

**Klimawandel an der deutschen
Ostseeküste:
Reaktion und Wahrnehmung
touristischer Leistungsträger und Destinationen**



Christian Filies

Coastline Web

2 (2012)

Klimawandel an der deutschen Ostseeküste

**Reaktion und Wahrnehmung touristischer
Leistungsträger und Destinationen**

Autor:

Christian Filies

**Leuphana Universität Lüneburg
Lüneburg, 2012**

ISSN 2193-4177

ISBN 978-3-939206-02-6

This study was completed as a 'Magister' thesis at the Faculty of Cultural Sciences and Analysis of the Leuphana University of Lüneburg, supervised by Prof. Dr. E. Kreilkamp and Prof. Dr. P. Pez.



The work has been supported by the project RADOST (Regional Adaptation Strategies for the German Baltic Coast), funded by the Federal Ministry of Education and Research (BMBF) within the activity "KLIMZUG" (grant number 01LR0807K).

Imprint

Cover picture: Harbour entrance of Warnemünde (Foto: Lars Tiepolt, tiepolt.de)



Coastline Web is published by:
Eucc – Die Küsten Union Deutschland e.V.
Seestr. 15,
18119 Rostock, Germany
eucc@eucc-d.de

Coastline Web is available online under <http://www.eucc-d.de/>.
The responsibility for the content of this monograph lies solely with the author.



Klimawandel an der deutschen Ostseeküste: Reaktion und Wahrnehmung touristischer Leistungsträger und Destinationen

Christian Filies¹

¹Leuphana Universität Lüneburg

Abstract

Climate change at the German Baltic coastline – Response and perception of tourism stakeholders and destinations

Weather, natural resources and safety are the three main aspects of the perceived attractiveness of destinations. Climate change will have impacts on all three and is therefore a matter of big importance for the development of destinations. Tourism industry in the south Baltic Sea Region (BSR) is supposed to benefit from changes in temperature and precipitation, but might also have to deal with major changes in ecosystems and social, cultural and economic frame conditions. This dealing –or adaptation– is an on-going process that the tourism industry will have to implement in their medium- and long-term planning. Projections of direct, indirect and induced climate impacts based on actual climate models are therefore important in the multidimensional field of tourism, and will be the basis for climate adaptation processes of coastal tourism in the BSR.

To analyse the assessment of climate challenges within the regional sector, nine expert interviews with tourism stakeholders and decision-makers along the German Baltic coast were conducted in spring 2010. The survey aimed at understanding the actual perception of touristic stakeholders, at getting an overview of current adaptation strategies and at analysing the needs of the tourism industry to develop and establish an efficient adaptation strategy.

The results showed that climate change is still playing a subordinate role in destination management. Even though climate change is interpreted as potentially harmful within the next decades, nearly no anticipatory actions were visible so far to reduce the risks and to handle the chances. Uncertainties in climate projections and limited financial resources were given as main reasons. Consequently, experience with climate adaptation hardly exists and knowledge of specific climate change challenges for Baltic coastal tourism is limited. Notable is the voluntary delegation of responsibility from the tourism sector, normally eagerly defending their independence, to governmental institutions. Adaptation is understood as a network approach with a cross-dimensional network of supra-regional size. The willingness to be part of the network is existent but limited time resources and the awareness of limited adaptation knowledge account for passive participation. According to the interviewees, the designated communication in these networks should be free of scientific jargon, efficient and focused on applicable strategies.

The interpretation of these results shows that the basis for regional climate adaptation strategies is to establish functional networks. For the tourism sector, this can be achieved by delegating responsibility to touristic stakeholders to turn them into active members of climate networks. Scientific regional knowledge of Baltic climate challenges should be made accessible (e.g. through regional scientific projects such as RADOST). Communication of adaptation as an on-going process is vital to establish long-term working networks.

Keywords: climate change, adaptation, destination management, networks

Inhaltsverzeichnis

Teil A – Theoretische Grundlagen	4
1. Einleitung	4
1.1 Aufgabenvorstellung	4
1.2 Einordnung in den Forschungsstand	4
1.3 Aufbau der Arbeit	5
1.4 Methodik	6
1.5 Kurzportrait RADOST	6
2. Die Rahmenbedingungen an der deutschen Ostseeküste	8
2.1 Definitive Eingrenzung: Küstentourismus	8
2.2 Vorstellung der untersuchten Regionen	8
2.3 Tourismuswirtschaft an der deutschen Ostseeküste: Zahlen und Trends	9
2.3.1 Mecklenburg-Vorpommern	9
2.3.2 Schleswig-Holstein	10
3. Klimawandel und Tourismus	12
3.1 Natürlicher und anthropologischer Klimawandel	12
3.2 Klimaszenarien nach IPCC	13
3.3 Regionale Klimaszenarien für Deutschland	13
3.4 Die Bedeutung des Klimas für den Tourismus	16
3.5 Vulnerabilitätseinschätzung der Tourismuswirtschaft	16
3.6 Touristische relevante Klimafolgen für die deutsche Ostseeküste	17
3.6.1 Direkte Klimafolgen	17
3.6.2 Indirekte Klimafolgen	18
3.6.3 Induzierte Klimafolgen	20
3.7 Auswirkungen des Klimawandels an der Ostsee bis heute	20
4. Adaption	21
4.1 Was ist Adaption?	21
4.2 Notwendigkeit von Adaption als touristische Managementstrategie	22
4.2.1 Anpassung durch die öffentliche Hand	22
4.2.2 Individuelle Anpassung	24
4.3 Die Tourismusbranche als Vorreiter?	25
Teil B – Interviews mit touristischen Entscheidungsträgern	27
5. Auswertung der Interviews	27
5.1 Anmerkungen zur Durchführung	27
5.1.1 Vorstellung der Methodik und Interviewform	27

5.1.2 Auswahl der Interviewpartner und –organisationen	28
5.1.3 Kurzvorstellung der untersuchten Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern	29
5.1.4 Kurzvorstellung der untersuchten Organisationen in Schleswig-Holstein	29
5.1.5 Einschränkungen und äußere Einflüsse	30
5.2 Darstellung und Erläuterung der Interviews	31
5.2.1 Wahrnehmung	31
5.2.2 Reaktion	34
5.2.3 Kommunikation	39
5.2.4 Einschätzung weiterer zukünftiger Entwicklungen	41
5.2.5 Vergleich der Ergebnisse nach räumlichen und organisatorischen Parametern	45
Teil C: Diskussion und Fazit	46
6. Diskussion der Ergebnisse	46
7. Handlungsempfehlungen	51
8. Fazit und Ausblick	56
Literaturverzeichnis	57

Teil A – Theoretische Grundlagen

1. Einleitung

1.1 Aufgabenvorstellung

Im Reiseentscheidungsprozess spielt bei der Wahl des Zielgebietes der Faktor „angenehmes Klima“ eine wichtige Rolle (vgl. Becken, Hay 2007). Das Klima und daraus resultierend das zu erwartende Wetter ist ein nicht änderbarer Bestandteil der natürlichen Ausstattung von Destinationen und ist neben der Sicherheitslage und dem naturräumlichen Potential wesentlich für die Attraktivität eines Zielgebiets aus der Sicht des Reisenden (vgl. Mundt 2006).

Im Hinblick auf die Ergebnisse des letzten IPCC-Berichts aus dem Jahr 2007 muss jedoch konstatiert werden, dass der Terminus „nicht änderbar“ einer kritischen Einschätzung bedarf, da bei komplexen Klimasimulationen bis zum Jahr 2100 Temperaturänderungen von 1,1 bis 6,4°C, abhängig vom zukünftigen globalen CO₂-Ausstoß, erwartet werden (vgl. Plöger 2010). Der Klimawandel macht auch um Tourismusregionen keinen Bogen und wird das ursprüngliche Angebot nachhaltig verändern. Die jüngere Forschung verweist darauf, dass sich die Konsequenzen des Klimawandels für die Tourismusbranche zwar erst mittelfristig bemerkbar machen werden, allerdings wird gleichzeitig unterstrichen, dass eine Anpassungsstrategie an die Klimafolgen im Rahmen eines antizipatorischen Ansatzes zeitnah ausgearbeitet und umgesetzt werden muss (vgl. Becken, Hay 2007).

Mit dieser Arbeit wird untersucht, inwieweit die touristischen Entscheidungsträger an der deutschen Ostseeküste diese Veränderungen schon jetzt in ihre strategischen Überlegungen einbinden und entsprechende Anpassungsstrategien in ihren Planungen berücksichtigen. Dabei gilt es, die Wahrnehmung von Klimafolgen und den aktuellen Stand der Adaptionmaßnahmen bezüglich des Klimawandels zu erfassen, zu analysieren und Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Die Arbeit verfolgt somit drei wesentliche Fragestellungen:

- Wie wird der Klimawandel wahrgenommen und bewertet?
- Welche Anpassungsstrategien sind zu empfehlen?
- Wie können diese Handlungsempfehlungen sinnvoll kommuniziert werden?

Die Arbeit ist abgestimmt auf die Forschungsaufgaben des KLIMZUG-Projekts „RADOST“, das bis zum Jahr 2014 einen ganzheitlichen Ansatz für Innovationen zur Klimaanpassung an der Ostseeküste erarbeitet. Genauere Details hierzu sind in Kapitel 1.5 „Kurzportrait RADOST“ zu finden.

1.2 Einordnung in den Forschungsstand

Der Klimawandel bringt als „Umbruch gesellschaftlichen Selbstverständnisses“ (Plöger 2010: 156) ein großes Diskussionspotential mit sich. Dass diese Kontroverse emotional geführt wird und viele verschiedene Standpunkte aufeinander treffen, ist aufgrund der prognostizierten Tragweite von Klimafolgen und dem nötigen Aufwand, diese zu vermeiden oder zu adaptieren, wenig verwunderlich. Wesentliche Streitpunkte wie „Gibt es den Klimawandel überhaupt?“ oder „Wie hoch wird der Temperaturanstieg sein?“ und „Sind wir Menschen überhaupt für diese Klimaschwankung verantwortlich?“ gehören seit langem zur so genannten Klimadebatte. Auch wenn diese, so Plöger, nur medial inszeniert worden ist und im Rahmen der seriösen Klimawissenschaft nicht besteht (vgl. ebd.), bestimmt sie wenigstens das öffentliche Bild vom Stand der Klimaforschung.

Zwei Ansätze, die in dieser Arbeit behandelt werden, wurden erst in den letzten Jahren intensiver in die Klimaforschung integriert; zum einen die Adaption statt der Mitigation als Reaktion auf das sich verändernde Klima und zum anderen die Behandlung des Klimawandels und seiner Folgen in einer Abschlussarbeit eines geisteswissenschaftlichen Studienganges. Diese beiden noch sehr neuen Tendenzen sollen an dieser Stelle kurz näher beleuchtet werden.

Während in der öffentlichen Diskussion Klimaschutz durch CO₂-Reduzierung, also die Mitigation, im Fokus steht, weisen Klimaforscher wie Hans von Storch vom GKSS darauf hin, dass durch den bislang erfolgten CO₂-Ausstoß „gravierende Klimaänderungen in den kommenden 30 Jahren nicht mehr verhindert werden können“ (von Storch, Stehr 2007). Auch wenn prominente Politiker wie Al Gore eine Fokussierung auf die Adaption mit Hinweis auf einen „arroganten Glauben an unsere Fähigkeit, unsere Haut zum richtigen Zeitpunkt doch noch zu retten“ (ebd.) strikt ablehnen, so moniert von Storch, dass es im Bereich des Umgangs der Menschheit mit dem Klimawandel kein Schwarz-Weiß-Denken geben dürfe. Selbst bei einer Reduzierung der CO₂-Emissionen auf null müsste sich die Menschheit auf Klimaveränderungen einstellen, denn das bis heute schon emittierte CO₂ wird noch etwa 100 Jahre klimawirksam in der Atmosphäre verbleiben. Im anzustrebenden Umgang mit dem Klimawandel sieht von Storch die Einflussmöglichkeit des Menschen entsprechend nicht mehr in der Frage, ob sich das Klima wandelt, sondern nur noch wie stark dieser Wandel ausgeprägt sein wird (vgl. Mühlbauer 2007). Auch andere Klimaforscher unterstreichen diese Feststellung: Plöger (vgl. Plöger 2010) und Latif (vgl. Latif 2008) beschreiben bereits einen messbaren Anstieg der Temperaturen infolge eines anthropogenen Treibhauseffektes.

Aus der Debatte um eine Schwerpunktsetzung auf Mitigation oder Adaption geht eine weitere neue Fragestellung hervor: Welche Forschungszweige werden in Zukunft stärker gefordert, um dem Klimawandel zu begegnen? Zum jetzigen Zeitpunkt liegt der Fokus noch hauptsächlich auf den technischen und naturwissenschaftlichen Forschungsgebiete, die im Bereich CO₂-Reduktion arbeiten. Viele Wissenschaftler sehen im Zuge einer Strategie, die schwerpunktmäßig die Adaption betrachtet, zukünftig aber auch stärker die Sozial- und Kulturwissenschaften in der Verantwortung. Welzer/Soeffner/Giesecke weisen darauf hin, dass der Klimawandel bis dato eine „unterschätzte, bislang sogar weitgehend unbegriffene soziale Gefahr“ (Welzer, Soeffner, Giesecke 2010: 8) sei. Auch die Wochenzeitung „Die Zeit“ stellt die Frage, welchen Beitrag die Kulturwissenschaften zur Klimadebatte beitragen können und fordert ein „Ende der Körper- und Raumlosigkeit sozial- und kulturwissenschaftlicher Theorien; es ist Zeit, dass sie aus der Welt der Diskurse und Systeme zurückfinden zu den Handlungen und Strategien, mit denen soziale Wesen ihr Dasein zu bewältigen suchen“ (Heidbrink 2007). Die Geisteswissenschaften, vor allem die „Verfechter der transdisziplinären Klimaforschung“ (ebd.) sind nun also stärker gefordert. Welzer geht sogar so weit, den Klimawandel als „Schlüsselthema der Kulturwissenschaften“ (Welzer 2008: 60) zu bezeichnen. Doch ebenso wenig wie es eine Schwarz-Weiß-Abstufung bei der Frage nach Mitigation oder Adaption gibt, ist sie bei einer Hierarchisierung von Forschungsfeldern möglich. Heidbrink schreibt dazu sehr passend: „Der Klimawandel ist hinsichtlich seiner Genese und der möglichen Projektionen ein Gegenstand der Naturwissenschaften, aber hinsichtlich der Folgen ein Gegenstand der Sozial- und Kulturwissenschaften.“ (Heidbrink 2007). Im KUNTIKUM-Bericht „Sich mit dem Klima wandeln“ wird hervorgehoben, dass der Klimawandel einen Gesellschaftswandel und damit einhergehend einen Tourismuswandel bedeutet (vgl. Kuntikum 2009). Die Betrachtung möglicher Adaptionsmaßnahmen der Tourismusbranche an der Ostsee im Rahmen dieser Abschlussarbeit des interdisziplinären Studiums der Angewandten Kulturwissenschaften ist als ein Beitrag im Sinne dieses Paradigmenwechsels zu verstehen.

1.3 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit ist in drei Teile untergliedert. Teil A gibt einen Überblick über die untersuchte Region, es folgt eine theoretische Erörterung zum Klimawandel im Allgemeinen und dann der Fokus auf die Folgen des Klimawandels auf die Tourismuswirtschaft als wirtschaftliche Gesamteinheit. Die hier erarbeiteten Erkenntnisse werden anschließend auf die Tourismuswirtschaft der deutschen Ostseeküste in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern übertragen und im Hinblick auf die regionalen Spezifika noch einmal genauer untersucht. Nach dieser Darstellung der Herausforderungen durch den Klimawandel werden die Möglichkeiten der Anpassung an den Klimawandel untersucht. Das Ziel in Teil A ist herauszufinden, wie verwundbar die deutsche Ostseeküste ist, in welchen Bereichen sich der

Einfluss des Klimawandels am deutlichsten niederschlägt und vorzustellen, wie klimatische Veränderungen adaptiert werden können.

Teil B beschreibt die Ergebnisse aus Experteninterviews mit Vertretern aus verschiedenen Bereichen der Tourismusbranche an der Ostseeküste. Hierbei handelt es sich um einen deskriptiven Empirie-Teil, der die Aussagen aus den Interviews und der Befragung zusammenstellt, vergleicht und analysiert.

Teil C der Magisterarbeit wird schließlich eine Interpretation der Ergebnisse aus Teil B hinsichtlich der theoretischen Erkenntnisse aus Teil A sein – diese Zusammenführung soll die Praxis der Tourismuswirtschaft den theoretisch erarbeiteten Ansprüchen gegenüberstellen. Die Ergebnisse des Vergleichs aus Theorie und Praxis werden im Anschluss interpretiert und entsprechende Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

Im Fazit werden ein Urteil über die Anpassungsfähigkeit und Bereitschaft der Tourismusbranche an der deutschen Ostseeküste und ein Ausblick über empfohlene Strategien zur Klimaadaptation formuliert.

1.4 Methodik

Für den empirischen Teil wurde die Methode des Experteninterviews als qualitative Sozialforschung ausgewählt. Hintergrund dieser Entscheidung ist, in einem persönlichen Gespräch den individuellen Kenntnisstand und die Bereitschaft zur Adaption herauszufinden. Dies sollte nach Möglichkeit ungestützt geschehen, um ein möglichst genaues Bild der Situation an der Ostseeküste zu bekommen und nicht politisch korrekte bzw. vom Interviewenden vorgefertigte Antworten zu bekommen, wie dies oft bei statistischen Erhebungen der Fall ist. Gleichzeitig hätte die Komplexität der Themen Klimawandel und strategische Tourismusentwicklung einen Fragebogen nötig gemacht, dessen Umfang bei einer statistischen Erhebung auf viele Teilnehmer vermutlich abschreckend gewirkt hätte. Eine offene Gesprächsführung bietet weiterhin den Vorteil der Gesprächsentwicklung – der interviewte Gesprächspartner kann den Gesprächsverlauf entscheidend mitgestalten, was die Möglichkeit einräumt, neue Perspektiven und Problemstellungen zu beleuchten. Auch dies erschien aufgrund des Ziels der Arbeit, einen Katalog mit Handlungsempfehlungen zu bilden, wünschenswert. Der augenscheinliche Nachteil dieser Methode ist jedoch der Umfang, den die Experteninterviews mit sich bringen. Für die Vor- und Nachbereitung sowie für die Durchführung, die mit den Entscheidungsträgern vor Ort erfolgt ist, war ein großer zeitlicher Aufwand nötig und schränkte die Anzahl der Interviews deutlich ein. Im Zuge dieser Arbeit wurden neun Gespräche mit einer Dauer von 20 bis 75 Minuten geführt, wodurch ein detailliertes Meinungsbild skizziert werden konnte. Es muss aber gleichzeitig unterstrichen werden, dass die Methodenform des Experteninterviews keine Repräsentativität schaffen kann. Eine genauere Beschreibung des Vorgehens und der Methodik wird in Kapitel 5.1 „Anmerkung zur Durchführung“ im Zuge der Interviewauswertung vorgenommen.

1.5 Kurzportrait RADOST

Im Jahr 2007 wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung das Forschungsprogramm „Klimawandel in Regionen zukunftsfähig gestalten“ (KLIMZUG) ins Leben gerufen. Das Ziel von KLIMZUG ist, innovative regionale Anpassungsmaßnahmen an das globale Problem Klimawandel zu fördern. Dieser individuelle Ansatz soll zukunftsfähiges lokales Handeln ermöglichen und gleichzeitig die „Vorreiterrolle im Klimaschutz im internationalen Umfeld“ und das „Innovationspotential“ Deutschlands unterstreichen (Bundesministerium für Bildung und Forschung 2007). KLIMZUG fokussiert dabei auf die Adaption des Klimawandels um die „zu erwartenden Änderungen im Klima und seiner extremen Wetterausprägungen in regionale Planungs- und Entwicklungsprozesse zu integrieren“ (ebd.) Die Einführung eines solchen Programms zeigt die neuere Entwicklung in der Klimapolitik, die - wie in 1.2 dargelegt – ihren Fokus auf die Anpassung an die Folgen des Klimawandels in Ergänzung zur reinen Mitigationsstrategie legt. Das KLIMZUG-Programm versteht sich deshalb auch explizit als Ergänzung der BMBF-Fördermaßnahme klimazwei „Forschung für den Klimaschutz und Schutz vor Klimawirkungen“, welches den Klimaschutz als zentrales Forschungsobjekt im Projektzeitraum von 2006 bis 2009 behandelt hat (vgl. ebd.).

Im Rahmen von KLIMZUG werden sieben regionale Verbundvorhaben in Deutschland gefördert. Diese Arbeit entstand in Zusammenarbeit mit dem KLIMZUG-Projekt RADOST, welches von Juli 2009 bis Juni 2014 läuft. RADOST hat es sich zur Aufgabe gesetzt, „Anpassungsstrategien für die deutsche Ostseeküstenregion im Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft zu erarbeiten“ (RADOST 2010). Die inhaltliche und räumliche Aufteilung des Projektes erfolgt nach Fokus-Themen, die auf Basis der für die Region wichtigsten Wirtschaftsbereiche und Handlungsfelder ausgewählt wurden, sowie Fokus-Gebieten, die die wesentlichen Küstenformen und Küstennutzungen der Ostsee repräsentieren. Die Verteilung der Fokus-Gebiete und die thematische Schwerpunktsetzung sind in Abb.1 dargestellt.



Abb.1: Einteilung der RADOST Fokus-Themen und Fokus-Gebiete (RADOST 2010)

Diese Arbeit ist im Fokus-Thema „Tourismus und Strandmanagement“ angesiedelt, welches die Aufgabe hat, als „Schnittstelle zwischen Forschung und Anwendung“ zu fungieren und dabei den „Stand der Forschungsarbeiten mit dem Bedarf der regionalen Akteure [abzugleichen] und Lösungsansätze [zu erarbeiten]“ (RADOST 2010); eine strukturelle Systematik, die sich auch im Aufbau dieser Arbeit widerspiegelt. Im RADOST-Projekt soll für den Tourismus als wichtigstem Wirtschaftsfaktor der Küstenlinien Mecklenburg-Vorpommerns und Schleswig-Holsteins zunächst eine Akteursanalyse erstellt werden, um den Praxisbedarf an Adaptionsmaßnahmen zu ermitteln und notwendige Anpassungsstrategien in Kooperation mit der Tourismusbranche vor Ort zu erarbeiten und zu vermitteln. Ziel ist es, ihr die Notwendigkeit umsetzbarer Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel nachhaltig aufzuzeigen, damit sie auch nach dem Ende des RADOST-Projektes selbstständig und flexibel auf sich ändernde natürliche Bedingungen reagieren kann. RADOST verfolgt dabei explizit die Zielsetzung, die Fokus-Gebiete als Modellregionen zu entwickeln, die dann als Multiplikator wirken sollen (vgl. RADOST 2010).

2. Die Rahmenbedingungen an der deutschen Ostseeküste

2.1 Definitiorische Eingrenzung: Küstentourismus

Küstentourismus wird als der Tourismus verstanden, der primär durch das Meer und dabei besonders durch den Strand als Übergangsbereich zwischen Meer und Festland geprägt wird (vgl. dwif Consulting 2003). Freizeitaktivitäten im und auf dem Wasser sind ein wesentlicher Bestandteil des Küstentourismus, allerdings umschließt die Definition auch die Betrachtung der touristischen Aktivitäten und Einrichtungen des meeresnahen Landbereichs und des Hinterlandes der Küste. Das Bundesministerium für Verkehr verweist darauf, die Küste nach funktionalen Gesichtspunkten zu definieren als „Raum, in dem terrestrische und marine Prozesse (ökonomische, ökologische sowie soziokulturelle) voneinander abhängig sind bzw. sich gegenseitig beeinflussen. Küstenraum und Küstenzonen sind daher als flexible, naturräumliche und soziokulturell bestimmte Einheiten zu sehen, deren Einfluss oft weit bis ins Hinterland reicht und umgekehrt.“ (Gee, Kannen, Licht-Eggert 2006: 14). Dem Küstentourismus sollen im Zuge dieser Arbeit alle auf das Meer und den Strand als Kontaktbereich Bezug nehmenden touristischen Einrichtungen und Aktivitäten zugeordnet werden. Eine quantitative Abgrenzung der Küstenzugehörigkeit ist deshalb nicht ohne weiteres möglich, als Richtwerte sollen aber die in der Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung genutzten Werte von Glaeser dienen, der die Küste auf einen 60 – 100km breiten Streifen auf Landseite und 12 Seemeilen, der nationalen Hoheitsgrenze, auf Meereseite angibt (vgl. Glaeser 2005).

2.2 Vorstellung der untersuchten Regionen

Die deutsche Ostseeküste nimmt mit einer Länge von 2247km etwa 10% der Gesamtküstenlänge der Ostsee ein. Von dieser Länge entfallen 1712km auf Mecklenburg-Vorpommern und 535km auf Schleswig-Holstein. Etwa 70% der Gesamtküstenlänge sind Innenküsten, da es sich zu großen Teilen um eine Ausgleichküste handelt, die geprägt ist von Bodden und Haffs in Mecklenburg-Vorpommern und Förden in Schleswig-Holstein. Die Länge der Außenküsten fällt mit 354km in Mecklenburg-Vorpommern und 328km in Schleswig-Holstein bedeutend geringer aus (vgl. Christiansen, Schürmann 2007).

Die Förden Schleswig-Holsteins zeigen als ehemalige Gletscherzungenbecken deutlich ihren Ursprung in der glazialen Vorgeschichte der Ostsee. Die Weichsel-Eiszeit hinterließ eine stark reliefierte Küste, die einen Kontrast zur schleswig-holsteinischen Nordseeküste bildet. Die Außenküste gliedert sich in etwa 80% Flachküste und 20% Steilküste. An der Ausgleichküste Mecklenburg-Vorpommerns ist die glaziale Geschichte aufgrund von Abrasion und Akkumulation, bei denen sich Haken und Nehrungen in Strömungs- und Windrichtung gebildet haben und sich somit heute breite, meist feinsandige Strände und Steilküsten abwechseln, nicht mehr so offensichtlich erkennbar. Eine Konsequenz dieses Prozesses ist der ganze oder teilweise Verschluss ehemals offener Meeresbuchten, wodurch die erwähnten Bodden und Haffs entstehen. Dieser als attraktiv empfundene Wechsel der Küstenlandschaft ist charakteristisch für die Ostseeküste Mecklenburg-Vorpommerns. Die Weichsel-Eiszeit hinterließ im Ostseeraum jedoch noch bedeutend mehr Spuren, unter anderem auch im Hinterland der Ostseeküste in Mecklenburg-Vorpommern, wo die Mecklenburgische Seenplatte Zeugnis ablegt.

Als Binnenmeer, mit den Weltmeeren nur durch die Meerenge Skagerrak und Kattegat verbunden, hat die Ostsee im Gegensatz zur Nordsee nur einen geringen Tidenhub von 0,17 m (vgl. ebd.). Gleichzeitig ist der Wasseraustausch mit der Nordsee nur gering, was in Kombination mit den Süßwassereinträgen durch über 200 Flüsse zu einer geringen Salinität von 1,8% führt. In der Folge konnten sich bis heute nur wenige Schlüsselspezies herausbilden; sowohl Süß- als auch Salzwasserspezies leben an der jeweiligen Toleranzschwelle, was die Ostsee und ihre Küste insgesamt deutlich verwundbarer und sensibler gegenüber Veränderungen macht als andere marine Ökosysteme (vgl. ebd.).

Die Küste der Ostsee ist neben den naturräumlichen Gegebenheiten wie der glazialen Entstehungsgeschichte stark durch den Menschen geprägt. Sie ist seit Jahrhunderten besiedelt; unterschiedliche Nutzungsformen der Küste wie Fischerei, Seehandel, Schiffbau und letztlich auch der Tourismus haben eine Kulturlandschaft erschaffen. Auffallend ist dabei der Deichbau in Schleswig-Holstein, dem eine relativ naturbelassene Ausgleichsküste mit wenigen Küstenschutzmaßnahmen in Mecklenburg-Vorpommern entgegensteht (vgl. Gee, Kannen, Licht-Eggert 2006). Heute lebt an der deutschen Ostseeküste mit etwas über 10 Mio. Menschen etwa ein Achtel der deutschen Gesamtbevölkerung. Die Verteilung im Raum ist sehr unterschiedlich; während Schleswig-Holstein mit einer Bevölkerungsdichte von 170 Einwohnern/km² zumindest in der Nähe des Bundesdurchschnittes (221 Einwohner/km²) liegt, bildet die Küste Mecklenburg-Vorpommerns mit unter 50 Einwohner/km² das Schlusslicht in der bundesdeutschen Bevölkerungsdichte und wird als strukturschwacher Raum kategorisiert. Touristisch gesehen bildet die geringe Bevölkerungsdichte und Verstärkerungsrate allerdings einen Standortvorteil, so dass die Küste Mecklenburg-Vorpommerns als touristischer Gunstraum eingestuft wird (vgl. ebd.).

Die Wirtschaft an der Ostseeküste in Schleswig-Holstein ist geprägt von Häfen und Tourismus - Hafenstädte wie Kiel bilden eine wichtige Verkehrsanbindung nach Skandinavien und ins Baltikum. Der restliche Küstenverlauf ist geprägt von touristischer Infrastruktur. In Mecklenburg-Vorpommern fällt neben dem dominierenden Tourismus auch dem Schiffsbau eine bedeutende Rolle zu, die beiden einzigen wesentlichen Dienstleistungszentren bilden die Hafenstädte Schwerin und Rostock. Besonders der insgesamt niedrigere Industrialisierungsgrad in Mecklenburg-Vorpommern und regionale Disparitäten machen es jedoch schwer, ein Gesamtbild der Küstenwirtschaft zu zeichnen (vgl. ebd.).

2.3 Tourismuswirtschaft an der deutschen Ostseeküste: Zahlen und Trends

2.3.1 Mecklenburg-Vorpommern

2.3.1.1 Zahlen

Seit der Wende 1990 hat der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern ein sehr dynamisches Wachstum verzeichnet und konnte kontinuierlich Marktanteile hinzugewinnen. Bei den Übernachtungszahlen steht das Land mit mehr als 28 Millionen Übernachtungen und einem bundesweiten Marktanteil von ca. 8% im Jahr 2009 an fünfter Stelle im gesamtdeutschen Vergleich (Statistisches Bundesamt 2009: 86). Der Binnentourismus ist das Zugpferd und macht 97% aller Übernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern aus. Mit einem Anteil von nur 3% ist der Anteil des Incoming-Tourismus ein Nischenmarkt und auch im Vergleich der Bundesländer Schlusslicht. Räumlich gesehen bedient die Ostseeküste mit ihren Inseln mit 70% den größten Teil der touristischen Gesamtnachfrage.

Neben dem Übernachtungstourismus stellen die jährlich etwa 70 Millionen Tagesausflügler mit 33,7% einen wichtigen Anteil an den Bruttoumsätzen der Tourismuswirtschaft dar. Auch hier ist eine Konzentration auf die Ostseeküste (inklusive der Inseln) zu verzeichnen: 70% aller Tagesreisen werden dorthin unternommen (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern 2010: 18).

Für die Wirtschaft des Landes sind neben den Primärumsätzen von 5,1 Mrd. Euro brutto / 4,5 Mrd. Euro netto (Stand 2008) auch die indirekten und induzierten wirtschaftlichen Effekte von großer Bedeutung. Das direkte durch den Tourismus kreierte Einkommen beträgt etwa 1,6 Mrd. Euro, mehr als 3 Mrd. Euro werden für vor- oder nachgelagerte Leistungen ausgegeben, was wiederum ein Einkommen von 878 Mio. Euro generiert. Somit werden etwa 10% des gesamten Primäreinkommens in Mecklenburg-Vorpommern durch den Tourismus geschaffen, womit dieser hier wirtschaftlich so bedeutend ist wie in keinem anderen Bundesland. Weiterhin stellt der Tourismus mit einer

Beschäftigungszahl von mindestens 173.000 Personen einen wesentlichen Teil des Arbeitsmarktes in Mecklenburg-Vorpommern (vgl. ebd.).

2.3.1.2 Trends

Das starke Wachstum der vergangenen 10 Jahre wird sich so nicht weiter fortsetzen können und flacht in einigen Teilbereichen bereits ab. Diese Entwicklung ist jedoch nicht weiter verwunderlich, da die Zunahme der touristischen Kennzahlen sich weit über dem deutschen Bundesdurchschnitt befunden hat und sich nun auf normalere Werte einpendelt. Trotzdem ist Mecklenburg-Vorpommern weiterhin als Wachstumsmarkt zu betrachten. Ein wesentlicher Trend ist jedoch die kontinuierlich sinkende Aufenthaltsdauer, die im Jahr 2009 nur noch bei 4,2 Tagen lag (vgl. ebd.). Mit diesem Wert liegt Mecklenburg-Vorpommern zwar zusammen mit Schleswig-Holstein an der Spitze in Deutschland, trotzdem stellt dieser Trend vor allem das Marketing (es müssen mehr Kunden erreicht werden, um die vorhandenen Kapazitäten gleichmäßig auszulasten) und die Verkehrsinfrastruktur vor große Herausforderungen.

