



## Tourismusakzeptanz in St. Peter-Ording 2020

*Ergebnisse einer Einwohnerbefragung  
im Auftrag der Tourismus-Zentrale SPO im Juni 2020*

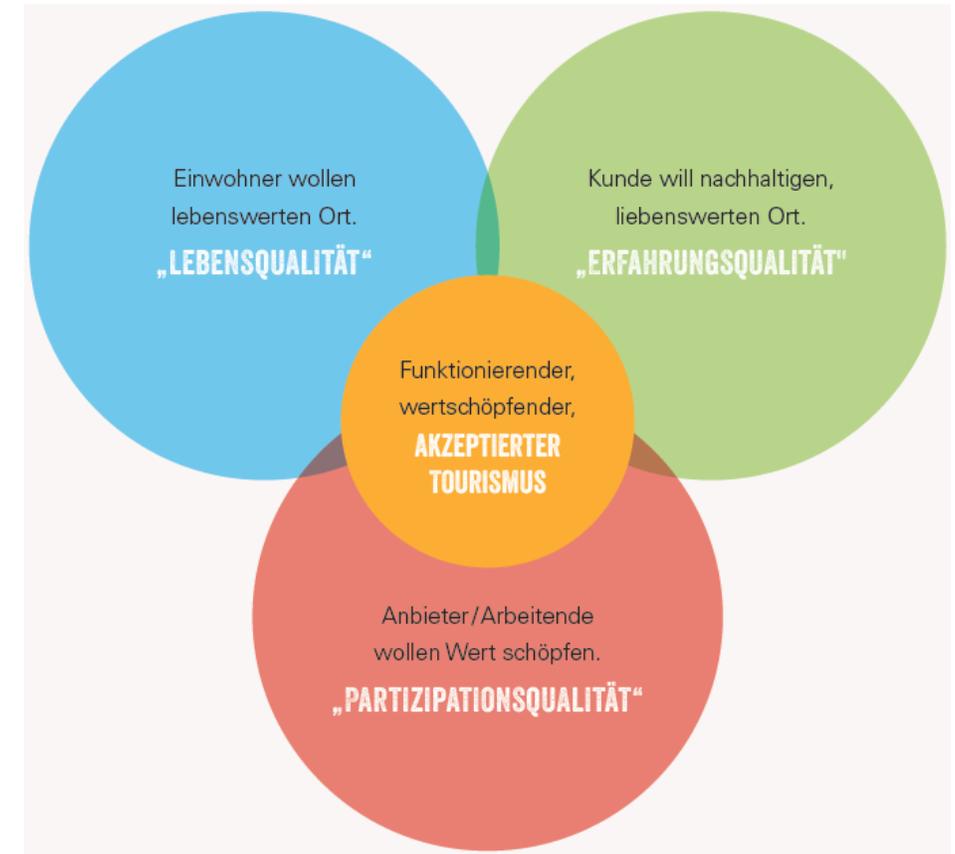


7. Oktober 2020 | Bente Grimm

Vortrag im Rahmen einer Einwohnerversammlung in St. Peter-Ording

- **Welchen Einfluss hat der Tourismus auf das Leben in SPO?**
- **Wie steht die einheimische Bevölkerung zum Tourismus?**

## Zentrale Grundsätze der touristischen Entwicklung



Quelle: TEK für die LTO St. Peter-Ording/Eiderstedt mit Friedrichstadt und Tönning – Entwicklungsstrategie 2030, Abschlussbericht 2018, S. 41

The screenshot shows the website <https://www.st-peter-ording.de/mein-spo/unterwegs-und-vor-ort>. The main navigation bar includes: ST. PETER-ORDING, NORDSEE-URLAUB, MEIN SPO, DÜNENTHERME, DÜT & DAT, SUCHE, GUTSCHEINE, and BUCHEN. The main content area features the text "ST. PETER-ORDING ENTDECKEN" and "Lebenswürdigkeiten". A family is walking in the foreground, and a thatched-roof building is in the background. A blue callout box with "..." is positioned below the main text.

Functional features highlighted by callout boxes:

- Schutzgebietsanrainer
- Verkehrsschwerpunkt
- Wohnstandort
- Wirtschaftsstandort
- ...
- Ländlicher Zentralort

## St. Peter-Ording



Wert:  
Natur |  
Landschaft |  
Wattenmeer

Wert:  
handlungs-  
fähige  
kommunale  
Strukturen

Wert:  
„Menschen“ |  
Lebens-  
qualität

Wert:  
gesicherte  
Daseins-  
vorsorge

Wert:  
Investitions-,  
Arbeits- und  
Einkommens-  
möglichkeiten

Wert:  
Erreich-  
barkeit

### Schutzgebiete

### Ländlicher Zentralort

### Wohnstandort

### Wirtschaftsstandort

### Verkehrsschwerpunkt

...

Nationalpark

UNESCO  
Weltnaturerbe

Biotopschutz

FFH-Gebiet

Vogelschutz

350 ha Wald

...

Verwaltung:  
Amt Eiderstedt

Gemeinde

Kommunalpolitik

Bürgermeister

Eigenbetrieb  
TZ SPO

...

Hauptwohnsitze

Generationen

Rentner/  
Pensionäre

Existenzen

Kultur

Kita,  
Schule, Internat

...

Einwohner

Familien

Arbeitnehmer

Eigentum/  
Werte

Freizeit

Gewerbe

Gastgewerbe/  
Tourismus

Dienstleistungen

Handel

Bau

Handwerk

...

Anreisemobilität

Innerörtliche  
Mobilität

Parken /  
ruhender Verkehr

Radverkehr

Verkehr

## Ziele:

- Akute und drohende Belastungen identifizieren
- Den inhaltlichen Schwerpunkt solcher Belastungen erkennen
- Mehr über wahrgenommene positive Seiten des Tourismus erfahren

## Vorgehensweise:

- Anonyme schriftliche Einwohnerbefragung
- Verteilung von 3.554 Fragebögen an alle Einwohner ab 16 Jahre (Rücklauf: 37%)
- Feldzeit: 23. Mai bis 29. Juni 2020
- Teilnahme online und offline möglich

- Leben in St. Peter-Ording (Wohndauer, Ortsteil, Zufriedenheit, Gründe für St. Peter-Ording)
- Bedeutung des Tourismus
- Wahrgenommener Einfluss des Tourismus auf die eigene Lebenssituation
- Einstellung zur Anzahl der Touristen
- Positive/negative Effekte des Tourismus in St. Peter-Ording
- Informationsstand der Einwohner über touristische Pläne
- Bewertung der bisherigen Tourismusedwicklung
- Verbesserungsvorschläge und Ideen für den Tourismus
- Assoziationen zur Natur in und um St. Peter-Ording
- Zustand der Natur und Maßnahmen zur Erhaltung der Natur
- Soziodemographie

Benchmark mit  
landesweiten Daten  
der FH Westküste!

# Fragebogen

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger,

die Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording ist ein Eigenbetrieb der Gemeinde St. Peter-Ording. Unsere Aufgabe ist es, den Tourismus in der Gemeinde St. Peter-Ording so zu gestalten, dass wir alle, also die Einwohnerinnen und Einwohner, die St. Peter-Ording Wirtschaft und die Gemeinde selbst, auch in Zukunft davon profitieren können. Dazu gehört, dass wir untersuchen, wie die Einheimischen den Tourismus bewerten – deshalb dieser Fragebogen.



Jahr für Jahr machen Tausende von Menschen hier in St. Peter-Ording Urlaub bzw. verbringen einen Tagesausflug in unserer Gemeinde, genießen die Gastfreundschaft und Lebensqualität, besuchen Natur- und Freizeitanlagen sowie Restaurants und Cafés vor Ort und im Umland. Alle in St. Peter-Ording profitieren von diesen Besuchern – wirtschaftlich, finanziell und auch durch Begegnungen. Und sicherlich gibt es auch noch Dinge, die wir besser machen können. Wir möchten deshalb von Ihnen wissen, an welchen Stellen wir etwas ändern sollten, um auch in Zukunft ein gesundes Miteinander zu gestalten.



Bitte helfen Sie uns, indem Sie diesen Fragebogen ausfüllen. Sie können online an der Umfrage teilnehmen (Link siehe unten, Zugangscode oben rechts in der Ecke) oder den ausgefüllten Fragebogen im beigefügten Umschlag portofrei an das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa senden. Einsende- bzw. Teilnahmeabschluss ist der 29. Juni 2020. Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig und vollständig anonym. Der Zugangscode ist **nicht** mit Ihren personenbezogenen Daten verknüpft, sondern sorgt lediglich dafür, dass Sie nur einmal an der Umfrage teilnehmen können. Haushalte, in denen mehrere Personen ab 16 Jahre gemeldet sind, erhalten mehrere Fragebögen. Pro Person darf jedoch nur ein Fragebogen ausgefüllt werden.

