



# **Nachhaltiger Tourismus im Alpenraum – Wege und Perspektiven zur Umsetzung**

**Bayerisches Zentrum für Tourismus e.V.**

**Dr. Erik Lindner  
e.lindner@bzt.bayern**

**NACHHALTIGER QUALITÄTSTOURISMUS  
im Alpenraum  
4. April 2022**

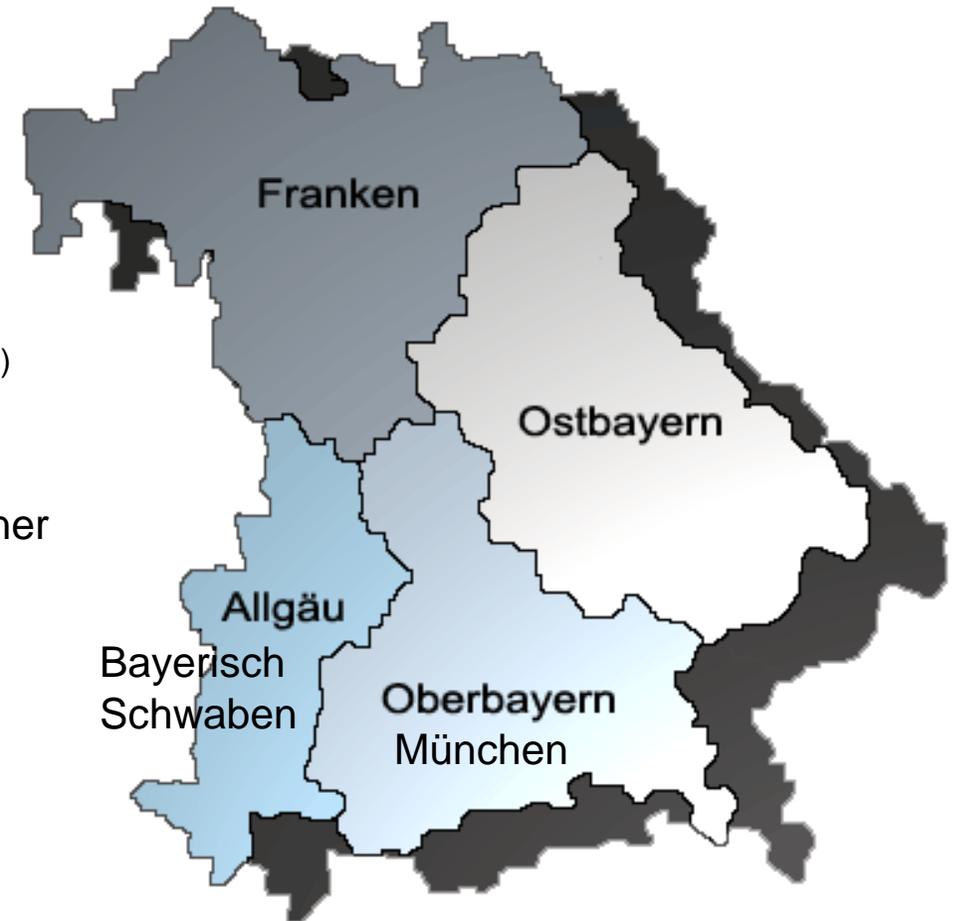
**Ministerratsbeschluss** vom 12. Juni 2018 zur Errichtung eines „Bayerischen Zentrums für Tourismus an der Hochschule Kempten“

„Am neuen bayerischen Zentrum für Tourismus in Kempten planen wir die **Zukunft des Tourismuslandes Bayern**: noch mehr Digitalisierung, verbessertes Marketing und ein **nachhaltiger und sanfter Tourismus, der Mensch und Natur in Einklang sieht.**“

(Koalitionsvertrag für die Legislaturperiode 2018-2023, S, 47)

Das Bayerische Zentrum für Tourismus an der Hochschule Kempten ist ein unabhängiger **wissenschaftlicher Think Tank für ganz Bayern**, der in einer gesamthaften und **interdisziplinären Betrachtungsweise** Impulse für die zukunftsfähige wirtschaftliche, räumliche, gesellschaftliche und politische Entwicklung des Tourismus in Bayern geben will.

Hier sollen die vielfältigen **Kompetenzen** im Bayerntourismus **gebündelt** und ein **interdisziplinärer Wissens- und Erfahrungsaustausch** mit starkem Praxisbezug zwischen Forschung, Wirtschaft, Tourismusverantwortlichen und Politik **forciert** werden.



- Zielgruppen und Märkte der Zukunft für Bayern
- Data Science sowie Informations- und Kommunikationsmanagement
- Nachhaltige Destinationsentwicklung im städtischen und/oder ländlichen Raum
- Klimafolgen und Anpassungsstrategien
- Mobilität
- Tourismusmonitoring/Tourismussatellitenkonto
- Reisevertrieb/Urbanes Mobilitätscenter der Zukunft
- AKTUELL: Klimawandel

„Es geht nicht in erster Linie „um Tourismusdestinationen, die die Ansprüche unserer Gäste erfüllen, sondern um qualitätsvolle Lebensräume, in denen sich sowohl die Gäste als auch die Bevölkerung wohlfühlen“

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (2019): Plan T – Masterplan für Tourismus, S. 7

„Tirol ist Lebens- und Erholungsraum zugleich.“

Land Tirol, Tirol Werbung, Wirtschaftskammer Tirol & Verband der Tiroler Tourismusverbände (2015): Der Tiroler Weg 2021

„Lebens-, Freizeit- und Arbeitswelt: Der Bodensee – Ein Erlebnisraum für alle“

DenkRaumBodensee (2019): Zur Zukunft des Bodensee-Tourismus

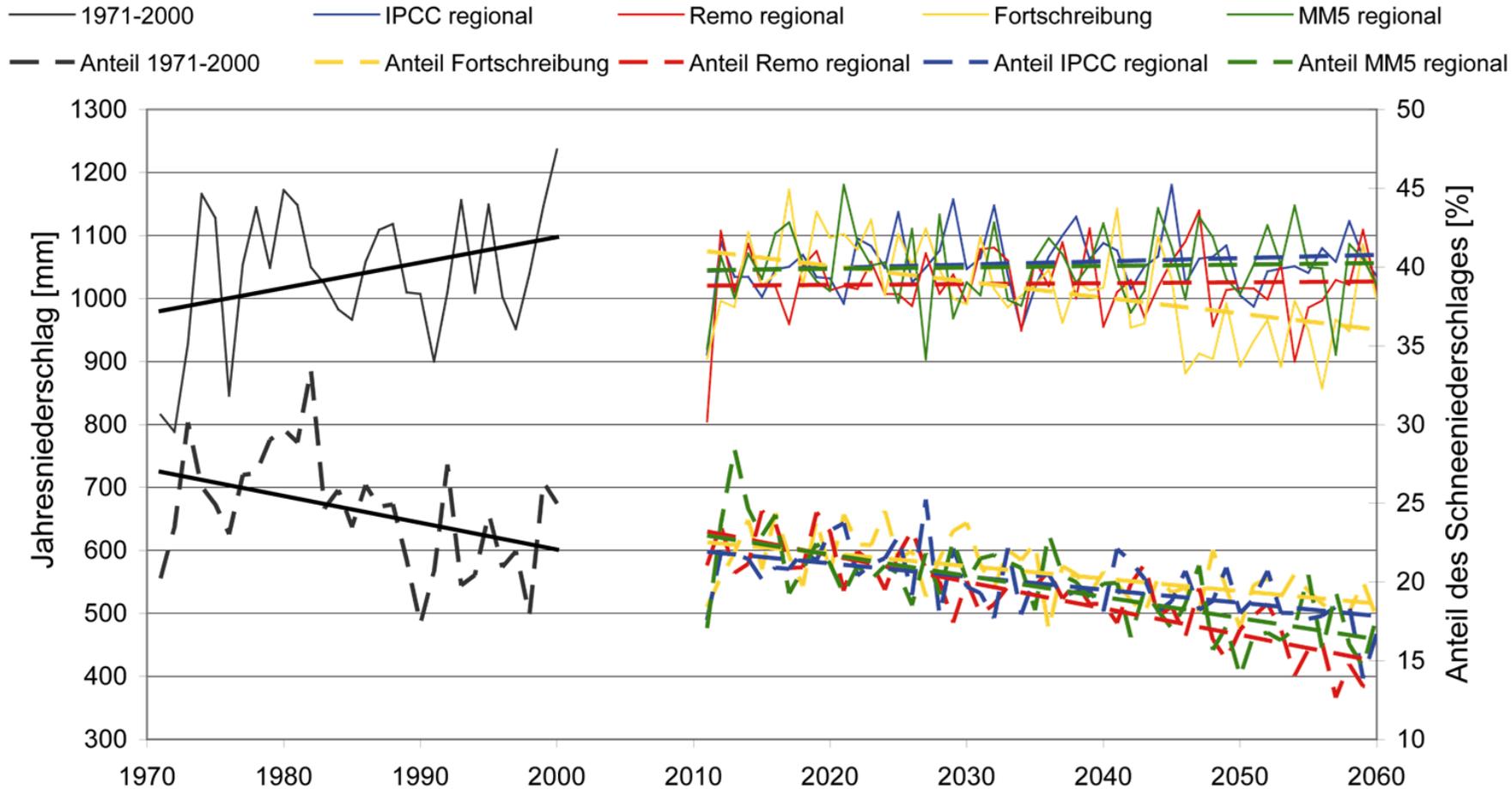
„Das Allgäu ist führend als zukunftsorientierter und leistungsstarker Gestaltungsraum für individuelles Leben, Arbeiten und Urlauben im ländlichen Raum.“