Eine langsamere Entwicklung im Tourismus-Wachstum ist nicht nur negativ zu bewerten, da bereits die ersten Merkmale des Massentourismus an der mecklenburgischen Ostseeküste zu beobachten sind; so weisen Usedom, Rügen und Fischland Darß-Zingst im Sommer eine Übernachtungsintensität auf, die höher ist als die der klassischen Massentourismus-Destinationen Balearen oder Kanaren (vgl. Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern 2010). Die Landestourismuskonzeption weist darauf hin, dass hier ein nachhaltigeres Wachstum angestrebt werden muss. Dies ist auch vor dem Hintergrund der Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung bedeutsam. Wenn die negativen Folgen des Tourismus wie Preissteigerungen, Versorgungsengpässe mit Wasser und Energie und Nutzungs-Konkurrenz von Infrastruktur, um nur einige Beispiele zu nennen, die positiven Effekte überlagern, kann es zu soziokulturellen Spannungen zwischen Einheimischen und Gästen kommen. Aber auch zwischen den Anwohnern selbst können sich Spannungen zwischen Profiteuren und Nicht-Profiteuren des Tourismus entwickeln. Die weiteren Trends, die das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus definiert, gehen ebenfalls weg von einer unbedingten Bedienung der Nachfrage hin zu „strukturellen Herausforderungen“ (ebd.: 28). Qualität, Markenbildung, demographischer Wandel, die qualitativen Veränderungen der touristischen Nachfrage, der Klimawandel und die entsprechende Förderpolitik sind deshalb wesentliche Themen des Landestourismuskonzepts. Im Rahmen dieser Arbeit muss dabei aber unterstrichen werden, dass die Anpassung an den Klimawandel in diesem Konzept noch sehr kurz gehalten und als „mittel- bis langfristiger“ Trend klassifiziert wird. Ebenfalls wird betont, dass die klimatischen Szenarien noch unsicher sind. Infolgedessen werden lediglich Beobachtung und rechtzeitige Entwicklung von Anpassungsmaßnahmen als Handlungsempfehlung ausgesprochen (vgl. ebd.). Im konkreten, sehr umfassenden Maßnahmenkatalog zur Umsetzung des Landestourismuskonzepts werden lediglich zwei Punkte zum Thema Klimaschutz, namentlich Hochwasserschutz und Projektförderung, aufgeführt. Diesen wird die geringste Prioritätsstufe „mittel“ zugesprochen (vgl. ebd.).

2.3.2 Schleswig-Holstein

2.3.2.1 Zahlen

Der touristische Boom Mecklenburg-Vorpommerns seit der Wende bedingte gleichzeitig auch Verluste des Nachbarlandes Schleswig-Holstein. Die Übernachtungszahlen im nördlichsten deutschen Bundesland erreichten 1992 Spitzenwerte (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein 2010), anschließend verlor das Land kontinuierlich Marktanteile. Erst durch die Etablierung einer neuen Landestourismuskonzeption im Jahr 2006 konnten neue Wachstumsimpulse gesetzt werden. Mit 21,2 Mio. Übernachtungen im Jahr 2009 bei einem Wachstum von 0,8% lag das Land in der bundesweiten Übernachtungs-Statistik auf Rang 7. Anders als in Mecklenburg-Vorpommern muss bei den touristischen Kennzahlen aber beachtet werden, dass in Schleswig-Holstein mit der Lage an Nord- und Ostsee die Verteilung des küstentouristischen Volumens im Raum anders verteilt ist. Die Ostseeküste

Schleswig-Holsteins ist mit 8,7 Mio. Übernachtungen im Jahr 2009 die übernachtungsstärkste Region des Landes, vor der Nordseeküste mit 8 Mio. Übernachtungen und auch im Vergleich mit den Küstengebieten Mecklenburg-Vorpommerns im absoluten Vergleich führend (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein 2010).

Auch in Schleswig-Holstein macht der Binnentourismus mit fast 95% den größten Teil der Gesamtnachfrage aus. Im Incoming-Tourismus, der die Anzahl ausländischer Gäste erfasst, belegen die beiden Ostsee-Bundesländer die letzten Positionen bei der relativen Verteilung von Incoming- und Binnentourismus in Deutschland. Für Schleswig-Holstein muss gleichzeitig aber unterstrichen werden, dass das absolute Übernachtungsvolumen von Reisenden aus dem Ausland im gesamtdeutschen Vergleich an vierter Position steht (vgl. ebd.). Die letzten konkreten Zahlen zum Tagestourismus sind aus dem Jahr 2006 und bescheinigen dem Tagestourismus in ganz Schleswig-Holstein mit 131 Mio. Gästen eine hohe Relevanz. Verlässliche Zahlen über die Verteilung im Raum gibt es nicht, Indizien weisen aber darauf hin, dass etwas mehr als die Hälfte dieses Volumens den Küstengebieten zugeordnet werden kann (vgl. Marketingkooperationen Städte in Schleswig-Holstein e.V. 2005).

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für das Land ist ähnlich hoch wie in Mecklenburg-Vorpommern: Mit einem Primärumsatz von 4,5 Mrd. Euro steuert er etwa 7% zum BIP des Landes bei und gehört damit zu den wirtschaftlich umsatzstärksten Branchen des Landes. Von bedeutender Relevanz ist auch der Einkommenseffekt: Die 130.000 Beschäftigten in der Tourismusbranche stellen mehr als 10% aller Arbeitnehmer. Dies lässt Rückschlüsse auf die indirekten und induzierten Effekte zu, zu denen, anders als in Mecklenburg-Vorpommern, allerdings keine konkreten Zahlen publiziert worden sind. Das Wirtschaftsministerium weist aber darauf hin, dass der Tourismus im Land ein wichtiger Motor für die Entwicklung regionaler Wirtschaftsstrukturen sei (vgl. Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein o.J.).

2.3.2.2 Trends

Schleswig-Holstein ist nach wie vor bestrebt, die Marktanteile zurückzuerobern, die es seit den 1990er Jahren verloren hat. Das neue Landestourismuskonzept setzt dabei vor allem auf effizienteres und modernes Marketing, besonders im Online-Bereich, auf eine Modernisierung der Infrastruktur und auf eine Positionierung als „Genießer-Land“ mit Angeboten in der gehobenen Klasse (vgl. Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 2007) Als wesentliche Einflussfaktoren auf die künftige touristische Entwicklung werden im Tourismusbericht 2010 der demographische Wandel sowie der Klimawandel aufgeführt (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein 2010).

Hinsichtlich der Schwerpunktsetzung dieser Arbeit gilt auch hier, ähnlich wie in Mecklenburg-Vorpommern festzuhalten, dass der Klimawandel zwar in den langfristigen Trends auftaucht, konkrete Maßnahmen aber ebenfalls nicht genannt werden. Auf den demographischen Wandel wird in der Konzeption hinreichend eingegangen („Zielgruppe Best Ager: Viel Lebensfreude, weniger Risiko. Best Ager besitzen viel Potential.“ (ebd.: 13)), der Klimawandel hingegen findet sich lediglich mit einem Satz im Tourismusbericht 2010 wieder: „Der Klimawandel wird zwar von der Mehrzahl der Konsumenten als besorgniserregend wahrgenommen, beeinflusst jedoch die tatsächliche Urlaubsplanung bisher nur in Ausnahmefällen“ (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein 2010). Neben den Wachstumsimpulsen für den Tourismus im Land scheint der Klimawandel also erst einmal eine untergeordnete Rolle zu spielen. Auch in Schleswig-Holstein sinkt dem bundesweiten Trend folgend die durchschnittliche Aufenthaltsdauer kontinuierlich, sie liegt mit etwa 4,5 Tagen aber im Deutschland-Trend zusammen mit Mecklenburg-Vorpommern an der Spitze (vgl. ebd.). Die Folgen sind, wie in Kapitel 2.3.1.2 für Mecklenburg-Vorpommern beschrieben, besondere Herausforderungen für das Marketing und die Verkehrsinfrastruktur.

3. Klimawandel und Tourismus

Das Klimasystem der Erde ist ein komplexes System, dessen Analyse der Betrachtung vieler Variablen bedarf. Die Prozesse werden an dieser Stelle im Hinblick auf den Schwerpunkt und den Rahmen dieser Arbeit bewusst vereinfacht dargestellt. Die Darstellung des Klimawandels und der Klimafolgen erhebt hier deshalb keinen Anspruch auf Vollständigkeit – für die angestrebte Untersuchung und Analyse touristischer Adaptionsprozesse wurde diese Darstellung aber als ausreichend bewertet.

3.1 Natürlicher und anthropologischer Klimawandel

Der Treibhauseffekt ist eine „natürliche Eigenschaft der Erdatmosphäre“ (Latif 2008: 53) und macht das Leben auf dem Planeten erst möglich. Die Erdatmosphäre sorgt durch ihre Zusammensetzung für den so genannten natürlichen Treibhauseffekt, der etwa 33°C beträgt. Das Klima kann als Ergebnis einer einfachen Energiebilanz gesehen werden: Die durch die Sonneneinstrahlung auf der Erde ankommende Energie (solare Strahlung) wird entweder zurückgestrahlt oder absorbiert, also in Wärme umgesetzt. Da die reflektierte Strahlung der Erde (terrestrische Strahlung) als Infrarot-Strahlung langwelliger (4 bis 100 µm) ist als die eingehende Sonnenstrahlung (0,2 bis 4 µm), kann sie aufgrund sogenannter klimawirksamer Gase, die kurzwellige Strahlung durchlassen, langwellige aber reflektieren, nicht in gleichen Teilen durch die Atmosphäre zurück ins Weltall gelangen wie die kurzwellige Sonneneinstrahlung. Ein Teil der Strahlung verbleibt über dem Boden in der Atmosphäre und sorgt so für eine Erwärmung der Luft (vgl. Rahmstorf, Schellnhuber 2007). Der natürliche Treibhauseffekt wird wesentlich vom Wasserdampfgehalt der Luft (ca. 21°C) und CO₂ (ca. 7°C) bestimmt. Um die Klimawirksamkeit dieser Gase zu unterstreichen sei angemerkt, dass fast 99% der Erdatmosphäre aus klimaunwirksamen Gasen (Stickstoff 78%, Sauerstoff 21% besteht und lediglich die Spurengase, die nur in einer verschwindend geringen Konzentration (1%) vorkommen, diesen natürlichen Treibhauseffekt verursachen (vgl. Latif 2008). Die Mitteltemperatur der Erde, die entsprechend der Energiebilanz eigentlich bei -18°C liegt, ändert sich so auf etwa 15°C (vgl. Plöger 2010).

Klimaveränderungen ergeben sich nach Rahmstorf und Schellnhuber (vgl. Rahmstorf, Schellnhuber 2007), wenn diese Energiebilanz verändert wird:

- Durch eine veränderte Intensität der kurzwelligen Sonneneinstrahlung, z.B. durch Variabilität in der Sonnenaktivität.
- Durch eine prozentuale Veränderung der von der Erdoberfläche reflektierten Strahlung (Albedo), z.B. durch das Auftauen von Eis und Schnee oder die Ausbreitung von Vegetationszonen.
- Durch eine Veränderung der absorbierenden und somit klimawirksamen Gase in der Atmosphäre, z.B. durch die Freisetzung von CO₂ und Ruß bei der Verbrennung von fossilen Brennstoffen.

Der anthropogene Klimawandel wird vor allem durch die Veränderung der Atmosphäre erklärt; es ist aber festzuhalten, dass durch Rückkopplungseffekte, wie beispielsweise dem Abtauen von Gletschern, auch die Albedo verändert wird. Als bedeutendstes vom Menschen emittiertes Gas ist das CO₂ identifiziert worden. Zwar kommt dieses nur in kleinen Mengen vor und liegt aktuell bei 380 ppm (Plöger 2010: 51), ist jedoch absolut gesehen das klimawirksamste Gas, auf das der Mensch Einfluss hat. Wie stark es das Klima beeinflusst, lässt sich an seinem oben genannten Anteil am natürlichen Treibhauseffekt ablesen. Weitere klimawirksame Gase, die durch den Menschen emittiert werden, sind Methan (CH₄) und Distickstoffoxid (Lachgas) (N₂O). Ihnen fällt im Hinblick auf den Klimawandel noch eine untergeordnete Rolle zu, da die Emissionen dieser Gase die des CO₂ bei weitem nicht erreichen. Trotzdem dürfen sie bei der Einschätzung von Klimaveränderungen nicht außer Acht gelassen werden, da ihre individuelle Klimawirksamkeit um ein vielfaches höher ist als die des CO₂ (vgl. Dow, Downing 2006).

3.2 Klimaszenarien nach IPCC

Die Einschätzung, inwieweit eine Veränderung der atmosphärischen Zusammensetzung das Klima auf der Erde beeinflusst, ist eine der Aufgaben des Weltklimarats IPCC (International Panel on Climate Change). Der IPCC ist ein Zusammenschluss von Wissenschaftlern aus aller Welt, welcher sich selbst als Beratungsgremium versteht. Die alle vier bis sechs Jahre erscheinenden Sachstands-Berichte des IPCC umfassen die Grundlagen zur Ermittlung des Treibhauseffektes, Vulnerabilität von Sektoren und Regionen und entsprechende Anpassungsmöglichkeiten sowie Optionen zur Mitigation und damit zum Klimaschutz (vgl. Müller, Fuentes, Kohl 2007).

Dabei werden grundsätzlich keine Empfehlungen abgegeben, wie in Zukunft zu verfahren sei, sondern lediglich kritisch überprüfte Fakten aufgezeigt. Die „Hauptaufgabe des IPCC ist [somit] die Information der Weltöffentlichkeit“ (Müller, Fuentes, Kohl 2007: 42).

Der jüngste Sachstands-Bericht Nr.4 aus dem Jahr 2007 stellt erstmals verschiedene Klimaszenarien bis zum Jahr 2100 vor. Dabei werden verschiedene Emissionsentwicklungen berücksichtigt und so eine Spanne des erwarteten Temperaturanstiegs skizziert. Diese Szenarien, die sich ausdrücklich nicht als Prognosen verstehen, stützen sich ausschließlich auf die Veränderung des Klimas durch den anthropogenen Ausstoß von klimawirksamen Gasen und vernachlässigen die natürlichen Klimaschwankungen und den Einfluss von Naturgewalten, welche die Zusammensetzung der Atmosphäre verändern können. Die Klimaszenarien des IPCC kommen zu dem Schluss, dass bis zum Jahr 2100 eine Klimaerwärmung von 1,4 bis 5,8°C zu erwarten ist (vgl. Ramstorf, Schellnhuber 2007) - es gibt jedoch Bedenken, dass selbst diese Szenarien noch zu optimistisch seien und die eingangs erwähnte Spannbreite bis 6,4°C realistischer ist (vgl. Plöger 2010). Im Zuge dieser Arbeit werden die IPCC-Szenarien - auch wenn die Spannbreite sehr groß ist - als Referenz für die Klimaentwicklung interpretiert. Dabei wird schwerpunktmäßig von einer starken Erhöhung der globalen Durchschnittstemperatur (IPCC-Szenario A1F1 und A2) ausgegangen, da neueste Studien zeigen, dass die aktuellen CO₂-Emissionswerte sogar einen deutlich höheren globalen Temperaturanstieg als die vom IPCC dargestellten 5,8°C bis zum Jahr 2100 erwarten lassen (vgl. Plöger 2010 / vgl. Ramstorf, Schellnhuber 2007). Zudem gehen die meisten der in der Wissenschaft diskutierten Adaptionsmaßnahmen von einem maximalen Temperaturanstieg aus; eine Klimafolgenanalyse für den „Worst Case“ ist insofern zu empfehlen, da sie ebenfalls alle Szenarien unter diesem Temperaturanstieg beinhaltet.

3.3 Regionale Klimaszenarien für Deutschland

Die Ergebnisse des IPCC Sachstandsberichts wurden in Deutschland regional genauer betrachtet: Das Umweltbundesamt hat 2006 eine Studie in Auftrag gegeben, deren Ergebnisse im Jahr 2008 eine genauere Klimaprognose für einzelne Regionen in Deutschland bis zum Jahr 2100 zeigen, als dies die globalen Ergebnisse des IPCC tun. Unter Anwendung der Modelle REMO (zur Abbildung dynamischer Vorgänge in der Atmosphäre, vor allem zur Voraussage von Niederschlägen und Temperatur) und WETTREG (zur Beobachtung und Deutung des Einflusses von Großwetterlagen auf regional begrenzte Klimata) konnten die IPCC Szenarien auf Deutschland und auf einzelne Regionen heruntergebrochen und unter Annahme der Spezifika der unterschiedlichen deutschen Naturräume die Klimaentwicklung bis zum Jahr 2100 umfassend projiziert werden (vgl. Umweltbundesamt 2006).

Das Ergebnis für Deutschland skizziert einige bedeutende Veränderungen, obgleich auch hier anzumerken ist, dass diese Projektionen keine Vorhersagen, sondern mögliche Entwicklungen (vgl. Kartschall, Mäder, Tambke 2007) darstellen:

- Der Temperaturanstieg wird im Mittel bei 1,5 – 3,7°C liegen, wie Abb. 2 zeigt. Die wahrscheinlichste Erwärmung liegt bei 2 – 3°C (vgl. ebd.). Diese Erwärmung wird jedoch regional stark divergieren; während Nord- und Ostseeküste aufgrund des gemäßigten Küstenklimas einen moderaten Temperaturanstieg verzeichnen werden (vgl. Schuchardt et.al. 2008), wird die Erwärmung in Süddeutschland bei über 4°C liegen (vgl. Umweltbundesamt 2006).

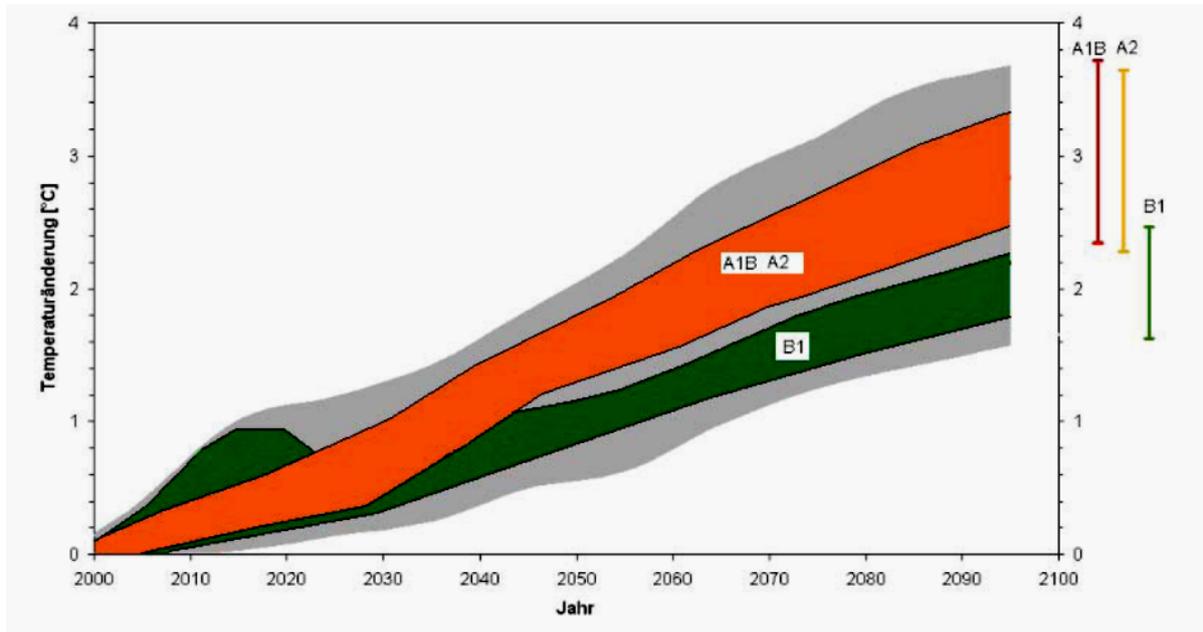


Abb. 2: Zeitlicher Verlauf der Lufttemperatur gegenüber der Periode von 1961-1990 (Umweltbundesamt 2006)

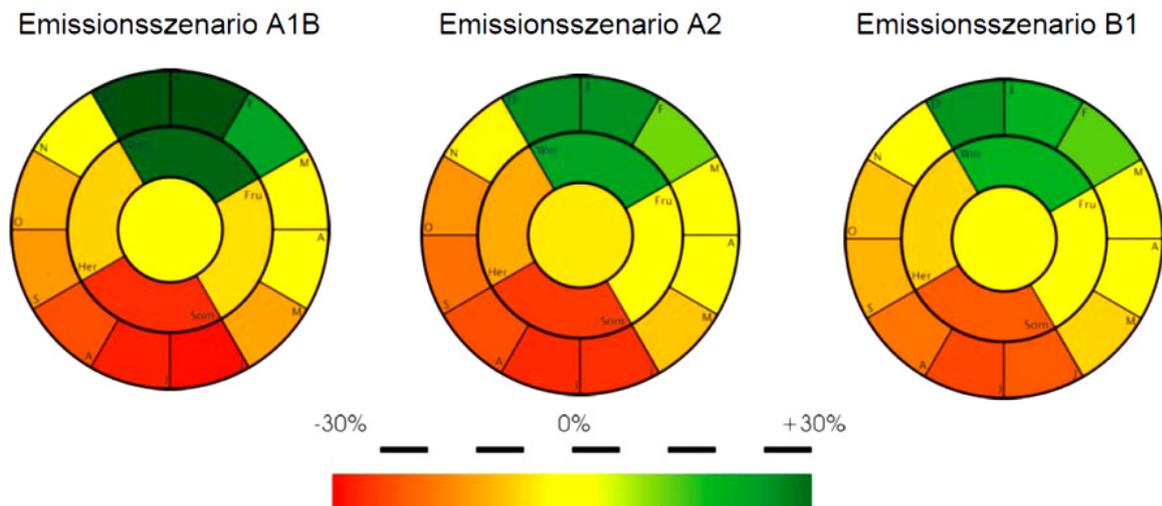


Abb. 3: Niederschlagsveränderung in Deutschland: 2071-2100 im prozentualen Vergleich mit 1961-1990. (Umweltbundesamt 2006).

- Wie in Abb. 3 dargestellt, würde sich die Verteilung des Niederschlags ebenfalls saisonal und regional ändern. In ganz Deutschland würden die Niederschläge im Sommer großflächig abnehmen. Besonders von dieser Entwicklung betroffen wären Südwestdeutschland sowie Nordostdeutschland sein, wo Rückgänge der Sommerniederschläge von bis zu 40% möglich sind, was auf der Karte in Abb. 4 besonders deutlich zu sehen ist. Durch die höheren Temperaturen verdunstet auch mehr des ohnehin schon reduzierten Niederschlags - durch diese positive Rückkopplung kann es zu Problemen mit der Wasserversorgung in den entsprechenden Gebieten kommen (vgl. Kartschall, Mäder, Tambke 2007). Gleichzeitig würde die Niederschlagsmenge im Winter stark ansteigen, so dass eine

Veränderung der Gesamtniederschlagsmenge zwar nicht zu erwarten ist, gleichzeitig aber die Gefahr einer Erhöhung der Häufigkeit von Starkniederschlägen steigt (vgl. Schuchardt et. al. 2008).

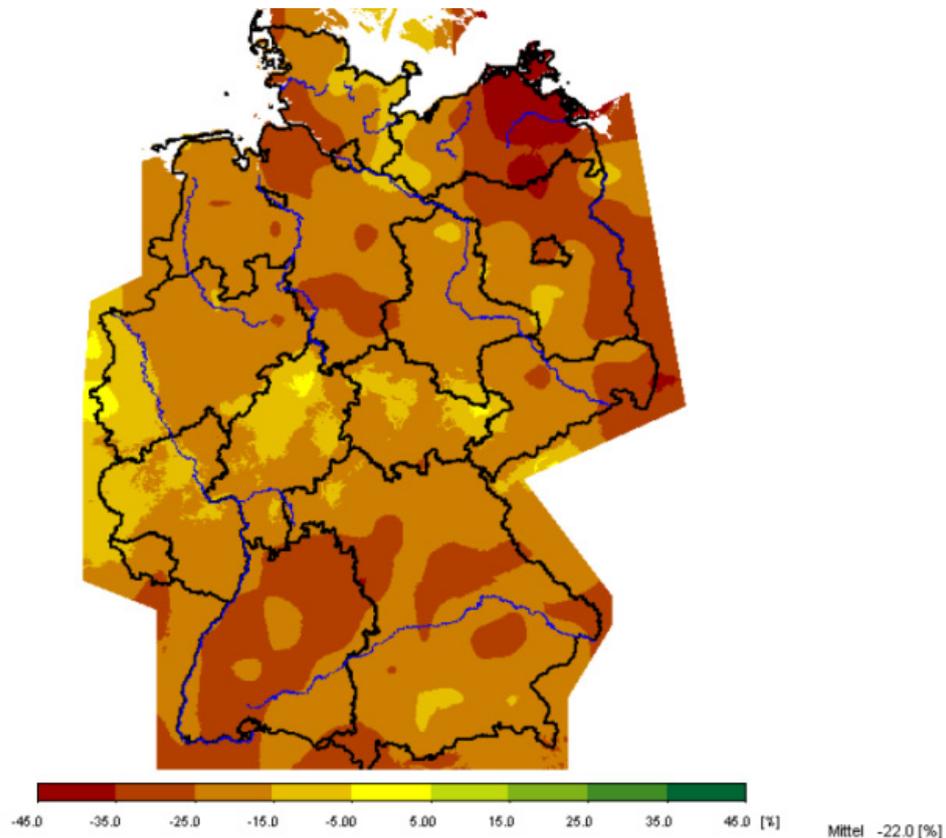


Abb. 4: Veränderung der Sommerniederschläge – im Vergleich 2071-2100 zu 1961-1990 bei Szenario A1B (Umweltbundesamt 2006)

- Die Häufigkeit von Temperaturkenntagen wird sich verändern. Während es im Winter deutlich weniger Frosttage geben wird, ist eine Zunahme von Tropennächten mit einer Temperatur über 20°C anzunehmen (vgl. Schuchardt et.al. 2008).
- Die Zunahme von Extremwetterereignissen mit einem großen Schadenspotential wie Hitzewellen, Stürme und Hochwasser ist anzunehmen, kann aber aktuell noch nicht in ihrer Häufigkeit prognostiziert werden (vgl. Jonas, Stäger, Schönwiese 2005). Für die Ostsee bedeutend ist in diesem Zusammenhang der geringe Tidenhub, der im Gegensatz zur Nordsee eine längere Verweildauer von Hochwasserständen bedingt. Ein Abfluss ist erst nach mehreren Stunden oder Tagen möglich (vgl. Christiansen, Schürmann 2007).
- An den Küsten wird der Anstieg des Meeresspiegels eine bedeutende Rolle spielen. Die Ostsee gilt als Binnenmeer und wird wegen der bestehenden Verbindung zur Nordsee durch Skagerrak und Kattegat ebenfalls den Veränderungen des globalen Meeresspiegelanstieges unterliegen. Aufgrund von Landsenkungen an der deutschen Ostseeküste (istostatische Krustenbewegungen) und Gezeitenvergrößerung ist hier mit Werten deutlich über dem globalen Durchschnitt zu rechnen (vgl. Schuchardt et.al. 2008). Bezüglich der Höhe des Anstiegs herrscht noch Unklarheit (vgl. Bundesumweltministerium 2008), weil noch nicht alle Einflussfaktoren, wie polare Eisdynamik und Ausdehnung durch thermische Veränderungen des Meerwassers erforscht und verstanden sind. Da diese Faktoren den Anstieg des Meeresspiegels aber wahrscheinlich verstärken, muss man eher davon ausgehen, dass der geschätzte Anstieg von 30cm im Mittel (vgl. Schuchardt 2008) zu konservativ ist. Aktuelle Neuberechnungen aus dem April 2011 gehen gar von einem Meeresspiegelanstieg von deutlich über einem Meter aus und verstärken die Befürchtung, dass die küstennahen Gebiete

erheblich gefährdet sind. (Spiegel online (a) 2011) Aufgrund der dichten Besiedlung würden Teile der Ostseeküste sogar besonders stark von dieser Veränderung betroffen werden.

Zusammenfassend lässt sich für den untersuchten Raum der deutschen Ostseeküste folgendes Klimaszenario festhalten: Bis zum Jahr 2100 wird sich die Temperatur an der Ostseeküste erhöhen, allerdings nicht so stark wie im Rest von Deutschland. Trotzdem wird es vermehrt zu Tropennächten und Hitzewellen kommen. Die Niederschlagsverteilung wird sich stark verändern; die milden Winter werden regenreicher, während die Sommer trockener als heute werden. Während eine genaue Angabe zur Zunahme von Extremwetterereignissen noch nicht gemacht werden kann, ist festzuhalten, dass die Ostseeküste mit einem Anstieg des Meeresspiegels um etwa 30cm rechnen muss; Indizien sprechen dafür, dass diese Prognose eher noch nach oben korrigiert werden muss.

3.4 Die Bedeutung des Klimas für den Tourismus

Das Angebot einer touristischen Destination ist eng an die vorherrschenden klimatischen Bedingungen gekoppelt; sie sind gleichzeitig „ermöglicher und limitierender Faktor“ (Matzarakis, Tinz 2008: 254). Dabei besteht das Problem, dass sowohl Klimamodelle als auch das System „Tourismus“ sehr komplex sind. Prognosen, welche Klimafolgen welche Konsequenz für den Tourismus bedeuten, können deshalb oft nur kleinteilig und regional abgebildet werden und sind nicht allgemein gültig.

Eine weitere Herausforderung liegt darin, dass das vorherrschende Klima von Tourist zu Tourist sehr unterschiedlich empfunden wird. Dabei sind nicht nur die persönlichen Präferenzen, sondern auch der Reisegrund entscheidend. So können Touristen sehr unterschiedliche Vorstellungen darüber haben, was „gutes Urlaubswetter“ bedeutet. Für den sommerlichen Badegast an der Ostseeküste kann es Wärme und Sonnenschein sein, für den Segler Wind und für den Radtouristen Windstille und keine allzu große Hitze.

Was also ist das optimale Klima für eine Tourismusregion wie die deutsche Ostseeküste? Um eine Einteilung zu ermöglichen, wurden im klimazwei-Projekt „Kuntikum“ Referenzgrößen für die Schwellenwerte tourismusrelevanter Größen erarbeitet, die auf der Human- und Tourismusklimatologie basieren (vgl. Matzarakis et al 2009). Für die Tourismusregion Ostsee ist dies besonders die thermische Eignung (18°C – 29°C), die aber auch mit einem moderaten Temperaturanstieg, wie durch den Klimawandel prognostiziert, noch gehalten werden kann. Besonders die Parameter Hitzestress (Grenzwert > 35°C) und Schwüle (Grenzwert > 18 Hektopascal) können sich aber im Gegensatz zur aktuellen Situation nachteilig für die Region entwickeln, da die Schwellenwerte durch die Zunahme von Temperaturkegnetagen und kurzfristigen Starkniederschlägen in den wärmeren Sommermonaten öfter überschritten werden.

Die Schwellenwerte sind für alle Destinationen von großer Bedeutung. Denn vor allen anderen adaptiert zuerst der Tourist mit seiner individuellen Destinationswahl klimatische Veränderungen der Destination. Kein Stakeholder in der Tourismuswirtschaft kann so direkt auf sich ändernde klimatische Verhältnisse reagieren. Die UNWTO identifiziert folglich das Klima neben der natürlichen Ausstattung des Raumes und der Sicherheitslage als einen der drei primären Faktoren für die Destinationswahl (vgl. Scott et al. 2007). Die weiteren Ausführungen werden allerdings zeigen, dass ein Wandel des Klimas auch die natürliche Ausstattung und die Sicherheitslage der Destinationen verändern kann und somit einen größeren Einfluss auf die empfundene Gesamt-Attraktivität einer Destination hat.

3.5 Vulnerabilitätseinschätzung der Tourismuswirtschaft

Die Literatur ordnet den Tourismus aufgrund seiner engen Bindung an das originäre Angebot von Destinationen als hochgradig klimasensiblen Wirtschaftszweig ein. Besonders die Destinationen als immobile Teile der touristischen Leistungskette sind eng gebunden an die empfundene Attraktivität der natürlichen Umgebung, welche das vorherrschende Klima beinhaltet und gleichzeitig dadurch

geprägt wird (vgl. Simpson et.al. 2008). Außerdem spielt der Querschnitts-Charakter des Tourismus eine prägende Rolle: Durch die enge Verflechtung der Tourismusbranche mit anderen klimasensiblen Wirtschaftszweigen wie der Landwirtschaft oder der Wasserwirtschaft steigt die Vulnerabilität des Tourismus weiter (vgl. Schuchardt et.al. 2008). Wie sensibel die Tourismuswirtschaft auf Klimaschwankungen reagiert, zeigt auch die Prognose von der European Travel Commission ETC, die als „Tourismus-Trend für Europa“ auf ihrer Internet-Seite zu folgendem Schluss kommt: „Der Klimawandel ist eines der wichtigsten Langzeithemen, die die Tourismusbranche betreffen. Er könnte zum Verlust vieler Destinationen führen, deren Reiz besonders von der Natur abhängt“ (European Travel Commission 2006: 3). Dies veranschaulicht, dass der Klimawandel auf die Reiseziele eine stärkere Wirkung haben wird, die primär aufgrund des schönen Wetters bereist werden oder weil die Touristen eine Ausübung von klimaabhängigen Aktivitäten anstreben (vgl. Ehmer, Heymann 2008). Somit ist die Vulnerabilität des Tourismus nicht homogen verteilt. Während Tourismusformen, deren Attraktivität sich primär auf das natürliche Angebot eines Raums stützt sehr anfällig sind, wie z.B. der Bade- oder Wintersporttourismus, können Tourismusarten, die durch ihre abgeleiteten Angebote im Fokus stehen, wie z.B. der Kultur-, Wellness- und Städtetourismus, Klimaänderungen mit weniger Sorge begegnen. Auch wenn betont werden muss, dass der Klimawandel den Tourismus auch in diesen Bereichen beeinflussen wird, ist eine Existenzbedrohung, wie die European Travel Commission sie beschreibt, für solche Segmente nicht zu befürchten.

