



KURS SYLT

Klarer Blick auf die Insel



BÜRGERBEFRAGUNG 2020
**Wie ticken
SylterInnen wirklich?**

SYLT SIND WIR ALLE
**Der Kommentar
zur Auswertung**

STATISTISCH BETRACHTET
**Die Insel, der
Tourismus und wir**

Liebe Sylterinnen und Sylter,

Alle Ausgaben der Kurs Sylt sowie die Ergebnisse der Befragung sind unter www.sylt.de/kurs-sylt abrufbar.

auch wenn noch immer nicht klar ist, wann und wie es weitergeht, blicken wir hoffnungsvoll auf den touristischen Neustart. Gleichwohl wissen wir, dass die kommende Saison in vielerlei Hinsicht besonders werden und uns erneut vor große Herausforderungen stellen wird. Werden wir im gemeinsamen Einsatz gegen das Virus und für eine liebens- und lebenswerte Insel enger zusammenrücken oder weiter auseinanderdriften?

Fakt ist: Die Coronakrise hat das Leben auf der Insel nachhaltig verändert und den Ruf nach einer neuen Qualität des Tourismus verstärkt. Einen Tourismus, der glücklich macht, uns und unsere Gäste. Einen Tourismus, der die Basis für unser Leben schafft, aber unsere Insel nicht überfordern darf. Einen Tourismus, dem wir in den vergangenen Monaten bereits ein gutes Stück näher gekommen sind. Denn mit dem Dialogprozess, bestehend aus Zukunftsforum, Befragung und Ortsdiskursen, haben wir zusammen mit den fünf Inselgemeinden und ihren Tourismusbetrieben im August letzten Jahres die Voraussetzung für einen konstruktiven Austausch zur touristischen Entwicklung Sylts geschaffen.

Im Mittelpunkt des mehrtägigen digitalen Zukunftsforums im Dezember stand das grundlegende Prinzip der Resonanz und die Frage, wie der Wunsch nach nachhaltigen Beziehungserfahrungen auf die für Sylt so wichtigen Themen Tourismus- und Kapazitätsentwicklung zu übertragen sind. Dazu haben wir mitreißende Fachvorträge gehört und lebendige Gesprächsrunden geführt. Die Thesen, die wir in den vertiefenden Online-Workshops auf breiter Basis erarbeitet haben, werden zeitnah in

ein Eckpunktepapier übertragen und auf lokaler Ebene in den weiteren ortspolitischen Diskurs einfließen.

Ebenso die Ergebnisse der beiden Befragungen. Bereits im September wurden im Rahmen einer qualitativen Befragung 40 Einzelinterviews mit Sylter Entscheidungs- und Mandatsträgern geführt. Weitaus umfangreicher war die darauf aufbauende Bürgerbefragung, die sich an alle volljährigen Personen mit Erstwohnsitz Sylt richtete. An dieser Stelle herzlichen Dank allen, die teilgenommen und Auskunft über ihre aktuelle Situation, ihre Bedürfnisse, Sorgen und Erwartungen gegeben haben. Ihre Antworten liefern wertvolle Fakten und sind Teil der detaillierten Analyse, die wir auf den folgenden Seiten vorstellen.

Sylt ist derzeit keine Urlaubsinsel. Freut sich aber darauf und will gerüstet sein, wenn sie möglichst bald wieder eine ist. „Rüm hart – klaar kiming“ – der friesische Wahlspruch ist in dieser Krise so aktuell wie nie und steht für einen besonnenen, verantwortungsvollen Umgang miteinander. Denn wir sind nicht nur Gastgeber einer freiheitsliebenden Insel, wir sind auch Botschafter eines ganz besonderen Lebensgefühls, das seit jeher aus Toleranz und Solidarität erwächst.



Moritz Luft
Geschäftsführer Sylt Marketing GmbH

IMPRESSUM

Herausgeber
Sylt Marketing GmbH
Stephanstraße 6
25980 Westerland / Sylt

Fon: (0)4651 82 020
info@sylt.de
www.sylt.de

Redaktion
Imke Wein, Jutta Vielberg
presse@sylt.de

Gestaltung
kago – Design & Art Direction
www.katharinagodbensen.de

Titelbild
Martin Haake
www.martinhaake.de

Druck
Möller Druck und Verlag GmbH
www.moellerdruck.de

Copyright
SMG. Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck von Berichten und Fotos aus dem Inhalt, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung der SMG.
Alle Angaben wurden sorgfältig und mit bestem Wissen erstellt.

Zur freiwilligen anonymisierten Online-Bürgerbefragung wurden ab dem 13. November alle 17.964 mündigen Personen mit Erstwohnsitz Sylt per Post eingeladen. **Befragungszeitraum: 16.11. – 8.12.2020**



4.484

ausgefüllte Fragebögen



25 %

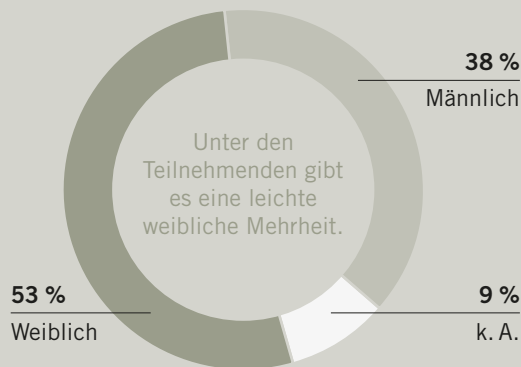
Beteiligung



26 Min.

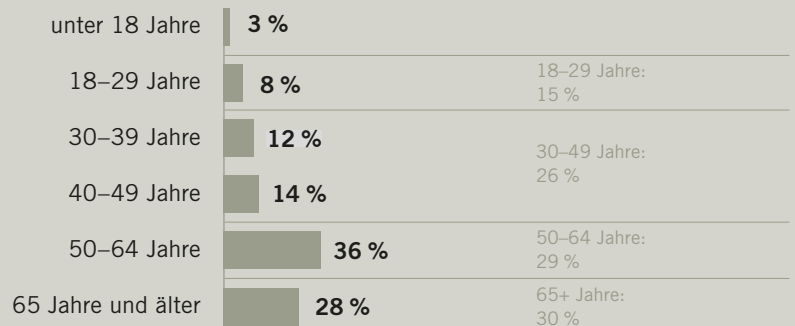
durchschnittlich für die Befragung

Demografische Daten der Teilnehmenden



Durchschnittsalter: 55 Jahre

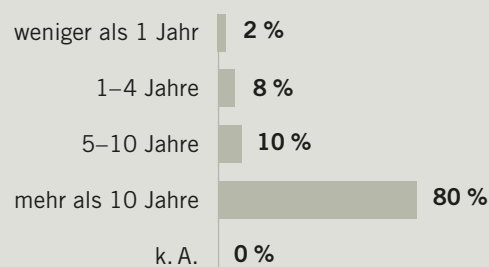
Vergleichswerte Gemeinde Sylt
(Bevölkerung >18 Jahre)



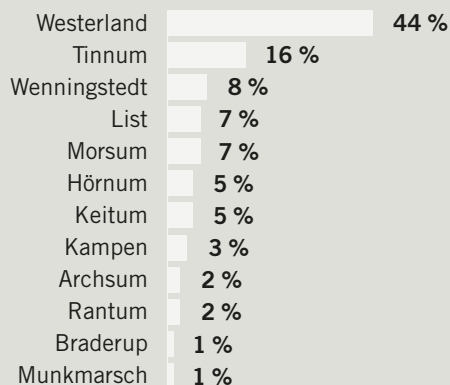
Heimat Sylt

80 % wohnen schon mehr als 10 Jahre auf der Insel.