Allgäu GmbH (2019): Marken- und Destinationsstrategie Allgäu 2030

## Lebens- und Urlaubsräume:

Weg von einer monothematischen (touristischen) Betrachtung hin zu einer Gesamtbetrachtung des Raumes (Lebens-, Arbeits- und Freizeitraum für die Einheimischen), in dem der Tourismus eine wichtige Rolle spielen kann (Urlaubsraum).

## Entwicklung des Jahres- und Schneeniederschlags



Quelle: eigene Darstellung.

## Natural Hazards, Man-Made-Hazards und mehr...

### Wann und wie lange drohen Gefahren (hazards)?

- Zeitliches Auftreten der Gefahren
  - unvermittelt und plötzlich (Schock) vs. langsam und schleichend  
z. B. Erdbeben, Pandemie vs. Klimawandel, politische Unruhen
  
- Zeitliche Dimension der Gefahren
  - kurz vs. lang andauernd  
z. B. Lawinenabgang vs. Pandemien vs. **Klimawandel**
  - einmalig vs. wiederholt  
z. B. Technikunglück vs. Terroranschlag

## Wo drohen Gefahren (hazards)?

- Räumliches Auftreten von Gefahren abhängig von der Verwundbarkeit
  - des gesellschaftlichen Systems
  - des wirtschaftlichen Systems
  - des ökologischen Systems
- Sensible Ökosysteme sind u. a.
  - Küstenregionen
  - (Hoch-)Gebirgsregionen

Achtung: wesentlich ist die Maßstabsebene für die Analyse  
(lokal, regional, national, kontinental, global)

## Operationalisierung des Optimalen Skitags

Variable	Ausprägung
Kein Niederschlag	Niederschlagssumme = 0
Geschlossene Schneedecke in Umgebung	Schneehöhe > 0
Skigebiet vollständig in Betrieb	ja
Genug Schnee auf den Pisten	ja
Genug Kunstschnee auf den Pisten	ja
Angenehme gefühlte Temperatur	-5 bis +5 °C
Sonnenscheindauer (klarer Himmel)	ab 5 h/Tag
Windgeschwindigkeit	max. 10 m/s

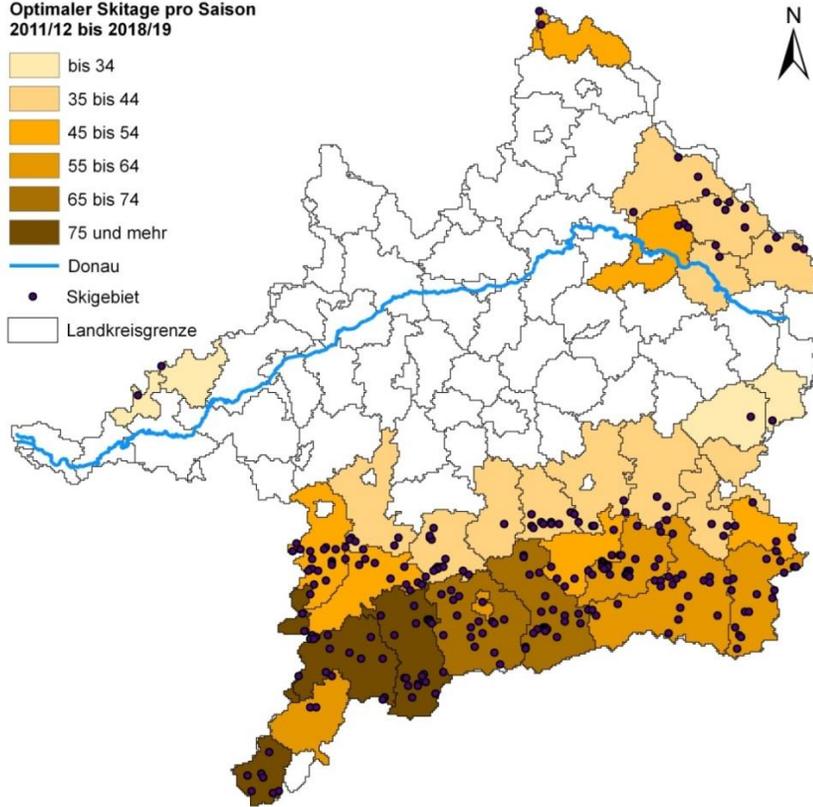
Quelle: Berghammer/Schmude 2014, S. 328.