Neben der Tourismusart bestimmt auch die Abhängigkeit von einer bestimmten Saison die Vulnerabilität der Tourismuswirtschaft. Bei der Fokussierung auf nur eine Haupt-Saison, wie Bade- oder Skisaison, ist eine Veränderung der natürlichen Rahmenbedingungen für das jeweilige Tourismussegment mit bedeutenderen Einschnitten verbunden als z.B. bei Ganzjahreszielen, die saisonunabhängige Besucherzahlen verzeichnen und somit einen etwaigen Rückgang in einer (Teil-) Saison besser kompensieren könnten (vgl. ebd.).

3.6 Touristische relevante Klimafolgen für die deutsche Ostseeküste

3.6.1 Direkte Klimafolgen

Als direkte Klimafolgen für den Tourismus werden die Veränderungen gesehen, die für die Touristen vor Ort unmittelbar spürbar sind; Rückkopplungen und resultierende Folgen werden bei der Betrachtung der direkten Klimafolgen außen vor gelassen. In diesem Kapitel wird damit die Veränderung einer der wichtigsten Ressourcen des Tourismus, das Wetter, angesprochen: Als Determinante für die empfundene Attraktivität und die Möglichkeiten der Freizeitgestaltung vor Ort ist es ebenso bedeutend wie bei der Kalkulation zukünftiger Kosten für Heizung, Kühlung, Wasserversorgung etc. (vgl. Scott et.al. 2007). Gleichzeitig ist eine Änderung des Wetters die direkteste Klimafolge, mit der sich der Tourismus auseinandersetzen muss.

Die bekannteste globale prognostizierte Änderung ist eine Erhöhung der Temperatur um bis zu 6°C. Auch wenn dieser Trend wie aufgezeigt an den deutschen Küsten moderater ausfällt, hat allein diese Änderung trotzdem schon isoliert betrachtet für das System Tourismus weitreichende Konsequenzen: Der IPCC Sachstandbericht zeigt auf, dass sich global gesehen die wahrgenommenen Tourismusräume, die Saisonzeiten und die Reiseströme verschieben werden. Für den europäischen Tourismus wird eine Zunahme des Sommertourismus im westlichen und nördlichen Europa erwartet (vgl. Alcamo et al. 2007). Für diese Steigerung wird dort vor allem ein Anstieg des Inlandstourismus (domestic tourism) in den Sommermonaten sorgen. Da sich die Nettreiseintensität in Deutschland bei 74% eingependelt hat (Mundt 2006) ist kein Wachstum in diesem Markt mehr zu erwarten – Zugewinne können für einzelne Destinationen nur über Umverteilungen der Reisenden erreicht werden. Die Verlagerung der sommerlichen Touristenströme aus Nord- und Westeuropa wird deshalb vor allem auf Kosten Südeuropas erfolgen, wo eine Verschiebung der Hauptsaison auf die Frühlings- und Herbstmonate vorhergesagt wird (vgl. Alcamo et al. 2007). Die im Vergleich geringere Erhöhung der Temperaturen an der deutschen Küste und die damit verbundene relative Kühle als Pull-Faktor in

Kombination mit einem starken Temperaturanstieg in Süddeutschland und am Mittelmeer als Push-Faktor werden dem Küstentourismus an der Nord- und Ostsee einen Boom bescheren, gleichzeitig wird sich die Saisonzeit verlängern. Der IPCC-Sachstandsbericht betont auch, dass sich diese Verschiebung der Tourismusströme nicht erst in ferner Zukunft, sondern schon bis zum Jahr 2030 deutlich bemerkbar machen wird (vgl. ebd.).

Eine weitere gravierende Auswirkung auf die Touristenströme wird der Klimawandel bezüglich des Wintersports mit sich bringen. Da mit steigenden Temperaturen die Schneefallgrenze steigt, wird eine Verlagerung von Skigebieten in höher gelegene Bergregionen oder künstliche Beschneigung unvermeidlich werden. Auf diese Entwicklungen soll aber aufgrund der Schwerpunktsetzung auf den Ostseetourismus nicht näher eingegangen werden.

Die globale Erwärmung wird eine Zunahme von Hitzeperioden und Tropennächten mit sich bringen. Es ist davon auszugehen, dass dies als Klimastress empfunden wird. Für die Küstengebiete in Europa bedeutet dies im Sommer eine Attraktivitätssteigerung, da die kühleren Temperaturen an der Küste Linderung versprechen. Gleichzeitig muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass Tropennächte und Hitzewellen auch an den Küsten vermehrt auftreten und auch dort als eine negative Begleiterscheinung des Klimawandels wahrgenommen werden. Auch die erwartete Zunahme von Schwülesituationen ist für den Tourismus negativ zu werten. Insgesamt wird aber davon ausgegangen, dass die Zunahme der genannten Klimastresssituationen an den deutschen Küsten von Touristen toleriert und im Vergleich zum Inland und zu Südeuropa als nicht so gravierend betrachtet wird (vgl. ebd.).

Die Änderung der Sommer- und Winterniederschlagsmengen wird ebenfalls direkte Konsequenzen für den Tourismus haben. Besonders die untersuchte Region in Nordostdeutschland, für die ein starker Rückgang der Sommerniederschlagsmenge wahrscheinlich ist, wird davon profitieren, dass das Risiko einen verregneten Urlaub zu erleben reduziert wird. Eine Zunahme an zeitlich kurzen Starkniederschlägen in den Sommermonaten hebt diese als positiv empfundene Änderung nicht auf. Da die Ostseeküste vorrangig als Sommerreiseziel wahrgenommen wird, ist eine Verschiebung der Niederschlagsmengen im Winter für die ansässige Tourismusbranche von untergeordneter Bedeutung.

Ein Anstieg der Temperaturen, eine - relativ gesehen - geringe Zunahme von Klimastresssituationen und eine Abnahme der Niederschlagsmenge in der Sommerzeit lassen den Tourismus in der ostdeutschen Küstenregion als einen Profiteur des Klimawandels erscheinen (vgl. Matzarakis, Tinz 2008). Diese Betrachtung, die in der Praxis durchaus schon zu finden ist, greift jedoch zu kurz: Der Querschnitts-Charakter des Tourismus setzt eine umfassendere Analyse voraus, damit auch der Einfluss der verschiedenen durch den Klimawandel veränderten Teilbereiche, die den Tourismus indirekt beeinflussen, aufgegriffen werden kann.

3.6.2 Indirekte Klimafolgen

Eine der mit dem Klimawandel am häufigsten assoziierten Klimafolgen ist der Anstieg des Meeresspiegels. Für die deutsche Ostseeküste bedeutet der skizzierte Anstieg von mehr als 30cm eine Gefahr für Strände und Küstenformationen. Neben dem eustatischen Anstieg des Meeresspiegels durch Gletscherschmelze und thermische Ausdehnung wird an der deutschen Ostseeküste die isostatische Krustenbewegung als Senkungsprozess diesen Effekt verstärken (Schumacher, Stybel 2009: 23).

Der Anstieg wird für die Ostseeküste zwei bedeutende Konsequenzen haben. Zum einen muss mit einem Verlust von Flächen an der Außen- und Boddenküste gerechnet werden. Für das touristische Angebot sind dabei besonders der Verlust von Stränden und eine Bedrohung der Ostseebäder relevant. Um die Sicherheit von Touristen und Bewohnern gleichermaßen zu gewährleisten, müsste bereits in den nächsten 30 Jahren, in denen mit einem Anstieg von 10cm gerechnet wird, der Küstenschutz durch entsprechende bauliche Maßnahmen verstärkt werden. Die Schutzbebauung des Küstenbereichs kann dabei aus touristischer Sicht jedoch als Minderung der Attraktivität der Ostseeküste empfunden

werden. Die Notwendigkeit wird jedoch nicht nur durch den Schutz vor der steigenden Ostsee definiert, sondern spielt auch hinsichtlich einer Absicherung gegen Extremwetterereignisse wie Sturmfluten, die die Auswirkungen des Meeresspiegelanstieges kurzzeitig verstärken können, eine wichtige Rolle. Neben der zunehmenden Gefahr von Überflutungen steigt beim Meeresspiegelanstieg durch eine Wandlung der Bodden in offene Meeresbuchten das Risiko einer Grundwasserversalzung, was besonders in den zu erwartenden regenarmen Sommern zu einer Verminderung der Trinkwasserqualität führen würde (vgl. ebd.).

Als weiteres Problem muss in diesem Zusammenhang der schon zu beobachtende Verlust von Steil- und Flachküsten genannt werden. Die Küstenerosion, die aktuell 35cm im Jahr beträgt, führt sowohl zum Abbruch von Steilküsten als auch zum verstärkten Sandmangel an den Stränden (vgl. ebd.). Neben einer Minderung der Attraktivität ist auch mit einer Zunahme der Kosten für die Instandsetzung und -haltung der Küste zu rechnen. Eine Zunahme von Extremwetterereignissen wie Starkniederschlägen oder Stürmen wird diesen Effekt noch verschärfen. Auch bekannte natürliche und kulturelle Sehenswürdigkeiten wie z.B. die Kreidefelsen von Rügen wären durch eine stärkere Beanspruchung ihrer Substanz durch höhere Temperaturen und steigende Wasserstände bedroht.

Bei der Beleuchtung von möglichen indirekten Klimafolgen spielt jedoch nicht nur ein Zuviel an Wasser eine Rolle – die erwähnte Abnahme der Sommerniederschläge wird nicht nur positive Effekte für den Tourismus an der Ostsee haben. Ein geringerer Süßwassereintrag an den Flussmündungen wird die Wasserqualität verändern, wodurch es in Kombination mit einer Erwärmung der Gewässer zur Ausbreitung der giftigen Blaualge und zu vermehrtem Quallengewisskommen kommen kann (vgl. Matzarakis, Tinz 2008). Hierdurch ist eine Zunahme lokaler Badeeinschränkungen zu erwarten (vgl. Schumacher et.al. 2010).

Im Hinblick auf die Badesituation bringt der Klimawandel der Ostsee aber auch positive Aspekte: Durch den Temperaturanstieg ist eine Erwärmung der Ostsee einhergehend mit angenehmeren Badebedingungen und einer Verlängerung der Saisonzeiten möglich. Aktuelle Schätzungen gehen von einer Ausweitung der Badesaison um bis zu 25 Tage im Jahr 2050 und bis zu 60 Tage im Jahr 2100 gegenüber der aktuellen Saison mit etwa 100 Badetage mit einer Wassertemperatur von mehr als 15°C, aus (vgl. Schumacher, Stybel 2009).

Neben der Änderung der Wasserqualität haben geringere Niederschlagsmengen weitere negative Einflüsse auf den Tourismus: Durch ein vermindertes Angebot an Süßwasser bei steigender Nachfrage wird der Preis für Trinkwasser steigen. In besonders regenarmen Sommern kann es zu Engpässen bei der Wasserversorgung kommen, wodurch das touristische Angebot eingeschränkt werden kann. Geringere Niederschläge werden auch Auswirkungen auf andere klimasensible Bereiche wie die Land- und Forstwirtschaft haben; Ernteausfälle und ein erhöhtes Waldbrandrisiko werden der Sicherheit und Attraktivität der Ostseeküste ebenfalls nicht zuträglich sein (vgl. Umweltbundesamt 2006). Eine Veränderung der lokalen Niederschlagsmuster bei steigenden Durchschnittstemperaturen wird des Weiteren Einfluss auf die sensible Fauna und Flora haben, wie in Kapitel 2.2 „Vorstellung der untersuchten Region“ verdeutlicht wurde. Zusätzlich können eindringende Arten die vorherrschende Tier- und Pflanzenwelt verändern. Für die Ostseeküste ist dabei eine Zunahme von krankheitsübertragenden Insekten und allergenen Pflanzen zu erwarten, die aktuell noch durch die niedrigen Durchschnittstemperaturen und Eistage im Winter zurückgehalten werden (vgl. Stybel, Schumacher 2009). Als weiterer indirekter Effekt gestiegener Lufttemperaturen sind höhere Energiekosten für die Kühlung im Sommer zu nennen, die in Kombination mit dem erwähnten Mehraufwand für die Trinkwassergewinnung im Sommer insgesamt zu einem steigenden Preisniveau an der Ostseeküste führen können.

Eine abschließende Auflistung und Analyse aller indirekten Klimafolgen für den Tourismus an der Ostseeküste kann an dieser Stelle nicht gemacht werden, weil sowohl der Klimawandel als auch der Tourismus komplexe Themen sind, deren Wechselwirkungen Auswirkungen in vielerlei Hinsicht haben. Deutlich geworden ist, dass die indirekten Folgen des Klimawandels für den Tourismus sehr

umfangreich sind und entsprechend aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden müssen, um die Konsequenzen umfassend beurteilen zu können.

3.6.3 Induzierte Klimafolgen

Die induzierten touristischen Klimafolgen sind nicht unmittelbar dem Klimawandel zuzuordnen. Es sind vielmehr die sozialen und wirtschaftlichen Folgen, die entscheidend durch ihn geprägt werden.

Es wird gemeinhin angenommen, dass der Klimawandel neben seinem prognostizierten Einfluss auf den natürlichen Raum vor allem sehr große finanzielle Auswirkungen haben wird. Diese werden bedingt durch Schäden, die durch den Klimawandel entstehen, und den Kosten, die nötig sein werden, sich an das veränderte Klima anzupassen. Der Stern-Report aus dem Jahr 2007 beziffert die Kosten für die Folgen des Klimawandels mit 5 – 20% des globalen jährlichen Bruttosozialproduktes (vgl. Stern 2007). Ein Einschnitt in dieser Größenordnung würde Folgen auf die globalen Wirtschaftskreisläufe haben, wovon der Tourismus sowohl direkt als auch indirekt betroffen wäre. Eine um 20% verminderte Wirtschaftskraft potentieller Gäste würde das Buchungsverhalten stark verändern und viele Destinationen vor große Herausforderungen stellen. Gleichzeitig würden die Fördergelder für die öffentlichen Tourismusstrukturen und damit Investitionen in die touristische Infrastruktur und Intensität des touristischen Marketings sinken. Im Vergleich zu den Zahlen der jüngsten Finanz- und Wirtschaftskrise wird deutlich, dass diese Effekte spürbar sein werden: Der stärkste Rückgang des Bruttosozialproduktes in Deutschland betrug 5% im Jahr 2009 (vgl. FAZ.NET 2010) und führte bereits dazu, dass dieses Jahr (nicht nur) in der Tourismusbranche als absolutes Krisenjahr geführt wird (vgl. Tourismusverband Schleswig-Holstein 2010). Der Effekt, den eine langfristige Bindung von 20% des BIP für die Bewältigung des Klimawandels hätte, verdeutlicht, warum die induzierten Effekte des Klimawandels, unabhängig von einer direkten oder indirekten Einschränkung des Tourismus, auf die Branche großen Einfluss haben werden.

Ein weiterer induzierter Effekt ist unter soziokulturellen Gesichtspunkten zu betrachten: Extremwetterereignisse, Meeresspiegelanstieg und Einschränkungen der Versorgungsmöglichkeiten können zu Verschiebungen in der räumlichen Verteilung der Bevölkerung führen, was sich wiederum in soziokulturellen Spannungen widerspiegeln kann. Dabei muss es sich nicht nur um Wasserkonflikte o.ä. handeln – schon allein die prognostizierte Zunahme des Tourismus und der Zuzug an die „kühlen“ Küstengebieten wie der Ostsee wird das Preisniveau für Grundstücke und Immobilien klettern lassen – was jedoch wird die einheimische Bevölkerung davon halten? Und was wird aus dem vielbeworbenen Charme der Fischerorte, wenn die Einheimischen aus finanziellen Gründen gezwungen sind, die Badeorte zu verlassen? Wann kippt die Stimmung und die Touristen werden nicht mehr als Gäste, sondern primär als Konkurrenten betrachtet? Auch hier zeigt sich, dass die Auswirkungen des Klimawandels, selbst wenn er den Tourismus vor Ort gar nicht beeinflussen sollte, diesen trotzdem vor große Herausforderungen stellen können.

Analog zu direkten und indirekten Klimafolgen können auch die induzierten Klimafolgen für die deutsche Ostseeküste an dieser Stelle nicht in allen Details beleuchtet werden – deutlich hervorzuheben ist aber, dass sich der Tourismus bei der Betrachtung von Klimafolgen, wie an den beiden Beispielen gezeigt wurde, seiner engen Verflechtung als Querschnitts-Disziplin mit dem gesamtwirtschaftlichen und gesamtgesellschaftlichen System bewusst sein muss.

3.7 Auswirkungen des Klimawandels an der Ostsee bis heute

Neben den Prognosen für die kommenden Jahre gibt es bereits heute Anzeichen für eine Klimaänderung der Ostseeregion. Mit einem Temperaturanstieg der Luft von durchschnittlich 0,07°C (insgesamt: 0,85°C) pro Dekade in der Zeit von 1874 bis 2004 liegt die südliche Ostsee sogar über dem globalen Durchschnitt mit 0,05°C (insgesamt: 0,75°C). Die stärkste Erwärmung erfahren dabei die Frühlingswochen; der Sommer und Herbst erwärmen sich moderater. Der Winter zeigt große, aber unregelmäßige Temperaturanstiege. Die Zahl an sehr kalten Nächten im Winter hat jedoch insgesamt stark abgenommen, während heiße Tage im Sommer häufiger geworden sind. Die

Niederschlagsmuster zeigen ebenfalls bereits Veränderungen: Insgesamt ist eine Zunahme der Niederschlagsmenge zum Ende des 20. Jahrhunderts festzustellen – diese fallen aber zunehmend im Winter und Frühling, während der Sommer tatsächlich trockener wird. Eine Zunahme von Stürmen ist in den letzten Jahren nicht zu verzeichnen gewesen – allerdings sind die Zerstörungen, die Stürme anrichten, schwerer geworden. Dies liegt jedoch nicht nur am Wind, sondern auch an den Begleitumständen; eine größere Vulnerabilität gegenüber diesen Starkwinden wird vermutet, bedingt durch eine fehlende, schützende Eis- und Schneedecke im Winter (vgl. Heino et al. 2008). Salzgehalt und Süßwassereintrag haben sich bis dato noch nicht verändert, allerdings ist bereits ein Meeresspiegelanstieg um 2mm pro Jahr an zu verzeichnen. Dabei wird davon ausgegangen, dass 1mm auf die Krustenbewegung und 1mm auf den tatsächlichen Anstieg des Wassers zurückzuführen sind (vgl. Bojanowski 2008). Diese Beobachtungen sind nicht alle mit letzter Sicherheit durch den Klimawandel zu erklären, was auch im „Assesment of Climate Change for the Baltic Sea Basin“, einer umfassenden Analyse aus dem Jahr 2008, unterstrichen wird. Die Wahrscheinlichkeit ist allerdings hoch, zumal sich die vorliegenden Beobachtungen auch in vielen Punkten mit dem decken, was in den Modellen REMO und WETTREG, wie dargestellt im Kapitel 3.3 „Regionale Klimaszenarien für Deutschland“, prognostiziert worden ist.

4. Adaption

4.1 Was ist Adaption?

Neben der Mitigation, also dem Klimaschutz, verfolgen die Klimapolitik und die Wirtschaft in jüngerer Zeit ein weiteres Ziel: Die Anpassung an den Klimawandel, die Adaption (von lat. "adaptare": anpassen). Darunter werden alle Maßnahmen gefasst, die die Vulnerabilität von Systemen durch aktuelle und kommende Änderungen des Klimas herabsetzen und eine aktive Risikosteuerung ermöglichen (vgl. Füssel 2007). In der Klimapolitik spielt die Mitigation bis heute eine bedeutendere Rolle als die Adaption. Bedingt wird diese Fokussierung durch verschiedene Punkte: Die Limitierung von klimaschädlichen Gasen ist besser zu quantifizieren und zu steuern als der Umgang mit Klimafolgen, deren Umfang und Auswirkungen noch nicht mit letzter Gewissheit vorhergesagt werden können. Außerdem ist Mitigation der Weg, negative Klimafolgen zum Teil zu vermeiden, während den Adaptionmöglichkeiten technische und organisatorische Grenzen gesetzt sind. Drittens ist anzuführen, dass Mitigation den Aufwand und die finanziellen Belastungen des Klimawandels den Emittenten von klimaschädlichen Gasen zusteuert und damit dem Verursacherprinzip unterliegt; Adaption hingegen ist eine globale Aufgabe, die die Kosten verursacherunabhängig verteilt. Dabei steht zu befürchten, dass besonders Drittwelt-Länder, die wenig Emissionen zu verzeichnen haben, unter den Folgen des Klimawandels leiden werden (vgl. ebd.), da sie die finanziellen Mittel für effektive Adaptionsmaßnahmen nicht aufwenden können.

Aufgrund jüngerer Forschungsergebnisse spielt die Adaption mittlerweile aber eine ebenso wichtige Rolle wie die Reduzierung von Treibhausgasen. Die Forschungsergebnisse sagen voraus, dass es zu einer Änderung der mittleren Erdtemperatur kommen wird, selbst wenn die Emissionen unverzüglich auf null gesenkt werden (vgl. Latif 2008). Da dieses Szenario zum einen nicht wahrscheinlich ist und zum anderen das bis heute emittierte CO₂ für etwa 100 Jahre klimawirksam in der Atmosphäre verbleibt, ist es ratsam, sich mit den Konsequenzen zu beschäftigen. Gleichzeitig ist Adaption eine Strategie, die anders als die Mitigation auch schon in kleinerem Maßstab umgesetzt werden kann. Mitigationsmaßnahmen, wie sie jüngst in Kopenhagen (2009) und Cancún (2010) verhandelt wurden, bedürfen einer globalen Übereinstimmung, Insellösungen sind nicht effektiv. Adaption hingegen ist individuell umsetzbar und bedarf oft nur regionaler Abstimmung.

Die UNEP und die UNWTO weisen darauf hin, dass Adaption im Zuge dieser Anpassungsbemühungen kein festes Ziel, sondern ein dynamischer Prozess ist, der die Planung, Entwicklung und Umsetzung aller Maßnahmen umfasst, die nötig sind, um den Folgen des Klimawandels zu begegnen. Füssel (2007) verdeutlicht die Notwendigkeit einer fortlaufenden

Adaption in seinem Artikel „Adaptation planning for climate change: concepts, assessment approaches, and key lessons“. In seinem vorgestellten Modell bezieht er sich auf ein Szenario, bei dem mit steigender Erdmitteltemperatur die Extremwetterereignisse, unabhängig von ihrer Art, eine stärkere Ausprägung erleben. Dabei wird aufgezeigt, dass Adaption ein kontinuierlicher Prozess sein muss; wenn die Spannweite klimatischer Adaption nicht kontinuierlich ausgebaut wird, ist bei jedem Wetterereignis, welches einen deutlich größeren Effekt als alle bis dato eingetretenen Extremwetterereignisse hat, mit entsprechend gravierenderer Wirkung zu rechnen. Füssel macht in seinem Modell deutlich, dass die Entwicklung jedoch selbst bei für den status quo ausreichender Anpassung nicht stagnieren darf, da die Intensität der Extremwetterereignisse im Zuge des Klimawandels weiter zunimmt und die Anpassungsmöglichkeiten wiederum deutlich weiter ausgeprägt sein müssen, um den Auswirkungen ihr größtes Schadenspotential zu nehmen. Füssel verdeutlicht mit diesem Modell jedoch auch die Grenzen der Adaption, da nicht jedes Extremwetterereignis in seiner exakten Ausprägung vorhersehbar ist und somit auch eine kontinuierliche Anpassung nicht alle Szenarien ausreichend abdeckt (Füssel 2007).

4.2 Notwendigkeit von Adaption als touristische Managementstrategie

Die Erarbeitung einer effektiven Adaptionsstrategie muss wie bereits dargelegt als antizipatorischer Ansatz aufgefasst werden. Hay und Becken zeigen auf, dass ein zeitnahes Handeln der Tourismusbranche vonnöten ist. Als wichtigste Argumente werden dabei angeführt, dass eine rein reaktive Adaption auf veränderte klimatische Bedingungen weniger Handlungsmöglichkeiten lässt als eine proaktive Planung und Umsetzung von Adaptionszielen. Gleichzeitig können die dann noch durchführbaren Maßnahmen teurer und auf ökologischer und sozialer Basis einschneidender ausfallen. Ein frühzeitig umgesetzter Maßnahmenkatalog kann auch dazu beitragen, die natürlichen Anpassungsprozesse zu verstärken; dies würde den Aufwand für zukünftiges Eingreifen verringern. Zudem wird betont, dass eine Stärkung der natürlichen Adaptionsfähigkeit den Ökosystemen und natürlichen Ressourcen, die einen wichtigen Teil des touristischen Angebots stellen, auch dann zugute kommt, wenn die Auswirkungen des Klimawandels geringer ausfallen als vorhergesagt. Da effektive Adaptionsstrategien außerdem den Aufbau eines institutionellen Netzwerks, einen Erfahrungsschatz und sachliches Hintergrundwissen benötigen, ist zu beachten, dass all dies Zeit braucht. Diese Vorlaufzeit wäre bei einer rein reaktionären Adaption nicht gegeben (vgl. Becken, Hay 2007). Der Prozess unterscheidet sich dabei zwischen öffentlich gesteuerter und koordinierter Adaption und der Anpassung privatwirtschaftlicher Einzelunternehmen. Auf die genauen Abläufe wird in Kapitel 4.2.1 und 4.2.2 detaillierter eingegangen.

Zu unterstreichen ist, dass auch wenn diese Arbeit primär den Klimawandel in den Fokus stellt, sich der Tourismus vielen anderen Veränderungen stellen muss: Der demographische Wandel und ein verändertes Freizeitverhalten erfordern ebenfalls angemessene Adaptionsstrategien. Da für diese veränderten Parameter konkretere Zahlen und Prognosen aufgezeigt werden können, wird den entsprechenden Adaptionsstrategien allerdings oft eine höhere Priorität als dem Klimawandel zugeordnet (vgl. Zebisch et al. 2005).

4.2.1 Anpassung durch die öffentliche Hand

Die Notwendigkeit einer öffentlich gesteuerten Adaption soll an dieser Stelle unter Zuhilfenahme des „dumb-farmer-szenario“ verdeutlicht werden, welches Füssel im Artikel „Adaptation planning for climate change: concepts, assessment approaches, and key lessons“ vorstellt (vgl. Füssel 2007). In diesem Szenario werden vier Adaptionsmöglichkeiten bei einem sich wandelnden Klima dargestellt. Dabei stellt Füssel vier unterschiedliche Adaptionstypen vor: Beginnend mit dem namensgebenden „dumb farmer“, der sich trotz Klimawandel überhaupt nicht um Adaption bemüht, folgt der „typical farmer“, der sich nur um eigene, autonome Anpassung bemüht. Weiterhin wird der „smart farmer“ vorgestellt, welcher die individuelle Anpassung kombiniert mit der öffentlich durchgeführten Adaption und schließlich noch der (unrealistische) hellseherische „clairvoyant farmer“, der über alle

Aspekte des Klimawandels informiert ist und perfekt abgestimmte Adaptionsmaßnahmen ergreifen kann. Füssel veranschaulicht in diesem Szenario, dass bei sich ändernden äußeren Bedingungen die Auswirkungen der Klimafolgen auf die Landwirtschaft umso kleiner werden, je besser informiert, vernetzt und vorbereitet die Landwirte sind.

Das Beispiel der Landwirte wurde dabei bewusst gewählt, da es stellvertretend für alle Wirtschaftsfelder steht, die vom Klimawandel betroffen sind, so auch der Tourismus. Die wesentliche Aufgabe dieser Wirtschaftsfelder ist nicht die Adaption, sondern die Produktion von landwirtschaftlichen Gütern respektive das Bereitstellen touristischer Ressourcen. Hier greift die öffentliche Adaptionsplanung, indem Kataloge und Maßnahmen getroffen werden, die aus den in der Realität eher anzutreffenden „typical farmers“ „smart farmers“ machen, um so die negativen Auswirkungen des Klimawandels zu reduzieren. Es wird dabei deutlich, dass der Unterschied zwischen „autonomer Adaption“ und „autonomer Adaption in Kooperation mit öffentlicher Adaption“ die Auswirkungen des Klimawandels deutlich reduzieren können. Gleichzeitig muss an dieser Stelle auch darauf hingewiesen werden, dass die einzelnen Farmer allein aber auch nicht in der Lage sind, optimale Adaptionsmaßnahmen zu ergreifen, da es, wie in 4.2.1 „Anpassung durch die öffentliche Hand“ beschrieben, zur effektiven Adaption Wissen, Netzwerke und Zeit braucht. Hier muss eine Intervention von öffentlich-rechtlicher Seite durch finanzielle, technische und gesetzgebende Unterstützung (vgl. Becken, Hay 2007) erfolgen. Deutlich wird bei diesem Szenario allerdings auch, dass ein sich veränderndes Klima selbst bei theoretisch optimaler Adaption (clairvoyant farmer) negative Auswirkungen haben wird. Nicht für alle negativen Begleiterscheinungen des Klimawandels wird es Adaptionsmöglichkeiten geben, bedingt durch limitierte ökonomische Ressourcen, technische Grenzen und mangelnden politischen Willen (vgl. Füssel 2007).

Neben diesem idealtypischen Kurvenverlauf im „dumb farmer scenario“ weisen Becken/Hay auf weitere Vorteile hin, die öffentlich geplante Anpassung mit sich bringt. So können Adaptionsstrategien aufeinander abgestimmt sowie eine Einschränkung oder sogar gegenseitige Behinderung durch zwei oder mehr Strategien kann vermieden werden. Auch der Querschnitts-Charakter des Tourismus sowie andere zukünftige Herausforderungen wie verändertes Freizeitverhalten, demographischer Wandel und ggf. geänderte wirtschaftliche Verhältnisse machen eine öffentlich geplante Anpassung an den Klimawandel notwendig, um die Adaptionsstrategien an diese verschiedenen, veränderten Rahmenbedingungen, von denen der Klimawandel nur einer ist, sinnvoll aufeinander abzustimmen.

Außerdem können die Adaptionsmaßnahmen in größerem Kontext gesehen werden, wodurch eine nachhaltigere sowie kulturell und sozial verträgliche Adaption möglich ist. Auch eine Kostenersparnis durch die Effizienz der kollektiven Erarbeitung von Maßnahmen spricht für öffentlich geplante Adaption (vgl. Becken, Hay 2007). In den vergangenen vier Jahren wurde die dargelegte Notwendigkeit von öffentlich geplanten Adaptionsstrategien in der politischen Diskussion deutlich. Für die untersuchte Region der deutschen Ostseeküste wurden vier Strategien erarbeitet, die die Anpassung beeinflussen. Auf europäischer Ebene ist 2007 das Grünbuch der EU-Kommission „Anpassung an den Klimawandel in Europa – Optionen für Maßnahmen der EU“ veröffentlicht worden. Die EU unterscheidet seit dem Jahr 2009 zwischen „grauen“ infrastrukturellen Maßnahmen, „grünen“ strukturellen Maßnahmen, die besonders die Anpassung der Ökosysteme unterstützen soll und „flexiblen“ nichtstrukturellen Ansätzen, die die Katastrophenanfälligkeit von Wirtschaft und Sozialsystemen senken sollen (vgl. Schumacher, Stybel 2009). Auf Bundesebene hat das Bundeskabinett im Jahr 2008 begonnen, diese Maßnahmen durch die „Deutsche Anpassungsstrategie an den Klimawandel“ umzusetzen und auch die beiden Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern (2007) und Schleswig-Holstein (2009) haben ihre Handlungsoptionen schriftlich konkretisiert.

Den eigentlichen Prozess der Anpassung hat die UNWTO in ihrer Publikation „Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges“ in sieben verschiedene Schritte unterteilt (Scott et al 2007). Dabei ist zu beachten, dass die verschiedenen Schritte nicht zwingend linear aufeinander folgen müssen, sondern sich jeweils wieder beeinflussen. Es wird jedoch offensichtlich, dass für eine

effektive Adaptionsstrategie im touristischen Sektor möglichst viele Stakeholder involviert werden müssen. Anschließend erfolgen eine Problemanalyse und die Überprüfung von Adaptionsmöglichkeiten. Diese Arbeit untersucht genau diese vier Schritte, wie im Titel zu erkennen ist: Wahrnehmung (Schritt 1) und Reaktion (Schritt 2-4) touristischer Leistungsträger und Destinationen. Ziel der in Teil B dargestellten Interviews ist es, herauszufinden, wie die touristischen Leistungsträger das Phänomen Klimawandel wahrnehmen und welche potentiellen Reaktionen zu erwarten sind. Die weiteren Schritte des Adaptionskreises der UNWTO, also konkrete Maßnahmen zu implementieren und diese dann zu analysieren, ist Ziel des RADOST-Projektes, steht jedoch auf dem bis 2014 laufenden Projektplan erst an späterer Stelle.

4.2.2 Individuelle Anpassung

Die Anpassungsmöglichkeiten der verschiedenen Leistungsträger im touristischen Geschäft lassen sich aufgrund stark ausgeprägter Diversität nicht standardisieren, sondern müssen individuell betrachtet werden. Folgt man der Definition von die Destination als einen Raum, in dem der Gast seine Bedürfnisse befriedigen kann (vgl. Bieger 2008), können die Veränderungen durch den Klimawandel genau diesen Attraktivitätsfaktor der Bedürfnisbefriedigung so stark beeinträchtigen, dass der Tourist den Raum nicht mehr als Destination wahrnimmt und auf neue Zielgebiete ausweicht (vgl. Scott et al. 2007). In der Vergangenheit ist dies immer wieder vorgekommen, hingewiesen sei an dieser Stelle auf SARS mit einem Niedergang des Asien-Tourismus oder die Einbrüche der Besucherzahlen nach den jüngsten politischen Entwicklungen in den touristischen Hochburgen Ägypten oder Tunesien (Spiegel online (b) 2011). Der Tourist weist somit die höchste adaptive Kapazität auf. Abbildung 5 veranschaulicht die Adaptionsmöglichkeiten der verschiedenen Teilnehmer auf dem touristischen Markt.

