

KONZEPTPAPIER

GRÜNE TOURISMUSPOLITIK FÜR BAYERN

naturverträglich - regional - gastfreundlich

GRÜNE TOURISMUSPOLITIK FÜR BAYERN

NATURVERTRÄGLICH - REGIONAL - GASTFREUNDLICH

Der Ursprung des Wortes „Tourismus“ stammt aus dem Französischen „le tour“ und bedeutet „Reisen, Rundgang oder Spaziergang“. Früher war das Reisen der Menschen meist zweckbedingt. Der Begriff Urlaub und ein Recht darauf entstanden in Europa erst Anfang des 20. Jahrhunderts. Somit änderte sich auch die Bedeutung der Reise für die Menschen. Der Tourismus beschäftigt sich also mit allen Reisenden. Das Reisen selbst wurde der Zweck, eine Ortsveränderung, eine Erweiterung des Horizonts oder einfach ein neues Erlebnis, ein dem Alltag entkommen. Die Erholung durch Reisen tritt somit in den Vordergrund. Diese Erholung und deren Bedeutung für jeden Einzelnen von uns, spiegeln sich in der Vielfalt der inzwischen vorhandenen Reisemöglichkeiten wieder. Von den Naherholungsgebieten für diejenigen, die nicht weit reisen können oder wollen bis hin zu den Fernreisen, vom Erleben der Natur in all ihren Facetten und vom Kulturausflug oder Urlaub bis hin zu den heutzutage beliebten Gesundheitsreisen, ist der Tourismus inzwischen für viele Länder auch einer der wichtigsten Branchen der regionalen, wie auch nationalen Wirtschaft geworden.

In unserem Papier wollen wir den Ist-Zustand analysieren, die Herausforderungen im bayerischen Tourismus aufzeigen und unser Konzept eines „Grünen Tourismus“ vorstellen.

Dieses Papier ist keine Empfehlung für einzelne Urlaubsformen wie den Rad-, Wander- oder Campingtourismus. Diese Fokussierung muss vielmehr entsprechend der vorhandenen regionalen Potenziale getroffen werden. In einigen Regionen liegt das touristische Potenzial beim Wandern, in anderen wiederum beim Radfahren, Wassersport oder Reiten, bei Gesundheitsreisen, dem kulturellen Angebot oder dem Geschäftstourismus. Es geht deshalb darum, Rahmenbedingungen zu gestalten und zu koordinieren, beispielsweise in der Vermarktung, Infrastrukturplanung, Finanzierung und Gewerbeförderung.

”

Wir wollen uns wieder auf die Bedeutung des Tourismus für die Menschen besinnen

Ziel für die Zukunft muss sein, die Wertschöpfung im Tourismus deutlich zu erhöhen, indem wir versuchen, die Verweildauer der Gäste zu steigern, das gastronomische Angebot zu verbessern und die Qualität der Unterbringung deutlich zu erhöhen.

Wir wollen uns wieder auf die Bedeutung des Tourismus für die Menschen besinnen, sowohl kulturell als auch gesundheits- und gesellschaftspolitisch.

Die meisten Menschen wollen im Urlaub Erholung, schöne Landschaften und unberührte Natur. Das zeigt, dass der Tourismus wie kaum ein anderer Bereich auf eine intakte Umwelt angewiesen ist.

Dabei soll die Nachhaltigkeit im Vordergrund stehen, die Schaffung einer Balance zwischen Erholung, vielfältigen regionalen Angeboten unter besonderer Berücksichtigung der vorhandenen Potenziale.

Die Regionalität sollte in allen Bereichen gefördert werden, von regionalen Produkten über Spezialitäten sowie auch kulturellen Programmen. In den meisten bayerischen Regionen sollte man den Schwerpunkt auf einen ressourcenorientierten und sanften Tourismus setzen, der die Bedürfnisse von Gästen, der einheimischen Bevölkerung und der Natur miteinander in Einklang bringt. Nur so werden alle sowohl wirtschaftlich als auch qualitativ, nachhaltig davon profitieren können.



