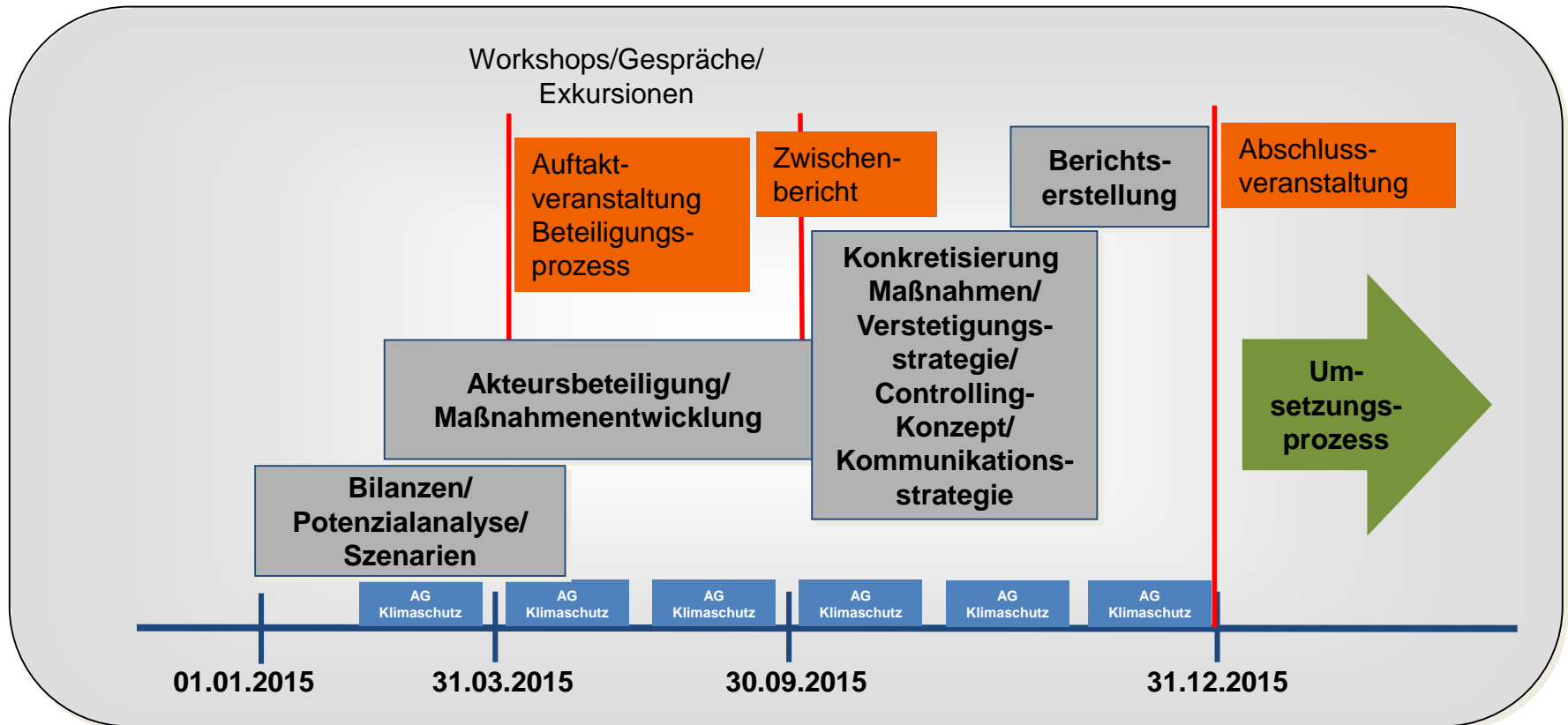
### EU

- TGH Minderung
  - mind. 20 % (30 %) bis 2020
  - 80 – 95 % bis 2050

- Energieeffizienzsteigerung 20 % bis 2020

### Schleswig-Holstein

- Ziele auf Bundesebene werden unterstützt
- TGH Minderung 50 % bis 2030
- Strom aus EE 300 % bis 2025



1. Überblick Klimaschutzkonzept
2. Ausgangssituation
3. Input-Vortrag
4. Arbeitsphase
5. Zusammenfassung



## ■ Welche Rahmenbedingungen haben sich geändert

- Veränderungen in den Kommunen
- Veränderungen der politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen
- Technische Möglichkeiten
- Energierecht und Energiewirtschaftsrecht
- Aktionsprogramm Klimaschutz 2020 des Bundes
  
- Regulatorische Veränderungen
  - Novellierung des EEG in 2014
  - Ausstehende Novellierung KWKG (voraussichtlich Anfang 2015)
  - EEWärmeG
  - Novellierung des BauGB
  - Neue EnEV 2014
  - Landes- bzw. Bundesgesetze/-richtlinien
  - Verfügbare Förderkulissen des Bundes und im Land