Wohndauer auf Sylt



Wohnort

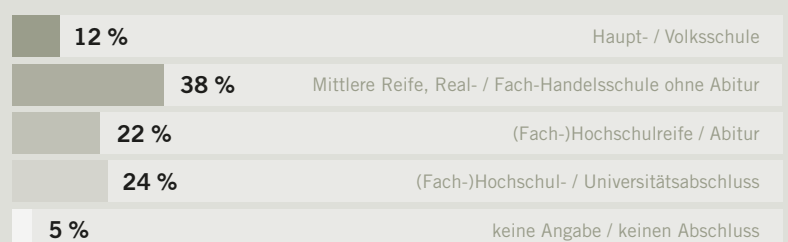


Warum Sylt?

40 % sind auf Sylt aufgewachsen (besonders die jüngste Altersgruppe), **49 %** sind zugezogen (besonders Akademiker), vor allem für die Arbeit.

Ich bin auf Sylt aufgewachsen	40 %
Ich bin nach Sylt gezogen ... (gesamt)	49 %
... wegen meiner Arbeit	29 %
... weil mein Partner / meine Partnerin hier lebt	11 %
... weil Sylt mein / unser Altersruhesitz sein soll	9 %
Andere Gründe	11 %
w. n. / k. A.	1 %

Höchster Schul- / Ausbildungsabschluss



Wie ticken SylterInnen wirklich?

Zum ersten Mal in der Inselgeschichte wurde die Bevölkerung selbst befragt – zur aktuellen Stimmungslage zum Lebens- und Arbeitsraum Sylt im Kontext des touristischen Aufkommens



„Zu viel“, „so nicht“, „es reicht“ – immer wieder in den letzten fünf Jahrzehnten stand die touristische Entwicklung auf Sylt in der Kritik. Es gründeten sich wiederholt Bürgerinitiativen. Es gab insulare Zukunftsforen und den politischen Versuch, Strukturen zu verändern, Kapazitäten zu begrenzen, Wohnen für InsulanerInnen zu ermöglichen. Nie gab es jedoch „gefühlte“ einen so vehementen Aufschrei nach struktureller Veränderung wie seit dem ersten Corona-Lockdown. Um es nicht beim „gefühlte“ zu belassen, sondern der Sache auf den Grund zu gehen, entwickelten wir die Sylt Marketing Gesellschaft im Spätsommer 2020 die Idee einer Befragung der gesamten volljährigen Inselbevölkerung.

Wie tickt der/die SylterIn wirklich, wie sieht er/sie die touristische Entwicklung, wodurch fühlt er/sie sich gestört, was ist man bereit zum nötigen Veränderungsprozess beizutragen? Es galt ein belastbares Fundament zu schaffen, das in alle relevanten Zukunftsstrategien einfließen kann. Zum ersten Mal in der Inselgeschichte wurde die Bevölkerung selbst befragt – nach ihrer aktuellen Situation, ihren Bedürfnissen, ihrem Verhältnis zum Tourismus, ihrer Teilhabe an Entscheidungsprozessen und ihrer Sicht auf die Pluspunkte und die Defizite im Hier und Jetzt.

Zur Online-Bürgerbefragung wurden alle 17.964 mündigen InsulanerInnen mit Erstwohnsitz ab dem 13. November per Post eingeladen. 29 Fragen, davon vier offen gestellt – mit der Möglichkeit, eigene Ideen zu formulieren. Durch einen individuellen

In der Auseinandersetzung mit der Entwicklung Sylts und der touristischen Ausrichtung braucht es ein faktisches Fundament.

Code konnten Mehrfach-Teilnahmen ausgeschlossen werden. Für diejenigen ohne entsprechende technische Ausstattung gab es zudem die Möglichkeit, die Umfrage analog zu beantworten. Die Deadline für die Bürgerbefragung war der 8. Dezember.

Im Anschluss machten sich die Marktforschungsexperten der Agentur „Meinecke & Rosengarten“ an die Auswertung. Erste Ergebnisse konnten bereits Ende 2020 präsentiert werden. Nun legte die Agentur ihren 60 Seiten starken Abschlussbericht vor. Mit aufschlussreichen Resultaten, die hier und jetzt in der zweiten Ausgabe der Kurs Sylt vorgestellt werden.

25 Prozent Response

„Ein überdurchschnittlich gutes Ergebnis“

Das vierköpfige Projektteam der Marktforschungsagentur zeigte sich zufrieden mit den SylterInnen: 25 Prozent der knapp 18.000 postalisch verschickten Einladungen wurden online ausgefüllt und per Mausklick an den Absender geschickt. Wer keinen Zugang zu entsprechender Technik hatte, nahm analog teil. 4.484 komplett ausgefüllte Fragebögen bildeten die solide und belastbare Grundlage für die Auswertung. „Ein überdurchschnittlich gutes Ergebnis, das repräsentativ ist und allgemeingültige Rückschlüsse erlaubt“, so das Urteil der Statistik-Experten. Ein weiteres Lob galt der Ausdauer, mit der sich SylterInnen dem schriftlichen Interview widmeten: Denn im Schnitt verwendeten sie 26 Minuten für die Antworten – das ist länger als bei im Umfang vergleichbaren Befragungen.

Welche Beteiligung an der Umfrage wir uns vielleicht erhofft hätten, steht auf einem anderen

Blatt: Bei der Stimmungslage auf der Insel hätte man annehmen können, dass mehr BürgerInnen Interesse gehabt hätten, ihre Meinung kund zu tun. Die Teilnehmerquote deutet darauf hin, dass in vielen Haushalten jeweils nur ein Fragebogen ausgefüllt wurde. Positiv ist aber, dass die Ergebnisse als repräsentativ gelten können.

Wer sind „die Sylter“?

Statistisch betrachtet

Auf Sylt haben rund 18.000 volljährige Menschen – dabei zwei Prozent mehr Damen als Herren – ihren ersten Wohnsitz. Das Geschlechter-Verhältnis und alle demographischen Fakten der Umfrage entsprechen weitgehend den vom statistischen Bundesamt erhobenen Zahlen zur Bevölkerungsstruktur. Sie entsprechen der gesellschaftlichen Wirklichkeit auf Sylt. Auch darum genießen die Ergebnisse der Umfrage die Attribute „authentisch“ und „belastbar“.