Nachhaltiger Tourismus ist langfristig ausgelegt

Warum Tourismusförderung? Wenn wir unsere Wirtschaft hin zu einer nachhaltigen und regionalen umbauen wollen, müssen wir auch den Tourismus als

bedeutenden Wirtschaftsbereich mit einbeziehen. Denn die positiven Impulse des Tourismus strahlen auch in andere regionale und lokale Wirtschaftsbereiche wie Handel, Handwerk oder Landwirtschaft aus.

Nachhaltiger Tourismus ist langfristig ausgelegt und versteht sich als ethisch, sozial gerecht und umwelt- und naturverträglich. Gleichzeitig sollte eine nachhaltige Tourismusedwicklung ökonomisch einträglich sein, darüber hinaus Arbeitsplätze schaffen, um somit die lokale Wirtschaft und Entwicklung zu sichern.

TOURISMUS IN BAYERN – IST-ZUSTAND

Bayern ist immer noch Tourismusland Nummer 1 in Deutschland, mit 35,4 Millionen Gästeankünfte und 90 Millionen Gästeübernachtungen 2016 (das entspricht einer Steigerung von 3,5 Prozent bei den Ankünften und 3,1 Prozent bei den Übernachtungen gegenüber 2015). 20 Prozent aller Übernachtungen in Deutschland finden in Bayern statt.

Der Bayerntourismus hat zwei große Standbeine: das sind der Städtetourismus (allein in Oberbayern macht dies die Hälfte aller Übernachtungen aus) und einige ländlichen und alpine Regionen, die von ihrer Naturbelassenheit oder von besonderen Tourismusformen wie dem Gesundheitstourismus geprägt sind.

Der Tourismus stellt einen großen Wirtschaftsfaktor dar. Über 31 Mrd. Euro haben Übernachtungsgäste 2015 in Bayern ausgegeben. Mehr als eine halbe Million Menschen leben vom Tourismus. Bei den Tagesreisenden in Bayern lagen die Ausgaben bei durchschnittlich 29 Euro pro Kopf, davon 8,70 Euro für die Gastronomie und 11,30 Euro für den Einkauf sonstiger Waren. Insgesamt gaben die Tagesreisenden in Bayern 2013 ca. 13 Mrd. Euro aus, in Deutschland waren es knapp 79 Mrd. Euro.

Tagestourismus

Als Tagestourismus wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes verstanden mit dem keine Übernachtung verbunden ist, aber nicht die Fahrt zur Arbeit oder Schule, Einkäufe des täglichen Bedarfs sowie Besuche von Vereinen, Ärzten oder Behörden. Der Tagestourismus unterteilt sich in Ausflugsverkehr und Geschäftsreisen. Die amtliche Statistik liefert keine Zahlen zum Tagestourismus, so dass diese nur durch Befragungen vor Ort erhoben werden können. Alle Studien wurden bis jetzt ausnahmslos vom dwif e.V. (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) durchgeführt und beruhen auf Hochrechnungen und Gewichtungen aus Befragungen.

Die Tagesreiseintensität (Anteil der über 14-Jährigen, die mindestens eine Reise pro Jahr unternommen hat) betrug 2013 deutschlandweit 83,7 Prozent. In Bayern lag sie bei 85 Prozent. Sie wird beeinflusst von der Größe des Haushalts (je größer je mehr gereist), je älter desto geringer ist die Teilnahme, mit Bildungsgrad und Einkommen nimmt die Intensität zu. Berufstätige und Männer unternehmen häufiger eine Tagesreise als nicht Berufstätige und Frauen. Durchschnittlich unternahm 2013 jede/jeder Deutsche 37,7 Tagesreisen pro Jahr, das sind fast 3 Mrd. Reisen pro Jahr, davon etwa 15 Prozent in Bayern. 80 Prozent aller Tagesreisen der Bayerinnen und Bayern finden innerhalb des Bundeslandes statt.

Grundsätzlich verteilen sich die Tagesreisen relativ gleichmäßig über das Jahr, allerdings mit einer deutlichen Konzentration der Tagesausflüge am Wochenende (jeweils ca. 25 Prozent am Samstag und am Sonntag). Das mit Abstand bedeutende Verkehrsmittel bei Tagesreisen ist der PKW mit 78 Prozent gefolgt von Bahn und ÖPNV mit 14,5 Prozent.