## Einwohnerbefragung

Für jeden fristgerecht ausgefüllten Fragebogen spendet die Tourismus-Zentrale 1 Euro an das JOS (Jugendzentrum - Offene Ganztagschule - Schulsozialarbeit).

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Rainer Balsmeier  
(Bürgermeister)

Constanze Höfinghoff  
(Tourismus-Direktorin)

Am besten online ausfüllen:  
<https://www.nit-research.de/SPO>

Bei Fragen oder Anregungen wenden Sie sich bitte an: Constanze Höfinghoff, Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording, Maleens Knoll 2, 25826 St. Peter-Ording, Tel. 04863-999100, E-Mail: c.hoefinghoff@tz-spo.de

### A1: Wie lange wohnen Sie schon hier in St. Peter-Ording?

Seit \_\_\_\_\_ Jahren  Kürzer als ein Jahr

### A2: In welchem Teil von St. Peter-Ording wohnen Sie? (nur eine Antwort möglich)

Bad  Böhl  Dorf  Ording

### A3: Wie gerne leben Sie in St. Peter-Ording? (nur eine Antwort möglich)

sehr gerne  eher gerne  eher ungerne  sehr ungerne

### A4: Weshalb leben Sie hier in St. Peter-Ording? (mehrere Antworten möglich)

Bin hier im Ort/in der Region aufgewachsen  Wegen meiner (Enkel-)Kinder  
 Wegen meines Jobs/meiner Ausbildung  Habe den Ort im Rahmen von Urlaubreisen kennengelernt  
 Mein(e) Partner-in kommt von hier  Altersruhesitz  
 Wegen des Jobs meines Partners/meiner Partnerin  Andere Gründe

### A5: Welche Bedeutung hat der Tourismus (also Übernachtungs- und Tagesreisen) für St. Peter-Ording Ihrer Meinung nach? (nur eine Antwort möglich)

hoch  mittel  gering  weiß nicht

© NIT, 2020

1

B4 (Fortsetzung): Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz.

	ja, ganzjährig	ja, zeitweise/ in der Saison	nein	weiß nicht
Das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung, den wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus sehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie Sie die Auswirkungen des Tourismus in St. Peter-Ording für sich persönlich?				
erwiegend positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
neutral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
überwiegend negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im Ort beurteilt.				
zu wenige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die richtige Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu viele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Was man verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz.				
die Nahversorgung hier in Einzelhandel, Bank, Post, Ärzte, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es in St. Peter-Ording zu voll, beim Einkaufen, im Restaurant, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben hier in St. Peter-Ording zu viele Restaurants und Cafés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir werden manche Dinge hier in St. Peter-Ording, z. B. der Wohnraum oder das Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben ein positives Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Verkehrsprobleme in St. Peter-Ording, z. B. Parkplatzauswahl, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben wir in St. Peter-Ording mehr Kultur, Wellness usw., ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben Touristen schon sehr überlaufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben der Ort schafft attraktive Arbeitsplätze für die Bevölkerung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Touristen hier in St. Peter-Ording gestört (Lärm, Müll usw.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die lokale Wirtschaft in St. Peter-Ording wird durch den Tourismus gestützt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es gibt es so viele Touristen, dass wir in St. Peter-Ording nicht richtig zu Hause fühle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es werden zu viele Unterkünfte für Touristen in St. Peter-Ording gebaut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

© NIT, 2020

2

	ja, ganzjährig	ja, zeitweise/ in der Saison	nein	weiß nicht
Wie Sie die Auswirkungen des Tourismus in St. Peter-Ording für sich persönlich?				
erwiegend positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
neutral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
überwiegend negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im Ort beurteilt.				
zu wenige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die richtige Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu viele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Was man verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz.				
die Nahversorgung hier in Einzelhandel, Bank, Post, Ärzte, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es in St. Peter-Ording zu voll, beim Einkaufen, im Restaurant, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben hier in St. Peter-Ording zu viele Restaurants und Cafés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir werden manche Dinge hier in St. Peter-Ording, z. B. der Wohnraum oder das Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben ein positives Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Verkehrsprobleme in St. Peter-Ording, z. B. Parkplatzauswahl, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben wir in St. Peter-Ording mehr Kultur, Wellness usw., ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben Touristen schon sehr überlaufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben der Ort schafft attraktive Arbeitsplätze für die Bevölkerung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Touristen hier in St. Peter-Ording gestört (Lärm, Müll usw.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die lokale Wirtschaft in St. Peter-Ording wird durch den Tourismus gestützt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es gibt es so viele Touristen, dass wir in St. Peter-Ording nicht richtig zu Hause fühle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es werden zu viele Unterkünfte für Touristen in St. Peter-Ording gebaut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

© NIT, 2020

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

4

Bitte notieren Sie, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz.

	ja, ganzjährig	ja, zeitweise/ in der Saison	nein	weiß nicht
Wie Sie die Auswirkungen des Tourismus in St. Peter-Ording für sich persönlich?				
erwiegend positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher positiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
neutral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
eher negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
überwiegend negativ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im Ort beurteilt.				
zu wenige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die richtige Menge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zu viele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Was man verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen. Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz.				
die Nahversorgung hier in Einzelhandel, Bank, Post, Ärzte, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
es in St. Peter-Ording zu voll, beim Einkaufen, im Restaurant, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir haben hier in St. Peter-Ording zu viele Restaurants und Cafés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir werden manche Dinge hier in St. Peter-Ording, z. B. der Wohnraum oder das Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben ein positives Image von St. Peter-Ording, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Verkehrsprobleme in St. Peter-Ording, z. B. Parkplatzauswahl, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben wir in St. Peter-Ording mehr Kultur, Wellness usw., ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben Touristen schon sehr überlaufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben der Ort schafft attraktive Arbeitsplätze für die Bevölkerung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die Touristen hier in St. Peter-Ording gestört (Lärm, Müll usw.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben die lokale Wirtschaft in St. Peter-Ording wird durch den Tourismus gestützt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es gibt es so viele Touristen, dass wir in St. Peter-Ording nicht richtig zu Hause fühle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir erleben es werden zu viele Unterkünfte für Touristen in St. Peter-Ording gebaut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

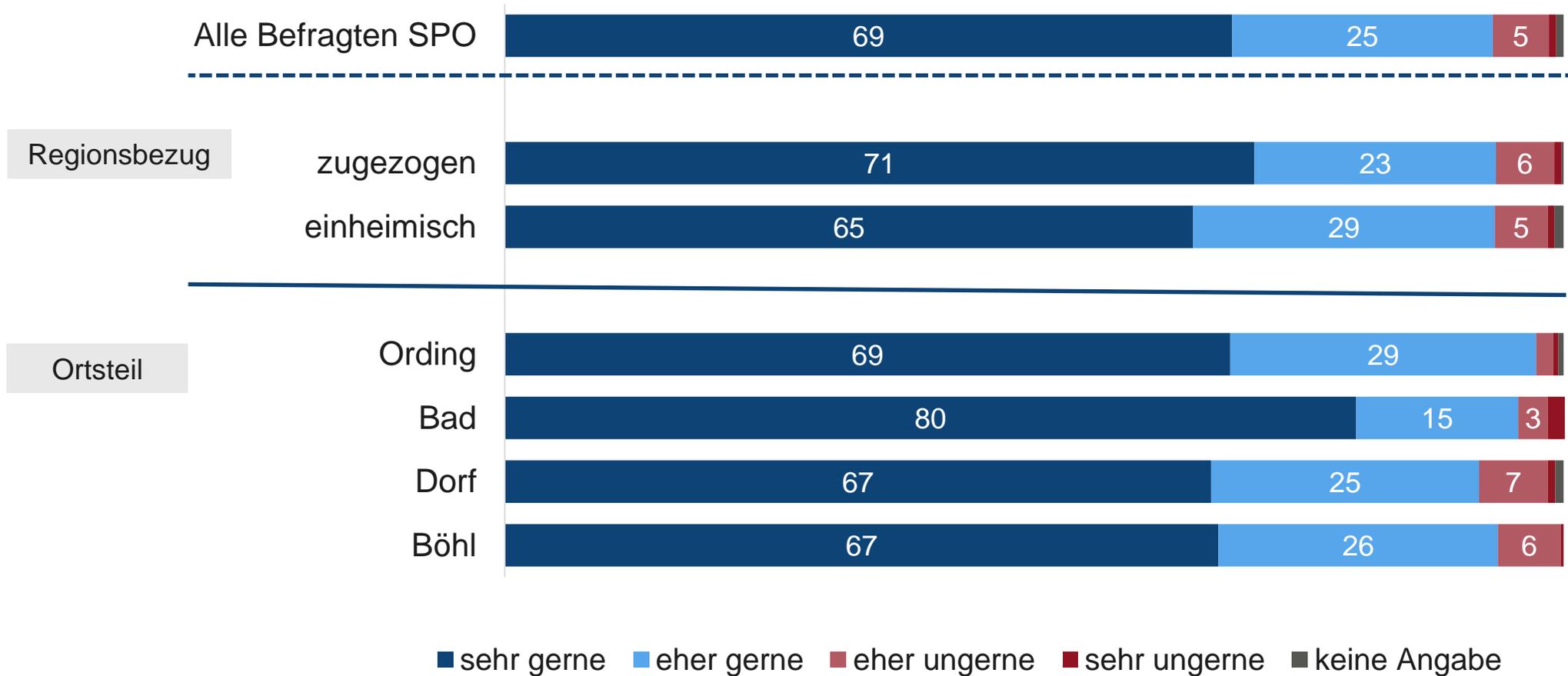
© NIT, 2020

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

4

# Zufriedenheit: Die meisten Einwohner leben gerne in SPO. Zugezogene sind etwas zufriedener als Einheimische.

Angaben in %



A3: Wie gerne leben Sie in St. Peter-Ording? (nur eine Antwort möglich), Werte unter 3% ohne Beschriftung