Der/die befragte Durchschnitts-SylterIn ist also auch laut Umfrage-Ergebnis 55 Jahre alt – 10,5 Jahre älter als der/die durchschnittliche BundesbürgerIn. Der weibliche Anteil der Bevölkerung ist um zwei Prozent höher als der männliche. An der Umfrage nahmen zudem nochmal zwei Prozent mehr Frauen teil. Bei der Altersgruppe der 50– bis 64-jährigen lag der Anteil der Umfrage-TeilnehmerInnen mit 36 Prozent um sieben Prozentpunkte höher als der entsprechende Bevölkerungsanteil. Alle Inselorte beteiligten sich an der Umfrage gemäß ihres Bevölkerungsanteils. Nur die BraderuperInnen waren unterproportional vertreten. Was allerdings auf die Qualität des Gesamtergebnisses keinen Einfluss nimmt, weil Braderup real nur vier Prozent der Bevölkerung stellt und ein Prozent der Befragten. ►





„Eingeboren“ oder zugezogen? Wie verteilt sich das?

Wann darf man sich „Sylter“ nennen? Ob durch eine lange Abstammungsurkunde oder die einfache Tatsache, hier gemeldet zu sein – da scheiden sich die Geister. Wie die zahlenmäßigen Verhältnisse sind, weiß man allerdings jetzt seit der Befragung ziemlich genau.

80 Prozent der TeilnehmerInnen lebt schon länger als zehn Jahre auf der Insel – man kann also davon ausgehen, dass ein Großteil der SylterInnen einen fundierten Blick auf die Themen besitzt und sich mit dem Lebensraum Sylt identifiziert. 40 Prozent der TeilnehmerInnen sind gebürtige InsulanerInnen, 49 Prozent Zugezogene – elf Prozent haben sich zu dieser Frage nicht geäußert. Unter der jüngeren Bevölkerung zwischen Ü18 und U30 ist der Anteil von „Natives“ mit 63 Prozent signifikant höher als bei den älteren BürgerInnen.

Das Gros der Zugezogenen ist aus professionellen Gründen auf die Insel gekommen, elf Prozent der Liebe wegen, acht Prozent, um ihren Ruhestand hier zu verbringen. Im kleinen Munkmarsch ist die Zahl derer, die aus Liebe kamen am niedrigsten und am höchsten die, die hier ihren Lebensabend verbringen wollen.

Wie zu erwarten, ist der Anteil der auf Sylt Geborenen in den Dörfern im Sylter Osten mit durchschnittlich 50 Prozent am größten. Unter den Zugezogenen befinden sich besonders viele AkademikerInnen: 61 Prozent von ihnen hat studiert. Ein Abitur besitzt deutschlandweit 32 Prozent der erwachsenen Bevölkerung. Auf Sylt liegt die Zahl um zehn Prozent niedriger.

Wie leben „die Sylter“? Wenig Großfamilie, viele Autos

Nur 20 Prozent der Haushalte leben auf Sylt in einer Gemeinschaft mit einem oder zwei Kindern. Großfamilien mit drei oder mehr Kindern sind dagegen ein statistisch nicht nennenswerter Seltenheitsfall, ebenso vernachlässigt werden kann auf Sylt das Modell Wohngemeinschaft. Solo leben auf der Insel 20 Prozent der Menschen. Der Zweipersonen-Haushalt hat mit 50 Prozent den größten Anteil.

Gut motorisiert: Im Haushalt von 52 Prozent der Befragten gibt es ein Auto, bei 29 Prozent zwei und bei neun Prozent sogar drei und mehr PKW.

Da das Verkehrsaufkommen als eine der großen zu lösenden Herausforderungen der Insel gilt, lag auf diesem Thema ein Umfrageschwerpunkt. Vielsagend ist das Ergebnis: Im Haushalt von 52 Prozent der Befragten gibt es ein Auto, bei 29 Prozent zwei und bei neun Prozent sogar drei und mehr PKW. Neun Prozent aller Umfrageteilnehmer kommen in ihrem Haushalt ganz ohne eigenes Auto aus.

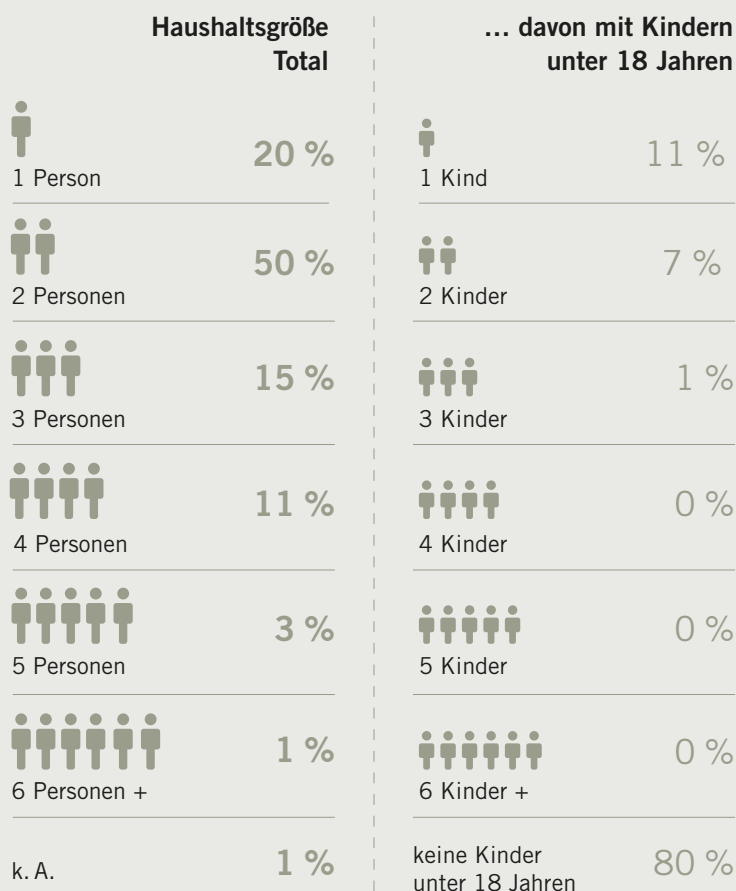
Für die Hälfte aller ihrer Wege nutzen SylterInnen ihr Auto. In der Beliebtheit wird es mit weitem Abstand gefolgt vom komplett eigenen Antrieb: 19,8 Prozent der Wege werden im Mittelwert zu Fuß zurückgelegt, 17,7 Prozent mit dem Rad, gefolgt vom E-Bike mit 5,3 Prozent und dem ÖPNV mit 3,2 Prozent. Die niedrigste Priorität haben bei den InsulanerInnen Motorrad und Motorroller mit 1,1 Prozent.

Der Tourismus & ich Die (Un)-abhängigkeit der SylterInnen

Gar nicht so leicht zu beantworten: Hat meine wirtschaftliche Existenz auf Sylt mit dem Tourismus zu tun oder eher nicht? Hat auf Sylt nicht sogar die Anstellung als LehrerIn indirekt mit der alles beherrschende Struktur des Tourismus zu tun? Die Umfrage machte es dem/der Interviewten jedoch leicht an der Stelle zu klicken, die auf die individuelle Situation zutrifft. ►



Insgesamt **70 %** leben in 1–2 Personen-Haushalten.
In **80 %** der Haushalte leben keine Kinder unter 18 Jahren.



Anzahl der Kraftfahrzeuge im Haushalt

81 %

der Personen verfügen über 1–2 Kraftfahrzeuge im Haushalt.



Art der Fortbewegung im Alltag

20 %

Jeder 5. nutzt für mind. 80 % das KFZ im Alltag.