# ■ Ausgangssituation für das Klimaschutzkonzept des Kreises Ostholstein

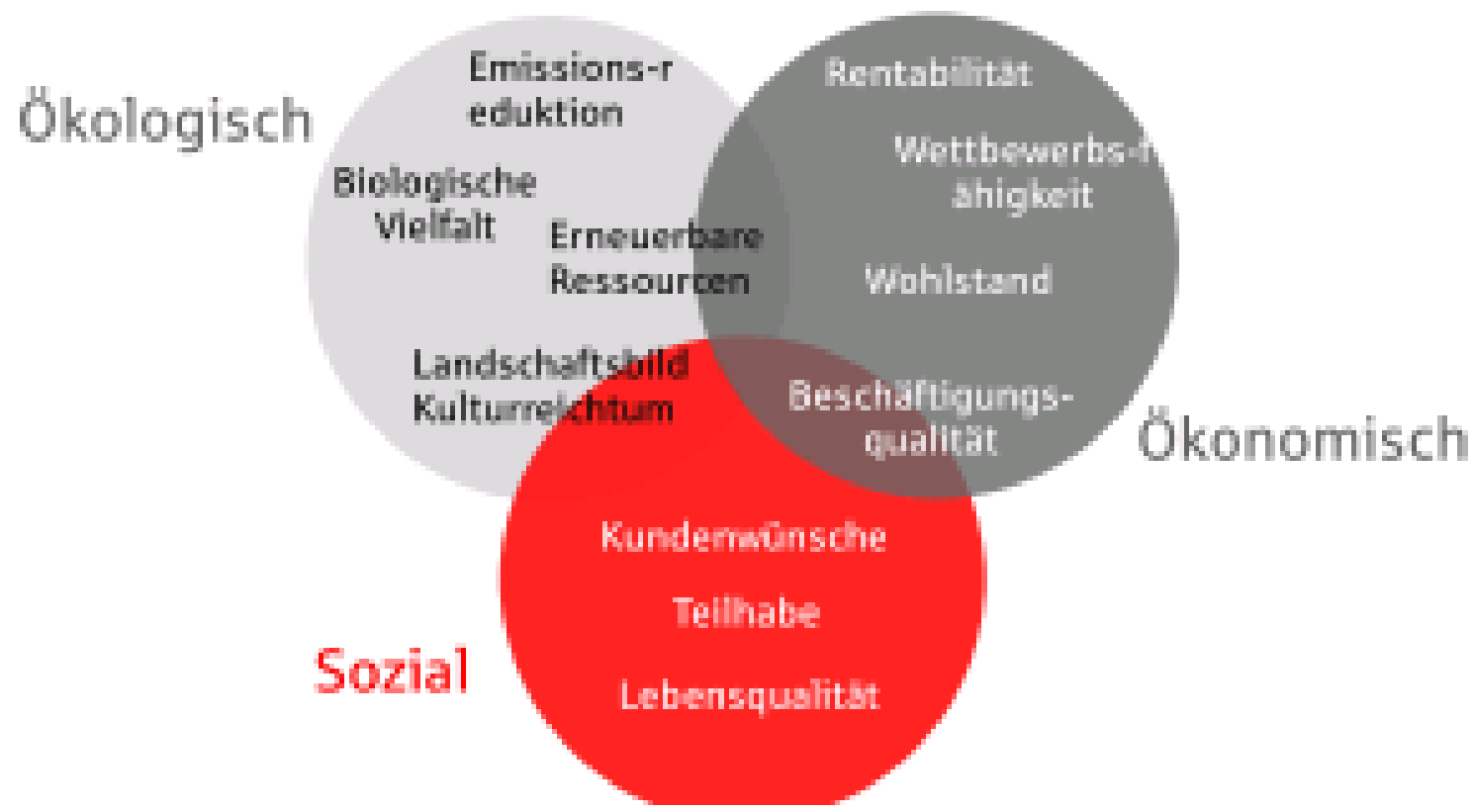
- Kreis Ostholstein als tourismusintensive Region
- Großes Potential im Bereich Natur-, Wander- und Kanutourismus
- Fahrradtourismus auf Ostseeküsten- Radweg boomt
- Tourismus als Mitverursacher von CO<sub>2</sub>- Emissionen
- Anreise verstärkt mit dem eigenen PKW (MIV)
- Überlastung ökologisch wertvoller Gebiete durch Tourismus
- Klimaschutz spielt im Tourismus bisher keine übergeordnete Rolle
- Klimatischer Fußabdruck (WWF- Studie) auch im Tourismus bedenken
- Erforderlich sind Nachhaltigkeitsstrategien/ Leitbilder für die Entwicklung von Tourismus-Orten sowie eine dazugehörige Kommunikationsstrategie