Basis: Alle Befragten n=1.294, zugezogen n=829, in Ort/Region aufgewachsen n=454, Ortsteil Ording n=169, Ortsteil Bad n=149, Ortsteil Dorf n=626, Ortsteil Böhl n=336

Gründe für Leben in SPO: Etwa ein Drittel der Befragten (35%) sind Einheimische, der Anteil bei Befragten mit Tourismusbezug ist etwas höher (42%).

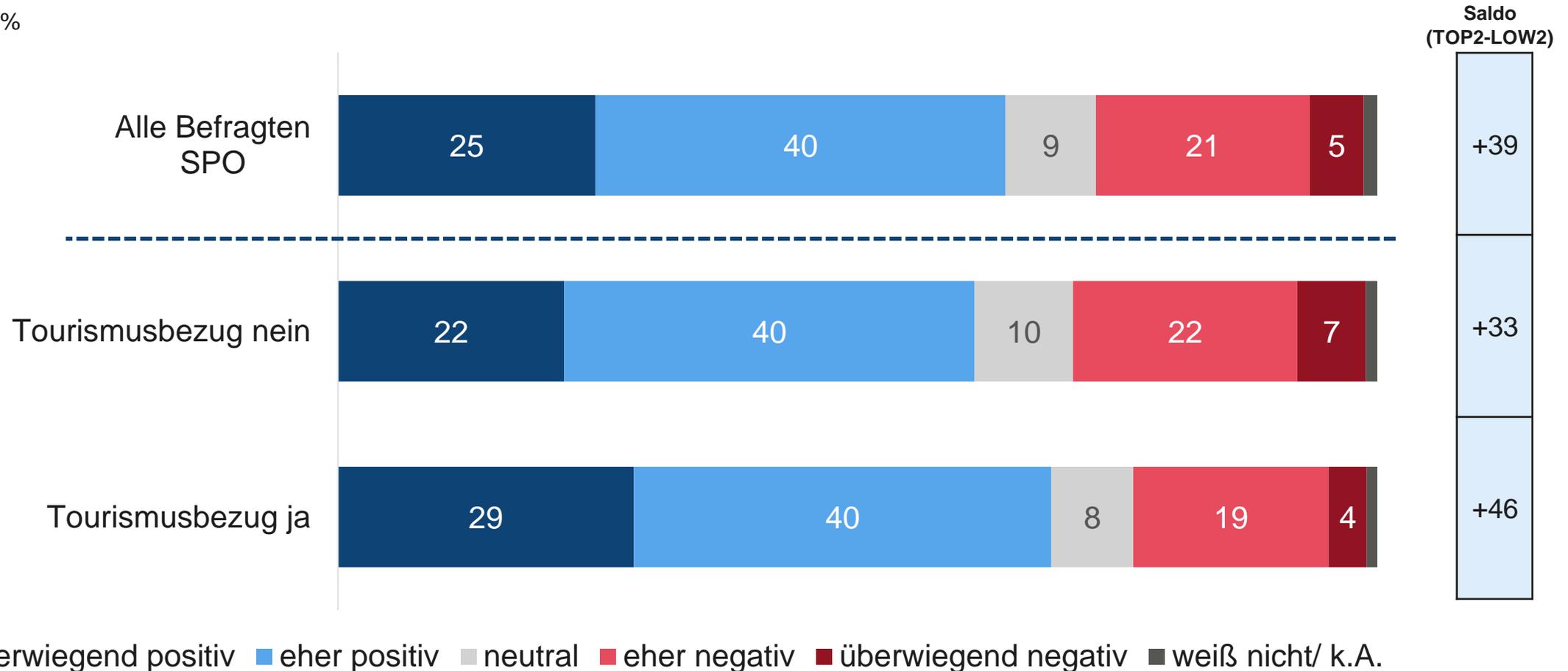
Angaben in %	Alle Befragten SPO	Wirtschaftlicher Bezug zum Tourismus	
		Nein	Ja
Bin hier in der Ort/in der Region aufgewachsen	35	29	42
Wegen meines Jobs/meiner Ausbildung	31	23	40
Altersruhesitz	23	31	13
Habe den Ort im Rahmen von Urlaubsreisen kennengelernt	18	23	14
Mein(e) Partner/-in kommt von hier	14	9	19
Wegen des Jobs meines Partners/meiner Partnerin	8	8	10
Wegen meiner (Enkel-)Kinder	5	6	4
<i>Andere Gründe</i>	16	19	12

A4: Weshalb leben Sie hier in St. Peter-Ording? (mehrere Antworten möglich)  
 Basis: Alle Befragten n=1.294, mit Tourismusbezug n=620, Tourismusbezug nein n=653

# Auswirkungen des Tourismus für St. Peter-Ording: Die meisten Einwohner haben diesbezüglich eine klare Meinung. Die Mehrheit (65%) sieht positive Effekte.



Angaben in %

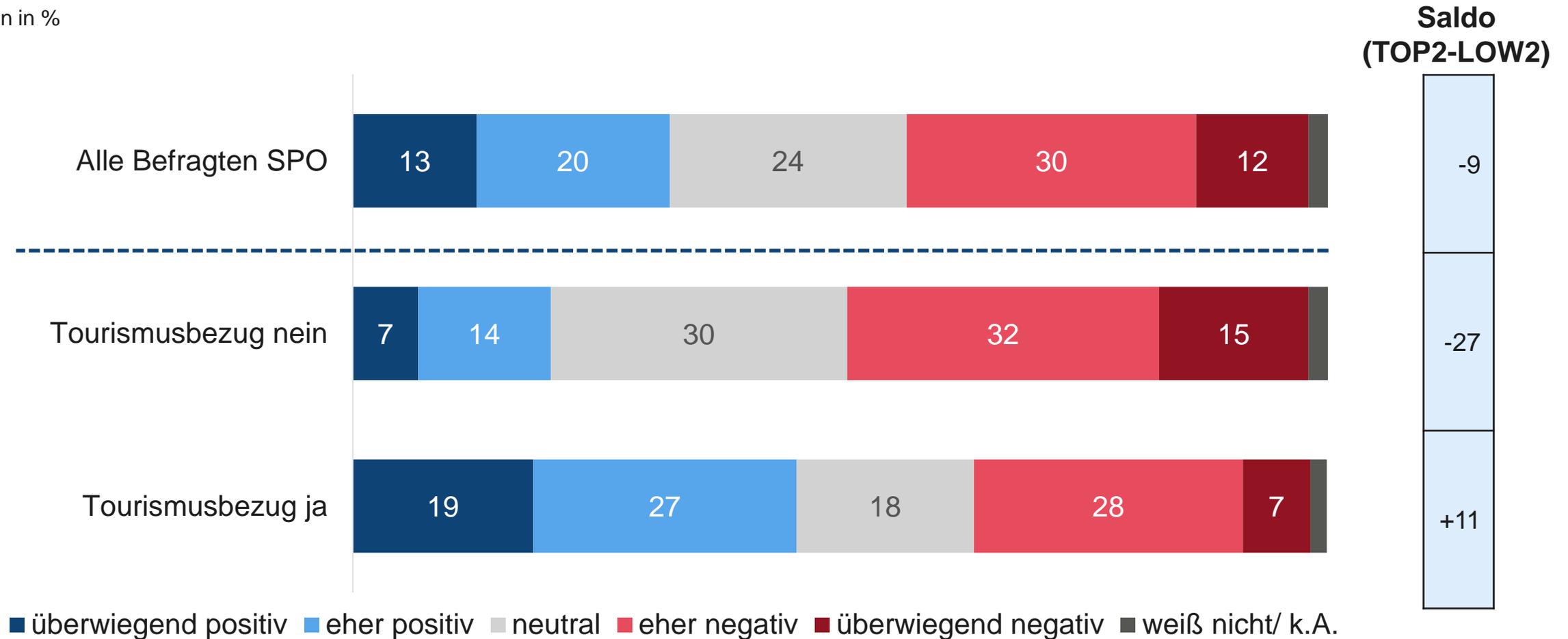


B1: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für St. Peter-Ording sehen (Bitte nur eine Angabe je Zeile), Werte unter 3% ohne Beschriftung

Basis: Alle Befragten n=1.294, mit Tourismusbezug n=620, Hauptberuflich/Unternehmer n= 179, Privatvermieter/Airbnb n=216, Nebenjob/Zulieferer n= 99, ohne Tourismusbezug n=653, alle Befragten SH n=400.

