



19. Wahlperiode

Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

21. Sitzung

Mittwoch, 12. März 2025, 09:18 bis 12:25 Uhr

Anhörung

„Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern“

Inhalt

Sachverständige	3
Fragenkatalog	4
Anlagen	6
Anhörung „Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern“	7

Sachverständige

Josef Altmann

Liftbetreiber

Prof. Dr. Alfred Bauer

Leitung des Bayerischen Zentrums für Tourismus
Hochschule Kempten

Dr. Andrea Möller

Senior Consultant dwif-Consulting GmbH

Günter Reimann

Destinationsmanager Bayerischer Wald

Prof. Dr. Jürgen Schmude

Tourismuswirtschaft, Nachhaltigkeit und CSR, Frankreich

Klaus Stöttner

Sprecher des Kuratoriums für den Bayerischen Tourismus
Präsident des Tourismus Oberbayern München e. V.

Henrik Volpert

Vorstand, VDS-Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e. V.

Sybille Wiedenmann

Geschäftsführerin, ProAllgäu GmbH & Co. KG - AllgäuTopHotels

Fragenkatalog

- I. Welche Auswirkungen haben spezifische klimatische Veränderungen, wie z. B. Temperaturanstiege oder vermehrte Extremwetterereignisse, bereits heute auf die verschiedenen Tourismusregionen und -formen in Bayern und welche Auswirkungen werden in Zukunft erwartet?
- II. Welchen Herausforderungen ist die touristische Infrastruktur aufgrund von Klimawandel und Extremwetterereignissen bereits heute ausgesetzt und welche werden in Zukunft erwartet (z. B. Gewässer, Wanderwege, Campingplätze, Bergbahnen)?
- III. Wie beeinflussen der Klimawandel und dessen Auswirkungen die Nachfrage nach touristischen Angeboten in Bayern bereits heute und welche Änderungen der Nachfrage werden für die Zukunft erwartet?
- IV. Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um das Bewusstsein in der Tourismusbranche und bei Gästen selbst für die Auswirkungen des Klimawandels zu schärfen?
- V. Welche Best-Practice-Initiativen zur Sensibilisierung der Gäste für umweltbewusstes Verhalten und nachhaltigen Konsum gibt es bereits in den Regionen und in welcher Form findet darüber ein Austausch statt?
- VI. Welche Umweltschutzmaßnahmen in stark frequentierten Gebieten sind notwendig, um die Natur trotz erhöhter Belastung durch steigenden Tourismus zu schützen?
- VII. Welche wirtschaftlichen Chancen ergeben sich für den Tourismus in Bayern durch den Klimawandel?

- VIII. Wird im Gegenzug auch mit wirtschaftlichen Einbußen für den Tourismus durch die Klimakrise gerechnet, und welche Maßnahmen wären notwendig, um diese zu kompensieren?
- IX. Welche langfristigen Strategien und Pläne müssen seitens der Staatsregierung entwickelt werden, um den Tourismus an die Klimawandelfolgen anzupassen?
- X. Welche Unterstützungsmaßnahmen seitens der Staatsregierung wären notwendig, um den Ausbau von klimaschonendem Tourismus in Bayern zu unterstützen und zu fördern?
- XI. Wie beeinflusst die Klimakrise bereits heute die Wintersportbranche, insbesondere Skigebiete und andere winterbasierte Angebote?
- XII. Welche Anpassungen werden von Unternehmen, die stark vom Wintertourismus abhängig sind, bereits getroffen, um auf kürzere oder unzuverlässigere Wintersaisons zu reagieren?
- XIII. Welche weiteren Maßnahmen sind notwendig, um den Tourismusstandort Bayern klimaresilient zu machen?

Anlagen

Anlage 1

Stellungnahme Günter Reimann

Tourismusverband Oberbayern e.V. 54

Anlage 2

Stellungnahme Klaus Stöttner

Kuratorium für den Bayerischen Tourismus

Tourismus Oberbayern München e. V. 56

Anlage 3

Stellungnahme Henrik Volpert

Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e. V. 63

(Beginn: 09:18 Uhr)

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Sehr geehrte Damen und Herren! Liebe Kolleginnen und Kollegen! Liebe Gäste! Ich möchte die 21. Sitzung des Ausschusses für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus eröffnen. Wir haben eine besondere Sitzung, denn wir haben eine Anhörung zum Thema Tourismus. Dazu darf ich Sie genauso wie die Zuschauerinnen und Zuschauer über den Livestream herzlich begrüßen. Das gilt auch für eine Reihe von Pressevertretern.

Wir haben auch heute wieder Geburtstage zu feiern. Ich darf meiner Kollegin Mia Goller ganz herzlich zum Geburtstag, den sie am 24. Februar feiert, gratulieren. Auch meiner Kollegin Ruth Müller möchte ich ebenfalls ganz herzlich gratulieren. Sie hatte vor zwei Tagen Geburtstag. Auch dir alles Gute, liebe Ruth.

(Beifall)

Wir haben heute einen Gast bei uns, Herrn Thomas Holz. Er ist tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Fraktion und hatte gestern Geburtstag. Auch dir, lieber Thomas, alles Gute zum Geburtstag.

(Beifall)

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Gäste, wie ich bereits erwähnt habe, steht das Thema Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern heute auf unserer Tagesordnung.

Ich muss Ihnen ganz ehrlich sagen: Tourismus und Bayern gehören zusammen. Bayern hat zu jeder Jahreszeit etwas Tolles zu bieten. Der Tourismus ist eine Leitökonomie in Bayern, und es ist sehr schön, dass sehr viele Gäste jedes Jahr zu uns nach Bayern kommen. Bayern wurde von "Lonely Planet" für diese Vielfalt gewürdigt und ausgezeichnet. Deswegen gehören wir, gehört Bayern zu einer der weltweiten Top-Regionen für das Jahr 2025. Ich finde, das ist eine großartige Sache.

Wir haben in Bayern großartige Gastgeber und Gastgeberinnen, die immer wieder in ihre Hotels, in ihre Gasthäuser, in ihre Campingplätze investieren. Auch das ist wirklich sehr vorbildlich. Darüber hinaus haben wir auch sehr rührige und vorbildliche Tourismusverbände, die sich immer im engen Zusammenschluss mit den Kommunen für den Tourismus einsetzen und sehr viel bewirken.

Wir haben ein tolles Bayerisches Zentrum für Tourismus, das für seine hervorragende Arbeit bekannt ist. Außerdem haben wir mit der BayTM einen erstklassigen Verband, der ausgezeichnete Arbeit geleistet hat.

Trotzdem ist es so, dass der Klimawandel auch vor Bayern nicht Halt macht und bestimmte Aufgaben mit sich bringt. Deswegen muss sich auch der Tourismus daran ausrichten. Aus diesem Grunde wurde diese Anhörung beantragt.

Die Anhörung wurde auf Initiative der grünen Fraktion beantragt, und es sind viele Experten der Einladung gefolgt. Ich darf Sie herzlich begrüßen.

Herr Josef Altmann, Sie sind Betreiber einer Liftanlage. Vielen Dank, dass Sie hier bei uns sind.

Ganz herzlich darf ich Herrn Prof. Dr. Alfred Bauer, Leiter des Bayerischen Zentrums für Tourismus an der Hochschule in Kempten begrüßen genauso wie Frau Dr. Andrea Möller von dwif-Consulting GmbH.

Es freut mich auch sehr, dass Herr Günter Reimann da ist. Er ist Destinationsmanager im Bayerischen Wald.

Herzlich begrüßen darf ich auch Herrn Prof. Jürgen Schmude, Professor für Tourismuswirtschaft, Nachhaltigkeit und CSR, Frankreich.

Ganz herzlich begrüße ich auch meinen früheren Kollegen und jetzigen Sprecher des Kuratoriums für den Bayerischen Tourismus und Präsident des Tourismus Oberbayern München e. V., Klaus Stöttner.

Ebenfalls ganz herzlich begrüße ich Frau Sybille Wiedenmann. Sie ist Geschäftsführerin der ProAllgäu TopHotels GmbH & Co. KG.

Herr Volpert hat krankheitsbedingt abgesagt, und es ist leider kein Ersatz gemeldet worden.

Ich denke, wir haben mit Ihnen, die hier anwesend sind, wichtige und kompetente Experten, sodass wir die Anhörung gut gestalten können.

Zum Ablauf: Ich bitte, dass sich jeder Experte am Anfang in drei bis fünf Minuten vorstellt. Dann treten wir in die Bearbeitung der vorgeschlagenen Fragen ein. In der nächsten Runde ist es dann so, dass die Abgeordneten noch einmal Fragen stellen können, die darüber hinaus noch offen sind.

Ich sehe gerade, dass wir Besuch von einer Gruppe von Schülerinnen und Schülern der Berufsfachschule für Hotel- und Tourismusmanagement aus Kermes (München) bekommen. Ich begrüße Sie herzlich. Sie haben heute den richtigen Tag für den Landtagsbesuch gewählt, denn es geht um das Thema Tourismus. Sie werden sicherlich viele gute Argumente hören, die Sie für Ihre Ausbildung mitnehmen können.

Wir beginnen mit Herrn Prof. Alfred Bauer, und ich darf Sie um eine kurze Vorstellung bitten. Im Anschluss rufe ich dann nacheinander die einzelnen Experten auf.

SV Prof. Dr. Alfred Bauer (Bayerisches Zentrum für Tourismus, Hochschule Kempten): Sehr geehrte Frau Högl! Meine sehr verehrten Damen und Herren! Ich war vor einiger Zeit erst bei Ihnen im Ausschuss. Ich bin Vorsitzender des Bayerischen Zentrums für Tourismus. Unsere Mission ist das Setzen von Impulsen, wir vernetzen und fördern den Austausch zwischen Praxis und Wissenschaft. In dem Zusammenhang führen wir auch eigene Studien durch. Ein besonderes Herzensanliegen von uns ist die Szenarienentwicklung, wie erst jüngst für den Wintertourismus in Bayern im Jahr 2050. Das passt hervorragend in diesen Themenbereich Klimawandel, Klimakrise.

Sve Dr. Andrea Möller (dwif-Consulting GmbH): Grüß Gott, Frau Högl! Grüß Gott in die Runde! Ich arbeite für die dwif-Consulting GmbH. Das stand ursprünglich einmal für "Deutsches Wissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr" an der Universität München e. V. Mittlerweile mussten wir uns aufspalten. Wir haben nun zwei Einheiten, einerseits den eingetragenen Verein, der viele Forschungsprojekte macht, und eine klassische Consulting GmbH, bei der ich angestellt bin. Ich arbeite seit 1992 im Tourismus, ganz viel in Bayern, bin vor allem im Beratungs- und Destinationsmanagement aktiv. Meine Rolle heute ist wahrscheinlich, die Brücke in die Praxis zu bauen: Wie gelingt es, das gesamte Wissen, das wir über den Klimawandel haben, tatsächlich in der Praxis umzusetzen?

Gleichzeitig habe ich die Funktion Stabstelle Nachhaltigkeit bei uns im Unternehmen. Ich beschäftige mich viel mit dem Thema und muss sagen: Ja, es gibt noch

viel zu tun. Es ist nicht so, dass die Themen "Klimawandel und Nachhaltigkeit" in jedem Projekt bei uns eine Rolle spielen. Es sollte es aber. In diesem Jahr haben wir beschlossen, dass wir eigentlich bei jeder Destinationsberatung, also jedes Zielgebiet, was wir beraten, die Themen "Klimaschutz, Klimawandel, Klimaanpassung" mit aufrufen und die Daten, die für diese Region in der Prognose sind, zeigen und versuchen, dadurch den Stein mit ins Rollen zu bringen.

SV Günter Reimann (Destinationsmanager Bayerischer Wald): Guten Morgen! Ich möchte gerne zu meiner Funktion zwei Folien einspielen. Ich bin einer der vielen Geografen in dieser Runde und seit 30 Jahren im kommunalen Marketing tätig und seit zehn Jahren beim Tourismusverband Ostbayerns als Destinationsmanager für den Bayerischen Wald zuständig.

Wir kommen zur zweiten Folie. Ich vertrete den Tourismusverband Ostbayern. Das ist einer von vier Regionalverbänden mit knapp 17 Millionen Übernachtungen. Zudem ist die Geschäftsstelle in Regensburg auch für die deutschen Mittelgebirge Ansprechpartner, weil viele Probleme, die wir im Bayerischen Wald haben, in anderen deutschen und bayerischen Mittelgebirgen vorherrschen. Deswegen möchten wir auch die Stimme für die Mittelgebirge sein.

Es ist ein ganz breites Spektrum von Urlaubsformen, vom Erholungsurlaub, der in diesen klassischen ländlichen Urlaubsgebieten herrscht, Familienurlaub, Gesundheitsurlaub in unseren Bädern. Ich verweise hier auch das Thermenland in den großen Kurbädern im Süden, Bad Füssing und Co. Natürlich spielen auch die klassischen Urlaubsbereiche wie Aktivurlaub, Natururlaub in unseren National- und Naturparks als auch Landurlaub und zum Teil Kulturtourismus in unseren Städten wie Regensburg eine Rolle.

Da möchte ich heute auf die regionalen und die speziellen ortsspezifischen, regionaltypischen Maßnahmen eingehen, aber auch die Konsequenzen und die Auswirkungen des Klimawandels im Tourismus darstellen.

SV Prof. Dr. Jürgen Schmude (Tourismuswirtschaft, Nachhaltigkeit und CSR, Frankreich): Guten Morgen! Ich bin jetzt der vierte Geograf in der Runde. Sie sehen, dass dieses Thema sehr stark mit der Geografie verbunden ist. Gerade die räumliche Perspektive dabei einfließen zu lassen, ist mir ein großes Anliegen.

Ich habe die wissenschaftliche Leitung beim Bayerischen Zentrum für Tourismus und arbeite sehr eng mit dem Kollegen Bauer zusammen. Daneben habe ich noch ein Leben an der LMU, wo ich ebenfalls wissenschaftlich tätig bin. Ich interessiere mich insbesondere für die Nachfrageseite, also für die Touristinnen und Touristen, für ihr Verhalten und ihre Reaktion auf den Klimawandel. Das ist eng mit der Arbeit, die wir im BZT machen, verbunden. Wir gehen der Fragen nach, wie Skifahrerinnen und Skifahrer auf den Klimawandel reagieren.

Ich freue mich, dass ich gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen die räumliche Komponente in die Diskussion hineinbringen kann.

SV Klaus Stöttner (Kuratorium für den Bayerischen Tourismus, Tourismus Oberbayern München e. V.): Vielen Dank, Petra Högl. Der Täter kommt immer zum Tatort ein, so heißt es in einem kriminalistischen Spruch.

Ich bin als Sprecher für das Kuratorium des bayerischen Tourismus heute hier und bin seit vielen Jahren Präsident von Tourismus Oberbayern München e. V. Vor zwei Jahren haben sich alle vier Verbände zusammengeschlossen, um mit einer gemeinsamen Stimme zu sprechen. Das Kuratorium ist quasi das politische Sammelbecken für die Interessen der Regionen.

Wichtig für die Abgeordneten und die Fachleute ist, dass wir als Verbände nur die Destinationen, die kommunal durch freiwillige Leistungen durch die Landkreise getragen sind, vertreten. Somit deckt Tourismus Oberbayern die komplette kommunale Familie ab, entgegen der anderen Verbände, wie die DEHOGA, die ihre Branche vertreten, oder BayTM, die im Marketing unsere Spitzenorganisation ist. Diese Vertretung der Kommunen, bei denen es eine freiwillige Leistung ist und die nicht von oben diktiert wird, sondern von unten echt sachte als Netzwerk zusammengeführt werden muss, ist eine schwierige Arbeit. Es ist eine wichtige Aufgabe, die Leute so zu steuern, dass sie in der Qualität und in der Offensive wachsen. Deshalb ist es die Aufgabe des Kuratoriums aller vier Verbände mit den Unterschiedlichkeiten von Franken über den Bayerischen Wald bis zum Allgäu und Bayerisch Schwaben und Oberbayern und mit den großen Städten, die andere Kunden und andere Gäste haben, die Interessen zu bündeln. Aus diesem Grund ist diese Sprecherfunktion ganz gut, um mit einer Stimme für die gesamte bayerische kommunale Familie zu sprechen.

Sve Sybille Wiedenmann (ProAllgäu GmbH & Co. KG - AllgäuTopHotels): Herzlichen Dank für die Einladung. Ich freue mich, dass so viele an dieser Anhörung teilnehmen und dass der Nachwuchs am Start ist. Das ist großartig, auch für die Zukunftsaufgaben, die wir gemeinsam lösen können. Ich bin seit fast 40 Jahren dabei, bin Betriebswirtin, damals an der FH in München mit Schwerpunkt Tourismus. Noch heute gibt es dort den großartigen eigenen Studiengang, wo die Fakultät stark involviert ist.

Ich durfte verschiedene Positionen ausfüllen. Nach der Ausbildung war ich strategische Marketingberaterin, war bei Fried & Partner, die vielleicht einige kennen, mit großartigen Studien. Ich durfte dann Bayern Tourismus von 2000 bis 2011 mitaufbauen und begleiten. Im Anschluss war ich ein paar Jahre selbstständig und habe ein paar Studien über die Zukunft des Alpentourismus, Future-Hotels gemacht. In 2014 habe ich gemeinsam mit Fraunhofer eine Studie über den Urlaub auf dem Bauernhof erstellt. Das war eine tolle Studie gemeinsam mit Prof. Bausch.

Seit über sieben Jahren bin ich Geschäftsführerin der Allgäu TopHotels. Die Organisation dahinter ist die ProAllgäu GmbH & Co. KG. Das ist super spannend, denn vor 25 Jahren haben sich die stärksten Hotels im Allgäu zusammengeschlossen und gesagt, wir sind alleine zwar stark, aber nur mit einer starken Destination Allgäu.

Es gab damals noch keine Allgäu GmbH. Es gab Landkreise, es gab starke Orte, aber keine gemeinsame Vermarktung, keine gemeinsame Produktentwicklung und keine gemeinsame Gestaltung des Lebensraums. Das waren die stärksten Treiber, und 2004 gelang es. Es gab eine Allgäu Tourismus, seit 2011 Standard Tourismus Marke. Es wird toll zusammengearbeitet als PPP. Wir sind stärkster privater Anteilseigner der Allgäu GmbH. Ich darf dort im Aufsichtsrat sitzen. Der Geschäftsführer der Allgäu GmbH sitzt bei uns im Beirat. Wir sind ganz stark vernetzt und haben die Allgäu Tourismus von unten mit aufgebaut.

Daher freue ich mich sehr, dass ich diese Erfahrungen, da wir stark nachhaltig ausgerichtet sind, hier einbringen darf und freue mich auf die gemeinsame Debatte.

SV Josef Altmann (Liftbetreiber): Guten Morgen. Ich bin Liftbetreiber im Bayerischen Wald an der Landkreisgrenze Deggendorf-Grafenau. Wir beschneien schon seit 1989, haben Landwirtschaft, Skischule, Lift, Gastronomie usw. Ich danke für die Einladung.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank. – Bevor wir in die Fragerunde einsteigen, darf ich noch zwei besondere Gäste begrüßen, und zwar Frau Barbara

Radomski. Sie ist Geschäftsführerin der BayTM und natürlich auch ihren Stellvertreter, Herrn Wagner. Es freut uns, dass Sie da sind. Ich hatte Sie im Vorfeld erwähnt, und auch Kollege Klaus Stöttner hat auf Ihre hervorragende Arbeit verwiesen.

Es freut mich auch, dass Frau Juliane Berauer hier ist. Sie ist Referentin im Tourismus, Bereich Standort, Mobilität, Handel, Dienstleistungen, Wirtschaftshilfen von der IHK München und Oberbayern. Ein herzliches Grüß Gott bei uns hier im Ausschuss, denn auch der Tourismus spielt bei der IHK eine wichtige Rolle.

Jetzt steigen wir in die Beantwortung der Fragen ein. Sie haben einen Fragenkatalog zugesandt bekommen. Ich würde nun vorschlagen, dass jeder Experte von Ihnen in circa 15 Minuten die Fragen beantwortet. Wenn es kürzer ist, ist es auch in Ordnung, aber es wäre gut, wenn Sie sich an diese Zeitvorgabe halten könnten. Im Anschluss erfolgt die Fragerunde der Abgeordneten; vielleicht ist ja die eine oder andere Frage noch offen.

Ich möchte nun auf der anderen Seite beginnen und Frau Wiedenmann bitten, in die Beantwortung der Fragen einzusteigen.

Sve Sybille Wiedenmann (ProAllgäu GmbH & Co. KG - AllgäuTopHotels): Es ist toll, aus Sicht der Wirtschaft anfangen zu dürfen. Auf die Frage, welche Herausforderungen spezifische klimatische Veränderungen haben, möchte ich nur kurz antworten, da die Kollegen dazu mehr sagen können. Es ist für uns unberechenbar geworden, und wir spüren natürlich schon die kürzere Wintersaison.

Im zweiten Bereich geht es um die Auswirkungen auf die touristische Infrastruktur und ob die schon durch Extremwetterereignisse erfahrbar sind. Wir hatten in den letzten Jahren schon massive Schäden, angefangen damit, dass die Bodenplatte im AMERON Neuschwanstein, gerade frisch gebaut, dann unterspült wurde und das Hotel ein Dreivierteljahr zumachen musste.

Wir hatten im Hotel Filzer einen Blitzschlag, wodurch die gesamte Technik lahmgelegt war und die EDV stilllag. Das ist der Worst-Case für ein Hotel. Im Tannenhof im Weiler waren durch den Hagel die Gullys verstopft. Auch dieses Haus stand komplett unter Wasser und musste ein Dreivierteljahr renoviert werden.

Wir hatten im letzten Jahr die Muren in Ofterschwang, wo die Zufahrt zum Allgäuer Berghof geschlossen war, wir hatten Hochwasser, die Ab- und Zureisen verhindert hatten, wir hatten die Sommerstürme, wodurch ganze Landstriche verwüstet wurden und es gefährlich war, in den Wald zu gehen, was das Gesamterlebnis insgesamt schwer beeinträchtigt hat.

In 2019 hatten wir starken Schneefall, wo alle das Gefühl hatten, nicht mehr durchzukommen. Wir haben in den letzten Jahren Vielfältiges erlebt und hatten dadurch auch sehr hohe Kosten. Auch wenn die Versicherungen teilweise einen solchen Hagelschaden übernehmen, entsteht Unsicherheit, und wir verlieren Gäste.

In der Zukunft erwarten wir mehr Trockenheit. Das heißt für uns mehr Pflege in den Außenanlagen, die Feuergefahr steigt, was wir jetzt schon hatten. Der Zustand des Waldes, was für uns ein großes Gut ist, ist auch in Gefahr. Die Wanderwege werden durch Steinschläge gefährdet. Wir haben die Natur so schön als sicheren Erholungs- und Rückzugsort entwickelt, und jetzt wird die Bedrohung wieder stärker. Da werden wir uns gute Maßnahmen überlegen müssen.

Im dritten Bereich geht es um die Nachfrage. Der klassische Winterurlauber will seinen Winterurlaub wirklich erleben. Das Bayerische Zentrum für Tourismus hat uns gezeigt, dass er umbucht, wenn er nicht sicher ist, dass er in seinem geliebten

Winterort Schnee hat. Ein Teil fährt in einen anderen Ort, und ein Teil kommt zu einem anderen Zeitpunkt. Wenn er zu einer anderen Zeit kommt, hilft uns das nicht, weil wir dann meist schon ausgebucht sind. Da haben wir schon einen kleinen Rückgang der Nachfrage, weil wir eine Konkurrenz anderer Destinationen mit einem noch höheren Angebot haben. Es ist für uns sehr schwierig zu vermitteln, dass, obwohl es unten grün ist, oben perfekte Bedingungen herrschen. Auch jetzt gerade haben wir super Bedingungen im Allgäu. Man kann toll Skifahren. Aber wenn unten die Wiesen grün sind, ist das ein großer Kommunikationsaufwand, das zu vermitteln. Wir haben auch gelernt, dass die deutschen Urlauber nur im Dezember, Januar und Februar ihren Winterurlaub verbringen wollen. Es sind nur noch 14 % im März und 12 % im April. Wenn wir dann gegen Ostern tolle Bedingungen haben, sagt der Gast aus den Städten: Mei, jetzt ist Biergartenzeit, jetzt will ich Wandern und Radfahren.

Da verschiebt sich etwas in der Nachfrage. Die Herausforderung ist die hohe Kurzfristigkeit. Die Leute fahren sehr auf Sicht. Im letzten September, als es den Schneeeinbruch gab, hatten wir im Allgäu einen Rückgang von 10 % der Nachfrage. Auch der Mai mit den langen Regenzeiten war schwierig. Wir brauchen in der Konsequenz neue Gästeströme, die wir für das ganze Jahr begeistern können und die wetterfest sind. Nachher kommen wir noch dazu, was wir in dem Bereich machen. Außerdem haben wir wesentlich höhere Kommunikationskosten.

In der Zukunft wird der Winter kürzer. Prof. Schmude wird uns von der Verschiebung nach Ostern erzählen, was ein Prognosefeld ist. Das bedeutet für uns, dass die Gäste im Dezember, Januar und Februar anreisen möchten. Wie gehen wir damit um? – Wir glauben, der März wird ein bisschen zum April. Das sehen wir jetzt schon. Wir hatten schon schöne Frühlingstage, jetzt ist jedoch der Winter wieder da. Im April werden wir aber in Zukunft den Sommer starten. Wir werden mit der Sommersaison früher beginnen und im Idealfall geht die dann bis zum November. Wenn das so aufgeht. Wenn wir zwischendrin vier Wochen Regen haben, findet der Gast andere Ziele.

Wir haben eine hohe Unberechenbarkeit, müssen aber parallel eine hohe Gleichzeitigkeit bieten. Wir müssen einerseits ein perfektes Winterangebot bieten und zugleich tolle Wellnessangebote und andere Beschäftigungsangebote.

Im Sommer erwarten wir natürlich mehr Gäste, wenn dieser länger wird, aber bei höheren Temperaturen werden wir mehr Nachfragen nach Außenflächen haben, die wir bereithalten müssen: mehr Wassererlebnis, mehr Liegen, mehr Außengastronomie. Wir müssen perfekt alles innen haben, aber parallel das Gleiche auch draußen.

Wir werden die Erwartung nach klimatisierten Räumen haben und werden den steigenden Energiebedarf berechnen müssen. Aufgrund des unsteten Wetters werden wir vielfältige Angebote – innen und außen – haben müssen.