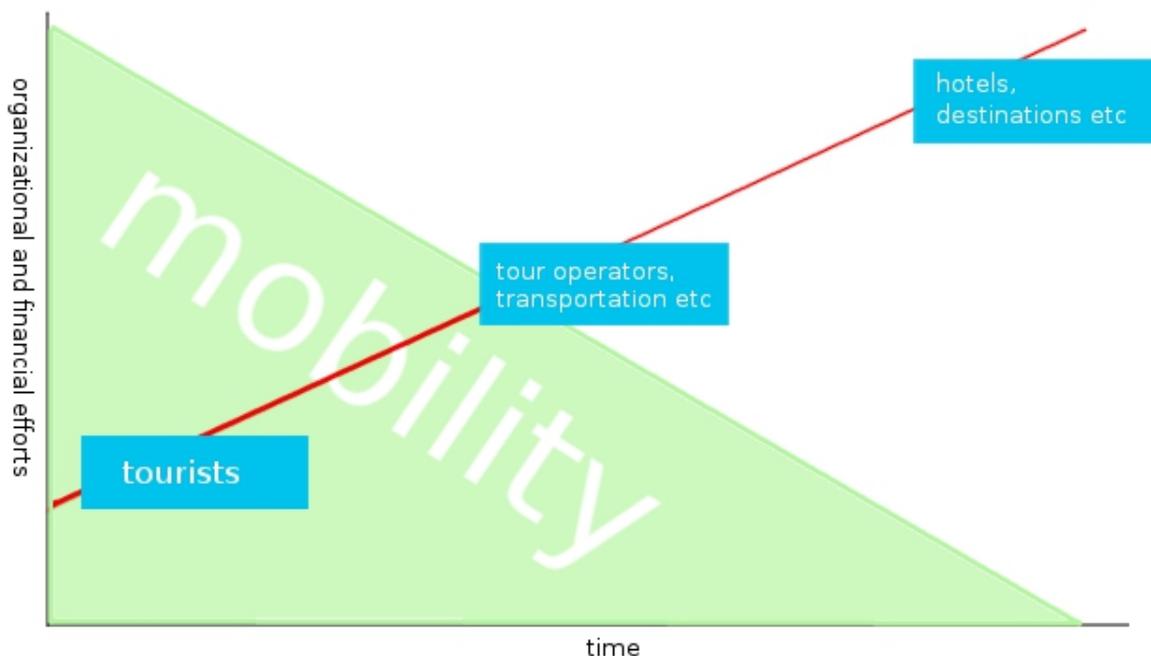


Abb. 5: Adaptive Fähigkeiten touristischer Marktteilnehmer (eigene Darstellung in Anlehnung an Simpson et al. 2008).

Auch Reiseveranstalter können, sofern sie keine eigene Infrastruktur in den Destinationen betreiben, durch die Veränderung ihrer Angebotsstruktur auf die Folgen des Klimawandels reagieren (vgl. Scott et al.). Problematischer wird es für die vertikal integrierten Reiseveranstalter mit eigener Infrastruktur

in den Zielgebieten und vor allem für die Destinationen selbst. Da sie generell immobil sind, ist eine räumliche Veränderung für sie ausgeschlossen und sie müssen die Adaption vor Ort leisten. Dies betrifft auch die komplette touristische Infrastruktur, die in privatwirtschaftlicher Hand ist: Hotels, Freizeitanlagen und Gastronomie u.a. (vgl. ebd.).

Die individuelle Anpassung muss ebenso wie die Adaptionsstrategie der öffentlichen Hand auf direkte, indirekte und induzierte Klimaänderungen reagieren. Für dieses Vorgehen wird der Einsatz finanzieller Mittel unumgänglich sein. Zwar wird die öffentliche Hand, wie im vorhergehenden Kapitel beschrieben, ihren Teil dazu beitragen, die Adaptionen der privatwirtschaftlichen Unternehmen zu fördern, der Großteil des Aufwandes muss aber von der Privatwirtschaft selbst getragen werden. In der Literatur wird deshalb darauf hingewiesen, dass zeitnah

- finanzielle Reserven aufgebaut
- Versicherungen abgeschlossen
- organisatorische Veränderungen umgesetzt

werden müssen (vgl. Zebisch et al. 2005).

Wie stark diese individuelle Adaption ausgestaltet wird, hängt ab vom individuellen Wissen der Entscheidungsträger um die Risiken des Klimawandels und von der Wirtschaftlichkeit der Adaption - wenn die Anpassung höhere Kosten verursacht als das touristische Geschäft in Zukunft abwerfen kann, wird oftmals keine adäquate Adaption erfolgen (vgl. Becken, Hay 2007). Hier greift die öffentliche Anpassung wie im vorherigen Kapitel beschrieben, indem sie Wissen vermittelt und Netzwerke aufbaut, um die Wissenslücke zu füllen oder ggf. finanzielle Anreize schafft. Zugute kommt dem Tourismus eine generell stark ausgeprägte Adaptionsfähigkeit: Die Tourismusbranche ist „unabhängig vom Klimawandel starken Schwankungen und Veränderungen unterworfen“ (Zebisch et al. 2005: 137), dieser Dynamik kann die Branche nur durch ständige Anpassung begegnen. Der eigentliche Adaptionsprozess ist ähnlich wie bei der Betrachtung der öffentlichen Hand (s. vorheriges Kapitel) nach Rosenzweig als ein Kreislauf mit 8 Schritten zu verstehen (Rosenzweig 2010). Dabei spielt jedoch die Identifikation von und die Kommunikation mit anderen Stakeholdern keine entscheidende Rolle, sondern es wird vielmehr das individuelle Risiko und der individuelle Nutzen in den Vordergrund gestellt. Dabei gilt es, zunächst einmal Wissen über den Klimawandel zu erlangen (Schritt 1), sich einen Überblick über die zur Verfügung stehenden Instrumente zum Umgang mit Risiken zu verschaffen (Schritt 2) um dann das Risiko einzuschätzen (Schritt 3), entsprechende Adaptionsstrategien zu erarbeiten (Schritt 4) und danach erst die Koordination mit anderen Stakeholdern zu suchen (Schritt 5). Darauf folgend müssen Synergie-Effekt bei der Netzwerkarbeit erkannt und genutzt werden (Schritt 6) um schließlich den eigentlichen Anpassungsprozess anzustoßen (Schritt 7). In der Folgezeit bedarf es dann eines intensiven Monitorings und ggf. Verbesserungen des Adaptionsprozesses (Schritt 8).

Es ist offensichtlich, dass sich öffentliche und privatwirtschaftliche Adaptionsstrategien stark ähneln. Der Unterschied liegt vor allem in der Intention der Kommunikation mit anderen touristischen Stakeholdern, die bei den öffentlichen Adaptionsbemühungen deutlich ausgeprägter und im Prozess viel früher anzusiedeln ist als bei der idealtypischen Anpassung der privatwirtschaftlichen Unternehmen. Wie im vorigen Kapitel beschrieben, ist aus diesem Grund die öffentlich koordinierte Adaption effizienter. Doch bei allen Vorzügen dieser öffentlichen Strategie darf nicht vergessen werden, dass wie bereits erwähnt die Privatwirtschaft einen erheblichen Teil der Kosten für die Anpassung aufbringen muss, sei es nun direkt oder indirekt. Es muss also ein Konzept erarbeitet werden, dass beiden Seiten gerecht wird.

4.3 Die Tourismusbranche als Vorreiter?

Die Anpassung an den Klimawandel bringt jedoch nicht nur Kosten und Aufwand mit sich. Als Teil eines klimasensitiven Wirtschaftssektors sollten touristische Marktteilnehmer, vor allem solche mit

einem niedrigen adaptiven Potential wie die Destinationen, schon alleine zum Schutz gegen die negativen Folgeerscheinungen des Klimawandels eine geeignete Adaptionstrategie erarbeiten und umsetzen. Gleichzeitig bringt eine Anpassung aber auch Potential: Als großer Emittent von Treibhausgasen genießt der Tourismus in Sachen Klimawandel keinen guten Ruf (vgl. Focus Online 2007). Eine Vorreiterrolle bei Mitigation und Adaption könnte das Bild jedoch stark verändern. Hier bietet sich die Chance, vor allem im Zuge der Klimasensibilisierung weitere Teile der Bevölkerung in den letzten Jahren, das Image des ressourcenverschlingenden Wirtschaftszweiges abzuschütteln und als moderner, zukunftsorientierter Sektor aufzutreten.

Nicht nur für den Tourismus im Allgemeinen, auch für die einzelnen Leistungsträger im Besonderen, kann sich eine sinnvolle Adaption auszahlen. Wer heute schon behaupten und belegen kann, sich auf die Veränderungen der nächsten Jahre eingestellt zu haben, zeigt Weitsicht und gibt den Kunden wenigstens ein Stück weit die Sicherheit, auch in Zukunft den Urlaub wie gewohnt verbringen zu können; die Klimaadaptation dient als Garant für Konsistenz. Auch wenn bereits gezeigt wurde, dass es aufgrund der Tatsache, dass nicht alle Folgen des Klimawandels adaptiert werden können, nicht möglich sein wird, dieses Versprechen konsequent zu halten, können adaptive Bemühungen trotzdem für das Marketing des Ortes eingesetzt werden. Dieses Marketing-Argument kann die Kosten, die die Anpassung mit sich bringt, durchaus wieder aufwiegen (vgl. Scott et al. 2007). Auf den Punkt gebracht hat diese Chancen Achim Steiner, Direktor des UN-Umweltprogramms UNEP:

„Far sighted action by the 880\$ billion international tourism industry will send important signals to governments, industries and the public that mitigation and adaptation to the climate change challenge make economic and environmental sense. It is the kind of leadership that can encourage others to look not only to their exposure and to the risks posed by climate change, but also to the abundant opportunities and benefits of cost effective action”. (ebd.)

Dabei muss angemerkt werden, dass es schwierig sein wird „den Tourismus“ insgesamt dazu zu bewegen, diese notwendigen Schritte zur Klimaanpassung umzusetzen. Der Wirtschaftszweig ist einfach zu kleinteilig und es gibt zu viele Partikularinteressen als dass hier eine gesamtgültige Neuausrichtung im Umgang mit dem Klimawandel von oben implementiert werden kann. Allerdings hätte ein Umdenken der größten touristischen Leistungsträger eine nicht zu unterschätzende Signalwirkung; versteht man diese Global Player in dem Zusammenhang also als „den Tourismus“, ist die Forderung von Achim Steiner ein durchaus wichtiger Ansatz für die Zukunft der Adaption touristischer Klimafolgen.

Teil B – Interviews mit touristischen Entscheidungsträgern

5. Auswertung der Interviews

Infolge der Erkenntnisse zur Vulnerabilität der Tourismusbranche der Ostseeküste und den Erfordernissen für eine adäquate Adaption an die zu erwartenden Klimafolgen wurden Interviews mit neun touristischen Leistungsträgern geführt. Die hier dargestellten Ergebnisse der Interviews fassen die wesentlichen Meinungen und Merkmale der Gespräche zusammen und dienen in Kombination mit den Ergebnissen aus Teil A als Grundlage für die Ergebnisdiskussion und die Handlungsempfehlungen in Teil C.

5.1 Anmerkungen zur Durchführung

5.1.1 Vorstellung der Methodik und Interviewform

Herauszufinden, wie die im Titel dieser Arbeit erwähnte Wahrnehmung und Reaktion touristischer Leistungsträger an der deutschen Ostseeküste in Bezug auf den Klimawandel ist, wurde aufgrund der Praktikabilität und um der Tiefe und Multidimensionalität der Themen Klimawandel und Tourismuswirtschaft (s. Kapitel 3.4 „Die Bedeutung des Klimas für den Tourismus“) gerecht zu werden, die qualitative Forschungsmethode des leitfadengestützten Experteninterviews ausgewählt.

Sozialwissenschaftlich wird als Experte ein Interviewpartner mit einem „deutlichen Wissensvorsprung“ (Liebold, Trinczek 2002: 37) verstanden, dessen Wissen vom Wissenschaftler im Zuge des Interviews dokumentiert und im Folgenden hinsichtlich des Forschungsthemas „interpretativ rekonstruiert“ (ebd.: 38) werden muss. Für die durchgeführten Experteninterviews im Rahmen dieser Arbeit wurden Entscheidungsträger in öffentlichen touristischen Institutionen ausgesucht, da davon ausgegangen wurde, dass sie über einen größeren Informationshorizont bezüglich der thematischen Schwerpunkte „Gesamtentwicklung in der Vergangenheit“ und „mögliche zukünftige Entwicklungen der Tourismusregion Ostsee“ verfügen als privatwirtschaftliche Akteure. Damit repräsentieren sie, entsprechend Liebold/Trinczek, genau die „Funktionselite, [die] implizite und explizite Regelsysteme, Strukturen und Entscheidungsprozesse in dem relevanten Wirklichkeitsausschnitt repräsentieren“ (ebd.: 38f.). Gleichzeitig sind sie für die im Zuge der Untersuchung aufgeworfene Fragestellung nach der Durchführbarkeit von Handlungsoptionen in Fragen der Klimaadaptation die wichtigsten touristischen Marktteilnehmer und „verkörpern [...] organisationale und institutionelle Entscheidungsstrukturen“ (ebd.: 41).

Bei der Durchführung der Interviews wurde Wert auf Offenheit in der Interviewführung gelegt. Unter Offenheit wird hier verstanden, ergebnisoffen an die Untersuchung heranzugehen und den Befragten zu einem möglichst freien Erzählprozess zu motivieren (vgl. Kruse 2009), damit zum einen die tatsächlich empfundene Wertigkeit und Hierarchisierung von Beobachtungen und Entwicklungen zum Ausdruck gebracht werden kann und zum anderen möglichst nicht schon durch die Fragestellungen als Stimuli Antworten im Sinne der situationalen sozialen Erwünschtheit als Reaktion auf die Datenerhebung impliziert werden (vgl. Schnell, Hill, Esser 2008). Der Aufbau einer Kommunikations-Beziehung sollte durch die Auflockerung der Gesprächssituation und einer Vermeidung eines „Frage-Antwort-Spiels“ ebenfalls einen Erzählprozess anstoßen. Dabei ist anzumerken, dass die komplexen Kommunikationssituationen oft nicht miteinander vergleichbar waren und sich der Grad von Offenheit und die Art der Kommunikations-Beziehung von Gespräch zu Gespräch unterschiedlich dargestellt haben. Außerdem läuft der Interviewer bei dieser offenen Gesprächsform Gefahr, nicht alle Teilbereiche des Interviewleitfadens mit der gleichen Gewichtung ins Gespräch zu integrieren, da die Schwerpunktsetzung im Gesprächsverlauf nicht nur durch den Interviewer, sondern auch zu einem nicht unerheblichen Teil durch den Interviewten erfolgen kann (vgl. Kruse 2009). Zwar erfolgte die Gesprächsführung anhand eines bei allen Interviews einheitlichen, vorher ausgearbeiteten Interviewleitfadens (s. Anhang: 1-3), hinsichtlich der Auswertung war jedoch aus den genannten Gründen von Beginn an nur eine bedingte Vergleichbarkeit der erhobenen Daten zu erwarten.

Am Ende der Interviews wurde den Interviewten eine Übersicht mit Zukunftsszenarien vorgelegt, deren Wahrscheinlichkeit sie einschätzen und in einer Skala eintragen sollten (s. Anhang: 102). Diese Skala wurde mit der Intention in den Interviewverlauf integriert zu überprüfen, ob die im Interview angesprochenen Zukunftsszenarios auch mit indirekten und induzierten Auswirkungen des Tourismus in Verbindung gebracht werden.

- Die Interviews wurden digital aufgezeichnet und komplett transkribiert. Zur Auswertung wurde die von Liebold und Trinczek vorgestellte Querdimensionale Analyse (vgl. Liebold, Trinczek 2002) gewählt: Zuerst wurden (Teil-)Themen definiert, die sich, ebenso wie der Interviewleitfaden, an den im Theorie-Teil A entwickelten theoretischen Kenntnissen über touristische Adaptionsstrategien orientiert haben, namentlich: Wahrnehmung
- Reaktion:
 - Netzwerke bilden
 - Erfahrungen sammeln
 - Praktische Vorbereitung
- - Kommunikation

Danach wurden die Transkriptionen in verschiedene Blöcke entsprechend ihrer Relevanz für die Teilthemen unterteilt, um danach die Sequenzialität der Interviews aufzuheben und die jeweiligen Interviewblöcke den Themen zum Vergleich zuzuordnen.

5.1.2 Auswahl der Interviewpartner und –organisationen

Die im Zeitraum Februar bis April (Schwerpunkt: März) 2011 geführten Interviews wurden mit ausgewählten Organisationen geführt, die in enger Kooperation mit RADOST ausgesucht wurden. Primäre Entscheidungsfaktoren waren, sofern möglich, die Lage in den RADOST-Fokusgebieten und eine gleichmäßige Verteilung auf die Ostseeanrainer Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein. Ein weiteres wichtiges Augenmerk wurde auf die Befragung unterschiedlicher touristischer Entscheidungsstrukturen gelegt, was letztendlich zu einer Anfrage bei je drei Destinationen in den beiden Bundesländern, sowie je einer überregionalen und einer landesweiten Verbandsstruktur führte. Mit diesen ausgewählten Interviewpartnern war es möglich, einen Querschnitt der tourismuspolitisch wichtigsten Akteure an der deutschen Ostseeküste zu befragen. Gleichzeitig diente die Verteilung (3-1-1) auch der Abbildung der Mengenverhältnisse dieser Akteure in den Ländern; den Hauptbestandteil dieser Entscheidungsträger bilden die Destinationen, gefolgt von einigen wenigen überregionalen Tourismusverbänden bis hin zu schließlich jeweils nur einem Landestourismusverband. Neben der Anzahl und Verteilung war ein weiteres wichtiges Auswahlkriterium die prognostizierte Bereitschaft, als Interviewpartner zu Verfügung zu stehen. Diese Einschätzung wurde von RADOST auf Grundlage von früheren Erfahrungen bei Befragungen und Interaktionen mit den jeweiligen Tourismusstrukturen gemacht; so lässt sich die Rekrutierung folglich dem Gatekeeper-Verfahren zuordnen, bei dem die Auswahl der Interviewpartner einer externen, fachlichen Instanz übertragen wird (vgl. Kruse 2009). Diesem Vorgehen muss jedoch die Einschränkung zugestanden werden, dass alleine schon durch die Vorauswahl nur eine bestimmte, vorinformierte und interessierte Gruppe an Interviewpartnern zur Verfügung stand. Da jedoch kein generell uninteressierter Interviewpartner gezwungen werden kann zu partizipieren, ist diese Problematik fast allen qualitativen Interviews eigen. Als geeignete Interviewpartner wurden identifiziert:

- Kellenhusen, Timmendorfer Strand und Eckernförde als Destinationen in Schleswig-Holstein
- Zingst, Göhren/Rügen und Warnemünde als Destinationen in Mecklenburg-Vorpommern
- Überregionale Tourismusverbände: Ostsee-Holstein-Tourismus e.V., Verband mecklenburgischer Ostseebäder e.V.
- Landesverbände: Tourismusverband Schleswig-Holstein, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern.

5.1.3 Kurzvorstellung der untersuchten Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Neben dem Marketing für das Land Mecklenburg-Vorpommern ist die Hauptaufgabe des TMV die Vertretung der Interessen aller touristischen Leistungsträger des Landes gegenüber politischen Institutionen wie Bund, Land und Gemeinden. Gleichzeitig hat er eine Förderfunktion für den Ausbau der touristischen Infrastruktur im Land Mecklenburg-Vorpommern. Als Hauptziel definiert der Verband die Gewinnung neuer Gäste und eine Sicherstellung der Qualität touristischer Infrastruktur (vgl. Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern 2011). Der TMV vertritt aktuell 39 Mitglieder, von denen einige wiederum Verbände sind, und konzentriert sich somit direkt oder indirekt auf die Vertretung der meisten touristischen Marktteilnehmer in Mecklenburg-Vorpommern (vgl. Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern 2011).

Verband Mecklenburgische Ostseebäder e.V.

Der überregionale Tourismusverband Mecklenburgische Ostseebäder e.V. vertritt alle Ostseebäder von Boltenhagen bis Graal-Müritz (exklusive Warnemünde) sowie küstennahe Städte und Gemeinden und privatwirtschaftliche Marktteilnehmer. Der Verband hat eine über hundertjährige Tradition und wurde nach der politischen Wende 1991 neugegründet. Seitdem bestehen die Hauptaufgaben im Marketing für den Gesamtküstenbereich des Verbandes, in der Koordinierung und Bündelung von Marketingstrategien der einzelnen 56 Mitglieder, einer Kooperation mit dem TMV und den sieben anderen regionalen Tourismusverbänden im Land sowie Lobbyarbeit für die Interessenvertretung der Mitglieder (Verband Mecklenburgische Ostseebäder 2011).

Destination Göhren auf Rügen

Auf der Halbinsel Mönchgut im Landkreis Rügen auf der gleichnamigen Ostseeinsel gelegen, lebt Göhren hauptsächlich vom Tourismus. Auf die 1250 Einwohner entfallen pro Jahr etwa 800.000 Übernachtungen – der Ort hat fast 4-mal mehr Gästebetten (5880 im Jahr 2009) als Einwohner. Im Laufe des Jahres 2009 gab es etwa 130.000 Ankünfte – eine Dimension, die ebenfalls zeigt, wie wichtig der Strandtourismus für den kleinen Ort ist (Kurverwaltung Ostseebad Göhren 2010).

Destination Warnemünde

Warnemünde ist der Seehafen und das Seebad von Rostock und sowohl politisch als auch touristisch mit der Hansestadt verknüpft. Im Jahr 2010 wurden 1,5 Mio. Übernachtungen verzeichnet (Rostock Marketing 2010), von denen der größte Block von Geschäftsreisen in Rostock und der größte von Privatreisen in Warnemünde ihren Schwerpunkt fanden. Die Anzahl privater Tages- und Übernachtungsgäste für Warnemünde selber liegt jährlich bei über 1 Mio. (vgl. Rostock Marketing o.J.). Auch in Warnemünde spielt der Tourismus für die etwa 6.100 Einwohner zusammen mit dem Schiffsbau in der Warnow-Werft die bedeutendste wirtschaftliche Rolle.

5.1.4 Kurzvorstellung der untersuchten Organisationen in Schleswig-Holstein

Tourismusverband Schleswig-Holstein

Der Tourismusverband Schleswig-Holstein hat im Gegensatz zum TMV seine Marketing-Aktivitäten ausgelagert an die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) und widmet sich ausschließlich der Interessenvertretung der Tourismuswirtschaft gegenüber politischen Instanzen wie dem Bund und dem Land Schleswig-Holstein. Durch diese Arbeitsteilung ist der TVSH deutlich schlanker strukturiert als der TMV und beschäftigt nur zwei Mitarbeiter; die weitere Mitarbeit basiert auf ehrenamtlichem Engagement. Er bezeichnet sich selbst als die „zentrale Lobbyorganisation für den Schleswig-Holstein-Tourismus“ (Tourismusverband Schleswig-Holstein o.J.) und hat sich als unabhängiger Verein das Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für den Tourismus zu verbessern und die

Wettbewerbsfähigkeit des Landes zu stärken. Aktuell vertritt der TVSH 51 Tourismusgemeinden, fünf Landkreise und acht weitere touristische Marktteilnehmer. Ebenso wie der TMV fungiert der TVSH folglich als Vertretung eines Großteils der touristischen Akteure des Bundeslandes.

Verband Ostsee-Holstein-Tourismus e.V.

Der Ostsee-Holstein-Tourismusverband e.V. versteht sich insbesondere als Marketing-Verband für die Ostseeküste Schleswig-Holsteins und der Holsteinischen Schweiz. Daneben fungiert er als Interessenvertretung für 65 Mitglieder, worunter Gemeinden, Städte, Kreise und touristische Unternehmen fallen. Entstanden im Jahr 2004 aus einer Zusammenführung vom Ostseebäderverband Schleswig-Holstein e.V. und dem Holsteinische Schweiz Tourismus e.V. greift der Verband auf eine lange Erfahrung in der touristischen Lobbyarbeit zurück. Der Interessenvertretung der schleswig-holsteinischen Ostseeküste fällt besonderes Gewicht zu, da sich, anders als in Mecklenburg-Vorpommern, das touristische Volumen durch die Lage an Ost- und Nordsee auf zwei unterschiedliche Küstenregionen verteilt. Die Förderung der Zusammenarbeit mit dem TVSH und den anderen Regionalverbänden ist deshalb eine wichtige Aufgabe des Ostsee-Holstein-Tourismus e.V. (vgl. Ostsee-Holstein Tourismus e.V. 2010).

Destination Timmendorfer Strand

Timmendorfer Strand mit dem Kommunalhafen Niendorf im Kreis Ostholstein liegt 15km nördlich von Lübeck. Über 210.000 Gäste (Stand 2009) mit 1,2 Mio. Übernachtungen pro Jahr machen Timmendorfer Strand zu einer der bedeutendsten Destinationen der Region. Der Tourismus ist der wichtigste Wirtschaftsfaktor für den Ort mit etwa 9000 Einwohnern, allein das direkte Einkommen der Gemeinde durch Kurabgaben liegt bei über 1,7 Mio. Euro jährlich.

Destination Eckernförde

Mit 23.000 Einwohnern ist Eckernförde die größte untersuchte Destination. Gelegen an der Eckernförder Bucht, etwa 25km nordöstlich von Kiel gelegen, bietet Eckernförde eine Besonderheit: Es liegt gleichzeitig an der Ostsee und an einem Binnensee im Westen, dem Windebyer Noor. Der Tourismus im Ort ist ein wichtiger Wachstumsmotor, allerdings liegen die Übernachtungszahlen mit 131.000 Übernachtungen von etwa 37.500 Gästen im Jahr 2010 deutlich unter den Übernachtungszahlen der anderen untersuchten Destinationen (vgl. Wikipedia 2011).

Destination Kellenhusen

Kellenhusen, gelegen in der Lübecker Bucht „zwischen Wald und Wellen“ (Kurverwaltung Kellenhusen 2011), ist ein Ostseeheilbad in Schleswig-Holstein. In dem ehemaligen Fischerdorf, dessen wesentliche touristische Attraktionen der Strand und die Seebrücke sind, hat sich der Tourismus zum bedeutendsten Wirtschaftszweig entwickelt: Auf die etwas über 1.000 Bewohner kommen pro Jahr fast 600.000 Übernachtungen.

5.1.5 Einschränkungen und äußere Einflüsse

Die geführten Interviews bilden nur einen Ausschnitt der Realität ab. Aufgrund zeitlicher und finanzieller Limitationen konnte keine Gesamterhebung mit einem repräsentativen Anspruch durchgeführt werden. Gleichzeitig wird noch einmal auf das Rekrutierungs-System mittels eines Gatekeepers (s. Kapitel 5.1.2 „Auswahl der Interviewpartner und -organisationen“) hingewiesen, in dem die Auswahl nicht auf reinem Zufall beruhte, sondern hier bereits eine einschränkende Kategorisierung möglicher Interviewpartner nach den Parametern „Interesse“ und „vermutete Bereitschaft zur Teilnahme an den Interviews“ vorgenommen worden war. Dazu anzumerken ist allerdings, dass in den Interviewsituationen dieser Eindruck zum Teil widerlegt wurde, da einigen befragten Institutionen RADOST und die Arbeit des Projektes lediglich vom Namen und nicht von

den Inhalten oder gar aus Kooperationen vertraut war und sich der Verdacht, dass die Auswahlmethode einen kleinen, elitären Wissenskreis erfasst hat, nicht erhärtet hat.

Als weitere Einschränkung muss erwähnt werden, dass im Anschreiben bereits auf die Thematik des Interviews hingewiesen wurde und sich so die Möglichkeit ergab, sich zwischen dem Zeitpunkt des Anschreibens und dem Interview bereits Gedanken zu der Thematik zu machen und sich entsprechend vorzubereiten, so dass ggf. nicht unbedingt der „reale“ Wissensstand *vor* der Einladung zum Interview erkennbar ist, an dieser Stelle sei noch einmal auf die Problematik der sozialen Erwünschtheit von Antworten in qualitativen Interviews hingewiesen. Der Planungsprozess des leitfadengestützten Experteninterviews bringt diese Einschränkung jedoch immer mit sich, da eine Vorlaufzeit eingeplant werden muss, in der sich die Experten auf das Interview vorbereiten können. Ein „spontanes“ leitfadengestütztes Interview wäre repräsentativer, wird sich in der Realität aber nur schwer umsetzen lassen.

Besonders hingewiesen wird an dieser Stelle auf die äußeren Bedingungen der Interviews, da die Thematik „Klimawandel“ oft in unmittelbare Verbindung mit dem aktuellen Wetter gebracht wird. Während der Interviews 1-7 war es relativ kalt, es lag teilweise noch Schnee und es gab Nachtfrost. Der März, in dem diese Interviews geführt wurden, lag zwar mit einem Durchschnitt von 5°C insgesamt über den Durchschnittswerten der vergangenen Jahre, allerdings waren Schleswig-Holstein (3,8°C) und Mecklenburg-Vorpommern (3,6°C) die beiden kältesten Bundesländer im Zeitraum (vgl. Deutscher Wetterdienst 2011). Insgesamt standen die Interviews auch noch unter dem Eindruck des zweiten verhältnismäßig kalten Winters in Folge (Deutscher Wetterdienst 2011), was viele Interviewpartner auch anmerkten. Politisch gesehen waren vor allem der Zusammenbruch der Diktaturen in Nordafrika ein zentrales Thema, auch hierauf nahmen die Interviewten mehrfach Bezug. Diese beiden Parameter sollten bei der Interpretation der Antworten der Interviews 1-7 im Hinterkopf behalten werden. Interview 8 und 9 wurden bei deutlich höheren Temperaturen (um ca. 18°C) und nach dem Erdbeben, Tsunami und Super-GAU in Japan geführt. Es ist anzunehmen, dass diese Naturereignisse und ihre Folgen einen Einfluss auf die Einschätzung der Vulnerabilität des Menschen durch die Natur, und damit auch durch den Klimawandel, gehabt haben.

5.2 Darstellung und Erläuterung der Interviews

5.2.1 Wahrnehmung

Die Untersuchung des Anpassungspotentials und der Anpassungsbereitschaft der Tourismusbranche der deutschen Ostseeküste setzte eine Überprüfung der Wahrnehmung von Veränderungen des natürlichen Angebotes voraus. Ziel dieses ersten Teiles der Untersuchung war es herauszufinden, ob die Interviewpartner Veränderungen, die auf den Klimawandel zurückzuführen sind, diesem zuordnen und wie gravierend diese für die touristischen Entwicklungen in den letzten drei Jahren eingeschätzt werden. Allen Interviews zu eigen war die Tatsache, dass keiner der neun Teilnehmer Veränderungen der natürlichen Ausstattung des Raumes, unabhängig ob dieser bedingt war durch Klimawandel oder nicht, ungefragt als bedeutende Entwicklung der letzten Jahre genannt hat. Deutlich war eine Fokussierung der Wahrnehmung auf die wirtschaftliche Entwicklung im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise der letzten drei Jahre. Buchungsverhalten und Auslastungstendenzen waren für die Interviewpartner die wichtigsten Parameter, die ihnen im Zuge der Tourismusentwicklung seit 2007 zuerst in den Sinn kamen. Individuelle Herausforderungen wie die Implementierung einer neuen Marketingstrategie in Schleswig-Holstein unterstreichen diese Wahrnehmung.

Ebenso eindeutig wie die untergeordnete Einordnung klimatischer Veränderungen in die touristische Entwicklung der letzten Jahre ließ sich auf explizite Nachfrage *nach* den Veränderungen des natürlichen Angebotes eine Fokussierung auf Strandverlust und Küstenerosion erkennen. Nahezu alle Interviewteilnehmer äußerten diesen Verlust von Strand- und Küstengebieten aufgrund von vermehrten Stürmen als gravierendste Entwicklung im natürlichen Raum der letzten drei Jahre. Die Zunahme an Intensität und Häufigkeit von Stürmen haben sieben von neun Interviewpartnern

beobachtet. Der Grund dieser Zunahme wurde von den Interviewpartnern jedoch unterschiedlich definiert: Von „Das kann nur mit dem Klimawandel zusammenhängen“ und einer „sicher[en]“ Rückführung auf den Klimawandel über eine vorsichtigeren Deutung wie „umso wichtiger wär’s ja [...] versuchen dahinter zu kommen, woran es liegen kann“ und „im Moment scheint es so zu sein, als ob [...] der Klimawandel dazu führt, dass wir jetzt intensivere Strandabbrüche haben. [...] Es kann aber auch anders sein [...]. Kann ich also nicht sagen, ob das auf den Klimawandel zurückzuführen ist“ bis zu „Jedes Jahr ist anders [...] die langfristigen Klimaveränderungen, die zeichnen sich dann doch wirklich nur sehr marginal ab“ wurde die ganze Spannweite an möglichen Verbindungen von Stürmen mit dem Klimawandel abgebildet.