Persönliche Auswirkungen des Tourismus: Etwas mehr als 40% der Befragten sieht eher/überwiegend negative Effekte, ein Drittel eher/überwiegend positive.

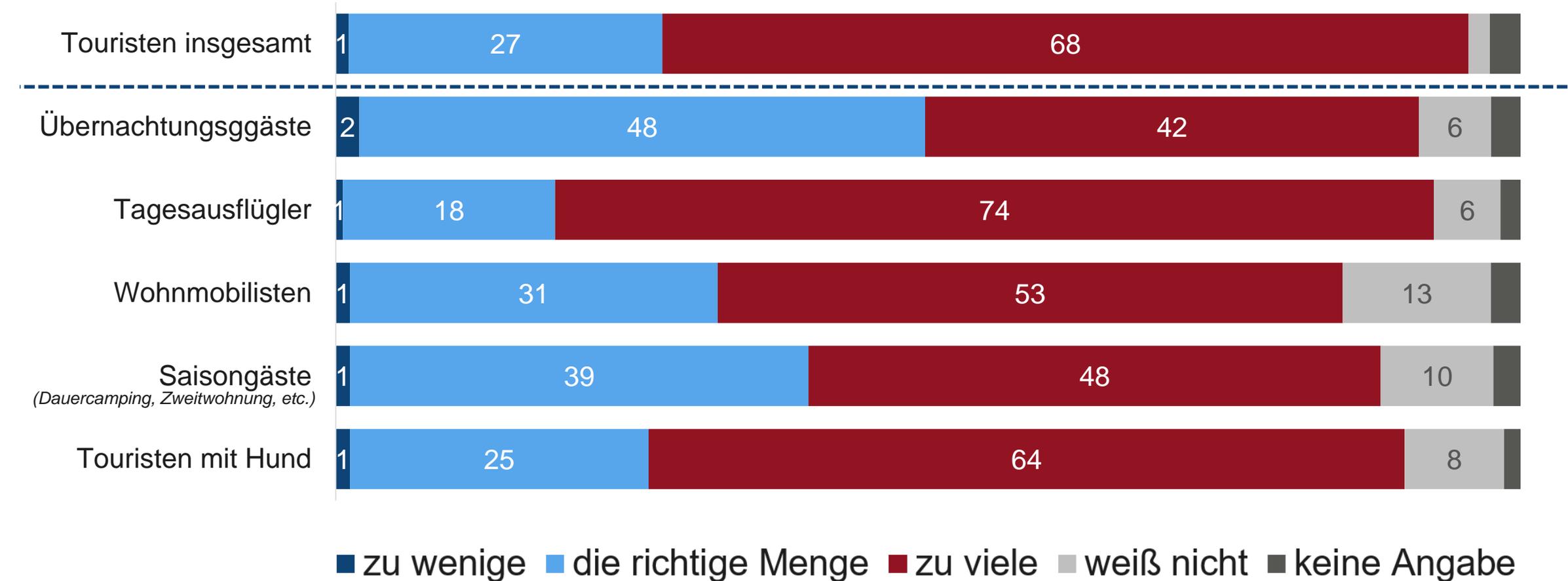
Angaben in %



B2: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Und wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in St. Peter-Ording für sich persönlich? (Bitte nur eine Angabe je Zeile), Werte unter 3% ohne Beschriftung  
 Basis: Alle Befragten n=1.294, mit Tourismusbezug n=620, ohne Tourismusbezug n=653.

# Touristenanzahl: Die Mehrheit ist der Meinung, dass zu viele Touristen im Ort sind. Tagestouristen werden häufiger als zu zahlreich angesehen als Übernachtungsgäste.

Angaben in %

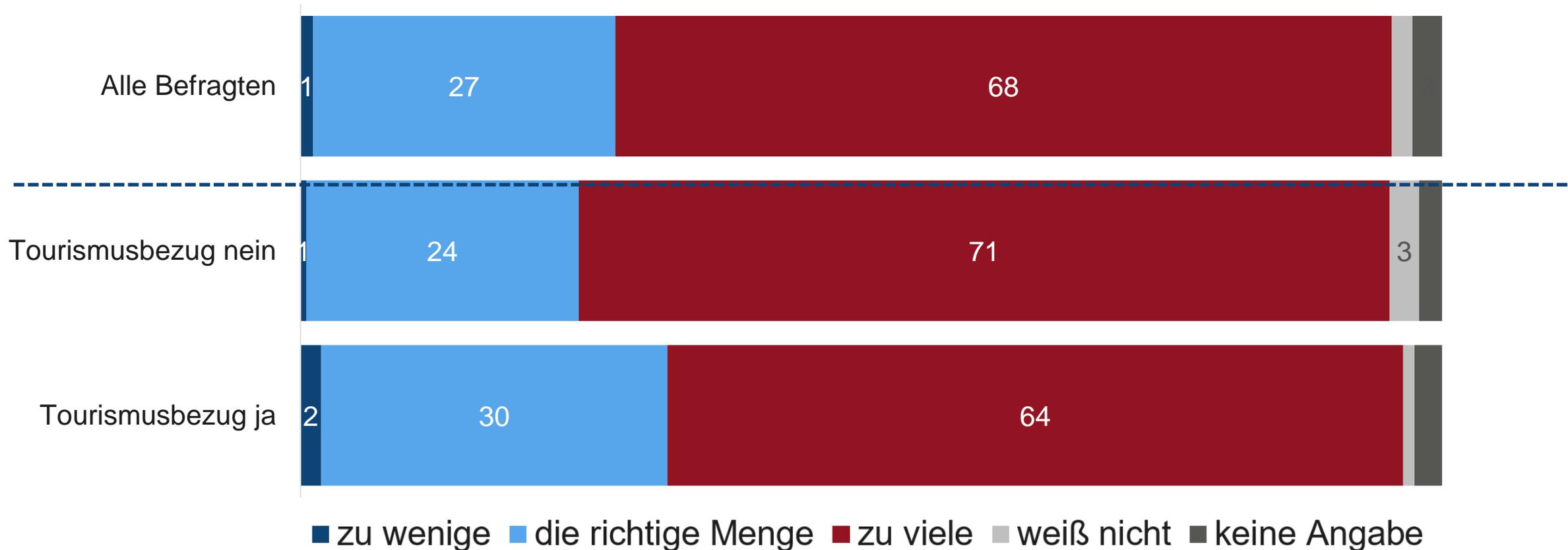


B3: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im eigenen Ort haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation in St. Peter-Ording beurteilen.  
 (Bitte machen Sie dazu in jeder Zeile ein Kreuz), Werte unter 3% ohne Beschriftung  
 Basis: Alle Befragten SPO n=1.294.

Nur 2% der Befragten mit Tourismusbezug wünschen sich mehr Touristen in SPO, 64% empfinden die Anzahl als zu hoch.