Zum vierten Themenkomplex. Wir sind mitten im Klimawandel, wir merken es bereits und arbeiten bereits stark daran. 1985 als ich in dem Bereich mein Studium begonnen habe, hatte Jost Krippendorf seine Bibel "Die Ferienmenschen" bereits geschrieben. Der Tourismus arbeitet schon seit über 40 Jahren daran, das Allgäu ist sehr nachhaltig ausgerichtet. Wir haben das ganz große Glück, dass wir mit der Marke "Allgäu" eine ganz klare Markenessenz haben. Wir haben gemeinsam mit der Hochschule Kempten einen Leitfaden entwickelt, wie wir Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Das betrifft die wirtschaftliche, die soziale und die ökologische Nachhaltigkeit. Diese Kriterien werden von unseren 80 Paten erfüllt, und damit erfüllen wir das Markenversprechen "Nachhaltiges Allgäu" verbunden mit dieser

Frische, die Bodenständigkeit auf der Betriebsebene. Das ist ein super Motor, dass das wirklich vor Ort gelebt wird.

Die Hoteliers haben sich bereits 2011 auf den Weg gemacht. Die haben mit der eza! ein Energienetzwerk gegründet. 15 Hoteliers sind dabei, die jeweils 15.000 Euro einzahlen. Sie treffen sich mit der eza! viermal im Jahr, machen Betriebsbesichtigungen, sind gerade unterwegs in Tirol und schauen sich da erfolgreiche Betriebe, die das gut gelöst haben, an. Sie diskutieren, welche Technik benötigt wird und wo Einsparungen möglich sind, wie möglich ressourcensparend gearbeitet werden kann und welche Maßnahmen die richtigen sind. Die Unternehmen sind sehr daran interessiert.

Wir haben auch Unternehmer, die gerne bauen: Da sehen wir an den PV-Anlagen und an der Kraft-Wärme-Kopplung. Da sind wir ganz vorne. Die investieren lieber mehr in die Energie, als dass sie Gespräche mit den Mitarbeitern führen.

Im Rahmen des Bündnis-Klima mit der eza!, das wir im Allgäu haben, investieren die Betriebe, um die CO₂-Bilanzen zu verbessern. Es sind branchenübergreifend über 100 dabei, die versuchen, schrittweise jedes Jahr 10 % einzusparen. Wir sind mit vielen Projekten dabei.

Zur Nachfrage: Wie kann man das Bewusstsein stärken? – Die Leute wissen, was wichtig ist. 45 % der Deutschen sagen, die Nachhaltigkeit ist mir im Urlaub richtig wichtig, und trotzdem haben wir im Jahr 2023 das erste Mal mehr Flugreisende gehabt als Leute, die mit der Bahn oder mit dem Auto gefahren sind. 45 % sind auch im Jahr 2024 mit dem Flugzeug in den Urlaub geflogen und nur 42 % sind mit dem Auto in den Urlaub gefahren. Wir hatten 115 Milliarden km, davon hatten wir 87 % mit dem Flugzeug.

Auf der ITB gab es die neusten Zahlen, dass der Tourismus mit 8,8 % weltweit zum CO₂-Aufkommen beiträgt, und davon stammt über die Hälfte aus dem Flugverkehr.

Das Gefühl unserer Urlauber, die bei uns in Bayern Urlaub machen, ist, dass es nachhaltiger nicht geht. Sie machen Urlaub vor der Haustür, die Bayern sind unsere stärksten Urlaubsgäste nach den Baden-Württembergern. Die bleiben regional, sie stärken die regionalen Wirtschaftskreisläufe. Letztlich müssten wir jedem Urlauber in Bayern einen bayerischen Urlauberorden verleihen, als Belohnung: Du kommst zu uns, du fliegst nicht mal schnell zum Taxi-Tarif irgendwohin, sondern bleibst daheim. Das dürfen wir wirklich herausstellen.

Die Urlauber würden auch mehr mit der Bahn fahren, wenn sie auch fahren würde. Wir dürfen die Menschen, die die längste Reise des Jahres, die Reise in den Urlaub, nicht mit der Bahn antreten möchten, nicht schelten, sondern sagen: Super, du kommst, wir organisieren vor Ort den Verkehr so gut wie möglich. Wir müssen die einfach belohnen. Wir versuchen dies auf vielfältige Weise.

Es wäre super, wenn wir on Top eine klare Orientierung hätten. Es gibt mittlerweile für die Betriebe viele Auszeichnungen im Umweltbereich. Da kennt sich keiner mehr aus. Wenn es ein deutschlandweites starkes Siegel gäbe, was auch international anerkannt wäre, würde uns das sehr helfen, sodass man erkennt: Die leisten hier etwas ganz Besonderes. – So kann der Gast, dem dieses Thema wichtig ist, gleich sehen, dass er hier gut aufgehoben ist.

Wir machen viel für die Sensibilisierung. Es gibt Vorzugspreise für die Leute, die mit der Bahn kommen. Wir versuchen, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen. Wenn jemand für sieben Tage kommt, bezahlt er beispielsweise nur für sechs. Es gibt Anreize, auf die Zimmerreinigung zu verzichten. Die ÖPNV-Nutzung ist mittlerweile weitestgehend frei. Wir versuchen, Fahrrad- und Wanderwege direkt von den

Hotels aus anzubieten. Wir haben auch Wanderkarten, auch GPS-gesteuert, damit sie gar nicht das Auto nutzen müssen.

Wir zeichnen die regionalen Produkte aus, kaufen das gesamte Rind, damit der Gast das Erlebnis mitkriegen soll: Der Fisch ist von hier, der Käse ist von dem Bauern, von der Alp. Das honorieren die Gäste unheimlich, dass sie die Verbindung zu den regionalen Produkten haben. Das ist ihnen ganz wichtig.

Die Bergbahnen sind auch stark dabei mit der emotionalen Information. Mit der Fellhorn Gipfelbahn gibt es eine Naturshow. In der Bahn gibt es bereits Hinweise, zum Beispiel: Rechts von dir bei der Bergfahrt ist geschütztes Terrain. Hier sind die Berghühner zuhause. – Es gibt eine tolle Ausstellung. Wir haben auch das tolle Alpinium bei uns, wo wir das Big-Five-Thema entwickelt haben, bei dem wir unsere Tiere in den besonderen Blickpunkt rücken und zeigen, dass die Gams, der Steinbock besondere Tiere sind genauso wie das Murmeltier. Ein Werbeslogan lautet: Machen Sie es wie das Murmeltier. Kommen Sie zum Winterschlaf in das Allgäu. Nutzen Sie den November, wenn es draußen dunkel ist, gehen Sie mit der Zeit und dem Rhythmus der Natur. Wir versuchen, stark zu emotionalisieren und den Kontakt zu den Menschen herzustellen, um sie wirklich zu berühren.

Ich glaube, wir müssen noch früher anfangen. Wir müssen in den Kindergärten, in den Schulen und in den Unternehmen anfangen. Die müssen die Natur spüren, die müssen raus in die Natur. Wir dürfen das Naturerlebnis nicht nur auf die kostbaren Stunden am Wochenende und im Urlaub begrenzen. Wir brauchen gute Kontakte für die Arbeit mit den Kindern. Es gibt Regionen, in denen die Naturparks Patenschaften mit den Kindergärten und Schulen haben. Die machen beispielsweise Führungen. Ich könnte mir vorstellen, dass Unternehmen Patenschaften für Tiere, für Regionen übernehmen und vielleicht sogar in Zukunft für die Wegesicherung. Da zu einer engeren Zusammenarbeit zu kommen, wäre ein guter Schritt. Wir wollen sie ja nicht mit dem erhobenen Zeigefinger bei uns begrüßen, sondern mit einer gewissen Wertschätzung zur Natur willkommen heißen. Ich glaube, hier wäre noch ein großer Entwicklungsraum.

Es gibt auch No-Go-Areas, also Gebiete, die man nicht betreten darf, die schützen wir auch heute schon. Das andere ist eine Wertsetzung. Mit einer guten Möblierung im Raum, wenn wir eine hochwertige Beschilderung haben, schöne Bänke, Kunst im Raum, wenn der Gast merkt, dass er in einen besonderen Raum hineingeht, dass da etwas Wertvolles ist, dann verhält er sich auch anders, er hat eine andere Vorstellung. Er denkt, ich darf hier teilhaben, ich fahr mit der Bahn da hinauf, die erklären mir, welche Tiere da sind, welches Gestein es ist. Das ist ein Dolomit, das ist ein Schlier. – Da kann man sie gut mitnehmen.

Bei Gebieten, die uns besonders wertvoll sind, müssen wir kontingentieren. Da dürfen wir geführte Wanderungen machen. Da dürfen wir etwas verlangen.

Ich war mal in China. Die haben das extrem stark in der Provinz gemacht. Wir sind in einem Wellcome-Center angekommen und begrüßt worden. Man hat einen Beitrag für diesen Park für dieses kulturelle Monument, für das Dorf bezahlt, man ist dann mit Minibussen gefahren worden, man ist geführt worden. Die haben das einfach gemanagt. Ich will von denen nicht viel lernen, aber wie sie mit Gästen umgehen, wie sie das steuern und in Wert setzen, hat mich sehr beeindruckt. Es gab an jedem Punkt, wo ich ankam, ein vielfältiges Mobilitätsangebot. Ich war nie verloren, überall, wo ich herauskam, stand der nächste Minibus, standen Räder, kleine E-Vespas. Diese vielfältigen Mobilitätsangebote könnten uns auch weiterhelfen.

Die wirtschaftlichen Chancen. Wir hoffen ein Stück auf Coolcation. Die Marktforschung gibt das überhaupt noch nicht her. Die aktuellen Daten sind da. Wir hatten mal 30 % stabil beim Innenlandurlaub. Das Jahr 2023 war eine Katastrophe, da hatten wir 22 %. Im Jahr 2024 waren es wieder 24 %. Die Leute wollen in die Wärme und denken, der Waldbrand ist bei den anderen, mir passiert das schon nicht. Ich habe eine gute Sonnencreme, was auch immer. Da ist der Wunsch nach diesem Loslassen, nach dem Meer, nach dem Dolce Vita. Die Destination Spanien wächst ins Unendliche mit 15 %. Da haben wir eine starke Gegenwehr. Deshalb der Bayerische Urlauberorden.

Die wirtschaftlichen Einbußen. Das ist eine große Problematik. Wir haben extreme Kostensteigerungen. In den letzten drei Jahren wurden die tariflichen Gehälter um 30 % erhöht, was richtig ist. Das wollen wir. Wir wollen gute und faire Löhne zahlen. Wir müssen aber letztlich ein doppeltes Angebot bereithalten: innen und außen. Wir müssen das ganze Jahr beides bieten können. Wir müssen in die Angebotsgestaltung investieren, und das machen die Betriebe. Wir überdachen Spielplätze, wir bauen Reithallen. Da sind wir stark engagiert, haben aber parallel eigene steigende Versicherungsprämien. Die Versicherer merken diese Umweltschäden, und in Zukunft wird auch einiges nicht mehr zu versichern sein. Die Arbeitsbedingungen werden schwieriger, wir brauchen mehr Pausen. Wenn es im Sommer wärmer wird, können die Leute nicht so viel arbeiten. Wir brauchen mehr Energie unter anderem für die Klimatisierung. Wir brauchen eine Art Regenversicherung, und wir brauchen auch den Ausbau der Ganzjahresangebote auf örtlicher und regionaler Ebene von der Kletterhalle bis zum überdachten Spielplatz. Wir brauchen die Unterstützung der Transformation von den Schneesportschulen zu ganzjährigen Sportschulen, wir brauchen eine Unterstützung der Ausrüstungsverleiher. Wir wollen, dass Sie Skier, Langlaufskier, Räder verleihen. Die müssen das ganze Jahr alles haben. Das kostet aber unheimlich viel.

Ganz elementar: Sie erhalten Dörfer, Märkte und Städte als lebendige Ausflugsziele, eine tolle Einzelhandelsstruktur, gute Kultur. Wir brauchen kulturelle Veranstaltungen außerhalb der Saison.

Was brauchen wir langfristig? Wir müssen den Ganzjahrestourismus mit wetterfester Infrastruktur stärken, Erhalt und Pflege der Rad- und Wanderstruktur, wir brauchen Ausstattung für Wind und Sonne, geschützte Rastplätze, Wasserspender, Sicherung des Bergerlebnisses gegen die Bergstürze. Wir brauchen regionale Anpassungsstrategien, es gibt klimatische Zwillinge, Frühwarnsysteme, Katastrophenschutz, und die Tagestouristen müssen wir aus meiner Sicht in die Finanzierung all dieser Dinge mit einbeziehen. Es kann nicht sein, dass wir nur mit der Beherbergung, der Kurtaxe und dergleichen letztlich die gesamte Infrastruktur, die in Zukunft wesentlich teurer wird, finanzieren. Wir brauchen Wege, wie sich die Tagestouristen gerade an diesem öffentlichen Raum, der so wertvoll ist, beteiligen. Ich glaube, da müssen wir uns auf den Weg machen.

Was machen wir bereits? Wir machen neue Angebote bei Wellness- und Gesundheitstourismus. Wir setzen sehr auf das kulturelle Angebot. Bei dem kulinarischen Angebot sind wir sehr froh, dass dies von Bayern Tourismus unterstützt wird. Das Wandern im Winter, Angebote für Hunde, für Gruppen. Neue Reiseströme sind der Ausbau des Tagestourismus und Vacation. Unternehmen sagen mir, was sie brauchen, um diese Aufgaben stemmen zu können. Das ist der Bürokratieabbau, die Förderung der Transformation. Denn wir versuchen, neue Wege zu finden, neue regenerative Energien zu erschließen. Das kostet uns sehr viel. Es wäre schön, wenn wir da unterstützt werden, um so Planungssicherheit zu haben. Das wäre für uns ganz wertvoll.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Herzlichen Dank für Ihre wirklich emotionalen und feurigen Ausführungen. Sie haben auch die Herausforderungen angesprochen, denen die Hotels und Unternehmer gegenüberstehen, wie zum Beispiel den Ausbau der Außengastronomie bei gleichzeitiger Bewirtschaftung der Innenflächen. Der Gast hat einen bestimmten Anspruch. Das haben Sie sehr vorbildlich erläutert, aber auch die Chancen aufgezeigt, die wir in Bayern haben. Vielen Dank.

Jetzt darf ich das Wort an Herrn Klaus Stöttner weitergeben.

SV Klaus Stöttner (Kuratorium für den Bayerischen Tourismus, Tourismus Oberbayern München e. V.): Bevor ich auf die erste Frage eingehe, möchte ich deutlich machen, dass Deutschland ungefähr 525 Millionen Übernachtungen hat. Davon hat Bayern bereits 103 Millionen Übernachtungen und ist somit die größte Destination, die nächstgrößten sind Baden-Württemberg und zum Beispiel auch Nordrhein-Westfalen, die um die 50 Millionen haben. Das heißt, die Bedeutung, dass Bayern so vielfältig ist, zeigt sich – und da komme ich zur ersten Frage –, dass wir mit unserer wahnsinnig schönen Natur, mit den Flüssen, mit den Seen, mit den Alpen punkten können. Damit sind wir wirklich gesegnet genauso wie mit der Vielfältigkeit der Angebote und der Kulinarik. Deswegen hat die Natur eine wahnsinnig große Bedeutung für unser Landschaftsbild.

Die klimatischen Veränderungen, die wärmeren Temperaturen im Winter mit weniger Schnee und Frosttagen sowie die anhaltende Trockenheit, besonders in den Weinanbaugebieten in Franken machen uns schon zu schaffen. Der vorzeitige Laubabwurf verändert die Natur frühzeitig. Das geht einher mit den klimatischen Veränderungen.

Die absehbaren Wetterereignisse, wie wir sie im Alpengebiet haben, führen dazu, dass die Alpeninfrastruktur, die Wander- und Radwege beschädigt sind. Das war besonders in den Jahren 2023 und 2024 in Oberbayern, in den Alpen und im Allgäu der Fall, wo diese Wetterereignisse in diesen Jahren sehr große Schäden angerichtet haben.

Ich komme jetzt gleich zum Lösungsansatz: Oft sind die Wanderwege im Eigentum der Bauern, im Eigentum der Gemeinde, im Eigentum der privaten Forstbesitzer. Es gibt keine schlüssige Lösung. Es muss eine schnelle Taskforce eingerichtet werden, damit unkompliziert die Fördermittel ausgeschöpft werden, um diese Wanderwege, Forstwege zu den Gasthöfen in den Bergen wieder instand zu setzen.

Außerdem ist die Mückenplage und die Algenproblematik an den Seen oberproblematisch. Wir müssen sehen, dass damit teilweise ein Badeverbot einhergeht, wie zum Beispiel im Altmühltal, in Weißburg-Gunzenhausen. Die Verunsicherung der Gäste ist für die Destinationsbuchungen bei den Hotels absolut schwierig. Auch die Mückenplage am Chiemsee beispielsweise ist enorm problematisch. Die Hotelbuchungen gehen um 30 % zurück. Damals, als Markus Söder noch Umweltminister war, hat er schnell agiert und dort die Mückenplage frühzeitig eingedämmt. Das muss zukünftig eine Maßnahme sein, die enorm wichtig ist, denn ansonsten haben wir an allen Seen und Flüssen Probleme.

Welche Herausforderung ist für die touristische Infrastruktur aufgrund des Klimawandels notwendig? – Es geht auch um die Thematik der Wasserwege. Bei dem Donaudurchbruch hatten wir durch den niedrigen Wasserstand keine Schifffahrt mehr, keine touristischen Ausflüge mehr. Man kann als Staatssekretär sicherlich wenig dagegen machen, aber man muss wissen, dass diese Wetterereignisse unheimliche Auswirkungen auf die Destinationen haben.

Bayern ist eine der wenigen Destinationen, die Sommer- wie Wintertourismus hat. Die damit verbundene Schwierigkeit ist die zunehmende Schneedeckenvariabilität, also die Unsicherheit und die Lawinengefahr, auf die sicherlich die Fachleute aus der Geologie noch eingehen werden.

Bergrutsche und dergleichen sind sicherlich eines unserer Themen, wenn man bedenkt, dass in der Schweiz, in Saas-Fee zum Beispiel, der geringer werdende Permafrost wahnsinnige Geröllabgänge verursacht. Die haben noch größere Angst als wir, weil wir vergleichsweise nur ein Mittelgebirge und nicht die Höhenlage haben.

Die nächste Frage bezog sich auf die touristischen Angebote, ob sich der Klimawandel darauf auswirkt. – Ja, mittel- und langfristig wird der Sommer- und Wintertourismus volatiler werden. Das heißt, die weißen Landschaften werden nicht mehr da sein. Trotzdem wird sich durch die schneesicheren Destinationen, die mit Schneemaschinen auch die Sicherheit darstellen, was unheimlich wichtig ist, da vieles verändern.

Die Hitzeperioden in den Städten werden die Nachfrage nach Bergen und Seen erhöhen. Ich glaube, dass wir als Bayern zukünftig – wie Frau Wiedenmann erzählt hat – die nördlichste Destination Italiens werden, und wir werden sicherlich von diesem Klimawandel in diesen Themen profitieren, weil die Hitze den Leuten nicht mehr zusagt.

Wir müssen daher die Extremwetterereignisse etwas passgenauer und transparenter kommunizieren. Das Problem ist, wenn es heißt "Hochwasser in Niederbayern", dass viele denken, das beziehe sich komplett auf Niederbayern. Nein, das sind nur gewissen Regionen. Deswegen muss eine passgenauere Kommunikation stattfinden, damit es nicht zu Stornierungen bei den Hotels kommt.

Die Wetterwarnungen werden von den Kollegen geografisch erörtert werden. Aber diese Ereignisse beeinflussen enorm die Spontanbuchungen. Es wird immer kurzfristiger und nicht mehr so langfristig im Voraus gebucht. Jeder schaut auf die aktuelle Wettersituation.

Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um das Bewusstsein in der Tourismusbranche und bei Gästen selbst für die Auswirkungen bei dem Klimawandel zu schärfen? – Die Tourismusverbände beschäftigen sich seit vielen Jahren bereits mit dem Schutz vor dem Klimawandel. Die Kollegin Wiedenmann hatte bereits das Allgäu erwähnt. Ich möchte ein paar Beispiele nennen, wo etwas enorm nachhaltig auf den Weg gebracht worden ist. Das Thema Nachhaltigkeit ist in den Regionalverbänden auch im Zusammenhang mit den tiefen Destinationen bereits angekommen. Als Oberbayertourismus und München haben wir 2019 schon einen Nachhaltigkeitskompass entwickelt, der unheimlich stark bei den Regionen angenommen wird. Auch die Bayerische Tourismusmarketing hat eine Nachhaltigkeitsmatrix vorgelegt. Die bayerischen Destinationen nutzen dies, und der Frankentourismus hat 16 Tourismusgebiete im Rahmen der Nachhaltigkeitsworkshops mit dieser Matrix vertraut gemacht und wird ganz konkret angewendet. Zudem ist auch festzustellen, dass alle Menschen bereits ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Auswirkungen des Klimawandels haben, und so wird auch die Berichterstattung dahingehend stärker sein, damit die Menschen merken, dass Bayern auf einem ausgezeichnet guten Weg ist, eine solche Nachhaltigkeitspraxis zu leben.

Die Best-Practice Beispiele zur Sensibilisierung des umweltbewussten Verhaltens, danach hatten Sie gefragt, prägen vor allem die hohe Qualität und die hohen Angebote. Die Qualität steht in der Umfrage für umweltfreundliches und nachhaltiges Handeln von unseren Gästen als auch seitens der Touristikseite. Die Allgäu GmbH hat bereits diese Nachhaltigkeit im Lebensraum Allgäu mit einem LEADER-Projekt

belebt, das wirklich bei den Markenpartnern der Allgäu GmbH fest verankert ist. Auch diese Allgäuer CleanUp Days, besonders in Oberstdorf, sind aktuell im Finalwettbewerb des Bundeswettbewerbs "Nachhaltige Tourismusdestinationen". Es wird unheimlich viel in den Regionen gemacht und gelebt.

Oberbayern macht in der Entwicklung des Nachhaltigkeitskompasses seit 2019 eine Bike-Kampagne, das heißt freundlich respektierter Umgang, nachhaltiger Umgang mit der Natur und mit den anderen Tourismuskästen: Wandern und Radeln auf dem Berg. – Da gibt es oftmals auch Streitigkeiten, da wird nachhaltig geschult und gelehrt, wie man miteinander umgeht.

Ein funktionierender ÖPNV der Heimatorte ist, glaube ich, wichtig. Wir müssen den ÖPNV einbinden und die Besucherlenkung damit verknüpfen, um somit das nachhaltige Reisen, was Oberbayern und Franken als nachhaltigen Urlaub bereits bewirbt, besonders in den Naturparks als regionales Angebot zu vermarkten.

Respektvoller Umgang mit der Natur. In dem Tourismusverband Ostbayern wird beispielsweise aktiv ein rücksichtsvolles Miteinander in der Natur gelebt und ausgetauscht.

Eines der wichtigsten Instrumente im Tourismus zum Schutz der Umwelt ist das Besuchermanagement. Wie wir gerade gehört haben, wird es auch in China immer stärker gepredigt, und auch in unseren Regionen wird die Qualität verbessert. Dazu gehören Informationen, Kommunikation und Sensibilisierung und die klare Vorgabe, wie man mit Parkgebühren umgehen möchte, wie man digital solche Dinge steuern und buchen kann, wie man die Besucherlenkung künftig digital umsetzen kann. Das Wirtschaftsministerium hat in der letzten Periode dieses Lenken der Besucherströme auf den Weg gebracht, aber die Eingaben sind immer noch händisch und nicht digital. Das heißt, wir müssen eigene Sensoren mit digitalen Möglichkeiten einbauen, die die Parkplätze überwachen, die Google-Abfragen der Staus ermöglichen, die uns dann widerspiegeln, welche Regionen – nehmen wir das Beispiel Kochel – überfüllt sein werden. Dort müssen wir mit Digitalisierung, aber wirklich mit Geld hinterlegt, arbeiten, um diesen Regionen, diesen Gemeinden entsprechend zu helfen.

Was sehr positiv ist, und das wird von vielen Ministerien unterstützt, sind Gebietsbetreuer, Ranger und Naturschützer, die vor Ort Ansprechpartner und Akteure, aber natürlich die freundlichsten und besten Kommunikationsträger für die Regionen, die darauf hinweisen, flächendeckend schonend und mit einer Sensibilität in der Natur umzugehen, sind.

Nächste Frage: Welche wirtschaftlichen Chancen ergeben sich für den Tourismus in Bayern durch den Klimawandel? – Die Verlagerung der Reiseströme habe ich vorhin schon angesprochen. Wir werden in Bayern immer mehr durch den Klimawandel profitieren. Es verlängert sich die Sommersaison. Frühjahr und Herbst werden stärker besucht werden, die Sommerfrische wird sich neu definieren. Wir sind die stärkste konzentrierte Ganzjahresdestination, mit Winter und mit Sommer. Deswegen sind wir in Bayern sicherlich der stärkste Markt in ganz Deutschland.

Was wird passieren? – Im Gegensatz zu wirtschaftlichen Einbußen im Tourismus durch die Klimakrise werden wir durch die Extremwetterereignisse sicherlich einen wirtschaftlichen Schaden bekommen. Der klassische Wintertourismus ist sehr wertschöpfungsintensiv. Circa 157 Euro pro Tag gibt der Wintertourist in all seinen Facetten vom Einzelhandel über die Gastronomie bis zum Skipass aus. Dies wird sicherlich in der Fläche zurückgehen, wenn sich der Klimawandel weiter verändert. Die Wertschöpfungstiefe, also das Verhältnis der Wertschöpfung vom Skigast zum

Wandergast ist 7 : 1. Das heißt, ein großer Anteil der Wertschöpfung entsteht im Wintertourismus, entsteht also durch die Gäste, die in den Bergen Ski fahren.

Die ausbleibenden Badegäste aufgrund zu hoher Algenkonzentration kann wirklich zu finanziellen Verlusten in den Gemeinden und Städten führen.

Was ist die langfristige Strategie? – Nur 4 % aller Reiseziele weltweit haben einen Ganzjahrestourismus. Das heißt, wir sind wirklich prädestiniert und deshalb so stark in Bayern. Deswegen muss die Förderung des Ganzjahrestourismus stärker durch eine Strategie der Bayerischen Staatsregierung erfolgen. Es ist positiv, dass die Seilbahnförderung immer schon die Kombination hat, nicht nur den Winter zu fördern, sondern auch immer den Sommer berücksichtigt hat und auch behinderten- und familiengerecht sein soll. Dieser Ansatz ist seit jeher ein guter und muss natürlich weitergeführt werden.

Was fehlt? – Alle Gemeinden haben Schwimmbäder, Hallenbäder. Diese sind sehr kostenintensiv. Es gibt keine staatliche Schwimmbadstrategie, die regional heruntergebrochen werden muss. Zukünftig werden die Kommunen mit schlechten Haushalten ihren Verpflichtungen bei diesem Thema nicht nachkommen können. Das wird in der Politik sicherlich eine wichtige Rolle spielen.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Ich möchte ein bisschen auf die Uhr schauen. Wir haben ja nachher noch die Möglichkeit, dass Sie etwas ergänzen können.

