Ausgabe 04
Februar 2022

#kurssylt
www.sylt.de/kurs-sylt

KURS SYLT

Klarer Blick auf die Insel

VERHALTEN ÄNDERN

Sylt braucht gesellschaftliche Teilhabe

DISKUSSIONSSTIL ANPASSEN

Warum unsere Insel nicht eins ist

ÜBER'N INSELRAND

Dänen macht PYT gelassener

Liebe Sylterinnen und Sylter,

Wir freuen uns über Ihr Feedback zur aktuellen Kurs Sylt und über Anregungen auf **www.sylt.de/kurs-sylt.**

Drei Begriffe sind es, auf denen sich eine funktionierende Gemeinschaft gründet: Respekt, Vertrauen und Solidarität. Alles drei geht uns in letzter Zeit meiner Einschätzung nach immer mehr verloren. Insofern sollten wir uns vor der in Kürze (endlich) anstehenden Veröffentlichung unserer aktuellen Marketingstrategie nochmals die Zeit nehmen, uns in dieser Ausgabe mit der gesellschaftlichen Veränderung sowie dem derzeitigen und zukünftig notwendigen Miteinander zu befassen.

Unsere Bürgerumfrage hat ein differenziertes Bild zur hiesigen Fakten- und Stimmungslage ergeben. Es ging dabei um zentrale Fragestellungen hinsichtlich der Lebensqualität auf unserer Insel, die Frage nach der Bedeutung des Tourismus als Leitökonomie oder wie die insulare touristische Entwicklung beurteilt wird. Die Erkenntnis, dass der Tourismus der wesentliche Wirtschaftsfaktor ist, galt und gilt als unbestritten. Nicht aber, ob er in seiner bisherigen Ausprägung und Ausrichtung so sein und bleiben muss.

Seit der Ergebnisveröffentlichung der Bürgerbefragung ist ein gutes Jahr vergangen. Die Dringlichkeit zum Handeln hat sich verschärft, um Sylt letztlich nicht nur wirtschaftlich lebensfähig, sondern für seine Bewohner auch lebenswert zu erhalten. Damit das gelingen kann, sind wir allesamt auf dieser Insel gefordert. Doch anstatt gemeinsam effektiv zu handeln, zermürben wir uns in endlosen analogen und digitalen Diskussionen und warten ab. Fachleuten wird der Respekt vor ihrer Kompetenz abgesprochen und kein Vertrauen in ihre Konzepte und Entscheidungen gesetzt. Stattdessen nehmen einige für sich in Anspruch, Mitbestimmer sein zu können, egal, ob hierfür demokratisch legitimiert oder fachlich kompetent. Anstelle der Solidarität tritt auch auf Sylt das eigennützige Handeln zunehmend auf. Ungeachtet der Tatsache, dass gut gemeint nicht immer auch gut gemacht bedeuten muss.

Dass es diese gesellschaftliche Veränderung nicht nur auf der Insel, sondern in der gesamten westlichen Welt gibt, darf uns nur minimal trösten. Denn wir haben mittlerweile keine Zeit mehr. Weil ein gutes Miteinander und damit auch ein guter Tourismus nur dann gelingen kann, wenn es den Einheimischen gut geht.

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
Sylt Marketing GmbH (SMG)
presse@sylt.de

Gestaltung
kago – Design & Art Direction
www.katharinagodbersen.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.

Liebe Leserinnen und Leser!
Auch wir sind uns der Diversität unserer Gesellschaft bewusst und begrüßen sie in jeder Hinsicht. Um den Lesefluss für Sie jedoch so angenehm wie möglich zu gestalten, haben wir sie in unseren Artikeln auf eine Geschlechterform beschränkt. Bitte werten Sie das nicht als Diskriminierung, sondern als unser Interesse daran alles zu tun, damit Sie unsere Artikel von A bis Z studieren.

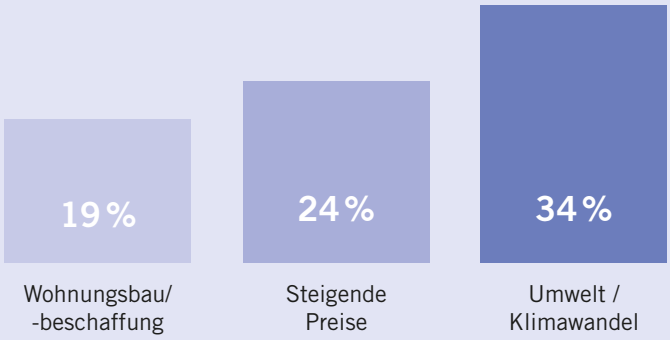
Deutsche Politik wird mehr von Emotionen als Argumentationen geprägt

Quelle: Meinungsforschungsinstitut INSA Consulere

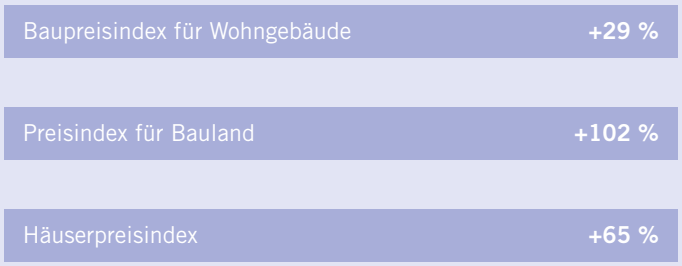
57 %	18 %	18 %	7 %
sind der Meinung, dass diese Aussage stimmt	sind der Meinung, dass diese Aussage nicht stimmt	sind unentschlossen, ob diese Aussage stimmt oder nicht	gaben keine Antwort

Welches sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Probleme, denen Deutschland derzeit gegenübersteht?