Angaben in %

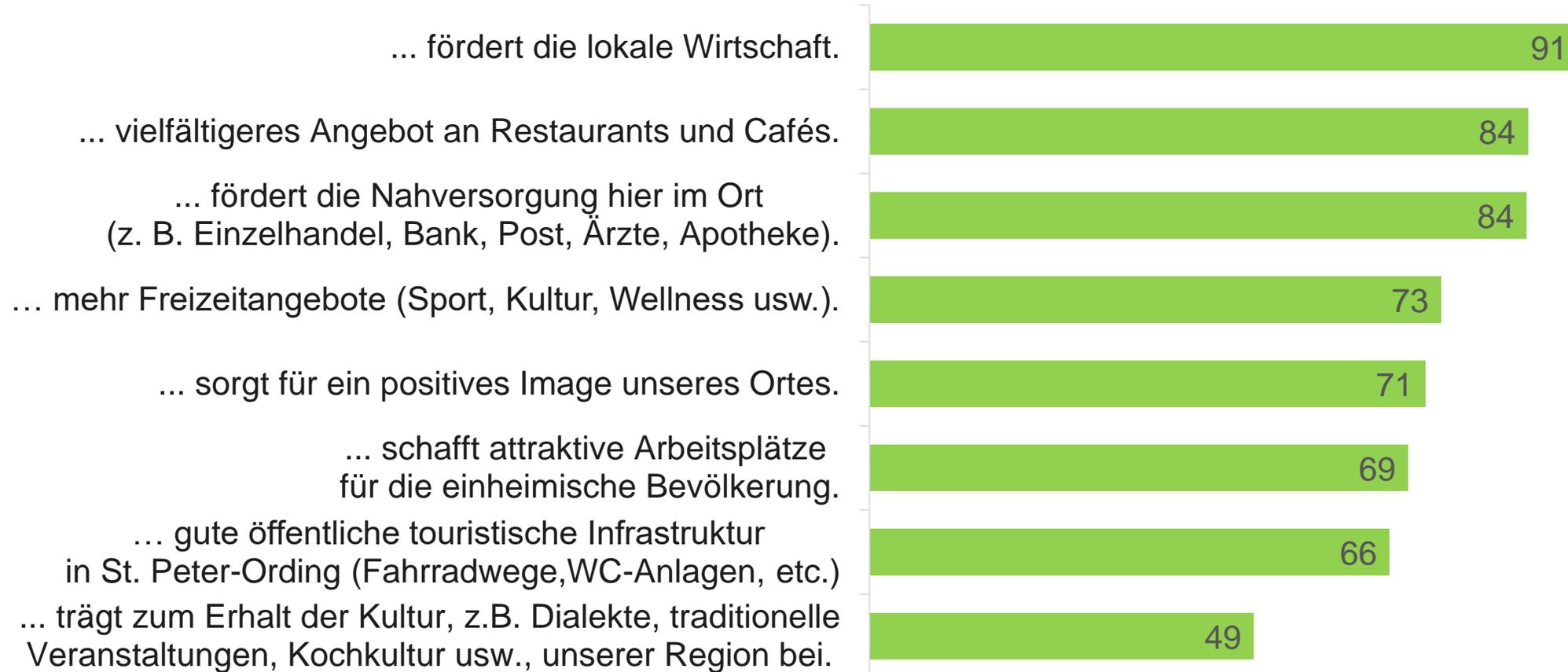
Anzahl der Touristen insgesamt



B3: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen im eigenen Ort haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation in St. Peter-Ording beurteilen.  
(Bitte machen Sie dazu in jeder Zeile ein Kreuz), Werte unter 3% ohne Beschriftung  
Basis: Alle Befragten n=1.294, mit Tourismusbezug n=620, ohne Tourismusbezug n=653.

# Tourismus sorgt für Wirtschaftsförderung, vielfältige Gastronomie, gute Nahversorgung

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)



Positive Effekte

B4: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (Bitte machen Sie dazu in jeder Zeile ein Kreuz)  
Basis: Alle Befragten n=1.294.

# Tourismus führt aber auch zu Verkehrsproblemen, Überfüllung, hohen Preisen

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)



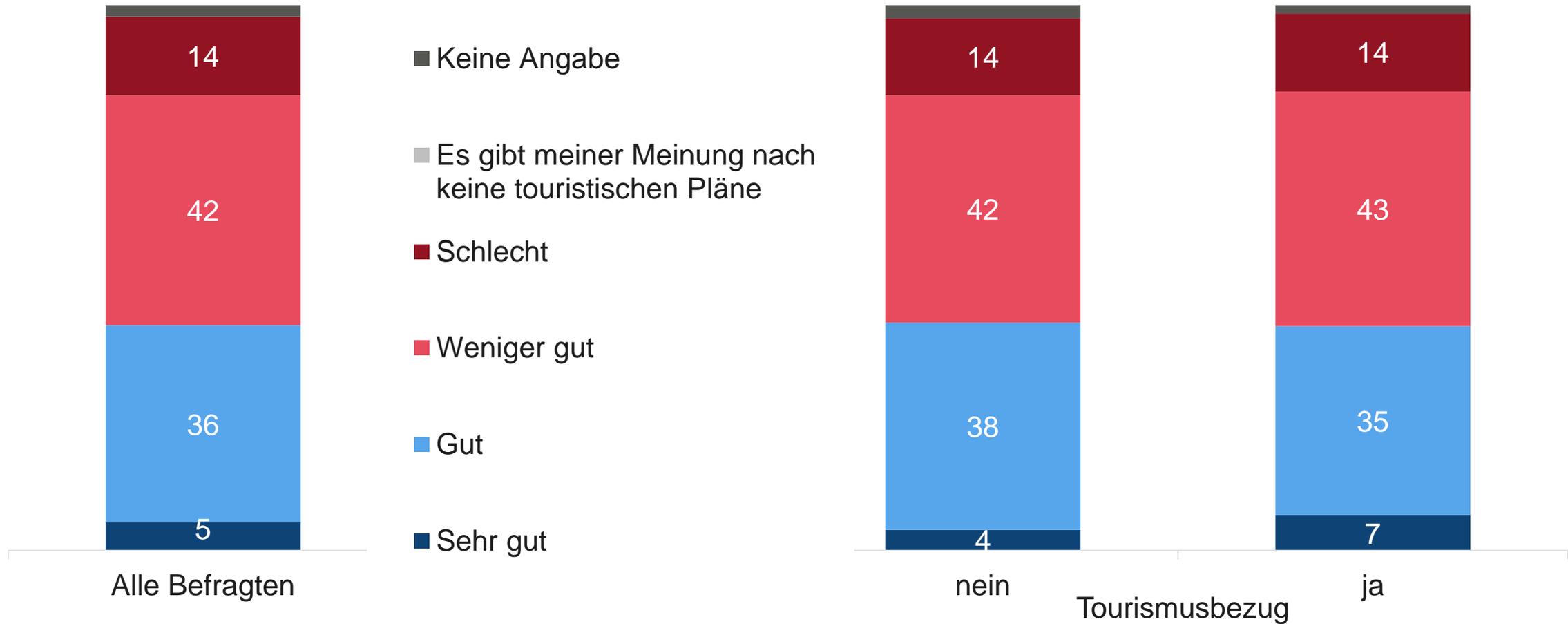
Negative Effekte

B4: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (Bitte machen Sie dazu in jeder Zeile ein Kreuz)  
Basis: Alle Befragten n=1.294.



# Information über die touristischen Pläne: Mehr als die Hälfte der Befragten fühlen sich weniger gut oder schlecht informiert, auch Befragte mit Tourismusbezug.

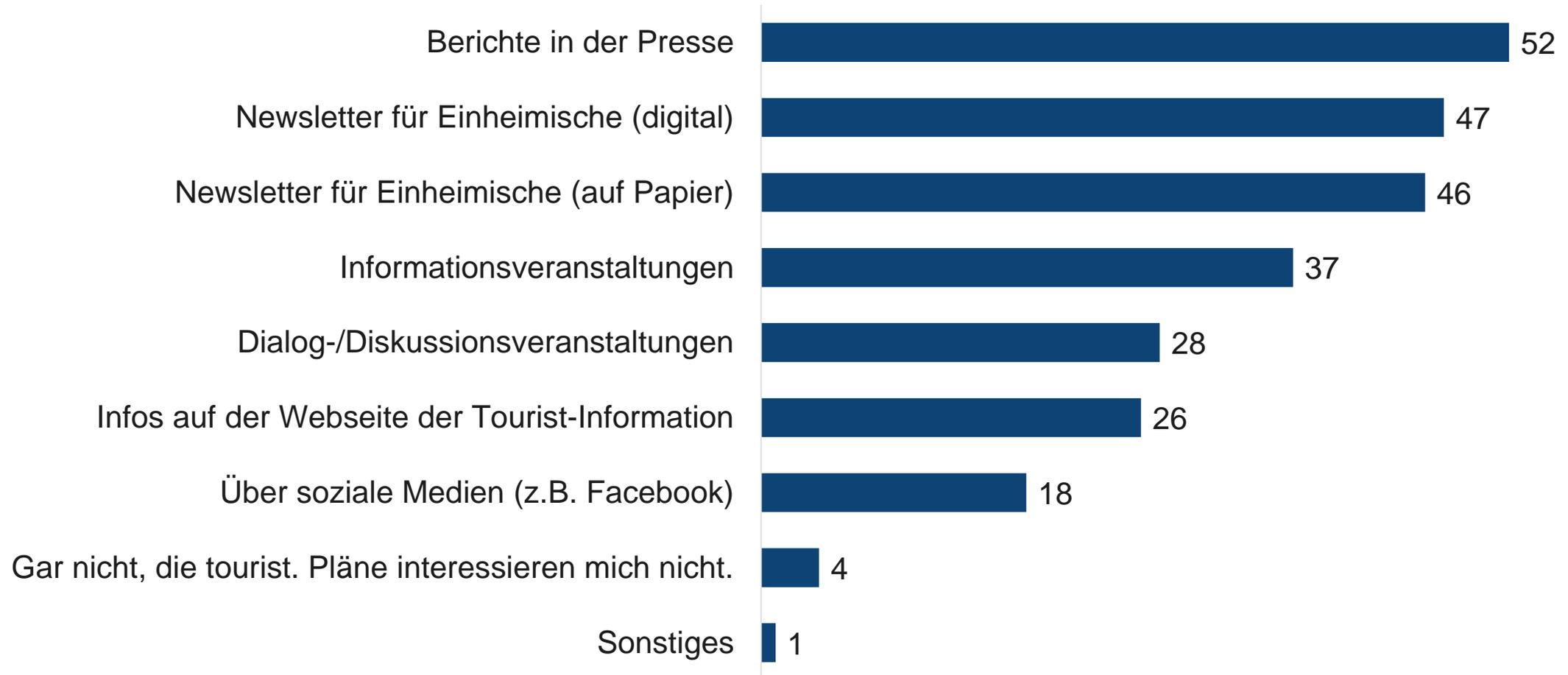
Angaben in %



C1: Wie gut fühlen Sie sich über die touristischen Pläne für St. Peter-Ording informiert (Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw.)?, Werte unter 3% ohne Beschriftung  
 Basis: Alle Befragten n=1.294, mit Tourismusbezug n=620, Tourismusbezug nein n=653.