SV Klaus Stöttner (Kuratorium für den Bayerischen Tourismus, Tourismus Oberbayern München e. V.): Zur Mobilität und zum Nahverkehr möchte ich noch abschließend etwas sagen. Die Mobilität ist sehr wichtig. Das Deutschlandticket hat hier sicherlich einen Vorteil gebracht, doch für die letzte Meile in die Dörfer sollte sich die Staatsregierung als Vorschlag diese guten Lösungen, die schon vorgestellt wurden, die es in Kelheim oder im Allgäu gibt, was oft finanziell schwierig ist, stärker in den Mittelpunkt der Mobilität sowohl für den Touristen als auch für die jungen und älteren Menschen rücken. Das ist eine riesige Aufgabe, bei der der Staat helfen kann.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank für Ihre Ausführungen. Auch bei Ihnen merkt man, dass Sie ein richtiges Touristikerherz haben. Sie haben ebenfalls angesprochen, dass Bayern sehr vielfältig ist und deshalb sehr gut besucht wird. Sie haben auch die Mückenplage und die Blaualgen angesprochen. Das sind Themen, mit denen wir uns beschäftigen müssen, weil die Gastgeber vor Ort mit den kurzfristigen Buchungen bzw. Absagen zurechtkommen werden müssen.

Die Mobilität war auch ein sehr großes Thema, das Frau Wiedenmann ebenfalls angesprochen hat.

Jetzt darf ich das Wort an Herrn Prof. Schmude weitergeben.

SV Prof. Dr. Jürgen Schmude (Tourismuswirtschaft, Nachhaltigkeit und CSR, Frankreich): Beim Fortschreiten in der Reihenfolge ist die Gefahr, dass man sich wiederholt, relativ groß, deshalb werde ich auf bestimmte Aspekte, die meine Vorrednerin und meine Vorredner bereits erörtert haben, nicht eingehen.

Für mich, gerade als Geograf, ist es wichtig, dass wir nicht von den Klimaveränderungen sprechen, ohne es räumlich zu differenzieren, ohne es raumstrukturell zu differenzieren. Das heißt, in Nordbayern sieht der Klimawandel anders aus als im alpinen Raum, im städtischen Raum sieht er anders aus als im ländlichen Raum.

Als zweite Dimension müssen wir die verschiedenen Urlaubsformen berücksichtigen. Für den Gesundheitstourismus haben wir ganz andere Folgen, die wir in den

Fokus nehmen müssen, als für den Städtetourismus oder für den angesprochenen Wintertourismus.

Schließlich müssen wir das in der dritten Dimension auch zeitlich differenzieren. Im Sommertourismus haben wir andere Probleme, aber auch Vorteile, wie bereits angesprochen, als im Winter.

Wir können jedoch derzeit beobachten, dass wir auf der Suche nach Generallösungen, nach Blaupausen, die wir über das gesamte Bundesland stülpen können, sind. Das wird nicht funktionieren. Wir müssen nach diesen drei Dimensionen ganz klar differenzieren. Es gibt so ein paar Buzzwords, die als Erfolgsrezept viel diskutiert werden. Alle wollen jetzt Ganzjahrestourismus machen, alle wollen Qualitätstourismus machen; oftmals ist gar nicht klar, was darunter genau zu verstehen ist. Das ist ein Grund, warum wir vom Bayerischen Zentrum die Jahrestagung im Mai in Garmisch unter das Thema Qualitätstourismus gestellt haben.

Die Herausforderungen sind natürlich entsprechend der Differenzierung der Folgen des Klimawandels ganz unterschiedlich. Es geht einher mit finanzieller Belastung und höherem Kostenaufwand etwa bei der Pflege von Straßeninfrastruktur. Sie haben die Wanderwege, die Fahrradwege angesprochen. Hier sind aber auch höhere Kosten für die Sicherheit zu nennen. Versicherungen werden sicherlich auch teurer. Wir beobachten das schon. Wenn wir uns die Städte und die Entwicklung der Hitzetage anschauen, sehen wir, dass wir zusätzliche Infrastruktur brauchen. Die steigende Anzahl der Hitzetage führt dazu, dass wir Infrastruktur, wie Beschattungsflächen, zusätzliche Wasserflächen, Grünflächen brauchen, auch die Klimatisierung gehört dazu.

Schließlich werden vermehrt Konflikte um Ressourcen auftreten, auch regional differenziert. Wir haben in Bayern Regionen, wo wir ein Wasserdefizit haben. Letztendlich, überspitzt formuliert ist die Frage: Bekommt der Tourist oder die Kuh beim Landwirt das Wasser?

Was die Nachfrageseite angeht, sehe ich es ein bisschen anders, als es vorher thematisiert worden ist. Wir beobachten in unseren Untersuchungen, dass sich das Nachfrageverhalten sehr, sehr langsam ändert. Der Tourist ist im Prinzip ein träger Mensch. Die langsame Veränderung beruht auch darauf, dass Touristen ein relativ kurzes Gedächtnis haben. Sie erinnern sich alle an den katastrophalen Sommer 2022 mit Waldbränden in Griechenland, Trockenheit in Italien. Ein Jahr später Rekordzahlen in Griechenland, was die Buchungen angeht. Eine schnelle Änderung wird dort nicht stattfinden, wobei grundsätzlich die Nachfrageseite flexibler ist als die Angebotsseite. Die Nachfrager können ja zeitlich und räumlich leichter ausweichen als beispielsweise die Reiseveranstalter.

Künftig muss darüber diskutiert werden, ob wir eine andere Ferienregelung brauchen, um beispielsweise den Hitzeperioden auszuweichen. Es gibt bereits Vorschläge, die Pfingstferien, die Herbstferien zu verlängern, die Sommerferien zu verkürzen, um diesen Anpassungsprozess zu unterstützen.

Grundsätzlich kann man feststellen, und ich habe das letzte Woche auf einer Tagung in Innsbruck auch noch mal gehört: Wir haben eigentlich relativ viel Kenntnis über das Verhalten der Touristen. Uns fehlt jedoch noch die Reaktion darauf und die Anpassung von der Angebotsseite, wobei wir da auch noch differenzieren müssen, dass der Tagesgast in seiner Reaktion flexibler ist. Das sehen wir gerade bei den Skifahrerinnen und -fahrer. Die entscheiden sich sehr kurzfristig, sie schauen sich die Webcam an, und wenn Kaiserwetter ist, fahren alle raus. Der Übernachtungsgast ist da weniger flexibel, weil er natürlich Buchungszeiten hat.

Dann haben wir noch das Problem, dass die Medien bestimmte Begriffe hypen. Coolcation ist vorhin angesprochen worden. Das ist ein Phänomen, das eigentlich nur in den Medien existiert. Wenn Sie mit Reiseveranstaltern sprechen, sind die Zahlen für Reisen nach Skandinavien überhaupt nicht gestiegen. Im Gegenteil: Spanien, Italien, die Türkei, Griechenland und Österreich sind die Top 5. Das war in den letzten 20 Jahren mit ganz geringen Veränderungen so, und das wird auch in Zukunft erst einmal so bleiben.

Wie kann man das Verbraucherverhalten verändern? Welche Maßnahmen sind notwendig? – Da diskutiert die Tourismusindustrie durchaus, ob wir den Reisefußabdruck zu jeder Reise hinzufügen sollten, damit der Verbraucher ein Bewusstsein dafür entwickelt, was er mit seinen Reisen auslöst. Das sollte eigentlich in diesem Jahr kommen. Ich bin nicht so ganz optimistisch, ob das tatsächlich von den Reiseveranstaltern umgesetzt wird.

Es muss auf jeden Fall kommuniziert werden, dass nachhaltiges Reisen nichts mit Verzicht zu tun hat. Nachhaltige Reisen haben eine hohe Erlebnisqualität. Sie müssen zugänglich gemacht werden. Die Kommunikation der Vorteile sollte hier im Vordergrund stehen. Wir dürfen da nicht erst beim erwachsenen Menschen anfangen. Frau Wiedenmann hat vorhin vom Kindergarten gesprochen. Ich gehe sehr viel in Schulen und versuche, das Thema in Schulen zu platzieren. Man sieht, dass die jungen Alterskohorten dem Thema sehr offen gegenüberstehen.

Wir haben auch schon Best-Practice-Beispiele. Wir haben in Bayern Bergsteigerdörfer, die das schon sehr gut machen. Ich warne nur davor, jetzt alle Dörfer zu Bergsteigerdörfern umzubauen. Dafür fehlen die Nachfrage und auch die Voraussetzungen in manchen Dörfern.

In der wissenschaftlichen Community, also auf Tagungen und Konferenzen findet natürlich ein Austausch auch über Projekte statt. Das Bayerische Zentrum für Tourismus macht in der nächsten Woche beispielsweise einen Tourismusdialog, wo wir Bilanz des gerade auslaufenden Winters ziehen. Dazu haben wir jemanden aus der Wissenschaft eingeladen, der ein Projekt entsprechend vorstellt. BeyondSnow – die eine oder der andere von Ihnen wird dieses Projekt kennen.

Wie können wir mit Maßnahmen hier eine Steuerung vornehmen? Steuerung von Touristenströmen war gerade in Zeiten von Covid ein Buzzword, wo jeder gesagt hat: Morgen ist das Problem gelöst. Die Touristenströme zu steuern, und zwar sowohl zeitlich als auch räumlich, erweist sich aber als schwerer als gedacht. Am erfolgreichsten scheinen wohl restriktive Maßnahmen zu sein. Kritisch sehen wir das aus der Tourismuswissenschaft, wenn rein über den Preis gesteuert wird, weil wir dann eine soziale Selektion bekommen. Teilweise haben wir das bei bestimmten Tourismusformen, in Ansätzen können wir das schon beim Wintersporttourismus beobachten, der so teuer geworden ist, dass nach einer Untersuchung der Sporthochschule Köln Familien mit Kindern die Verlierer in diesem Prozess sind.

Natürlich bietet der Klimawandel auch Chancen. Ich tue mich immer schwer, denn eigentlich handelt es sich ja um eine Klimakrise, in diesem Zusammenhang von Chancen zu sprechen. Herr Stöttner hat die Saisonverlängerung angesprochen, die Umlenkung von Touristenströmen aus anderen Zielgebieten, die meines Erachtens sehr langsam vor sich gehen wird.

Die wirtschaftlichen Einbußen sind auch bereits angesprochen worden. Nach unseren Untersuchungen ist das Verhältnis nicht ganz so krass, wie 7 : 1, aber es ist doch deutlich gegeben. Wir brauchen mehrere Wanderer, um einen Skifahrer zu ersetzen. Da sind wir ganz schnell wieder beim Thema Overtourism, wenn wir mit anderen Tourismusformen dieselben ökonomischen Effekte erzielen wollen.

Welche langfristigen Strategien und Pläne sollte die Staatsregierung entwickeln? – Es wundert wahrscheinlich nicht, dass ich dafür plädiere, eine enge Verzahnung von Tourismusforschung, Tourismuspolitik und Tourismuspraxis, so wie das durch das BZT, aber auch von Universitäten und Hochschulen angegangen worden ist, vorzunehmen. Wir brauchen vor allem langfristige Lösungen statt kurzatmiges Ad-hoc-Handeln, weil wir dadurch lediglich Symptome, aber nicht die tatsächlichen Ursachen ansprechen.

Ich habe vorhin die Tagung in Innsbruck erwähnt. Der Kollege hatte vorgestellt, dass wir drei Fragen beantworten müssen: Was ist uns wichtig, was wollen wir auf jeden Fall erhalten? Aber die zweite Frage war: Was sind wir bereit, aufzugeben? Die dritte Frage: Was können wir eventuell wieder aufgreifen, was wir in der Vergangenheit schon einmal hatten, oder was können wir von anderen Destinationen lernen? – Letztlich geht es darum, aktiv statt reaktiv zu handeln, also sich auf Lösungen hinzubewegen, statt vor Katastrophen wegzulaufen.

Eine Unterstützungsmaßnahme wäre die Stärkung des ÖPNV, die erste und letzte Meile ist beispielsweise schon angesprochen worden, und auch die Mobilität in der Destination ist ein ganz wesentlicher Aspekt. Da muss man aber sagen, dass die Destinationen da bereits reagiert haben. Das Problem ist erkannt und wird in vielen Destinationen schon sehr gut umgesetzt.

Die letzten Fragen bezogen sich insbesondere auf den Wintertourismus. Wir haben eine hohe Abhängigkeit vom technisch erzeugten Schnee, haben aber auch schon sehr viel Forschung dazu. Wir erkennen die Ergebnisse seit mehr als zehn Jahren. Wir selber haben an der LMU beispielsweise über die sogenannten optimalen Skitage geforscht. Das sind also die Tage, an denen der Rubel in den Skigebieten rollt. Diese Tage werden weniger, und sie werden sich vor allem zeitlich verschieben. Neudeutsch läuft das unter dem Begriff "Christmas-Easter shift", also weg von Weihnachten hin zu Fasching und Ostern. Dann haben wir aber das zusätzliche Problem, dass wir alle eine biologische Uhr in uns tragen, was dazu führt, dass im April der Anteil der Bevölkerung, der noch auf die Ski steigen will, relativ klein. Da sind wir eigentlich schon auf den Sommer gepolt.

Was das Nachfrageverhalten angeht, haben wir verschiedene Typen, die auf den Klimawandel reagieren, das sind die sogenannten Switcher. Wir haben Time-Switcher, die zu einer anderen Zeit fahren, wir haben Destination-Switcher, die dann leider außerhalb von Bayern Destinationen wählen, die vermeintlich schneesicherer sind, und wir haben Activity-Switcher, die anstatt Skifahren andere Aktivitäten wählen.

Welche Anpassungen können wir schon beobachten? – Als extreme Anpassung ist es die Schließung. Das betrifft vor allem kleine, wir nennen Sie "Liebhaberlifte", die mit viel ehrenamtlichem Engagement betrieben werden, die schneegebundene Öffnung und Schließung, wie es in den Bergsteigerdörfern betrieben wird. Worauf am meisten gesetzt wird, ist die technische Aufrüstung, das heißt, technische Schneeerzeugung, bodenunabhängige Aufstiegshilfen. Wir sehen aktuell das Arbeiten an Konzepten am Ganzjahrestourismus. Das wird auch durch die Seilbahnförderung unterstützt.

Die letzte Frage war: Welche weiteren Maßnahmen sind notwendig, um den Tourismusstandort Bayern klimaresilient zu machen? – Ich glaube, wir müssen die Bedeutung des Binnentourismus, das wurde gerade angesprochen, noch viel stärker in den Vordergrund stellen, und wir müssen über das Ministerium, bei dem wir heute eingeladen sind, mit anderen Ministerien reden, um beispielsweise Probleme wie die Ferienregelung angehen zu können.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank. Sie haben auch wieder viele Punkte wie Investitionen in neue Infrastrukturen angesprochen genauso wie die Ferienregelung, was Ihnen scheinbar ein zentrales Anliegen ist, ob man da nicht Änderungen erwägen sollte. Sie haben auch darauf hingewiesen, dass es bereits viele nachhaltige Destinationen, Anbieter und Urlauber gibt, dass in diesem Bereich schon stark darauf geachtet wird und vieles bereits gemacht wird. Auch haben Sie erwähnt, dass es weniger optimale Skitage oder auch die Schließungen von kleineren Liftanlagen gibt. Das ist für den Betroffenen dann schon eine sehr harte Entscheidung, wenn er den Lift schließen muss.

Ich darf jetzt das Wort an Herrn Reimann weitergeben. Sie waren auf der f.re.e vertreten und haben da Werbung für den Bayerischen Wald gemacht.

SV Günter Reimann (Destinationsmanager Bayerischer Wald): Wir haben uns auf der f.re.e entsprechend präsentieren dürfen. Vieles von dem, was meine Vorredner bereits gesagt haben, deckt sich mit meinen vermutlichen Antworten. Daher möchte ich es ein wenig abkürzen, um etwas Zeit gutzumachen.

Was ich schon gestern mit Frau Wiedenmann besprochen habe: Urlaub in Bayern ist per se nachhaltig. Wir sind durchaus gut aufgestellt und können dieses auch in den Medien präsentieren. Bayern als Urlaubsland hat viele Aspekte im Vergleich zu anderen Zielgebieten berücksichtigt.

Klimawandel ist natürlich auch in Ostbayern, im Bayerischen Wald und bei vielen Mitgliedern angekommen. Es gibt viele Reaktionen in diesem Bereich. Ich möchte es mit ein paar Beispielen belegen. Extremwetterereignisse wie Starkregen, Hochwasser, aber auch Trockenphasen spielen eine Rolle. Ich möchte den Donaudurchbruch als Beispiel anführen. Das ist ein wesentliches Angebot bei uns in Ostbayern. Durch Trockenphasen, aber auch Hochwasser musste dieses Angebot in den letzten Jahren zum Teil eingeschränkt werden. Das zeigt, wie wirtschaftlich wir von diesen Bedingungen abhängig sind, denn aufgrund der Wetterereignisse sind solche Angebote teils nicht mehr möglich.

Ein anderes Beispiel: Im letzten Jahr war es so, dass Ende November schon der Wintereinbruch kam. Zu dieser Zeit sind viele Bäume noch mit Laub besetzt. Das heißt, der Nassschnee drückt auf die Bäume und Äste, was dann Schneebruch verursacht. Teilweise befinden sich darunter auch Langlaufloipen oder in schneefreien Zeiten Wanderwege oder Radwege, sodass hier entsprechende Vorsicht aufgrund der auftretenden Gefahren notwendig ist.

Ich bleibe bei einem Beispiel aus meiner Heimatstadt, denn ich muss auch die Städte vertreten. Sie kennen vielleicht das Gäubodenvolksfest, das ist bei uns in Straubing eine ganz wichtige Veranstaltung, es ist das zweitgrößte Volksfest in Bayern und findet genau mitten im August statt. Die Festzeltbetreiber müssen entsprechend reagieren, um den extremen Sonnen- und Hitzebedingungen Rechnung zu tragen. Früher mussten die Zelte eine Windlast bis Windstärke 10 aushalten, mittlerweile ist das nicht mehr ausreichend, weil die Stürme durchaus Stärken von 12 bis 14 haben. Das heißt, auch die Stabilität der Zelte muss gesteigert werden.

Wir haben jetzt ein ganz neues Bierzelt, das ein witterungs- und hitzeresistentes Festzelt sein muss. Das bedeutet, dass auch die Infrastrukturen im Festzelt entsprechend angepasst werden müssen, weil die aktuellen Bedingungen nicht mehr ausreichen, um die Hitze in den Zelten aushalten zu können.

Das wird nicht nur in Straubing so sein, sondern auch bei anderen Volksfesten, die in diesen Sommermonaten stattfinden. Es beginnt bei Lüftungsanlagen über das Cabrio-Zelt und die Statik dieser Zelte, was beispielsweise die Höhengestaltung

betrifft. Viele Bereiche spielen eine Rolle, um solche Veranstaltungen auch im Hochsommer durchführen zu können, um Hitzephasen aushalten zu können.

Wir sind als Bayerischer Wald ein ganzjähriges Urlaubsgebiet. Wir haben auch noch knapp 80 Liftanlagen, 2.000 km Langlaufstrecken. Wir merken aber auch hier, dass die Varianz und die Verlässlichkeit der Schneefälle, die Temperaturen und die Niederschlagsmengen im Winter abnehmen. Heuer hatten wir einen der trockensten Winter im Bayerischen Wald. Wir haben die Entwicklung, dass sich der Winter bei uns wie in anderen Mittelgebirgen aus den Flächen zurückzieht und sich auf wenige hochgelegene Ski- und Langlaufgebiete reduziert. Das hat Folgen für die Konzentration des Angebots und der Nachfrage, sodass wir entsprechende Verkehrssituationen schaffen müssen.

Vielleicht geht es Ihnen auch so: Wenn man im Flachland eigentlich kein Wintergefühl hat, wenn kein Schnee fällt und man keinen Schnee mehr sieht, dass vielleicht sogar bei Übertragungen von Sportveranstaltungen nur noch weiße Bänder auf grünem Hintergrund zu sehen sind, ist auch die Lust auf Wintersport etwas geringer.

Wie wird sich das auf unsere touristische Infrastruktur auswirken? – Ich habe es bereits gesagt. Wir haben bei den Festzelten schon die Situation, dass wir bauliche Maßnahmen vornehmen müssen. Bei unseren Thermen in Ostbayern – wir sind mit dem Gesundheitstourismus in Ostbayern sehr gut aufgestellt – haben wir vor allem eine ältere Zielgruppe, die eher hitzeempfindlich ist, sodass die großen Bäder Sonnensegel aufstellen, Grünanlagen so umgestaltet werden, dass mehr Schattenbereiche geschaffen werden müssen, um dieser Zielgruppe im Sommer an Hitzetagen einen erträglichen Aufenthalt zu ermöglichen.

Bei den Wanderwegen müssen wir aufgrund der Extremwetterlagen die Kontrollzyklen verkürzen. Es wird aufwendiger sein, diese touristische Infrastruktur, die oftmals von ehrenamtlich tätigen Wegepaten betreut wird, aufrechtzuerhalten, um sie den Gästen zur Verfügung stellen zu können.

Wie wird sich der Klimawandel auf die touristischen Angebote auswirken? – Ich bin etwas skeptisch, dass wir hier das nördliche Italien werden, aber es wird sicherlich dazu kommen, dass der Urlaub in Bayern teurer sein wird, weil viele Maßnahmen aufwendig und eine finanzielle Tragweite haben werden. Es wird auch schwieriger sein, den Angeboten für die verschiedenen Zielgruppen nachzukommen. Wir sind als Mittelgebirge ein klassisches Zweit- oder Dritturlaubsgebiet. Wir haben in den geringeren Kategorien einen sehr großen Anteil von Familien, die preissensibler sind. Wir wollen diese Zielgruppen nicht verlieren, sondern sie weiter gerne bei uns haben.

Wir werden künftig die Infrastruktur auf die neuen Witterungsbedingungen ausrichten müssen. Der Sommertourismus wird etwas zunehmen. In den Wintermonaten wird sich die Nachfrage nach den höhergelegenen Skigebieten und Regionen reduzieren. Wir werden entsprechend verkehrliche Probleme bekommen. Wir werden die Kapazitätsgrenzen überschreiten, weil viele Freizeitbereiche, aber auch viele Übernachtungsgäste an diesen starken Tagen diese Orte, die dann ihre Kapazitätsgrenzen erreichen werden, besuchen werden. Auch die verkehrliche Erreichbarkeit wird ein Riesenproblem werden.

Was müssen wir machen, um das Bewusstsein der Tourismusbranche und der Gäste für diese Nachhaltigkeit zu verbessern? – Wir sind Gott sei Dank schon dabei, dass wir seit vielen Jahren die Nachhaltigkeit sehr stark im Fokus haben. Wir sind als Bayerischer Wald Slow-Tourismusregion, also Slow-Level. Wir haben bewusst diese nachhaltige Ausrichtung bei unseren Angeboten.

Wir haben eine Respektvoll-Kampagne, die Herr Stöttner schon angesprochen hat. Wir haben in der Coronazeit unsere Gäste auf einen nachhaltigen und respektvollen Umgang mit der Natur bereits hingewiesen. Wir sind jetzt dabei, eine große Kampagne zum Thema Nachhaltigkeit zu organisieren, wo wir unsere regionalen Partner coachen wollen.

Im Bereich der öffentlichen Verkehrsmittel sind wir mit GUTi sehr gut aufgestellt. GUTi ist ein Gästeservice-Umwelt-Ticket, das viele unserer Besucher im Bayerischen Wald in 40 Orten nutzen können. Wir wissen, dass circa 90 % der Gäste mit ihrem Privatfahrzeug zu uns kommen. Wir wollen aber, dass sie sich im Zielgebiet vermehrt mit anderen Verkehrsmitteln bewegen wollen. Dieses Ticket bietet einen sehr starken Anreiz. Das GUTi-System hat auch andere Angebote wie den IGEL-Bus im Nationalpark, wo wir verschiedene Angebote stärken wollen, was natürlich auch alles teurer wird.

Ein für uns weiteres wichtiges Thema, Herr Prof. Schmude hat es angesprochen, ist BeyondSnow. Wir wollen, und da habe ich einen Appell an die Staatsregierung, unsere Wintersportregion in diesem Transformationsprozess hin zu weniger Abhängigkeit von Wintersportangeboten und zur ganzheitlichen Nutzung der Infrastruktur entwickeln. Das ist BeyondSnow – Wir sind einer von zwei deutschen und von zehn insgesamt europäischen Teilnehmern der BeyondSnow-Studie. Das sind Kampagnen, um die Resilienz gegenüber Klimawandelprozessen zu verbessern. Den ersten Prozess haben wir abgeschlossen und sind dabei, unsere vor Ort arbeitenden Maßnahmen zusammen mit den anderen neun Standorten in Europa im Alpenbereich auf die Ergebnisse der Studie aufzusetzen und unsere Wintersportgebiete in diesem Transfer- und Transformationsprozess zu stärken.

Wir machen mit den TopHotels, die ich im Bayerischen Wald betreue, ähnliche Erfahrungen wie Frau Wiedenmann. Wir werden ein wenig hinsichtlich des großen Energiebedarfs für die großen Wellnessanlagen in den TopHotels kritisiert, aber 70 bis 80 % des Energiebedarfs werden vor Ort auch nachhaltig und CO₂-neutral produziert. Da sind wir sehr gut aufgestellt. Wir wollen auch diesen Prozess weiter fördern, da wir hier versuchen, künftig bis zu 100 % des Energiebedarfs vor Ort nachhaltig zu produzieren.

Was wünschen wir uns von der Staatsregierung? Was brauchen wir? – Wie vorhin schon gesagt: Bei den Themen "Nachhaltigkeit und Konzentration des Winterangebots" brauchen wir auf jeden Fall einen Ausbau des öffentlichen Verkehrs, der Mobilität. Wir brauchen intelligente, smarte und flexible Verkehrssysteme, die versuchen, den Individualverkehr zu ergänzen, nicht zu ersetzen, damit man die Top-Zielgebiete gut erreichen kann.

Wir brauchen bei Extremwetterbedingungen auch eine genaue Kommunikation sowohl der Behörden als auch der Presse. Ich gebe ein Beispiel: Vor Kurzem gab es eine Lawinensituation in den Alpen. Dann hat es geheißen: In ganz Bayern Lawinensituation, und man könne nicht mehr in die Berge fahren. Wir hatten Stornierungen, obwohl im Bayerischen Wald in den letzten hundert Jahren keine fünf Lawinen abgegangen sind. Das heißt, wir müssen die Medien etwas schärfen und die Kommunikation bei solchen Ereignissen verbessern, damit die Information herüberkommt, die auch wirklich herüberkommen soll.