## Nachhaltigkeit im Tourismus hat drei Zieldimensionen



Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein 2014

# Nachhaltigkeit im Tourismus hat drei Zieldimensionen



Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein 2014

## Klimaschutz und Tourismus

- große Herausforderungen für Tourismusbranche durch Klimawandel (Tourismus ist klimaabhängig)
  - erhöhte Temperaturen
  - mehr Niederschläge (zurückgehende Attraktivität)/ weniger Niederschläge (Wasserverknappung)
  - Klimavariabilität/ Extremwetterereignisse
- trägt andererseits nicht unwesentlich zum Klimawandel bei (v. a. durch hohes Verkehrsaufkommen)
- Klimawandel beeinflusst die Destinationswahl von Touristen
- Entstehung von nachhaltigen Tourismusregionen (Bsp. Uckermark)
- Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 (Entwicklung Nachhaltigkeitsstrategie/ Leitbild)
- Saisonverlängerungen durch Erwärmung (bis in Heizperiode hinein: zusätzliche Wärmeversorgung)

### Klimawandelfolgeanpassung

- Nord-/Ostsee als Alternative zum Mittelmeer:
  - Lenkung weiterer Touristenströme,
  - Schutz der Naturausstattung (Biodiversität),
  - nachhaltige Energieversorgung/ Mobilitätskonzepte,
  - Schaffung von wetterunabhängigen (Erlebnis-) Einrichtungen

## Zentrale Ziele für nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt







- Bisher wenige Klimaschutzaktivitäten bezüglich nachhaltiger Tourismus im Kreisgebiet
- Viabono- Nachhaltigkeitszertifizierung der Freizeit-/ Reise- und Tourismusbranche: bisher keine Zertifizierungen im Kreis Ostholstein
- Auch CO<sub>2</sub>- Rechner für Gastgewerbe (CO<sub>2</sub>-Fußabdruck) zur Ermittlung der durchschnittlichen Emissionswert je Übernachtung und Gast durch Anbieter möglich
- Umdenken in Richtung „grüner Urlaub“ setzt sich langsam in Bewegung und trägt zur regionalen Wertschöpfung bei





### Tendenzen/ Entwicklung

- Umfragen belegen zunehmenden Wunsch nach nachhaltigem Tourismus in Schleswig- Holstein (Schleswig- Holstein Urlauber liegen hier über dem Bundesdurchschnitt)
- Einige aktive Betriebe, aber bisher nur wenig Vernetzung unter diesen bzw. keine gemeinsame Außendarstellung
- Entwicklungsstrategie:
  - Entwicklung nachhaltiger Produkte,
  - Marketing nachhaltiger Produkte,
  - regionale Projekte/ Netzwerke, Veranstaltungen

# Nachhaltig Reisende passen nicht (mehr) in übliche Schubladen

„Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein“ (Volle bzw. überwiegende Zustimmung)



45%

Frauen wollen es,

42%

Männer aber  
genauso!

44%

Wohlhabendere  
wünschen es,

43%

wer mehr rechnen muss  
auch!

Haushaltsnettoeinkommen  
3.000 Euro und mehr

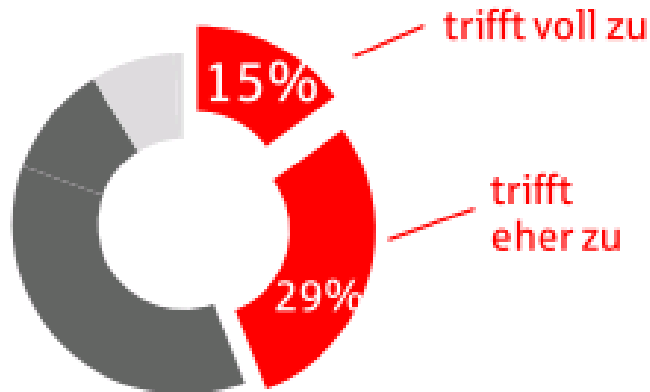
Haushaltsnettoeinkommen  
bis 2.000 Euro

Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein 2014

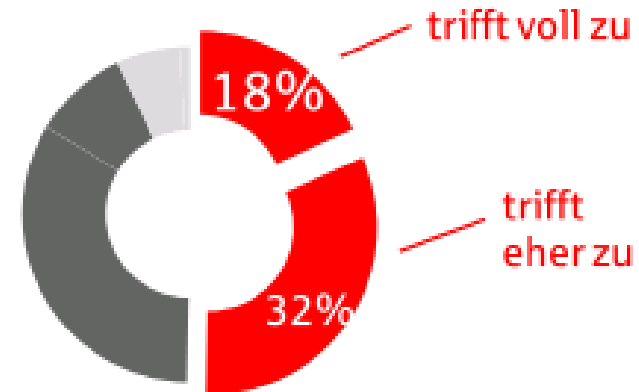
# Nachhaltiger Urlaubswunsch für SH-Reise: Starkes Votum!