Quelle: Statista 2022



Entwicklung der Bau- und Immobilienpreise in Deutschland zwischen 2010 und 2020



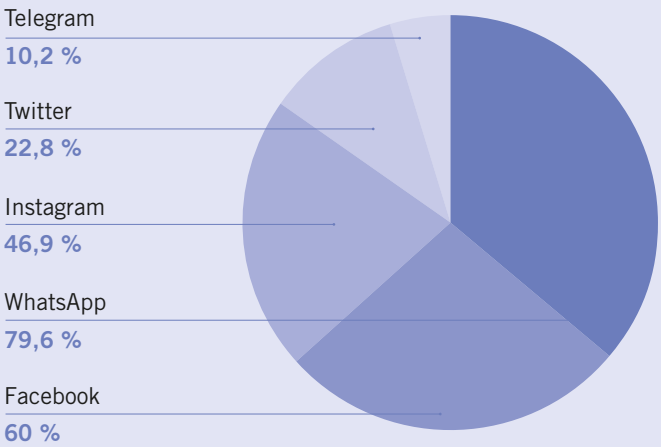
Quelle: Statistisches Bundesamt

Nutzung von sozialen Medien

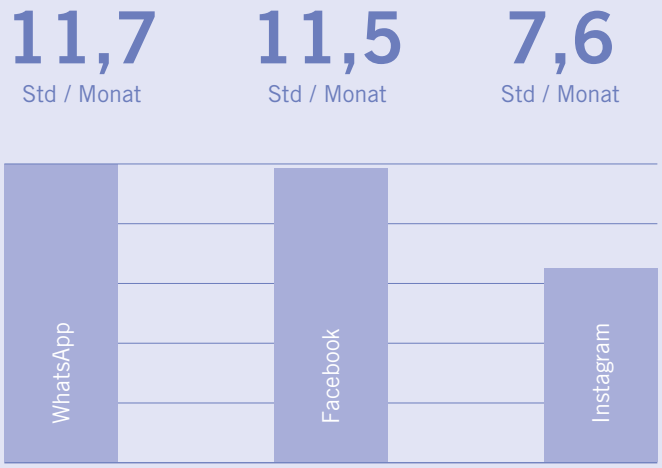
Weltweit surfen etwa **4,66 Milliarden Personen** auf insgesamt über **1,88 Milliarden** Websiten. Laut dem **Digital 2021 Report** für Deutschland von Hootsuite und We Are Social nutzen User das Internet rund 5 Stunden 26 Minuten pro Tag – 1 Stunde und 24 Minuten davon verbringen sie dabei auf sozialen Netzwerken.

Fast die Hälfte der Gesamtbevölkerung in Deutschland ist auf Social Media vertreten. Durchschnittlich 6,0 Accounts besitzen die Nutzer. Nach einer Auswertung des statistischen Bundesamtes nehmen 61 Prozent der Internetbevölkerung in der Altersgruppe von 10 bis 15 Jahren an sozialen Netzwerken für private Kommunikation teil. Zwischen 16 und 24 Jahren sind es bereits 89 Prozent und zwischen 25 und 44 Jahren 73 Prozent. Weniger ausgeprägt ist die Nutzung bei den 45- bis 64-Jährigen (43 Prozent) und in der Gruppe von Personen über 64 (18 Prozent).

Meist genutzte Social Media-Plattformen (eine Auswahl)



Nutzung von Social Media Mobil-Apps



Quelle: Digital 2021 Report für Deutschland von Hootsuite und We Are Social

Konsumhaltung anstatt gesellschaftliches Miteinander

Eigentlich geht es uns auf Sylt gut – sehr gut sogar! Denn *eigentlich* haben wir für anstehende Herausforderungen auf unserer überschaubaren Insel klare Strukturen und sind uns grundsätzlich einig, wohin Sylt als Lebensraum steuern muss. Trotzdem schaffen wir es nicht, dies so umzusetzen, dass wir Verantwortung unserer Gemeinschaft gegenüber übernehmen. Denn es verbreitet sich auch auf Sylt der europaweite Trend, politische und gesellschaftliche Teilhabemöglichkeiten mit dem Anrecht auf persönliche Wunscherfüllung zu verwechseln.

Juli Zeh ist eine der erfolgreichsten Autorinnen Deutschlands. Und sie kennt Sylt. 2004 verbrachte sie als Inselschreiberin vier Wochen in der Sylt Quelle in Rantum. „Der Kopf wird hier so weit wie der Himmel“, beschrieb die heutige Richterin am brandenburgischen Verfassungsgericht damals ihre Eindrücke. „Die Ruhe hier ist herrlich, hier vereinfacht sich das Leben schlagartig.“

Inzwischen sieht Juli Zeh das Leben nicht mehr als so einfach an, wie man in ihrem Interview nachlesen kann, das sie Anfang des Jahres der „Zeit“ gegeben hat. Zehs Meinung nach führt die Veränderungen im gesellschaftlichen Umgang miteinander zu Stillstand und Stagnation. „Ich habe tatsächlich den Eindruck“, sagt die 47-Jährige, „dass im politischen Selbstverständnis der Bürger eine Art Konsumentenhaltung auf dem Vormarsch ist.“ Der Bürger würde dem Staat nicht mehr als dessen Souverän, sondern als infantiles Individuum gegenüberstehen, dass sauer wird, wenn seine Wünsche nicht erfüllt werden würden. Der Wunsch nach Teilhabe werde dadurch immer weiter mit dem Anspruch auf persönliche Wunscherfüllung verwechselt.