Der dritte Wunsch wäre die Begleitung der Tourismusregionen, die stark wintersportabhängig sind in diesem Transformationsprozess, dass man hier Hilfestellungen gibt, zum Beispiel für kleine Liftanlagenbetreiber, für Wintersportorte, diesen Prozess zu steuern, zu unterstützen und zu helfen, weil der große finanzielle Aufwand und das Knowhow transferentscheidend sind. Hier ist es notwendig, dass die Staatsregierung versucht, zu unterstützen.

Viertens, das ist vielleicht ein Wunsch. Ich schaue in die Runde der jungen Nachwuchstouristiker. Wir haben viele Praktikanten und auch viele Nachwuchstouristiker, die zu uns kommen und Beschäftigung finden. Es ist oft befremdlich, dass diese jungen Touristiker oft die Heimat nicht kennen und sich oft mit vielen anderen touristischen Angeboten in der ganzen Welt beschäftigen, aber mit Bayern selbst wenig. Vielleicht kann man da einen kleinen Impuls geben, dass verpflichtend wird, dass sie Exkursionen in den Bayerischen Wald machen oder sich mit dem Thema beschäftigen. Denn ich glaube, die Heimat ist attraktiv genug, dass sie für viele jungen Menschen als zukünftiges Arbeitsfeld interessant ist.

Ich weiß, es kann sexy sein, auf einem Kreuzfahrtschiff oder in der ganzen Welt zu arbeiten, aber ich glaube, Bayern wäre auch für viele der jungen Nachwuchstouristiker ein ganzjähriges Aktionsfeld. Wenn man Bescheid weiß, kann man es auch lieben. Ein Appell an die Hochschulen, aber auch an die Staatsregierung, hier einen stärkeren Impuls zu geben und Bayern als wissenschaftliches Zielgebiet näher zu betrachten.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank, Herr Reimann für Ihre Ausführungen. Ich habe es im letzten Jahr bei der Donauschiffahrt mitbekommen, weil ich aus der Region komme. Es ist für die Schifffahrtbetreiber schon eine enorme Belastung, wenn die Schiffe nicht fahren können und die Gäste ausbleiben. Das ist für sie schon eine extreme Situation. Dann wird wieder generell die Diskussion angefacht, ob wir überhaupt noch die Schifffahrt benötigen. Das ist ein Sog, den man durch so kurzfristige Ausfälle nicht suggerieren sollte. Die Region kenne ich sehr gut, und ich freue mich auf den Samstag, weil dann die Saison für die Schifffahrt eröffnet wird. Vielen Dank für Ihre Wünsche und Anregungen. Ich habe sie mir notiert. Es sind ja auch einige vom Ministerium zugeschaltet, auch sie werden aufmerksam zugehört haben.

Ich darf nun eine weitere Besuchergruppe begrüßen. Jetzt sind Schülerinnen und Schüler der staatlichen Realschule Landshut bei uns. Ich darf Sie ganz herzlich begrüßen. Sie sind heute im Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus. Es findet eine Anhörung statt. Das bedeutet, dass Expertinnen und Experten zu dem Thema "Welche Auswirkungen hat der Klimawandel auf den Tourismus in Bayern?" geladen sind, um uns Abgeordneten Informationen zu geben. Das ist eine sehr wichtige Sache, dass solche Anhörungen stattfinden. Wir freuen, dass Sie heute bei uns sind und unseren Ausschuss besuchen. Herzlich willkommen.

Jetzt darf ich Frau Dr. Möller das Wort erteilen.

Sve Dr. Andrea Möller (dwif-Consulting GmbH): Zum einen bin ich beeindruckt, wie fundiert und praxisnah wir das hier heute diskutieren und dass das Thema die Menschen, die hier heute teilnehmen, wirklich beschäftigt. Denn, ich muss es noch mal wiederholen: Ich mache Destinationsberatung, ich mache Tourismuskonzepte, und es ist in der Regel nicht so, dass unsere Auftraggebenden dieses Thema mit dieser Vehemenz in diesen Prozess einbringen. Das wäre das Erste, was ich mir wünschen würde und was ich auf jeden Fall aus diesem Tag mitnehme.

Die Tourismusbranche ist extrem vielfältig. Sie hat viele Themen: Personalmangel, Inflation, Digitalisierung, den demographischen Wandel, das generelle Thema Nachhaltigkeit, und am Ende fällt das Thema Klimaschutz und Klimaanpassung in meiner Wahrnehmung überwiegend herunter. Ich will das niemandem vorwerfen. Wir sehen ja, dass es hier auch Vorreiterdestinationen und Destinationsmanager gibt, aber wir müssen es alle noch viel stärker integrieren, weil es ein zentrales Zukunftsthema ist.

Ich möchte das Beispiel mit der Donauschifffahrt noch mal aufgreifen. Es ist noch vor Corona gewesen, dass wir die Stadt Kelheim beraten haben. Damals ist die Idee entstanden, ob wir uns nicht alle, also Schifffahrt, Kloster Weltenburg, Freiheitshalle, Stadt, zusammensetzen und mal ein Gesamtmanagementkonzept für diesen Raum entwickeln sollten. Wie gehen wir mit diesen Herausforderungen um, wenn Niedrigwasser ist, wenn Hochwasser ist? Was sind unsere Alternativprogramme etc.? – Das ist komplett gescheitert, weil die Akteure so unterschiedliche Interessen haben und so unterschiedlich agieren. Das hat nicht stattgefunden. Aber das ist das, was wir jetzt eigentlich an vielen Standorten brauchen.

Es ist toll, Sibylle, was du von ProAllgäu erzählst. Ich war selber im Allgäu und habe die Klimatage dort moderieren dürfen. Man sieht einfach, dort ist es schon angekommen, dort ist es präsent. Wenn man sich die Zahlen ansieht, ist das, was dem Allgäu am Klimawandel noch bevorsteht, erschreckend. Die Starkregenereignisse werden zunehmen. Wir wissen, je näher wir in die Alpen kommen, desto intensiver wird der Klimawandel stattfinden. Ihr habt eben diese Extreme, mit denen ihr umgehen müsst.

Daher wäre die wichtigste Forderung oder Empfehlung von meiner Seite, obwohl sich viele Regionen schon auf den Weg gemacht haben, das deutlicher in der Gesamtheit sichtbar zu machen, um einen trotzdem bayernweiten Prozess zu dem Thema anzustoßen. Das heißt nicht, dass jeder den gleichen Weg geht, sondern dass alle sich dazu austauschen, dass alle sehen, was schon passiert, wo schon Strategien da sind. Das haben andere Bundesländer schon gemacht oder sind dabei. Ich rede von Niedersachsen, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen. Die haben einen bundeslandweiten Klimaanpassungs-/Klimaschutzprozess bereits angestoßen.

Das betrifft nicht nur den Wintertourismus. Das verstehe ich sehr gut, aber ich glaube, heute ist deutlich geworden: Es gibt eigentlich keinen Bereich, der nicht betroffen ist. Wir haben im Jahr 2023, so das Robert Koch Institut, 3.000 Hitzetote gehabt. Das wird in Zukunft weiter zunehmen. Das betrifft sowohl die Kurlandschaft in Bayern als auch den Städtetourismus ganz immanent. Ich nenne das Beispiel Regensburg. Regensburg hat das Leitbild "Steinerne Stadt", aber im Sommer ist das eine Riesenhypothek. Da brauchen wir zum Beispiel Beweglichkeit im Denkmalschutz. Es muss möglich werden, wieder Grün in solche Städte zu bringen.

Das Thema Großveranstaltungen wurde angesprochen. Es geht ja auch um Sportereignisse. Wir haben noch die Bilder der EU vor Augen, als in Dortmund im Stadion der Starkregen kam. Was ist, wenn wir ein Extremwetterereignis bekommen, wenn in Oberammergau die Festspiele laufen? Sind wir auf diese Sachen alle eingerichtet? Das sind große Fragen. Darauf wollte ich hinweisen. Eigentlich sollte sich jeder von uns diese Klimakurven vor Augen führen. Wir reden über eine noch sehr gemütliche Zeit im Moment.

Es gibt sicher welche, die den Klimawandel immer noch leugnen, aber bis jetzt ist alles, was die Wissenschaftler gesagt haben, eingetreten. Ab 2050, 2060 wird es brutal. Ich weiß nicht, wie es andere einschätzen, aber ich sehe nicht, dass wir uns auf einem Weg der Reduzierung befinden. Wir werden das erleben. Insofern bin ich sehr froh zu sehen, dass sich so viele schon auf den Weg gemacht haben. Aber wir müssen es in die Breite bringen, denn das ist alles, was uns hilft, um in Zukunft reagieren zu können.

In dem Zusammenhang möchte ich darauf hinweisen, dass es aus meiner Sicht sehr viel Sinn macht, Klimaschutz und Klimaanpassung gemeinsam zu behandeln. Wir haben gemerkt: Es steigert die Glaubwürdigkeit bei der Klimaanpassung, wenn man gleichzeitig auch etwas für den Klimaschutz im Tourismus tut. Ich denke, in der Pandemie haben wir es alle gemerkt. Das ist jetzt wieder das Beispiel

Wintertourismus, aber ich habe den Berichterstattungen aus den österreichischen Skigebieten, wenn sie denn offen waren, sehr genau zugehört. Da haben ganz viele betont: Die Nachfrage kommt zu uns, weil sie wissen, dass bei uns soundso viel Prozent der Energie – wie bei euch – für die Lifte aus regenerativen Quellen gewonnen wird.

Das ist so ein Learning, glaube ich, aus der ganzen nachhaltigen Tourismuskonversation. Wir haben immer gedacht, die Nachfrage wäre doch nachhaltig eingestellt. Die wollen doch nachhaltigen Urlaub machen. Wer möchte das denn nicht? – Aber darauf zu warten, dass sich die Nachfrage erst entscheidet, den nachhaltigen Urlaub zu machen, ist der falsche Weg. Wir Anbieter müssen sehen, dass es für uns wichtig ist, nachhaltig zu sein, damit unsere Zukunft gesichert ist, und wir müssen das nachhaltige Angebot machen und nicht mit dem Finger zeigen und sagen: "Der hat ja gar nicht gesehen, dass ich das Siegel hier an der Tür habe!" – Dann habe ich nicht genug kommuniziert. Dann muss ich das darstellen. Ich glaube auch, dass die Branche das begriffen hat. Das wäre noch eine weitere wichtige Botschaft.

Grundsätzlich, wie gesagt, glaube ich, dass die Nachfrage teilweise – das sieht man ja immer an Extremereignissen – schon reagiert, siehe Pandemie. Damals haben viele den Urlaub zu Hause wieder entdeckt. Dann fällt man wieder in die Normalität zurück, und es ist unsere Aufgabe, diese Ereignisse trotzdem zu nutzen, um eben eine gemeinsame Strategie dafür zu entwickeln.

Wo die Nachfrage sich wirklich schon bewegt, ist das Thema Vor-Ort-Mobilität. Das sehen wir. Wir haben eine bundesweite Gästebefragung, den Qualitätsmonitor. Der befragt jetzt seit anderthalb Jahren sowohl nach der Anreisemobilität – wie bin ich hergekommen – als auch, was ich vor Ort mache. Mobilität ist das Klimathema überhaupt. Denn wir wissen: 50 bis 70 % aller CO₂-Emissionen im Tourismus kommen aus dem Mobilitätssektor. Das ist unsere Klimastellschraube schlechthin, nicht Anpassungs-, aber Klimaschutzschraube.

Tatsächlich reisen die meisten mit dem Auto an. Das sollten wir nicht verteufeln, Sibylle, du hast es gesagt. Es gibt gute Gründe für viele Leute. Das ist nicht jedermanns Sache. Obwohl ich Bahnreisen total toll finde und mich das immer auf neue Ideen bringt, muss das nicht jeder genauso machen. Ich habe auch keine kleinen Kinder mehr. Aber vor Ort lassen die Leute das Auto stehen. Wenn es Radverleihsysteme gibt, dann werden die auch wahnsinnig gerne genutzt. Das Thema Radverleihsysteme sieht man in der Metropolregion Stuttgart und auch in Kiel mit der Sprottenflotte. Die Marktforschung in dem Bereich zeigt, dass es natürlich in großen Teilen den Alltags- und Freizeitverkehr betrifft, aber tatsächlich auch sehr viele Tagesausflügler und sehr viele Touristen.

Insofern: Mobilität ist ein ganz wichtiges Thema. Ich darf gerade ein Projekt zum Thema Bustourismus in Bayern betreuen: Wachstumschancen des Bustourismus. Wir haben hier in Bayern einen Bushersteller, der E-Busse, auch E-Reisebusse, herstellt. Leider haben wir noch keine Destinationen in Bayern, die eh schon nachhaltig sind und dann auch noch die Anreise mit dem E-Reisebus promoten. Es gibt viele Chancen in diesem Bereich, die ich an dieser Stelle hervorheben möchte.

Beim Thema Mobilität vielleicht eine Kleinigkeit nebenbei: Wir saßen letzstens beim Mobilitätsgipfel des THOM. Wir haben einerseits die BRB und andererseits die BayernRegio. Beide Unternehmen binden wichtige Ausflugsziele an. Aber die beiden gehen nicht zusammen, weil sie qua Politik Wettbewerber sind. Also die wichtigsten Ausflugsverbindungen in den Bergraum von München aus können nicht zu-

sammenarbeiten, weil sie Konkurrenzunternehmen sind. Auch mit diesem Thema sollte man sich näher befassen.

Das gilt auch für das Thema "Gästekarten". Im Bereich der Mobilität und der Gästelenkung wird uns die Digitalisierung sehr helfen können. Was wir jedoch zum Beispiel bei der letzten Meile brauchen, habe ich aus Kärnten gehört. Die integrieren die letzte Meile in ihren ÖBB-Navigator. Das heißt, etwas, was nichtdigital in der Bundesbahn-App ist, hat große Probleme, wahrgenommen zu werden. Auch hier werden wir uns bewegen müssen. Wenn wir für die Zukunft wirklich gute Reiseketten haben wollen, müssen die in unserem zentralen Navigator enthalten sein. Da sieht man auch, wie wir uns in diesen Bereichen noch bewegen müssen.

Ich habe sehr viel zum Klimaschutz ausgeführt. Wie gesagt, ich möchte es eigentlich gar nicht zu stark ausdehnen, sondern nur noch einen Zusammenhang schildern, wie komplex das Thema ist. Die Stichworte "Franken und Wein" sind gefallen. Wenn man sich überlegt, wie der Klimawandel den Weinanbau verändert, dann merkt man, dass die Zusammenhänge mit dem Tourismus zum Teil sehr kompliziert sind.

Man geht davon aus: Franken ist jetzt geprägt von Weinbau an Hängen. Das prägt das Landschaftsbild dort. Aber aufgrund der Hitze wird der Weinanbau in die Niederungen wandern müssen. Der Wein wird es auf Dauer dort nicht aushalten. Das heißt, das Landschaftsbild ändert sich komplett. Dort überlegt man teilweise schon, was mit diesen Hängen geschehen soll. Lassen wir die verwalden? Wie sieht das denn aus? Man pflanzt jetzt schon mal versuchsweise Esskastanien.

Ich weiß, im Bliesgau, im Biosphärenreservat, wird es zu heiß für die ganzen Obststreuwiesen. Man überlegt dort, jetzt Mandeln und Ähnliches anzubauen, denn sonst müssen ständig Leute da hinfahren und gießen. Das heißt, unser gesamtes Landschaftsbild steht auch vor einem Wandel, mit dem wir umgehen müssen. Beim Frankenwein ist es zusätzlich noch, dass mittlerweile mehr Rotwein angebaut wird, weil es heißer wird und man den klassischen Frankenwein teilweise gar nicht mehr ausbauen kann. Das heißt, auch in der Kulinarik haben wir rückwirkend Wechselwirkungen mit dem Tourismus.

Erst denkt man: Was hat das miteinander zu tun? Aber es hat eben leider viel damit zu tun. Insofern muss jede Region, wie Jürgen gesagt hat, spezifisch überlegen, was das für sie ganz konkret heißt, wie sich das im kulinarischen Bereich auswirken könnte, wo Engpässe bestehen. Trotzdem plädiere ich stark dafür, diesem Prozess eine bayerische Ebene zu geben, um zu betonen, wie wichtig das ist.

Da gab es eine Forderung aus dem Konzept über den Gesundheitstourismus vom BZT. Eine Forderung nach einer zentralen Koordinierungsstelle, die das Thema "Klima" wirklich bündelt und diese Erfahrungen und diesen Austausch systematisiert. So etwas fände ich aus meiner Erfahrung schon sehr wichtig, weil ich glaube, dass es dieser Prozess tatsächlich einfach verdient.

Letzter Punkt zu diesem wirtschaftlichen Umbau. Ja, der ist drastisch, und man muss auch in den Destinationen sehr genau zeigen, welche Wertschöpfung wir umbauen müssen. Wir müssen ermitteln, wie hoch unsere Wertschöpfung in den einzelnen Bereichen ist und das wirklich mit Kennziffern und Monitoring belegen. Wir müssen diesen Wandel gut begleiten, weil wir doch häufig sehr blumig reden und es tatsächlich viele Fakten gibt. Wie wir heute gesehen haben, muss man diese wirklich ernsthaft zusammentragen und dann ein Monitoring machen, damit die Akteure verstehen, warum das dringend notwendig ist und auch gut gelingen muss.

Zum Stichwort Besucherlenkung. Die Digitalisierung wird uns da hoffentlich weiterhelfen. Es gibt ein schönes Beispiel aus Österreich, im Bereich Mountainbiking, gibt es eine App, in die tatsächlich Hütten, Forstarbeiter, Freizeitnutzer, Kommunen alle einpflegen: Ist ein Weg offen? Ist da ein Baum umgefallen? – Da sieht man auch, wie komplex es eigentlich sein müsste, um Infrastruktur klimawandelbezogen auf dem richtigen Stand zu halten. So eine App wäre natürlich auch bestens geeignet, um zu zeigen, wo es gefährlich ist, wann es gefährlich wird, wo man nicht hingehen sollte. Aber so etwas aufzubauen, ist extrem komplex und kompliziert.

Ansonsten, das allerletzte Wort: Jürgen, du hast Restriktionen bei der Besucherlenkung angesprochen. Man muss sie aber auch nachhalten können, denn wenn eine Kontrolle nicht möglich ist, bringt es nichts. Meine Wahrnehmung der Besucherlenkung ist eher die andere, die angebotsbezogene, Sibylle, wie du es gesagt hast: Gute Attraktionspunkte schaffen, gute Wegelenkung machen, gute Kommunikation. Warum stellen wir immer die Highlights in den Mittelpunkt? Wir hatten es in der Pandemie. Stellt doch mal die anderen Dinge ins Schaufenster. Aber das auch konsequent weitermachen, und nicht nur, weil es gerade so nett ist, sondern auch in Zukunft mit einer Strategie: Wo will ich die Leute haben? Welche Angebote sind meine Alternativen? Das ist wirklich strategisch anzulegen.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Herzlichen Dank, Frau Dr. Möller, für Ihre Ausführungen. Sie haben die verschiedenen Themen sehr gut angesprochen, dass Sie für die Regionen Gesamtkonzepte entwickeln, aber auch, dass insbesondere der Städtetourismus, aber auch die Region Franken von dem Klimawandel sehr stark beeinflusst werden wird. Das ist der eine Aspekt, und der andere ist, dass sich die Kulinarik und das Landschaftsbild – natürlich nicht von heute auf morgen, sondern auf lange Zeit – verändern werden. Damit muss man sich schon befassen. Vielen Dank für Ihre Ausführungen.

Ich darf jetzt das Wort Herrn Prof. Bauer erteilen.

SV Prof. Dr. Alfred Bauer (Bayerisches Zentrum für Tourismus, Hochschule Kempten): Ich könnte jetzt einfach sagen, ich schließe mich meinen Vorrednerinnen und Vorrednern an. Ich glaube, es ist alles gesagt worden, nur noch nicht von mir, wie es so schön heißt. Ich kann versuchen, das zusammenzufassen.

Ich merke, wir, Jürgen Schmude und ich, haben das, was wir sagen wollen, nicht abgesprochen, aber dass wir doch in eine Richtung denken. Aus dem Grund wird es ein paar Wiederholungen geben.

Welche Auswirkungen hat der Klimawandel auf den Tourismus in Bayern? – Es ist ganz wichtig, dass wir hier nicht nur über den Wintertourismus sprechen, sondern auch den Sommertourismus in den Blick nehmen. Man muss da differenzieren, und auch die regionalen Unterschiede betrachten.

Die Städteentwicklung hat in den letzten Jahren wirklich Boomzeiten erlebt: Wir hatten vor zwei Jahren einen Jahresdialog beim BZT, bei dem der Klimaschutzmanager von München dabei war, der die "Green and Blue City München" vorgestellt hat, und ich muss sagen: Hochinteressant.

Noch interessanter war die Schlussfrage unseres Kollegen, wie viele Touristikerinnen und Touristiker denn an dieser Konzepterstellung beteiligt waren. Es waren null. Daraufhin haben wir gesagt, das wäre vielleicht ein Ansatz, wenn wir über Kooperation und Ähnliches sprechen, dass wir die künftig viel stärker in solche Dinge mit einbinden. Das heißt, niemand will hier jemandem einen Job wegnehmen und es will keiner Regionalmanager werden, aber der Tourismus muss dabei einfach berücksichtigt werden, weil die Touristiker eben wissen, wie die Ströme so laufen.

Vielleicht ganz kurz die einzelnen Fragen. Es sind ja 13 Fragen, pro Frage eine Minute. Das sollte die Zeit hergeben.

Welche Auswirkungen, Formen hatten wir angesprochen? – Wichtig natürlich ist dieser ganze Bereich Wintersport, vor allen Dingen in den niedrigen Lagen.

Die Konkurrenz Wein haben wir schon angesprochen. Ich war in einer Diskussion, in der es sowohl um Weinlandwirtschaft als auch um die Städte ging. Es wurde darüber gesprochen, dass Würzburg Wasser braucht, um die Grünanlagen zu wässern, was den Konkurrenzdruck noch einmal erhöht. Das heißt, es kommt etwas auf uns zu, was wir vielleicht heute noch gar nicht auf der Agenda haben.

Wichtig ist die Diversifizierung mit dem touristischen Angebot, was heute schon angesprochen worden ist. Vorhin wurde das Auto erwähnt: Andrea, wir haben als Hochschule im Allgäu eine Gästebefragung durchgeführt. 55 % kommen mit dem eigenen Auto von der Südschiene her, also, aus Bayern und Baden-Württemberg. Wir haben gefragt: Sind Sie bei der Anreise nachhaltig unterwegs? Da haben zwei Drittel gesagt: Klar.

(Zuruf: Nicht geflogen!)

Das ist das, was vorhin mit Angebot und Nachfrage angesprochen wurde. Ich glaube auch, der Druck wird nicht von der Nachfrageseite kommen, sondern die Angebotsseite muss sich bewegen, auch vor dem Hintergrund der Sicherung des eigenen Geschäftsmodells und am besten natürlich, wenn das Ganze auch noch ökonomisch irgendwo verträglich wäre. Ökologisch und sozial verträglich soll es dann natürlich auch noch sein.

Das heißt, die Ausführungen über die Absicherung der touristischen Infrastruktur wie Wanderwege etc. – es ist angesprochen worden – aufgrund von Erosion, Erdbeben, umgestürzter Bäume usw. brauche ich nicht zu wiederholen.

Sie fragten, wie sich die Nachfrage nach den touristischen Angeboten ändern wird. Kollege Schmude hat es gesagt: Das ist ein ganz, ganz langsamer Prozess. Wir sehen das auch.

Das Einzige, was wir sehen, wenn ich das an der Stelle sagen darf: Wir haben in einer deutschlandweiten Umfrage gefragt, inwieweit diese Wetterkapriolen die Entscheidung für den Winterurlaub beeinflussen. 50 % der Befragten haben gesagt, dass sie aufgrund dieser Wetterkapriolen einen anderen, schneesicheren Urlaubsort gesucht haben. Wenn ich dann noch die CO₂-Belastung derjenigen dazu nehme, die nach Tirol, Südtirol weiterfahren – ans Fliegen denken wir noch gar nicht – muss man das wirklich in diesem Gesamtkontext sehen und auch sagen: Wie können wir dieses Geschäftsmodell Winter zumindest qualitativ aufrechterhalten? Ich spreche hier nicht von der Flächenbeschneigung, Gott bewahre, sondern, dass man das ganz punktuell tut, um ein qualitativ gutes Angebot zu haben und eben diesen CO₂-Fußabdruck damit doch etwas zu senken.

Gesundheitstourismus ist ein Riesenthema. Wir haben auch vor einiger Zeit einen Jahresdialog darüber gemacht und hatten Frau Prof. Claudia Traidl-Hoffmann, die hier im Hause, glaube ich, auch ein Begriff ist, zu Gast. Sie ist die Leiterin der Umweltmedizin am Uniklinikum Augsburg und sagte, wie viel Tausend per anno an Hitzeereignissen sterben, und der Klimawandel krank macht, von Kopf bis Fuß.

Sie hat auf Allergien hingewiesen, Herz-Kreislauf-System, dieser gesamte Bereich mit Pollenwirkungsdauer und -verstärkung und, und, und. Das sind Dinge, die wir auch berücksichtigen müssen, wenn wir uns die Wanderwege anschauen. Jetzt blühen demnächst die Erle und dann die Birke. Da muss ich sagen: Hurra. – Bei

so viele Belastungen, wie wir sie im Moment haben, vor allem wenn man sich die jungen Leute jetzt anschaut, muss ich sagen, das ist wirklich etwas, mit dem wir uns künftig viel stärker beschäftigen müssen.

Dann das Thema Städtetourismus. Ich wiederhole mich da: Das ist sicherlich ein Thema, vielleicht nicht aus Bayern, es soll auch nicht als Blaupause dienen, aber in Mallorca plant man jetzt sogenannte Kühlräume. Man will in der Stadt das ganze Bauwerk so aufstellen, dass man reingehen kann mit Wasser, mit Grün, damit die Menschen sich dort erholen können, wenn es draußen 40 Grad und mehr hat. Das sind Dinge, die sind einfach da und sind nicht zu negieren. Ob man das nachmachen muss, wird die Zeit bringen, also wie heiß es dann tatsächlich wird.

Dann haben wir die Frage nach Bewusstsein in der Tourismusbranche und bei den Gästen selbst. – Ist das Bewusstsein da oder ist es nicht da? Ich glaube, bei einigen ist es da, wie wir es heute gemerkt haben. Im Moment machen wir, auch wieder als Hochschule im Ostallgäu eine Umfrage und möchten wissen, wie weit diese Klimaanpassungsmaßnahmen in den Betrieben angekommen sind, vor allen Dingen auch in den kleineren Betrieben, und wie stark – das ist auch wiederholt angesprochen worden – das in die Unternehmensstrategien eingegangen ist.

Zu Best Practice zur Sensibilisierung hat Andrea Möller schon einiges gesagt.