Exkurs: Winterurlaub

Den deutschen Reisenden (80 Prozent aller TouristInnen in Bayern) ist im Urlaub mit 59 Prozent der Aufenthalt in der Natur am Wichtigsten, gefolgt von 55 Prozent Besichtigung von Sehenswürdigkeiten. Sogar Wasseraktivitäten liegen bei 15 Prozent, während der Wintersport bei den Urlauberinnen und Urlaubern mit nur 5 Prozent 2015 noch mal um 3 Prozentpunkte gegenüber 2013 zurückfällt.

Insgesamt sind die Übernachtungen im Winterhalbjahr in den Tourismusgemeinden mit Ski-gebieten in Bayern seit 2005 um 7 % zurückgegangen, während sie in Gesamtbayern um 11 % gestiegen sind.

Es müssen Alternativen zum klassischen Wintertourismus entwickelt werden. Damit kann man aber nicht, wie die Bayerische Staatsregierung glaubt, warten bis die aktuell aus staatlichen Förderprogrammen geförderte Aufrüstung mit neuen Liften und Beschneiungsanlagen in 20-30 Jahren abgeschlossen ist. Denn gleichzeitig sind die finanziellen Mittel gerade bei den Tourismusgemeinden und Unternehmen knapp, so dass die jetzt in Beschneiung investierten Gelder nicht für alternative Konzepte in den nächsten Jahren zur Verfügung stehen.

HERAUSFORDERUNGEN

Trend zum Kurzurlaub

Auch Bayern kann sich dem Trend hin zu immer mehr Kurzurlaube nicht entziehen: In den letzten 30 Jahren hat sich die Zahl der Gästekünfte zwar mehr als verdoppelt, aber die Zahl der Übernachtungen ist noch nicht mal um 40 % gestiegen, die durchschnittliche Übernachtungsdauer liegt zurzeit bei 2,6 Nächten.

Menschen, die das naturbelassene Bayern suchen, bleiben dort auch gerne länger: z.B. in der Rhön (durchschnittlich 4,6 Übernachtungen), im Berchtesgadener Land (4,1 Übernachtungen) oder dem Bayerischen Wald (3,9 Übernachtungen). Das sind deutliche Hinweise, dass ein 3. Nationalpark von großer touristischer Bedeutung ist.

Demografische Entwicklung

Die 60-70-Jährigen machen heute mit 26 Prozent die stärkste Gästegruppe aus. Allerdings ist die Alterung der Gesellschaft nicht gleichbedeutend mit einer Zunahme an Urlaubsgästen in Bayern.

Eine Studie im Auftrag des BMWI aus dem Jahr 2009 kommt für die oberbayerischen Alpen zu folgendem Ergebnis:



Ein Nationalpark ist von großer Touristischer Bedeutung

Anstelle von 1,55 Mio. Urlaubsreisenden ist 2020 unter Berücksichtigung des demographischen Wandels nur noch mit 1,32 Mio. Urlaubsreisenden zu rechnen. Gleichzeitig sinkt die Zahl der Urlaubsreisen von 1,69 Mio. auf 1,41 Mio. Diese Rückgänge sind zum einen auf die rückgängige Zahl der Urlaubsreisen von Jugendlichen zurückzuführen, aber vor allem auf das stark nachlassende Interesse der älteren Generation am Reiseziel Oberbayern. Die zunehmende Zahl der Senioren reicht bei weitem nicht aus, um diesen Rückgang zu kompensieren.

Klimakatastrophe

Die Klimaveränderungen sind eine der größten Herausforderungen, nahezu alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche sind davon betroffen. In Mitteleuropa bedeutet das eine generelle Erwärmung und veränderte Niederschläge. Gerade im Alpenraum wird der Temperaturanstieg besonders stark und damit im Vergleich zum globalen Mittel überproportional sein. Schneesicherheit ist nur noch durch umweltbelastende und sehr teure Maßnahmen herzustellen. Laut Spiegel (Ausgabe 21.3.2015) kostet ein Kilometer beschneite Piste im Bau gut eine halbe Million Euro.