Dass sich das Mitwirken zum Wohle der Gesellschaft tatsächlich verändert hat, belegt die Philosophin Svenja Flaßpöhler in ihrem aktuellen Buch „Sensibel“. Um zu verdeutlichen, wie sich der gesellschaftliche Wandel auswirkt, skizziert sie beispielhaft das Leben von Johan und Jan. Zusammenfassend stellt sie ihren Lesern Johan als Ritter des Mittelalters vor. Gesellschaftliche Regeln seien in dieser Zeit ihm und seinen Mitmenschen weitestgehend fremd, denn das Individuum wäre aufgrund der beständigen Gefahr durch Mitmenschen und Natur darauf trainiert, zuerst für sich selbst und sein Überleben zu sorgen. Das ändere sich erst, als die Menschen räumlich in Dörfern und an Höfen enger zusammenrücken. Bis dahin seien Rücksichtnahme, Fürsorglichkeit und Benehmen keine gesellschaftlich bekannten oder notwendigen Werte.

Ich habe Freunde und Bekannte, die offen zugeben, zu bestimmten Themen lieber zu schweigen.

„Es fehlt die Identifizierung von Mensch zu Mensch“ zitiert Svenja Flaßpöhler den Historiker Norbert Elias.

1000 Jahre später, in unserer Zeit, sei es bei dem Großstadt-Lehrer Jan ganz anders. Er hätte nie Gewalt erfahren und übe sie auch nicht aus. Werte wie Solidarität, Empathie und Fürsorge würde er stärker gesellschaftlich verankert wissen. Geleitet würde er in seinen Entscheidungen weniger von rationalen Überlegungen als von den eigenen Emotionen. Damit orientiert er sich an anderen Wertevorstellungen als noch seine Eltern- oder Großelterngeneration. Während diese der gesamtgesellschaftlichen Verpflichtung folgten, sich vorrangig mit der Gemeinschaft und nicht in erster Linie mit sich selbst zu beschäftigen, lebt Jan heute eine Konsumentenhaltung analog zu einer Internetbestellung: Was er will, muss sofort verfügbar und schnell geliefert sein. Direkt vor die Haustür. Mit dem Recht auf Reklamation bei Nichtgefallen. Seinen Einsatz für das Gemeinwohl bemisst Jan anhand seiner eigenen Befindlichkeiten. Bekommt er nicht das, was er sich wünscht, schränkt er nicht nur sein Engagement ein, sondern zeigt sich empört. Der Einsatz für das Gemeinwohl wird also nicht mehr von den äußeren Bedürfnissen der Gemeinschaft, sondern von den inneren Bedürfnissen des Einzelnen geleitet.

Wie sich das in der Praxis für die Gesellschaft auswirkt, zeigt ein Blick in die Politik. Saßen früher überwiegend gewählte Entscheider in verantwortlichen Gremien, die die Konsequenzen von unpopulären Entscheidungen aushalten konnten, blicken heute vielfach Mandatsträger, egal ob auf kommunaler- oder Bundes-Ebene, vor allem auf das öffentliche Echo. Juli Zeh beschreibt die Veränderung so: „Man sagt sich: Jetzt zu handeln wäre ein Risiko. Also wartet man lieber ab – wohlwissend, dass das Risiko eines schlechten Ausgangs nicht kleiner wird, sondern immer größer.“

Diese fehlenden, politischen Entscheidungen verursachen beim Bürger wiederum das Gefühl, selbst handeln zu müssen. So fühlt er sich berufen, lautstark seinen Unmut zu äußern, oder seine Einbindung zu fordern – beachtet dabei jedoch zumeist nicht, dass er dazu auch in bestimmten Fällen demokratisch legitimiert sein müsste. Er will nicht länger abwarten, sondern sofort nach seiner subjektiven Wertvorstellung handeln, weil „die da oben“ es in seinen Augen nicht können oder nicht tun. Die Bereitschaft zum Diskurs oder zur sachlichen Auseinandersetzung steht dabei selten im Vordergrund. Es geht vor allem um individuelle Selbstverwirklichung und eine Protesthaltung.

Für Proteste dieser Art wird dann verstärkt das Internet systematisch genutzt, weil sich hier schnell und unkompliziert Gleichfühlende zusammenfinden können. Mit nur einem Mausklick dabei sein zu können, lässt schnell die Zahl der vermeintlichen Unterstützer steigen. Durch den Wegfall der persönlichen Begegnung gibt es jedoch nur wenig Verbindlichkeit im Netz. Und wenig Skrupel. Denn einem Feind, dem man nie in der Realität begegnet, bekämpft man unnachgiebiger und mit härteren Bandagen als es der Anstand und die gesellschaftlichen Regeln des Miteinanders im wahren Leben zulassen würden.