## Informationen zu touristischen Plänen: Hohes Interesse an Informationen in der Presse und an digitalen sowie gedruckten Newslettern.

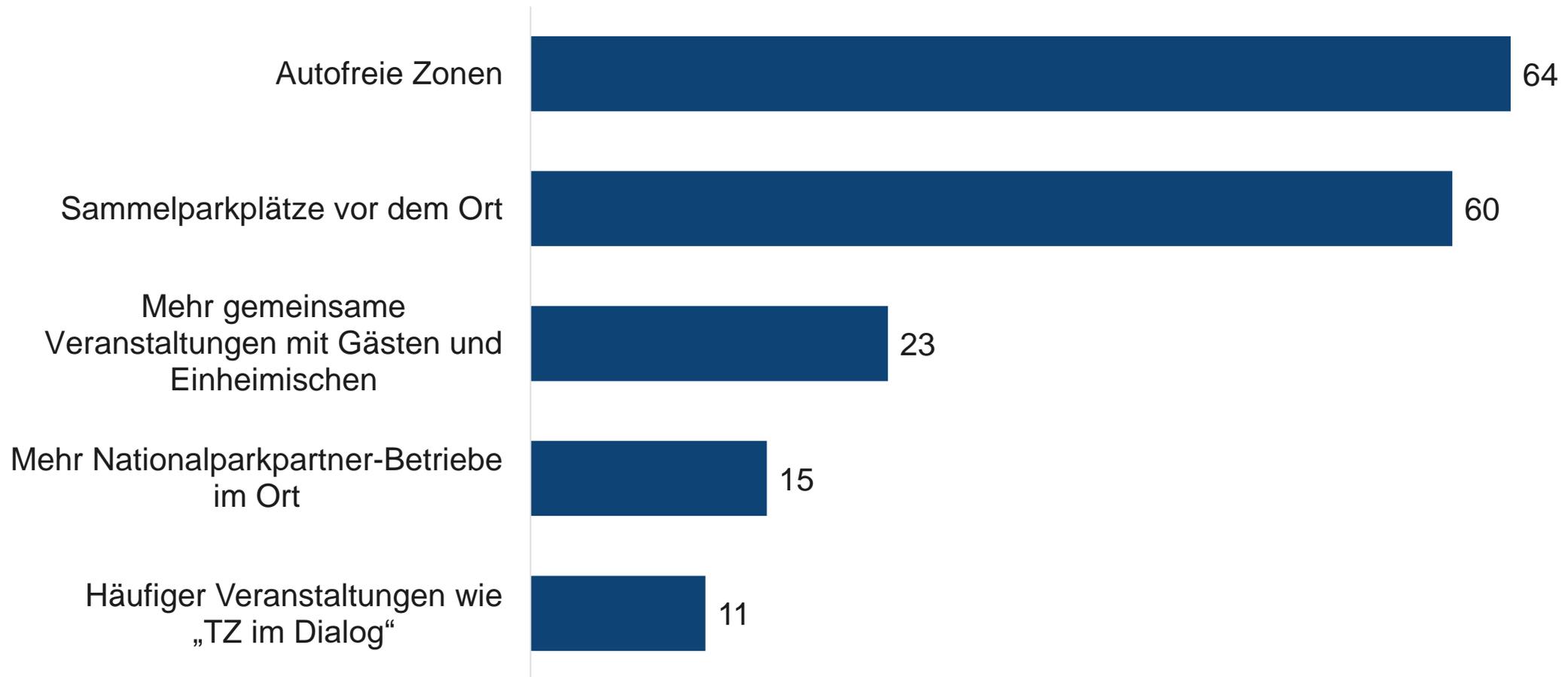
Angaben in %



C2: Wie möchten Sie über die touristischen Pläne, d.h. über die Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw. für St. Peter-Ording informiert werden? (mehrere Antworten möglich)  
Basis: Alle Befragten n= 1.294

## Bewertung von Ideen zur positiven Gestaltung des Tourismus: Autofreie Zonen und Sammelparkplätze vor dem Ort stoßen auf besonders hohe Zustimmung.

Angaben in %

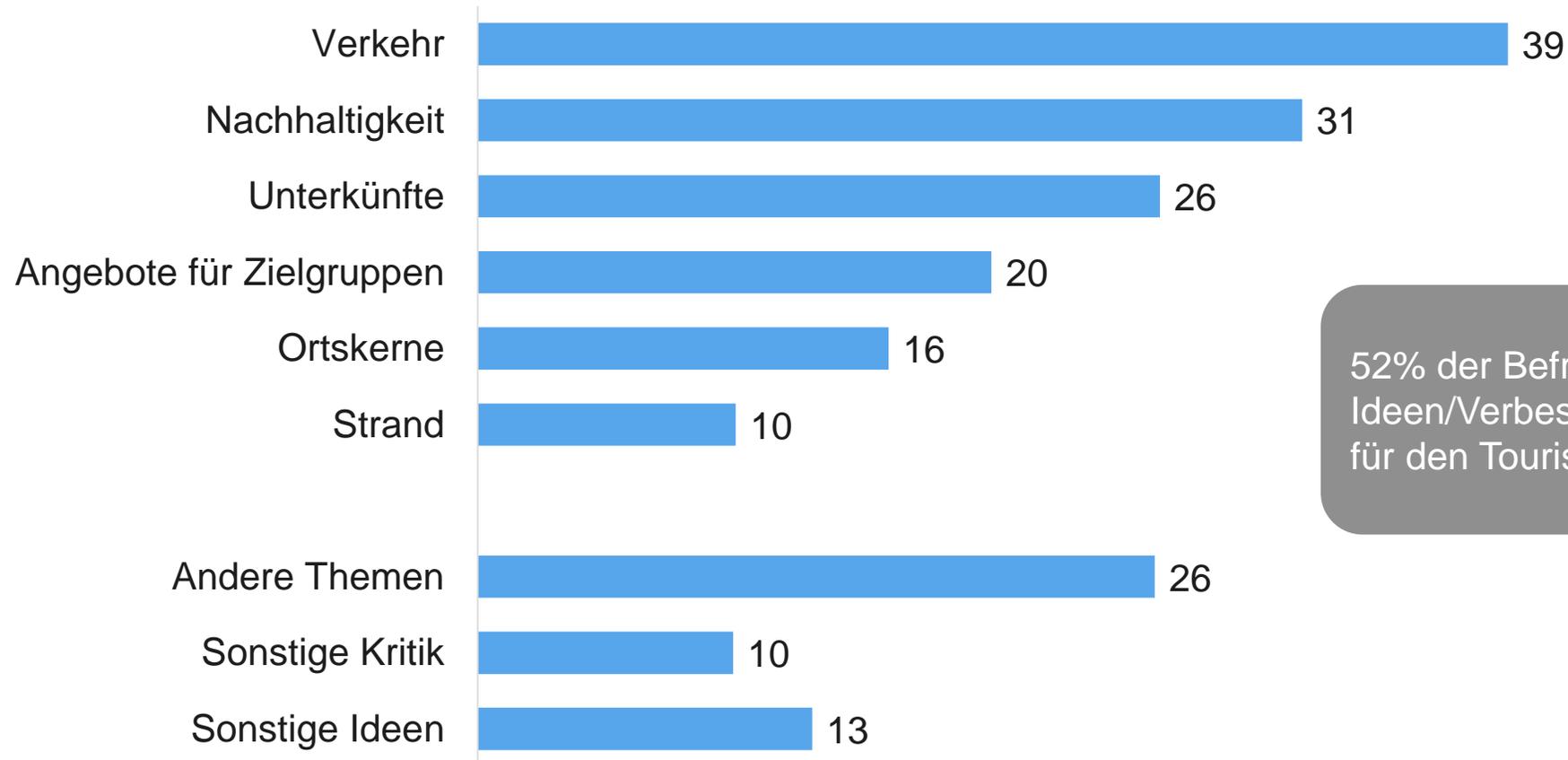


D2: Was würde aus Ihrer Sicht helfen, den Tourismus in St. Peter-Ording positiv zu gestalten? (dargestellt sind die Top 5)  
Basis: Alle Befragten n=1.294

## Verbesserungsvorschläge für den Tourismus in SPO: Am häufigsten wurden Vorschläge im Verkehrsbereich und zur nachhaltigen Entwicklung genannt.