Hervorzuheben ist, dass andere Veränderungen des natürlichen Angebotes, obwohl sie generell an der ganzen deutschen Ostseeküste bemerkbar waren, oft nur in das Bewusstsein einiger weniger touristischer Entscheidungsträger rückten: „Spürbare Hitze und Luftfeuchtigkeit [...] fast tropisch“ wurden lediglich einmal genannt, bei drei Interviews wurden veränderte Niederschlagsmuster angemerkt, die Zunahme von Temperaturkenntagen im Sommer wurden ebenso erwähnt wie die zeitweise Qualitätsminderung des Wassers durch ein verstärktes Blaualgenwachstum in den letzten drei Jahren – allerdings nur von einem Interviewpartner. Eine Zunahme von Treibsel-Anlandungen sprachen wiederum drei Gesprächspartner an. Gleichzeitig wurde aber auf der anderen Seite darauf hingewiesen, dass die Wasserqualität seit 19 Jahren in Folge so gut sei, dass die „Blaue Flagge“ jedes Jahr von neuem vergeben werde. Es zeichnet sich also deutlich ab, dass bezüglich der individuellen Wahrnehmung von Veränderungen des natürlichen Angebotes der deutschen Ostseeküste in den letzten drei Jahren kein einheitliches Bild skizziert werden kann.

Neben der eigenen Wahrnehmung der Folgeerscheinungen des Klimawandels wurde während der Gespräche auch die Einschätzung der Wahrnehmung in der Tourismuswirtschaft insgesamt überprüft. Die Tendenz ist eindeutig: Die Anpassung an den Klimawandel spielt nach Einschätzung der befragten touristischen Entscheidungsträger im Tagesgeschäft bei kaum einem touristischen Unternehmen eine bedeutende Rolle: „Ich würde sagen, dass wir uns in unseren Gremien noch gar nicht so weitreichend damit beschäftigt haben“, „Die Sorgen sind noch woanders bei den Touristikern“, „Nicht in allen Orten ist diese unmittelbare Abhängigkeit [Anm.: vom Klima] so im Selbstbild verankert“, „Also, es gibt mit Sicherheit einen übergroßen Teil, der macht sich da, der kann sich gar keine Gedanken darüber machen“, „Also, kann ich mir so nicht vorstellen“, „Nein, ich glaube, es ist vielen noch nicht so bewusst“ weisen als Antworten auf die Frage, ob die Anpassung an den Klimawandel im touristischen Tagesgeschäft insgesamt eine Rolle spielt, in die entsprechende Richtung. Lediglich zwei Befragte relativierten diesen Gesamteindruck mit einer differenzierteren Einschätzung: „Einige ja, einige nein, also es ist wirklich von Fall zu Fall unterschiedlich“ und „Viele sind mit dem Alltag beschäftigt. Aber ich glaub schon, diejenigen, die seit längerer Zeit dabei sind, wissen um die Sensibilität gerade auf diesem Sektor und da werden sich auch noch andere betätigen, da bin ich ziemlich sicher“ Diese Antworten geben eine Hinweis darauf, dass im touristischen Markt der Ostsee Adaptions-Notwendigkeit eine unterschiedliche Priorität zugeordnet wird. Interessant ist bei der Analyse der Interviews aber die These, dass sich viele touristische Leistungsträger zwar anpassen, aber diese Anpassung gar nicht als solche wahrgenommen wird: „Ich würde sagen, es ist nicht immer das Bewusstsein vorhanden. Und die Frage ist auch: Muss es immer auch vorhanden sein? Weil die beschäftigen sich mit der momentanen Problemlösung, Problembewältigung. Und die schauen dann den ureigenen Problemen ins Gesicht. Das ist ja eine Anpassung.“ Dieser Hinweis verdeutlicht die Problematik, dass eine Analyse der *Gesamtwahrnehmung der Ostsee-Tourismusbranche* aufgrund von Aussagen (befragter) Dritter nicht eindeutig ist, da die Einschätzung ab wann Klimaadaptation geleistet wird, stark divergiert.

Bei der Wahrnehmung von Gästereaktionen zeigt sich eine relativ homogene Betrachtung: Nach Einschätzung der befragten Touristiker ist für die Gäste vor Ort ein Wandel des natürlichen Angebotes noch nicht wahrnehmbar oder relevant - dies lässt sich aus fast allen Interviews herauslesen: „Der Bezug Klimawandel ist eigentlich bei den wenigsten im Kopf drin in Verbindung mit ihrem

Urlaubsort“, „Also, da gibt es überhaupt noch keine Projektion drauf.“ Lediglich einmal wurden von den Touristen zu hohe Temperaturen und ein fehlender Erfrischungsmoment moniert. Einige Interviewpartner wiesen allerdings darauf hin, dass es eine klar erkennbare Tendenz zu nachhaltigerem Reisebewusstsein gibt, an dieser Stelle sei unter anderem auf die LOHAS verwiesen: „Ich glaube schon, dass ökologisches Denken ganz einfach auch ein Thema ist“, und nachhaltiger Tourismus wird durchaus als „Riesenfeld, wo wir uns auch intensivst mit auseinandersetzen müssen“ bewertet, mit der Prognose, dass die „Menschen [...] das erwarten, dass sie vor Ort ein nachhaltiges Produkt finden“. Für eine detailliertere Erhebung der Wahrnehmung des Klimawandels von Ostsee-Gästen sei an dieser Stelle auf die Diplom-Arbeit „Küsten und Klimawandel in den Augen von Touristen - eine Wahrnehmungsanalyse an der deutschen Ostsee“ von Larissa Hallermeier im RADOST-Projekt hingewiesen, die parallel entsteht und die Nachfragesicht des Ostseetourismus untersucht.

Anmerkungen

Was lässt sich nun auf Basis dieser Beobachtungen schlussfolgern? Dass die Veränderungen des natürlichen Raums erst auf gezielte Nachfrage thematisiert wurden, ist ein Hinweis auf eine aktuell untergeordnete Wahrnehmung der Veränderungen natürlicher Ressourcen im touristischen Handlungsfeld. Dies mag zunächst überraschen, da das natürliche Angebot, auch in der Einschätzung der Leistungsträger die große Stärke der Tourismusregion Ostsee bildet: „Die Stärken sind definitiv die Natur und der Naturraum“ wird dabei konstatiert, auch ein „sehr, sehr hohes naturräumlichen Potential“ wird attestiert, „wir haben ja als Plus Naturlandschaft, Naturpark“, sogar das Klima an sich wurde als einer der wichtigsten Parameter der Attraktivität der Ostsee identifiziert: „Hier an der Ostseeküste, spielt im wesentlichen [...] nicht etwa das Wetter eine Rolle, sondern das Klima [...] der Gast [...] erwartet das auch geradezu, dass es stürmt und dass es auch regnet.“

Wie ist also erklärbar, dass Veränderungen des natürlichen Angebots nicht deutlicher wahrgenommen bzw. im Interview artikuliert wurden? Durch die offene Gestaltung der Untersuchung (s. Kapitel 5.1.1 „Vorstellung der Methodik und Interviewform“) hatten die Befragten die Möglichkeit, eine Hierarchisierung von Herausforderungen vorzunehmen. Eine Erklärung, warum wirtschaftliche Probleme offenbar Priorität vor natürlichen Veränderungen hatten, kann die große Tragweite der Finanzkrise der letzten Jahre sein, die offenbar viele andere Schwierigkeiten in den Schatten gestellt hat. Die wirtschaftlichen Effekte waren in ihrer Intensität unmittelbarer als die in Kapitel 3.7 „Auswirkungen des Klimawandels an der Ostsee bis heute“ dargestellten Veränderungen des Klimas und deren Folgen in der Ostseeregion; sie sind greifbarer, direkter und (noch) deutlicher. Diese Wahrnehmung ist nicht verwunderlich; in der Risikowahrnehmung als individuelles Beobachtungskonzept spielt nach Lübke (Lübke 1991) der Sicherheitsgedanke eine bedeutende Rolle. Da in den modernen Industriegesellschaften Sicherheit vor allem als finanzielle Sicherheit verstanden wird, hat die Erschütterung dieses Selbstverständnisses finanzieller Stabilität während der Wirtschaftskrise andere Herausforderungen offenbar in den Hintergrund gerückt. Da an der deutschen Ostsee der internationale Tourismus jedoch eine untergeordnete Rolle spielt (s. Kapitel 2.3.1 und 2.3.2) und der Binnentourismus an Nord- und Ostsee infolge der Krise sogar dank eines veränderten Reiseverhaltens der Deutschen hin zu vermehrten Reisen im Inland gewonnen hat (vgl. Turzer 2008), kann jedoch festgehalten werden, dass es sich hierbei eher um eine gefühlte denn um eine reale wirtschaftliche Beeinträchtigung für den Tourismusraum Ostsee gehandelt hat. Trotzdem liegt die Vermutung nahe, dass die Angst vor der Wirtschaftskrise und damit verbunden die Sorge vor der wirtschaftlichen Zukunft der Tourismusregion Ostsee die Wahrnehmung der touristischen Entwicklung in den letzten Jahren bedeutend intensiver als die Veränderungen durch den Klimawandel geprägt hat.

Die Beeinträchtigung des Strandes als die am deutlichsten wahrgenommene naturräumliche Veränderung der Ostseeregion liegt auf der Hand: Dieser Wandel ist am offensichtlichsten, die Effekte sind innerhalb kürzester Zeit sichtbar – direkt nach dem Sturm, während die anderen Prozesse

langsamer voranschreiten und in ihren Auswirkungen erst in einigen Jahren oder Jahrzehnten spürbar sein werden. Dass ausgerechnet die Zunahme von Winterstürmen, die weder im BACC-Bericht bestätigt wurden (Kapitel 3.7) noch laut den Klimaprognosen als unmittelbare Folge des Klimawandels zu erwarten sind (Kapitel 3.3), von einigen Interviewpartnern als Indikator für den Klimawandel angeführt werden ist dennoch verständlich, denn die erwähnte Erhöhung der Vulnerabilität durch intensivere Nutzung des Strandes und dem Fehlen einer schützenden Eisschicht von Küsten und Stränden erhöht den Effekt dieser Winterstürme. Gleichzeitig sind die Kosten für die Wiederherstellung und Sicherung dieses primären Attraktionsfaktors erheblich und beeinflussen wiederum das wirtschaftliche Ergebnis der Destinationen. Dies bedingt ebenfalls wieder die Wahrnehmung analog zur Wirtschaftskrise; es wird hier erstmals deutlich, dass der Klimawandel erhebliche Kosten verursachen kann.

Die Einschätzung der Wahrnehmung des gesamten Ostsee-Tourismus erscheint, trotz der erwähnten Probleme bei der Einschätzung zur Klimaadaptation Dritter, ebenfalls realistisch. Zwar wird vom Autor weiterhin betont, dass das hier aufgezeigte Meinungsbild nicht repräsentativ ist, gleichzeitig ist es aber unwahrscheinlich, dass der Rest der touristischen Leistungsträger eine gänzlich andere Wahrnehmungsstruktur aufweist als die Interviewpartner, besonders aufgrund der Tatsache, dass mit Verbänden und Destinationen ein Querschnitt und keine Nische touristischer Entscheidungsträger abgebildet wurde. Für die Auswertung und Handlungsempfehlungen eröffnet diese anzunehmende Ähnlichkeit in der Wahrnehmung von Klimafolgen von interviewten und nicht-interviewten Entscheidungsträgern einen wahrscheinlicheren Anspruch auf Allgemeingültigkeit.

Die skizzierte Wahrnehmung der Gäste ist für die Tourismusbranche komfortabel: Sie bedeutet, dass ihre direkten Kunden noch keine Adaption erwarten – was nicht wahrgenommen wird, muss wenigstens aus Kundensicht (noch) nicht adaptiert werden. Das gesteigerte Augenmerk der Gäste auf nachhaltiges Handeln ist jedoch ein Indikator dafür, dass dies nicht unbedingt so bleiben muss – eine Sensibilisierung bezüglich Klimaadaptation scheint sich anzubahnen. Wie in Kapitel 4.3 „Die Tourismusbranche als Vorreiter?“ beschrieben, kann die Adaption also in Zukunft ein wichtiges Marketing-Instrument werden. Ein Problem für die Destinationen stellt jedoch der Sachverhalt dar, dass mit diesen Erkenntnissen keine Aussage in Bezug auf die Toleranzschwelle der Gäste gemacht werden kann. Es kann keine Tendenz festgestellt werden, ab welchem Veränderungsgrad die Gäste unzufrieden werden und gegebenenfalls von ihrer ad-hoc adaptiven Fähigkeit Gebrauch machen und sich räumlich neu orientieren.

5.2.2 Reaktion

5.2.2.1 Wissen schaffen

Wie in Kapitel 4.2.1 „Anpassung durch die öffentliche Hand“ beschrieben, ist eine wichtige Vorbedingung für den Aufbau einer effektiven Anpassungsstrategie die Vermittlung (bei Adaptionsstrategien der öffentlichen Hand) bzw. Erlangung (bei individuellen Strategien) von fachspezifischem Wissen. Nur diejenigen Entscheidungsträger, die Kenntnisse über die möglichen Auswirkungen des Klimawandels haben, können sinnvoll und wie gefordert antizipatorisch agieren. Im Zuge der Gespräche sollte der Wissensstand in der Tourismusbranche aufgezeigt, aber besonders auch herausgefunden werden, ob Möglichkeiten bekannt sind sich dieses Wissen anzueignen und die Bereitschaft, eben diese zu nutzen.

Es zeigte sich, dass diese Möglichkeiten sehr unterschiedlich wahrgenommen und genutzt werden. Generell ist bekannt, dass es Initiativen gibt, die für den Wissenstransfer bereit stehen: Dabei wird jedoch zwischen einer Kenntnis von punktuellen Einzel-Veranstaltungen und zeitlich und inhaltlich tiefergehenden Projekten wie dem „Klimabündnis Kieler Bucht“ und RADOST unterschieden. Insgesamt sind Möglichkeiten zur Erlangung von fachspezifischem Wissen also einem Großteil der Befragten bekannt.

Nun stellt sich konsequenterweise die Frage nach der Nutzung dieses Angebotes. Die Partizipation erfolgt auf einem sehr heterogenen Niveau: Zwischen aktiver Nutzung der Strukturen und nahezu völliger Ignoranz gegenüber diesen ist die gesamte Spannbreite zu verzeichnen. Auffällig ist dabei, dass sich vor allem die Destinationen, die in jüngster Zeit von den Winterstürmen intensiv in Mitleidenschaft gezogen worden sind, aktiver mit der Erlangung von Wissen auseinandersetzen als die Verbände.

Neben der Nutzung der von außen herangetragenen Strukturen zur Wissensvermittlung im Bereich Klimafolgenforschung ist auch bezüglich der Eigeninitiative ein sehr unterschiedliches Verhalten zu erkennen. Die Bildung erfolgt dabei gezielt durch eigene Recherche zum Thema Klimawandel und Tourismus und durch die Zusammenarbeit mit externen Beratern - im Großteil der Interviews ist solche eine Eigeninitiative allerdings nicht zu finden. Dass die eigene Recherche so gering ist, wird erklärt mit fraglicher Effektivität (es wird auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis verwiesen) und mangelnder Kompetenz - den Klimawandel zu interpretieren und Handlungsempfehlungen auszusprechen überlässt man lieber den Wissenschaftlern. Interessant und dazu gegensätzlich sind allerdings die Aussagen in zwei Interviews, dass nicht nur die eigene Wissensaneignung, sondern auch die aktive Wissensvermittlung zum Thema Klimawandelfolgen durch die Organisation von Seminaren und Workshops vorangetrieben wurde.

Von vielen Interviewpartnern wurde immer wieder als größte Hürde einer effizienten Wissensaneignung angeführt, dass es zu viele unterschiedliche Aussagen zum Klimawandel gebe - die mediale (Schein-)Klimadebatte (vgl. Kapitel 1.2 „Einordnung in den Forschungsstand“) prägt also auch bei vielen touristischen Entscheidungsträgern das Bild über die Klimaforschung.

Anmerkungen

Bei der Betrachtung der Antworten zum Thema „Wissen schaffen“ muss als wichtiger Parameter im Kopf behalten werden, dass der Transfer von Fachwissen zur Klimathematik nicht die Kernaufgabe des touristischen Tagesgeschäfts darstellt. Es bedarf dafür zeitlicher, personeller und zu einem gewissen Grad auch finanzieller Ressourcen, die nicht überall gleich ausgeprägt sind. Allerdings haben die Entscheidungsträger, die ausgewählt wurden, unter anderem die Aufgabe die Zukunft des Tourismus in den Orten bzw. bei ihren Mitgliedern sicherzustellen. Dass das Wissen um mögliche Folgen des Klimawandels in vielen Fällen noch nicht vorhanden ist und die Möglichkeiten, dies zu ändern nur in geringem Maße wahrgenommen werden, ist deshalb eine Beobachtung, die Sorgen macht und verwundert; besonders wenn man bedenkt, dass sogar die UNWTO den Klimawandel neben der Armutsbekämpfung als wichtigste Herausforderung für die Zukunft des Tourismus identifiziert hat (vgl. Scott et al. 2007).

Dabei macht es einen Unterschied, ob eine Destination oder ein Verband betrachtet wird. Die aktive Wissenserlangung als Aufgabe der Destinationen ist im Gegensatz zur Aufgabe der Verbände, als Ansprechpartner für strategische Entscheidungen bereitzustehen und dieses Wissen auch noch zu vermitteln etwas einfacher. Dies erklärt auch, warum die Tourismusorte zum Teil im aktuell skizzierten Bild noch aktiver erscheinen. Die Unmittelbarkeit der Sturmschäden hat sowohl psychologisch als auch wirtschaftlich deutlich die Konsequenzen des Klimawandels aufgezeigt. Die Intention der Destinationen ist nun eindeutig: Es soll so viel Wissen wie möglich gesammelt werden, um das Schadenspotential bei der Wiederholung eines solchen Ereignisses zu minimieren. In der Folge partizipieren die geschädigten Destinationen viel aktiver an den Angeboten als z.B. die noch nicht so stark betroffenen Orte, um zu verstehen, was genau passiert ist. Dass der Bedarf nach Wissenserkenntnis der Verbände bis dato noch nicht so stark ausgeprägt ist, ist aus dem gleichen Grund nachvollziehbar; die unmittelbare Betroffenheit der Verbände als Institutionen an sich (an dieser Stelle nicht gleichzusetzen mit ihren Mitgliedern) ist noch nicht gegeben. Deshalb ist die Beobachtung, dass die Wissensvermittlung noch nicht bei allen vier befragten Verbänden erfolgt bzw.

erfolgen kann nachvollziehbar: Verbände, die Angebote zur Vertiefung von Fachkenntnissen nicht wahrnehmen bzw. nicht nutzen, können eben dieses Wissen auch nicht an ihre Mitglieder weitergeben.

5.2.2.2 Netzwerke bilden

Im Zuge der Interviews wurde immer wieder der Bezug von Wissensaneignung zu Netzwerkbildung angesprochen. Diese beiden Voraussetzungen im Umgang mit dem Klimawandel gehen in der Einschätzung der Touristiker Hand in Hand, und so setzen viele der Gesprächspartner neben dem eigenen Wissen auf Netzwerke, um mit einer kollektiven Erfahrungsgrundlage effektiver auf die Herausforderungen reagieren zu können. Infolge der jüngsten Strandverluste wird schon gefordert: „Jetzt brauchen wir ein Netzwerk, dass wir da auch mit reinkommen in ein Analyseverfahren. [...] Und das ist ja nicht nur für uns, sondern andere sollen davon ja auch was haben.“ Betont wird auch: „Da kann man sehr, sehr viel voneinander lernen, das ist einfach so. Das wird auch beim Tourismus so sein, beim Klimawandel.“ Aussagen wie „Netzwerke eben aufzubauen, sich zu vereinigen, eine Phalanx zu bilden, eine Position gemeinsam einzunehmen, das wird sicherlich kommen“ und „Nein, das kann man nicht alleine machen“ finden sich in fast allen Gesprächen wieder. Lediglich zwei Organisationen machen Einschränkungen: „Ich glaube, dass heute viele nicht an solchen Aktionen partizipieren, weil sie nicht erkennen können, was sie heute tun können. Dieses Netzwerk muss Mehrwerte bieten [...] Den zu definieren finde ich nicht so einfach“ und „Ich glaube, solche Klimanetzwerke werden wirtschaftlich effizient auch nachvollziehbar wenig erreichen. Ich glaube eher, dass diese Netzwerke geeignet sind einfach die Leute am Kopf zu fassen.“ Diese Einschränkungen sind jedoch die einzigen, die im Laufe der Interviews geäußert wurden, es zeichnet sich unter dem Strich eine eher positive Einstellung zu Klimanetzwerken ab.

Auch über die Mitgliederzahl eines solchen Klimanetzwerkes herrscht eine relativ einhellige Meinung: Umso größer dieses Netzwerk ist, umso bessere Ergebnisse werden sich erzielen lassen. Der Rahmen eines solchen Netzwerkes sollte deshalb möglichst groß ausfallen, dabei geht die Forderung von einem landesweiten bis zu einem internationalen Ostsee-Netzwerk. Von einigen Befragten wird angemerkt, dass Größe allerdings auch ein geringeres Maß an Flexibilität mit sich bringen kann bzw. kleine Netzwerke effizienter arbeiten können. Für die Initialführerschaft solcher Netzwerke sehen sich die Touristiker aber nicht in der Pflicht, die meisten erwarten viel mehr von den übergeordneten Strukturen wie Verbänden oder der Politik den entscheidenden Impuls. Die Bereitschaft, jetzt schon selber aktive Netzwerkarbeit zu initiieren findet sich nur bei zwei der befragten Verbände wieder. Die Bereitschaft zur Partizipation lässt sich hingegen aus allen Interviews herauslesen, auch wenn diese unterschiedlich stark ausgeprägt ist.

Auf konkretere Nachfrage neben diesen „Absichtserklärungen“ muss jedoch festgehalten werden, dass momentan ausschließlich die beiden bestehenden Netzwerke RADOST oder das Klimabündnis Kieler Bucht bekannt sind und die Intensität der aktuellen Partizipation noch höchst unterschiedlich ist. (Anmerkung: Der Bekanntheitsgrad von RADOST kann hier allerdings kein Indikator für das Wissen um Netzwerke an der Ostsee sein, da die Interviews im Auftrag von RADOST geführt wurden. Dass alle Teilnehmer also im Vorfeld, spätestens mit dem Einladungsschreiben für die Interviews, von RADOST gehört haben mussten, liegt auf der Hand.) So zeigten zwei Destinationen und ein Verband Interesse an der Arbeit von RADOST, zwei Destinationen sind Mitglied im Klimabündnis Kieler Bucht – die anderen vier Interviewpartner sind nach den Ergebnissen der Interviews aber in keinem Netzwerk zum Thema Klimawandel aktiv.

Als potentielle Mitglieder zukünftiger Klimanetzwerke werden unterschiedliche Gruppen identifiziert. Immer wieder wird dabei betont, dass ein reines touristisches Netzwerk wenig Sinn macht, sondern dass öffentliche Strukturen und Privatwirtschaft Hand in Hand gehen müssen. Die Gesprächspartner machten deutlich, dass eine gemeinsame Arbeit nicht nur wünschenswert, sondern für eine effektive Adaption auch unumgänglich sei, da viele Behörden über Kompetenzen verfügen, die die Tourismuswirtschaft allein nicht hat, die für Strukturveränderungen hinsichtlich des Klimawandels aber unabdingbar wären. So werden vor allem öffentliche Institutionen wie die Staatlichen Ämter für

Landwirtschaft und Umwelt, Regional- und Bauplanung, Gewässer- und Schifffahrtsämter als wichtige strategische Partner benannt. Dies macht abermals den Querschnitts-Charakter des Tourismus deutlich. Auch die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft wird gefordert, dabei soll das Augenmerk auf einer sinnvollen Ergänzung von Praxis und Theorie liegen. Hier wird jedoch mehrfach darauf hingewiesen, dass die Wissenschaft sich in ihrer Sprache und ihrem Handeln der Tourismusbranche zuwenden müsse, um in den Netzwerken sinnvoll zusammenarbeiten zu können. Auf diesen Punkt wird noch detaillierter im Kapitel 5.2.3 „Kommunikation“ eingegangen.

Anmerkungen

Bei der Betrachtung der Interview-Ergebnisse verwundert es aufgrund des Querschnitts-Charakters des Wirtschaftszweiges Tourismus nicht, dass die Bereitschaft zur Netzwerkarbeit stark ausgeprägt ist - touristische Leistungsträger sind es gewohnt, intensiv mit anderen zusammenzuarbeiten. Die angesprochenen öffentlichen Institutionen wie Bauämter, Gewässerämter etc. wären bei einem Klimanetzwerk keine neuen Partner; die Tourismusentwicklung von Destinationen setzt eine Kooperation mit diesen Behörden generell voraus. Auch ist anzumerken, dass die untersuchten Entscheidungsträger in ihrer Kernaufgabe als Destination bzw. Verband die Netzwerkarbeit sowieso täglich leisten, um die Interessen der touristischen Privatwirtschaft und der Öffentlichkeit (bei den Destinationen) bzw. der Destinationen selber (bei den Verbänden) zu koordinieren und zu kommunizieren – also zu Netzwerken (vgl. Bieger 2006). Dass die Initialführerschaft in einem Klimanetzwerk bis auf zwei Ausnahmen nicht wahrgenommen wird, ist entsprechend verwunderlich. Die Kenntnisse von Netzwerkarbeit sind vorhanden, die Notwendigkeit von Klimanetzwerken wird betont – trotzdem halten sich fast alle interviewten Leistungsträger zurück. Woran kann das liegen? Ein Grund mag sein, dass im Tourismus der Umgang mit dem Klimawandel nicht als Kernaufgabe des touristischen Geschäftes wahrgenommen wird. Der Netzwerkaufbau soll also von anderen, z.B. Klimaprojekten oder politischen Institutionen geleistet werden, denen man die Aufgabe, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln eher zuschreibt. Dass die Bereitschaft dann zu partizipieren groß ist, darf nicht überbewertet werden – der Verdacht drängt sich auf, dass es sich hierbei teilweise um Lippenbekenntnisse handelt, da die jetzt schon angebotenen Netzwerke wie RADOST oder das Klimabündnis Kieler Bucht nur von der Hälfte der befragten Touristiker genutzt werden, und das auch nur mit sehr unterschiedlicher Intensität.

Analog zur Wahrnehmungsanalyse kann man schlussfolgern, dass die aktuelle Notwendigkeit solcher Netzwerke offenbar noch nicht überall erkannt wird, entsprechend fällt die Initiative der Befragten eher schmal aus. Hier lohnt sich abermals ein Blick in die Interviews, bei denen oft betont wird, dass die Auswirkungen des Klimawandels erst greifbarer sein müssen, bevor gehandelt wird: „Das ist noch so weit weg“, „für viele Menschen ist das noch außerhalb so einer Realitätsnähe“, „ich glaube, es ist den Menschen zu weit weg, zu unrealistisch“, „Derzeit ist es ja so schwer fassbar“ – all diese Aussagen unterstreichen, dass die Notwendigkeit zu handeln insgesamt eben noch nicht wahrgenommen wird. Dass die Netzwerkarbeit als Teil der Adaption hierbei ebenfalls noch nicht besonders ausgeprägt ist, ist eine einleuchtende Folge: Warum sollte gerade dieser Aspekt neben der verhaltenen Wissensaneignung und der minimalen Erfahrungsbildung (s. nächstes Kapitel) eine Ausnahme bilden? In Zukunft wird sich zeigen müssen, ob die Bereitschaft in den Netzwerken eine aktive Rolle zu spielen, wenn die angesprochene Realitätsnähe des Klimawandels zu tragen kommt, dann auch in Taten umgesetzt wird.

5.2.2.3 Praktische Vorbereitung und Erfahrungen sammeln

Die in der Theorie der Adaptionstrategien oft noch getrennten Punkte „Erfahrungen sammeln“ und „Bereits durchgeführte Adaptionsmaßnahmen“ waren im Zuge der Interviews nicht trennscharf voneinander abzugrenzen, warum sie in diesem Kapitel zusammengefasst werden.

Die Interviewteile, die die bisher gesammelte, bewusste Erfahrung mit der Adaption von Klimafolgen behandeln, sind im Anhang rar gesät. Erfahrungen werden, wenn überhaupt, bis jetzt im Bereich Strandmanagement gesammelt. Strandaufspülung und Strandbefestigungen sind dabei wohl die Teilbereiche, bei denen die weitreichendsten Kenntnisse zusammengetragen wurden. Ein interessanter Verdacht wurde von Verbandsseite angesprochen: Der Aufbau eines Erfahrungsschatzes ist im Verbandsgebiet zwar weit verbreitet – in vielen Fällen allerdings unbewusst. Die tägliche Arbeit im Destinationsmanagement, aus den gegebenen Bedingungen das bestmögliche Tourismusprodukt zu entwickeln, bringt Kenntnisse mit sich, die im Zuge einer Anpassungsstrategie noch von großer Bedeutung sein können – auch wenn sie von den Akteuren selber gar nicht als solche interpretiert werden. Damit schafft die Betroffenheit Erfahrung mit Klimaadaptation, zum Teil eben auch unbewusst. Allerdings dann eben auch nur, wenn die Folgen in der eigenen Destination zu spüren sind: „Wenn es einen nicht unmittelbar betrifft, dann macht man auch nichts“.

In den Interviews wurde auch überprüft, inwiefern sich die befragten Entscheidungsträger schon bewusst auf den Klimawandel vorbereiten. Dabei sollte untersucht werden, ob zum jetzigen Zeitpunkt schon praktische, handfeste Maßnahmen zu finden sind, die den zu erwartenden Auswirkungen des Klimawandels gerecht werden. Die gezielte Nachfrage ergab, dass von den neun befragten Interviewpartnern nur bei zweien eine aktive bauliche Vorbereitung, und zwar auf eine Zunahme von Sturmfluten und einen Anstieg des Meeresspiegels, festgestellt werden kann. Eine organisatorische Veränderung aufgrund des Klimawandels lässt sich ebenfalls nur bei zwei Interviewpartnern in aktiver Vorbereitung erkennen: Die Etablierung einer Kommunikationsstruktur für Katastrophenfälle kann dabei noch als durchgeführte Adaptionsmaßnahme eingestuft werden, auch wenn die Intention dieser Strukturen originär noch nicht für Klimakatastrophen gedacht ist; ebenso wurde im Interview darauf verwiesen, dass das neue Tourismuskonzept Schleswig-Holsteins die veränderten klimatischen Bedingungen vor allem in Bezug auf Küstenschutzmaßnahmen mit berücksichtigt. Der Blick in das Konzept selbst (s. Kapitel 2.3.2) zeigt aber, dass die Klimaadaptation insgesamt nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Es gibt also aktuell kaum bauliche oder organisatorische Vorbereitungen auf die Folgen des Klimawandels initialisiert durch den Tourismussektor. Dabei muss angemerkt werden, dass die Rahmenbedingungen dies teilweise auch nicht zulassen; öffentliche Institutionen wie die Tourismusverbände dürfen nach eigener Aussage zum Beispiel keine finanziellen Rücklagen für den Klimawandel bilden; alle Mittel, die im Jahr nicht ausgegeben werden, müssen zurückgegeben werden. Als weiteres, sehr viel größeres Problem ist die Finanzierung von Anpassungsmaßnahmen generell zu sehen - so wurde in den Gesprächen teilweise ersichtlich, dass es den Willen und auch schon konkrete Überlegungen gibt um bauliche Anpassungsmaßnahmen umzusetzen, aber die finanziellen Mittel schlicht nicht ausreichen.

Anmerkungen

Dass die bisher durchgeführten, bewussten Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel in der Tourismuswirtschaft der Ostsee weder in einer, den multidimensionalen Herausforderungen des Klimawandels angemessenen, ausgeprägten Variabilität noch in einer nennenswerten Quantität zu finden sind, ist nicht weiter verwunderlich. Besonders im Hinblick auf die Ergebnisse der vorherigen Kapitel, die noch deutliche Lücken bezüglich Wissensaneignung und Netzwerkbildung als wichtige Schritte in den ersten Phasen des Aufbaus einer schlagkräftigen Adaptionstrategie aufzeigen, fehlen

der praktischen Vorbereitung, die erst zu einem späteren Zeitpunkt ansetzt, noch die Grundlagen. Die erwähnten Maßnahmen sind insgesamt eher als Insellösungen anzusehen, die die Einschätzung der Gesamtsituation zwar nicht wesentlich verändern, deren Pionierrolle als Vorbildfunktion allerdings eine wichtige Bedeutung zukommen kann. Da Aktion und Erfahrung eng zusammengehören ist der Erfahrungsschatz, auf den eine erfolgreiche Adaption aufbaut noch nicht vorhanden. Als Grund dafür sind abermals die mangelnde wahrgenommene Dringlichkeit des Klimawandels und strukturelle sowie finanzielle Defizite zu benennen.

Etwas anders müssen die unbewussten Erfahrungen eingeschätzt werden: Die Flexibilität des Tourismus, sich ständig neu zu orientieren, abhängig von einer Variabilität der natürlichen Faktoren, kann als Klimaadaption verstanden werden. Diese Bedeutungszuweisung wird allerdings nicht von den Touristikern selbst vorgenommen, was die Erfassung der tatsächlich schon vorhandenen Erfahrung mit Klimawandelfolgen schwierig macht; es ist durchaus vorstellbar, dass Interviewteilnehmer die geleistete Adaption auf die Frage danach gar nicht nennen, weil sie sie nicht dem Themenkomplex Klimawandelanpassung zuordnen. Auch die Frage nach der Langfristigkeit der unbewussten Adaption ist infrage zu stellen: Wird nur kurzfristig auf einzelne Klimafolgen reagiert und dies nicht in strategische Veränderungen integriert, können diese Reaktionen nicht als unbewusste Adaption auf den langfristigen Trend Klimawandel interpretiert werden. Es wird deutlich, dass die unbewusste Anpassung zu viele Unsicherheitsfaktoren aufweist, um sie in die Gesamtwertung der bereits geleisteten touristischen Adaption an der deutschen Ostsee einzubeziehen. Infolgedessen muss konstatiert werden, dass der Erfahrungsschatz der Tourismusbranche im Hinblick auf die Folgen des Klimawandels sehr gering ist.