„Ich habe Freunde und Bekannte, die offen zugeben, zu bestimmten Themen lieber zu schweigen“ berichtet der Berliner Hochschulprofessor und ▶

EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT HAT SICH VERÄNDERT

Nach den aktuellen Zahlen des Bundesinnenministeriums engagieren sich 39,7 % der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren ehrenamtlich. Die Gründe hierfür haben sich nach dem Sozialökonomischen Panel (SOEP) jedoch verschoben. Früher bestand die Motivation für das Ehrenamt darin, etwas für andere tun zu wollen. Heute möchte man vor allem etwas für sich tun, um sich selbst zu verwirklichen und zu entfalten. Dazu zählen soziale Kontakte, Referenzen für den Lebenslauf und vor allem die gesellschaftliche Anerkennung für das Wirken ohne finanzielle Entschädigung.

Nicht ohne Grund sind „Fake-News“ oder „Alternative Wahrheiten“ Begrifflichkeiten, die sich in den vergangenen Jahren geformt und etabliert haben.

Journalist Markus Ziener im Deutschlandfunk. „Sie können sich die Prügel in den sozialen Medien und den möglichen beruflichen Schaden nicht leisten.“ Auch Ziener sieht die gesellschaftliche Veränderung, in der das logische Argument durch eine Haltung oder ein Gefühl ersetzt wird. „Das Schöne am Gefühl ist, dass es sich nicht überprüfen lässt. Gefühle sind rein subjektiv, sie entziehen sich jeder Logik und jeder Nachweisbarkeit. In einer Diskussion lässt sich daher schnell mal verkünden, dass sich etwas „falsch anfühlt“ oder dass gerade „Gefühle verletzt“ wurden. Derjenige, der so argumentiert, kann sich sicher sein, dass sich seine Einlassung nicht widerlegen lassen. Das ist nicht nur ziemlich praktisch. Es verlagert die Diskussion auch auf eine persönliche Ebene, bei der ganz andere, viel schwerer einschätzbare Grenzen gelten. Wer so argumentiert, der baut eine Mauer um sich auf. Weil dann jedes weitere Gegenargument sogleich ein Angriff auf die Person ist“, fasst Ziener seine Beobachtungen zusammen. Die Konsequenzen, die daraus für unsere heutige Diskussionskultur entstehen, formuliert er gleich mit: „Für die Debatte in unserer Gesellschaft ist diese Abwesenheit kluger Köpfe ein herber Verlust. Und für die Entscheidungsfindung. Denn die besten Ideen und Entwicklungsstrategien werden geboren, wenn ohne Angst, das Falsche zu sagen, diskutiert wird.“

Die Corona Pandemie dynamisiert die Entwicklung

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung hat das Institut für Kommunikation und Gesellschaft (IKG) beauftragt, die Auswirkungen der Coronapandemie bis ins Jahr 2030 zu prognostizieren. Das Fazit lautet, dass die Menschen aufgrund der fehlenden Möglichkeiten, sich physisch zu begegnen, verstärkt egoistisch und vor allem egozentrisch handeln und handeln werden. Die Grundlage hierfür bildet die schon vor Corona vorhandene Tendenz zur Entwicklung eines stärkeren Individualismus, der vor allem von dem Wunsch nach Selbstverwirklichung befördert wird. Die Erfüllung der eigenen Bedürfnisse wird heute nicht nur als legitim, sondern vorrangig angesehen. Das gesellschaftliche Wohl darf dahinter zurückstehen.

Doch damit das Individuum seine Erwartungen erfüllt bekommt, muss es sich erst einmal als „individuell“ wahrnehmen können. Dazu bedarf es der Spiegelung durch die Außenwelt. Weil in der Coronazeit jedoch ein physisches Aufeinandertreffen von Menschen eingeschränkt ist, müssen Ausweichmöglichkeiten gefunden werden. Diese schaffen die sozialen Medien. Facebook, Instagram und Co. bieten die Möglichkeit, sich ohne Kontrolle durch eine persönliche Überprüfung des Gegenübers so darzustellen, wie man von außen gesehen werden möchte. Allerdings fällt aufgrund der Fülle von Nutzern in den sozialen Medien nur der auf, der sich hervortut. Ein schlichter Post bei Facebook oder Instagram geht in der Masse unter. Deshalb handeln inzwischen viele Menschen im Netz ebenso wie Unternehmen: Sie bringen sich durch markige Formulierungen oder zugespitzte Positionen ins Gespräch. Dabei schrecken sie nicht vor einer Überdramatisierung von Ereignissen oder einer extremen oder verletzenden Wortwahl zurück. Je stärker die bei dem Leser dadurch ausgelösten Emotionen, desto größer die Aufmerksamkeit für den Verfasser.

„Das Verrückte ist“, sagt Juli Zeh, „dass die öffentliche Erregung als angewandte Moral wahrgenommen wird“ – mit der Konsequenz, dass sich inzwischen auch die Berichterstattung der Medien nach dieser öffentlichen Erregung richtet, Themen darauf verengt und sie dadurch wiederum befeuert. Langfristig führt das zu einer reduzierten Medienvielfalt. Sachverhalte, die einen geringen „Traffic“ oder Verkauf der Printmedien befürchten lassen, weil sie nicht dem öffentlichen Erregungspotential entsprechen, werden ausgespart oder zielgerichtet verändert. Nicht ohne Grund sind „Fake-News“

FACEBOOK UND INSTAGRAM

Im dritten Quartal 2021 haben 2,91 Milliarden Menschen mindestens einmal im Monat Facebook genutzt. Ihre Zahl steigt kontinuierlich weiter. Der Marktanteil von Facebook liegt bei den weltweiten Seitenaufrufen bei 76,47 %. Instagram wurde im Januar 2021 von 35,3 % der Deutschen über 13 Jahre genutzt.