Angaben in %

Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen



52% der Befragten haben Ideen/Verbesserungsvorschläge für den Tourismus in St. Peter-Ording.

D3: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in St. Peter-Ording?  
Dargestellt sind die Nettowerte für nachträglich erstellte Kategorien  
Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=669

## Am häufigsten genannte Verbesserungsvorschläge für den Tourismus in SPO

- Keine weiteren Neubauten (14%)
- Fahrradwege verbessern/ausbauen (13%)
- Bezahlbarer Wohnraum für Einheimische/Saisonkräfte (11%)
- Mehr Kontrollen bezüglich Leinenpflicht, Verkehrsverhalten (9%)
- Weniger Touristen/Anzahl begrenzen (7%)
- Angebote für junge Menschen (7%)
- Ortskerne von Verkehr/Stau befreien/Verkehrslenkung (6%)
- Natur/Ursprünglichkeit erhalten (6%)
- Weniger Zweitwohnsitze/Leerstand außerhalb der Saison (6%)
- Neue Einkaufsmöglichkeiten (zweites Gewerbegebiet) zur Entzerrung (6%)

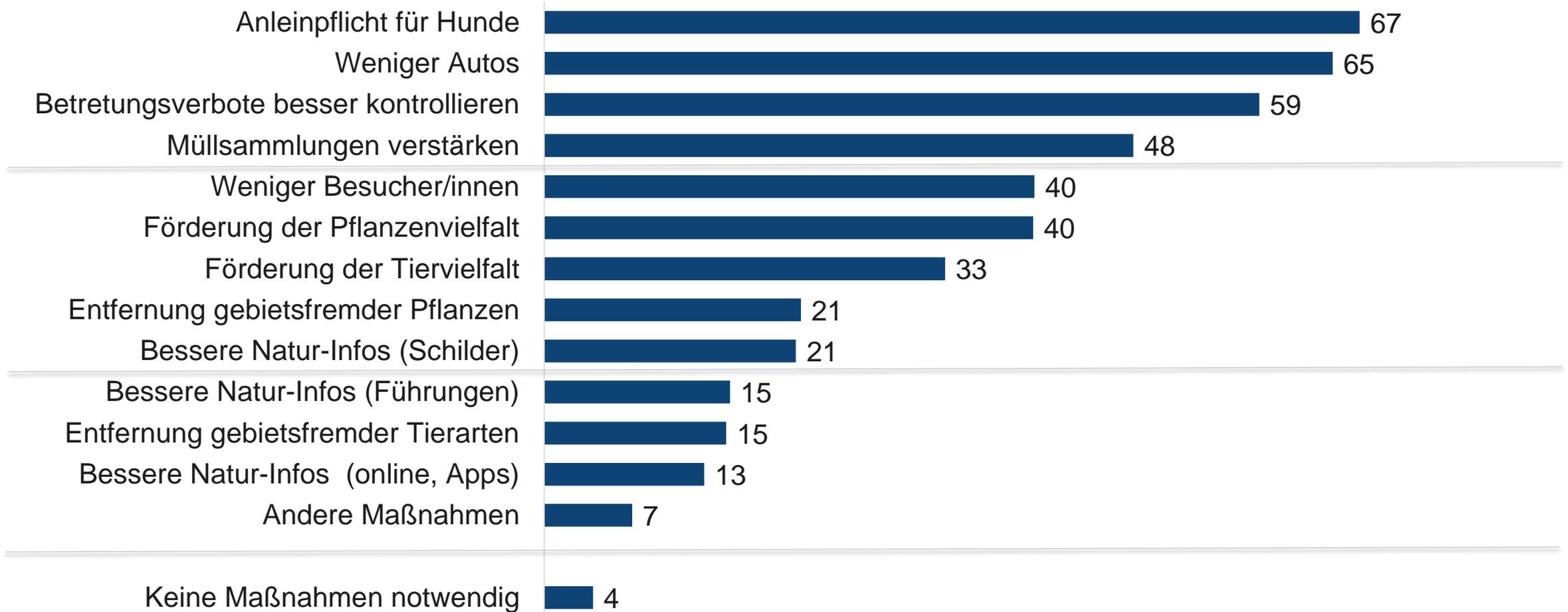
D3: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in St. Peter-Ording?  
 Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=669



**„Bitte nennen Sie drei  
Stichworte, die Ihnen  
spontan zur Natur in und  
um St. Peter-Ording  
einfallen.“**

E1: Bitte nennen Sie drei Stichworte, die Ihnen spontan zur Natur in und im St. Peter-Ording einfallen? (offene Frage, TOP 10 dargestellt)  
Basis: Alle Befragten mit Angabe n=940

## Relevanz von Naturschutzmaßnahmen für St. Peter-Ording: Weniger Autoverkehr und Anleinplicht für Hunde stehen auf den vordersten Rängen.



E4: Welche Maßnahmen wären aus Ihrer Sicht für den Erhalt und Schutz der Natur von St. Peter-Ording besonders wichtig? (mehrere Nennungen möglich)  
Basis: Alle Befragten n=1.294

# Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

- 1. SPO wird als lebenswerter Ort wahrgenommen, sowohl von Alteingesessenen als auch von Zugezogenen.**
- 2. Die Auswirkungen des Tourismus auf den Ort werden mehrheitlich positiv bewertet, gleichzeitig gibt es einen relevanten Anteil an kritischen Stimmen.**
- 3. Der Tourismus in SPO polarisiert, insbesondere hinsichtlich der persönlichen Auswirkungen, und spaltet dadurch den Ort.**
- 4. Positive Effekte: Wirtschaftsförderung, vielfältige Gastronomie, Nahversorgung.**
- 5. Negative Effekte: Verkehrsprobleme, Überfüllung, hohe Preise**
- 6. Der wirtschaftliche Bezug zum Tourismus hat nur eine geringe Auswirkung auf die Einschätzung der Situation.**
- 7. Einwohner benötigen nicht nur Informationen, sondern möchten in touristische Entscheidungen eingebunden werden.**
- 8. Anleinplicht für Hunde, Eindämmung des Autoverkehrs und Betretungsverbote im Fokus der erwünschten Naturschutzmaßnahmen**

- Ergebnisse vor dem Hintergrund der infrastrukturellen Entwicklung der Gemeinde und der Wertschöpfung aus dem Tourismus in den letzten Jahren betrachten:
  - Sehr hohes touristischen Volumenniveau.
  - Standort, der aufgrund seiner Geschichte sowie naturräumlichen, geografischen und verkehrlichen Lage nur wenige weitere ökonomische Nutzungsalternativen hat.
  - Mit dem ökonomischen Niveau steigen auch die Ansprüche an die Lebensqualität.
- Strategisch mit der Ausrichtung des Ortes für die nächsten Jahren auseinandersetzen.

**Die Ergebnisse geben KEINE klaren Handlungsrichtlinien vor.**

**Vielmehr werfen sie Fragen auf, die in gesellschaftlichen und politischen Runden zu diskutieren sind.**

## Verkehr

- Wo, wann und wodurch wird die als „zu viel“ empfundene Belastung in SPO verursacht? (Identifikation kritischer Orte/Straßen)
- Wie kann die verkehrliche Überlastung in SPO reduziert werden?

## Preisniveau (Immobilien, Gastronomie etc.)

- Welche Möglichkeiten gibt es, die Preise in SPO zu beeinflussen?

## Bezahlbarer Wohnraum

- Wer kann in der Gemeinde SPO für möglichst viele Menschen bezahlbaren Wohnraum schaffen
- Was wird dazu benötigt und wie kann das umgesetzt werden?

## Information/Transparenz/Beteiligung

- Welche Informations- und Beteiligungsmaßnahmen sind sinnvoll UND umsetzbar? Zu welchem Zeitpunkt?
- Wer übernimmt welche Rolle und welche Verantwortung?

## Bettenkapazitäten/Übernachtungsbetriebe:

- Welche Vorteile/welche Impulse und welche Belastungen gehen jeweils differenziert von gewerblichen und privaten Unterkünften aus?
- Wer kann wie auf die touristischen Kapazitäten Einfluss nehmen?
- Welchen Einfluss hätte die Begrenzung der gewerblichen Hotelkapazitäten (aktuell 2.000 Betten) auf die touristische Nachfrage?
- Welchen Einfluss hätte die Begrenzung/Umwidmung der Kapazitäten in den Privatquartieren (derzeit 12.000 Betten) auf die touristische Nachfrage? (... und auf bezahlbare Wohnraum)

## Angebote für Einwohner

- Welche ergänzenden touristischen Angebote wünschen sich Einheimische konkret?