Ein Großteil des ökologischen Fußabdruckes entsteht im Tourismus bei der An- und Abreise; bei den Tagesreisen noch in größerem Ausmaß. Die Erreichbarkeit des Reiseziels schränkt die

Auswahl der Verkehrsmittel deutlich ein, ist aber zugleich wichtiges Kriterium für die Vermarktung von Destinationen. Dies gilt insbesondere für ländliche Gebiete. Bei Kurzreisen wird das Auto überproportional genutzt. Der Trend zum häufiger und kürzer Reisen verstärkt dies zusätzlich.

Fachkräftegewinnung unterstützen

Die Tourismuswirtschaft hat in der Ausbildung keinen guten Ruf, deshalb muss die Qualität der Ausbildungsbetriebe besser werden. Im Ausbildungsreport Bayern 2014 des DGB mit Schwerpunkt Hotel- und Gastgewerbe befinden sich in der Rubrik „Berufe mit schlechter Bewertung“ allein vier aus dem Bereich des Tourismus. Konkret heißt es: „Nach wie vor haben viele Auszubildende im Hotel- und Gaststättenbereich mit den gleichen Problemen zu kämpfen: permanent viele Überstunden, ein rauer Ton, der Eindruck, ausgenutzt zu werden und eine oftmals fachlich schlechte Anleitung bestimmen den Arbeitsalltag.“ Seit 2007 ist die Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe in Deutschland um 45% zurückgegangen.

Ein weiteres Problem ist der hohe Anteil von geringfügig Beschäftigten. Mindestens ein Drittel ist in der Branche auf einem 450 Euro Job beschäftigt; ein Zehntel aller Minijobs in Deutschland ist im Hotel- und Gaststättengewerbe zu finden.

„GRÜNER TOURISMUS“

Die regionale Tourismuswirtschaft ist besonders stark vom Wetter und der intakten Natur abhängig. Die weltweite Klimakatastrophe wirkt sich direkt auf die Unternehmen und die touristischen Produkte aus. Hier müssen wir weg von der Art, wie die bayerische Tourismusförderung funktioniert. Wir müssen weniger in große Infrastrukturprojekte, sondern in intelligente Konzepte für die Region investieren.

Der Bayern Tourismus lebt von seiner Natur, seiner Gastfreundschaft, seinen regionalen Spezialitäten. Wir brauchen eine Verbindung von Natur mit den Produkten, die in einer Region hergestellt werden. Die guten Tourismuszahlen im Allgäu basieren nicht zuletzt darauf, dass 21 Prozent der Bauern Bio-Bauern sind.

Tourismus kann wichtige Potentiale wecken und stärken, die der Region als Ganzes zugutekommen. Dafür muss es aber gelingen, regionale Wertschöpfungsketten aufzubauen und zu stärken, sowie regionale Wirtschaftskreisläufe zu erschließen.

Zurzeit verbleiben von 100 investierten Euro eines Reisenden nur 36 Euro in der Region. Gelingt es diesen Verlust an Kaufkraft und die daraus resultierenden Effekte zu verhindern oder einzudämmen, kann der Tourismus eine Schlüsselrolle für eine ökologische, ökonomische aber auch soziale Entwicklung bieten.

Verkehr und Energieverbrauch verringern

Urlaubsgäste und Tagesausflügler müssen die Möglichkeit haben, mit Bahn und Bus in ihre Urlaubsregion bzw. zu ihrem Ausflugsziel zu gelangen. Dazu brauchen wir ein hochwertiges Schienenfernverkehrsangebot in der Fläche und entsprechende Verbindungen im Schienen-nahverkehr. Für Gepäck- und Fahrrad-, oder Sportgerätemitnahme müssen Angebote entwickelt werden.

Vor allem die so genannte „letzte Meile“ und die Mobilität am Urlaubsort bereitet den Übernachtungsgästen Kopfzerbrechen. Intelligente Angebote können die Attraktivität als Urlaubsort steigern. Positive Beispiele sind hier etwa Sammelruftaxis oder guter Busverkehr. Diese Angebote müssen dann aber aktiv von den Tourismusregionen beworben werden, damit die Urlaubsgäste sie auch nutzen.

Ähnlich wie Unternehmen können auch Tourismusregionen einen ökologischen Fußabdruck ihrer Destination ermitteln lassen. Die CO₂-Bilanzierung einer Ferienregion deckt alle Emissionsquellen auf und macht so die gezielte Minderung des CO₂-Ausstoßes möglich.