Quelle: statista.de

oder „Alternative Wahrheiten“ Begrifflichkeiten, die sich in den vergangenen Jahren geformt und etabliert haben.Davon scheinen sich mittlerweile selbst traditionelle Lokalzeitungen nicht mehr frei machen zu können. Immer öfter ist der Vorwurf zu hören, dass Klickzahlen und Digital-Abos inzwischen maßgeblich die Auswahl des redaktionellen Inhalts zur Region vorgeben und dass der Blick nicht auf das Informationsbedürfnisse der Bewohner gerichtet ist, sondern die Region von außen betrachtet wird. Auf die Insel Sylt bezogen würde dies bedeuten, dass die Zahl der bundesweiten Sylt-Interessierten, die informiert beziehungsweise mit den gewünschten Neuigkeiten bedient werden sollen, um ein Vielfaches umsatzstärker sein könnte, als die Sylter Leserschaft selbst.

„Eine Tugend wäre zu sagen: Wir haben Grundprinzipien, die nicht komplett aufgehen in der ökonomischen Überlebensfähigkeit oder im Wunsch, im Netz hervorzustechen“, wünscht sich Juli Zeh. „Vielleicht könnten sich Politiker, Journalisten und wir Bürger einmal angewöhnen, uns vor einer öffentlichen Äußerung kurz zu fragen: Ist mein Verhalten dem Funktionieren der Gemeinschaft zuträglich, oder soll es in erster Linie nur meiner Meinungsblase oder meinem Ego dienen?“ Bezogen auf das Lösen unserer Herausforderungen auf Sylt würde der Wunsch von Juli Zeh also auch bedeuten, die verfügbare Zeit, die einige beispielsweise mit dem Schreiben sich wiederholender „Problem“-Posts und Kommentare auf Facebook verbringen, zukünftig stärker in eine gemeinschaftliche Entscheidungsfindung zu investieren. Denn schließlich wollen wir alle Veränderung. Diese kann aber nicht gelingen, wenn wir wissen, was und wer sich um uns herum alles ändern muss, nur damit wir selber so bleiben können, wie wir sind. Veränderung funktioniert immer nur dann, wenn wir bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und zu allererst uns selber verändern. ◀

Die Erfüllung der eigenen Bedürfnisse steht über dem Ziel, gesellschaftliche Erwartungen zu erfüllen.

DAS LEBEN VON JOHAN UND JAN

Die Philosophin Svenja Flaßpöhler skizziert in ihrem Buch „Sensibel“ die „enorme Transformation des Gattungswesens Mensch“ innerhalb der vergangenen 1000 Jahre am Beispiel von Johan und Jan. Sie hat nach Flaßpöhlers Analyse zu einer „Disziplinierung und Sensibilisierung des Selbst geführt“ und die westlichen Gesellschaften von außen-geleiteten Wegen zu innen-geleiteten Verhältnissen verändert.

Johan lebt als ungefähr dreißigjähriger Ritter im Mittelalter am Hofe eines Herrschers. Sein Messer trägt er stets griffbereit, nicht nur um Essen damit zu zerkleinern und zum Mund zu führen, sondern vor allem, um sich stets verteidigen zu können. Gesellschaftliche Regeln sind ihm und seinen Mitmenschen weitestgehend fremd, sie entstehen erst, als die Menschen räumlich in Dörfern und an Höfen immer enger zusammenrücken. Bis dahin sind Rücksichtnahme, Fürsorglichkeit und Benehmen keine gesellschaftlich bekannten Werte. Deshalb spricht Johan alles aus, was ihm in den Sinn kommt, erleichtert sich in Gängen und Ecken und nimmt sich eine Frau, wenn er sexuelle Lust verspürt. Frauen betrachtet Johan ohnehin als Ding. „Es fehlt die Identifizierung von Mensch zu Mensch“ zitiert Svenja Flaßpöhler den Historiker Norbert Elias. Das begründet auch die vorherrschende tägliche Grausamkeit, die sowohl von Männern als auch Frauen ausgeübt wird. Die Schwachen und Wehrlosen werden von niemandem geschützt. Härte und Widerstandsfähigkeit sind überlebenswichtig. Seinen Lustgewinn zieht Johan aus der Erfahrung, anderen an körperlicher Stärke überlegen zu sein.

Jan lebt in der Jetztzeit als Lehrer in einer Großstadt. Er ist verheiratet, hat zwei Kinder und gehört der gehobenen Mittelklasse an. Da er nie Gewalt in seinem Leben am eigenen Körper erfahren hat, übt er sie auch keinem gegenüber aus. Weder verbal noch körperlich. Das geht soweit, dass er das N-Wort weglässt, wenn er seinen Kindern „Pippi Langstrumpf“ vorliest. Außerdem setzt er sich mit der Problematik des generischen Maskulinums auseinander. Gekocht wird ausschließlich vegetarisch und Sex findet nur statt, wenn seine Frau ihm ihre Lust signalisiert. Die Coronakrise sieht er als Chance, Werte wie Solidarität, Empathie und Fürsorge stärker gesellschaftlich zu verankern. Für seinen Körper hat er ein starkes Empfinden, pflegt ihn und macht Sport. Ein Auto besitzt die Familie nicht. Jan gehört zu der Mehrheit der heutigen Gesellschaft, die sich nicht durch allgemeingültige Formen disziplinieren lassen, sondern von ihren Gefühlen und Empfindungen geleitet werden.