„Mein Urlaub soll möglichst ..... sein“  
(Befragte mit Urlaubsinteresse für SH in den nächsten 3 Jahren)

„ökologisch verträglich“



„sozial verträglich“

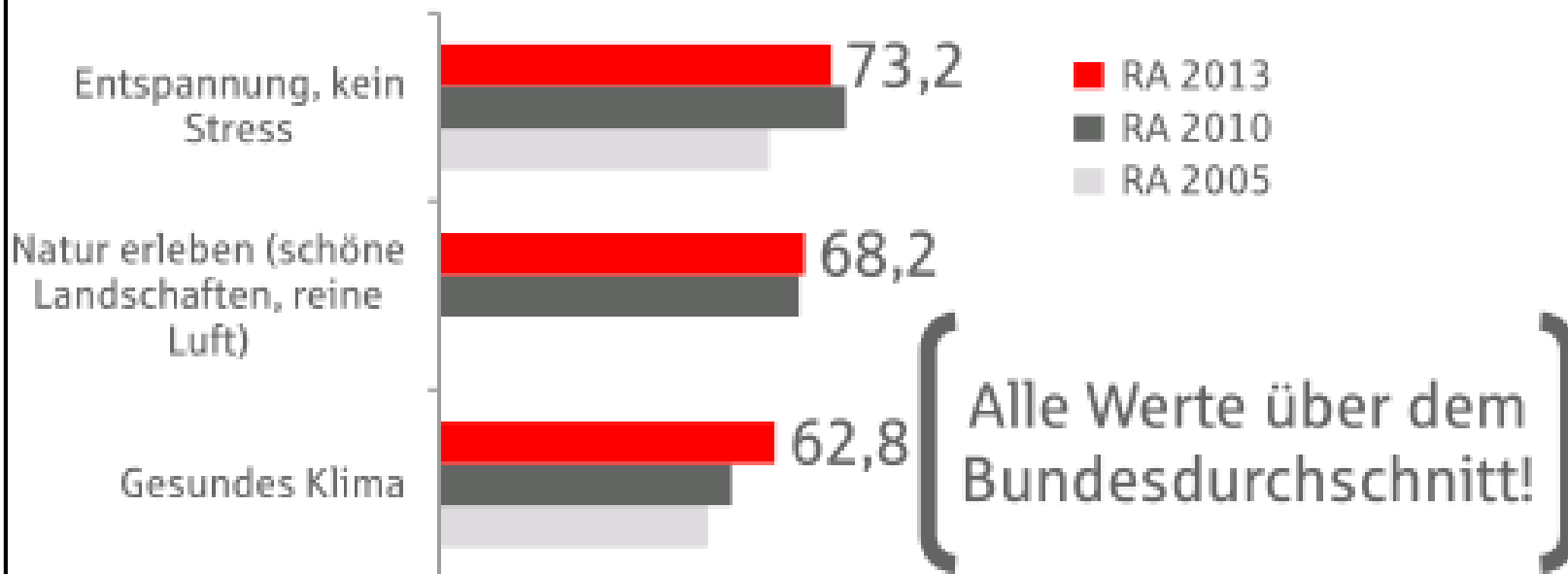


Basis: Alle Befragten, Bevölkerung n=7758, Schleswig-Holstein n=2850, Baden-Württemberg n=2179, Zustimmung in %  
Quelle: FUR: RA 2013

Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein 2014

# ... vor allem entspannt, mit Naturerlebnis und in gesundem Klima!

Bedeutung für Reisezielentscheidung Schleswig-Holstein:  
Motive mit Nachhaltigkeitsbezug



Quelle: Tourismusverband Schleswig-Holstein 2014

## Fakten zum nachhaltigen Tourismus

- Soziodemographische Zielgruppenanalyse: NH- Interessenten
  - Hohes Nettohaushaltseinkommen, höhere formale Bildung, höherer Berufsstand
  - Etwas höhere Urlaubsintensität
  - Kein verändertes Urlaubsreiseverhalten
- Bereitschaft für nachhaltigen Tourismus etwas mehr zu bezahlen
- Bereitschaft, einen Teil der touristischen Leistungskette (Reisevorbereitung, Reiseziel, An- und Abreise, Unterkunft, Aktivitäten) nachhaltig zu bestreiten

Zentrale Ziele für nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt



Quelle: FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. 2014

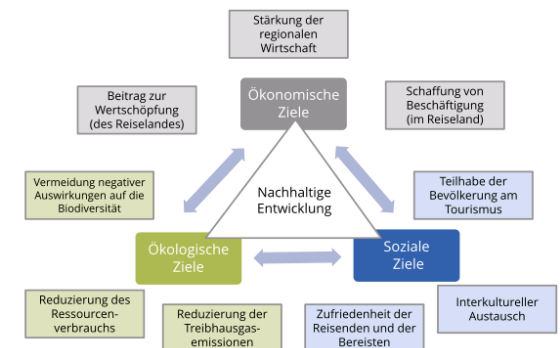
## Fakten zum nachhaltigen Tourismus

- Hürden für nachhaltiges Verreisen
  - Zusätzliche Kosten
  - Individuelle Reisewünsche und fehlende Angebote
  - Information und Kommunikation
  - Mangelndes Angebot

→ Bisher wird die Auswahl der Reisebestandteile nur bedingt am Maßstab der Nachhaltigkeit orientiert

- Erhöhung der Aufwand- Nutzen- Relation
- Schaffung von attraktiven und kreativen Angeboten