## Durchschnittliche Zahl optimaler Skitage je Saison nach Landkreisen

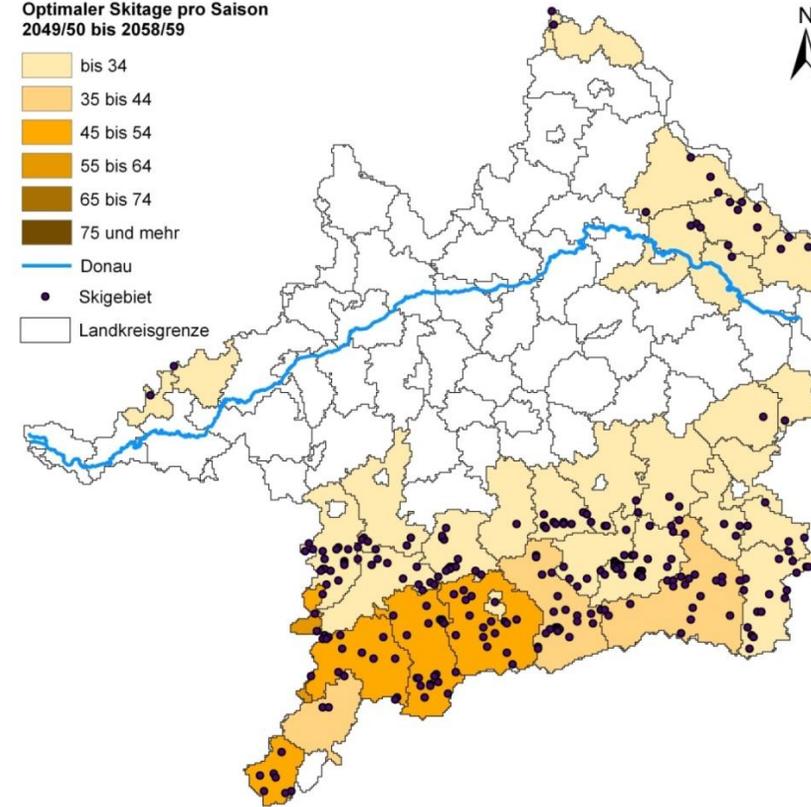
2011/12 bis 2019/20

2049/50 bis 2059/60

Durchschnittliche Anzahl  
Optimaler Skitage pro Saison  
2011/12 bis 2018/19

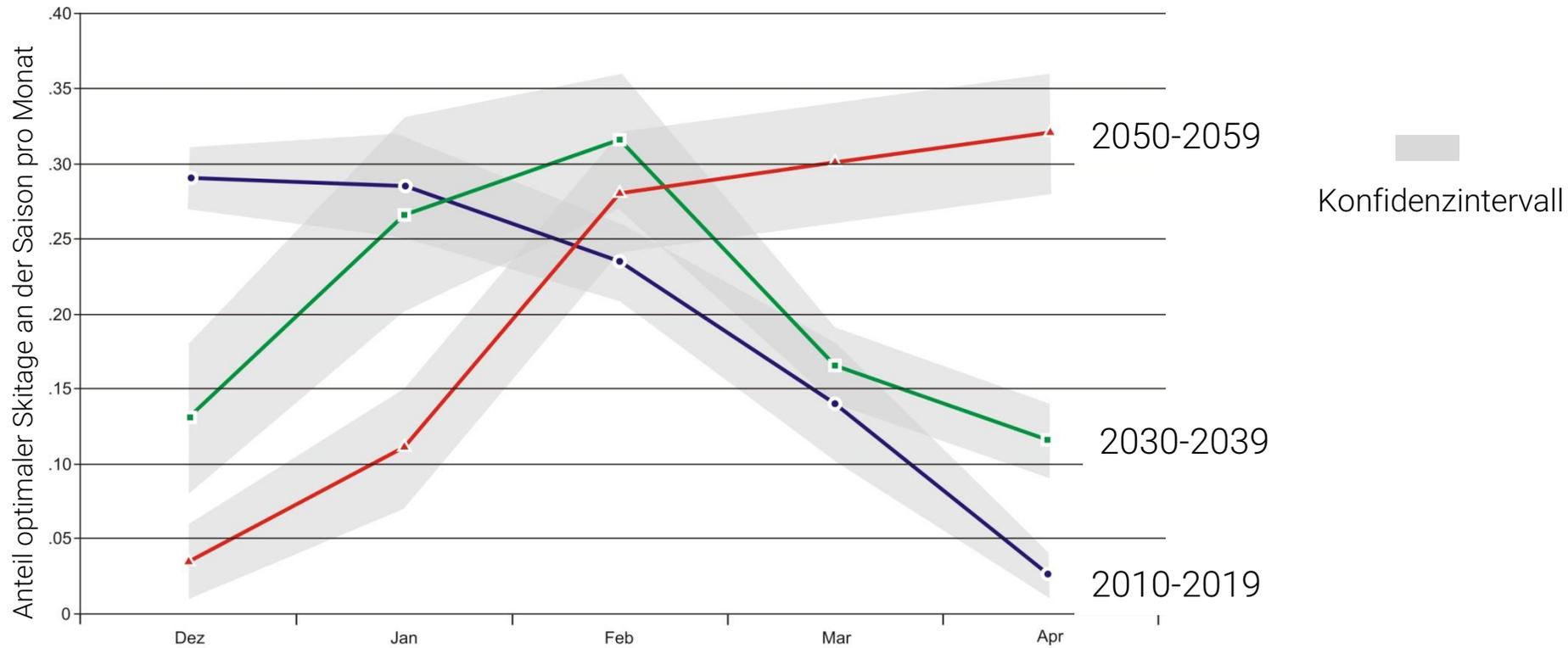


Durchschnittliche Anzahl  
Optimaler Skitage pro Saison  
2049/50 bis 2058/59



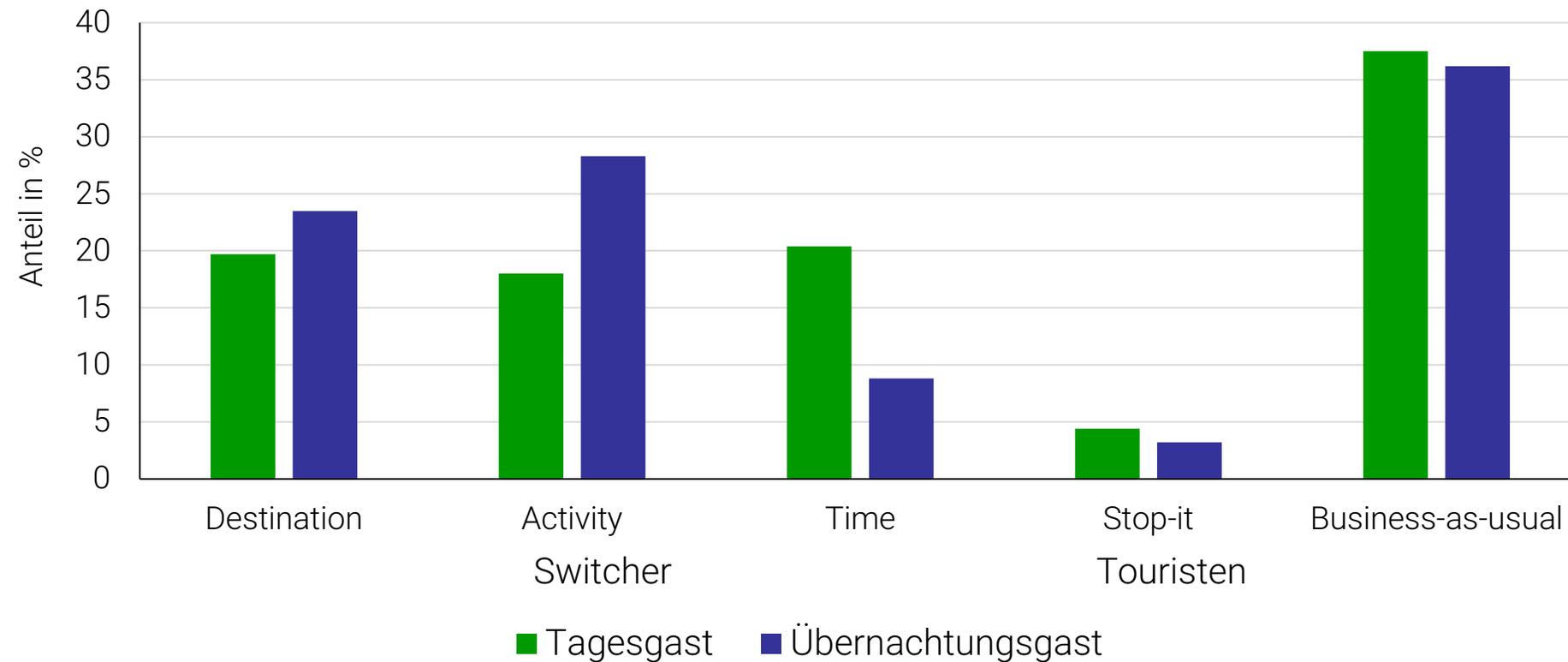
Quelle: Berghammer/Schmude 2014, S. 330.

## Zeitliche Verteilung der optimalen Skitage im Berchtesgadener Land nach Monaten (Durchschnitt von 6 Szenario-Berechnungen)



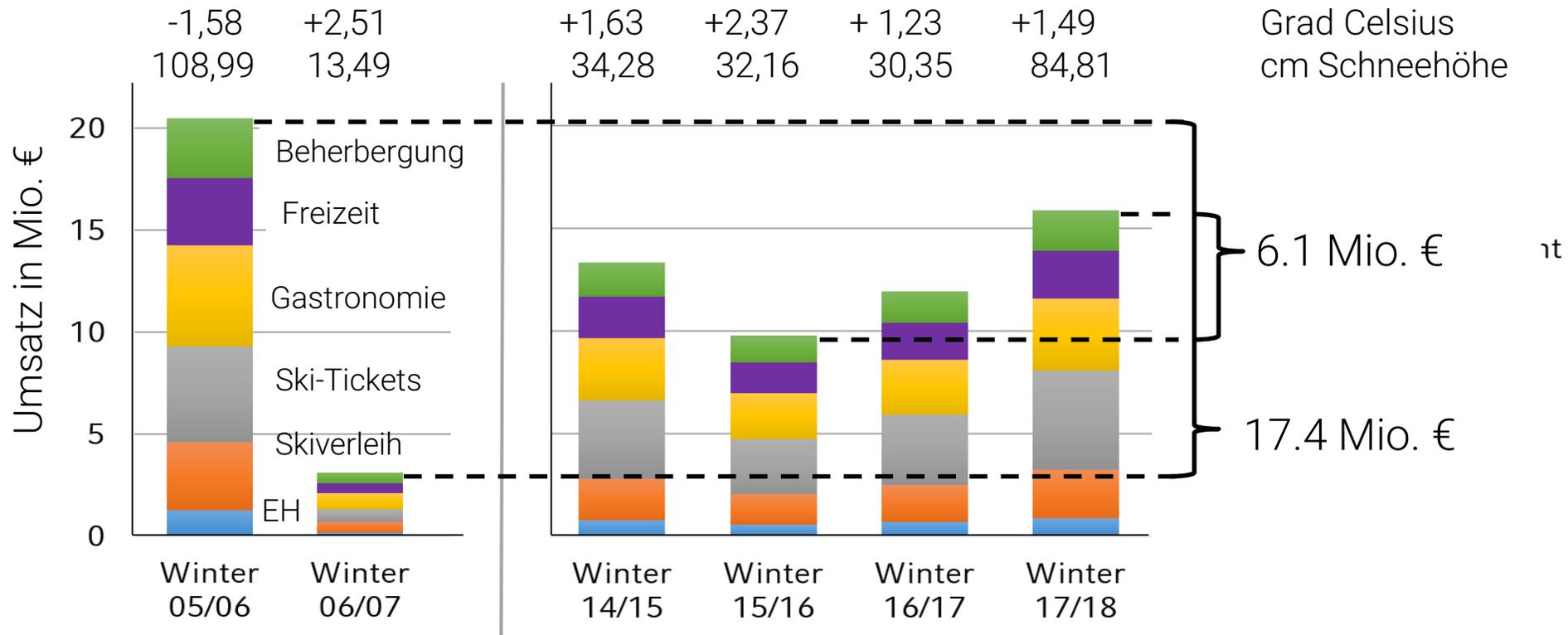
Quelle: Berghammer/Schmude 2014, S. 332.