Svenja Faßpöhler, „Sensibel“,
Klett-Cotta, ISBN: 978-3-608-98335-7
E-Book ISBN: 978-3-608-11663-2

Sprach- und tatenlos?

Über die Debatten- und Diskussionskultur auf Sylt und die Dringlichkeit, sie zu verbessern.

„Alles gut!“ gehört zu den Antwort-Floskeln, wenn man jemanden fragt, wie es denn so geht oder ob alles in Ordnung sei – mit dem Leben und so. Die Standardantwort meint aber eigentlich: Lass’ mich in Ruhe, denn es ist viel zu kompliziert, dir zu sagen, wie es eigentlich läuft. Man will ja auch nicht zu negativ rüber kommen – auch wenn negativ aktuell so positiv ist wie nie zuvor. Ein negatives Testergebnis gehört dieser Tage zur Beweisführung, dass man sein darf, wo man will…

Fragt jemand, wie geht es eigentlich der Insel Sylt, dann spielt Corona im Moment wieder mal die Hauptrolle: „negativ“. Wäre die richtige Antwort. Damit wäre allerdings nicht das Gegenteil gemeint, denn negativ sind die Schlagzeilen, die Corona auf der Insel ausgelöst hat. Oder war das gar nicht Corona, sondern waren es die Medien, die aus einer wilden Mischung von Ereignissen, bei denen Inzidenzen nur eine von vielen Rollen spielte, ein Narrativ bildeten, das aus der ruhigen Insel die „Corona-Hölle“ aufsteigen ließ? Negative Schlagzeilen verkaufen sich nun mal besser als gute Nachrichten. Aber die Insel braucht gar nicht die schlechten Nachrichten der Medien, um sich selbst in einer Spirale der lauen bis miesen Stimmungen zu bewegen. Zwischen List und Hörnum, Morsum und Westerland entwickeln die Diskussionen in den einzelnen Dörfern und Gemeinden auch so schnell ihre eigenen Erregungskurven. Hier ist wahrlich nicht alles gut. Dabei würde manch Außenstehender unser Eiland spontan als Glücksort preisen, vieles dafür geben, hier leben zu können – was aus bekannten Gründen oftmals nur einer bestimmten Klientel vorbehalten ist – aber dazu später…

Was läuft hier, dass nicht Zufriedenheit, Eintracht und gemeinsame Perspektiven das Handeln und den Umgang miteinander bestimmen, sondern Vorurteile, Abgrenzungen, ja feindselige Stimmungen? Spontan könnte man darauf antworten: So ist der Mensch nun mal, er schaut auf seine eigenen Vorteile, neidet sie aber den anderen, wenn er oder sie das auch tun. Der Wunsch des einen kann durchaus bei jemand anderem Unbehagen oder gar das Gefühl von Verlust und Bedrohung auslösen. Um sowohl dem Wunsch wie auch dem Unbehagen zu entsprechen, gilt es die jeweiligen Bedürfnisse auf der Grundlage des Gemeinwohls zu betrachten und zu diskutieren. Mit den eigenen Bedürfnissen ernst genommen zu werden, ist eine wesentliche Voraussetzung, um Dialog und Konsens zu ermöglichen. Hört sich schlicht an, ist aber weder einfach noch gängige Praxis. Die ist eher von einer kritisch-ablehnenden Haltung gegenüber allen möglichen Themen, Projekten und Plänen geprägt. Damit sind wir wieder auf Sylt.

Wo liegt das Problem?

„Zu viel, zu eng, zu laut“, war quasi der Schlachtruf des Sylter Bürgernetzwerks „Merret reicht’s“, das vorvergangenes Jahr von sich reden machte

und gefühlt die Stimmung der Insulaner wiedergab, die von fremden Mächten und einem überbordenden Tourismus die Insel schwer beschädigt und sich selbst in ihren eigenen Lebensentwürfen bedroht oder zumindest stark eingeschränkt sahen und sehen.

Es ist hier nicht der Ort, die Richtigkeit dieser Wahrnehmung zu hinterfragen und zu bewerten. Feststellen lässt sich aber, dass das Bürgernetzwerk in öffentlichen Sitzungen der Insel-Gemeinden immer wieder kritisch Projekte und Anträge hinterfragt. Dennoch kommt es kaum zu konstruktiven Dialogen zwischen Vertretern des Bürgernetzwerks und der Mehrheit der Politiker in den Gemeindeparlamenten. Noch unversöhnlicher sind die Positionen zwischen dem Netzwerk und Investoren von Bauprojekten. Die Rollen und Vorurteile scheinen auf allen Seiten klar verteilt zu sein. Unversöhnlichkeiten herrschen allerdings auch zwischen Verwaltungen und Selbstverwaltungen, zwischen den politischen Parteien der Insel, zwischen den Gemeinden und nicht selten unter den Politikern selbst. Auch wenn es kein Trost ist: Diese Situation hat Sylt nicht exklusiv.