Zentrale Ziele für nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt



Quelle: FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. 2014

## Erneuerbare Energien und Tourismus

- Problem: Veränderungen im Landschaftsbild werden als störend empfunden (mögliche Einflussnahme auf Besuchsbereitschaft und Zufriedenheit)
- IHK Schleswig- Holstein: Einflussanalyse EE und Tourismus in Schleswig- Holstein: zwar Wahrnehmung der Anlagen, aber wenig Ablehnung

→ Keine Konflikte zwischen Nutzungsansprüchen der beiden Branchen

→ Ziele: Erneuerbare Energien für Gäste erlebbar machen

(Akzeptanzsteigerung)

Kooperation und Nutzung der Potentiale und Chancen der Kernbranchen Tourismus und Energiewirtschaft



Quelle: <http://www.energielandschaft.de/virtuell-interaktiv/bilder/>

### Beispiel: Energielandschaft Morbach im Hunsrück

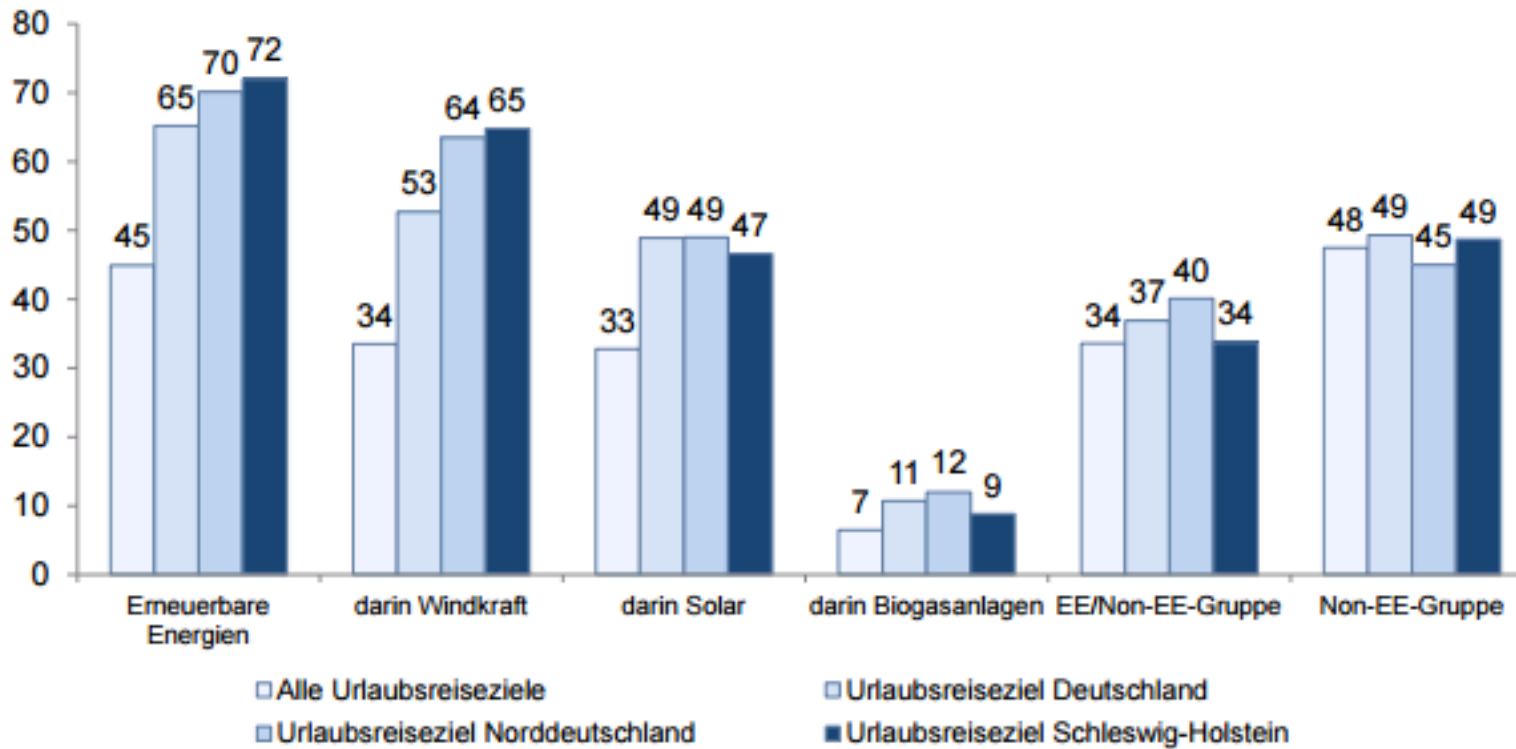
- Ehemals größtes Munitionslager der US- Luftwaffe in Europa
- Heute: Schaufenster für EE
- Steigende Touristenzahlen
- Präsentation im Baedeker- Reiseführer „Deutschland – Erneuerbare Energien entdecken“
- Angebot regelmäßiger Führungen
- Ansiedlung zahlreicher Gewerbebetriebe
- Hochschulkooperation  
(FH Trier, Umweltcampus Birkenfeld)