Umweltschutzmaßnahmen, hohe Belastung. – Bei uns im Allgäu heißt es: Akzeptiere deine Grenzen. Ich muss sagen, das wird wirklich sehr gut angenommen. Die Leute werden sensibilisiert. Ein Bereich sind sicherlich die Ranger, die da tatsächlich zur Sensibilisierung beitragen, die aufklären können, die den Leuten sagen können: Geht da nicht rein.

Ich muss dazusagen: Zur Sensibilisierung sollten auch die Einheimischen beitragen. Wenn da ein Naturschutzgebiet ist, dann sollten sie mit ihren Skiern auch nicht da durchmarschieren, wenn sie es von den Gästen danach auch nicht haben wollen.

Welche wirtschaftlichen Chancen ergeben sich? – Das ist auch angesprochen worden. Verlängerung der Sommersaison heißt allerdings, dass die Anbieter agil sein müssen, dass sie entsprechend schnell umswitchen müssen, wenn das Ganze nicht im Winter geht, sondern man vielleicht nur Wandern und Radfahren kann, und das dann von einer hervorragenden Kommunikation begleitet, damit die Gäste draußen wissen, was auf sie zukommt.

Zur Attraktivität als Sommerreiseziel, Klaus Stöttner hat es bereits gesagt: Wenn das Ganze kommt, wunderbar, dann kommen immer mehr Gäste zu uns. – Ganz so einfach wird es nicht sein. Wir haben gute Chancen, aber wir müssen auch agieren und versuchen, diese Dinge entsprechend proaktiv umzusetzen.

Wirtschaftliche Einbußen, das ist auch angesprochen worden. Rückgang des Wintersporttourismus inklusive erhöhter Anpassungskosten.

Dann sind wir bei den Strategien der Staatsregierung. Klimaanpassungsstrategien. – Ich habe gerade das Ostallgäu angesprochen. Da geht es Hand in Hand. Die Klimaschutzmanagerin arbeitet mit dem Tourismusverband Hand in Hand zusammen, und da merken Sie, dass etwas vorangeht, dass die unterschiedlichen Interessen da einfließen und entsprechend berücksichtigt werden.

Zum Thema "umweltfreundliche Verkehrsmittel" könnte ich nur einen Bruchteil dessen von mir geben, was Andrea Möller eben mitgeteilt hat. Aus dem Grund überspringen wir das.

Unterstützungsmaßnahmen seitens der Staatsregierung. – Ja, Förderung des Ganzjahrestourismus ist eine ganz klare Ausrichtung, sodass alle Dinge, die heute infrastrukturell gefördert werden, auch ganzjährig nutzbar sind.

Ausbau des ÖPNV. – Das sagen wir seit vielen, vielen Jahren. Wenn ich mir die Deutsche Bahn anschau, dann sagen wir das, glaube ich, noch einige Jahrzehnte.

Es ist auch zu überlegen, ob man kleine Beherbergungsbetriebe auf dem Weg etwas begleiten kann. Die großen, glaube ich, sind so voller Knowhow und haben häufig auch das Personal, so etwas leichter umsetzen zu können als die kleinen. Nur bei der Masse, die wir in Bayern an Kleinvermieterstrukturen haben, wäre das aus meiner Sicht ein Ansatz, über den man mal nachdenken könnte.

Nun zum Thema "Forschung und Monitoring". Selbstverständlich, hat der Kollege Schmude gesagt, wollen wir so etwas. – Ich gehe ein Stück weiter: Das Bayerische Zentrum für Tourismus würde sich riesig freuen, wenn wir ein bisschen weitermachen dürften.

Klimakrise, Wintersportbranche. – Da darf ich auf unsere Szenarien "Wintertourismus" verweisen, womit wir eigentlich nur einen Impuls geben wollen, damit sich die Menschen damit beschäftigen. Günther Reimann hat gesagt, bei BeyondSnow wäre eine Umsetzungsbegleitung wünschenswert. Ja, aber nicht in allen Regionen, es gibt Regionen, die das schon hervorragend gemacht haben, aber wir haben auch Regionen, die da noch auf dem Wege sind.

Welche Anpassungen werden von Unternehmen schon getroffen? – Also technische Beschneidung. Dazu könnte Henrik Volpert mehr sagen. Die Bergsteigerdörfer wurden schon angesprochen. Der Kolbensattel Oberammergau macht keinen Skibetrieb mehr, weil man sagt, das rentiert sich nicht mehr. Die haben das durchgerechnet und nutzen die Dinge für andere Aktivitäten.

Was ich erwähnenswert fand, ist der Satz von Ferdinand Reb, Tourismus zentrales Fichtelgebirge: "Wir denken auch immer mit an den Winter ohne Schnee."

Also was uns bewusst sein muss: Schnee kann, aber Schnee muss nicht. Aus dem Grund muss man sich darauf agil einstellen und schauen, wie man die Angebote hält.

Welche Maßnahmen sind notwendig, um den Tourismusstandort Bayern klimaresilient zu machen? – Wie gesagt, ich glaube, eine große gemeinsame Strategie wird es da nicht geben, weil die regional entwickelt werden muss. Aber vielleicht ist das ein zielführender Vorschlag, dass man sagt, man fasst Dinge zusammen, man macht Austauschplattformen, damit der eine von dem anderen lernen kann. Ich denke, es wäre der richtige Weg, dass über regionale Kooperationen zu machen, denn ohne regionale Kooperationen wird das Ganze sowieso nicht zielführend.

Nachdem jeder schon den Werbeblock genutzt hat, darf ich das auch noch einmal tun. Ich darf Sie alle ganz herzlich einladen: Am 18. März um 10:00 Uhr haben wir eine Online-Veranstaltung zum Thema "Wintertourismus heute und morgen", bei der es, Jürgen Schmude hat es gesagt, um den diesjährigen Winter geht, aber auch darum, wie sich die Skigebiete für die Zukunft aufstellen. Ich hoffe ich habe die Zeit eingehalten.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Wunderbar, Herr Prof. Bauer. Alles gut. Vielen Dank auch für Ihre Ausführungen. Sie haben uns auch noch einmal auf die Wichtigkeit des Übergangs von den Betrieben, die zum Beispiel nur Skitourismus anbieten, aufmerksam gemacht. Auch da gibt es Veränderungen, wir sollten aber auch

die kleineren Unternehmen wie Herbergen oder Gastgeber in den Fokus nehmen. Die Idee mit der Austauschplattform habe ich mir notiert, denn das ist ein sehr guter Gedanke.

Jetzt kommen wir zu Herrn Josef Altmann. Ich darf Ihnen auch das Wort geben. Ich kenne den Bayerischen Wald sehr gut, denn ich durfte am Geißkopf Skifahren lernen. Ich weiß zwar nicht, wo genau Sie in der Gegend sind, aber das ist mir ein sehr bekanntes Skigebiet. Wie gesagt, ich freue mich auf Ihre Ausführungen.

SV Josef Altmann (Liftbetreiber): Ich kann nur zur technischen Beschneigung und zu den Liften etwas sagen. Umwelttechnisch: Wer den Klimawandel leugnet, der lebt nicht in der Natur. Wir haben einen kleinen Lift, eine Skischule, einen Skiverleih, alles Mögliche, und wir leben rein vom Winter. Auch weiterhin.

Wir beschneien seit 1989. Der Klimawandel ist da, und die Wetterereignisse mit Regen und Sturm usw. haben wir auch, aber ich habe festgestellt, dass durch den Klimawandel die Luft trockener wird. Bei der technischen Beschneigung ist die Luftfeuchtigkeit entscheidender als Minusgrade. Letztes Jahr haben wir schon im November zweimal beschneit. Ich bin immer ziemlich der Erste im Bayerischen Wald, der mit dem Skibetrieb loslegt. Es sind natürlich auch die Zeiten, dass man nur mal zwei Stunden schneien kann, von 5:00 bis 7:00 Uhr in der Früh, aber die technische Beschneigung mit den modernen Kanonen ist sehr weit fortgeschritten und sehr gut, und auch der Energieaufwand ist sehr gering. Ich muss sagen, mit dem Aufwand, mit dem wir 1989 drei Wochen Schnee gemacht hatten, machen wir jetzt drei Tage Schnee. So weit ist die Technik fortgeschritten.

Sommertourismus. Wir haben auch Ferienwohnungen. Ich werde meinen Skihang nicht umgraben, um einen Bikepark darauf zu machen oder so etwas. Bis jetzt kann ich noch vom Winter leben.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank, Herr Altmann, für Ihre Ausführungen. Auch das ist wichtig zu hören, dass man weiß, dass, wenn die Luft trockener ist, das Beschneien leichter geht und auch, dass Sie die Beschneigung bereits seit 1989 machen.

Bei Ihnen ist es wirklich so, dass Sie auf den Wintertourismus und auf den Schnee angewiesen sind. Das ist auch gut zu wissen, dass es solche Betriebe gibt, bei denen es noch so ist. Vielen Dank für Ihre ausführlichen und sehr informativen Worte.

Ich würde jetzt in die Fragerunde einsteigen. Ich habe schon eine sehr lange Rednerliste und darf mit dem Kollegen Stadler beginnen.

Abg. Ralf Stadler (AfD): Sehr geehrter Frau Vorsitzende! Geschätzte Kollegen! Recht herzlichen Dank an die Expertenrunde. Mich freut es ganz besonders, dass wir mit Herrn Altmann einen von der Sache Betroffenen dabei haben.

Ich hätte eine Frage an Herrn Altmann. Die Grünen wollten eigentlich die Schneekanonen weghaben. Wir fordern stattdessen einen Risikoausgleich seitens des Freistaats für schneearme Winter. Mich würde interessieren, wann Sie damit anfangen, Ihre Liftanlagen für den Winterbetrieb zu überholen oder vorzubereiten. Das ist ein immenser Aufwand. Sie wissen gar nicht, ob sich das in dem Winter rentiert oder wie es aussehen wird. Wäre ein Risikoausgleich oder etwas in der Art hilfreich für die Liftbetreiber?

Dann geht es weiter, die andere Frage haben Sie mir schon beantwortet und zwar, dass die Anlagen sehr modern sind. Kann man da etwas zum Beispiel zum Thema

Energie machen, um irgendwas beizutragen, oder sind die Schneekanonen schon so an den Klimawandel angepasst, dass die voll effizient sind?

An Frau Wiedenmann und Frau Dr. Möller sowie Herrn Prof. Bauer hätte ich eine Frage zum Tourismuskonzept. Zuerst zu Frau Möller. Sie haben gesagt, Sie finden die Bahnreisen toll. Da würde mich interessieren, wann Sie das letzte Mal in Bayern weiter als 150 km gefahren sind.

Aber ich hätte speziell die Frage zu Wildschönau. Da bin ich öfter. Die haben ein hervorragendes Tourismuskonzept, und zwar Übernachtung inklusive Liftbenutzung. Das ist eine hervorragende Sache, und es wird so toll angenommen, weil sich die Leute sagen: Ich fahre jetzt nicht nur für einen Tag hin, sondern bleibe das ganze Wochenende direkt dort, dann spare ich mir die kompletten Liftgebühren. Das ist immens. Gibt es so etwas schon bei uns? Ich weiß es gar nicht so genau. Wäre das ein Anreiz fürs Tourismuskonzept? Denn wenn man mal überlegt, in Mittenlofen in Philippsreut wird für 24 Millionen Euro das Skisportzentrum erneuert. Der Liftbetrieb zum Beispiel am Großen Almburg wird für den Sommerbetrieb genommen. Wir haben schon hintenrum gehört, dass wahrscheinlich das Gleitschirmfluggebiet auch kommt. Das wäre doch ein Anreiz, so etwas zu machen, denn es gibt ja genug Hotelanlagen in Philippsreut, die davon auch profitieren würden.

An Herrn Schmude: Sie haben gesagt, die Touristen haben mehr so ein Kurzzeitgedächtnis. Das glaube ich nicht. Denn wir haben einen sehr hohen Anteil an Stammgästen, und die kommen eben, weil sie sich daran erinnern, dass wir ein ganz tolles Urlaubsgebiet haben in Bayern.

An Herrn Reimann: Ich sehe den Klimawandel nicht als Fluch oder Segen, sondern als Herausforderung, der wir uns anpassen müssen. Es gibt Sachen, wo wir dem Tourismus besondere Aufmerksamkeit entgegenbringen müssen, zum Beispiel Brandschutz, Waldbrandgefahr. Man sieht ja, was in Amerika los ist. 90 % der Waldbrände sind menschenverursacht. Da braucht es mehr Aufklärungsarbeit.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächsten Fragesteller darf ich den Kollegen Hans Groß aufrufen, bitte.

Abg. Johann Groß (FREIE WÄHLER): Meine Damen und Herren, herzlichen Dank an die Expertenrunde für die ausführliche Berichterstattung. Ich hätte zwei Fragen an Sie.

Sind die Touristen in Zukunft bereit, für nachhaltige Unterkünfte und klimafreundliche Reiseangebote mehr zu bezahlen und wie viel?

Die zweite Frage. Eine große Herausforderung ist natürlich der Fachkräftemangel in der Tourismusbranche. Wie wirken Sie dem entgegen?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank. Als nächste Wortmeldung habe ich Ruth Müller auf meiner Liste.

Abg. Ruth Müller (SPD): Ich habe ein paar kurze Fragen, zum einen an Herrn Prof. Dr. Schmude. Sie hatten das Thema Ressourcen und Ressourcenkonflikte angesprochen, also beispielsweise um das Wasser. Wie kann man das politisch lösen? Gibt es da vielleicht aus Nachbarländern schon irgendwelche gute Ideen? Wie kann man mit Nachbarländern im Tourismus-/Nachhaltigkeitsbereich beim Klimawandel stärker zusammenarbeiten?

Zum Thema Bildung. Als wir nach Corona im Nationalpark Bayerischer Wald waren, haben uns die Betreiber dort erzählt, dass sehr viele Gäste gekommen sind und gefragt haben, wo es denn hier zu den Achterbahnen geht. Es besteht wohl

sehr viel Unwissenheit, was denn ein Nationalpark ist und was man da erwarten kann. Das hat etwas mit Bildung zu tun, Umweltbildung, nachhaltiger Bildung, Verbraucherbildung.

Was kann man hier vielleicht von Seiten der Politik machen? Auch im Hinblick auf die Jugend, die Sie ja angesprochen haben, also beispielsweise Schullandheimaufenthalte versus Skilager. Gibt es hier Handlungsempfehlungen von Ihrer Seite?

Frau Dr. Möller, Sie haben angesprochen, dass man hier vernetzter denken muss. Das ist aber meiner Erfahrung nach im Tourismus, insbesondere in den Kommunen, oft sehr schwierig, weil einfach jede Kommune meint, sie holt die Gäste zu sich alleine, anstatt dass man die Gäste erst einmal in die Region holt. Wie ist denn da Ihre Einschätzung? Wie kriegt man die Kommunen an einen Tisch, um gemeinsam an einem Klimaschutzkonzept zu arbeiten und dann auch zu reagieren?

An Herrn Reimann hätte ich zwei Fragen. Inwieweit laufen schon Maßnahmen im Hinblick auf die Mittelgebirge, die beispielsweise beim Wintertourismus im Bayerischen Wald stark vom Klimawandel betroffen sind, um diese Regionen beim Transformationsprozess zu begleiten bzw. der Tourismusbranche Unterstützungsmaßnahmen anzubieten?

Das Thema Verkehr ist auch schon von Frau Wiedenmann angesprochen worden. Sie hatten gesagt, dass der Urlaub daheim in Bayern umweltfreundlicher ist als die Auslandsflugreise. Trotzdem reisen ungefähr 90 % der Touristen immer noch mit dem Auto an. An Herrn Reimann: Welche Ansätze könnte es geben, den Individualverkehr einzuschränken und trotzdem als Tourismusregion attraktiv zu bleiben?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächste Wortmeldung habe ich den Kollegen Kristan von Waldenfels.

Abg. Kristan Freiherr von Waldenfels (CSU): Ich möchte Folgendes noch einmal betonen. Ich denke, dass es ganz wesentlich ist, dass wir uns bei den Fragen zum Klimawandel immer damit auseinandersetzen, wie wir letztlich die Wertschöpfung aufrechterhalten können. Das ist die Maßgabe unseres Handelns: Wie können wir die Wertschöpfung und die Stärke des Bayerischen Tourismus unter geänderten Rahmenbedingungen aufrechterhalten?

Deswegen ist es ganz wesentlich, dass wir nicht daraus ableiten, dass wir noch weitere Personalstellen schaffen – sei es im öffentlichen oder im nachgelagert öffentlichen Bereich –, die nur die Folgen des Klimawandels auf den Tourismus bewerten. Wir haben bereits das Bayerische Zentrum für Tourismus, nur um ein Beispiel zu nennen, das auch öffentliche Gelder erhält, wo diese Themen neben anderen Themen, die auch Veränderungen im Bereich des Tourismus betreffen, Berücksichtigung finden.

Ich glaube, ganz entscheidend zur klimatischen Bewertung und Einflussnahme im Hinblick auf den Tourismus ist das, was bereits mehrfach von Ihnen angesprochen wurde, wo ich gerne noch einmal ganz explizit von Ihnen hören würde: Was können wir tun? Können wir noch mehr tun, um Menschen dazu zu bewegen, vermehrt Urlaub im Freistaat Bayern zu verbringen, nicht Bayern zu verlassen? Können Sie da etwas Konkretes vorschlagen, was wir tun können, was Sie uns heute als Handlungsauftrag für die Politik mit auf den Weg geben können?

Zweitens würde mich, ganz konkret reduziert aufs Wesentliche, interessieren: Wir sehen, dass wir aufgrund der klimatischen Veränderungen innerhalb Bayerns regional unterschiedliche Auswirkungen haben. In manchen Bereichen, das ist dargestellt worden, haben wir Probleme mit dem Wintertourismus, in anderen Be-

reichen haben wir neue Chancen aufgrund der klimatischen Veränderungen, weil das Wetter milder geworden ist. Gibt es in der Bewertung regionaler Unterschiede innerhalb Bayerns ganz konkret bestimmte Bereiche, die Gewinner sind – was müssen wir tun, um das auch umzusetzen –, und wo gibt es Bereiche, die Verlierer der klimatischen Veränderungen sind? Das würde mich vor dem Hintergrund der regionalen Unterschiede ganz konkret interessieren.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächsten Fragesteller habe ich Christian Zwanziger auf meiner Liste.

Abg. Christian Zwanziger (GRÜNE): Vielen Dank in die Runde für die vielen Statements. Ich reihe mich in der zweiten Reihe als Geograf noch ein, weil das am Anfang der Sitzung so ein bisschen der Running Gag war.

Ich möchte jetzt nicht viel Zeit damit verbringen, dass wir untereinander diskutieren. Aber einen Faktencheck muss ich schon noch machen bei Herrn Stadler. Wir wollen die Förderung von Schneekanonen mit Steuergeld beenden. Ob jemand in Bayern eine Schneekanone genehmigt bekommt, ist egal. Ich finde, da sollten wir schon bei den Fakten bleiben.

Für mich stellen sich zwei Fragen, die sich so durchziehen. Die eine ist, ganz konkret: Was kann der Freistaat, was soll die Landespolitik selbst tun, um die Branche und die Destinationen in der Klimakrise, im Klimawandel zu begleiten und zu unterstützen und da die notwendigen Anpassungen vorzunehmen?

Das Zweite ist, und es klang immer wieder durch: Welche Hebel hat man, dass man Betriebe erreicht, dass man Innovationen und Neuerungen vor Ort, um ein gutes Angebot vorzuhalten, umsetzen kann, um selbst auch in Zukunft eine Perspektive zu haben, um Leuten Ideen zu geben, sich auf den Weg zu machen, die nicht sowieso schon unterwegs sind?

Ich habe heute erfreulicherweise sehr viel gehört, was sich herauskonsolidiert hat und in den Statements immer wieder benannt wurde. Ich versuche es mal für mich zusammenzufassen. Ich bitte darum, mich in der Antwortrunde zu korrigieren, wenn ich jetzt etwas falsch einsortiert oder komplett vergessen habe. Das eine ist das Thema ÖPNV, Mobilität vor Ort, aber auch die Anreise. Das kam immer wieder. Da habe ich die konkrete Frage: Was heißt es aus Ihrer Sicht für den Freistaat und für vor Ort? Denn der Busverkehr vor Ort ist in einer anderen Hand als der Regionalverkehr auf der Schiene und der Fernverkehr der Bahn.

Ich stelle mir manchmal die Frage, auf welcher Ebene wie stark der Tourist, der Tagesgast mitgedacht ist. Daher habe ich den ÖPNV als eine Baustelle wahrgenommen.

Ich habe vieles herausgehört, für mich gehören die Schwimmbäder dazu, aber auch die Infrastruktur in der Stadt, um auf Hitzetage zu reagieren mit Verschattung usw. Frau Wiedenmann, Sie haben auch Spielplätze, die gut verschattet sind, angesprochen. Das ist ja Infrastruktur, die in allererster Linie den Menschen, die vor Ort leben, viele Vorteile bringt, aber die für den Tourismus auch wichtig sind. Deswegen stelle ich mir schon die Frage, wie da der Tourismus mitgedacht wird, denn es klang auch immer wieder durch, dass der Tourismus oft bei Maßnahmen, die angestoßen werden, auf welcher Ebene auch immer, nicht mitgedacht wird.

Herr Stöttner hat in seinem Statement die Bayerische Tourismusstrategie angesprochen. Die ist sicherlich keine Blaupause für jede Destination, aber welche Chance sehen Sie hier, dass wir es über eine neue Bayerische Tourismusstrategie schaffen, dass der Tourismus überall mitgedacht wird? Ist es auf kommunalpolitischer Ebene, wo verständlicherweise die Bürgerinnen und Bürger vor Ort die

Ersten sind, die man vor Augen hat, aber auch die Gäste, die vielleicht nicht das ganze Jahr über da sind?

Wie gesagt, ÖPNV habe ich herausgehört, Infrastruktur vor Ort und einen Hebel, um in die Fläche zu wirken, an die Betriebe zu wirken, in die Destinationen zu wirken. Da habe ich das Stichwort "Förderpolitik fördern" im Sinn, da habe ich den Ganztagestourismus wahrgenommen. Was heißt denn das aus Ihrer Sicht für die Landespolitik? Heißt es, Geld für die Tourismusverbände vor Ort, und die machen das dann? Heißt es, andere politische Rahmenbedingungen? Heißt es, ein Bayerisches Tourismuskonzept neu aufzulegen und dafür zu sorgen, dass der Tourismus bitte überall mitgedacht wird?

Wenn Sie das vielleicht noch einmal darlegen, was das aus Ihrer Sicht konkret für die Landespolitik oder für das, was Landespolitik indirekt beeinflusst, bedeutet.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Das alleine ist wahrscheinlich schon eine Beantwortung wert. Aber wir machen noch ein paar Wortmeldungen und fassen es zum Schluss alles zusammen. Herr Mannes ist der nächste.

Abg. Gerd Mannes (AfD): Ich habe zunächst drei Fragen. Herr Schmude, Sie haben gesagt, dass der Skitourismus im Grunde genommen Luxustourismus ist. Das kann ich bestätigen. Ich habe fünf Kinder. Das ist ziemlich teuer, wenn ich mit denen Skifahren gehe.

Außerdem kommt es auch ein bisschen aus der Mode. Wir haben auch über den sozialen Aspekt gesprochen. Sind Sie der Meinung, dass es sich lohnt, die Kinder im Grunde genommen so wie früher an den Skitourismus heranzuführen? Früher gab es Schulfahrten, Klassenfahrten. Ich glaube, das ist ein bisschen aus der Mode gekommen.

Insgesamt vielleicht an alle, wenn jemand etwas dazu sagen will. Ich hoffe, dass Sie das bestätigen: Wie sehen Sie das mit dem Skitourismus? Hat es eine Zukunft hier in Bayern?

Und vielleicht ergänzend dazu: Luxustourismus. Klaus Stöttner hat gesagt, 103 Millionen Übernachtungen, wenn ich es richtig in Erinnerung habe, 40 Millionen Gäste. Aber, das haben wir jetzt auch gehört, und das ist das, was ich jetzt hier zu verstehen versuche: Die Leute geben nicht mehr oder gleich viel Geld aus. Gleichzeitig steigen die Kosten bei den Anbietern immer mehr. Ich habe mal geguckt, was Frau Inselkammer von der DEHOGA gesagt hat. Trotz hoher Auslastungen bleibt am Ende oft finanziell nichts übrig. Herr Schmude hat es vorhin gesagt: Die Skitouristen bringen sehr viel Geld. Wenn das andere Touristen sind, sind die Margen geringer, daran verdienen wir weniger.

In dem Zusammenhang: Führt dieser Umbau dann nicht dazu, dass sozusagen weniger Wertschöpfung insgesamt in Bayern vorhanden ist?

Herr Bauer, Sie haben auch über den CO₂-Abdruck gesprochen. Wenn ich es mal ein bisschen provokant sage: Wenn ich von hier nach München mit dem Fahrrad in die Berge fahre und mein Essen mitnehme, dann ist es zwar ein kleiner CO₂-Abdruck, nehme ich an, aber dann wird der Betreiber nichts verdienen.

Wie wird sich diese Wirtschaftlichkeit in Zukunft darstellen, trotz höherer Übernachtungszahlen? Wo bleibt da die Wertschöpfung?

Herr Stöttner, Sie haben auch über das Besuchermanagement gesprochen. Parkgebühren etc. Dazu kann vielleicht jeder etwas zu sagen. Ich habe gelesen, in

Venedig ist es so, dass Eintritt verlangt wird, weil es besonders attraktiv ist. Ist so ein Szenario in Bayern denkbar?

Natürlich, im Wintertourismus ist es klar: Das wird durch relativ teure Liftgebühren beschränkt. Aber so ein Berg hat ja keine Eintrittsgebühren. Ist eine entsprechende Steuerung durch Eintritt in Bayern auch denkbar? – Das wären meine drei Fragen.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächste Wortmeldung haben wir den Kollegen Sascha Schnürer.

Abg. Sascha Schnürer (CSU): Ich hätte zwei Fragen. Die erste geht an Herrn Prof. Bauer. Sie haben heute den Wintertourismus in Südtirol angesprochen. Ich fahre seit Jahren auch gern mal nach Südtirol zum Skifahren. Auch die haben das Problem, dass der Schnee dort nicht mehr wird. Das muss man ganz deutlich sagen. In dem Hotel, in dem ich seit vielen Jahren bin, wurde jetzt umgestellt. Man kann jetzt nicht mehr direkt zum Hotel fahren, sondern die haben das mit Golfbuggys zum Beispiel gelöst.

Die Frage ist, ob man hier nicht in jeder Destination neue Innovationen braucht und wir hier vielleicht sogar vorne dran sind, weil es bei uns schon dramatisch ist.