## Reaktionsverhalten von Wintersporttouristen in Bayrischzell und St. Englmar nach Tages- und Übernachtungsgästen



Quelle: Witting/Bischof/Schmude, 2019, S. 117.

## Einnahmenunterschiede zwischen "guten" und "schlechten" Wintern am Beispiel Sudelfeld/Obb.



Quelle: Witting/Schmude, 2019, S. 57.

- Nachhaltigkeit ist ein Handlungsprinzip zur Ressourcen-Nutzung, bei dem eine dauerhafte Bedürfnisbefriedigung durch die Bewahrung der natürlichen Regenerationsfähigkeit der beteiligten Systeme (vor allem von Lebewesen und Ökosystemen) gewährleistet werden soll.
- Die beteiligten Systeme können ein bestimmtes Maß an Ressourcennutzung *dauerhaft aushalten*, ohne Schaden zu nehmen.
- Ressourcenerhalt trotz Nutzung
- Das Prinzip wurde zuerst in der Forstwirtschaft angewendet:  
Im Wald ist nur soviel Holz zu schlagen wie permanent nachwächst.

## Nachhaltigkeitsdimensionen

- Ökologie: Schonung/durchdachte Nutzung von Ressourcen
- Ökonomie: Nicht Wachstum um jeden Preis, sondern langfristiges Bestehen und „Wirtschaft zum Wohle aller“ stehen im Fokus
- Soziales: Verantwortung gegenüber Mitmenschen und zukünftigen Generationen

➤ Dimensionen beeinflussen sich gegenseitig

➤ Herausforderung:

Gesamtgesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen sollen mit sozialen und ökologischen Belangen in Einklang gebracht werden (Gegenwart und Zukunft).

- 1855: erste organisierte Auslandsreisen
- 2018: 1,4 Milliarden internationale Touristenankünfte (UNWTO)



Zurab Pololikashvili, UNWTO Secretary-General

Quelle: UNWTO

„Das Wachstum des Tourismus in den letzten Jahren bestätigt, dass der Sektor heute eine der stärksten Triebkräfte für wirtschaftliches Wachstum und Entwicklung ist. Es liegt in unserer Verantwortung, ihn auf nachhaltige Weise zu managen und diese Expansion in reale Vorteile für alle Länder und insbesondere für alle lokalen Gemeinschaften umzusetzen“.

2019: Jahr der nachhaltigen Reiseentscheidungen (UNWTO)

“Digitalization, new business models, more affordable travel and societal changes are expected to continue shaping our sector, so both destination and companies need to adapt if they want to remain competitive”

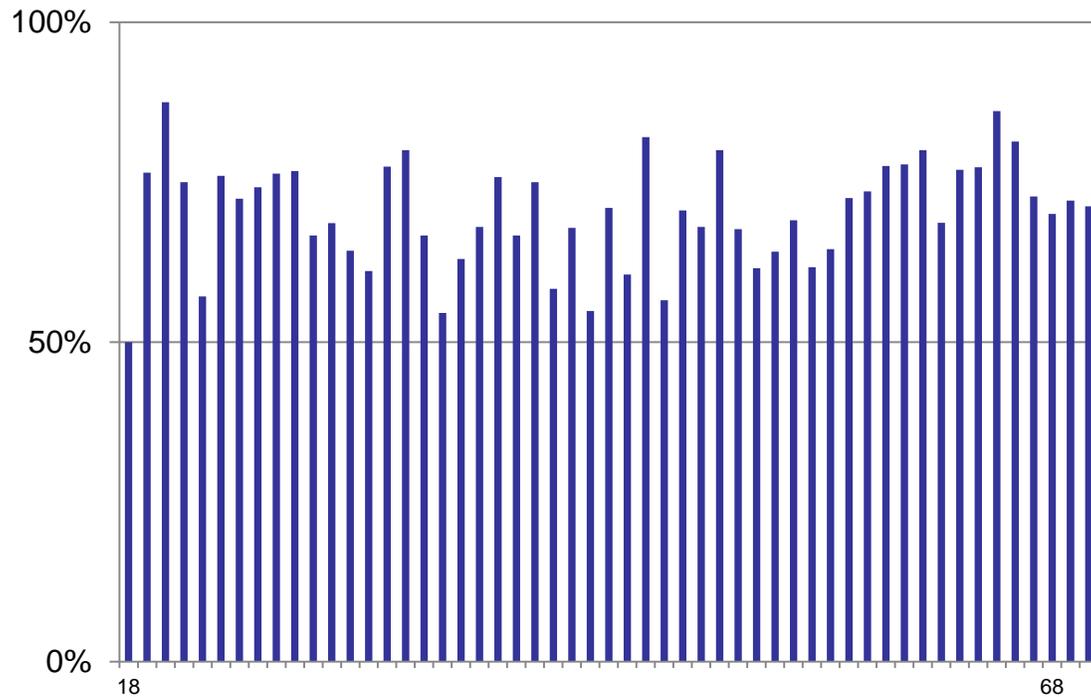
*“Sustainable tourism is becoming so popular that some say that what we now call ‘alternative’ will be ‘mainstream’ in the future”*

## Welche Kunden interessieren sich für Nachhaltigkeit?

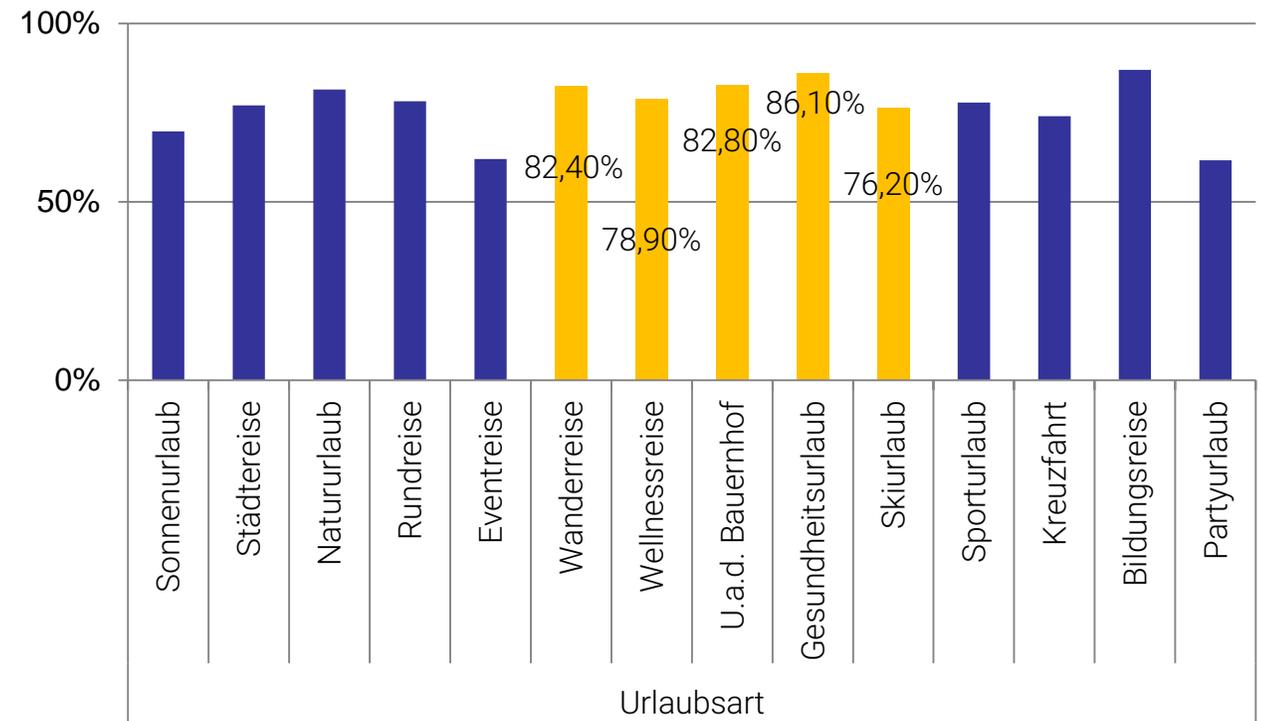
In allen Altersgruppen

Bei allen Urlaubsarten

**Nachhaltigkeitsinteressiert**



**Nachhaltigkeitsinteressiert**



Quelle: Green Travel Transformation ([www.leuphana.de/greentravel](http://www.leuphana.de/greentravel)), Bevölkerungsbefragung Deutschland 2000 Personen, repräsentativ  
Frage 16: „Achte sehr darauf“ u. „Würde gerne darauf achten“