Inzwischen gibt es vermehrt Hotels, die ihre jährlichen CO₂-Emissionen berechnen. Darin enthalten alle Energieträger, Emissionen für Lebensmittel, Verkehr, Reinigung, Abfallentsorgung sowie weitere Dienstleistungen. Sämtliche Treibhausgase werden dann z.B. in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzstiftung myclimate in Projekten speziell CO₂ sensitiver Länder kompensiert.

Digitalisierung vorantreiben

Digitalisierung spielt auch im Tourismus eine immer größere Rolle. Für den Großteil der Reisenden sind die Information über die mögliche Urlaubsregion und die Onlinebuchung von entscheidender Bedeutung, 40 Prozent aller Reisen werden inzwischen über das Internet gebucht. Hier brauchen wir eine deutlich bessere Versorgung mit schnellem Internet in ganz Bayern. Nachholbedarf gibt es besonders im ländlichen Raum. Digitale Plattformen in den Regionen bieten die Möglichkeiten, zum Informationsaustausch und Vernetzung aller Akteurinnen und Akteure. Hier müssen die Tourismusverbände vor Ort verstärkt aktiv werden, auf die Unternehmen; Landwirtinnen und Landwirte wie auch Bürgerinnen und Bürger zugehen und Unterstützung anbieten.

Qualität und Gastfreundschaft verbessern

Qualität spielt im Tourismus eine entscheidende Wettbewerbsrolle. Der Trend geht zu Werten wie freundlicher Service und nachhaltige Qualität. Die Initiative ServiceQualität Deutschland bietet ein bundesweites dreistufiges System zur schrittweisen Verbesserung von Dienstleistungen und Angeboten für kleine und mittlere Betriebe im Hotel-, Gastronomie- und Tourismusbereich sowie Dienstleistungsunternehmen an, das allerdings deutschlandweit nur wenige genutzt wird. Seit Start der Initiative 2008 haben sich in Bayern nicht mal 400 Betriebe zertifizieren lassen. Hier muss von allen Akteurinnen und Akteuren noch einiges geleistet werden.

Regionalität muss sich auch in der Gastronomie vor Ort niederschlagen. Denn dadurch lassen sich nicht nur regionale Netzwerke und Wirtschaftskreisläufe stärken, sondern auch Emissionen einsparen sowie Qualität und Genuss steigern. Hier sind mit den 12 Ökomodellregionen und dem Programm BioRegio zur Stärkung des ökologischen Landbaus in Bayern gute Ansätze vorhanden, die aber weiter ausgebaut werden müssen.

Das Projekt „Wirt sucht Bauer“ von DEHOGA und Bayerischer Staatsregierung, das 2014 gestartet ist, ist leider nicht so erfolgreich wie gewünscht, nur 500 Landwirtinnen und Landwirte und 170 gastronomische Betriebe beteiligen sich derzeit.

Ein gutes Beispiel ist „Ferien auf dem Bauernhof“ mit 11 Mio. Übernachtungen 2015. Zusammen mit Direktvermarktung sind dies hervorragende Möglichkeiten für den Erhalt der bayerischen Landwirtschaft und der Stärkung der regionalen Wertschöpfung.

Bergsteigerdörfer bieten gerade in der heutigen schnelllebigen und stressigen Zeit den idealen Ausgleich für Menschen, die Ruhe und Natur suchen. Hier findet Tourismus im Einklang mit der Natur und den Menschen vor Ort statt. Mit den Bergsteigerdörfern Ramsau im Berchtesgadener Land, den beiden Chiemgauer Dörfern Schleching und Sachrang und Kreuth am Tegernsee ist ein erfolgreicher Einstieg geschafft und zusätzliche Orte müssen folgen.

Arbeitsbedingungen und Ausbildung den Herausforderungen anpassen

Der Tourismus ist einer der personalintensivsten Branchen. In Bayern arbeiten zurzeit über halbe Mio. Menschen in diesem Bereich. Mit der Einführung des Mindestlohnes ist eines der Hauptprobleme, der geringe Verdienst, angegangen worden.