5.2.3 Kommunikation

Im Prozess der Klimaadaption spielt Kommunikation eine bedeutende Rolle. Die in Kapitel 4.2 „Notwendigkeit von Adaption als touristische Managementstrategie“ vorgestellten Schritte müssen aufeinander abgestimmt werden und bedürfen eines ständigen Informationsaustausches zwischen Wissenschaft, Behörden, den touristischen Entscheidungsträgern, Leistungsträgern vor Ort und Gästen. Auch die drei wesentlichen Punkte Wissen schaffen, Netzwerke bilden und Erfahrungen sammeln können nur umgesetzt werden, wenn die Kommunikation mit und unter den einzelnen involvierten Parteien sichergestellt ist. Aus diesem Grund wurde in den Interviews überprüft, wie sich die befragten Leistungsträger eine optimale Kommunikationsstruktur vorstellen.

Dabei wurde deutlich, dass entsprechend dem Sender-Empfänger Kommunikationsmodell nach Jakobson (vgl. Schützeichel 2004) vor allem am Code, also der Sprache, in der diese Kommunikation stattfindet, gearbeitet werden muss. Fast alle Interviewpartner verweisen darauf, dass die Erkenntnisse, die die Wissenschaft erarbeitet, extrahiert und vereinfacht veranschaulicht werden müssen. Diesbezüglich wünschen sich die Touristiker eine Kommunikation, die

- erstens zeigt/visualisiert, was genau die Folgen des Klimawandels für den Tourismus sind. Dabei wird vor allem Wert auf die Eindeutigkeit der Ergebnisse gelegt
- zweitens benennt, wann mit diesen Folgen zu rechnen ist
- drittens Lösungsmöglichkeiten aufzeigt
- viertens diese Information kompakt und einfach verständlich darstellt.

Dabei wird unter anderem konstatiert, dass der Formulierung eine besondere Rolle zufällt: „kommunikationstechnisch oder informationstechnisch würde ich es für sinnvoll erachten, wenn man Maßnahmen vermitteln will, und dann aber gar nicht unter dem Schlagwort Klimawandel. [...] sobald das Wort fällt "Klimawandel", fallen bei 50% der Zuhörer die Schotten.“ Als Multiplikator für den Informationsaustausch zwischen Wissenschaft und Entscheidungsträgern werden dabei die Verbände und KLIMZUG-Projekte wie RADOST definiert, einige Interviewpartner sprechen sich auch für eine direkte Kommunikation zwischen Wissenschaft und Praxis aus - hier zeigt sich noch eine breit gefächerte Kompetenzzuweisung durch die befragten Touristiker. Auffällig ist, dass fast keine

bevorzugten Kommunikationsmittel genannt wurden, lediglich ein Verweis auf fehlende Publikationen in der Fachpresse ist diesbezüglich zu finden.

Neben der Kommunikation mit den touristischen Entscheidungsträgern ist auch interessant (wenn auch für diese Arbeit nur von untergeordneter Wichtigkeit) wie die Informationen von den Destinationen und Verbänden an die Leistungsträger wie Hotels, Gastronomie und weitere lokale Akteure weitergegeben werden. Dabei kristallisiert sich heraus, dass hier nur einfache, ganz eindeutige Perspektiven kommuniziert werden können, ein Diskurs ist nicht erwünscht. Die Entscheidungsträger wollen den Leistungsträgern und den Gästen konkret sagen, was auf sie zukommt und wie reagiert wird. Diese Kommunikation wird als wichtig empfunden, da der Aufwand für Klimaadaptation, sowohl finanziell als auch logistisch, vor den Einwohnern und Gästen vertreten werden muss.

Es wurde in den Interviews darauf verwiesen, dass auch die positiven Folgen der Adaption kommuniziert werden müssten. Besonders gegenüber den Gästen hat sich dabei eine Argumentation erfolgreich gezeigt, die die Klimaadaptation als erhaltende, schützende Maßnahme versteht. Wenn betont wird, dass Klimaadaptation unvermeidlich ist um das touristische Angebot, so wie es jetzt ist und geschätzt wird, aufrecht zu erhalten, werden bauliche Einschränkungen und finanzieller Mehraufwand eher hingenommen als wenn auf diffuse Klimaszenarien verwiesen wird. Damit werden die Marketingvorteile von Klimaadaptation, wie in Kapitel 4.3 „Die Tourismusbranche als Vorreiter?“ beschrieben, in Grundzügen bereits genutzt. Doch nicht nur die Adaption, auch der Klimawandel an sich kann durch Änderungen des natürlichen Angebotes schon Vorteile mit sich bringen: Wenn etwa eindringende Arten spektakulär genug sind, können sie als Gästemagnet wirken. Insgesamt gehen die Meinungen bei der Gästekommunikation aber auseinander: Während auf der einen Seite Desinteresse und Überdross (s.o.) am Thema beobachtet wird, wurde gleichzeitig die Wahrnehmung der Gesellschaftsfähigkeit des Klimawandels als neu zu beobachtender Trend unter den Gästen in den Interviews deutlich. Für die Kommunikation mit Leistungsträgern und Gästen kann im Zuge dieser Arbeit deshalb keine gemeinsame Linie gefunden werden – die Optionen, wie Klimawandeladaption von den interviewten Entscheidungsträgern „nach unten“ kommuniziert werden kann, scheint so individuell zu variieren wie die Gäste und Leistungsträger selbst.

Anmerkungen

Bei der Analyse der Kommunikation zum Thema Adaption sollten nach den Ergebnissen aus den Interviews zwei Aspekte betrachtet werden: Die Ansprache der Entscheidungsträger und die Kommunikation seitens der selbigen mit den ihnen zuzuordnenden Leistungsträgern und Gästen. Dabei kristallisiert sich heraus, dass die Tourismusbranche sich einen Filter in der Kommunikation wünscht. Neben der richtigen Sprache soll auch eine Vorauswahl der Themen seitens der Wissenschaft erarbeitet werden: Die Kommunikation soll so effizient wie möglich, aber auch so umfassend wie nötig sein. Dass Kommunikationsmittel und Kommunikationspartner von den Entscheidungsträgern entweder nicht benannt oder sehr unterschiedlich definiert werden, lassen der Kommunikation - je nach Sichtweite - viele Möglichkeiten oder viele Unsicherheitsfaktoren offen. Dabei ist vor allem als Problem zu benennen, dass die benutzte Sprache sowohl durch den Sender als auch durch das Kommunikationsmedium beeinflusst wird. Damit ist der konkrete Wunsch nach genauer Ausgestaltung der Sprache durch die Tourismusbranche nur bedingt hilfreich.

Insgesamt ist ein Interesse, am Prozess der Adaption-Strategie-Erarbeitung mitzuwirken, oft nicht zu erkennen – es sind eher konkrete Ergebnisse, die erwartet werden. Ein Austausch in Netzwerken wird zwar gewünscht, die tatsächliche Gestaltung der Adaption scheint aber für viele Touristiker nicht von Interesse zu sein. Für die Kommunikationspartner wie Wissenschaft oder Strukturen wie RADOST kann diese eindimensionale Kommunikation ein Problem darstellen, da dann die letztendlichen Bemühungen in der Anpassung ggf. an den touristischen Entscheidungsträgern und an den aktuellen Problemen und Strukturen vor Ort vorbei gehen oder eine starke einseitige Kommunikation im Erarbeitungsprozess erfordern.

Weiterhin zu beachten ist, dass touristische Entscheidungsträger einen Wunsch nach einer Konkretisierung des umfassenden Themenkomplexes Klimawandel äußern. Der Umfang der verfügbaren Informationen zur Thematik ist stark gestiegen und bietet eine fast schon unüberschaubare Vielfalt an Publikationen, Seminaren etc., so dass ein starker Filter durch die entsprechenden Kommunikationspartner gewünscht ist. Dieser ist neben Effizienzgedanken der Leistungsträger für die Umsetzung in ihrer täglichen Arbeit auch im Hinblick auf die Bewertung der Kommunikation mit den Leistungsträgern und Gästen vor Ort von Bedeutung: Hier werden konkrete Aussagen verlangt; eine Spannbreite von Möglichkeiten aufzuzeigen, ist in vielen Fällen irreführend und verlangsamt Entscheidungsprozesse innerhalb der Destinationen: Nicht alle Klimafolgen-Szenarios können in ihrer Bandbreite noch einmal vor Ort diskutiert werden. Die Kommunikation der Destinationen mit ihren Leistungsträgern ist allerdings gleichzeitig unumgänglich: Die Unterstellung, dass Klimaadaptation zunächst Nachteile für den Tourismus mit sich bringt, weil sie Kosten verursacht oder bauliche Veränderung bedeutet, bedingt diese Notwendigkeit: Wenn Adaptionsmaßnahmen schon umgesetzt werden, muss den Leistungsträgern und Gästen ihre Notwendigkeit und ggf. der Mehrwert durch geeignete Marketing-Maßnahmen eindeutig vermittelt werden. Dass man hier auf einfache, klare Argumentationsstrukturen setzt ist aus rein praktikablen Gründen nachvollziehbar und ein weiterer Grund, warum sich die touristischen Entscheidungsträger einen Filter in der Kommunikation wünschen.

5.2.4 Einschätzung weiterer zukünftiger Entwicklungen

Im Laufe der Interviews sollte zwar primär untersucht werden, wo die Tourismusbranche an der deutschen Ostseeküste aktuell in Bezug auf den Klimawandel steht, um ein vollständiges Bild der Situation zu zeichnen müssen allerdings auch die Meinungen und Ansichten zur Zukunft des Ostseetourismus in Kombination mit den zu erwartenden Veränderungen skizziert werden. Nur mit diesen Erkenntnissen können die Handlungsempfehlungen in Teil C ausgesprochen werden.

5.2.4.1 Adaptionsmöglichkeiten

Auch wenn die Vorbereitung auf den Klimawandel bis jetzt kaum vonstattengegangen ist, wäre es falsch zu behaupten, die befragten Organisationen würden der Zukunft des Ostseetourismus im Hinblick auf den Klimawandel sorgenfrei entgegenblicken. Die Interviews zeigen sehr deutlich, dass die Sorge um Veränderungen des natürlichen Raumes vorhanden ist - allerdings werden diese Veränderungen von vielen erst in einigen Jahrzehnten erwartet. Dabei ist besonders der Anstieg des Meeresspiegels eine der Hauptsorgen, aber auch die Entwicklung der Badewasserqualität durch Euthrophierung bereitet Kopfzerbrechen. Auch die Gefährdung der Bausubstanz an der Küste, besonders der für die ostseetypischen Seebrücken durch Änderung der Witterungsverhältnisse und der Wasserqualität, wird mit Sorge beobachtet.

In der Theorie gibt es für diese Herausforderungen auch teilweise Lösungsansätze: Badeverbote und der massive Ausbau von Hotelpools als Antwort auf eine schlechtere Badewasserqualität; Unterwasserriffe sollen den Sturmfluten die Wucht nehmen, eine Eindeichung der Küstenorte, die Verlegung von touristischer Infrastruktur oder sogar die Umsiedlung von Menschen und eine teilweise Aufgabe des Küstenbereichs werden als Lösungsansatz für den steigenden Meeresspiegel genannt. Hierbei handelt es sich zwar nicht um ausgereifte Adaptionskonzepte, die schon fertig in der Schublade der Entscheidungsträger liegen, sondern eher um Gedankenspiele – aber es ist ein Indiz dafür, dass der Klimawandel als Problem für die Tourismusedwicklung wahrgenommen wird.

Eine wichtige Frage im Umgang mit dem Klimawandel ist: Wie sollen die Maßnahmen, die ggf. erforderlich werden, überhaupt finanziert werden? Der bereits erwähnte Stern-Report (Kapitel 3.6.3 „Induzierte Klimafolgen“) prognostiziert einen sehr hohen finanziellen Aufwand, um die Klimafolgen zu kompensieren und bereits schon jetzt lässt sich feststellen, dass selbst wenn der Wille der Anpassung da ist, nicht immer auch die finanziellen Mittel dafür bereit stehen (vgl. Kapitel 5.2.2.3 „Praktische Vorbereitungen und Erfahrungen sammeln“). Als Lösungsmöglichkeit wurde im Zuge der

Interviews die Option einer Klima-Abgabe für einen bestimmten Personenkreis, etwa analog zur Kurtaxe, oder auch als Abgabe für die Allgemeinheit, analog zum Soli-Beitrag, diskutiert. Die Reaktion darauf zeigte: Die Einführung einer solchen Abgabe wird sehr schwierig durchzusetzen sein. Einige Touristiker lehnen sie selbst und auch im Hinblick auf die Belastung ihrer Kunden ab, andere betonen, dass bei der Einführung einer solchen Abgabe vor allem sichergestellt werden muss, dass die Abgaben nur für eine sinnvolle Anpassung an den Klimawandel genutzt werden. Nur zwei Interviewpartner befürworteten eine solche Abgabe. Auch wenn in der Frage nach der Finanzierung von Klimawandelfolgen keine einheitliche Meinung herausgearbeitet werden kann, so zeichnet sich bei einigen Interviewpartnern ab, dass es eigentlich gar keine Diskussion geben darf, ob eine Anpassungsstrategie überhaupt finanziert wird: Die Notwendigkeit wird schlicht vorausgesetzt - mit dem Hinweis darauf, dass es sich nicht nur um ein Tourismus-Problem, sondern ein generelles gesellschaftliches Problem in Zukunft handeln wird. Die Finanzierung von Anpassungsmaßnahmen wäre also im Sinne der staatlichen Sorgfaltspflicht nicht optional sondern kategorisch - „Es geht ja um Lebensgrundlage“.

Andere wiederum sehen den Staat zukünftig nicht mehr unbedingt in der Pflicht: „Das Land [...] zieht sich immer mehr aus der Verantwortung. Ich weiß aber nicht, ob es die Verantwortung auch tragen muss“ und „Es muss generell aufgeräumt werden mit dem, was öffentlich finanziert wird beziehungsweise dem wo quasi die öffentliche Hand existenziell gefragt ist.“ Dabei geht es nicht nur um die Frage, was der Staat leisten muss, sondern auch, was er leisten kann: „Die öffentliche Hand wird [...] das Geld einfach nicht haben.“, denn „das sieht natürlich in den Orten genauso düster aus wie im Landeshaushalt. Also, die kommunalen Finanzen sind in weiten Teilen am Ende.“ Die Finanzierung von Adaption ist also ein umstrittenes Thema, zu dem sich keine einheitliche Meinung und keine allgemein akzeptierte Lösungsidee feststellen lassen.

Es werden diesbezüglich auch keine Mehreinnahmen durch eine Zunahme des Tourismus erwartet - die Argumentation „wärmere, längere Sommer = mehr Touristen= mehr Geld für Adaption“ wurde von den meisten Befragten als unzutreffend eingeschätzt, lediglich drei Interviewteilnehmer sehen dadurch in der Hauptsaison zwar eine Wachstumschance der absoluten Gästezahlen, die negativen Folgen des Klimawandels schätzen allerdings auch sie gravierender ein als die Wachstumschancen, die dieser bietet. Festzustellen ist in diesem Zusammenhang auch, dass zwei Drittel der Befragten (6 von 9) überhaupt kein Potential mehr für ein Wachstum des Tourismus in der Hochsaison sehen: „In der Hauptsaison haben wir absolut keine Kapazitäten mehr“, „Die Wachstumsgrenze von der Kapazität [...] ist erreicht, weil wir kollabieren ja schon“, „Ich meine, mehr als 100% können sie nicht machen. [...] Also, wir haben ja jetzt, es ist ja schon seit den letzten zwei, drei Jahren denke ich mal schon enorm spürbar, die Überlastung“, „In der Spitze ist kein Potential mehr da“, „Für die Sommermonate der Ferienzeiten insofern nicht, als die Kapazitäten jetzt schon zu fast 100% [...] ausgelastet sind“, „Also, in den Spitzenmonaten [...] sind im Grunde die Kapazitätsgrenzen erreicht“ - all diese Aussagen zeigen ein sehr eindeutiges Bild. So eindeutig wie diese sechs das Potential verneinen, unterstreichen es allerdings die anderen Interviewpartner: „Es ist auf jeden Fall punktuell noch Potential da“, „Wäre denn noch Potential da für noch mehr Tourismus? - Ja, und das ist auch dringend notwendig“ und „Glauben sie denn, es ist generell noch Potential da für mehr Tourismus? - Ja. Also, da bin ich fest von überzeugt [...]“ - es zeigt sich also, dass die Meinungen hier weit auseinandergehen und keine Schnittmenge bilden. Da die tatsächliche Auslastung während der Sommermonate allerdings nicht gleichmäßig verteilt ist, sind die Aussagen über eine unterschiedliche Kapazität erklärbar.

Die Saisonverlängerung durch mildere Temperaturen in der Vor- und Nachsaison wird allerdings von einigen Leistungsträgern als Potentialquelle für ein Wachstum des Tourismus und damit einer Entzerrung der Saisonspitzenzeit interpretiert. Als ausschlaggebend dafür wird aber nicht nur der Klimawandel, sondern vielmehr der demographische Wandel gesehen, der zu einem Wegfall der Polarisierung in den Zeiten der Schulferien führt. Diese Polarisierung durch sich immer weiter überschneidende Ferienzeiten der Bundesländer stellt aktuell für die touristischen Entscheidungsträger

ein großes Problem dar, infolgedessen es zu einer Aus- bzw. Überlastung der touristischen Infrastruktur und einer Verkürzung der Kern-Saison kommt. Der demographische Wandel wurde generell als bedeutender Einflussfaktor für die Tourismusentwicklung in den kommenden Jahren angeführt, in fast über der Hälfte der Interviews wurde auf die Überalterung der Gesellschaft hingewiesen und auf die entsprechenden Folgen aufmerksam gemacht.

Neben der Einschätzung von touristischen Entwicklungsfaktoren und Finanzierungsmodellen für Klimaadaptation wurde in den Interviews auch untersucht, wie die Einschätzung der Tourismusbranche insgesamt ist, sich auf klimatische Veränderungen einzustellen. Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass viele der Interviewpartner der Tourismusbranche an der deutschen Ostseeküste insgesamt nur eine begrenzte Flexibilität zutrauen, um sich schnell genug auf veränderte äußere Parameter zu reagieren. Die Begründungen dafür sind allerdings unterschiedlich: Eine mangelnde Wahrnehmung von Handlungsdringlichkeit, uneindeutige bzw. zu komplexe Kompetenzstrukturen zwischen den verschiedenen Institutionen, die mit zu entscheiden haben, und fehlende finanzielle Mittel werden als Hürden für einen flexibel agierenden Tourismus gesehen.

5.2.4.2 Statistische Erhebung zur Einschätzung künftiger Entwicklungen

Am Ende der Interviews wurde den Gesprächspartnern eine Übersicht über mögliche zukünftige Entwicklungen im deutschen Ostseeraum vorgelegt. Diese bezogen sich zum größten Teil auf indirekte und induzierte Folgen des Klimawandels (s. Kapitel 3.6.2 und 3.6.3). Die Intention war dabei herauszufinden, inwiefern die interviewten touristischen Leistungsträger sich der Klimafolgen bewusst sind, die den Tourismus zwar stark beeinflussen können, jedoch nicht auf den ersten Blick mit dem Klimawandel verbunden werden. Durch die Möglichkeit der unterschiedlichen Wahrscheinlichkeits-Zuweisung (1=unwahrscheinlich bis 6=sehr wahrscheinlich) konnten die Teilnehmer ein sehr genaues Bild aufzeigen, inwiefern diese Ereignisse als Bedrohungssituation wahrgenommen werden. Die Ergebnisse finden sich in Abbildung 6. Einschränkend anzumerken ist dabei, dass der Fragebogen den befragten Personen *nach* einer intensiven gedanklichen Auseinandersetzung mit dem Thema vorgelegt wurde und sie damit das Bedrohungspotential anders wahrgenommen haben könnten.

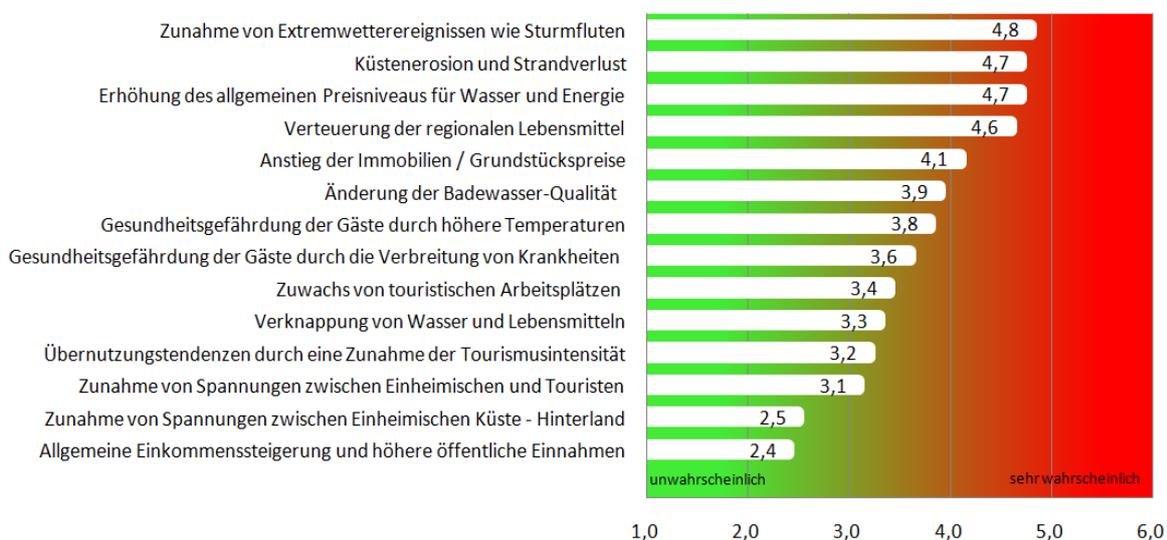


Abb.6: Wahrscheinlichkeitseinschätzung zukünftiger Entwicklungen (eigene Darstellung).

Deshalb gilt bei den Ergebnissen zu beachten, dass diese Erhebung gestützt durchgeführt wurde, die Teilnehmer also mit den bereits benannten Problemen konfrontiert wurden - die vorher durchgeführte ungestützte Befragung in den offenen Interviews brachte diese nun dargestellte Problemeinschätzung wenn überhaupt nur in Ansätzen hervor. Dass die wahrscheinlichste Entwicklung mit der Zunahme

von Extremwetterereignissen (mit einer durchschnittlich genannten Wahrscheinlichkeit von 4,8) die einzige *direkte* - und damit offensichtlichste - Klimafolge in der Skala ist, unterstützt dies noch. Der Verlust von Strand und Küstenabschnitten (4,7) wird ebenfalls als wahrscheinlich empfunden – hier spiegeln sich die Ergebnisse der Wahrnehmungsanalyse in Kapitel 5.2.1 wider. Die Sichtweise, dass die Küstenerosion als die am deutlichsten registrierte Veränderung des natürlichen Raumes auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielt, überrascht deshalb nicht; hier wird nicht von einer abstrakten Problemstellung ausgegangen, sondern die Fortsetzung eines bestehenden Phänomens eingeschätzt. Die folgenden drei Punkte auf der Wahrscheinlichkeits-Skala beschreiben alle eine Preiserhöhung verschiedener Güter; hier kann nicht zwingend davon ausgegangen werden, dass der Zusammenhang mit dem Klimawandel erkannt wurde, sondern auch die Erwartungshaltung an eine allgemeine Preissteigerung das Ergebnis bedingt hat. Da eine Erhöhung des allgemeinen Preisniveaus jedoch als induzierte Folge des Klimawandels identifiziert wurde (s. Kapitel 3.6.3), sind diese Wahrscheinlichkeitseinschätzungen trotzdem im Zuge des Forschungsvorhabens dieser Arbeit interessant; dass mit einer Preiserhöhung für Energie, Wasser (beide 4,7), regionalen Lebensmitteln (4,6) und Immobilien (4,1) gerechnet wird, entspricht den Prognosen für die Zukunft durch die Folgen des Klimawandels. Auch wenn die Interviewpartner diesen Zusammenhang vielleicht nicht zwingend erkannt haben, ist die gedankliche Auseinandersetzung damit doch wichtig. Die Veränderung der Badewasserqualität (3,9) und die Gefährdung von Gästen durch Hitze (3,8) und neue Krankheiten (3,6) werden mit einer moderaten Wahrscheinlichkeit eingestuft, zeigen jedoch, dass individuelle Veränderungen, die die Gäste direkt betreffen, als durchaus reale Gefahr für den Ostseetourismus wahrgenommen werden. Die positiven Folgen des Klimawandels wie eine Zunahme der touristischen Arbeitsplätze (3,4) und allgemeine Einkommenssteigerung durch ein Wachstum des touristischen Marktes (2,4) werden dagegen als wenig wahrscheinlich eingestuft, ebenso wie die Zunahme von soziokulturellen Spannungen (3,1 zwischen Einheimischen und Gästen / 2,5 zwischen den Einheimischen untereinander) oder Übernutzungstendenzen (3,2) und Verknappung von Gütern (3,3). Dieses Ergebnis ist ebenfalls durch die im qualitativen Teil des Interviews ermittelten Ergebnisse erklärbar: Alle dargestellten Konsequenzen im unteren Bereich der Skala sind indirekte und induzierte Klimafolgen, die vor allem auf der Annahme eines starken Tourismus-Wachstums beruhen. Da der Großteil der befragten Touristiker ein Wachstum in der Hauptsaison nicht für möglich hält, ist diese Ergebnis nur konsequent.

Auch für die Darstellung in Abb. 7 gilt es zu bedenken, dass die Einschätzung erst *nach* dem intensiven Gespräch über den Klimawandel vorgenommen wurde und die Ergebnisse deshalb vielleicht anders ausgefallen wären, hätte man einfach „ins Blaue“ gefragt. Hier wurde den Befragten vier Karteikarten mit verschiedenen überregionalen bzw. globalen Herausforderungen (Konkurrenz durch neue Destinationen / Konjunkturunbruch und Wirtschaftskrise / Krieg und terroristische Angriffe / Klimawandel) gegeben mit der Aufgabe, eine Hierarchisierung des größten Bedrohungspotentials des Tourismus an der Ostsee in den nächsten 30 Jahren zu erstellen. Dieses Vorgehen sollte bei der Einordnung helfen, welche Bedeutung der Klimawandel relativ gesehen für die Tourismusbranche an der Ostsee hat. Dabei wurde die höchste Stelle in der gebildeten Hierarchie mit vier Punkten bewertet – die folgenden dann sukzessive bis zur niedrigsten, unwahrscheinlichsten Bedrohung mit einem Punkt. Es stellte sich im Zuge der Gespräche heraus, dass einige Teilnehmer nicht alle vier Punkte hierarchisch abstufen wollten und deshalb eine dreistufige Hierarchisierung vornahmen, bei der zwei Punkte die gleiche Einstufung erhielten – bei der Auswertung wurde dies dann mit Halb-Punkt-Schritten berücksichtigt.

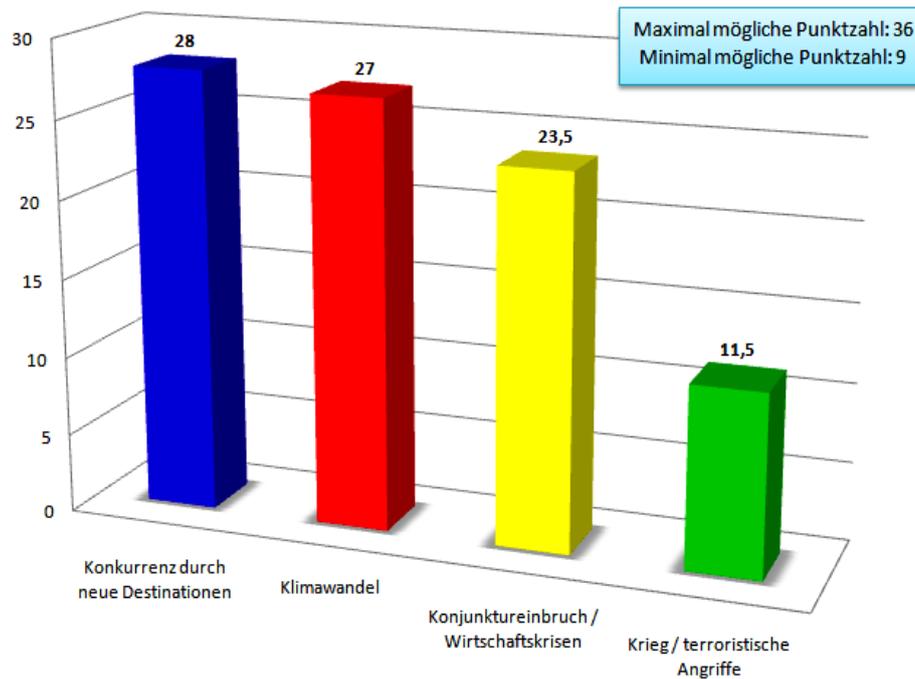


Abb. 7: Einschätzung der wichtigsten Herausforderungen in den nächsten 30 Jahren (eigene Darstellung).

Die Analyse dieser beiden Diagramme unterstreicht noch einmal, was in Kapitel 5.2.4.1 „Adaptionmöglichkeiten“ anklang: Der Klimawandel wird für die Zukunft des Tourismus als Problem wahrgenommen. Dass er damit knapp auf Platz zwei der wichtigsten Herausforderungen liegt, sogar noch vor der Herausforderung Konjunkturunbruch/Wirtschaftskrise, ist ein Indiz für einen Wandel in der Wahrnehmung. Liegt die *aktuelle* Wahrnehmung, wie die Analyse der Interviews zeigt, noch bei den wirtschaftlichen Problemen infolge der Wirtschaftskrise, ändert sich das Bild bei der Betrachtung zukünftiger Herausforderungen. Die Konkurrenz durch andere Destinationen wurde von den Befragten nach eigenen Aussagen deshalb als wichtigste Bedrohung betrachtet, weil dies ein permanentes Problem darstellt, auf das nur schwer reagieren werden kann. Während die Folgen des Klimawandels zum jetzigen Zeitpunkt die strategische Tourismusplanung wenig beeinflussen, werden für die Zukunft die Probleme, die daraus resultieren, als dringend (Abb. 6) und zu einem nicht unerheblichen Teil auch als wahrscheinlich (Abb.7) eingeschätzt.

5.2.5 Vergleich der Ergebnisse nach räumlichen und organisatorischen Parametern

Bei der Auswertung der Interviews wurde überprüft, ob Gemeinsamkeiten zwischen den Interviews bestehen und ob sich diesbezüglich bestimmte Muster erkennen lassen. Der Vergleich nach räumlichen und organisatorischen Parametern verläuft allerdings ergebnislos: Es lassen sich keine Hinweise finden, dass bei den Interviewpartnern in Mecklenburg-Vorpommern oder in Schleswig-Holstein jeweils landestypische Tendenzen zu finden wären. Auch die Organisationsform der befragten Strukturen liefert keine Gemeinsamkeiten: Es gibt keine typische Verbandsmeinung oder typische Destinationsansicht zum untersuchten Thema. Was im Gegenteil auffällt ist, dass Destinationen und die Verbände, die genau diese Destinationen vertreten, zu teilweise gegensätzlichen und widersprüchlichen Aussagen kommen. Das Problem der Zersplitterung der deutschen Tourismuswirtschaft (vgl. May 2007) scheint also nicht nur ein Problem der gemeinsamen Vermarktung, sondern auch der strategischen Tourismusplanung zu sein.

Teil C: Diskussion und Fazit

Die in Teil B dargestellten Ergebnisse der Interviews lassen nur in wenigen Bereichen eine eindeutig zu definierende allgemeingültige Meinung der Tourismusbranche erkennen – in einigen Punkten gibt es abweichende Positionen und unterschiedliche Ansichten einzelner Interviewpartner. In der nun folgenden Auswertung konnte nicht auf alle Nuancen und Einzelmeinungen eingegangen werden, sondern es wurde eine Bewertung des Gesamteindrucks und somit der jeweils mehrheitlich vertretenen Meinungen und Positionen vorgenommen. Da die abweichenden Meinungen sich in allen Interviews bei jeweils verschiedenen Punkten finden ließen, wird mit diesem Vorgehen auch kein einzelnes Gespräch besonders bevorzugt oder benachteiligt und der Großteil jedes Interviews in die Analyse einbezogen.