## Herausforderungen

Als problematisch erweist sich eine wachsende und oftmals ungesteuerte Nachfrage diverser Zielgruppen (Übernachtungsgäste, Tagesgäste, Einheimische etc.), mit Konsequenzen wie z.B.:

- **Anwohnerbelastung** (fehlender Wohnraum für Einwohner und Fachkräfte, Lärm, Müll, fehlende räumliche und/oder zeitliche Ruhephasen, höhere Lebenshaltungskosten, Bodenpreisentwicklung etc.),
- **Überlastung der Infrastruktur** im Allgemeinen und durch spezielle Einrichtungen/Veranstaltungen wie Festivals, Freizeitparks etc. (Verkehrsbelastung Anreise/vor Ort, Staus, Parkraummanagement, Nutzungsdruck und -konflikte im öffentlichen Raum etc.),
- **Konflikte zwischen den Gästegruppen durch überlastete Freizeitinfrastruktur** (konkurrierende Interessen von Spaziergängern, Wanderern, Radfahrern etc.),
- **Beeinträchtigung/Zerstörung der Natur und Sehenswürdigkeiten** (und damit letztlich Gefährdung der Existenzgrundlage für den Tourismus).

## Herausforderungen

- Die Bewältigung dieser Herausforderungen stellen Destinationen vor große Probleme.
- Beschreibung von gewissen Entwicklungen und deren Auswirkungen mit Hilfe touristischer Kennziffern (Gästekünfte und Übernachtungen) oder ausgewählter Indikatoren (Verkehrszunahme, Müllaufkommen bei Veranstaltungen) möglich
- Auf Seiten der Kommunen und Destinationen bestehen jedoch Grenzen der Steuerungsmöglichkeiten aufgrund fehlender Instrumente:
  - Gezielte Besucherlenkung
  - Weiterentwicklung von Nutzwertanalysen
  - Definition von Belastungsgrenzen
- Fehlende Einbettung in regionalwirtschaftliche Entwicklungskonzepte und –prozesse
- Fehlende Kommunikations- und Kooperationsbereitschaft

## Ausgangssituation:

- Die durch den Tourismus induzierte Verflechtung zwischen der Stadt München und dem Tegernseer Tal besteht wechselseitig, allerdings sind die von München in das Tegernseer Tal gerichteten Ströme quantitativ deutlich stärker ausgeprägt als umgekehrt:
- von München gibt es saisonal unterschiedliche, auf das Tegernseer Tal ausgerichtete Tourismusströme (z.B. Wochenendkurzurlauber oder Skifahrer), die zur Überlastung von öffentlichen Infrastrukturen (z.B. Straßen) und touristischen Einrichtungen (z.B. Gastronomie) führen.
- Umgekehrt nutzen Gäste des Tegernseer Tals die Destination München für andere touristische Aktivitäten (z.B. Schlecht-Wetter-Angebot).

# Exemplarisches Fallbeispiel - München und Tegernsee

## Betrachtungszeitraum

Wählen Sie den gewünschten Betrachtungszeitraum und die Betrachtungsebene. Auf der Ebene "Kreise" lassen sich über die Zoomstufe auch Werte des Landes Bayern einsehen.

Kreise

Tourismusverbände

**Tourismusregionen**

2019

2020

**2021**

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

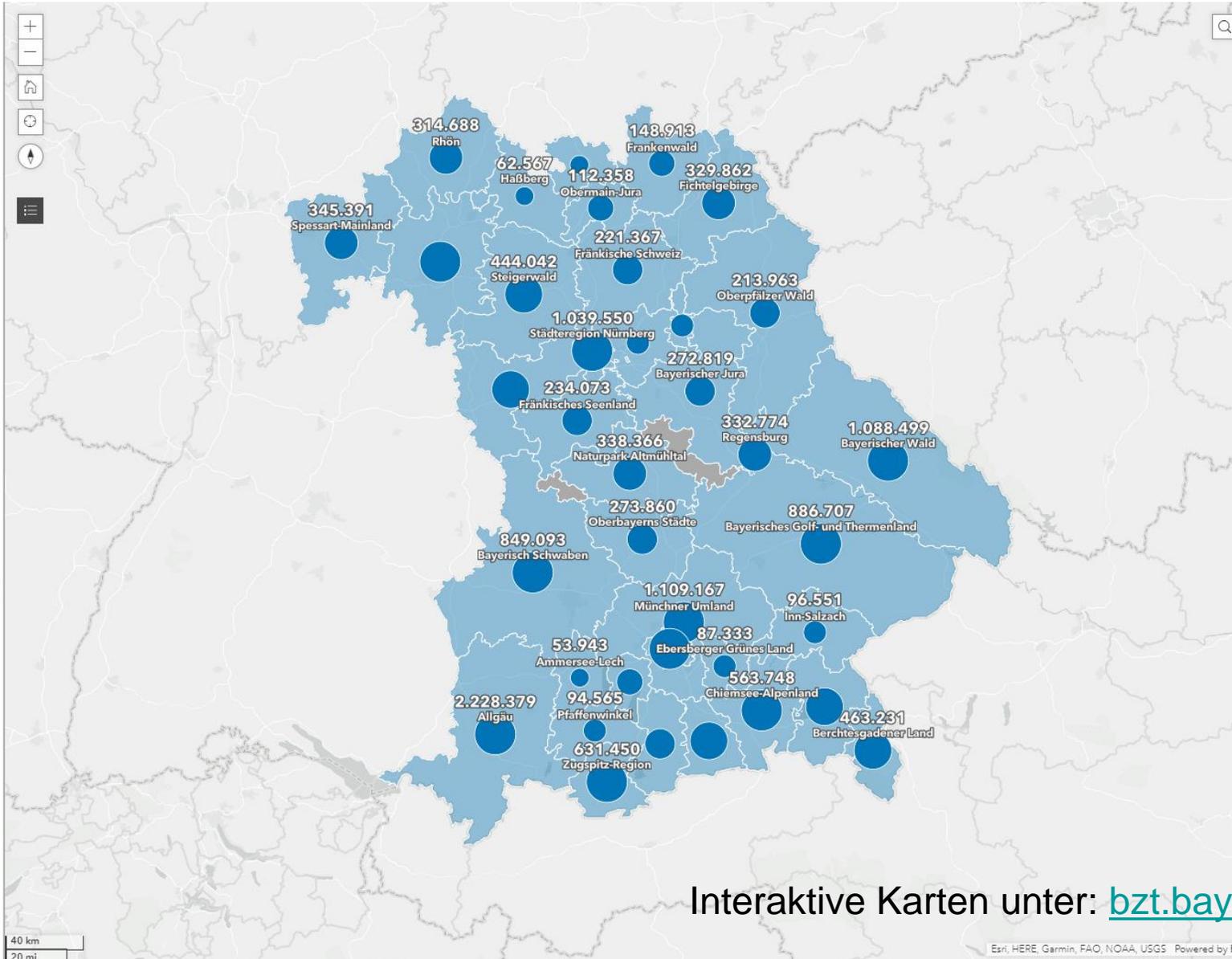
September

Oktober

November

Dezember

**Gesamt**



## Touristische Kennzahlen

Wählen Sie die gewünschte touristische Kennzahl

### Gästeankünfte

Absolute Anzahl der Gästeankünfte in Beherbergungsbetrieben  
(Datenverfügbarkeit 2019 bis 2021)

Die Werte für die Tourismusregionen werden über die Zahlen der amtlichen Statistik auf Ebene der Gemeinden berechnet. Aus Gründen des Datenschutzes ergeben sich bei der Darstellung der Tourismusregionen dadurch Abweichungen von den tatsächlichen Gesamtwerten für die Landkreise.

### Gästeübernachtungen

Gästeübernachtungen

Interaktive Karten unter: [bzt.bayern/touristische-kennzahlen/](https://bzt.bayern/touristische-kennzahlen/)

Quellen

40 km  
20 mi

Esri, HERE, Garmin, FAO, NOAA, USGS Powered by Esri

# Exemplarisches Fallbeispiel - München und Tegernsee

## Betrachtungszeitraum

Wählen Sie den gewünschten Betrachtungszeitraum und die Betrachtungsebene. Auf der Ebene "Kreise" lassen sich über die Zoomstufe auch Werte des Landes Bayern einsehen.