Was Sylt allerdings ziemlich einzigartig macht, das ist sein goldener Boden. Jeder, der auf diesem Boden auch nur einen kleinen Teil sein Eigen nennen darf, ist Teil eines Marktes, der sich in den vergangenen Jahrzehnten zum Hotspot für Investoren entwickelt hat. Der schlichte Mechanismus von Nachfrage und Angebot hat sich hier zu einem komplexen Räderwerk entwickelt, das (scheinbar) alle Beteiligten so einbindet, das ihnen schwindelig wird. Das wiederum hat Auswirkungen auf das Denken und Handeln – und auf die Bereitschaft, nüchtern und abwägend über weitere Entwicklungen auf der Insel zu sprechen. Die Positionen zu diesen Weiterentwicklungen sind nicht selten so verhärtet, dass jede Gesprächsbereitschaft erloschen ist, bevor die ersten Worte gesprochen wurden.

Es geht um nicht weniger als um die Zukunftsfähigkeit der Insel als Lebensraum

Sylt, die „Marke des Jahrhunderts“, ist in verschiedenen Bereichen deutlich an Grenzen gestoßen, die unausweichlich die Frage stellen, wie hier ▶

Der schlichte Mechanismus hat sich zu einem komplexen Räderwerk entwickelt, das alle Beteiligten so einbindet, dass ihnen schwindelig wird.

Zwischen List und Hörnum, Morsum und Westerland laufen die Diskussionen schnell auf Erregungskurs.

mit den Herausforderungen der Zukunft umzugehen ist. Feststellbar ist aber auch, dass Sylt *die* Destinationsmarke im Deutschland-Tourismus und zugleich *der* teuerste Immobilienmarkt der Republik ist – und mit Blick auf die aktuellen Reisetrends und die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank sicherlich noch länger bleiben wird.

Also doch alles gut? Leider nein!

Denn Sylt muss Antworten für seine Einwohner und Gastgeber auf relevante Fragen geben, die ebenso in Bezug auf den Klimawandel stehen, wie sie die beständige Anreiseproblematik, die Mobilitätswende, den Fachkräftemangel, die Wohnraumsituation, die Ansprüche der Einheimischen und der Gäste und vieles mehr betreffen. Dabei wird es zum einen entscheidend darauf ankommen, wie mit diesen Herausforderungen umgegangen wird: planvoll und konsequent oder nur abwartend und delegierend – und zum anderen darum, dass ist es dringend geboten ist, die Diskursfähigkeit zu kultivieren, also die Art und Weise des Umgangs miteinander. Wenn grundsätzlich Einigkeit darüber besteht, dass die benannten Themen und Herausforderungen angegangen werden müssen, sind Einwohner, Unternehmen, Verwaltung und Politik der Insel gleichermaßen gefordert, in den Dialog zu treten und für Veränderungen bereit zu sein. Darauf aufbauend geht es darum, gemeinschaftlich die Wandlung von einer Destinationsmarke zu einer Lebensraumarke zu vollziehen. Denn für Touristen und Investoren ist die Insel gut aufgestellt und wird es vorerst auch bleiben – für die hier Lebenden scheint die Euphorie für Sylt jedoch merklich abzunehmen. Deshalb besteht akuter Handlungsbedarf, Sylt als Lebens- und Arbeitsmittelpunkt für rund 20.000 Einwohner attraktiv und zukunftsfähig zu halten. Es geht um Lebensqualität und damit um die Bindungskraft der Insel. Wer hier gern lebt, sich wohl und beachtet fühlt, wird nicht nur bleiben, sondern dieses Wohlgefühl auch gegenüber den Gästen vermitteln.

Sylt als Lebensraummarke

Die Voraussetzungen für eine gemeinschaftliche Bearbeitung der Förderung des Lebensraums Sylt sind aktuell nicht ideal. Doch diese Feststellung darf nicht zur Egal-Haltung verführen. Die oben beschriebenen Herausforderungen lassen sich nicht vertagen. Je nach Haltung und Bewertung der aktuellen Lage kann man sie als Chance oder Krise betrachten. Im Ergebnis ist aber klar, es geht darum, sich gemeinschaftlich für eine zukunftsfähige, lebenswerte Insel zu engagieren. Für diese eine (!) Insel mit ihren fünf Gemeinden, ihren fünf politischen Kreisen, ihrer Inselverwaltung, ihrer stark auf den Tourismus ausgerichteten Wirtschaft, ihren Bewohnern und ihren Gästen. Für den Lebensraum, der sich nach außen selbstbewusst als „Sylt – Die Insel“ darstellt.

So bewerten es auch wir bei der Sylt Marketing Gesellschaft (SMG). Wir sehen uns in der Verantwortung, mit unserer Arbeit die auf der Insel zusammenkommenden Perspektiven, Bedürfnisse und Herausforderungen zu erkennen und sich darauf aufbauend für eine ausgewogene Ausrichtung des Tourismus zu engagieren. Mit dem Vorsatz, zukünftig die ganzheitliche Lebensraummarke Sylt in den Vordergrund zu stellen, orientieren wir uns seit

LEBENSRAUMMARKE

Beispiel Kopenhagen:
Einwohner und Gäste koexistieren nicht in der Destination, sondern sie teilen das Erlebnis, Bewohner der Destination zu sein. Beide Gruppen haben ein gemeinschaftliches Interesse an einem verantwortungsvollen Tourismus in der Destination. Sie tragen jeweils und gemeinsam ihren Teil zu der Destinationsentwicklung bei.