Die Nachwuchsgewinnung und Mitarbeiterqualifizierung wird immer wichtiger, denn die Tourismusbranche steht insbesondere durch die demografische Entwicklung und die rückläufige Zahl von Schulabgängerinnen und Schulabgängern vor großen Herausforderungen. Zentrales Anliegen muss dabei sein, das Image für Tourismusberufe zu verbessern und dabei vor allem die Verbesserung der Qualität der Ausbildung. In den Tourismusbetrieben gewinnt die Digitalisierung immer mehr an Bedeutung; dies muss sich auch in der Ausbildung verstärkt wiederfinden. Auch Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Einstellung ausländischer Fachkräfte oder auch älterer Bewerberinnen und Bewerber müssen in Angriff genommen werden. Notwendig ist ebenfalls eine Verbesserung der Qualität der Berufsschulen, d.h. bessere materielle und personelle Ausstattung.

Inklusive Gesellschaft fördern

Die Tourismuswirtschaft muss sich auf die Bedürfnisse einer älteren und inklusiven Gesellschaft einstellen und entsprechende Anpassungen vornehmen. Barrierefreiheit ist ein Qualitätsmerkmal, das von Gästen jeden Alters geschätzt und vermehrt eingefordert wird. In der EU leben bereits heute etwa 140 Millionen Menschen mit unterschiedlichen Anforderungen an Barrierefreiheit. Es gibt bereits eine Reihe guter Beispiele und Initiativen auch in Bayern, doch barrierefreie Tourismusangebote sind in Deutschland noch lange nicht flächendeckend zu fin-

den. Es müssen deutlich mehr und bessere Angebote für diese Zielgruppe entwickelt werden und dann auch in die touristischen Leitbilder Eingang finden. Das Urlaubsangebot muss so breit gefächert sein, dass auch Alleinerziehende, kinderreiche Familien und GeringverdienerInnen in Bayern ihren Urlaub verbringen können.

GRÜNE FORDERUNGEN

Die Tourismusbranche muss sich den Herausforderungen der weltweiten Klimaveränderungen stellen. Je frühzeitiger die Weichen richtig gestellt werden, desto besser sind die Chancen im Wettbewerb um künftige Urlaubsgäste.

Der Tourismus muss sich, gerade da er Verursacher und Betroffener zugleich ist, seiner Verantwortung beim Klimaschutz bewusst werden und aktiv seinen Beitrag zur CO₂-Reduzierung erbringen. Handlungsfelder sind:

- Verkehr: Reduzierung des Individualverkehrs – Ausbau des Öffentlichen Nah- und Fernverkehrs, Mobilitätskonzepte für Anreise und Mobilität der Gäste im Urlaubs- und Ausflugsgebiet. Bei Flusskreuzfahrten: umweltverträgliche Ausstattung der Schiffe hinsichtlich Größe, Antrieb und Entsorgung.
- Konzepte zur Reduktion des Energieverbrauchs in touristischen Einrichtungen sowie zur Erzeugung regenerativer Energien.
- Verwendung von Nahrungsmitteln aus der Region.

Wir brauchen eine Strategie für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Bayern, nur so bleiben wir angesichts der demographischen Entwicklung und der Klimaveränderungen konkurrenzfähig zu anderen Tourismusgebieten und nur so kann die Bedeutung des Tourismus in Bayern erhalten bleiben, d.h.

- Überprüfung aller Förderprogramme für den touristischen Bereich des Freistaats hinsichtlich Nachhaltigkeit (ökologisch, ökonomisch und sozial).
- Keine Fortführung des Programms zur Förderung von Seilbahnen und Nebenanlagen in kleinen Skigebieten.
- Keine weitere Förderung des Neubaus von Beschneiungs- und Liftanlagen aus den Programmen „Förderung von öffentlichen touristischen Infrastruktureinrichtungen“ (RÖFE) und Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW).
- Öffentliche Mittel für sportliche Großveranstaltungen müssen auf Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit überprüft werden. Dies muss ebenso wie Transparenz (auch Offenlegung der Verträge) und Öffentlichkeitsbeteiligung die grundsätzliche Voraussetzung für sportliche Großveranstaltungen sein. Vorrangig müssen aber öffentliche Gelder in zukunftsweisende und nachhaltige touristischer Angebote investiert werden.
- Erarbeitung von gezielten Maßnahmen zur räumlichen Konfliktminderung in besonders sensiblen Gebieten (z.B. Mountainbiken in Schutzgebieten).
- Regelungen für Rückbau von Anlagen z.B. im Skisport und dessen Finanzierung.
- Bei zukünftiger Fördermittelgewährung sollte die touristische Bedeutung und die regionalen Standortvoraussetzungen für den Tourismus geprüft werden.