Kreise

Tourismusverbände

### Tourismusregionen

2019

2020

2021

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

September

Oktober

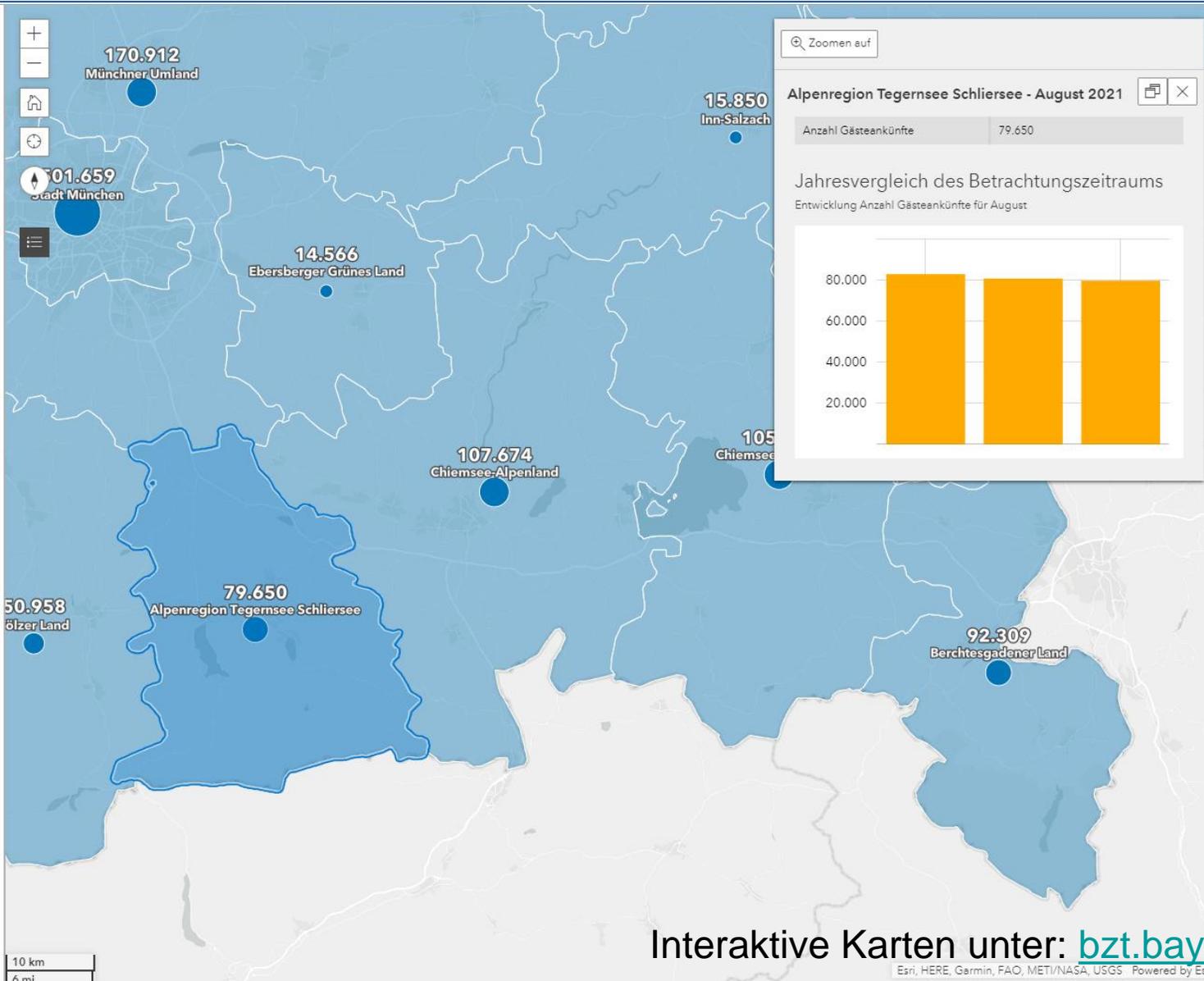
November

Dezember

Gesamt

Quellen

10 km  
6 mi



## Touristische Kennzahlen

Wählen Sie die gewünschte touristische Kennzahl

### Gästekünfte

Absolute Anzahl der Gästekünfte in Beherbergungsbetrieben (Datenverfügbarkeit 2019 bis 2021)

Die Werte für die Tourismusregionen werden über die Zahlen der amtlichen Statistik auf Ebene der Gemeinden berechnet. Aus Gründen des Datenschutzes ergeben sich bei der Darstellung der Tourismusregionen dadurch Abweichungen von den tatsächlichen Gesamtwerten für die Landkreise.

### Gästekünfte

Gästeübernachtungen

Interaktive Karten unter: [bzt.bayern/touristische-kennzahlen/](https://bzt.bayern/touristische-kennzahlen/)

Esri, HERE, Garmin, FAO, METI/NASA, USGS Powered by Esri

# Exemplarisches Fallbeispiel - München und Tegernsee

## Betrachtungszeitraum

Wählen Sie den gewünschten Betrachtungszeitraum und die Betrachtungsebene. Auf der Ebene "Kreise" lassen sich über die Zoomstufe auch Werte des Landes Bayern einsehen.

Kreise

Tourismusverbände

**Tourismusregionen**

2019

2020

**2021**

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

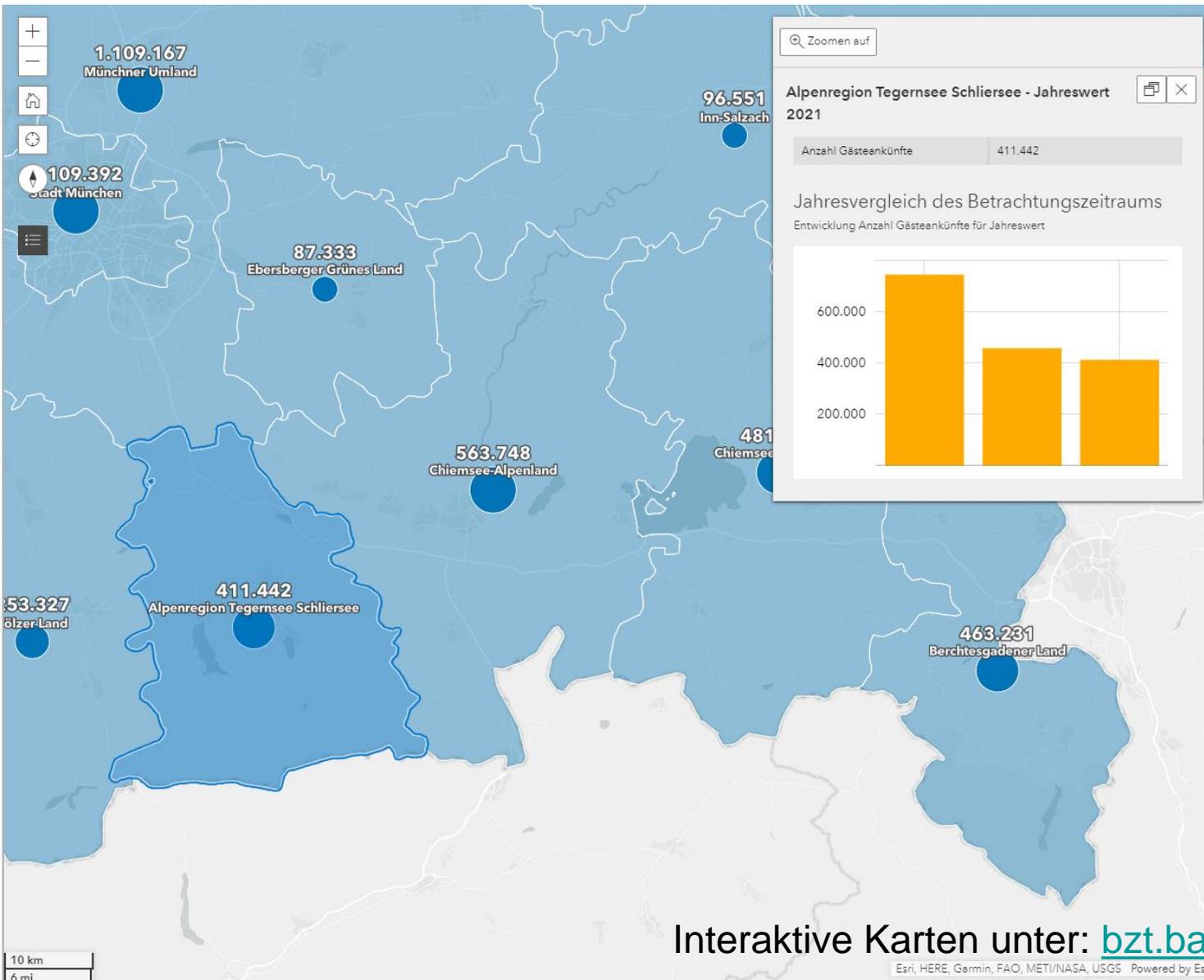
September

Oktober

November

Dezember

**Gesamt**



## Touristische Kennzahlen

Wählen Sie die gewünschte touristische Kennzahl

### Gästeankünfte

Absolute Anzahl der Gästeankünfte in Beherbergungsbetrieben  
(Datenverfügbarkeit 2019 bis 2021)

Die Werte für die Tourismusregionen werden über die Zahlen der amtlichen Statistik auf Ebene der Gemeinden berechnet. Aus Gründen des Datenschutzes ergeben sich bei der Darstellung der Tourismusregionen dadurch Abweichungen von den tatsächlichen Gesamtwerten für die Landkreise.