27 %

Jeder 4. verzichtet gänzlich darauf, Wege zu Fuß zurückzulegen.

45 %

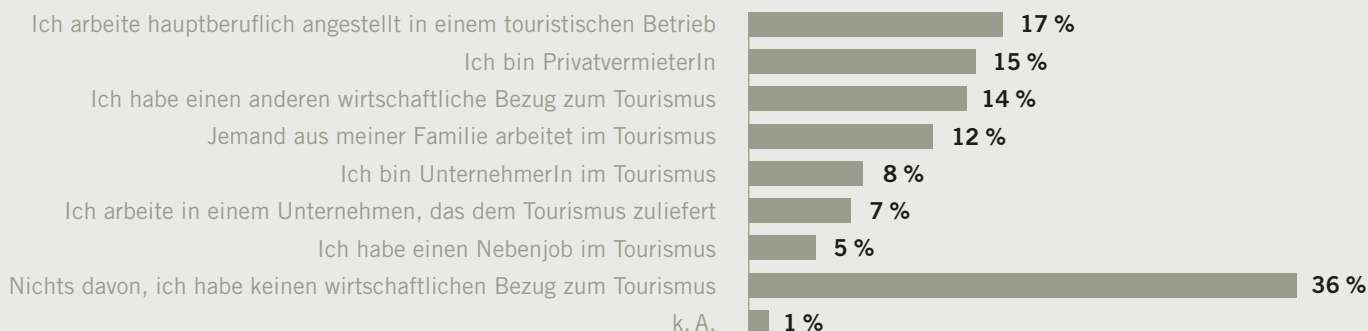
Bei fast jedem 2. spielt das Fahrrad im Alltag keine Rolle.

21 %

2 von 10 Syltern fahren zumindest gelegentlich Bus.

Nur **36 %** haben keinen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus; Jüngere und auf Sylt aufgewachsene haben häufiger einen Bezug.

Persönlicher Bezug zum Tourismus



Der Tourismus als wirtschaftliche Lebensader: Zwei Drittel der SylterInnen beziehen Einkommen aus dem Tourismus.



Wenig überraschend, dass bei zwei Drittel der SylterInnen eine mittelbare wirtschaftliche Abhängigkeit vom Tourismus besteht. Bei Männern weit häufiger in selbstständiger Tätigkeit als bei Frauen, die eher angestellt sind. Bei den jüngeren Erwachsenen U50 leben nur 25 Prozent auf Sylt, ohne in einer unmittelbaren, beruflichen Abhängigkeit vom Tourismus zu leben. In den beiden Altersstufen der Best-Ager Ü50 und Ü66 ist die Anzahl der touristisch Unabhängigen entsprechend höher, was daran liegt, dass in dieser Altersgruppe die Rente und/oder der Besitz für wirtschaftliche Unabhängigkeit von der dominierenden Struktur sorgt. Aus den Tiefen der Umfrage-Analyse ergibt sich außerdem folgende Verteilung: In Rantum leben nur 28 Prozent der „Unabhängigen“ – in Morsum und Archsum ist es fast jeder Zweite, den der Tourismus nicht existentiell betrifft.

83 Prozent aller Befragten nutzen übrigens die Freizeit- und Kulturangebote, die erst durch den Tourismus in dieser Qualität und Größe auf Sylt angeboten werden können, wie z. B. das vielfältige Restaurantangebot, Konzerte oder die Wellnessangebote im Syltiness Center.

„Gefühl“ oder real?

Die (Un)-Zufriedenheit der SylterInnen

SylterInnen mögen ihren Lebensraum. Hätte man der persönlichen, postfaktischen Wahrnehmung zur Stimmungslage auf Sylt getraut, wäre man wahrscheinlich zu der Einschätzung gekommen, dass SylterInnen ihren Lebensraum bestenfalls mit der Note 3 oder 4, einem „befriedigend“ oder einem „ausreichend“ bewerten, wenn nicht sogar schlechter. Bei den Befragten waren es allerdings nur 10 Prozent, die zu einem vorwiegend negativen Urteil über ihren Lebensraum kommen. 72 Prozent bewerten ihn mit „sehr gut“ oder „gut“.

Wofür schätzt der/die SylterIn die Insel?

Was sind die Störfaktoren?

Auf die Frage, welche Faktoren der/die SylterIn als lebenswert empfindet, erfuhr die Natur mit 87 Pro-

zent auf dem ersten Platz die häufigste Nennung. Ob der Zustand der Sylter Natur sich aber in den letzten zehn Jahren verbessert oder verschlechtert hat, darüber waren sich die InsulanerInnen vollkommen uneinig. Die Lebensumstände – wie die sozialen Beziehungen und die Entspannungsmöglichkeiten – landeten auf Platz zwei (63 %) und die Infrastruktur inklusive Arbeitsplätze lagen auf Rang 3 bei den Faktoren für die Lebensqualität.

Als störend empfunden wird von den meisten – 76 Prozent der Befragten nannten diesen Punkt – die Verkehrsproblematik in all ihren Aspekten. Die Konsequenzen des Tourismus fanden bei 56 Prozent eine Nennung und die Wohnungssituation der Einheimischen (48 %). Die Bahnverbindungen standen

SPLITTER

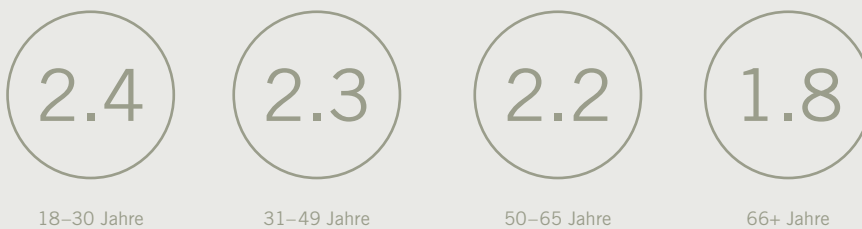
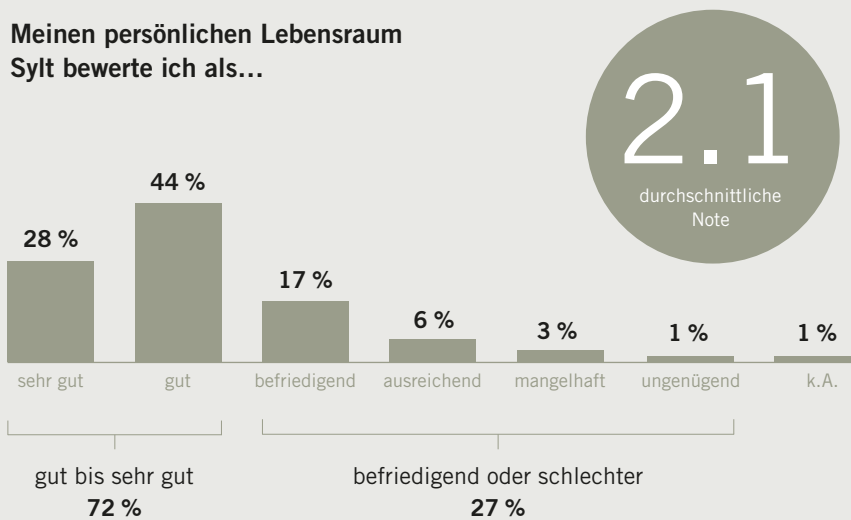
- Die SylterInnen, die sich vom Lockdown als „stark betroffen“ einstufen, waren insgesamt mit ihrem Lebensraum nicht ganz so zufrieden und erteilten ihm durchschnittlich eine 2,3.
- Die Menschen, die das touristische Freizeit-Angebot auch privat nutzen, sind zufriedener als diejenigen, die das nicht tun. Also gehen entweder zufriedene Menschen lieber aus oder sie fühlen sich wohler, weil sie ihre Freizeit vielschichtiger genießen. Beide Auslagevarianten sind möglich.
- Eine dagegen sehr aussagekräftige Verknüpfung: Diejenigen, die sich gut informiert fühlen, geben Sylt bessere Noten.
- Zudem gilt: Je älter der/die SylterIn, desto zufriedener ist er/sie mit seinem/ihrer Lebensraum. Diese Tendenz bestätigt sich übrigens auch durch nationale soziologische Studien: Die Lebenszufriedenheit der Deutschen steigt ab dem 55. Lebensjahr entschieden.
- Den besten Notenschnitt auf Sylt errangen mit jeweils einer 1,9: Archsum, Morsum, Kampen, Keitum und Munkmarsch. Wenningstedt errang eine solide 2,0 und List eine 2,1. Die im Vergleich schlechtesten Noten bekamen Braderup und Rantum (2,3) und Westerland, Hörnum und Tinnum (2,2). Wobei in Braderup auch die Beteiligung an der Umfrage geringer war als in anderen Inselorten.