6. Diskussion der Ergebnisse

Welche Interpretation lassen die ermittelten Ergebnisse der geführten Interviews nun zu? Wie in der Einleitung beschrieben, sollen die theoretischen Überlegungen aus Teil A an dieser Stelle den empirischen Beobachtungen aus Teil B gegenübergestellt werden. Dabei wird deutlich, dass eine Diskrepanz zwischen den theoretischen Ansprüchen, die der Klimawandel und seine Adaption an den Tourismus stellt, und der tatsächlich zu beobachtenden Wahrnehmung und Reaktion durch die Tourismusbranche an der deutschen Ostseeküste besteht. Die Multidimensionalität der Anforderungen, die der Klimawandel durch seine direkten, indirekten und induzierten Folgen mit sich bringt, werden von den untersuchten Entscheidungsträgern teilweise noch nicht erkannt. Dabei muss darauf hingewiesen werden, dass es sich hier um keinen Sonderfall handelt, wie verschiedene Erhebungen aus den Jahren 2002-2005 und 2008 zeigen (vgl. Simpson et al. 2008). Die UNWTO bescheinigt dem Tourismus: „Available studies [...] have consistently found low awareness of climate change and little evidence of long-term strategic planning in anticipation of future changes in climate“ (ebd.). Die Tourismusbranche im deutschen Ostseeraum zeigt diesbezüglich in vielen Bereichen Parallelen auf. Die Vermutung liegt nahe, dass dies hauptsächlich am zeitlichen Rahmen liegt, in dem touristische Entscheidungen getroffen und umgesetzt werden. Touristische Strategien werden maximal für wenige Jahre im Voraus entwickelt, dies begründet allein schon die Dynamik des Marktes (vgl. Wall, Mathieson 2006). Diese Schnelllebigkeit mit den mittel- bis langfristigen Folgen des Klimawandels in Verbindung zu bringen fällt offenbar schwer. Die Interviews zeigen deutlich: Der antizipatorische Ansatz, der in der Literatur als wesentliche Bedingung für den Aufbau einer effektiven Anpassungsstrategie immer wieder genannt wird, spielt im Tourismus noch keine große Rolle. Eine Reaktion auf Klimafolgen wird aktuell erst gezeigt, wenn eine deutliche Einschränkung des touristischen Angebotes durch Wetterereignisse in den Destinationen feststellbar sind: Die geschilderten Bemühungen des Küsten- und Strandmanagements dienen als anschauliches Beispiel dafür. Wissensaneignung im Bereich Klimawandel, bauliche Veränderung und Netzwerkaufbau erfolgten, sofern überhaupt, in fast allen Fällen nicht pro- sondern reaktiv. Neben dem Strandmanagement gibt es kaum nennenswerte weitere Anpassungsmaßnahmen; der Umgang mit der Zunahme von Sturmfluten ist dabei aktuell der einzige wesentliche Indikator, der Indizien für die Adaptionfähigkeit der Tourismusbranche liefert und einen Rückschluss auf diese rein reaktiven Umgang mit Klimafolgen zulässt.

Dass es zu negativen Effekten infolge von Klimaveränderungen kommen *kann*, ist trotzdem vielen Entscheidungsträgern bewusst. Gleichzeitig ist der immer wieder auftretende Verweis auf die (vermeintliche) Uneindeutigkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse ein Hinweis darauf, dass diese Folgen von vielen Interviewpartnern noch als variabel bzw. optional betrachtet werden. Eine Sensibilisierung ist noch nicht feststellbar: Die in Kapitel 3.7 „Auswirkungen des Klimawandels an der Ostsee bis heute“ bereits messbaren Veränderungen des natürlichen Angebotes des Ostseeraums werden, bis auf wenige Ausnahmen, noch nicht wahrgenommen. Dies kann ein Grund sein für die vermeintliche Optionalität des Klimawandels - für die touristischen Leistungsträger hat sich trotz der

jahrelangen Diskussion um Klimafolgen bis heute hinsichtlich des natürlichen Angebotes vor Ort, der Nachfragestruktur oder der Saisonzeiten schlicht noch nicht viel verändert.

In der mangelhaften Wahrnehmung von Veränderungen und des noch nicht bezifferbaren Schadenspotentials liegt - aller Wahrscheinlichkeit nach - auch der Grund, warum die Frage nach den wesentlichen frühen Maßnahmen einer Anpassungsstrategie - Wissen schaffen, Erfahrungen sammeln, Netzwerke bilden - nur wenige konkrete Ergebnisse zutage brachte. Wenn im Umgang mit dem Klimawandel die Folgen nicht im Zeitrahmen touristischer Entscheidungsprozesse liegen und als noch nicht sicher wahrgenommen werden, wird dem Klimawandel eine untergeordnete Dringlichkeit zugesprochen. Gerade durch die starke Dynamik des Marktes, die dem Tourismus generell eine hohe Adaptionsbereitschaft abverlangt und so eine Flexibilität schafft, die für die Adaption von Klimafolgen als Vorteil bewertet werden kann, drängen aktuell offenbar immer wieder neue, kurzfristigere Herausforderungen in den Vordergrund. Dass sich hier eine Änderung der Prioritäten in den nächsten Jahren entwickeln kann, zeigt die Einschätzung, die in Abb. 7 dargestellt wird und dem Klimawandel zumindest in 30 Jahren eine wichtigere Rolle attestiert - im Hinblick auf die Planungsprozesse im Tourismus ist dies noch ferne Zukunftsmusik. Diese Einschätzung deckt sich mit den Leitlinien zur Tourismusedwicklung der beiden untersuchten Bundesländer wie in den Kapitel 2.3.1.2 und 2.3.2.2 zu den touristischen Trends in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein dargestellt, die den Veränderungen durch den Klimawandel ebenfalls eine mittel- bis langfristige Dringlichkeit zusprechen.

Damit ist der aktuelle Umgang der Ostsee-Tourismusbranche mit den Klimafolgen unvereinbar mit den Forderungen der Wissenschaft und der Empfehlung der UNWTO (vgl. Simpson et al. 2008), die eine zeitnahe Reaktion fordern. Dass der Prozess der Adaption Vorlaufzeit braucht, scheint an vielen Stellen nicht bewusst zu sein. Dies kann dadurch bedingt sein, dass die jetzigen Klimafolgen kurzfristig reparabel sind: Der Strandverlust kostet zwar Geld, kann aber durch Aufschüttungen wieder ausgeglichen werden. Es entsteht offenbar der Eindruck, dass Adaption schnell und einfach beherrschbar ist und der einzige limitierende Faktor der finanzielle Rahmen ist, der zur Verfügung steht. Hier kommt erschwerend hinzu, dass die Tourismusbranche bei den Folgen des Klimawandels hauptsächlich die direkten Klimafolgen vor Auge hat, wie in Kapitel 5.2.4.2 „Statistische Erhebung zur Einschätzung künftiger Entwicklungen“ deutlich wurde. Die indirekten und induzierten Klimafolgen, ebenso wie die Verbindungen zu vielen anderen betroffenen Wirtschaftszweigen wie Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Energiewirtschaft werden kaum betrachtet. Bei der Einschätzung der Klimafolgen betrachtet die Tourismusbranche sich nahezu isoliert; die Verankerung als Querschnitts-Disziplin in unterschiedlichsten Bereichen spielt in den Überlegungen fast keine Rolle.

Da die Bereitschaft zur Wissensaneignung klimarelevanter Kompetenzen sehr unterschiedlich ausgeprägt ist und zum Teil mit dem Verweis auf die Kernaufgaben eines Destinations- und Verbandsmanagements entschuldigt wird, zu denen diese Wissensaneignung von vielen Interviewpartner nicht gezählt wird, fällt dem Wissenstransfer durch die Wissenschaft und Projekten wie RADOST eine bedeutende Rolle zu. Wenn die eigene Wissensaneignung aufgrund von mangelnden zeitlichen, personellen und finanziellen Ressourcen nicht geleistet werden kann, müssen Strukturen aufgebaut werden, die das Fachwissen bereitstellen und kommunizieren. Dabei ist eindeutig festzustellen, dass diese Strukturen kaum auf die Hilfe der Tourismusbranche zählen können, da der Anteil an eigenen Erfahrungen im Umgang mit Klimafolgen sehr gering ist. Der Wissenstransfer erfolgt einseitig. Das angeführte Argument, dass die Anpassung zum Teil schon unbewusst stattfindet, ist nicht von der Hand zu weisen. Flexibilität bringt Adaptionsfähigkeit mit sich - allerdings sind unbewusste Anpassungen für die Wissensvermittlung nur bedingt nutzbar. Wenn diese Erfahrungen nicht als Anpassung an den Klimawandel erkannt werden, können sie auch nicht bewusst weiter kommuniziert werden und spielen im Zuge der Wissensaneignung keine Rolle. Da sich diese unbewusste Adaption derzeit zum großen Teil auch nur auf das Strandmanagement bezieht, darf das Potential dieser unbewussten Anpassung nicht zu hoch eingeschätzt werden – es handelt sich hier

nur um punktuelle Lösungsansätze zu akuten Problemstellungen, nicht um eine umfassende Adaptionsstrategie.

Von Vorteil ist, dass über die Rahmenbedingungen für den Wissenstransfer durch öffentliche Strukturen klare Aussagen bzw. Vorstellungen formuliert wurden: Es muss ein überregionales Netzwerk etabliert werden, in dem die Aussagen und Handlungsempfehlungen der Wissenschaft zusammengefasst und in Kooperation mit allen beteiligten Institutionen und Behörden in ganz konkrete Maßnahmen übersetzt werden. Es wird nicht nur die Bereitschaft in solchen Netzwerken zu partizipieren erklärt, sondern auch auf die Notwendigkeit der Etablierung eben dieser hingewiesen. Die Entscheidungsträger haben - allerdings langfristig gesehen - Klimawandel als globale Herausforderung wahrgenommen und sind, zur langfristigen Vorbereitung auf die Klimafolgen, Kooperationen gegenüber aufgeschlossen; die Diskrepanz zwischen den theoretischen Anforderungen und touristischer Praxis liegt hier in der aktuellen Priorisierung und den zeitlichen Vorstellungen von Klimaadaptation. Dass eine Initialführerschaft für die Netzwerkarbeit für die meisten untersuchten touristischen Leistungsträger allerdings nicht in Betracht kommt, erschwert die Etablierung eines funktionalen Netzwerkes und weist staatlichen Strukturen wie Landesregierungen oder vom Staat initiierten Projekten wie RADOST eine große Verantwortung zu. Dies gilt insbesondere, weil der zeitliche Umfang der KLIMZUG-Projekte begrenzt ist. Wie in Kapitel 1.5 „Kurzportrait RADOST“ dargestellt, ist es nicht Ziel dieser Strukturen langfristig zur zentralen Institution für die Adaption im Ostseeraum zu werden, sondern die Akteure selbst dazu zu bringen, auch nach Auslaufen des Projektes in 2014 eigenverantwortlich auf den Klimawandel zu reagieren. Die aktuell geleistete Arbeit der KLIMZUG-Verbünde wie RADOST, als Impulsgeber für die Etablierung von Netzwerken zu fungieren und die Vermittlung von Wissen als Grundlage zu Fragen der Klimaadaptation voranzutreiben, geht zwar im Moment noch mit der zurückhaltenden Mitarbeit der Tourismusbranche konform. Auf lange Sicht ist die passive Rolle, die diese in dieser Frage einnimmt, aber nicht mit der Intention der KLIMZUG-Projekte, Klimakompetenz zu schaffen, vereinbar.

Die Forderung, dass ein solches Netzwerk nicht nur aus Vertretern des Tourismus, sondern aus allen Entscheidungsstrukturen, die für die Tourismusedwicklung nötig sind, bestehen soll, ist durch die Erfahrung anderer touristischer Netzwerke bedingt, in denen sich supraorganisationale Strukturen durchgesetzt haben (vgl. May 2007). Diese Netzwerkerfahrung seitens der touristischen Entscheidungsträger und der partizipierenden Behörden bietet große Vorteile für die Einrichtung eines Klimanetzwerkes: Kommunikationsstrukturen sind vorhanden und bekannt, Kontakte bereits geknüpft. Diese vorhandenen Strukturen sollten im Zuge von Klimaadaptation identifiziert und genutzt werden. Dadurch bietet sich der gut vernetzten Querschnitts-Disziplin Tourismus ein verhältnismäßig leichter und bequemer Zugang zum Aufbau eines Klimanetzwerkes und damit die Chance, die wie in Kapitel 4.3 „Die Tourismusbranche als Vorreiter?“ dargestellte mögliche Rolle als Initialführer den Umgang mit dem Problemfeld Klimafolgen auch in andere wirtschaftliche Teilbereiche zu tragen. Vor diesen Überlegungen ist eine aktive Mitarbeit der Tourismusbranche in Klimanetzwerken von noch größerer Bedeutung als nur die Schadensminimierung in Tourismusregionen als Hauptmotivation für Klimanetzwerke in Betracht zu ziehen.

Bezüglich der Kommunikation wurde in den Interviews deutlich formuliert, wie die Touristiker angesprochen werden wollen: In einer eigenen „Sprache“, kurz und bedarfsgerecht - detaillierte wissenschaftliche Ausarbeitungen, Theorien und Modelle sind für die tägliche Arbeit in touristischen Strukturen nicht effizient einsetzbar. Während diese präzisen Angaben der Interviewpartner zu ihrer Vorstellung einer optimalen Kommunikation hilfreich sind, Adaptionsmaßnahmen so zu vermitteln, dass sie von den Entscheidungsträgern schnell verstanden und umgesetzt werden können, unterstreicht diese Haltung die Passivität an der eigenen Mitarbeit am Themenkomplex Klimawandel, die auch bezüglich der Netzwerkarbeit festzustellen war. Die Forderung, sich die Folgen des Klimawandels so einfach und präzise wie möglich darstellen und gleichzeitig Lösungswege durch externe Organisationen aufzeigen zu lassen, ist aus wirtschaftlichen Gründen nachvollziehbar - jedoch hinsichtlich der Tatsache, dass es sich um grundlegende strategische Überlegungen handelt,

ungewöhnlich. Dass zeitliche und personelle Ressourcen für andere, kurzfristige Aufgaben gebunden sind und nach eigenen Aussagen die fachliche Kompetenz nicht ausreicht, ist dabei offensichtlich nur ein Aspekt; es drängt sich der Verdacht auf, dass die offenbar unbequeme und noch nicht als sehr dringlich eingeschätzte Klimaadaptation anteilig „ausgelagert“ werden soll. Dass die „Entscheidungs“-Träger bezüglich strategischer Überlegungen tatsächlich einen großen Teil ihrer Entscheidungskompetenz abgeben, indem sie die Wissenschaft oder übergeordnete Institutionen erarbeiten lassen, wie mit den Folgen des Klimawandels umgegangen wird, erscheint unwahrscheinlich. Es stellt sich deshalb die Frage, ob die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen, die von öffentlichen Institutionen und Netzwerken erarbeitet werden dann in letzter Konsequenz auch wirklich umgesetzt werden. Zusätzlich ist zu beachten, dass aufgrund sehr unterschiedlicher natürlicher und struktureller Ausgangssituationen in den Destinationen in vielen Fällen individuelle Strategien erarbeitet werden müssen – dies sollte in Kooperation zwischen Destinationsmanagement mit Wissenschaft und übergeordneten Institutionen geschehen, um der in Kapitel 4.2.1 „Anpassung durch die öffentliche Hand“ dargestellten Notwendigkeit der Abstimmungen von Adaptionsstrategien Rechnung zu tragen. Nicht nur die Erarbeitung, sondern auch die Umsetzung etwaiger Adaptionsstrategien und Handlungsempfehlungen vor Ort wird divergieren, da in den Gesprächen deutlich wurde, dass die finanziellen und infrastrukturellen Voraussetzungen in den verschiedenen Destinationen und Verbänden, ebenso wie der Wissensstand und die Bereitschaft zur Netzwerkarbeit der Verantwortlichen höchst unterschiedlich sind. Eine Erarbeitung wirklich erfolgreicher Adaptionsmaßnahmen kann somit nur zusammen mit den Entscheidungsträgern erfolgen, bestenfalls sogar durch diese; die Wissenschaft kann dabei eher assistieren als konkrete Szenarien entwerfen.

Weiterhin ist als Problem festzustellen, dass die Forderung der Tourismuswirtschaft nach klaren Ergebnissen und Prognosen nicht dem aktuellen Wissensstand entspricht - die aktuelle Forschung zum Thema, inklusive dieser Arbeit, zeigt eine Varianz möglicher Entwicklungen und Optionen im Umgang mit dem Klimawandel auf. Insgesamt scheint sich die Tourismusbranche also mit ihrer Forderung nach konkreten Handlungsempfehlungen noch eher bequem zu verhalten, auch wenn der Ruf nach mehr Klarheit im Umgang mit dem Klimawandel, bedingt durch die mediale Klimadebatte und die Notwendigkeit einer effizienten Wirtschaftsweise im Tourismus durchaus nachvollziehbar ist. Als ambivalente Entwicklung muss in diesem Zusammenhang die öffentliche Klimadiskussion in den letzten Jahren gesehen werden: Zwar hat sie auf der einen Seite für eine Sensibilisierung der touristischen Entscheidungsträger gesorgt, die sich der Herausforderung des Klimawandels für eine mittel- bis langfristige Zukunft bewusst sind, wie Kapitel 5.2.4 „Einschätzung weiterer zukünftiger Entwicklungen“ zeigt. Anders als weitere Entwicklungen, die die Tourismusbranche beeinflussen, ist der Klimawandel aber so stark ins öffentliche Bewusstsein gerückt, dass auch viele unreflektierte und zum Teil nicht den wissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechende Meinungen zum Thema publiziert worden sind; die „Gesellschaftsfähigkeit“ des Klimawandels hat ihm eine mediale Aufmerksamkeit geschenkt, die ihn teilweise unglaubwürdig macht und das ohnehin schon komplexe Thema um einige verwirrende Meinungen ergänzt hat.

Es überrascht aus den Erkenntnissen in Teil A, wonach die Klimafolgen für den Tourismus der Ostseeregion oftmals positiv dargestellt werden, dass in der Wahrnehmung der befragten Tourismusorganisationen nicht nur die negativen Folgen des Klimawandels eine untergeordnete Rolle spielen. Auch etwaige positive Entwicklungen, wie die Verlängerung der Saison und eine erhöhte Nachfrage in der Hauptsaison, sind bei den touristischen Entscheidungsträgern kaum präsent. Hier zeigt sich abermals, dass in den Augen vieler Touristiker die Folgen des Klimawandels in der Tourismusedwicklung für die nächsten Jahre noch keine strategisch wichtige Rolle spielen. Beinahe scheint es sogar, als wäre ein weiteres Wachstum der absoluten Gästezahlen in der Hochsaison eine logistische „Undenkbarkeit“; ein fast eindeutiger Tenor durch bis zur Obergrenze strapazierter Kapazitätsauslastung während der Hauptsaison lässt ein Wachstum des Tourismus, wenigstens bei der aktuellen touristischen Ausstattung der Destinationen, nicht erstrebenswert erscheinen. Doch nicht nur bei der Gästezahl soll vielerorts der Status quo festgehalten werden: Die meisten zu beobachtenden

Überlegungen beschäftigen sich mit der Frage, wie der Tourismus vor Ort trotz Klimawandel in der Form erhalten werden kann, wie er aktuell ausgestaltet ist. Dass der Klimawandel auf jeden Fall Änderungen mit sich bringen wird, an die man sich anpassen muss (an dieser Stelle wird wieder auf das „dumb-farmer-scenario“ in Kapitel 4.2.1 „Anpassung durch die öffentliche Hand“ verwiesen) scheint dem Tourismus noch nicht bewusst zu sein - es geht eher darum, die Klimafolgen durch Adaption abzumildern und nicht, den Tourismus selbst an die veränderten Bedingungen anzugleichen. Diese konservative Einstellung ist insofern bemerkenswert, als dass sie nicht zur eigentlichen Marktdynamik im touristischen System passt.

Auffällig ist, dass trotz der aktuell zu beobachtenden Wahrnehmung und Reaktion dem Einfluss des Klimawandels auf *langfristige* Sicht eine bedeutendere Gewichtung zugesprochen wird. Entgegen dem aktuellen Umgang mit Klimawandel, der Ausgestaltung und Gewichtung seiner Konsequenzen und der untergeordneten Dringlichkeit zeigt die Einschätzung weiterer künftiger Entwicklungen (Kapitel 5.2.4), dass langfristig gesehen gravierende Nachteile für den Tourismus durch Klimafolgen befürchtet werden. Der Umgang mit den Folgen des Klimawandels wird eine bedeutende Rolle in der Tourismusedwicklung der Region spielen, so viel scheint klar zu sein - allerdings erst in einem zeitlichen Rahmen, der - so das skizzierte Meinungsbild - noch viel Raum für Vorbereitung zulässt. Die Tourismusbranche der Region scheint den Klimawandel insgesamt nicht zu verharmlosen, aber die Adaption hat in den Augen der Befragten offenbar noch viel Zeit und bedarf bedeutend gesicherter Erkenntnisse als heute vorhanden sind. Dieser Widerspruch zwischen der aktuellen Passivität und der Einschätzung eines zukünftigen hohen Schadenpotentials ist ein auffälliges Ergebnis der meisten Interviews. Es scheint fast, als ob von einem gewissen Automatismus in der Klimaadaptation ausgegangen wird - die Tourismusbranche legt großes Vertrauen darauf, dass eine Antwort auf die drängendsten Fragen des Klimawandels zum richtigen Zeitpunkt erarbeitet sein wird; anders kann die relative Gelassenheit entgegen der von den Interviewpartnern selbst prognostizierten, schwerwiegenden Veränderungen nicht erklärt werden. Offen bleibt dabei, wer diese Anpassung erarbeiten soll und wie sie umgesetzt wird. Diese eingangs von Al Gore kritisierte Einstellung des Glaubens an eine hundertprozentige Adaption geht jedoch nicht mit dem aktuellen Stand der Vorbereitung und der Bereitschaft zur Partizipation einher: Wenn die Erarbeitung von Adaptionsstrategien nicht zeitnah beginnt, ist die aktuell „Sorglosigkeit“ nicht begründet. Weiterhin gilt zu beachten, dass weder Adaption noch Klimawandel als Ereignisse zu verstehen sind, welche an einen bestimmten Zeitpunkt geknüpft sind. Wie in Kapitel 3.1. „Natürlicher und anthropologischer Klimawandel“ und 4.2 „Notwendigkeit von Adaption als touristische Managementstrategie“ dargestellt, handelt es sich in beiden Fällen um Prozesse, die eine fortlaufende Beschäftigung mit dem Thema notwendig machen. Der Verweis auf einen Zeitpunkt in der Zukunft, bei dem die Klimafolgen den Tourismus signifikant genug beeinflussen, um einen nennenswerten wirtschaftlichen oder natürlichen Schaden zu verursachen, sitzt also dem Irrtum auf, dass Anpassung innerhalb kurzer Zeit erarbeitet und geleistet werden kann.

7. Handlungsempfehlungen

Das Ziel dieser Arbeit ist es, neben der Beurteilung der aktuellen Situation im Ostseetourismus, auch Handlungsempfehlungen auszusprechen, die hilfreich sind, um die Tourismusbranche auf den Klimawandel vorzubereiten. Bezugnehmend auf die Ergebnisse in Kapitel 5 und 6 soll nun dargestellt werden, welche Möglichkeiten bestehen, um das Adaptionspotential in der Region zu maximieren. Ausgehend von den stark divergierenden Ansichten der Interviewpartner in einigen Punkten, wie in der Interviewdarstellung in Kapitel 5 dargestellt wurde, orientieren sich die folgenden zehn Handlungsempfehlungen an den Meinungen und Aussagen, die am meisten Aufwand erfordern, um eine Adaptionstrategie zu etablieren; also an der geringsten Bereitschaft zur Netzwerkarbeit, am geringsten Wissen zum Thema Klimawandel etc. Ziel ist es dabei, Handlungsempfehlungen mit dem Ziel auszusprechen, alle Entscheidungsträger auf die Folgen des Klimawandels vorzubereiten.

Die Kommunikation zwischen dem Tourismus und der Wissenschaft optimieren

Die Interviews zeigen deutlich, dass die Tourismusbranche sich durch die aktuelle Klimafolgenforschung nicht angesprochen fühlt. Weder die Sprache noch die Inhalte, die als zu unsicher wahrgenommen werden, sprechen die Tourismuswirtschaft an. Diesen Kommunikationsprozess gilt es durch die Etablierung einer praxisorientierten Sprache zu verbessern. Hier schließt sich der Kreis zu den Forderungen an die Kultur- und Sozialwissenschaften, wie in Kapitel 1.2 „Einordnung in den Forschungsstand“ dargestellt, in dem die Forderung nach einer Rückkehr der Sozial- und Kulturwissenschaften aus der Theorie hin zu aktuellen Fragestellungen gesellschaftlichen Wandels dargestellt wurde. Die Eindeutigkeit und Dringlichkeit vorhandener wissenschaftlicher Erkenntnisse zur Klimafolgenadaptation muss vermittelt werden, um mit der populärwissenschaftlichen, medialen Klimadebatte aufzuräumen und konkrete Zukunftsszenarien zu entwerfen. Die Spannweite der Klimafolgen, die durch Unsicherheitsfaktoren, wie in Kapitel 3 „Klimawandel und Tourismus“ dargestellt, entstehen, muss zwar ebenfalls vermittelt werden, gleichzeitig ist in der Kommunikation aber anzustreben, dass es sich bei diesen Unsicherheiten nur um die Tragweite des Klimawandels handelt und nicht um die originäre Frage nach dessen Existenz. Um sich auf den Klimawandel vorzubereiten bedarf es allerdings nicht nur des Wissenstransfers von der Wissenschaft zum Tourismus. Die Rückkopplung mit den Praktikern ist auch für die touristische Klimafolgenforschung von Bedeutung. Der Tourismus muss sich angesprochen fühlen und gleichzeitig dazu aufgefordert werden, den Dialog zu suchen und sich in die Entwicklung und Gestaltung touristischer Adaptionstrategien einzubringen. Um die abwartende Haltung des Tourismus aufzulösen muss die Wissenschaft den Bedarf nach diesem Input formulieren und deutlich kommunizieren.

Die Kommunikation und Kooperation zwischen Touristikern, Behörden und Wissenschaft fördern

Es wurde in den Interviews deutlich, dass bei der Umsetzung infrastruktureller Maßnahmen in Tourismusdestinationen nicht nur die touristischen Leistungsträger involviert sind. Kompetenzen und Zuständigkeiten liegen bei unterschiedlichen Institutionen - teilweise auch überschneidend. Um eine effektive Adaptionstrategie zu entwickeln ist es ratsam, von Anfang an alle involvierten Entscheidungsträger mit einzubeziehen. Dafür ist die Identifizierung aller wichtigen Institutionen und ihrer Kompetenzen nötig. Gleichzeitig ist zu empfehlen, Kompetenzüberschneidungen frühzeitig aufzulösen um Verwaltungswege für die Umsetzung beschlossener Maßnahmen zu verschlanken. Auch Kommunikationsstrukturen zwischen den einzelnen involvierten Partnern müssen identifiziert, optimiert und ggf. etabliert werden; es gilt auch hier, wie generell im Umgang mit dem Klimawandel, „Kirchturmdenken“ aufzulösen und effizient zusammenzuarbeiten. Diese Aufgabe kann mit großem Aufwand verknüpft sein: Wenn behördliche Strukturen verändert und Kompetenzen neu verteilt

werden müssen, kann dieser Prozess viel Zeit in Anspruch nehmen und an vielen Widerständen scheitern – der versuchte Umbau des Deutschlandtourismus mit dem Ziel, ein effizienteres Marketing zu etablieren, zeigt dies deutlich (vgl. May 2007). Zusätzlich gilt es zu bedenken, dass kaum eine allgemein gültige (neue) Kompetenzverteilung getätigt werden kann; alleine die unterschiedlichen Formen der touristischen Entscheidungsstrukturen in den Destinationen erschweren dies. Das Destinationsmanagement wird teilweise als Aufgabe der Kommunalpolitik verstanden, einige Destinationen leisten sich eine eigene Tourismus-Agentur, wieder andere arbeiten im Verbund mit anderen Orten etc. Erschwerend kommen unterschiedliche Verwaltungsstrukturen der Kreise und Länder hinzu, die ebenfalls zum Teil bei touristischen Fragen vor Ort mitentscheiden. Diese sehr unterschiedlichen touristischen Entscheidungsstrukturen lassen keine standardisierte Kompetenzzuweisung für die gesamte touristische Region der deutschen Ostseeküste zu, sondern diese müssen ggf. von Destination zu Destination neu erarbeitet werden. Diese Überlegungen machen abermals deutlich, dass der Aufbau einer Adaptionstrategie zeitnah beginnen muss.

Dringlichkeit vermitteln

Eines der klarsten Ergebnisse der Interviews ist, dass bei einem Großteil der Touristiker die Dringlichkeit von Klimaadaptation nicht wahrgenommen wird. Im Hinblick auf die immer dramatischeren Szenarien in der Klimawissenschaft zu Geschwindigkeit und Folgen des Klimawandels, welche aktuell im Mai 2011 noch einmal deutlich nach oben korrigiert wurden und vom IEA-Chefökonom Faith Bristol als „die schlimmsten Nachrichten zum Thema Klima“ (vgl. Zeit Online 2011) beschrieben wurden, ist eine Vermittlung der Dringlichkeit dieser Problematik von großer Bedeutung. Die finanziellen Ressourcen, die eine effektive Adaptionstrategie beansprucht, können, so die Ergebnisse der Interviews, oft nicht kurzfristig bereitgestellt werden. Es wird zudem immer wieder deutlich, dass Adaption aus verschiedenen Gründen einen langen zeitlichen Vorlauf benötigt. Die Dynamik des touristischen Marktes tut ihr übriges, den Auswirkungen des Klimawandels, welche sich erst in den nächsten Jahrzehnten immer deutlicher zeigen werden, eine geringe Priorität zuzuordnen. Es muss daher von der Wissenschaft und/oder den entsprechenden Projekten wie RADOST kommuniziert werden, dass Adaption nicht kurzfristig möglich ist und eine zeitnahe Umsetzung erster Maßnahmen erfolgen muss, um den Tourismus an der Ostseeküste zukunftsfähig zu gestalten. Hier ist zu empfehlen, bereits messbare Änderungen des Klimas sowie Veränderungen des natürlichen Angebotes aufzuzeigen, um der noch untergeordneten Bedeutung, die dem Klimawandel zugeschrieben wird, mit konkreten Sachverhalten entgegenzutreten. Außerdem muss deutlich der Umfang der zu erwartenden Veränderungen kommuniziert werden, um den Eindruck einer kurzfristigen Adaption, so wie sie heute im Zuge des Strandmanagements oft noch möglich ist, zu widerlegen. (s. auch nächster Punkt)

Alle Klimafolgen verdeutlichen

Durch die Befassung der Kultur- und Sozialwissenschaften mit dem Klimawandel in den letzten Jahren wurde eine neue Dimension des Phänomens in den Fokus gerückt. Es gibt neue Erkenntnisse der indirekten und induzierten Folgen des Klimawandels. Diese scheinen von der Tourismusbranche an der Ostseeküste noch nicht in Gänze registriert zu werden, vor allem mögliche Veränderungen der Sozial- und Wirtschaftsstruktur wurden in den Gesprächen selten thematisiert. Um den Klimawandel in seiner Multidimensionalität aufzuzeigen, bedarf es einer breiten Aufklärungskampagne, die veranschaulicht, dass es beim Klimawandel nicht nur um Temperatursteigerungen, Extremwetterereignisse und den Meeresspiegelanstieg geht; stattdessen muss klar gezeigt werden, welche gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sich ändern werden. Auch die Verflechtung der Tourismusbranche mit anderen Wirtschaftszweigen, die ebenfalls vom Klimawandel betroffen sind, muss verdeutlicht werden. Die immer wieder angesprochenen Veränderungen gesellschaftlicher Rahmenbedingungen wie Schulzeitenregelungen und der demographische Wandel weisen darauf hin,

dass eine Sensibilität und Adaptionbereitschaft gegenüber diesen direkten und indirekten gesellschaftlichen Veränderungen sogar eher vorhanden ist als gegenüber den direkten Klimafolgen. Gleichzeitig hat die Tourismusbranche seit ihrem Entstehen vor 150 Jahren Erfahrung mit der Anpassung an soziokulturelle Veränderungen. Eine deutliche Vermittlung aller Klimafolgen kann im soziokulturellen Bereich, anders als bei den direkten Veränderungen des natürlichen Angebots der Destinationen, bei dem es kaum Erfahrungen gibt, dazu führen, dass diese Adaptionserfahrung den Prozess der Anpassung an den Klimawandel deutlich bereichert, indem der Wissenstransfer in beide Richtungen stattfindet – von der Wissenschaft in die Praxis und andersherum.

Grenzen von Adaption kommunizieren

Nicht für alle Klimafolgen wird es die Möglichkeit der Anpassung geben. Das dumb-farmer-scenario in Kapitel 4.2.1 zeigt, dass auch bei einer optimalen Adaption limitierende Faktoren technischer, finanzieller und politischer Art dafür sorgen, dass sich Änderungen für das touristische Angebot der Ostseeregion ergeben werden. Der Erwartungshaltung mit den passenden Maßnahmen den Tourismus des Jahres 2010/2011 zu „konservieren“, die in den Interviews teilweise formuliert wurde, muss mit einer ehrlichen Machbarkeitsstudie entgegengetreten werden, um aufzuzeigen, welche Klimafolgen adaptierbar sind und welche nicht. Dieses Vorgehen kann das Vertrauen in die verantwortlichen Strukturen stärken und damit die Akzeptanz der Adaptionsmaßnahmen fördern. In den Interviews wurde deutlich, dass ein großes Hindernis bei der Etablierung geeigneter Adaptionsmaßnahmen mangelndes Vertrauen in die Klimaszenarien darstellt. Mit einer offenen Kommunikationsstrategie kann dem begegnet werden.

Auch für die konkrete, praktische Umsetzung ist eine von Beginn an ehrliche Darstellung der Adaptionmöglichkeiten zu empfehlen, um zu verhindern, dass Anpassungsmaßnahmen für Klimafolgen entwickelt und umgesetzt werden, die gar nicht zu adaptieren sind. Die dafür eingesetzten finanziellen und organisatorischen Ressourcen würden an anderer Stelle, an der eine erfolgversprechende Adaption möglich ist, fehlen. Ein offener Umgang mit den Klimafolgen ist entsprechend auch im Zuge einer Effizienzmaximierung sinnvoll.