## Gemeinsame Werte

- Wäre es für St. Peter-Ording sinnvoll, den Status als „Gemeinwohl-Gemeinde“ anzustreben?
- Was müsste dazu mittel- und langfristig auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene verändert werden?

Thema/Fragestellung	Betroffene Akteure/ Institutionen	Gestaltungskonzepte und/oder -verantwortungen (Ausgewählte Hinweise)
<b>1. Verkehr/Überfüllung:</b>		
a) Wo, wann und wodurch wird die als „zu viel“ empfundene Belastung in SPO verursacht? (Identifikation kritischer Orte/Straßen)	Amt Eiderstedt/ Gemeinde mit Einwohnern und externer fachlicher Expertise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vgl. Verkehrsentwicklungskonzept SPO</li> <li>– Differenzierte Betrachtungen notwendig</li> <li>– Tagestourismus vs. Übernachtungstourismus, Ortsteile, Zeiten</li> </ul>
b) Wie kann die verkehrliche Überlastung in SPO reduziert werden?	Amt Eiderstedt	– Zu prüfen: Großparkplätze außerhalb/vorgelagert SPO?
	Gemeinde  TZ SPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Gemeinde + TZ SPO engagieren sich aktuell in drei Mobilitätsprojekten:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verkehrsentwicklungskonzept SPO</li> <li>2. Steuerung über digitale Besucher/-PKW-Zählungen</li> <li>3. Nachhaltige Mobilität in schleswig-holsteinischen Urlaubsorten (Schlüsselprojekt SPO: Mobilitäts-Hubs)</li> </ol> </li> </ul>
	Lokale Politik	– Beschlüsse fassen, die dazu dienen, die verkehrliche Belastung zu reduzieren

Thema/Fragestellung	Betroffene Akteure/ Institutionen	Gestaltungskonzepte und/oder -verantwortungen (Ausgewählte Hinweise)
<b>2. Bettenkapazitäten/Übernachtungsbetriebe:</b>		
a) Welche Vorteile/welche Impulse und welche Belastungen gehen jeweils differenziert von gewerblichen und privaten Unterkünften aus?	Gemeinde und TZ SPO mit externer fachlicher Expertise	– Sachgerechte Analyse inkl. Betrachtung Wertschöpfungsketten, Beschäftigung, auf den Ort bezogen sowie in Wettbewerbsbetrachtung
b) Wer kann wie auf die touristischen Kapazitäten Einfluss nehmen?	Einwohner	– Teil der privaten Kapazitäten als Dauerwohnraum anbieten
	Gewerbtreibende	– Augenmaß bei gleichzeitiger Wirtschaftlichkeit
	Lokale Politik	– Beratung und Beschlussfassungen im Sinne des TEK und Infrastrukturplans
	Gemeinde	– Ggf. über B-Planverfahren (wo möglich)
	TZ SPO	– Nur beratend
c) Welchen Einfluss hätte die Begrenzung der gewerblichen Hotelkapazitäten (aktuell 2.000 Betten) auf die touristische Nachfrage?	TZ SPO	– Betrachtungen zu Vertrieb, Reisetrends, ganzjähriger Auslastung inkl. Ganzjahresbeschäftigung, vgl. auch 2 a)
	Gewerbtreibende	– Transparente Darstellung der Konzepte
d) Welchen Einfluss hätte die Begrenzung/Umwidmung der Kapazitäten in den Privatquartieren (derzeit 12.000 Betten) auf die touristische Nachfrage? (... und auf bezahlbare Wohnraum)	TZ SPO	– Vgl. 2 c)
	Gemeinde + Kreis NF	– Neue B-Pläne jetzt rechtlich möglich, Kontrollen nur durch Kreis NF
	Privatvermieter	– Businessmodell: Gestaltungsspielräume nutzen und gemeinsam Verantwortung für den Ort übernehmen

Thema/Fragestellung	Betroffene Akteure/ Institutionen	Gestaltungskonzepte und/oder -verantwortungen (Ausgewählte Hinweise)
<b>3. Preisniveau (Immobilien, Gastronomie etc.)</b>		
Welche Möglichkeiten gibt es, die Preise in SPO zu beeinflussen?	Gewerbtreibende	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ziele des aktuellen TEK verfolgen (KEIN Premiumort werden, Angebotsmix im Ort)</li> </ul>
<b>4. Angebote für Einwohner</b>		
Welche ergänzenden touristischen Angebote wünschen sich Einheimische konkret?	Gemeinde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prüfen, welche Möglichkeiten es gibt, spezielle Angebote/Veranstaltungen für Einwohner zu fördern</li> </ul>
	Gewerbtreibende	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dafür sorgen, dass das touristische Angebot von Gästen <u>und</u> Einwohnern wahrgenommen werden kann.</li> </ul>
	TZ SPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prüfung der offenen Nennungen aus Frage D3</li> <li>– Gezielte Marketingaktivitäten, die sich gezielt oder vorrangig an Einwohner richten</li> </ul>
<b>5. Bezahlbarer Wohnraum</b>		
a) Wer kann in der Gemeinde SPO für möglichst viele Menschen bezahlbaren Wohnraum schaffen b) Was wird dazu benötigt und wie kann das umgesetzt werden?	Gemeinde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wohnungsmarktkonzept (Gemeinde aus 2019)</li> </ul>
	Gewerbtreibende	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Angebot für Mitarbeiter schaffen und zu fairem Preis anbieten</li> </ul>
	Privatvermieter/ Einwohner	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Teil-Umwandlung von Privatquartieren zu Dauerwohnraum</li> </ul>

Thema/Fragestellung	Betroffene Akteure/ Institutionen	Gestaltungskonzepte und/oder -verantwortungen (Ausgewählte Hinweise)
<b>6. Information/Transparenz/Beteiligung</b>		
a) Welche Informations- und Beteiligungsmaßnahmen sind sinnvoll UND umsetzbar? Zu welchem Zeitpunkt?	TZ SPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bisher TZ SPO: Pressearbeit, Infos auf der Website der TZ-Businessportal, social media, diverse Newsletter an Vermieter und Endkunden, Jahresbericht, TZ im Dialog, Treffen der Vereine</li> </ul>
	Amt Eiderstedt / Gemeinde	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Denkbar: <a href="#">Online-Beteiligungsplattform</a></li> <li>– Mailadresse für den Bürgerdialog (analog zum <a href="#">Kundendialog von NAH.SH</a>)</li> <li>– Versionen eines Amtsblatts digital und analog</li> </ul>
b) Wer übernimmt welche Rolle und welche Verantwortung?	Gemeinde/ Amt Eiderstedt	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Transparenz der Zuständigkeiten herstellen</li> <li>– Sichtbarkeit von Verwaltung jenseits der TZ herstellen</li> </ul>
	TZ SPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Konzentration auf die (Kommunikations-)Aufgaben der TZ SPO</li> </ul>
	Gemeindevertretung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stärkung der Identifikation zwischen dem Bürger und dem Amt (= Gemeindeverwaltung)</li> </ul>
	Gewerbtreibende, Einwohner	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Verantwortung für das Geschehen und das WIR im Ort übernehmen</li> </ul>
<b>7. Gemeinsame Werte</b>		
a) Wäre es für St. Peter-Ording sinnvoll, den Status als „Gemeinwohl-Gemeinde“ anzustreben?	Gemeinde mit Gemeindevertretung, Gewerbtreibenden, Einwohnern und externer fachlicher Expertise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– "Gemeinwohl-Ökonomie" bezeichnet ein Wirtschaftssystem, das auf gemeinwohlfördernden Werten aufgebaut ist. Sie ist ein Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene. Sie versteht sich als ergebnisoffener, partizipativer, lokal wachsender Prozess mit globaler Ausstrahlung („gutes Leben für alle“).</li> <li>– Ausführliche Informationen unter <a href="https://web.ecogood.org/de/">https://web.ecogood.org/de/</a></li> </ul>
b) Was müsste dazu mittel- und langfristig auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene verändert werden?		

Wichtig: Ganzheitlich denken und bestehende Konzepte und Analysen berücksichtigen

ST. PETER-ORDING  
ENTDECKEN

Schutzgebietsanrainer

Ländlicher Zentralort

Verkehrsschwerpunkt

Wohnstandort

Wirtschaftsstandort

**Viel Erfolg!**

ST. PETER-ORDING  
Nordseeheil- und Schwefelbad

NIT Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH  
Fleethörn 23  
D- 24103 Kiel

Tel 0431 666 567 0  
[www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

Projektleiterin: Bente Grimm  
Tel +49 431 666 567 18, [bente.grimm@nit-kiel.de](mailto:bente.grimm@nit-kiel.de)



Bearbeitung: Astrid Koch, Bente Grimm und Kai Ziesemer  
Programmierung des Online-Fragebogens: Philipp Wagner