Bewertung des eigenen Lebensraums

72 % bewerten ihren persönlichen „Lebensraum Sylt“ positiv.

Ältere Sylter sind insgesamt zufriedener als die jüngeren Altersklassen.

Meinen persönlichen Lebensraum Sylt bewerte ich als...



In Anspruch genommene Freizeitangebote, die auch von Gästen genutzt wird.

83 %

Ja, nutze ich

16 %

Nein, nutze nichts davon

1 %

keine Angabe

Veranstaltungen	80 %
Museen u. a. Freizeitstätten (Aquarium, Tierpark, usw.)	58 %
Sylter Welle / Syltness Center	55 %
Strandkörbe	27 %

bei zehn Prozent in der Kritik wie auch die schlechte Erreichbarkeit der Insel insgesamt (9 %). 98 Prozent der Befragten empfinden die Insel zudem als zeitweise zu voll – und das gilt für Geh- und Radwege, Parkplätze und die Fußgängerzone gleichermaßen. Wer die Sylter Verkehrssituation im Winterhalbjahr kennt, wundert sich, dass gerade Parkplätze und die City als ganzjährig zu voll erlebt werden. Für jeden/jede 10. sind selbst die Promenaden dauerhaft überfüllt, für jeden/jede 14. unsere Strände – doch die subjektive Wahrnehmung muss ja auch nicht zwangsläufig der Realität entsprechen.

Die Vorschläge zur Veränderung der Negativfaktoren konnten frei formuliert werden. Die Verbesserungsideen zum Störfaktor Tourismus sind wenig differenziert und zielen mehrheitlich darauf ab, zu begrenzen: Die Gäste- und Übernachtungszahlen

(18 %) ebenso wie die Anzahl der Großveranstaltungen (1 %) und die Profitgier (1 %). Der essentielle Punkt der insularen Einigkeit für die Durchsetzung von Strategien und politischen Ziele kam bei der Umfrage nur bei zwei Prozent der Befragten zum Tragen. Die Bautätigkeit wird von zirka 80 Prozent der InsulanerInnen als negativ bewertet – dabei an erster Stelle der Bau von Ferienwohnungen und die Schaffung von Zweitwohnsitzen. Ebenso oft, wie die touristische Bebauung kritisiert wird, wünschen sich die SylterInnen aber natürlich mehr Dauerwohnraum – dieser Punkt wird von 80 Prozent der Befragten eine hohe Priorität eingeräumt, was bei der Anzahl von auf Sylt als wohnungssuchend gemeldet, nicht verwundert.

In Sachen Verkehr wünschten sich viele eine „Begrenzung der Autoanzahl“ (22 %). ►



„Der Ausbau des Rad- und Fußwegenetzes“ und die „Verbesserung des ÖPNV“ standen ebenfalls vorne auf der Wunschliste.

Auf den Punkt gebracht: Trotz eines hohen Maßes an Identifikation mit der Insel, empfindet eine Mehrzahl die Entwicklung der letzten zehn Jahre als negativ – vor allem auf der Ebene des Verkehrs, der Fülle, des strukturellen Wandels und der Bautätigkeiten. Zu einer „eher positiven“ wie auch „überwiegend positiven“ Bewertung der Entwicklung kommt aber immerhin fast ein Drittel der Befragten. Im Schnitt landete die Frage nach der Entwicklung Sylts den Notendurchschnitt 3,3 – wenn 1 vorwiegend positiv und 5 überwiegend negativ ist. Die Sylter Männer, aber auch die Jüngeren sind dabei übrigens zufriedener als die Frauen.

Wie war der Sommer 2020? **Gezählt und gefühlt**

Die Analyse des offiziellen statistischen Materials zum Gästeaufkommen zwischen Juni und August ließ im frühen Herbst wider Erwarten den Schluss auf einen dramatischen Anstieg der touristischen Zahlen im Corona-Sommer 2020 nicht zu: Die Übernachtungen stiegen nur um vier Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum im Schönwetter-sommer 2018 – bei einer sich auf niedrigem Niveau einpendelnden, gleichbleibend geringen Verweildauer der Gäste von etwa 7,5 Tagen. Die beiden Autozug-Unternehmen bestätigten genau dieses durch einen nur leichten Anstieg der transportierten Fahrzeuge.

Die Wahrnehmung auf der Insel war jedoch eine deutlich andere – wahrscheinlich auch wegen der Corona bedingten Einschränkungen und Unwegsamkeiten auf allen Ebenen. Unabhängig von der Pandemie gehen 74 Prozent der SylterIn-

Subjektive Wahrnehmung versus statistische Fakten: Der Anstieg des Gästeaufkommens zwischen Juni und August 2020.

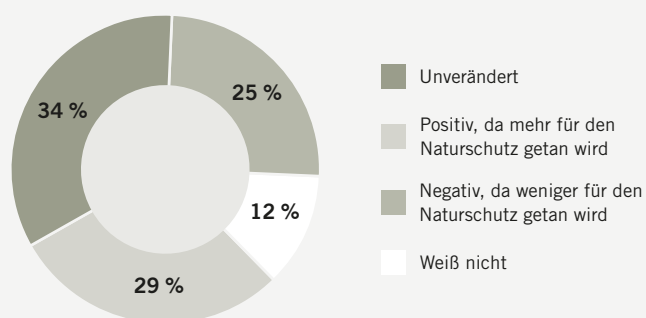
nen davon aus, dass die Übernachtungen in den letzten zehn Jahren einen Zuwachs von mindestens 15 Prozent erfahren haben – also mehr als dreimal so viel wie in Wirklichkeit (2,9 %). Die Unzufriedenheit mit der touristischen Entwicklung der Insel wurde durch Corona intensiviert: Nach dem ersten Lockdown empfanden 65 Prozent der Befragten den Tourismus als „zu viel“. 50 Prozent erlebten das Gästeaufkommen negativer als vorher. Besonders intensiv empfunden wurde das von HörnumInnnen, dann von MorsumInnnen und BewohnerInnnen der Inselmetropole.