Überregionale Netzwerke aufbauen

Von den Interviewteilnehmern wurde betont, dass politische Grenzen nicht die Größe eines Anpassungsnetzwerkes bestimmen dürfen. Das Ausmaß des Klimawandels als globales Problem wurde ebenso erkannt wie interregionale Abhängigkeiten. Es ist empfehlenswert, ein möglichst großes Netzwerk aufzubauen; dies gilt insbesondere aufgrund des bis hierhin festgestellten geringen individuellen Erfahrungsschatzes im Umgang mit dem Klimawandel. Umso mehr Teilnehmer ein solches Netzwerk aufweist, umso größer ist der kollektive Erfahrungsschatz. Aufgrund der Tatsache, dass bei Fragen des Klimawandels seitens der Tourismuswirtschaft keinerlei länderspezifische Ressentiments bei den beiden touristischen Konkurrenz-Destinationen Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein erkennbar sind, kann ein Ostsee-Netzwerk auf Bundesebene etabliert werden. Die Forderungen nach einem Gesamt-Ostsee-Netzwerk, welches alle Anrainer-Staaten anspricht, kann im Hinblick auf etwaige Kommunikationsschwierigkeiten, wirtschaftliche Disparität, einer unterschiedlichen nationalen Gesetzeslage und vor allem den auf jeweiliger nationaler Ebene zu vermutenden, unsicheren Kompetenzverhältnissen zwischen den einzelnen Institutionen nur bedingt empfohlen werden. Hierbei könnte vor allem die Tatsache, dass es noch kein politisches Konstrukt wie z.B. die Europäische Union gibt, in dem alle Anrainer-Staaten vertreten sind, eine zeitliche Verzögerung bedeuten. Die Etablierung eines solchen politischen Konstrukts könnte zu aufwändig sein, um der Forderung nach einer zeitnahen Adaption zu entsprechen. Diese Einschränkung ist aber bei allen Netzwerken festzuhalten: Der Gewinn an Erfahrung und Kompetenz muss mit der Effizienzminderung im Einklang stehen, die ein Anstieg der Teilnehmerzahl mit sich bringt.

Bei der Etablierung eines Netzwerkes, unabhängig von seiner letztlich Größe, sollte darauf geachtet werden, dass sich die aktuellen Strukturen des Deutschlandtourismus nicht wiederfinden lassen. Die starke Effizienzmindering durch Zersplitterung und sogenannte „Kirchturmpolitik“, entstanden aus einem unkoordinierten Wachstum des deutschen Tourismusmarktes, sollte sich im Umgang mit dem Klimawandel, alleine schon aufgrund der zeitlichen Einschränkung für den Aufbau einer Adaptionstrategie, nicht wiederholen. Im konkreten Fall hieße das, so weit möglich alle Destinationen und Leistungsträger in einem Netzwerk zu vereinen und die Kompetenzen klar zu verteilen. Damit würde den Empfehlungen nach Professionalisierung und Verschlinkung, die auch für die anderen Bereiche des deutschen Tourismusmarktes gefordert werden (vgl. May 2007), nachgegangen werden.

Der Tourismuswirtschaft mehr Verantwortung übertragen

Weiterhin muss die *aktive Teilnahme* der Tourismuswirtschaft an Netzwerkarbeit gefördert werden. Die aktuell noch vorherrschende Stimmung des Abwartens, ebenso die Erwartungshaltung an Wissenschaft und öffentlich geförderte Strukturen wie RADOST, ganz konkrete Handlungsempfehlungen auszusprechen, ist nicht ausreichend. Das Ziel des KLIMZUG-Programmes, unabhängige Netzwerke aufzubauen, die nach 2013 selbständig Adaptionmaßnahmen entwickeln und umsetzen, kann so nur schwer erreicht werden. Der Tourismuswirtschaft muss die Verantwortung für die Adaption übertragen werden um grundlegendes Wissen zu vermitteln und Klimanetzwerk-Kompetenz zu schaffen. Es muss in aller Deutlichkeit formuliert werden, dass die (Tourismus-) Wirtschaft nicht nur Teil des Netzwerkes ist, sondern dieses Netzwerk mit tragen wird.

Neben der Netzwerkarbeit muss dem Tourismus, und dabei besonders den Strukturen der öffentlichen Tourismuswirtschaft wie Destinationen und Verbänden, vermittelt werden, dass die Frage der Klimawandelanpassung durchaus in den Verantwortungsbereich der jeweiligen Institution fällt. Kapitel 3.6 „Touristisch relevante Klimafolgen für die deutsche Ostseeküste“ hat deutlich gemacht, dass es sich beim Klimawandel nicht um eine Herausforderung handelt, mit der man sich optional befassen kann wenn es Zeit und finanzielle Kapazitäten zulassen, sondern das touristische Geschehen so wie es sich aktuell darstellt in vielerlei Hinsicht verändern wird. Die Verantwortung für die touristische Entwicklung von Orten und Regionen muss um die Dimension Klimawandel erweitert werden. Selbst wenn die DMOs und Verbände ihre Hauptaufgabe im Marketing sehen, kann eine zeitnahe Adaptionstrategie als USP sogar aus einem ganz anderen Blickwinkel als der Schadensminimierung eine wichtige strategische Herausforderung sein.

Finanzielle und personelle Ressourcen zur Verfügung stellen

Neben der Sensibilisierung für die Verantwortung, die der Tourismus trägt, ist das Bereitstellen finanzieller und personeller Ressourcen eine weitere wichtige Voraussetzung für eine effektive Adaptionstrategie. Verantwortung und Wissen allein reichen nicht aus, um den Folgen des Klimawandels zu begegnen - Adaption kostet Geld und braucht Zeit; es muss sichergestellt werden, dass beides vorhanden ist. Der wiederkehrende Hinweis in den Interviews auf die Problematik, dass genau diese Ressourcen fehlen, um Adaptionmaßnahmen umzusetzen stellt also ein bedeutendes Hindernis im Adaptionprozess dar.

Der Aufbau finanzieller Ressourcen steht in Zeiten einer angespannten Haushaltslage von Städten und Kommunen in Schleswig-Holstein (vgl. Giebler 2010) bei einer gleichzeitig positiven Entwicklung in Mecklenburg-Vorpommern, wo viele Gemeinden sogar mit einem Wachstum der Steuereinnahmen rechnen (vgl. Innenministerium Mecklenburg-Vorpommern 2011), unter verschiedenen Voraussetzungen. Unabhängig davon, ob das Geld aus Umverteilungen, die für Schleswig-Holstein zu empfehlen wären, oder dem Überschuss aus Steuereinnahmen wie in Mecklenburg-Vorpommern stammt, müssen finanzielle Ressourcen bereit gestellt werden, die der Dringlichkeit einer (nicht nur touristischen) Klimaanpassung gerecht werden. Es wird an dieser Stelle unterstellt, dass eine

Verbesserung der finanziellen Ausstattung auch die personellen Ressourcen durch die Möglichkeit der Beschäftigung zusätzlicher Mitarbeiter positiv beeinflussen würde.

Zusätzlich bedarf es einer Möglichkeit, besonders für die touristischen Verbände, Rücklagen im entsprechenden Umfang bilden zu dürfen. Das Prinzip der zeitnahen Mittelverwendung, welches für viele öffentliche Institutionen gilt und vorschreibt, die bereitgestellten Steuermittel innerhalb eines Jahres einzusetzen, ist nur schwer vereinbar mit der Langfristigkeit von Klimaadaptionsprogrammen. Entsprechende Änderungen durch den Gesetzgeber werden hier ausdrücklich empfohlen.

Bewusstsein für die aktuelle Adaption stärken

Neben der Sensibilisierung für die bereits zu beobachtenden Folgen des Klimawandels sollte der Tourismuswirtschaft auch aufgezeigt werden, welche Adaptionsmaßnahmen schon geleistet werden. Wenn gezeigt wird, dass einige Maßnahmen im Bereich Strandmanagement und zu einem gewissen Teil auch das Yield-Management mit dem Fokus auf die Nebensaisonzeiten schon Grundzüge touristischer Klimaadaptation sind, wird veranschaulicht, dass der Klimawandel den Tourismus verändert. Zusätzlich wird durch die Bewusstseinschaffung, dass bereits Adaption stattfindet, der bewusste Erfahrungsschatz vergrößert, was einer Bereicherung für Netzwerke zuträglich ist. Gleichzeitig ist es möglich, diese schon geleistete Adaption als Basis für eine Gesamtadaptation zu nutzen: Damit könnte der Eindruck genommen werden, man müsse bei der Klimaadaptation bei null anfangen. Zwar ist der zeitliche und finanzielle Aufwand nach wie vor beachtlich, allerdings kann an diesen Beispielen veranschaulicht werden, dass Klimaadaptation in vielen Fällen möglich ist. Hierdurch kann das Vertrauen und die Kooperationsbereitschaft etwaiger Netzwerkpartner gestärkt werden.

Ein Anreiz-System schaffen

Ausgehend von der Beobachtung, dass die Adaptionsbereitschaft und die Wahrnehmung der Dringlichkeit einer zeitnahen Strategieerarbeitung bei den Interviewpartnern unterschiedlich ausgeprägt sind, stellt sich die Frage, wie Entscheidungsträger, die sich mit den Folgen des Klimawandels in ihrer strategischen Ausrichtung noch gar nicht oder wenig befassen, dazu bewegt werden können sich zeitnah mit Klimaadaptation zu beschäftigen.

Eine Möglichkeit wäre ein finanzielles Anreiz-System, indem etwa öffentliche Fördergelder primär an Projekte zur Anpassung geknüpft werden. Dies wäre auch im Hinblick auf das Argument der mangelnden finanziellen Ressource für Klimawandelanpassung ein Lösungsansatz. Ausgehend davon, dass kurzfristige Adaption teurer wird als langfristige, wäre ein solches Anreiz-System für frühzeitige Adaption auch argumentativ leicht zu rechtfertigen. Es muss an dieser Stelle aber betont werden, dass der Klimawandel nicht die einzige Herausforderung ist, vor der der Ostseetourismus steht; hier ist eine verantwortungsvolle Förderpolitik zu empfehlen. Die Klimaadaptation muss deutlicher ins Zentrum öffentlicher Förderungen gerückt werden, darf aber nicht alleine im Fokus stehen.

Auch moralische Anreize können - etwa von Ländern oder Verbänden - geschaffen werden, indem die Vorreiter in der touristischen Adaption auch als solche ausgezeichnet werden. Die Vorbildfunktion, die solche touristischen Entscheidungsträger übernehmen, sollte deutlich kommuniziert werden, um anderen Destinationen als Ansporn zu dienen.

8. Fazit und Ausblick

Zu den anfangs formulierten Fragen nach der Wahrnehmung und Bewertung von Klimafolgen konnten auf Grundlage der Interviewauswertungen denkbare Strategien sowie effektivere Kommunikationswege als Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden.

Die Betrachtung der Wahrnehmung, Bewertung und Reaktion touristischer Leistungsträger an der Ostsee zeigt auf, dass zwischen dem theoretischen Anspruch einer optimalen Klimaadaptation und der touristischen Wirklichkeit signifikante Unterschiede bestehen. Die Tourismusbranche an der Ostsee ist insgesamt noch nicht ausreichend auf mögliche Szenarien des Klimawandels vorbereitet und zeigt kaum Entwicklungen, die eine Änderung dieses Zustandes erwarten lassen. Auch wenn sie damit dem allgemeinen Trend der globalen Tourismuswirtschaft folgt, kann diese Entwicklung vor dem Hintergrund geforderter, zeitnaher Adaption eine Gefährdung für die touristische Zukunft der Region bedeuten. Besonders die in Teil A dargestellten Klimaszenarien, welche Nordostdeutschland als eine der am intensivsten von Klimaveränderungen betroffenen Regionen in Deutschland identifiziert und grundlegende Veränderungen von Tourismusströmen und Saisonzeiten prognostiziert, sowie die Vulnerabilität des Wirtschaftszweiges Tourismus machen deutlich, dass ansässige touristische Institutionen Maßnahmen zur Klimaadaptation ergreifen müssen, damit die Ostseeküste weiterhin als attraktive Destination wahrgenommen wird.

Es hat sich gezeigt, dass der Klimawandel für die strategischen Planungen in vielerlei Hinsicht offenbar eine Sonderstellung innehat: Die Verantwortung für die Erarbeitung von Adaptionsstrategien wird von den Touristikern an die Wissenschaft und den Staat übertragen, der Umgang mit dem Klimawandel wird vielerorts nicht als Teil der Kernaufgabe des touristischen Geschäfts verstanden. Hier muss der Tourismuswirtschaft verdeutlicht werden, dass klimatische Veränderungen und die Anpassung daran als Teil der strategischen Planung in ihren Verantwortungsbereich fallen: Der Klimawandel ist keine rein naturwissenschaftliche und meteorologische Problemstellung mehr, sondern wird neben den natürlichen Gegebenheiten vor Ort auch wesentliche soziale und kulturelle Rahmenbedingungen bedeutend verändern. Die Tourismusbranche wird als Querschnitts-Disziplin vom Klimawandel direkt und indirekt auch Einflüssen unterliegen, deren Komplexität derzeit nicht in vollem Umfang absehbar ist. Aufgrund dieser Abhängigkeit von multikausalen Zusammenhängen ist die Tourismuswirtschaft vielleicht noch eher als andere Wirtschaftszweige auf eine zeitnahe, umfassende Strategieentwicklung zur Adaption angewiesen.

Auch wenn die Wahrnehmung und die Reaktion aktuell Defizite aufweisen, besteht Grund zu der Annahme, dass eine effiziente Adaptionsstrategie erfolgreich implementiert werden könnte. Die Vernetzung touristischer Strukturen, eine allgemeine Anpassungsfähigkeit an veränderte natürliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen, die Wahrnehmung des Klimawandels als langfristige Bedrohung und erste best-practice-Beispiele, die auf eine - wenn auch noch zaghafte - Veränderung der Sichtweise hindeuten könnten, bieten eine Grundlage zur möglichen Etablierung touristischer Adaptionsstrategien. Es muss deutlich kommuniziert werden, dass diese Anpassung nur in Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern vor Ort erfolgen kann. Ein universeller Maßnahmenkatalog wäre aufgrund der individuellen Charakteristika der einzelnen Destinationen nicht realisierbar.

Wenn den touristischen Entscheidungsträgern vermittelt werden kann, dass eine zeitnahe Mitarbeit für eine erfolgreiche Anpassung an die Folgen des Klimawandels von wesentlicher Bedeutung ist, kann der Ostseetourismus Schäden klimatischer Veränderungen minimieren und das dargestellte Wachstumspotential nutzen.

Um dies entsprechend zu kommunizieren, sollten die dargestellten direkten, indirekten und induzierten Folgen, die bei einer Beibehaltung der untergeordneten Rolle, welche dem Klimawandel momentan

noch von den meisten Entscheidungsträgern zugesprochen wird, explizit veranschaulicht werden. Es muss betont werden, dass ein „Aussetzen“ der Klimaproblematik nicht möglich ist und die wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Notwendigkeit einer Klimaadaptation eindeutige Handlungsempfehlungen definieren. Dafür sollte unterstrichen werden, dass die eingangs erwähnten Unsicherheiten zwar die Ausprägung des Klimawandels, nicht aber seine eigentliche Existenz betreffen. Demnach können die Handlungsempfehlungen auch zum Teil losgelöst von der Varianz der berechneten und in der medialen Klimadebatte diskutierten Klimamodelle betrachtet werden, und sollten deshalb als Instrument gegen die zu erwartende Klimaentwicklung stärker in die strategischen Planungsprozesse der Tourismusbranche integriert werden. Nach dem Ende der Wirtschaftskrise, die sich zweifelsohne als unmittelbare Bedrohung dargestellt hat, wird Klimaadaptation zukünftig eine größere Bedeutung beigemessen werden müssen - vor allem unter Einbezug der klimafolgenrelevanten Forschungsergebnisse der Sozial- und Kulturwissenschaften. Das gilt nicht nur für die Entscheidungsträger vor Ort, sondern auch für die Instanzen, die die entsprechenden Rahmenbedingungen erarbeiten. Damit wird auch Klimaanpassungsprojekten wie RADOST, in den nächsten Jahren die Aufgabe zufallen, die Dringlichkeit von Klimaadaptation zu erörtern und Netzwerke zu initiieren. - Wenn aber vor Ort der Wille und das Wissen geschaffen werden sich der Herausforderung Klimawandels zu stellen, und dann die finanziellen Mittel fehlen oder gesetzlichen Rahmenbedingungen die Adaption behindern, werden diese Bemühungen des KLIMZUG-Programms ad absurdum geführt.

Insgesamt wurde mit dem Tourismus an der deutschen Ostseeküste ein hochsensibler Wirtschaftszweig in einer von zukünftigen Klimawandeleinflüssen stark betroffenen Region untersucht, gleichzeitig weist die Tourismusbranche jedoch etablierte Netzwerke und eine hohe Flexibilität auf: Es ist deutlich, dass hier Gefährdung und Potential eng beieinander liegen. Die Gefährdung des Tourismus durch den Klimawandel wird aller Voraussicht nach in den nächsten Jahren steigen. Deshalb gilt es nun zu vermitteln, dass dieses Potential in Fragen der Klimaadaptation genutzt werden sollte, um die vorhandenen Stärken des Tourismus für die Schadensminimierung und Wachstumsausschöpfung einzusetzen. Um der globalen Herausforderung Klimawandel zu begegnen, müssen die lokalen Entscheidungsträger mit eingebunden werden. Nur wenn dies in der nahen Zukunft geschieht, kann die Tourismusregion Ostsee auch langfristig eine bedeutende Rolle im Deutschland-Tourismus spielen.

Literaturverzeichnis

- Alcamo, J. et al. (2007):** Europe. In: Parry M.L. et al.: Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (S.541-580). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Becken, S., Hay, J. (2007):** Tourism and Climate Change. Risks and Opportunities. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Bernstein, L. et al. (2007):** Klimaänderung 2007: Synthesebericht. Zusammenfassung für politische Entscheidungsträger. (<http://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/deutch/IPCC2007-SYR-SPM-german.pdf>, 27. November 2010).
- Bieger, T. (2006):** Tourismuslehre - Ein Grundriss. 2. Auflage. Bern: Haupt.
- Bieger, T. (2008):** Management von Destinationen. 7. Auflage. München: Oldenbourg.
- Bojanowski, A. (2008):** Die Ostsee wird wärmer. (<http://www.sueddeutsche.de/wissen/klimawandel-die-ostsee-wird-waermer-1.268713>, 22.März 2011).

- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.)** (2007): Bekanntmachung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung von Richtlinien zur Förderung von Forschungsvorhaben Klimawandel in Regionen zukunftsfähig gestalten (KLIMZUG). (<http://www.bmbf.de/foerderungen/7764.php>, 15.Dezember 2010).
- Bundesumweltministerium (Hrsg.)** (2008): Deutsche Anpassungsstrategie an den Klimawandel - Zusammenfassung. (http://www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/das_zusammenfassung.pdf, 13.Dezember 2010).
- Christiansen, T., Schürmann, H.** (2007): Küsten im Wandel: Deutschland. (<http://www.ikzm-d.de/modul.php?show=151>, 29.November 2010).
- Deutscher Wetterdienst** (2011): Deutschlandwetter im März 2011. Warm, sehr trocken und sehr sonnig mit einigen Rekorden. Pressemitteilung vom 30.03.2011. (http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop?_nfpb=true&_pageLabel=dwdwww_menu2_presse&T98029gsbDocumentPath=Content%2FPresse%2FPressemitteilungen%2F2011%2F20110330__DeutschlandwetterimMaerz2011__news.html, 02.April 2011).
- Deutscher Wetterdienst** (2011): Deutschlandwetter im Winter 2010/2011. Anfang schneereich und sehr kalt, später überwiegend mild. Pressemitteilung vom 25.02.2011. (http://www.dwd.de/bvbw/appmanager/bvbw/dwdwwwDesktop?_nfpb=true&_pageLabel=dwdwww_menu2_presse&T98029gsbDocumentPath=Content%2FPresse%2FPressemitteilungen%2F2011%2F20110225__DeutschlandwetterWinter2010__2011__news.html, 02.April 2011).
- Dow, K., Downing, T., Schellhuber, H.** (2007): Weltatlas des Klimawandels. Karten und Fakten zur globalen Erwärmung. Hamburg: Europäische Verlags-Anstalt.
- dwif Consulting GmbH** (2003): Grundlagenuntersuchung Wassertourismus in Deutschland. Ist-Zustand und Entwicklungsmöglichkeiten. (http://www.ikzm-d.de/infos/pdfs/49_wassertourismus_langfassung.pdf, 14. Januar 2011).
- Ehmer, P., Heyman, E.** (2008): Klimawandel und Tourismus: Wohin geht die Reise? Deutsche Bank Research. Aktuelle Themen 416, 5 März 2008. Frankfurt am Main.
- Endler, C., Matzarakis, A.** (2011): Climate and tourism in the Black Forest during the warm season. In: *International Journal for Biometereology* 55, S.173-186.
- European Travel Commission (Hrsg.)** (2006): Tourismus-Trends für Europa. (http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_Tourismus_Trends_fuer_Europa_02-2007_GER.pdf, 17.Dezember 2010).
- FAZ.NET** (2010): Bruttoninlandsprodukt. Rekordminus für die deutsche Wirtschaft. (http://www.faz.net/s/Rub050436A85B3A4C64819D7E1B05B60928/Doc~EAE2C71910E054D7E81656F285786354E~A_Tpl~Ecommon~Scontent.htm, 10.Dezember 2011).
- Focus Online** (2007): Umweltsünder Tourismus. (http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/klimawandel_aid_134596.html, 16. Dezember 2010).
- Füssel, H.** (2007): Adaptation planning for climate change: concepts, assessment approaches, and key lessons. In: *Sustainability Science* 2, S. 265–275. (<http://www.springerlink.com/content/4155425778557718/>, 17.01.2011).
- Gee, K., Kannen, A., Licht-Eggert, K.** (2006): Raumordnerische Bestandsaufnahme für die deutschen Küsten- und Meeresbereiche. Hrsg.: Forschungs- und Technologiezentrum Westküste der Universität Kiel. (http://iczm.ecology.uni-kiel.de/servlet/is/524/060821_BBR_Bestandsaufnahme.pdf?command=downloadContent&filename=060821_BBR_Bestandsaufnahme.pdf, 27.November2010).
- Giebeler, T.** (2010): Klaus Schlie zur Finanzlage der Kommunen: Konsequente Haushaltskonsolidierungspolitik unabdingbar. Presstext des Innenministeriums Schleswig-Holstein. (http://www.schleswig-holstein.de/IM/DE/Service/Presse/PI/2010/100707_im_finanzlageKommunen.html, 31. Mai .2011).
- Glaeser, B.** (2005): Küste-Ökologie-Mensch. Integriertes Küstenmanagement als Instrument nachhaltiger Entwicklung. München: Oekom.
- Heidbrink, L.** (2007): Von der Natur- zur sozialen Katastrophe. Wo bleibt der Beitrag der Kulturwissenschaften zur Klima- Debatte? In: *Die ZEIT* 62, 30.10.2007 (45). (<http://pdf.zeit.de/2007/45/U-Klimakultur.pdf>, 26.Oktober 2010).
- Heino, R. et al.** (2008): Past and Current Climate Change. In: The BACC Author Team; Assesment of Climate Change for the Baltic Sea Bassin (S.35-131). Berlin, London: Springer.

- Innenministerium Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.)** (2011): Kommunaler Finanzausgleich 2011. Orientierungsdaten für die Haushaltsplanung 2011. (http://service.mvnet.de/_php/download.php?datei_id=29780, 31.Mai 2011).
- Jonas, M., Staeger, T., Schönwiese, C.** (2005): Berechnung der Wahrscheinlichkeit von für das Eintreten von Extremereignissen durch Klimaänderungen. Schwerpunkt Deutschland. (<http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/2946.pdf> , 14.Dezember 2010).
- Kartschall, K., Mäder, C., Tambke, J.**(2007): Klimaänderungen, deren Auswirkungen und was für den Klimaschutz zu tun ist. Hrsg. v. Umweltbundesamt. (<http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3524.pdf>, 10.Dezember 2010).
- Kruse, J.** (2009): Reader „Einführung in die qualitative Interviewforschung“. Freiburg. (<http://www.soziologie-freiburg.de/kruse>, 14.Dezember 2010).
- KUNTIKUM (Hrsg.)** (2009): Sich mit dem Klima wandeln. Ein Klimafahrplan für Tourismus-Destinationen. Lüneburg: Von Stern'sche Druckerei.
- Latif, M.** (2008): Bringen wir das Klima aus dem Takt? Hintergründe und Prognosen. Orig.-Ausg., 5. Aufl. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Liebold, R., Trinczek, R.** (2002): Experteninterview. In: Kühl, Stefan; Strodtholz, Petra (Hrsg.): Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. (S.33-71). Reinbek: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- Lübbe, H.** (1993): Sicherheit. Risikowahrnehmung im Zivilisationsprozeß. In: Bayerische Rückversicherung (Hrsg.): Risiko ist ein Konstrukt. München: Knesebeck.
- Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein (Hrsg.); dwif Consulting GmbH** (2005): Tagestourismus in den Mitgliedsstädten der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (http://www.suedlicher-oberrhein.ihk.de/docs/view/dlzbu_tagestourismus122005.pdf, 12.Februar 2011).
- Matzarakis, A., Tinz, B.** (2008): Tourismus an der Küste sowie in sowie in Mittel- und Hochgebirge. Gewinner und Verlierer. In: Lozán, Jose et al.: Warnsignal Klima: Gesundheitsrisiken. Gefahren für Menschen, Tiere (S. 254-259). Hamburg: Wissenschaftliche Auswertungen.
- May, B.** (2007): Verbandsstrukturen im Deutschlandtourismus. In: Becker, Christoph; Hopfinger, Hans; Steinecke, Albrecht (2007): Geographie der Freizeit und des Tourismus (S.395-402). Oldenbourg: München.
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.)** (2010): Fortschreibung der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern 2010. (http://service.mvnet.de/_php/download.php?datei_id=27585, 27.Januar 2011).
- Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.)** (o.J.): Cluster Tourismuswirtschaft (<http://www.schleswig-holstein.de/MWV/DE/Wirtschaft/Schwerpunkt-bereiche/Tourismus/Tourismus.html>, 10.Februar 2011).
- Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.)** (2007): Das Tourismuskonzept für unser Land. (<http://www.schleswig-holstein.de/cae/servlet/contentblob/361042/publicationFile/38tourismuskonzept.pdf>, 10.Februar 2011)
- Müller, M., Fuentes, U., Kohl, H., Gabriel, S.** (2007): Der UN-Weltklimareport. Berichte über eine aufhaltsame Katastrophe. Orig.-Ausg. Köln: Kiepenheuer und Witsch.
- Mundt, J.** (2006): Tourismus. 3., völlig überarb. und erg. Auflage. München: Oldenbourg.
- Plöger, S.** (2010): Gute Aussichten für morgen. Wie wir den Klimawandel für uns nutzen können. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Westend.
- RADOST** (2010): RADOST Projektbeschreibung. (<http://www.klimzug-RadOST.de/info>, 15.Dezember 2010).
- Rahmstorf, S., Schellnhuber, H.** (2007): Der Klimawandel. Diagnose, Prognose, Therapie. 6. Auflage. München: Beck.
- Rosenzweig, C. et al.** (2010): Climate Change Adaptation in New York City: Building a Risk Management Response. (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/nyas.2010.1196.issue-1/issuetoc>, 10.Januar 2011).
- Schnell, R., Hill, P., Esser, E.** (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8., unv. Auflage. München: Oldenbourg.

- Schuchardt, B.** et al. (2008): Deutschland im Klimawandel. Anpassung ist notwendig. <http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3468.pdf>, 10.Dezember 2010).
- Schumacher, S., Stybel, N.** (2009): Auswirkungen des Klimawandels auf den Ostseetourismus- Beispiele internationaler und nationaler Anpassungsstrategien. In: EUCC (Hrsg.): International approaches of coastal research in theory and practice. Coastline Reports 13, S.23-46. Warnemünde, Leiden: EUCC.
- Schumacher, S., Wever, L., Stybel, N., Haller, I.** (2010): Klimawandel an der deutschen Ostseeküste- ein Thema für den regionalen Tourismussektor? IKZM-Oder Berichte 68. (http://databases.eucc-d.de/files/documents/00000977_IKZM-Oder_Berichte68.pdf, 09.Januar 2011).
- Schützeichel, R.** (2004): Soziologische Kommunikationstheorien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Scott, D. et al.** (2007): Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. Advanced Summary. (http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/davos_rep_advsn_summ_26_09.pdf, 18.Dezember 2010).
- Simpson, M. et al.** (2008): Climate change, adaptation and mitigation in the tourism sector. Frameworks, tools and practices. (<http://www.uneptie.org/shared/publications/pdf/DTIx1047xPA-ClimateChange.pdf>, 28.November 2010).
- Spiegel Online** (a) (2011): Meeresspiegel steigt schneller als erwartet. (<http://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/0,1518,760148,00.html>, 01.Mai 2011).
- Spiegel Online** (b) (2011): Zahl deutscher Urlauber in Tunesien und Ägypten bricht ein. (<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,745906,00.html>, 12.März 2011).
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.)** (2009): Tourismus in Zahlen. Teil A – Touristisches Angebot. (http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/TourismusInZahlen_TeilA1021500097004.property=file.pdf, 23.Mai 2011).
- Stern, N.** (2007): The Stern review. Summary of Conclusions. (http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.hm-treasury.gov.uk/media/4/3/Executive_Summary.pdf, 12.Februar 2011).
- Tourismusverband Schleswig-Holstein; Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (Hrsg.)** (2010): Tourismusbarometer Schleswig-Holstein. Pdf-Publikation auf CD-Rom.
- Turzer, C.** (2008): Warum mehr Deutsche in Deutschland verreisen. (<http://www.welt.de/wirtschaft/article2410938/Warum-mehr-Deutsche-in-Deutschland-verreisen.html>, 22.März 2011).
- Umweltbundesamt (Hrsg.)** (2006): Anpassung an Klimaänderungen in Deutschland. Regionale Szenarien und nationale Aufgaben. (<http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3545.pdf>, 10.Dezember 2010).
- von Storch, H., Stehr, N.** (2007): Einsichten in das machbare. (<http://www.sueddeutsche.de/wissen/klimaschutz-einsichten-in-das-machbare-1.879365>, 23.Mai 2011).
- Wall, G., Mathieson, A.** (2006): Tourism. Change, Impacts and Opportunities. Harlow, UK: Pearson.
- Welzer, H.** (2008): Bitte mitdenken. In: Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.): Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven. Ausgabe II/2008: Heiße Zeiten. Wie uns das Klima verändert (S.60).
- Welzer, H., Soeffner, H., Giesecke, D.** (2010): KlimaKulturen. Soziale Wirklichkeiten im Klimawandel. Frankfurt: Campus Verlag.
- Zebisch, M. et al.** (2005): Klimawandel in Deutschland. Vulnerabilität und Anpassungsstrategien klimasensitiver Systeme. (<http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-k/k2947.pdf>, 13.Dezember 2010).
- Zeit Online** (2011): Klimawandel Treibhausgas-Ausstoß erreicht 2010 Rekordhöhe. (<http://pdf.zeit.de/wissen/umwelt/2011-05/treibhausgas-klimawandel-co2.pdf>, 30.Mai 2011).

Online-Verweise Kapitel 5.1.3 Kurzvorstellung der untersuchten Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein

- Kurverwaltung Kellenhusen** (2011): Herzlich willkommen in Kellenhusen. (<http://www.kellenhusen.de/>, 29.März 2011).

- Kurverwaltung Ostseebad Göhren** (2010): Übernachtungsstatistiken Ostseebad Göhren. (http://www.goehren-ruegen.de/interna/6_Statistikuebersicht%20bis%202009.pdf, 28.März 2011).
- Rostock Marketing** (2010): Rostock und Warnemünde erreichen Spitzenergebnis 2010. (http://www.rostock-marketing.de/news/rostock_warnemuende_spitzenergebnis_2010.php, 28.März 2011).
- Rostock Marketing** (o.J.): Willkommen an der Ostsee. (<http://www.rostock.de/rostock-hotel-reisen-tourismus/warnemuende.html>, 28.März 2011).
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern** (2011): Tätigkeitsfelder und Aufgaben. Online (<http://www.tmv.de/der-tourismusverband-mecklenburg-vorpommern/tatigkeitsfelder-und-aufgaben/>, 28.März 2011).
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern** (2011): Mitglieder. (<http://www.tmv.de/der-tourismusverband-mecklenburg-vorpommern/die-mitglieder/>, 28.März 2011).
- Tourismusverband Schleswig-Holstein** (o.J.): Herzlich willkommen beim Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (<http://www.tvsh.de/>, 29.März 2011).
- Ostsee-Holstein Tourismus e.V.** (2010): Satzung. <http://www.ostsee-schleswig-holstein.de/download.php?artid=0fd8bf71-65fa-5efe-cbec-c8a07b631500>, 29.März 2011)
- Verband Mecklenburgische Ostseebäder** (2011) (<http://www.ostseeferien.de/verband/>, 30.März 2011).
- Wikipedia** (2011): Eckernförde (<http://de.wikipedia.org/wiki/Eckernförde>, 29. März 2011).

Address

Christian Filies
Julius-Wolff-Str.4
21335 Lüneburg

christian.filies@gmail.com