Innovation ist für mich ein bisschen der Schlüssel. Wir haben das Thema Wandern. Das ist jetzt nichts Neues, aber es wurde wieder neu entdeckt, neu interpretiert. Genauso das Thema Radfahren. Da sage ich einfach mal ganz ketzerisch: Früher sind die Jungen Rad gefahren, und die Älteren sind gewandert. Heute, habe ich den Eindruck, gehen die Jungen wandern, und mit den E-Bikes sieht man auf jedem Gipfel die Senioren umherfahren. Beides ist super. Genauso beim Campen. Das war schon lange out, jetzt haben wir auf einmal die Wohnmobile. Ein Riesenvorteil für uns hier im Freistaat.

Das ist für mich auch beim Thema Skifahren so. Wir haben mit dem Snowboard gesehen, dass auch dort Substitute und Ergänzungen möglich sind. Da würde mich wirklich interessieren, ob es nicht auch Innovationen gerade für die Liftbetreiber gibt, Herr Altmann? Irgendwie steht man ja schon mit dem Rücken an der Wand, habe ich das Gefühl. Welche Innovationen gibt es, und was können wir hier noch machen, dass man, wenn kein Schnee liegt, dennoch Skifahren kann, dass es eben Innovationen gibt, gerade beim Beschneien und alles? Wie können wir das aufrechterhalten und was müssen wir da technisch machen, um da weiterzukommen? Haben Sie da eine vernünftige, planbare Perspektive?

Ich sage mal, Risiko-Sharing mit Versicherungsmodellen ist eine finanzmathematische Rechnung, aber keine tatsächliche Lösung. Immer dann, wenn man mit Subventionen eingreift, hält man etwas künstlich am Leben, aber es ist keine wirkliche Lösung.

Die zweite Frage, die ich habe, geht an Klaus Stöttner. Du bist ja wirklich ein ganz erfahrener Spieler der Schnittstelle Politik und Tourismus. Da frage ich einfach mal, was eigentlich unser USP, unser Geheimrezept ist, warum die Leute zu uns kommen. Was ist das verbindende Element?

Für mich als Laie, so lapidar gesagt, ist das ein bisschen das Lebensgefühl. Wenn ich nach Südtirol fahre, dann nicht, weil es da den schönsten Schnee gibt, sondern weil ich auch mal ein bisschen Südtiroler sein möchte. Die Leute da unten liegen mir einfach am Herzen. Das Gefühl gibt es bei uns halt so nicht. Ich glaube, dass die Leute zu uns wegen des bayerischen Lebensgefühls kommen – ob zum Skifahren, zum Wandern oder zum Oktoberfest. Sie wollen ein paar Tage sein wie unser Bürgerallianz-Vorsitzender Friesinger und wollen das auch genießen. Wie kann man das Brauchtum, die Kultur und Tradition, wie wir in Bayern sind, nutzen?

Wie können wir das mit dem Begriff von Klimawandel, von CO₂-Fußabdrücken, von Nachhaltigkeit noch verbessern, dass es auch zu uns passt und dass wir uns darum kümmern?

Ich sage jetzt mal provokativ: Wir stellen in das Volksfestzelt noch eine Linde mit hinein, dann ist das Klima da schon mal besser. Was gibt es für Ideen, und was kann der Freistaat dort noch machen? Unsere Frau Staatsministerin zum Beispiel ist ja das Aushängeschild für den Tourismus und auch für die Ernährung im Freistaat. Wir machen da so viel, wir haben gerade die Grüne Woche gehabt. Das ist doch ein tolles Flair, was wir da zaubern. Was können wir noch tun, lieber Klaus, dass dieses Bild – Laptop, Lederhosen – nach außen hin bekannter wird?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächste Wortmeldung habe ich den Kollegen Sebastian Friesinger auf der Liste.

Abg. Sebastian Friesinger (CSU): Es hat funktioniert, dass Sie uns von Ihrer Seite aus darlegen, dass wir öffentliche Gelder in die Hand nehmen und einsetzen müssen. Aber für mich selber ist eines klar, da bin ich mit der Ministerin im Gleichklang: Dass der Tourismus zum Landwirtschaftsministerium kommt, ist der richtige Ansatz. Das hat uns Österreich schon seit ein paar Jahren vorgemacht.

Aber die Zusammenarbeit Tourismus und Landwirtschaft geht mir ein bisschen ab. Ich mache es an einer Aussage von Frau Andrea Möller fest. Zunächst spreche ich definitiv von "Gästen" und nicht von "Fremden", wie Herr Zwanziger gesagt hat: Wir sollten die Schilder, auf denen "Fremdenzimmer" steht, abmachen und stattdessen "Gästezimmer" schreiben. Das kommt vielleicht ein bisschen besser rüber.

Zum Verständnis: Ich mache seit 22 Jahren den Rosenheimer Bauernherbst, das sind über 1.000 Veranstaltungen in zwei Monaten. Um dieses Angebot in unserer Region für unsere Gäste zu verlängern, bin ich sehr auf die Zusammenarbeit mit unseren Landwirten angewiesen. Ich bin auch hier im Landwirtschaftsausschuss, der die Almbauern und die Berglandwirtschaft mit vertritt. Darum hat mich das so gewundert.

Sie finden eine App, die dem Gast zeigt, wo beispielsweise ein Baum über der Straße liegt, gut. Wenn ich jedoch draußen bei meinen Landwirten bin und wir gleichzeitig einen Kreis- oder Kettensägekurs, wo 100 % vorschriftsmäßig die Schilder aufgestellt werden, haben und wir dann beim Fällen vom Baum einen Jogger aus der Gefahrenzone rausholen, weil er zwei Stöpsel in den Ohren hat und drei Schilder ignoriert, dann habe ich ein Problem. Darum finde ich die Aktion "Akzeptiere deine Grenzen" so gut, weil die das genau von einem Bewusstseinsbildungsansatz her angehen und nicht mit einer App.

Das ist für mich ein ganz großes Problem, denn, ehrlich gesagt, Frau Andrea Möller, lernen Sie bitte auch die Grundeigentümer wertschätzen und die, die die Landschaft pflegen in unserem wunderbaren Land. Das sind die Landwirte und Landwirtinnen. Das ist für mich das ganz Große, dass man es nur miteinander machen kann. Ich war immer schon so aufgestellt, dass man das hier ganz einfach auch wahrnimmt.

Ich glaube auch von der touristischen Seite her kann man da mehr tun und ansetzen, dass wir hier miteinander zusammenkommen. Das gilt auch für die Mobilität. Glauben Sie mir, ich unterstütze das alles, dass man zum Beispiel mit der Bahn den Berg hinaufkommt. Dass man jedoch die Kampenwandbahn mit allen möglichen Mitteln beklagt, das verstehe ich nicht, denn es ist eine Bahn, die schon da

ist, die hergerichtet werden muss. Man braucht keine neue bauen. Aber vielleicht kann man die anderen herrichten.

Wir werden nicht überall Bergsteigerdörfer machen. Das können wir nicht. Das ist ein guter Ansatz für Schleching und die Region darin, aber es geht nicht darüber hinaus. Wir brauchen den Tourismus, die Gastronomie braucht den Tourismus. Aber, das habe ich noch nicht herausgehört; vielleicht habe ich es auch überhört, vielleicht haben wir die Barrierefreiheit auch noch nicht überall hergestellt, vielleicht haben wir sie in manchen Bahnhöfen, aber dann kommt der Zug, der nicht barrierefrei ist.

Wir könnten uns ja mal zusammensetzen und auch diese Gesprächsrunde weiterführen, aber vorher hätte ich eine Bitte. Vielleicht können Sie mir das beantworten: Wie sehen Sie die Zusammenarbeit Tourismus und Landwirtschaft in der Zukunft?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Als nächsten Fragesteller darf ich den Kollegen Thomas Holz aufrufen.

Abg. Thomas Holz (CSU): Ich möchte einmal zusammenfassen, was alle mehr oder weniger deutlich gesagt haben: Bayern ist ein schönes Land, und Bayern ist in touristischer Hinsicht ein sehr erfolgreiches Land. Die Zahlen aus dem Jahr 2024 belegen das sehr eindrucksvoll. Es sind genau 102,7 Millionen Übernachtungen und 40,6 Millionen Ankünfte, die wir verzeichnen dürfen. Ausschlaggebend dafür ist zum einen natürlich die Vielfalt Bayerns, unsere wunderschöne Landschaft und Natur. Dann sind es aber und vor allem auch – diese Personen sind momentan ein bisschen zu kurz gekommen – die Menschen, die im Tourismus tätig sind und unsere Gäste hier willkommen heißen und ihnen eine schöne Zeit bereiten.

Wenn wir aber gerade beim Faktor Mensch sind, möchte ich in diesem Zusammenhang eine Frage an Herrn Prof. Schmude stellen. Sie haben vorher, so habe ich es zumindest verstanden, gesagt, dass der Tourist eher hinsichtlich seines Mindsets sehr träge sei. Da die konkrete Frage: Was müsste denn passieren, dass wir den Bürger – das sind wir ja alle, irgendwo sind wir alle Touristen – noch mehr für das Klima im Bereich Urlaubstätigkeit sensibilisieren?

Ich weiß nicht, ob Sie die Kampagne "Naturschutz beginnt mit Dir" kennen. Vom Tölzer Land Tourismus wird die mit, meine ich, sehr gutem Erfolg durchgeführt. Ist so etwas empfehlenswert? Ist das ein Modellprojekt, was man vielleicht auch bayernweit oder auf andere Regionen ausdehnen könnte?

Die zweite Frage, weil es einige Male angesprochen worden ist und immer relativ leicht gesagt ist: "Wir müssen den ÖPNV ausbauen": Aber was heißt denn das konkret? Ich glaube, wir müssen das zweidimensional sehen. Zum einen ist es ja schon ein Unterscheid, ob wir über den Tagestouristen, der aus einer größeren Stadt kommt, einen schönen Tag in unseren Regionen im Alpenvorland plant, oder ob er in den Bayerischen Wald oder sonst wohin mit dem ÖPNV anreisen soll, sprechen, oder ob es tatsächlich der Gast, der "normale" Tourist ist, der drei, vier Tage dableibt und mit einem großen Koffer kommt.

Was heißt es, den ÖPNV auszubauen? Brauchen wir neue Verbindungen? Mehr Verbindungen? Taktverdichtungen? Oder was heißt das konkret?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Jetzt haben wir die letzte Wortmeldung vom Kollegen Nikolaus Kraus.

Abg. Nikolaus Kraus (FREIE WÄHLER): Kolleginnen und Kollegen! Geschätzte Experten! Nur noch ein paar Stichworte von mir. Die "Mückenplage" ist angesprochen worden. Dafür habe ich durchaus Verständnis, aber ich habe kein Verständ-

nis, wenn die Landwirtschaft kritisiert wird, weil sie Pflanzenschutzmittel nutzt, aber im Bereich Tourismus ist das legitim? Da wäre vielleicht ein bisschen Ehrlichkeit angesagt.

Schwimmbäder sind ein Thema, wofür ich durchaus auch Verständnis habe. Aber da braucht man natürlich Summen. Schwimmbäder sind ja nicht nur für die Touristen, sondern ganzjährig, u. a. für den Schulsport. Schulschwimmbäder, das wissen wir ja, sind leider ein Mangel in der Gesellschaft. Wie viele Kinder können noch schwimmen?

Bayerische Gäste. Irgendwie habe ich verstanden, ob es da eine Belohnung oder so gibt? Da frage ich mal ganz naiv, ob das intern in Bayern eher als Konkurrenz gesehen wird, oder macht zum Beispiel das Allgäu im Bayerischen Wald Werbung oder der Bayerische Wald im Allgäu, damit die Leute im Land bleiben, weil auch Leute aus einem Tourismusgebiet selber mal in Urlaub fahren. Bleiben die dann auch hier, oder machen die dann nur Kreuzfahrten? Ist das eher partnerschaftlich oder eher Konkurrenz?

Noch etwas, was nichts mit dem Klimawandel zu tun hat, aber ich kritisiere immer schon: Unser Tourismus lebt natürlich von der Landschaft und von der Landwirtschaft, wie mein Vor-Vorredner es gerade angesprochen hat. Ich vermisse wirklich in der Tourismusbranche, dass die sich nicht eindeutig gegen den Wolf positionieren. Auf den Almen, auf den Weiden und nicht nur in den Bergen, sondern im Bayerischen Wald sogar schon im Landkreis München war schon ein Wolfsriss. Wenn wir da keine Lösung finden – – Der Tourismus wird das Geld nicht haben, die Landschaftspflege zusätzlich zu finanzieren. Da würde ich mir wirklich schon eine klare Aussage vom Verband, von der ganzen Branche wünschen, dass es zum Wolf in unserem Ballungsgebiet mit diesem Tourismusdruck – positiver Druck, natürlich, weil das ein großer Wirtschaftsfaktor ist – mal positive Signale gibt, dass die betroffenen Landwirte da nicht allein gelassen werden.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Jetzt sind wir mit den Fragen am Ende. Ich würde in die Beantwortung einsteigen und darf von der anderen Seite beginnen. Das Wort hat Herr Altmann.

SV Josef Altmann (Liftbetreiber): Zur ersten Frage. Wir hängen natürlich das ganze Jahr daran. Wir haben eine Landwirtschaft, das Zeug muss ja für den Winter revidiert und hergerichtet werden. Darauf wurde ja schon hinsichtlich der Zuschüsse usw. eingegangen.

Die nächste Frage, der Energieaufwand. Der darf natürlich auch nicht hintenanstehen. Wir bauen gerade die Flutlichtanlage auf LED um, eine Photovoltaikanlage. Die Bürokratie ist ein großer Punkt. Die blockiert uns ziemlich. Wir haben ein älteres Bauernhaus, das wir abreißen und zu Chalets für Urlauber umbauen wollen. Das kriegen wir nicht genehmigt, weil wir Außenbereich sind, obwohl wir praktizierende Landwirte sind. Also, Tourismus- und Landwirtschaftsamt behindern sich gegenseitig.

Der Wasseraufwand für die Beschneigung wird auch immer kritisiert. Wie man in den Medien sieht, wenn eine Beschneigungsanlage läuft, stellt man da Kanister hin, nach dem Motto: Da wäre Chemie und lauter solche Sachen drin. Also: Beschneigung funktioniert nur mit Wasser und Luft. Sonst nichts. Unsere Wasserreservoirs füllen wir mit Regenwasser von unseren Dächern. Wenn der Starkregen da ist, zieht der sowieso nicht in den Boden ein. Das würde sowieso ablaufen. Das sammeln wir für die Wintersaison.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank, Herr Altmann. – Prof. Bauer.

SV Prof. Dr. Alfred Bauer (Bayerisches Zentrum für Tourismus, Hochschule Kempten): Erwarten Sie jetzt, dass wir auf alles eine Antwort geben? Das dauert dann so lang wie der Vortrag vorher. Oder dürfen wir uns aussuchen, worauf wir antworten?

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Sie dürfen sich sozusagen aussuchen, worauf Sie antworten. Sie sind da jetzt ein bisschen im Vorteil. Frau Wiedenmann darf dann als Letzte alles beantworten, was nicht beantwortet worden ist.

SV Prof. Dr. Alfred Bauer (Bayerisches Zentrum für Tourismus, Hochschule Kempten): Ganz kurz zu Herrn Stadler. Es gibt in Oberstdorf das Projekt "Bergbahn inklusiv". Das läuft wie geschnitten Brot. Das muss man an der Stelle sagen. Hier braucht man nichts neu erfinden oder den Österreichern abschauen, das haben wir in unseren bayerischen Gebieten auch.

Kurzzeitgedächtnis. Da sind wir bei der Antwort vom Kollegen Schmude.

Herr Groß hat nach dem Fachkräftemangel gefragt. Es hat vor ein paar Jahren eine Kampagne gegeben, von der BayTM organisiert und durchgeführt und konzertiert über die Tourismusverbände – die DEHOGA war dabei – aus dem damaligen Wirtschaftsministerium zum Thema "Imagekampagne für Tourismusbetriebe". Man hat versucht, das Ganze tatsächlich bei den jungen Leuten zu platzieren und zu zeigen, wie toll es ist, in dieser Branche zu arbeiten. Ich würde es toll finden, wenn man so etwas verlängern könnte. Aber ich weiß im Moment nicht, ob das Geld dafür da ist. Das sage ich an der Stelle ganz ehrlich.

Grenzüberschreitung. Das darf Günter Reimann beantworten.

Herr von Waldenfels, Wertschöpfung aufrechterhalten, das ist das größte Ziel, was wir bei all diesen Dingen haben.

Ich darf an der Stelle Herrn Mannes sagen: Da haben Sie was falsch verstanden. Mit dem CO₂-Fußabdruck wollte ich positiv darauf hinweisen, dass wir uns in Bayern sogar über Beschneigung unterhalten, bevor uns die Leute verlassen und dann nach Tirol oder nach Südtirol fahren. Das war der Hintergrund dabei, um dieses Geschäftsmodell in Bayern zu erhalten.

Wie kriegen wir mehr Menschen nach Bayern, die hier Urlaub machen? – Darauf soll Ihnen Frau Radomski eine Antwort geben.

Ich weiß nicht, ob man das in diesem Hohen Hause sagen darf, es gäbe vielleicht manche Politikerin und Politiker, die mit gutem Beispiel vorangehen sollten und in Diskussionen nicht immer auf die Vorzüge – nicht, weil hier irgendwann Südtirol genannt wurde – von Südtirol und sonstigen Reiseländern in den Alpen hinweisen. Das wäre vielleicht ein Ansatz.

Das Thema "regionale Gewinne", Herr Waldenfels, kann ich Ihnen, ehrlich gesagt, leider nicht so beantworten, wie Sie sich das vielleicht vorstellen. Ich glaube, in dem Transformationsprozess müssen sich jetzt die alpinen Regionen aufstellen. Weil Sie aus dem Oberfränkischen sind: Oben im Fichtelgebirge und in diesen Bereichen hat man sich die letzten Jahre, so habe ich es zumindest jetzt mitbekommen, relativ gut aufgestellt und sagt, man sei da für die Zukunft gewappnet. Wie es mit den Themen "Landwirtschaft und Tourismus" aussieht, kann ich Ihnen nicht sagen.

Die Frage von Herrn Zwanziger, nach einer neuen Bayerischen Tourismusstrategie – das, muss ich sagen, habe ich dann leider beim Vortrag von Klaus Stöttner

überhört – ist schon einige Male angesprochen worden. Ich weiß nicht, was Frau Radomski dazu sagt, aber bisher war die Haltung dazu doch immer, dass die Regionalverbände der Auffassung sind, wir müssten uns für unseren Regionalverband eine Strategie geben, aber für die Dinge, die über die Region hinaus gehen, haben wir mit der BayTM die Klammer, die diese Dinge nach außen trägt, um die Leute hierher zu bekommen. Wenn ich da etwas überhört haben sollte, Herr Stöttner, korrigieren Sie mich bitte.

Herr Friesinger, Sie haben den Themenbereich "Tourismus und Landwirtschaft" angesprochen. Ich glaube, dass Urlaub auf dem Bauernhof wirklich ein Erfolgsmodell ist. Ich nehme an, darüber brauchen wir nicht zu streiten. Ich hatte das neulich auch schon in dem Ausschuss angesprochen: Ich finde das auch toll, dass der Tourismus nach dem ersten Zucken jetzt im Landwirtschaftsministerium angesiedelt ist, weil dort der ländliche Raum einfach daheim ist. Diese Ämter für ländliche Entwicklung müssten viel stärker – und das hatten sie bis dato nicht, vielleicht kommt es künftig – den Tourismus im Fokus haben. Außerdem muss auch mit der Städtebauförderung gesprochen werden, dass es dann nicht bei einer gewissen Grenze von ein paar Tausend Einwohnern aufhört, sondern dass der ländliche Raum wirklich ganzheitlich betrachtet wird und der Tourismus ein Teil davon ist.

Aber ich will den anderen auch noch etwas lassen und gebe weiter.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Ich gebe das Wort an Frau Dr. Möller weiter.

Sve Dr. Andrea Möller (dwif-Consulting GmbH): Herr Groß hatte das Thema "Zahlungsbereitschaft für nachhaltigen Tourismus" angesprochen. Wir haben vielfältigste Marktforschungen, in denen – ähnlich wie nachhaltiges Reiseverhalten – die Nachfrage durchaus bereit ist zu zahlen. Das abzurufen wird das nächste Thema sein.

Die Frage ist einfach, wie ich die Menschen dazu bringe. Beim Thema "Gästekarte für nachhaltige Mobilität" funktioniert es ja schon. Da habe ich den Gästebeitrag. Da weiß der Nachfrager gar nicht, dass vielleicht 50, 70 Cent für die nachhaltige Mobilität sind. Das sind immer gute Möglichkeiten.

Es gibt ein einziges Beispiel in Deutschland, das ist die Gemeinde Münstertal in Baden-Württemberg, am Schwarzwald, die eine sogenannte Naturtaxe haben. Das heißt, dort wird direkt mit diesem Begriff beim Gast Geld eingesammelt, und zwar, um die Naturlandschaft durch Ziegenbeweidung zu erhalten. Das Erfolgsmodell ist, dass die Landwirte – in der Regel Landwirte im Nebenerwerb – gleichzeitig auch Vermieter sind. Das heißt, die Gäste merken, die Ziegenbeweidung erhält die Wanderlandschaft für uns so offen, wie wir sie gerne haben und wie wir sie schön finden, und die Landwirte wissen gleichzeitig, diese gepflegte Landschaft hält ihnen die Gäste da. Ich glaube, das ist das Mittel zum Erfolg.

Man kann damit durchaus gute Projekte, vielleicht im Klimaschutzbereich, finanzieren. Es gibt in Winterberg das Problem mit dem Fichtenwald, der dort, weil niedriger gelegen, extrem zurückgeht, siehe Klimawandelproblematik. Im Harz, der ebenfalls unter der Borkenkäferproblematik leidet, haben sie ein Projekt zur Baumspende. Das funktioniert auch sehr gut. Das wird mit dem Tourismus und dem Forst gemacht, weil man direkt vor Ort sieht, was mit diesem Geld geschieht. Der Wald wird in seiner Verjüngung unterstützt und auch mit dem ganzen Brimborium, mit Einzäunen, was man dann alles braucht, gegen Wildverbiss etc. Solche Modelle funktionieren. Wenn Sie dem Gast zeigen können, dass das, was Sie von ihm haben wollen, ihm zusätzlichen Nutzen bringt und er das vor Ort erleben kann, dann wird so etwas funktionieren, aber das ist nicht einfach auf die Beine zu stellen. Das bedeutet Kommunikation, es bedeutet eine gute Zusammenarbeit

zwischen Forst, Landwirtschaft und Tourismus. Letztendlich genau das, was auch Herr Friesinger gesagt hat. Sie ist da, aber sie abzurufen ist nicht trivial.

Dann wollte ich noch etwas zu Herrn von Waldenfels sagen. Ich möchte keine neue Stelle für Klimaanpassung und Klimaschutz im Tourismus, sondern vielmehr einen koordinierten Prozess. Dafür sind mögliche Akteure hier, und der Prozess braucht vielleicht noch etwas temporäre Unterstützung, um das Thema in die Breite zu bringen. Das ist das, was ich gern möchte. Kein eigenes Institut, keine Arbeitsbeschaffungsmaßnahme.

Vorhin habe ich auf ein Beispiel im Allgäu verwiesen, wo so etwas schon gezeigt wurde: Es gibt Klimaschutzmanager, es gibt Klimaanpassungsmanagerinnen, die das Thema mit dem Tourismus gleich gut in Verbindung bringen. Sich mit dem Tourismus an einen Tisch zu setzen, ist sicher das Mittel zum Erfolg. Da kann man allerdings auch fragen – ich weiß, die Diskussion ist im Tourismus im Gange –: Wir haben vielfältige Themen. Mobilität, Klimaschutzanpassung, Fachkräftemangel sowie die ganzen Aufgaben, die im Tourismus sowieso da sind. Gleichzeitig haben die Tourismusorganisationen momentan alle Angst, dass ihnen das Geld eher gekürzt wird als dass es mehr wird. An der Stelle plädiere ich dafür, die Strukturen, die wir in Bayern haben, zu erhalten. Denn die Aufgaben sind nicht weniger geworden.

Dieses Netzwerkmanagement ist anstrengend. Man muss einen privaten Draht zu den Landwirten und Forstwirten haben. Man muss mit ihnen sprechen und man muss auch zu den Vermietern und zu den Regionalvermarktern hingehen. Das ist nichts, was ich am Telefon oder mit einer Mail erledige.

Um da weiterzumachen, die App habe ich nur als Beispiel genannt. Dahinter steht ein Netzwerk, was miteinander zusammenarbeitet. Die App ist nur die digitale Oberfläche. Forstarbeiter und Forstbesitzer, Wegewarte, Hütten etc. alle in dem Netzwerk müssen zusammenarbeiten. Digitalisierung funktioniert nicht einfach so, ohne, dass Menschen dahinter sind, die alle zum gleichen Ziel beitragen.

Ich meine, die Zusammenarbeit wird künftig viel wichtiger. Wir sehen das bei den Alternativen. Die Frage: Was machen wir statt weißem Winter? Dann kommt man sehr schnell wieder zum Winterwandern, Schneeschuhwandern, ich habe in Italien Mountain Bikes gesehen mit Reifen, die sowohl im Schnee als auch auf dem Waldboden fahren können. Die haben sehr breite Reifen, aber dafür braucht es wieder Wege und wieder einen gemeinsamen Konsens, dass wir diese Strecken haben wollen, dass die unterhalten werden. Und dann muss man sich wieder zusammensetzen. Das wir so etwas brauchen, wird nicht weniger, sondern mehr werden. Insofern bin ich da ganz bei Ihnen.

Die Innovationen finde ich auch sehr wichtig. Das E-Bike hat ja gezeigt, wie Radtourismus plötzlich im Mittelgebirge überhaupt möglich wird. Das sind jetzt Radregionen. Wir werden da noch mehr Innovationen erleben, gerade in Bezug auf die Landschaft. Ich weiß von Skihügeln, die zum Beispiel Grasski machen, Wettbewerbe im Sommer. Sie haben gesagt, Sie wollen kein Downhill. Aber es ist ein häufiges Modell, dass man sowohl Skibetrieb im Winter als auch Downhill im Sommer hat.

Ich kann Ihnen nicht vorhersagen, was da alles noch kommen wird, aber ich glaube, da wird viel kommen, und das sollten wir ermöglichen.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Ich darf das Wort an Herrn Reimann weitergeben.

SV Günter Reimann (Destinationsmanager Bayerischer Wald): Vielleicht darf ich noch etwas nachreichen zum Thema Bereitschaft der Leute, für nachhaltige Ange-

bote mehr zu zahlen. Ich kann aus der Hotelbranche sagen, wir sehen sowohl als auch. Wir haben die Erfahrung, dass sehr stark spezialisierte Betriebe sehr erfolgreich am Markt sind, während die allgemeinen Wald- und Wiesenbetriebe eher Schwierigkeiten haben.