52 Prozent fühlten sich im Herbst 2020 wirtschaftlich durch Corona nicht negativ beeinträchtigt. 36 Prozent waren vorübergehend betroffen und elf Prozent auch über den ersten Lockdown hinaus. Einschätzungen, die sich natürlich durch den zweiten Lockdown verschoben haben könnten. Diejenigen, die wirtschaftlich am wenigsten von Corona betroffen waren, empfinden die touristische Entwicklung negativer als diejenigen, die wirtschaftlich starke Einbußen verkraften mussten. ►



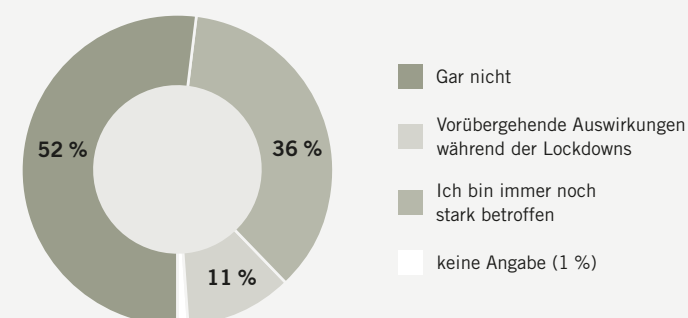
Naturschutz

Bewertung der Entwicklung des Naturschutzes auf Sylt.



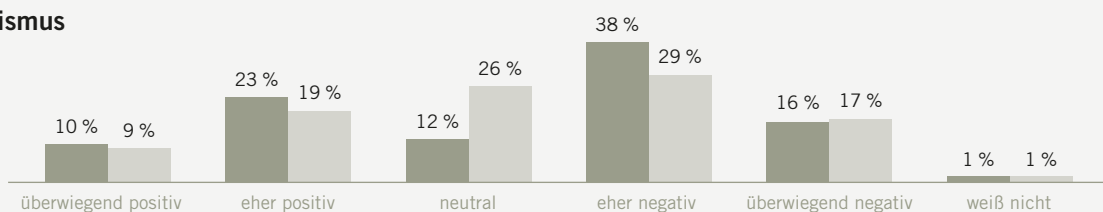
Wirtschaftliche Auswirkungen durch die Pandemie

Fast **jeder 2.** hat wirtschaftliche Auswirkungen gespürt.



Auswirkungen des Tourismus für Sylt / persönlich

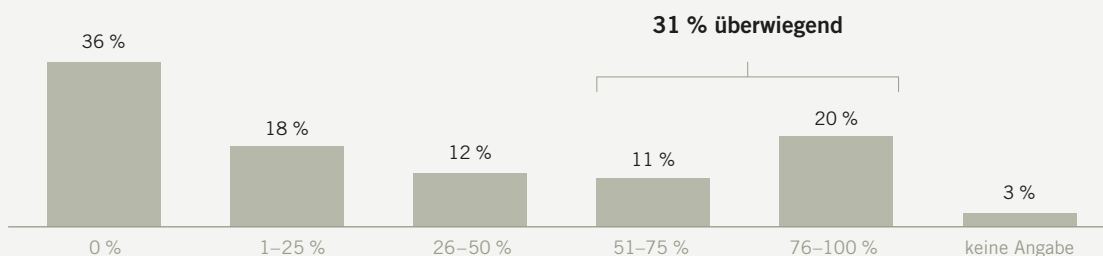
■ für Sylt
■ für mich persönlich



Mittelbare Abhängigkeit des Haushalts-Netto-Einkommens vom Tourismus

31 %

leben vorwiegend vom Tourismus



Inwieweit hat die Corona Pandemie an Ihrer Einschätzung des Tourismus etwas verändert?

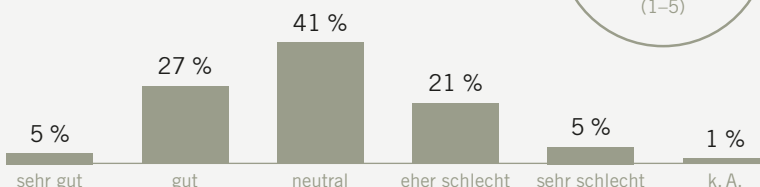
	Alle Befragten	Nach Betroffenheit von den bisherigen Lockdowns (bis Dezember 2020)			Nach Informationsgefühl über die touristische Entwicklung von Sylt		Nach gefühlt ausreichender Beteiligungsmöglichkeit	
	Total	Gar nicht betroffen	Vorübergehend betroffen	Stark betroffen	Eher gut informiert	Eher weniger gut informiert	Ja	Nein
Die Lockdowns ... haben gezeigt, dass wir zu viel Tourismus haben	65	71	60	51	54	70	53	71
Die Lockdowns ... haben gezeigt, wie abhängig wir vom Tourismus sind	55	49	61	70	64	52	65	51
Ich sehe den Tourismus auf Sylt seitdem negativer	50	54	46	41	39	55	36	57
Ich sehe Tourismus auf Sylt seitdem positiver	7	6	8	12	12	5	15	5
Keine der obigen Antworten trifft zu	4	4	4	5	5	4	5	4

Angaben in %



Informationsstand

Gefühlter Informationsstand über die touristische Entwicklung von Sylt.



Männer: 2.9
Frauen: 3.0

Männer fühlen sich leicht besser informiert als Frauen.
Altersunterschied besteht kaum.

Wie möchte ich informiert werden?

Digital und analog

Die SylterInnen sind in Bezug auf ihren Informationsstand eher indifferent: Gleich viele fühlen sich sehr gut und sehr schlecht informiert. 41 Prozent wählten die goldene Mitte. Die Note 2,9 bekommen die Sylter Infoquellen im Schnitt, wobei bei dieser Frage fünf die schlechteste Note ist. Frauen fühlen sich leicht schlechter informiert als Männer. Insgesamt gilt: Wer die Lebensumstände auf Sylt insgesamt nicht so positiv bewertet, fühlt sich übrigens auch nicht so gut informiert. 66 Prozent wählen die Tageszeitung als gewünschte Info-Quelle. 53 Prozent wünschen sich Newsletter von den Gemeinden und 46 Prozent wählten den Internetauftritt der Gemeinden als wichtigste Informationsquelle. Die allermeisten wählen einen Medienmix aus 3,3 durchschnittlichen Quellen, um sich ein Bild von den touristischen Themen zu machen. 38 Prozent finden Info-Veranstaltungen hilfreich und 32 Prozent nutzen die sozialen Medien als Info-Quelle. Diejenigen, die sich gut informiert fühlen, präferieren Tageszeitung und Websites. Diejenige, die sich schlecht informiert fühlen, hätten gerne einen gedruckten Newsletter.