Quelle: <http://www.energielandschaft.de/virtuell-interaktiv/bilder/>



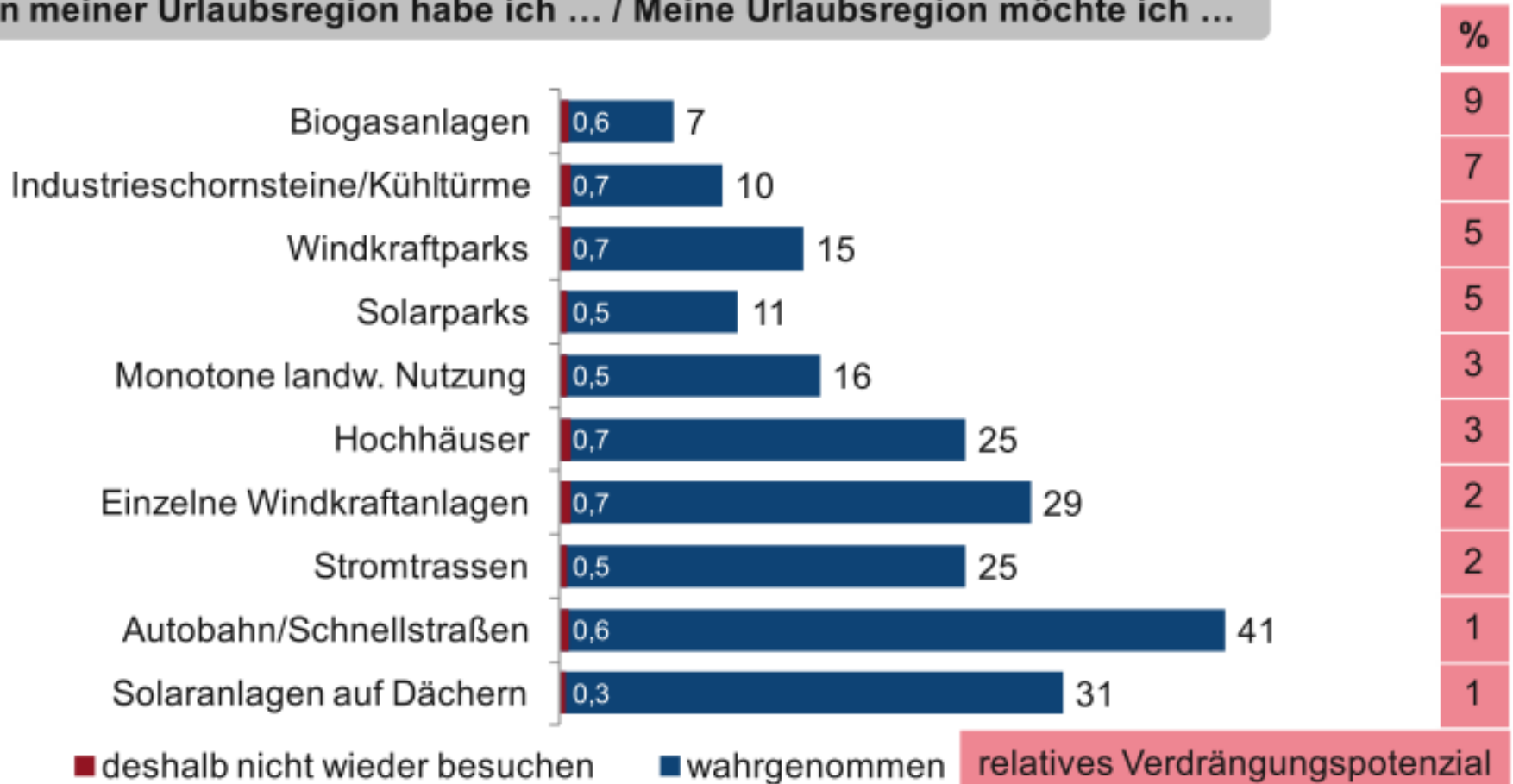
## In der Urlaubsregion wahrgenommen



Frage: Welche dieser Dinge haben Sie in Ihrer Urlaubsregion wahrgenommen?  
 Basis: Urlaubsreisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (54,8 Mio.; n=6.070)  
 Angaben in %; Quelle: RA 2014 face-to-face

[http://www.nit-kiel.de/fileadmin/user\\_upload/pdf/NIT-ee-und-tourismus-sh-kurzfassung.pdf](http://www.nit-kiel.de/fileadmin/user_upload/pdf/NIT-ee-und-tourismus-sh-kurzfassung.pdf)

## In meiner Urlaubsregion habe ich ... / Meine Urlaubsregion möchte ich ...



Frage: Welche dieser Dinge haben Sie in Ihrer Urlaubsregion wahrgenommen? ... führen dazu, dass Sie diese Region nicht wieder besuchen möchten?  
 Basis: Haupturlaubsreisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (54,8 Mio.; n=6.070), Angaben in %  
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Quelle: Unterlagen zur Fachtagung Windkraft und Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern am 7. Juli 2014 in Rostock