### Gästeankünfte

Gästeübernachtungen

Interaktive Karten unter: [bzt.bayern/touristische-kennzahlen/](https://bzt.bayern/touristische-kennzahlen/)

Quellen

10 km  
6 mi

Esri, HERE, Garmin, FAO, METI/NASA, USGS Powered by Esri

## Chancen durch Steuerung

Chancen einer besseren Steuerung der räumlichen Nachfrage durch Kommunen, Destinationsmanagement-Organisation (DMO) und/oder Leistungsträger lassen sich auf verschiedenen Ebenen identifizieren:

- **technologisch**, indem Verhaltensmuster aufgedeckt, Daten aus Reiseströmen bzw. der individuellen Customer Journey digitalisiert und zur Echtzeitmessung der Nachfrage genutzt werden;
- **infrastrukturell**, indem Verkehrsvermeidung, -verlagerung oder eine Mobilitätslenkung geprüft und ggf. umgesetzt werden (Ausbau der E-Mobilität und des ÖPNV, smarte Infrastruktur mit digitalen Informationssystemen und multifunktionale Nutzungsmöglichkeiten bestehender Infrastrukturen);
- **planerisch**, indem die Möglichkeiten der Raumordnung, Landesplanung und Bauleitplanung zielgerichtet genutzt und Instrumente zur Bewusstseinsbildung bei Reisenden und Bereisten sowie die Kommunikation über Folgen der Überschreitung von Belastungsgrenzen entwickelt bzw. ausgebaut werden.

## Chancen durch Steuerung

- Identifizierung der wechselseitigen Verflechtungen, zwischen Quell- und Zielgebieten.
- Entwicklung mittel- bis langfristige Szenarien zur Lösung für regionale und lokale, durch den Tourismus ausgelöste Konflikte.
- Basis für die Ausarbeitung von Lösungsansätzen ist das Erkennen von touristisch relevanten Kausalzusammenhängen, die Identifizierung von Belastungsgrenzen und die Schaffung einer präventiven Dauerbeobachtung.
- Ziel könnte es sein, über die Bildung eines Indikatoren-Systems ein Frühwarn- und Steuerungsmodell abzuleiten. Darauf aufbauend müssen praxisnahe Handlungsempfehlungen formuliert werden, um Strategien zur Vermeidung von Konflikten zu entwickeln, Reiseströme zeitlich und räumlich zielgerichtet zu lenken und Schwerpunkträume bedarfsgerecht zu entlasten.

## Voraussetzungen einer nachhaltigen Destinationsentwicklung

1. Die Gastgemeinde sollte am Entscheidungsprozess und an der lokalen Planung der Tourismusentwicklung beteiligt werden
2. Der Tourismus sollte eine Einkommens- und Beschäftigungsquelle für die Gastgemeinde sein und zum Wirtschaftswachstum und Wohlergehen der Menschen am Reiseziel beitragen.
3. Benefits und die Einnahmen aus dem Tourismus sollten gerecht unter den lokalen Anbietern verteilt werden
4. Natur, Umwelt und Kultur sollten respektiert und erhalten werden
5. Reisen sollten sinnvolle Interaktionen, kulturellen Austausch und das Verständnis der lokalen Bevölkerung fördern

(Manente, Minghetti and Mingotto, 2014, p. 10)



## PRAXISLEITFADEN



Gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

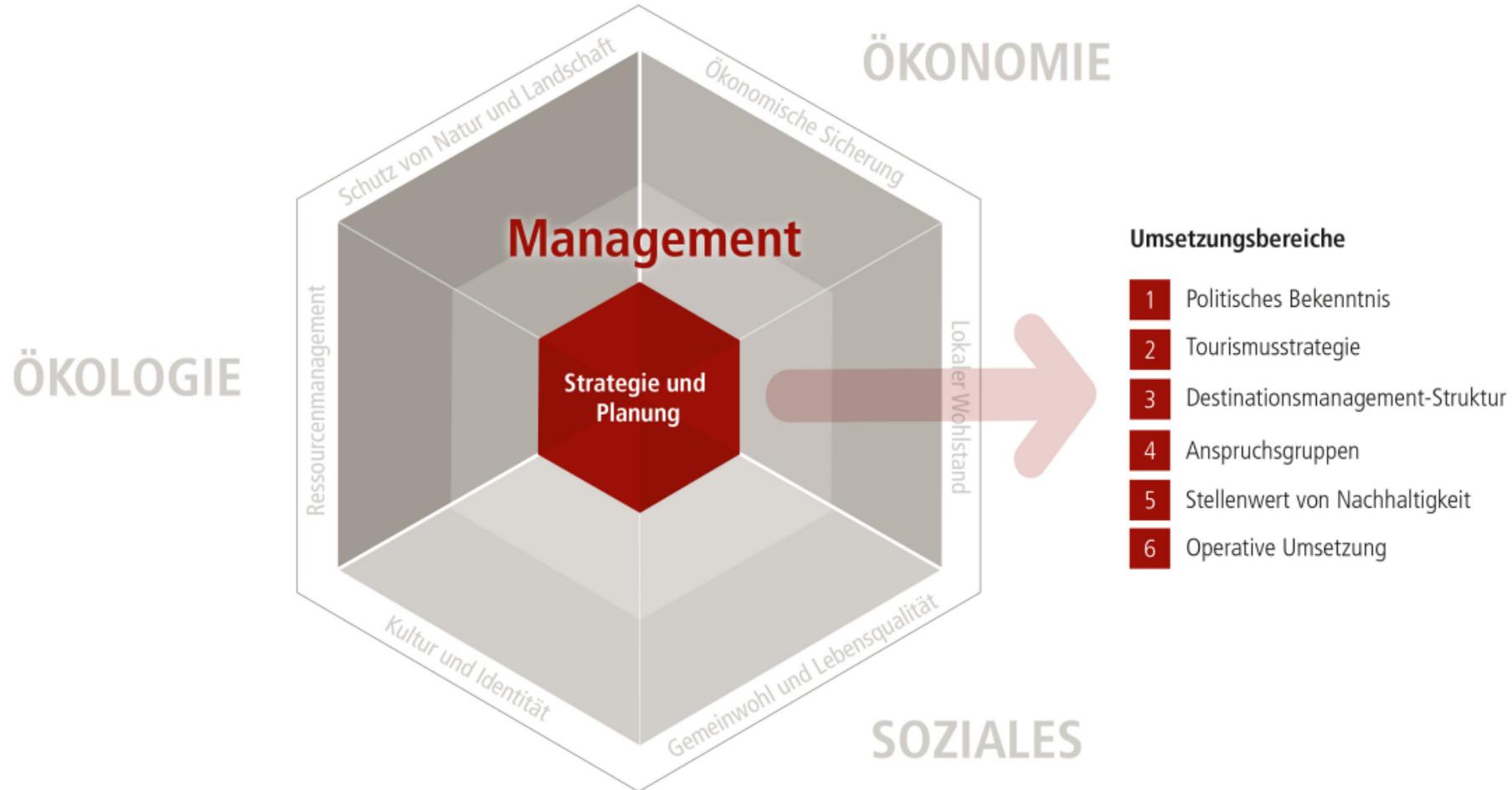
Projektbearbeitung



[LINK:](https://www.bte-tourismus.de/wp-content/uploads/2019/01/LF-Nachhaltigkeit-Deutschlandtourismus.pdf)  
<https://www.bte-tourismus.de/wp-content/uploads/2019/01/LF-Nachhaltigkeit-Deutschlandtourismus.pdf>

BMUB 2019

## Handlungsfelder für nachhaltige Tourismusdestinationen



## Aufgaben eines Nachhaltigkeits-Managements in Destinationen

- Anpassung der Geschäftsprozesse zur integrierten Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten (interne Projekte)
- Erstellung und regelmäßige Aktualisierung des Nachhaltigkeitsprogramms
- Informationsmanagement zu Nachhaltigkeitsthemen
- Stakeholderdialog zu Nachhaltigkeitsthemen
- Zuarbeit zu Destinationsstrategie, Risikomanagement und ggf. weiteren Managementprozessen
- Erstellung oder Unterstützung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und Nachhaltigkeitskommunikation
- Organisation des bürgerschaftlichen Engagements (externe Projekte)