Nur zwei Prozent interessieren sich gar nicht für lokale touristische Themen. Die Jüngeren sind deutlich eher an digitalen Medien interessiert als die Älteren.

Wie bringe ich mich ein?

Einsatz, Engagement und Ehrenamt

Schaut man auf die Sehnsucht der SylterInnen nach Veränderung, überrascht die Tatsache, dass sich 43 Prozent der Befragten nicht an Entscheidungsprozessen beteiligt. Zumal potenziell nur die an der Umfrage teilgenommen haben dürften, die ohnehin interessiert sind an Teilhabe und Mitwirkung. 17 Prozent nehmen an politischen Sitzungen teil –

Gewünschte Informationsstände

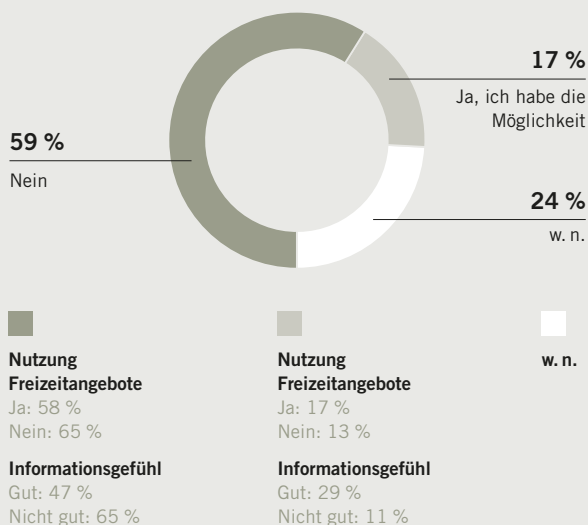
Bei den gewünschten Informationskanälen gibt es bei einigen Altersgruppen deutliche Abweichungen: Digitales und Video eher für Jüngere. Ø Anzahl der Nennungen: 3,3

Tageszeitungen	Altersgruppe 66+: 82 %	66 %
Newsletter für Einheimische – digital	Altersgruppe 66+: 36 %	53 %
Internetauftritt der Gemeinden	Altersgruppe 66+: 33 %	46 %
Informationsveranstaltungen		38 %
Über soziale Medien (z. B. Facebook)	Altersgruppe 18–30: 64 %	32 %
Newsletter für Einheimische – auf Papier		27 %
Dialog-/ Diskussionsveranstaltungen		24 %
Videoaufzeichnung / -übertragung von Ausschuss- und Gemeinderatssitzungen		19 %
Durch persönliche Teilnahme an Ausschuss- und Gemeinderatssitzungen		15 %
Anders.....		3 %
Gar nicht, die Thematik interessiert mich nicht so sehr		2 %
w. n. / k. A.		0 %

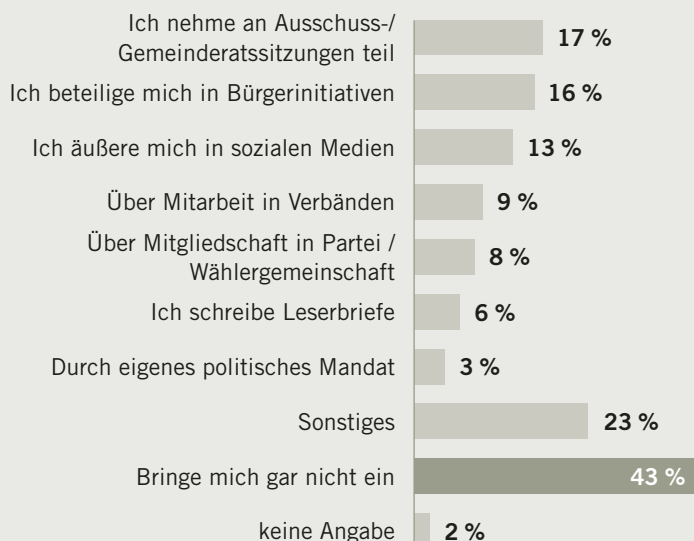
43 Prozent der Befragten beteiligt sich nicht an Entscheidungsprozessen – trotz Wahlrecht, öffentlicher Sitzungen und Sehnsucht nach Veränderung.

59 % empfinden nicht ausreichend Möglichkeiten, sich in Entscheidungsprozesse einzubringen, 43 % bringen sich hier derzeit nicht ein.

Ausreichend Möglichkeiten der Einbringung in bedeutsame Entscheidungsprozesse



Genutzte Beteiligungsmöglichkeiten



Im Detail

Die Anteile der ehrenamtlich Engagierten sind bei jenen mit bis zu 50 % Einkommen aus dem Tourismus tendenziell am höchsten.

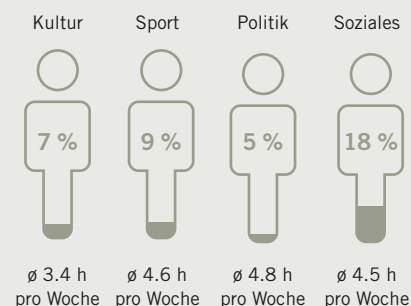
Prozentualer Anteil der ehrenamtlich Engagierten pro Bereich

	Total	0 % des Einkommens	1–50 % des Einkommens	ab 51 % des Einkommens
Kultur	6,8	6,8	8,0	5,8
Sport	9,5	7,2	12,9	9,1
Politik	5,0	3,4	6,1	5,9
Soziales	17,8	17,0	21,1	15,7

Angaben in %

Ehrenamtliche Tätigkeiten

Die ehrenamtlich Engagierten sind am häufigsten im sozialen Bereich aktiv.



drei Prozent haben ein offizielles Mandat. 16 Prozent engagiert sich in Bürgerinitiativen. 13 Prozent nimmt aktiv an der Meinungsbildung in den sozialen Medien teil.

Trotz Wahlrecht, öffentlicher Sitzungen, einer Vielzahl an Informationsquellen und Infoveranstaltungen sehen 59 Prozent keine ausreichende Möglichkeit, sich in Entscheidungsprozesse einzubringen. Eine Korrelation zwischen dem gefühlten Informationsstand und der Möglichkeit zur Teilhabe liegt nahe und bestätigt sich auch in der Umfrage: Diejenigen, die sich schlechter informiert fühlen, sehen auch nicht ausreichende Möglichkeiten Entwicklungen

zu beeinflussen. Nur 17 Prozent finden ihre Möglichkeit teilzuhaben als ausreichend.

Ehrenamtlich engagiert sich auf Sylt nur jeder/ jede Fünfte: 18 Prozent der Sylter im sozialen Bereich, zehn Prozent im Sport, sieben Prozent kulturell und nur fünf Prozent politisch. Mit einer Stundenzahl von drei bis fünf Stunden pro Woche im Schnitt. Die gebürtigen InsulanerInnen bekleiden häufiger ein Ehrenamt als die Zugezogenen – das gilt für alle Bereiche außer der Kultur, da sind zugezogene EhrenamtlerInnen zahlreicher. Die Jüngeren engagieren sich mehr im Sportlichen und sozialen Bereich. Die Älteren stärker in Politik und Kultur. ◀



„Sylter dürfen das“ gilt nicht

Die Befragung als Basis insularer Zukunftsstrategien: Neue Erkenntnisse, überraschende Rückschlüsse aber wenig überzeugende Lösungsansätze

Von Moritz Luft



INSELLIEBE

Die Identifikation der SylterInnen mit ihrer Insel ist unerwartet hoch. Dafür spricht auch, dass die meisten Zugezogenen schon länger als zehn Jahre auf der Insel leben.