### Nachhaltigkeit im Gastgewerbe

- Problem: bisher wenig zertifizierte Gastronomie bzw. Hotellerie
- Nachhaltiges Wirtschaften:
  - positive Effekte auf Umwelt,
  - Einfluss auf Mitarbeiter und Gäste,
  - Effekte für regionale Wirtschaft sowie mittelfristige Kostenersparnis
  - Erschließung neuer Gästekreise
- Handlungsfelder: Gebäude/ Technik, Energie; Lebensmittel; Mobilität
- Ziele:
  - Aufbau von Netzwerken,
  - Zertifizierungen
  - Öffentlichkeitsarbeit und Marketingkampagnen

## Beispiel Energiekampagne der DEHOGA

- Energiesparinfothek mit Praxisbeispielen, Werkzeugen und Fördermöglichkeiten
- Energiesparblätter mit Sofortmaßnahmen
- DEHOGA Landesverbände: Energieberatungen
- Zertifizierung durch den DEHOGA Umweltcheck
- Vorstellen der VIABONO Klima- Hotels auf Internetseite



<http://www.energiekampagne-gastgewerbe.de/energiespar-infothek/energiesparblaetter/fallbeispiele-45230.html> & <http://www.klima-hotels.de/>



- ▶ Nordseeurlaub buchen
- ▶ **Online Buchen**
- ▶ Nordseeurlaub Pellworm
- ▶ Gastgeberverzeichnis bestellen
- ▶ Online Blätterkatalog 2015
- ▶ Last-Minute Angebote
- ▶ Klimafreundliche Urlaubsunter
- ▶ Sonstige Unterkünfte
- ▶ Gut & günstig
- ▶ Anreise
- ▶ Urlaubsinfos

[Home](#) » [Nordseeurlaub buchen](#) » [Online Buchen](#) » Klimafreundliche Urlaubsunterkunft

## Nur auf Pellworm: Zertifizierung klimafreundliche Urlaubsunterkunft

AAA  

Folgende Betriebe auf Pellworm wurden mit dem Zertifikat "klimafreundliche Urlaubsunterkunft" ausgezeichnet. Es sind die Betriebe

- ▶ [Ferienhof Andrea Clausen](#)
- ▶ [Ferienwohnung Antje Clausen](#)
- ▶ [Ferienhof Dethlefsen](#)
- ▶ [Landurlaub bei Frener's](#)
- ▶ [Ferienhaus Gunter Gottschalk](#)
- ▶ [Ferienhof Paulsen](#)
- ▶ [Historischer Silberhof](#)



Reisezeit hier eingeben: ▼

Anreise am:

30.06.2015 ▼

Reisedatum unbekannt

Übernachtungen:

7 ▼

Personen:

2 ▼

▶ Nordseeurlaub online buchen

Pellwormer News ▶

SmartRegion Pellworm ▶

### Regionale Produkte (Vermarktung)

- Problem: hohe Warentransporte und Schadstoffausstoß
- Verwendung regionaler Produkte: schafft authentisches Urlaubserlebnis, stärkt regionale Identität
- Regionale Produkte: frisch, qualitativ hochwertig, naturschonende Flächenbewirtschaftung/ artgerechte Tierhaltung
- Möglichkeiten: Verzicht auf chemische Düngung und Gentechnik, kurze Transportwege, bewusster Umgang mit (begrenzten) Ressourcen
- Ziele:
  - Kooperation regionaler Betriebe,
  - Verwendung der Produkte in Hotellerie und Gastronomie,
  - Zertifizierung

### Beispiel Gastro- Marketing- Portal „Greentable“

- Marketinginitiative für Gastronomen, die in ihren Restaurants nachhaltige Produkte verwenden
- Themen: bewusste Ernährung, nachhaltiger Einkauf, Umweltschutz, soziales Engagement
- Bei Erfüllung bestimmter Kriterien: Auszeichnung als „Nachhaltiges Greentable-Restaurant“
- Hohe Medienpräsenz
- Erhalt von Werbematerialien sowie Beratung und Hilfe bei Suche geeigneter Lieferanten



**greentable**  
bewusst.  
regional.  
nachhaltig.

Quelle: <http://www.greentable.de>



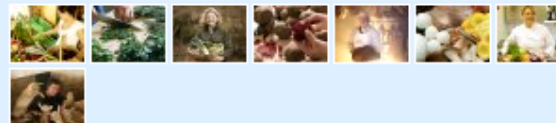


## FEINHEIMISCH-Genuss aus Schleswig-Holstein

Apfelvariationen von historischen Sorten, Vorspeisen von Salzauer Edelpilzen mit Bokseer Ziegenquark oder pochiertes Schweinefilet auf Rotweinjus mit Kartoffelpüree vom „Blauen Schweden“ - die schleswig-holsteinische Küche gehört ebenso zu den Kulturgütern des Landes wie historische Gärten und Parks, Katen oder Herrenhäuser.

Die Mitglieder des Vereins „FEINHEIMISCH – Genuss aus Schleswig-Holstein e.V.“ bewahren diese Küchenkultur und verwenden vorwiegend hochwertige regionale Produkte.