Wir haben ein Beispiel für das erste Biohotel in Deutschland. Das kommt aus dem Bayerischen Wald, und die sind sehr stark mit allen Extremen auf diese Zielgruppe ausgerichtet, haben auch sehr hohe Preise und sehr hohe Nachfrage. Also die sehen, dass da, wo eine Bereitschaft besteht, auch mehr gezahlt wird. Das ist nicht offensichtlich, aber natürlich in der extremen Ausrichtung auf dem Markt sehr erfolgreich. Während bei Betrieben, die das Biosiegel mittragen, aber dies vielleicht nur als Zusatzprodukt haben, eher keine entsprechende Bereitschaft der Gäste erkennbar ist.

Künftig wird es so sein, das wird Voraussetzung dafür, dass man ein Hotel bucht, aber es wird kein Entscheidungskriterium, um höhere Preise zu zahlen, außer bei sehr spezialisierten Betrieben, die ganz gezielt diese Zielgruppe ansprechen, die auch viel Geld hat.

Nun zur Frage von Ruth Müller. Der Große Arber im Bayerischen Wald. Wie hat man versucht, Zusatzangebote zu schaffen, um sich von dem Winterbetrieb ein bisschen zu lösen? – Wir werden ein Mountainbike-Angebot machen. Im Juni wird ein neues Mountainbike-Angebot auf den Markt kommen, aber wir werden auch viele andere spezielle Winterangebote bereitstellen, um den Berg wirklich als Ganzjahresberg zu sehen. Es wird eine sehr starke Ausrichtung auf Familienbetriebe sein.

Wir haben beispielsweise schon im Bayerischen Wald, am Geißkopf, wo viele das Skifahren gelernt haben, auch ein Angebot, was Sie überraschen wird. Der Geißkopf hat vor fünf Jahren eine neue Liftanlage bekommen und ist jetzt sehr stark auf Radsport ausgelegt. Er hat auch ein Mountainbike-Areal, wo der Winter eher Zusatzgeschäft ist, während es früher sehr stark auf Winter ausgerichtet war. Die haben auch den Vorteil, dass sie sehr schnell umswitchen können. Sie können im Winter oder in den Übergangszeiten, wenn es trocken und nicht allzu kalt ist, schnell umswitchen auf Fahrradbetrieb. Die sind extrem schnell und flexibel. Das ist vielleicht der Vorteil gegenüber großen Skigebieten in Österreich, wenn man sehr schnell diese Doppelfunktion je nach Witterung flexibel umgestaltet werden kann. Wir haben ganz gute Erfahrungen, dass diese Betriebe das kurzfristig umsetzen können.

Zweite Frage war das Thema Mobilität vor Ort. Wir haben mit dem GUTi ein kostenloses Umweltticket für unsere Gäste, aber die Fahrstrecke ist natürlich stark auf den Berufs- und den Ausbildungsverkehr ausgerichtet. Das heißt, vom Land morgens früh um sieben ist jetzt nicht die Zeit, in der man sich als Urlauber bewegt. Das heißt, das Angebot muss entsprechend auch auf die Touristenströme ausgerichtet werden. Das heißt, auf die Zielorte, auf die klassischen Ausflugsziele, die touristischen Highlights, die natürlich im normalen Verkehr im ÖPNV nicht berücksichtigt sind.

Wir haben schon erste Angebotslinien. Im Nationalpark der Igelbus, das ist ein klassischer Wanderbus, der vom Standort, wo man zu wandern beginnt, bis hin zum Ende der Wanderung die Linie verbindet. Das ist natürlich topografisch oft sehr stark eingeschränkt, weil man um die Berge herumfahren muss. Aber das ist wirklich das Ziel, dass man das bestehende Angebot, das stark schul- und ausbildungsorientiert ist, mit den touristischen Angeboten ergänzt, weil das nämlich eine ganz wichtige Frage zur Akzeptanz ist.

Wir haben vor 15 Jahren angefangen, das E-Bike als zusätzliches Angebot zu etablieren, weil wir sehr stark mit Anbietern versucht haben, etwas zu machen. Damals war es eigentlich kein großer Erfolg. Mittlerweile ist die Zeit reif dafür. Seinerzeit gab es ganz große Augen bei den Hoteliers, die einen E-Bike-Verleih angeboten haben, mittlerweile ist es Gang und Gäbe. Die Zeit hat sich also geändert. Man braucht für jedes Produkt eben den richtigen Zeitpunkt. Mittlerweile ist das E-Bike ja wirklich gut auf dem Markt, und viele nutzen das auch, um sich im Nahbereich zu bewegen, und zwar sowohl als Verkehrsmittel als auch als Freizeitmittel.

Zur Frage von Herrn Zwanziger, was man machen kann: Ich betreue viele Kommunen, und man merkt auch, dass die Tourismusförderung auch eine Förderung des Lebensraumes ist. Vielleicht hilft es ein bisschen, kurzgefasst: Jede Investition in den Tourismus ist auch eine Investition in Lebensraum. Die Einheimischen nutzen es genauso, teilweise auch noch intensiver als die Urlaubsgäste.

Aber es wäre wichtig, dass Tourismus als Pflichtaufgabe gesehen wird. Das ist schon eine ganz wichtige Aufgabe. Kann man es so verankern, dass es eine Verpflichtung gibt, den Tourismus zu fördern? Ich weiß schon, die Kommunen sind klamm und würden das als zusätzliche Aufgabe nicht gernhaben, aber es würde uns schon weiterhelfen, wenn eine hohe Bereitschaft da ist, das auch finanziell zu fördern und entsprechend einzubinden.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank für Ihre Hinweise. Ich glaube, das geht insbesondere in die Richtung, in die Frau Wiedenmann appelliert hatte. Bei uns im Touristischen Arbeitskreis wurde thematisiert, ob man das nicht gesetzlich verankern kann. – Herr Prof. Schmude, bitte.

SV Prof. Dr. Jürgen Schmude (Tourismuswirtschaft, Nachhaltigkeit und CSR, Frankreich): Ich beschränke mich auf die Fragen, die direkt an mich gestellt worden sind und fasse auch einige Fragen zusammen. Erstes Thema: Kurzes Gedächtnis. Herr Stadler, Sie haben mich da, glaube ich, falsch verstanden. Das kurze Gedächtnis bezieht sich auf Negativerlebnisse, also Terror, Tsunami, Waldbrände, Hitze. Da haben die Touristen kurze Gedächtnisse. Das Langzeitgedächtnis funktioniert bei schönen Erlebnissen natürlich besser. Das erklärt auch das Phänomen Stammgäste, wobei Stammgäste aussterben. Wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass das früher ein viel stärkeres Phänomen war.

In dem Zusammenhang wurde auch nach der Trägheit der Touristen gefragt. Das hat damit zu tun, dass angelerntes Verhalten, auch Reiseverhalten, sehr lange beibehalten wird. Da gibt es, gar nicht aus unserer Disziplin, sondern aus der Psychologie, sehr viele Untersuchungen. Martin Lohmann ist da vielleicht in Deutschland der bekannteste Forscher zu dem Thema. Was man da tun kann, haben wir bei Frage 4 ja schon beantwortet.

Dann der Fragenkomplex Skilager/Zukunft des Skitourismus. Da kann ich ein wirklich ganz aktuelles Beispiel bringen. Ich habe einen Kollegen – ich bin das nicht selbst –, der gerade versucht, zusammen mit dem Deutschen Jugendherbergswerk ein Projekt zur Zukunft der Skilager aufzusetzen. Er will bayernweit eine Befragung an 4.000 Schulen durchführen, und das zuständige Ministerium lehnt voraussichtlich ab. Er hat erst gestern die E-Mail mit der Vorwarnung bekommen. Der Kollege war ganz aufgebracht, ist zu mir gekommen und hat gesagt, du bist doch morgen im Landtag, kannst du da nicht was sagen? Jetzt kann ich was dazu sagen. Das Ministerium lehnt ab, weil der Erkenntnisgewinn, den dieses Projekt bringen könnte, gesellschaftlich und wissenschaftlich – Ausrufezeichen! – nicht relevant ist. Da muss man in die anderen Ministerien gehen und entsprechend nachfassen.

Zukunft des Skitourismus in Bayern. Ja, der Skitourismus hat in Bayern auch eine Zukunft. Ich bin nicht der Totengräber des Skitourismus. Das wird immer so hingestellt: "Der Schmude sagt, Skitourismus hat keine Zukunft". Aber er wird nicht mehr überall da, wo er heute noch praktiziert wird, eine Zukunft haben. Die Landkarte der Standorte wird kleiner.

Wir haben vom Bayerischen Zentrum sieben Zukunftsszenarien mit den Akteuren ausgearbeitet. Gerade läuft noch der Zukunftsnavigator. Da sieht man: Es gibt nicht den einen Königsweg, den alle beschreiten werden, sondern die Destinationen präferieren unterschiedliche Szenarien.

Zu den Kosten. Ja, der Skifahrer, die Skifahrerin hat natürlich den höchsten Pro-Kopf-Umsatz. Den haben wir im Tagungstourismus auch. Aber im Vergleich zum Wanderer oder zur Wanderin ist das natürlich viel höher. Aber man muss natürlich auch sehen, dass der Investitionseinsatz für den Skitourismus viel höher ist als für den Wandertourismus. Also das relativiert das auch ein bisschen.

Dann wurde gefragt, ob Eintritte eine Lösung sind, so wie in Venedig. Dazu kann ich Ihnen ganz klar sagen: Das können Sie vergessen. Hat null Effekt auf die Besucherzahl, die zehn Euro bezahlt der Tourist dann auch noch. Der einzig positive Effekt ist, dass Einnahmen generiert werden, und wenn die dann tourismusspezifisch eingesetzt werden, ist das gut.

Warum kommen die Touristen nach Bayern? Das ist die Frage. Akademisch formuliert: Was ist das reiseauslösende Motiv? Da haben wir in den letzten 30, 40 Jahren einen grundlegenden Wandel. Wir hatten früher ein reiseauslösendes Motiv. Das war die Wiederherstellung der Arbeitskraft. Meine Eltern sind in Urlaub gefahren, damit der Vater wieder arbeiten gehen konnte. Das spielt keine Rolle mehr. Wir sprechen heute von einem Motivationskranz.

Es gibt ein primäres, ein sekundäres Reisemotiv. Da spielt Erholung eine Rolle, aber genauso die Landschaft wie vielleicht die Kulinarik und der Sport. Die Welt ist komplizierter geworden. Das müssen wir einfach anerkennen.

Letzte Frage, die an mich gestellt worden ist: Was kann die Politik tun, um eine Stärkung des Tourismus auch in Zukunft zu gewährleisten? Lieblingsthema, was ich gerne immer wieder anspreche: Stärken Sie bitte auch die akademische Ausbildung im Tourismus. Wir haben ein Sterben der Tourismuslehrstühle an den Universitäten. Wir haben eigentlich nur noch zwei in Bayern, wo das stattfindet. Ich weiß, dass die Autonomie der Universität dem entgegensteht, aber man kann ja vielleicht einen sanften Druck ausüben. Es gibt Möglichkeiten, zu sponsern, sprich, solche Lehrstühle einzurichten, die eine Zeit lang gefördert werden und dann in den Regelhaushalt der Universitäten übernommen werden müssen. Aber wenn die akademische Tourismusforschung und -ausbildung an den Universitäten verschwindet, bekommen wir auch ein Problem mit dem akademischen Nachwuchs, denn überwiegend wird an den Universitäten promoviert. Wir haben zarte Beginne im Bereich der Hochschulen für angewandte Forschung, aber wenn man schaut, wie viele Kolleginnen und Kollegen inzwischen das Recht zur Promotion haben, ist das sehr überschaubar.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank für Ihre Hinweise. Ich darf das Wort an Klaus Stöttner weiterreichen.

SV Klaus Stöttner (Kuratorium für den Bayerischen Tourismus, Tourismus Oberbayern München e. V.): Ich möchte ein paar Fragen, die speziell an mich gerichtet worden sind, beantworten. Der Abgeordnete Groß hat das Thema Fachkräftemangel angesprochen. Wenn jetzt im Koalitionsausschuss vereinbart wird, dass der

Mindestlohn 15 Euro betragen soll, wird die Gastronomie unheimliche Schwierigkeiten bekommen, weil natürlich bisher der Mindestlohn für einfache Arbeiten wie Spülen usw. bei 12,50 lag. Eine Lohnsteigerung von 20 % mehr, wird Auswirkungen auf die anderen Fachkräfte haben, auf die Fachleute, die bereits im Kochbereich sind. Jeder möchte 20 % mehr: Das wird nach oben wandern und eine Verschiebung geben. Wir werden noch einmal im kostenintensiven Personalbereich um 20 % teurer werden. Es wird sicher schwierig werden, und die Umsetzung birgt die Gefahr, dass die Leute quasi gar nicht mehr angestellt werden können.

Bei der Besucherlenkung vor allem der Tagestouristen in den Skigebieten, glaube ich, müssen wir, wie Herr Prof. Schmude gesagt hat, dort stärker reagieren. In dem Skigebiete Sudelfeld beispielsweise sind die Straßen vollgepropft. Die wissen gar nicht, wo sie die Autos hinstellen können, ganz im Gegensatz zu Bad Aiblingen, dieser Null-Energie-Stadt, wo auf dem B&O-Gelände Holzparkhäuser gebaut worden sind: So etwas würde absolut in die Alpenregion passen. Man könnte auf den bestehenden Parkflächen Parkhäuser, die wunderschön anzuschauen sind, wo die Autos versteckt sind, bauen. Dann würde es diesen Stress, den wirklich jede Region gerade hat, nicht geben. Ich glaube, dass man Besucherlenkung mit Lösungen anbieten müsste, vielleicht sollte man da eine Strategie entwickeln.

Die Abgeordneten Schnürer und Friesinger haben nach dem Geheimrezept gefragt. Die Geheimwaffe, die Bayern meiner Meinung nach hat, ist eher die Vielfalt. Wir sind von Franken bis über den Bayerischen Wald, Schwaben, Oberbayern, mit den großen Städten wie Nürnberg, Augsburg und München so gut aufgestellt, dass das Geheimrezept eigentlich die Vielfalt bei gleichzeitiger Bewahrung der Tradition ist.

Wer geht denn mit, wenn sich Deutschland in New York bei der Steuben-Parade verkauft? Es sind nicht die Norddeutschen, sondern Bayern geht mit der Blaskapelle mit. Wir verkaufen als Bayern Deutschland. Hofbräuhaus in Las Vegas. Wir sind überall präsent. Ich glaube schon, dass es das Lebensgefühl ist, das uns ausmacht, wo wir Tradition und Fortschritt gut miteinander verbinden, zum Beispiel jetzt mit der Entwicklung der KI und der Raumfahrtforschung.

Die Leute arbeiten gern in Bayern, weil die Kombination von Kultur und Lebensgefühl so wertvoll ist. Die großen Player wie Google, Amazon und Apple sind alle zu uns gekommen, weil wir in Bayern dieses Lebensgefühl und Kulturgut haben.

Zur Frage vom Kollegen Zwanziger von den Grünen: Ich habe das Wort Tourismusstrategie nicht in den Mund genommen. Ich habe zwei Strategien angeregt. Einmal das Thema Schwimmbäder für die Regionen, was eine wahnsinnige Belastung für die jeweilige Kommune ist und was natürlich neben Rot-Kreuz- und Babyschwimmen und Schulschwimmen auch den Touristen in Schlechtwettersituationen bedient. Da muss man sich etwas überlegen.

Die Kollegin Wiedenmann hat mit Recht gesagt, dass es durchaus erlaubt sein muss, über eine Stabilität in der Finanzierung nachzudenken, denn die Kommunen werden dann irgendwann die freiwilligen Aufgaben zwangsweise streichen, um weniger zahlen zu müssen. Ruhpolding beispielsweise hat das Hallenbad schon abgerissen. Die Qualität der Kommunen wird dadurch schlechter. Darüber sollten wir uns wirklich Gedanken machen.

Das Zweite war das Thema Mobilitätsstrategie für diese letzte Meile on demand, die wirklich punktuell gelebt, aber von oben nicht gesteuert wird. Quasi-Anreize für die Steuerung macht die Staatsregierung schon sehr gut, mit 65 % Förderung im ersten Jahr, die dann auf 35 % zurückfällt, ist sie aber nicht flächendeckend angelegt. Das kostet den Freistaat Bayern circa 17 Millionen Euro im Jahr. Wenn er das flächendeckend für die ländlichen Räume für acht Millionen Einwohner

ungefähr anregen würde, wenn man das Geld in die Hand nehmen würde, würde das den alten Leuten, den jungen Leuten, den Touristen wirklich Nutzen bringen.

Ich glaube, ehrlich gesagt, dass das auch der Umwelt guttut, wenn viele Fahrzeuge nicht mehr benötigt werden. Im Bereich Chiemsee mit 40.000 Einwohnern und mit fünf Fahrzeugen, die für on demand bereitstehen, sparen wir uns 500 bis 600 Fahrzeuge. Das sind drei Fußballfelder voll Fahrzeuge, die nicht mehr gebraucht werden. Ich glaube, diese Strategie bedarf einfach mal der politischen Willensbildung, das flächendeckend auf den Weg zu bringen.

Was Herr Holz noch mal richtig gesagt hat: Bei diesen 103 Millionen Übernachtungen sind nicht einmal die ganzen Privatvermieter, die über Airbnb quasi an Familien vermieten, mitgezählt. Da sind noch einmal 20 % hinzuzurechnen. Wir sind wirklich ein wahnsinniges Premiumland, und das wollen wir auch bleiben.

Deswegen wird in dieser heutigen Besprechung so deutlich, dass es gut ist, wenn wir als Gesamtheit die Vielfältigkeit und die Notwendigkeit darstellen, das weiterzudenken. Vielen Dank für die Einladung.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank, Klaus, für deinen Appell. – Jetzt kommt Frau Wiedenmann zum Abschluss.

Sve Sybille Wiedenmann (ProAllgäu GmbH & Co. KG - AllgäuTopHotels): Zum Thema Fachkräfte, Herr Groß. Ich schicke Ihnen sehr gerne zu, was wir machen. Das wäre jetzt ein Extravortrag, für den die Zeit heute nicht reicht. Wir versuchen alle, gute Arbeitgeber zu sein. Was wir vom Freistaat bräuchten, von den Kommunen, ist bezahlbarer Wohnraum. Wenn wir guten bezahlbaren Wohnraum haben, haben wir gute Leute, weil wir gute Arbeitgeber sind. Wir haben die Konkurrenz mit den Zweitwohnungsbesitzern, wir haben die Thematik mit sehr hohen Grundstückspreisen bei uns im Alpenraum. Wenn wir den Wohnraum vor Ort haben – wir würden ja bauen –, dann verringert sich automatisch die Mobilität. Wir wissen es selbst, auch auf der B19 ist ein ganz großer Anteil unser eigener Pendlerverkehr. Kein anderer. Nicht mal der Tagestourist, den wir nicht immer so wertschätzend betrachten, sondern wir sind es wirklich selbst, weil wir so enge Räume haben. Wir müssen gut hinschauen, wie wir da weiterkommen. Das ist ein ganz großer Engpass für uns.

Das Thema "vernetzt arbeiten" ist ganz wesentlich. Da gibt es viel Respekt. Die ProAllgäu GmbH hat die Geschäftsfelder aufgebaut mit Vertretern bzw. Sprechern der Allgäu GmbH sowie der Orte. Wir nehmen die Orte direkt in die Verantwortung, um gemeinsam in der Region mitzuarbeiten.

Wo ich mit Frau Möller übereinstimme: Wir brauchen vor Ort in den Subregionen regionale Führungskraftwerke. Bei diesen Aufgaben, die wir haben, muss die Landwirtschaft, muss die Bergbahn mit dabei sein, die Unternehmer, der Ort, der Einzelhandel, die Skischulen – alle gemeinsam müssen schauen, wie es geht. Und das müssten wir eigentlich als verbindliche Voraussetzung machen, bevor wir irgendeine Förderung aussprechen. Es müssen alle in die gleiche Richtung gehen.

Das gibt es teilweise, das ist im Entstehen, das ist überall anders. Aber es wäre eine ganz große Grundvoraussetzung, um hier wirklich diese Aufgaben zu lösen. Wenn man das in die Förderung mit einbauen könnte, wäre das von der Staatsregierung eine schöne Brücke, dass wir diese gemeinsamen Ziele erreichen.

Das betrifft auch die Nachhaltigkeit. Wir sind da gut auf einem Weg, Nachhaltigkeitsteams in den Betrieben aufzubauen, das wäre eine super Sache. Wenn es dafür eine Förderung gäbe, wäre das großartig.

Zu den Betrieben. Die Vereinfachung der Förderung. Ich habe noch einmal reingeschaut, was es alles gibt. Ich war in der Datenbank, und dachte mir nur: Wahnsinn! Wenn man die Betriebe meldet, muss das einfacher werden. Alles, was wir da vereinfachen können, soll einfacher gemacht werden. Wir haben so viele Mittelgeber, so viele Projekte. Wir brauchen einen Lotsen dafür; denn die Betriebe wären bereit, da einzusteigen.

Wir sind dabei, das Thema "Zirkuläres Wirtschaften" nach vorne zu bringen, ich nenne da das Stichwort "Cradle-to-cradle". Ich hoffe, ich bekomme ein Forschungsprojekt, dass wir einen Leitfaden erstellen können, wie wir es schaffen, dass wir wirklich all unsere Güter im Kreislauf halten. Es gibt in Kempten eine Ausstellung dazu, diese Cradle-to-cradle-Ausstellung war zunächst in Berlin, kam durch einen Glückstreffer nach München und jetzt nach Kempten. Wir können da auch ein paar Fachvorträge machen. Wer Interesse hat, bis zum Ende des Monats ist sie noch in Kempten. Morgen geht es darum, was die Orte machen können, nächste Woche Donnerstag, was wir auf Betriebsebene machen können. Da sehen wir ganz große Zukunftsmusik, wirklich nachhaltig zu wirtschaften, Energie einzusparen und nicht nur weniger schädlich, sondern wirklich nützlich zu sein. Hier möchte ich an das Bild vom Kirschbaum, was Prof. Braungart immer bringt, erinnern. Schon vor einigen Jahren hat er auf einer Tagung ganz wertvolle Impulse gesetzt, die von unten wieder aufgenommen worden sind. Es gibt dieses tolle Magazin. In den letzten Jahren ist da viel aufgegriffen worden. Wenn wir das weiterfördern könnten, wäre das super.

Die Transformation hin zur zirkulären Wirtschaft wäre auch für unsere Zulieferer total wertvoll. Man muss die Produktionsprozesse so ändern, dass ich, wenn ich einen Tisch bestelle, nicht mehr den Tisch kaufe, sondern die Nutzung. Nach zehn Jahren kriege ich einen neuen Tisch. Da ist ganz viel drin, was man toll fördern könnte. Thema Pflichtaufgabe, das wäre super.

Dann noch ein Wort zu der Idee, den Tagestouristen auf dem Weg mitzunehmen. Wir haben einen Vorschlag für das Allgäu unterbreitet, dass jeder Tagestourist einchecken muss. Der muss sich im Allgäu einchecken. Dann darf er auch einen Parkplatz buchen und bekommt die besten Infos, wo es heute das beste Event gibt, wo am wenigsten los ist, wo er regional einkaufen kann, und natürlich würden wir auch sagen: "Hey, wenn du noch ein bisschen Zeit hast, dann schau doch, ob du eine Nacht länger bleibst." Diesen Tagestouristen zu wandeln, ist das Ziel, denn die Daten sind das neue Gold der Zukunft. Wir möchten die Gäste mitnehmen, ihnen Service bieten und natürlich in der Konsequenz sie auch bitten, sich an den Kosten zu beteiligen.

Wir haben einen Business Case erstellt. Wir sind da noch nicht weitergekommen, aber ich denke, wir müssen in diese Richtung denken. Die digitale Welt bringt uns diese Vorteile, den Tagestouristen insgesamt mitzunehmen. Wir wollen niemanden abschrecken, aber wir wollen einfach eine Willkommenskultur und in der Konsequenz natürlich auch Geben und Nehmen, weil wir glauben, die Zeit der Geschenke ist in gewisser Weise vorbei. Die Zukunftsaufgabe geht nur, wenn sich alle daran beteiligen.

In diesem Sinne noch mal ganz herzlichen Dank, dass das heute hier so möglich war.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank, Frau Wiedenmann, für Ihre Ausführungen und auch, dass Sie diesen Zusammenhalt und das Miteinander angesprochen haben.

Jetzt wurden Frau Radomski und die BayTM mehrfach genannt. Ich wollte einfach kurz den Ausschuss fragen, weil wir die Tagesordnung erweitern müssten, wenn

die Frau Radomski jetzt noch ein paar Sätze dazu sagen würde. Wären die Ausschussmitglieder damit einverstanden, dass wir das noch machen? – Ich bitte um Handzeichen, wer dafür ist. – Das sind alle Ausschussmitglieder.

Dann würde ich Ihnen noch das Wort geben, weil Sie jetzt doch von mehreren Sachverständigen genannt worden sind, damit Sie noch ein paar Sätze dazu ergänzen.

Barbara Radomski (Geschäftsführerin BayTM): Vielen Dank, Frau Vorsitzende, dass Sie mir das Wort erteilen. Ich verspreche auch, dass ich es ganz kurzhalte. Ich halte Sie jetzt nicht von der Mittagspause ab, sofern es eine geben sollte.

Herr Friesinger, Sie haben angesprochen, wie man noch mehr Urlauber nach Bayern bringen könnte. – Wir haben insgesamt in Bayern einen Anteil von über 80 % an Deutschlandreisenden, also nur 20 % an ausländischen Touristen. Wenn wir sogar den Dachraum einbeziehen, sind es fast 90 %. Bayern reisen am liebsten in Bayern. Also der größte Marktanteil in Bayern sind die Bayern selber. Es funktioniert also eigentlich ganz gut. Wir sind uns dessen auch bewusst und haben auch die Marketingaktivitäten im Freistaat selbst, die wir dann bedienen.

Ich hätte nur noch einen Punkt, den ich dem Gremium gerne mitgeben würde, weil ich heute mehrfach diese Summe von 103 Millionen Euro gehört habe. Meine Bitte wäre: Lassen Sie sich vom Gesamtwachstum nicht blenden. Wenn man mal tiefer in die Zahlen reingeht, dann sehen wir eine sehr abgekoppelte Entwicklung. Wir haben einen extremen Zuwachs bei den Städten, wir haben aber eine auch wirklich schwierige Situation im ländlichen Raum. Wir haben uns das angeschaut: Wir haben 39 Landkreise und kreisfreie Städte, die über starke Rückgänge klagen. Davon betroffen sind viele Teile Ostbayerns und Frankens. Das hat viele Ursachen, das hat mit den Migrationszuströmen zu tun, dass wirklich leerstehende Gebäude umgewandelt werden, aber das hat auch mit dem Fachkräftemangel zu tun. Die Hintergründe sind ganz vielfältig. Deswegen meine Bitte: Schauen Sie darauf. Die Herausforderung wird sein, den ländlichen Raum zu transformieren. Das werden noch große Herausforderungen für uns werden, auf die wir wirklich genauer hinschauen müssen. Insgesamt steht Bayern gut da, aber nicht alle profitieren von dem Boom. Das wäre einfach noch mal die Bitte: Lassen Sie sich nicht blenden! Schauen Sie hin.