Zum ersten Mal in der Geschichte der Insel Sylt lässt sich über ihre Bevölkerung und deren Haltung in ihrer Gesamtheit mehr als nur spekulieren. Denn mit den Ergebnissen der Befragung gibt es jetzt ein faktisches Fundament, das mit rund 4.500 Datensätzen auch im wissenschaftlichen Sinne belastbar und repräsentativ ist.

Die detaillierte Auswertung liefert eine Fülle von Erkenntnissen, die Sylt endlich weg von der rein subjektiven Wahrnehmung („gefühl hat sich die Gästezahl in den vergangenen Jahren verdoppelt“)

hin zu einer faktenbasierten Betrachtung rückt. Natürlich wird das persönliche Empfinden bei der Beurteilung des eigenen Lebensraums weiterhin eine Rolle spielen. Auch wird die Zukunft Sylts niemals frei von Emotionen zu diskutieren sein – aber wir sollten uns künftig häufiger auf der Sachebene aufhalten.

Vielleicht würde es dann weniger überraschen, dass die Identifikation mit dem Lebensraum Sylt bei allen Bevölkerungsgruppen und in allen Dörfern mit leichten Schwankungen gleichermaßen hoch

In Sachen Verkehr wünschen sich viele eine „Begrenzung der Autoanzahl“ (22 Prozent), gehen aber nicht mit bestem Beispiel voran. „Sylter dürfen das“ – gilt nicht. Auch nicht beim Autoverkehr.

ist – obwohl die persönliche Wahrnehmung der Stimmungslage auf Sylt anderes hätte vermuten lassen können. Nur zehn Prozent der Befragten kommen zu einem vorwiegend negativen Urteil über ihren Lebensraum, 72 Prozent bewerten ihn mit „sehr gut“ oder „gut“. Was natürlich nicht bedeutet, dass es keine zu lösenden Probleme gibt. Was aber bedeuten könnte: Gerade weil „der Sylter“ seinen Lebensraum mag, möchte er die Situation verbessern.

Trotz Wahlrecht, öffentlicher Sitzungen, einer Vielzahl an Informationsquellen und -veranstaltungen sehen aber 59 Prozent keine ausreichende Möglichkeit, sich in Entscheidungsprozesse einzubringen. Eine Korrelation zwischen dem gefühlten Informationsstand und der Möglichkeit zur Teilhabe fördert eine noch größere Diskrepanz zu Tage: Nur 11 Prozent derjenigen, die sich schlechter informiert fühlen, finden ihre Möglichkeit teilzuhaben als ausreichend. Hier auf die gesamtgesellschaftliche Tendenz hinzuweisen, gerne zu kritisieren, ohne sich einzubringen und selbst an Veränderung mitzuwirken, wäre zu einfach und der Sache nicht dienlich. Häufiger mal die eigene Komfortzone verlassen, andere Perspektiven einnehmen, auch wenn es unbequem und anstrengend erscheint hingegen umso mehr. Was wir brauchen sind Engagement und Mut. Für eine Sache, die uns alle angeht.

Mit der jüngsten touristischen Entwicklung der Insel ist die Bevölkerung alles andere als zufrieden – weder mit Blick auf die letzten zehn Jahre noch im Hinblick auf den ersten Pandemie-Sommer. Eine große Mehrzahl kritisiert die jüngste Entwicklung – vor allem in Bezug auf die Quantität, auf den Ver-

kehr und die touristisch motivierten Bauvorhaben. Zu den größten Störfaktoren der ersten Kategorie gehört laut Befragungsergebnis der Autoverkehr. Ein gutes Beispiel, um eine Art von Widerspruch aufzuzeigen, der in der Umfrageanalyse mehrfach auftaucht: Sylter und Sylterinnen selbst fahren die meisten ihrer täglichen Wege mit dem Auto und haben oft mehrere Fahrzeuge im eigenen Haushalt. Soll die Entwicklung hin zu einem sanfteren Tourismus auf Sylt gelingen, sollten jedoch auch wir Insulaner unbedingt das eigene Verhalten hinterfragen. Das gilt für das Auto wie für viele andere Themen.

Die Vorschläge zur Veränderung der Negativfaktoren konnten frei formuliert werden, wirklich inspirierende Ansätze zur Lösung waren aber nicht zu finden. Die meisten Antworten zielen allein darauf ab, streng zu regulieren, zu kontrollieren und zu limitieren und sind wenig differenziert. Sogar der Vorschlag „vorhandene Hotels abzubauen“, fand eine vielfache Nennung. Nur drei Prozent der Befragten benannten bei dieser freien Antwortmöglichkeit, dass in Zukunft der sanfte Tourismus gefördert werden solle und dass Qualität Vorzug vor Quantität haben solle. Die Sehnsucht nach „insularem Denken und Handeln“ fand sich zudem überraschend selten in den Vorschlägen.

Neue Ausrichtung und strukturelle Veränderungen funktionieren aber nur insular und sind, wenn sie so gewünscht sind, wie die Befragung es belegt, ein Auftrag an alle: an die Strategen, die Visionäre, an Politik und Verbände aber auch an jeden Einzelnen. Dass wir uns informieren, uns einmischen, gestalten und ehrenamtlich engagieren ist die Basis jeden Wandels. Denn Sylt sind wir alle. ◀

LÖSUNGSANSÄTZE? FEHLANZEIGE!

Die Möglichkeit, selbst Ideen und Initiativen für einen sanfteren Tourismus zu formulieren, wurde von den meisten Befragten häufig nur in stark reduzierter Form zumeist als pauschale Reglementierung-Standards genutzt. „Bettenzahl reduzieren“, „Mindestaufenthaltsdauer festlegen“ oder sogar „Hotels rückbauen“ sind Vorschläge, die schwer als konstruktiv oder gar realistisch gelten können.

Sylt nutzt Luca.

Luca ist die digitale Kontaktliste zur verantwortungsbewussten Nachverfolgung von Infektionsketten. Datenschutzkonform, verschlüsselt und anonymisiert.

ICH
WAR
HIER!

UND
HIER!

UND
HIER!

UND
HIER!

UND
HIER!

UND
HIER!

UND
HIER!

Kein
Smartphone?
Kein Problem!

Schlüsselanhänger mit
individuellen QR-Codes sind
ab sofort bei der SMG
telefonisch bestellbar.



Jetzt mitmachen und
die Luca-App nutzen.

Für Betreiber

Mit Luca die digitale
Kontaktdatenerfassung
für den Betrieb, das Büro
oder den Veranstaltungs-
raum umsetzen

Für Gäste/Kunden

Mit Luca die Anwesen-
heit in einem Restaurant,
einem Geschäft oder bei
einer Veranstaltung doku-
mentieren

Für Private Treffen

Mit Luca eine private
Kontaktliste für den Ge-
burtstagsbrunch zuhause
oder das Workout-Treffen
am Strand führen



sylv.de/luca