Beispiel Helsinki:
Helsinkis Marketingstrategie setzt an dem Verhältnis der Einwohner zu ihrer Stadt an. Die tiefe, emotionale Beziehung zu Helsinki als Motor des Zusammengehörigkeitsgefühls einer Gruppe, die das Ziel hat, einen besseren Ort zu schaffen.

längerem bereits an den innovativsten und erfolgreichsten Markenprozessen der letzten Jahre, zum Beispiel in Dänemark (Kopenhagen), den Niederlanden und Finnland (Helsinki). Sie bilden eine wichtige Grundlage für unsere „Marketingstrategie Sylt 2030“, die sich kurz vor Fertigstellung, Abstimmung und Veröffentlichung befindet und in der kommenden Ausgabe der Kurs Sylt vorgestellt wird.

Viele der in der Strategie berücksichtigten Handlungsfelder werden nur durch eine partizipative Bearbeitung erfolgreich umgesetzt werden können. So wird es beispielsweise nicht gelingen, die für Einwohner und Gäste gleichermaßen bedeutsame Weiterentwicklung des öffentlichen Raums, insbesondere der Westerländer Innenstadt, ohne entsprechende Mitwirkung von Verwaltung und Politik voranzutreiben. Hierzu verfassten wir im vergangenen Sommer ein zwar viel beachtetes Impulspapier, doch der Impuls muss auch aufgenommen und in Handlung umgesetzt werden. Deshalb sind jetzt Politik und Verwaltung aufgerufen, daraus einen weiterführenden Dialog zu Umsetzungsoptionen zu entwickeln.

Diverse Themen drängen auf Wahrnehmung, Dialog und Lösungen. Die Zeiten, in denen die Insel als Einheit sprach- und tatenlos agierte, sollten vorbei sein. Es gilt Sylt als eine Insel mit einer Haltung und Strategie weiter erfolgreich und zukunftsfähig zu gestalten. Eine Zielsetzung, der sich alle Akteure und Profiteure der Insel freudig anschließen sollten. ◀

Die Rollen und Vorurteile scheinen auf beiden Seiten klar verteilt zu sein.

Was wir uns von anderen abschauen können

Dänen brauchen nur ein Wort für gesunde Gedanken und gegen Stress: PYT

Dass die Dänen zu den glücklichsten Menschen der Welt gehören, lässt nicht nur uns neidvoll ein paar Kilometer nördlich blicken. Dass es unseren Nachbarn so gut geht, kann auch an drei einfachen Buchstaben liegen, die in der richtigen Reihenfolge den Begriff PYT ergeben – dem beliebtesten dänischen Wort 2018. Wörtlich übersetzen lässt er sich nicht, doch beschreiben: Wer „pyt“ sagt, tritt einen Schritt zurück, konzentriert sich neu, reagiert nicht über und hört auf, anderen Schuld zuzuweisen. Das minimiert den alltäglichen Stress und macht glücklich.

Ein Beispiel gefällig? Sie sitzen im Auto und haben es eilig, weil ein wichtiger Termin drängt. Der Fahrer vor ihnen schleicht jedoch gefühlt im Schneckentempo, während der Zeiger auf der Uhr unaufhörlich in Richtung „Ich komme viel zu spät“ zeigt. Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten: Sie ärgern sich über die Inkompetenz des Fahrers vor ihnen, sprechen ihm gedanklich mit heftigen Worten die Fähigkeit zum Autofahren ab und hadern mit ihrem Schicksal, warum immer Sie zum Opfer dieser Nichtskönner werden müssen. Oder Sie sagen „pyt“ und akzeptieren,dass die Situation im Moment nicht zu ändern ist. Sie denken „pyt“ und darüber nach, dass es auch andere Gründe für das Verhalten des Fahrers vor ihnen geben könnte: Ist er vielleicht krank? Oder handelt es sich um einen Führerscheinneuling auf seiner ersten Fahrt? Die Forschung belegt, dass wir wütender werden, wenn wir in das Verhalten der Anderen Inkompetenz, schlechte Absichten oder Ignoranz hineininterpretieren. Dadurch machen wir uns dort ein Problem, wo vielleicht gar keines ist.

Wer „pyt“ sagt, anstatt sich zu ärgern, tritt einen Schritt zurück und ordnet seine Gefühle neu. Die Situation, die nicht geändert werden kann, zu akzeptieren, reduziert nicht nur Stress, sondern verhindert auch, sich in alltäglichen Situationen gedanklich und emotional zu verzetteln. Damit „pyt“ nicht so abstrakt bleibt, basteln sich viele Dänen übrigens einen Pyt-Knopf. Auf den drücken sie, wenn eine Situation sie ärgert. So geben sie sich das Startsignal, die Situation einmal gelassener und aus einer anderen Perspektive zu bewerten. Und wieder glücklich zu sein. ◀

Quelle:
Marie Helweg-Larson, Professorin für Psychologie, Glenn E. & Mary Line Todd-Lehrstuhl für Sozialwissenschaften, Dickinson College