- Wir müssen auch in den ländlichen Regionen das vielfältige kulturelle Angebot für den Tourismus mehr nutzen, bewerben und fördern.

Landesplanung muss auch Weichen für den nachhaltigen und naturnahen Tourismus stellen:

- Keine Lockerung des Anbindegebots im Landesentwicklungsprogramm (LEP), um den Bau von „Hotelburgen“ auf der grünen Wiese zu unterbinden und Aufnahme eines eigenen Tourismuskapitels, das u.a. eine gezielte räumliche Differenzierung vornimmt.
- Weiterentwicklung und Verbesserung des Alpenplans als Bestandteils des LEP. Von jeglicher Aufweichung, wie am Riedberger Horn im Allgäu geplant, ist abzusehen.
- Zügige Umsetzung der Protokolle der Alpenkonvention durch konkrete Maßnahmen auf kommunaler Ebene sowie Weiterentwicklung hin zu besserem Schutz alpiner Arten- und Ökosysteme.

Aktivierung lokaler und regionaler Ressourcen muss Grundlage aller Investitionsbemühungen sein. Die Tourismusgemeinden und Destinationen sollen Aktionspläne erarbeiten, die vom Land entsprechend unterstützt werden. Good practice Beispiele sind zu fördern und zu kommunizieren.

Reduzierung der zahlreichen Ebenen der Organisationshierarchien im Tourismus und gezielte Vermarktung von Tourismusdestinationen jenseits politischer Grenzen.

Verbesserung der Datengrundlage im Bereich Tagestourismus und Ausflugsverkehr, um Tourismusplanung und Tourismusmarketing zu verbessern.

FAZIT:

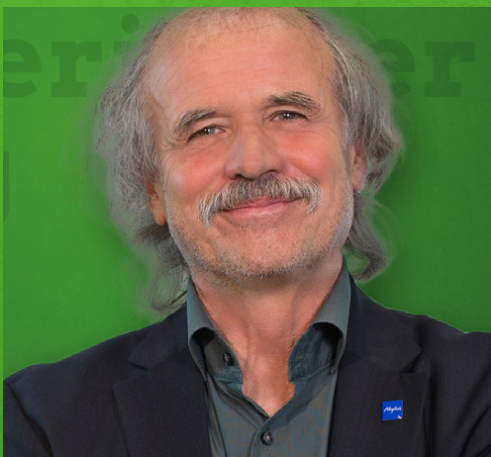
Um sich als erfolgreiches Reiseziel im Wettbewerb behaupten zu können, müssen sich sowohl Politik als auch Tourismuswirtschaft zügig gesellschaftlichen Bedürfnissen und Veränderungen anpassen und auf die klimatischen und demografischen Herausforderungen reagieren.

Das Tourismuspolitische Konzept der Staatsregierung aus dem Jahr 2010 gibt allerdings auf aktuelle Fragen wie Demografischer Entwicklung oder Klimaveränderungen kaum Antworten.

Wir müssen Trendwenden rechtzeitig erkennen: Wandern war mal völlig „out“ und ist jetzt wieder „in“; ebenso das Radfahren. Heute ist es angesagt, mit dem Fahrrad oder E-Bike unterwegs zu sein und dann in einem schönen Hotel zu übernachten.

Viele Regionen in Bayern haben noch Potenzial für den Ausbau des Tourismus. Jede Region hat ihre Eigenheiten und Stärken. Diese gilt es herauszustellen und auszubauen im Einklang mit den Menschen der Region und der Natur, nicht gegen sie. Dann muss man sich um die Zukunft des Tourismus in Bayern keine Sorgen mehr machen, aber nur dann.

Stand: Februar 2018



KONTAKT:

Ulrich Leiner, MdL
Sprecher für Gesundheit und Pflege

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
im Bayerischen Landtag
Maximilianeum, 81627 München

Tel.: 089 4126-2335

Fax: 089 4126 1335

ulrich.leiner@gruene-fraktion-bayern.de