Vorsitzende Petra Högl (CSU): Vielen Dank für die Ausführungen, Frau Radomski. Ich glaube das war sehr gut, weil Sie ja doch mehrmals angesprochen worden sind und auch der Hinweis, dass wir gerade auch auf die kleineren Gastgeber einen Blick haben müssen.

Bayern ist ein Tourismusland. Ich würde sagen, das Tourismusland Nummer 1. Wir haben heute sehr tolle Experten zu Gast gehabt. Wir haben draußen sehr viele tolle Gastgeber, wir haben, wie ich schon gesagt habe, sehr tolle Verbände, und wir haben aber auch tolle Experten, auch seitens der Wissenschaft. Das ist uns sehr wichtig.

Ich habe auch schon vernommen, was Sie angesprochen haben. Lassen Sie uns jetzt gemeinsam daran arbeiten, dass Bayern weiterhin touristisch so gut dasteht – natürlich mit den Herausforderungen, die wir zu bewältigen haben, sei es Klimawandel, sei es Fachkräftemangel usw. Aber ich glaube, zusammen können wir da viel bewegen.

Ich bedanke mich noch mal ganz herzlich für Ihre Expertise und auch für die Fragen der Abgeordneten. Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Nachmittag, und bitte bedienen Sie sich noch beim Essen. Danke schön.

Somit wäre auch unsere Ausschusssitzung offiziell beendet.

(Schluss: 12:25 Uhr)



Günter Reimann

- **Destinationsmanager Bayerischer Wald** beim Tourismusverband Ostbayern e.V.
- **Diplom-Geograf** (univ.) mit Schwerpunkt Freizeit, Tourismus und Umwelt
- **City- und Regionalmanager (ICR)**
- Seit über 30 Jahren im **kommunalen Marketing** tätig:
Stadtmarketing Abensberg, Dachau und Straubing,
Regionales Marketing Günzburg und Bayerischer Wald



Ostbayern

5 Destinationen mit 16,6 Mio Übernachtungen



Urlaubsformen Schwerpunkte

- Erholungsurlaub
- Familienurlaub
- Gesundheitsurlaub
- Aktivurlaub
- Natururlaub
- Winterurlaub
- Landurlaub
- Kulturtourismus

Quelle: Statistisches Landesamt Bayern 2024 und 2023



Kuratorium für den Bayerischen Tourismus c/o Tourismus Oberbayern München e.V. | Prinzregentenstr. 89 | 81675 München

Bayerischer Landtag
**Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft,
Forsten und Tourismus**
Maximilianeum
81627 München

Per E-Mail: buero.landwirtschaftsausschuss@bayern.landtag.de

28.02.2025

Schriftliche Stellungnahme:

**Anhörung zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern
(Drs. 19/3996)**

Sehr geehrte Frau stellvertretende Ausschussvorsitzende Högl,

vielen Dank für die Einladung zur Anhörung zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern am 12.03.2025 (Drs. 19/3996).

Stellvertretend für das Kuratorium für Bayerischen Tourismus, welches sich aus den vier regionalen Tourismusverbänden, dem Tourismusverband Franken e.V., dem Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V., dem Tourismusverband Ostbayern e.V. und dem Tourismus Oberbayern München e.V. zusammensetzt, darf ich zu den aufgeführten Fragen wie folgt Stellung nehmen:

Welche Auswirkungen haben spezifische klimatische Veränderungen, wie z.B. Temperaturanstiege oder vermehrte Extremwetterereignisse, bereits heute auf die verschiedenen Tourismusregionen und -formen in Bayern und welche Auswirkungen werden in Zukunft erwartet?

Grundsätzlich gilt es festzustellen, dass der Tourismus in Bayern sehr von der Natur und den regionalen Landschaftsbildern abhängig ist. Klimatische Veränderungen führen im Winter zu weniger Schnee- und Frosttagen, wovon vor allem die Alpenregion betroffen ist, und ganzjährig zu wärmeren Temperaturen. Auch anhaltende Trockenheit oder Dürre im Norden Bayerns können die Landschaftsbilder, zum Beispiel durch vorzeitigen Laubabwurf, beeinträchtigen. Hiervon ist auch der Weinanbau in Franken stark betroffen.



Vor allem nicht absehbare Extremwetterereignisse können für den Tourismus in Bayern Auswirkungen haben, zum Beispiel durch Zerstörung der Infrastruktur (wie von Wander- und Radwegen 2023 in Oberbayern/Lkr. Rosenheim), durch Mückenplagen oder Algenproblematiken an den bayerischen Seen. Damit einher gehen beispielsweise auch Badeverbote (Beispiel Altmühlsee/Lkr. Weißenburg-Gunzenhausen. Dies führt zu Verunsicherung bei den Gästen, welche sich fragen, ob sie noch in ihre Urlaubsdestination reisen können.

Welchen Herausforderungen ist sie touristische Infrastruktur aufgrund von Klimawandel und Extremwetterereignissen bereits heute ausgesetzt und welche werden in Zukunft erwartet (z.B. Gewässer, Wanderwege, Campingplätze, Bergbahnen)?

Neben den bereits genannten Punkten können Extremwetterereignisse und Klimawandel beträchtliche Auswirkungen auf die touristische Infrastruktur haben, beispielsweise durch die Sperrung von betretbaren Rad- und Wanderwegen und einer damit einhergehenden Reduktion des touristischen Angebots. Auch die Wasserwege können davon betroffen sein, da die Befahrbarkeit von Flüssen durch niedrige Pegelstände gefährdet ist, was vor allem für die Ausflugsschiffahrt und Flusskreuzfahrten relevant ist, beispielsweise am Donaudurchdurch. Extremwetterereignisse wie Starkregen, Hitzewellen und Trockenheit werden weiterhin zu einer Nachfrage bzw. einem Bedarf nach wetterunabhängigen touristischen Angeboten führen. Im Wintertourismus gehört die zunehmende Schneedeckenvariabilität mit zu den größten Herausforderungen, wovon auch die örtliche Lawinengefahr abhängig ist.

Wie beeinflussen der Klimawandel und dessen Auswirkungen die Nachfrage nach touristischen Angeboten in Bayern bereits heute und welche Änderungen der Nachfrage werden für die Zukunft erwartet?

Vor allem der Wintertourismus wird mittel- und langfristig volatiler werden. Gäste, die eine weiße Landschaft erwarten, weichen – selbst, wenn sie keinen Skisport betreiben – auf andere „schneesicherere Destinationen“ aus.

Hitzeperioden in den Städten fördern die Nachfrage nach Erholung in den Bergen und an Seen: Natur- und Aktivurlaube mit Aktivitäten wie Radfahren, Wassersport und Wandern erfahren eine steigende Beliebtheit. Durch Hitzeperioden im Hochsommer werden Frühjahr und Herbst für Outdooraktivitäten noch attraktiver werden, sodass sich die Saisonzeiten verschieben bzw. überschneiden und der Ganzjahrestourismus an Bedeutung gewinnt.

Wichtig wird zukünftig vor allem angesichts von Extremwetterereignissen auch eine



passgenaue und transparente Kommunikation sein, die darüber berichtet, welche Gebiete von Unwettern akut betroffen sind oder nicht, bzw. welche Wege zugänglich oder gesperrt sind, denn regionale Wetterwarnungen können geographisch oft nicht verortet werden, sodass sich lokale Zugangsbeschränkungen überregional auswirken. Daraus ergeben sich auch rechtliche Fragen, zum Beispiel bezüglich der Stornierung von Reservierungen.

Zusammengefasst machen Extremwetterereignisse eine langfristige Reiseplanung schwieriger, sodass die Buchungsvorläufe immer kürzer werden und Spontanbuchungen sowie Flexibilität zunehmen.

Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um das Bewusstsein in der Tourismusbranche und bei Gästen selbst für die Auswirkungen des Klimawandels zu schärfen?

Die Regionalverbände befassen sich bereits seit geraumer Zeit mit der Sensibilisierung für Fragen des Klimawandels und -schutzes in der Tourismusbranche, zum Beispiel mit Fachforen und analogen wie digitalen Hinweisen oder einer attraktiveren Gestaltung von klimafreundlichen Angeboten.

Das Thema Nachhaltigkeit wird in der Arbeit der Regionalverbände, genauso wie in der Zusammenarbeit mit den Mitgliedern intrinsisch mitgedacht. So hat der TOM e.V. bereits 2019 einen eigenen Nachhaltigkeitskompass entwickelt. Auch die Nachhaltigkeitsmatrix der Bayern Tourismus Marketing GmbH aus dem Jahr 2023 ist ein wichtiges Instrument für die Branche. So wurden in Franken die 16 Tourismusgebiete im Rahmen von Nachhaltigkeitsworkshops mit der Matrix vertraut gemacht.

Zudem ist festzustellen, dass die allermeisten Menschen bereits ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Auswirkungen des Klimawandel haben, sei es durch eigene Erfahrung oder öffentliche Berichterstattung.

Welche Best-Practice-Initiativen zur Sensibilisierung der Gäste für umweltbewusstes Verhalten und nachhaltigen Konsum gibt es bereits in den Regionen und in welcher Form findet darüber ein Austausch statt?

Grundsätzlich ist der Bayerische Tourismus geprägt von einem qualitativ sehr hochwertigen Angebot: Qualität statt Quantität ist die Devise und Grundlage für umweltfreundliches und nachhaltiges Handeln, sowohl von Gäste-, als auch Touristikerseite.

Auf regionaler Ebene gibt es dazu zahlreiche Initiativen: Die Allgäu GmbH hat beispielsweise Ende 2024 das LEADER-Projekt „Nachhaltigkeit im Lebensraum Allgäu erleben“



abgeschlossen, mit dem Ziel Nachhaltigkeit als Querschnittsthema und als Handlungsprinzip in der Region bei Partnern und der Allgäu GmbH fest zu verankern. Darüber hinaus gibt es jährlich eine Woche der Nachhaltigkeit sowie Allgäu Clean Up Days. Außerdem gehören Allgäu und Oberstdorf beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen aktuell zu den Finalisten.

Oberbayern hat neben der Entwicklung des Nachhaltigkeitskompass 2019 zudem eine Fair-Bike-Kampagne ins Leben gerufen, mit dem Ziel für einen freundlichen, respektvollen und nachhaltigen Umgang in und mit der Natur zu werben und zu sensibilisieren, welche 2022 unter dem Motto „Natur erleben Mitnand“ erweitert wurde. Mit der ÖPNV-Kampagne GeHeimatOrte in Kooperation mit der BEG, sollen ÖPNV und Besucherlenkung verknüpft werden.

Auch Ostbayern und Franken binden unter dem Überbegriff „Nachhaltig Reisen“ bzw. „Nachhaltiger Urlaub“ verschiedenste Aspekte der Nachhaltigkeit im Tourismus (Mobilität, nachhaltige Produkte, Naturparks) in die regionalen Angebote mit ein. Die Initiative „Respektvoll“ des Tourismusverbands Ostbayern wirbt so zum Beispiel aktiv für ein rücksichtsvolles Miteinander in der Natur.

Austauschformate dazu finden sowohl regional als auch überregional kontinuierlich statt.

Weitergehende Informationen zu den zahlreichen Projekten findet man unter folgenden Links:

Oberbayern:

<https://www.oberbayern.de/erleben/nachhaltiger-urlaub/>

<https://top.oberbayern.de/wissen/echt-wissenswert/nachhaltigkeitskompass/>

Franken:

<https://www.frankentourismus.de/nachhaltiger-urlaub/>

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/weiterbildung/wissenswertes-fuer-die-tourismusbearbeitung/zukunftsfahiger-tourismus-fuer-franken/>

Ostbayern:

<https://www.ostbayern-tourismus.de/planen-buchen/nachhaltig-reisen>

<https://partner.ostbayern-tourismus.de/inhalte/wissensplattform/nachhaltigkeit/>

Allgäu/Bayerisch-Schwaben:

<https://b2b.allgaeu.de/tourismus/aktuelle-projekte/nachhaltigkeit-lebensraum>



Welche Umweltschutzmaßnahmen in stark frequentierten Gebieten sind notwendig, um die Natur trotz erhöhter Belastung durch steigenden Tourismus zu schützen?

Eines der wichtigsten Instrumente im Tourismus zum Schutz der Umwelt ist die Besucherlenkung. Dazu gehört nicht nur Information und Kommunikation, sondern auch klare Vorgaben bzw. Kosten (z.B. Parkgebühren). Ranger sind vor Ort wichtige Ansprechpartner und Akteure, welche wesentlich zur Kommunikation mit dem Gästen beitragen können, jedoch ist dies nicht flächendeckend möglich. Wenn notwendig, sollten auch Sperrungen oder Verbote ausgesprochen werden.

Welche wirtschaftlichen Chancen ergeben sich für den Tourismus in Bayern durch den Klimawandel?

Durch veränderte klimatische Bedingungen ist eine Verlagerung von Reisesströmen des Sommertourismus aus dem europäischen Süden (Mittelmeerregion) in nördlichere, weniger heiße Regionen, wie zum Beispiel Mitteleuropa und damit auch Bayern möglich.

Durch eine Verlängerung der Sommersaison in Frühjahr und Herbst können Besucherströme entzerrt werden und die „Sommerfrische“ wird wieder relevanter werden. Es wird eine stärkere Konzentration auf Ganzjahresangebote erfolgen, z.B. Nutzung der Mittelgebirge sowohl als Sommer- als auch als Winterdestination.

Wird im Gegenzug auch mit wirtschaftlichen Einbußen für den Tourismus durch die Klimakrise gerechnet und welche Maßnahmen wären notwendig, um diese zu kompensieren?

Zum einen ist aufgrund von Extremwetterereignissen mit wirtschaftlichen Einbußen und Schäden zu rechnen. Zum anderen ist im klassischen Wintertourismus, der sehr wertschöpfungsintensiv ist, in den nächsten Jahren mit Einbußen in der Fläche zu rechnen. (Das Verhältnis der Wertschöpfung Skigast - Wandergast ist 7:1).

Auch das Ausbleiben von Badegästen aufgrund einer zu hohen Algenkonzentration kann zu finanziellen Verlusten führen, genauso wie das Ausbleiben von Gästen in den Städten während heißer Sommermonate.

Welche langfristigen Strategien und Pläne müssen seitens der Staatsregierung entwickelt werden, um den Tourismus an die Klimawandelfolgen anzupassen?

Insgesamt muss die Förderung des Ganzjahrestourismus in der künftigen Strategie der Bayerischen Staatsregierung im Mittelpunkt stehen: Nur vier Prozent aller Reiseziele weltweit



haben einen Ganzjahrestourismus. Dies zu erhalten, muss oberstes Ziel der Staatsregierung sein und entsprechend gefördert werden.

Im Wintertourismus sollte in Lagen, wo dies möglich ist, ein Kernangebot Schneesport gesichert werden. Dazu ergänzend sollten auch schneeeunabhängige Angebote gefördert werden.

Welche Unterstützungsmaßnahmen seitens der Staatsregierung wären notwendig, um den Ausbau von klimaschonendem Tourismus in Bayern zu unterstützen und zu fördern?

Konkret wären die Schaffung eines flächendeckenden öffentlichen Verkehrssystems bzw. Mobilitätsangebotes insbesondere im ländlichen Raum notwendig, um nachhaltige und umweltschonende Mobilität zu gewährleisten.

Auch die Förderung der Stadtentwicklung in Richtung eines Umbaus zu Schwammstädten wird langfristig notwendig sein, insbesondere mit mehr Stadtbegrünung sowie der Errichtung von frei zugänglichen Trinkbrunnen.

Positive Effekte zeigt bereits die Seilbahnförderung, wodurch vielerorts erst eine umweltschonende und energiesparende Modernisierung der Seilbahnen möglich gemacht wurde (z.B. durch Eigenstromerzeugung oder Ökostrom). Diese sollte aus Sicht der Verbände weiter im gleichen Umfang beibehalten werden, zumal ein wichtiges Förderkriterium auch der Ganzjahrestourismus ist.

Wie beeinflusst die Klimakrise bereits heute die Wintersportbranche, insbesondere Skigebiete und andere winterbasierte Angebote?

Die Planbarkeit des Wintertourismus nimmt weiter ab. Weniger Schneetage machen die Wirtschaftlichkeit in vielen Gebieten schwieriger. Technische Beschneigung ist Voraussetzung für den Skibetrieb. Zudem konzentriert sich das Angebot in schneearmen Zeiten auf wenige Wintersportzentren. Daraus resultieren Kapazitätsprobleme, vor allem im Verkehrsbereich.

Welche Anpassungen werden von Unternehmen, die stark vom Wintertourismus abhängig sind, bereits getroffen, um auf kürzere oder unzuverlässigere Wintersaisons zu reagieren?

Je nach Schneelage erfolgt bereits bei vielen Seilbahnen ein flexibles Umschalten vom Winter- auf den Sommerbetrieb. Zudem schaffen die Regionen attraktive Angebote und Reiseanlässe, welche mit und ohne Schnee funktionieren, beispielsweise im Bereich



Gesundheit, Kultur, Wandern oder Entspannung.

Die Widerstandsfähigkeit von Schneetourismusdestinationen und -gemeinden gegenüber dem Klimawandel zu stärken, ist zum Beispiel auch das Ziel des Interreg-Projektes „BeyondSnow“, an welchem die Pilotregion Großer Arber sowie die Gemeinde Balderschwang als zwei von zehn Pilotregionen seit 2022 teilgenommen haben. So wurde in der Region Großer Arber infolge der Studie gezielt Content produziert, mit dem Ziel die Region als attraktive Winterurlaubsregion zu präsentieren, auch wenn keine gute Schneelage vorherrscht. Die Ergebnisse der Gesamtstudie werden im Herbst 2025 fertiggestellt werden. Ein Positivbeispiel ist auch die Region rund um den Ochsenkopf im Fichtelgebirge, wo bereits seit längerem alternative Angebote zum klassischen Wintersport vorgehalten werden.

Wintersportbashing in Bayern kann dazu führen, dass die Destinationen in Bayern die Wintersportinfrastruktur abbauen und ihre Gäste ins benachbarte Österreich schicken: Die Gäste übernachten dann in Bayern und fahren täglich in die österreichischen Skigebiete (siehe Schleching – Wilder Kaiser). Ob dies positiv für die Ökobilanz ist, bleibt fraglich.

Welche weiteren Maßnahmen sind notwendig, um den Tourismusstandort Bayern klimaresilient zu machen?

Grundsätzlich wäre eine aktuelle tourismuspolitische Strategie der Staatsregierung wünschenswert, in welcher Klimawandel und -schutz sowie Nachhaltigkeit im Tourismus intrinsisch mitgedacht werden.

Zudem befürworten die Tourismus-Regionalverbände die Schaffung eines Ideenpool, in dem die besten Ideen zur sanften Umgestaltung von vom Wintersport geprägten Standorten zu Ganzjahresdestinationen gesammelt werden.

Ich hoffe, mit diesen Informationen aus den Verbänden weiterhelfen zu können und stehe für einen weiteren Austausch gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Klaus Stöttner, MdL a.D.

Präsident TOM e.V.

stellvertretend für das Kuratorium für den Bayerischen Tourismus

Fragenkatalog:

I. Welche Auswirkungen haben spezifische klimatische Veränderungen, wie z. B. Temperaturanstiege oder vermehrte Extremwetterereignisse, bereits heute auf die verschiedenen Tourismusregionen und -formen in Bayern und welche Auswirkungen werden in Zukunft erwartet?

-X-

II. Welchen Herausforderungen ist die touristische Infrastruktur aufgrund von Klimawandel und Extremwetterereignissen bereits heute ausgesetzt und welche werden in Zukunft erwartet (z. B. Gewässer, Wanderwege, Campingplätze, Bergbahnen)?

-X-

III. Wie beeinflussen der Klimawandel und dessen Auswirkungen die Nachfrage nach touristischen Angeboten in Bayern bereits heute und welche Änderungen der Nachfrage werden für die Zukunft erwartet?

-X-

IV. Welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um das Bewusstsein in der Tourismusbranche und bei Gästen selbst für die Auswirkungen des Klimawandels zu schärfen?

-X-

V. Welche Best-Practice-Initiativen zur Sensibilisierung der Gäste für umweltbewusstes Verhalten und nachhaltigen Konsum gibt es bereits in den Regionen und in welcher Form findet darüber ein Austausch statt?

-X-

VI. Welche Umweltschutzmaßnahmen in stark frequentierten Gebieten sind notwendig, um die Natur trotz erhöhter Belastung durch steigenden Tourismus zu schützen?

Bayerns Bergbahnen leisten einen wichtigen Beitrag zur Kanalisierung der Besucherströme am Berg. Eine intensive touristische Nutzung und in Folge Wertschöpfung für die Region findet damit konzentriert und in gelenkten Bahnen statt. Im Tal reduzieren Verkehrsleit- und Informationssystem unnötigen Suchverkehr. Am Berg werden Besucherströme über Pisten,

Trails und Wanderrouten gelenkt. Infotafeln, Mitarbeiter und z.B. digitale Angebote klären über Ruheschutzzone und Naturschutzgebiete auf.

VII. Welche wirtschaftlichen Chancen ergeben sich für den Tourismus in Bayern durch den Klimawandel?

Steigende Temperaturen und Hitzewellen werden das Reiseverhalten in den Sommermonaten mittelfristig prägen und verändern. So leiden klassische Sommerziele wie das Mittelmeer drastisch unter den folgenden des Klimawandels. Wie schon vor knapp 100 Jahren bei der Entwicklung der ersten Bergbahnen in Bayern wird daher mittel- und langfristig das Thema „Sommerfrische“ eine neue Bedeutung gewinnen mit entsprechenden Chancen für den heimischen Tourismus. Kürzere Winter ermöglichen es gleichzeitig, das Sommerangebot und die Saison auszudehnen. Frühjahr und Herbst werden an Attraktivität weiter dazugewinnen. Gleichzeitig bleibt im Kernwinter der Skisport die wesentlichen Einkommensquelle für Bayerns alpine Tourismusdestinationen. Effiziente und klimaneutral betriebene Beschneiungsanlagen sichern hier das touristische Kernangebot.

VIII. Wird im Gegenzug auch mit wirtschaftlichen Einbußen für den Tourismus durch die Klimakrise gerechnet, und welche Maßnahmen wären notwendig, um diese zu kompensieren?

Bayerns Bergbahnen sind überwiegend Ganzjahresanbieter oder planen bereits ganzjährige Angebote in der jeweiligen Destination. Die Unternehmen warten mit einem breiten Spektrum an Freizeitangeboten und Alternativen auf und passen sich damit den Veränderungen bereits erfolgreich an. Ziel ist eine Risikominimierung durch eine Diversifizierung des Angebots. Hierzu gehört auch ein schnellerer Wechsel zwischen „on- und off-Snow“-Angeboten in den Übergangsphasen. Gleichzeitig müssen effiziente und klimaneutral betriebene Beschneiungsanlagen das touristische Kernangebot im Winter sichern, denn der Skisport bleibt auch künftig die wesentliche Einkommensquelle im Winterhalbjahr.

IX. Welche langfristigen Strategien und Pläne müssen seitens der Staatsregierung entwickelt werden, um den Tourismus an die Klimawandelfolgen anzupassen?

-x-

X. Welche Unterstützungsmaßnahmen seitens der Staatsregierung wären notwendig, um den Ausbau von klimaschonendem Tourismus in Bayern zu unterstützen und zu fördern?

Die bayerische Staatsregierung kann die Betreiber von touristischen Infrastrukturen bei der Transformation unterstützen, indem sie die qualitative Verbesserung und Erneuerung der Infrastrukturen wie Bergbahnen weiterhin fördert. Die bayerische Seilbahnförderung ist hier exemplarisch für erfolgreiche Wirtschaftsförderung mit einem großen Hebel für die Wertschöpfung im ländlichen Raum zu nennen. Gleichzeitig müssen Betreiber in die Digitalisierung, die Klimaneutralität, die Effizienz und die Diversifizierung ihres Produktangebotes investieren. Dazu gehören auch erhebliche Investitionen in Alt- und Bestandsanlagen. Hier sehen wir einen Ansatz für effektive Förderungen mit einem großen Hebel für die regionale Wertschöpfung und die zügige Anpassung an die Klimawandelfolgen.

XI. Wie beeinflusst die Klimakrise bereits heute die Wintersportbranche, insbesondere Skigebiete und andere winterbasierte Angebote?

Der Wintersport ist Leidtragender der Klimakrise, denn die betroffenen Unternehmen wie auch die Gäste spüren die Auswirkungen unmittelbar. In Folge wechseln sich Phasen mit hoher Nachfrage und schwache Perioden unmittelbar ab. Die Begeisterung für den Wintersport ist derweil unverändert hoch. Dies zeigen u.a. auch die Daten der laufenden Wintersaison 2024/25. Wintersport ist Tradition in Bayern und hat einen hohen gesellschaftlichen Wert. Das Schneeerlebnis, die kalte Luft um die Nase spüren und Spaß auf der Piste sind und bleiben Balsam für die Seele. Die Sehnsucht danach ist ungebrochen und gewinnt in Zeiten der Klimakrise noch an Wert hinzu. Wintersport daheim in Bayern ist nachhaltig und mit gutem Gewissen möglich. Bayerns Bergbahnen setzen aber nicht nur auf Skifahren, sondern bieten ganzjährige breit gefächerte Erlebnisse. Der Winter ist von zentraler wirtschaftlicher Bedeutung, aber das Risiko wird breit gefächert.

XII. Welche Anpassungen werden von Unternehmen, die stark vom Wintertourismus abhängig sind, bereits getroffen, um auf kürzere oder unzuverlässigere Wintersaisons zu reagieren?

Bayerns Bergbahnen sind überwiegend Ganzjahresanbieter oder planen bereits ganzjährige Angebote in der jeweiligen Destination. Ziel ist eine Risikominimierung durch eine Diversifizierung des Angebots. Hierzu gehört auch ein schnellerer Wechsel zwischen „on- und off-Snow“-Angeboten in den Übergangsphasen. Gleichzeitig müssen effiziente und klimaneutral betriebene Beschneiungsanlagen das touristische Kernangebot im Winter sichern, denn der Skisport bleibt auch künftig die wesentliche Einkommensquelle im Winterhalbjahr.

XIII. Welche weiteren Maßnahme sind notwendig, um den Tourismusstandort Bayern klimaresilient zu machen?

-x-