Die FEINHEIMISCHEN kochen gern mit frischen Lebensmitteln – deshalb bestimmt das jahreszeitliche Angebot der Region ihre Speisekarten. Gehen Sie im Land zwischen den Meeren auf kulinarische Spurensuche und entdecken Sie einzigartige Aromen und Geschmackserlebnisse.



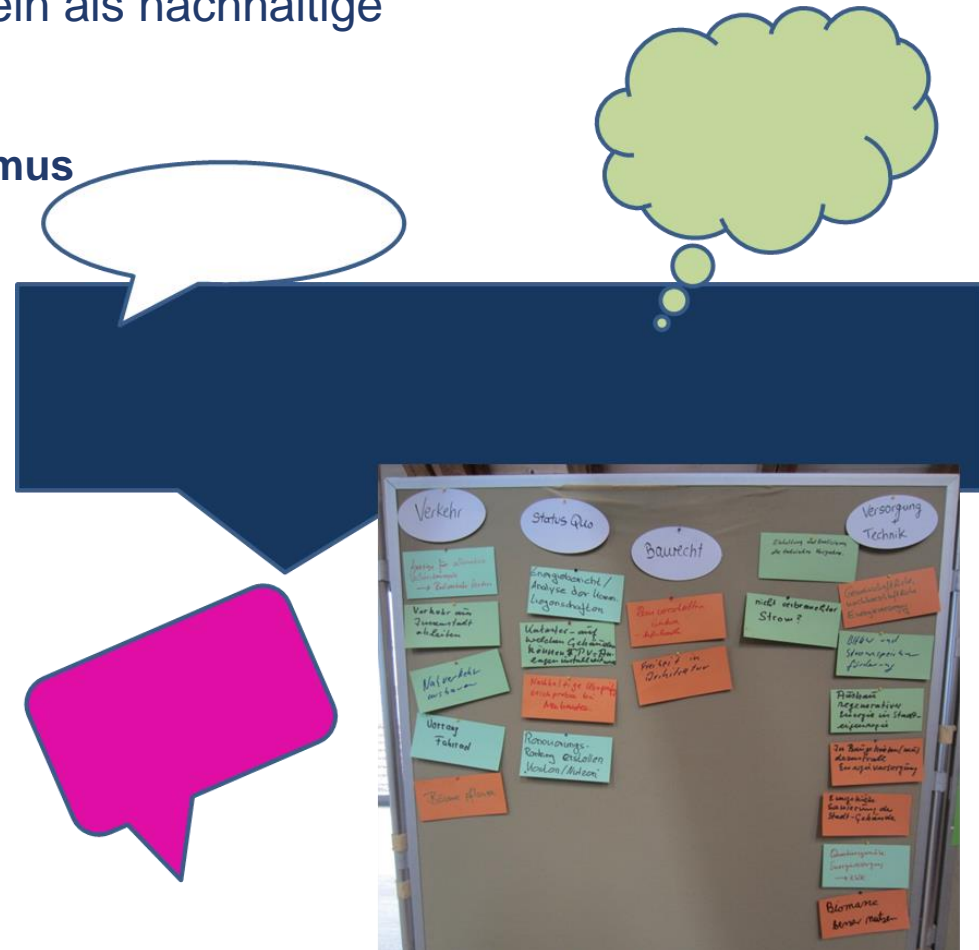
**Kartoffel: Blauer Schwede**

© Haug, FEINHEIMISCH - Genuss aus Schleswig-Holstein e.V.



## Mögliche Maßnahmen:

- Welche Konzepte, Maßnahmen und Produkte wären für die Förderung und Positionierung des Kreises Ostholstein als nachhaltige Tourismusdestination denkbar?
  - Erneuerbare Energien und Tourismus
  - Nachhaltigkeit im Gastgewerbe
  - Vermarktung regionaler Produkte
  - Pilotprojekte
  - Nachhaltige Tourismusregion
  - Netzwerkbildung
  - Wissensvermittlung/ Öffentlichkeitsarbeit



1. Überblick Klimaschutzkonzept
2. Ausgangssituation
3. Input-Vortrag
- 4. Arbeitsphase**
5. Zusammenfassung

- 1. Sammlung von Beispielen aus der Region (Annäherung an das Thema)**
- 2. Handlungsmöglichkeiten des Kreises**
- 3. Maßnahmensammlung**

## Ihre Ansprechpartner

infas enermetric Consulting GmbH  
AirportCenter 90, FMO  
Hüttruper Heide 90  
48268 Greven  
Website: [www.infas-enermetric.de](http://www.infas-enermetric.de)

### **Thomas Pöhlker**

Phone: +49 2571 588 66 15  
FAX: +49 2571 588 66 20  
Mobile: +49 151 582 59 837  
Mail: [TPoehlker@infas-enermetric.de](mailto:TPoehlker@infas-enermetric.de)

### **David Sommer**

Phone: +49 2571 588 66 24  
FAX: +49 2571 588 66 20  
Mobile: +49 151 58259832  
Mail: [DSommer@infas-enermetric.de](mailto:DSommer@infas-enermetric.de)