## Wettbewerbsvorteile durch Nachhaltigkeit

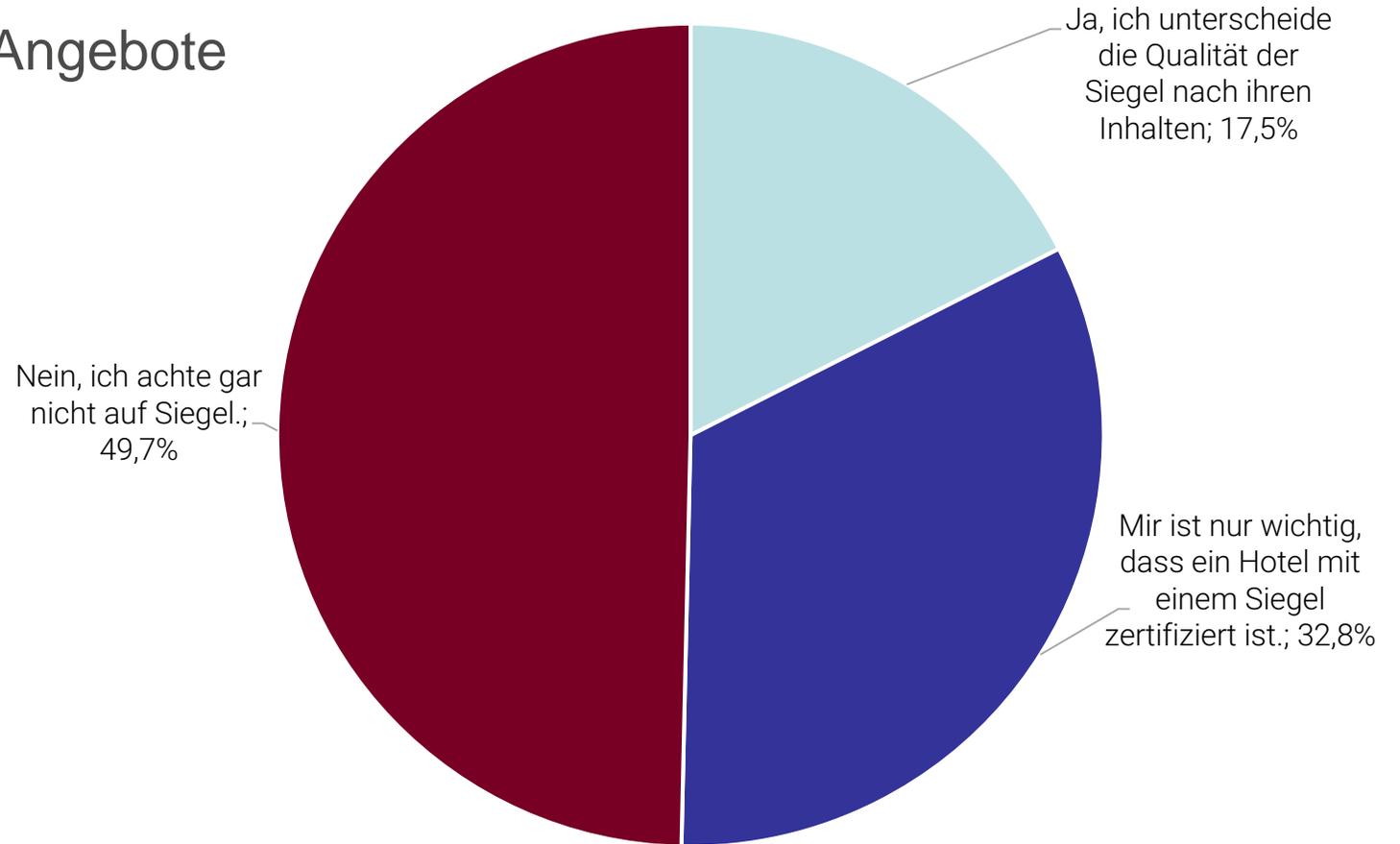
- Neue Produkte und Erschließung neuer Märkte
- Ansprache neuer Zielgruppen
- Motivation der Mitarbeiter
- Anziehen und Halten von Talenten
- Kosteneffizienz (Energie- und Materialeinsatz)
- Förderung von Innovationen
- Risikoreduzierung, Risikomanagement
- Aufbau und Schutz von Reputation und Marken
- Verbesserung der Investor Relations





## Sichtbarmachung nachhaltiger Angebote

- **Einzelne Nachhaltigkeits-siegel sind kaum bekannt (überhaupt kein Siegel bekannt: 60,3 %).**
- Dennoch haben Siegel eine hohe Glaubwürdigkeit.
- Wichtig ist vor allem eine deutliche Kennzeichnung der Angebote.



Quelle: Green Travel Transformation ([www.leuphana.de/greentravel](http://www.leuphana.de/greentravel)), Bevölkerungsbefragung Deutschland 2000 Personen, repräsentativ, Frage 31: Sind für Sie Unterschiede zwischen den Siegeln relevant? Bitte eine Antwort auswählen!

## Sichtbarmachung nachhaltiger Angebote

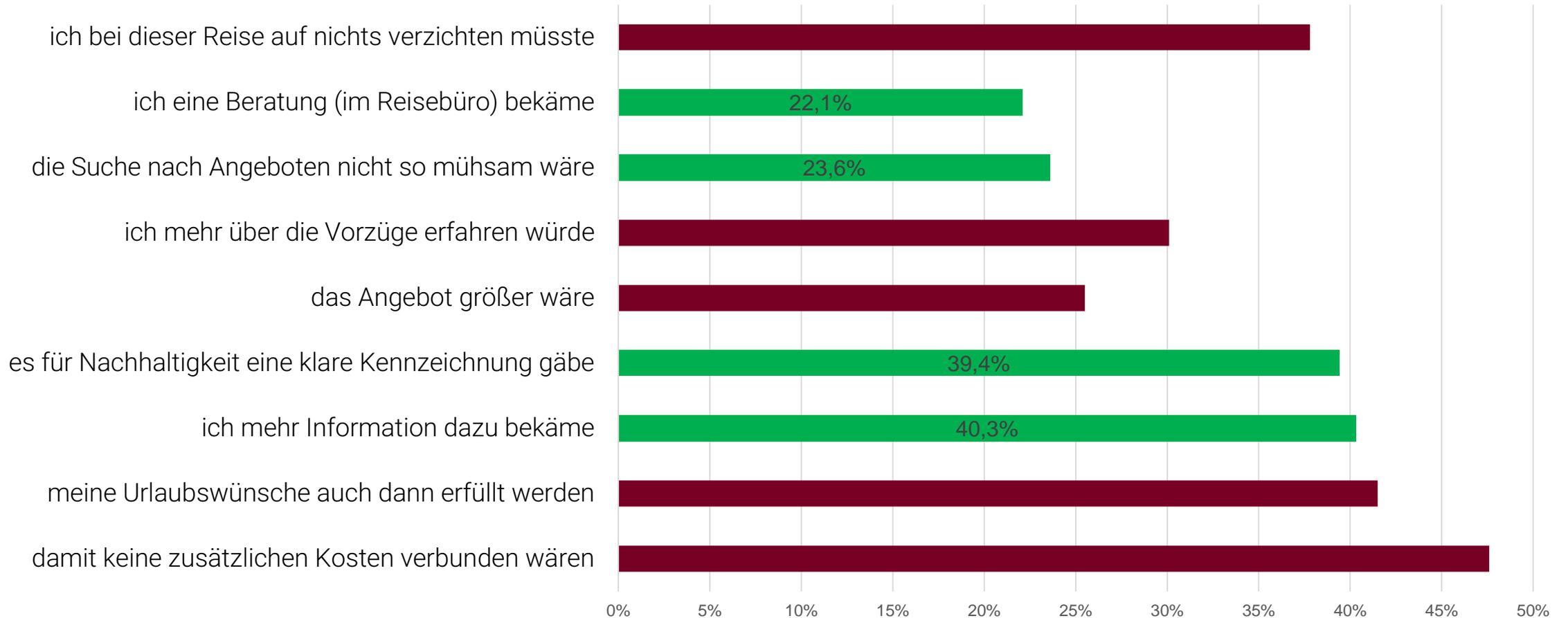
### Was ist Zertifizierung?

- Zertifizierung ist definiert als "ein freiwilliges Verfahren, das beurteilt, prüft und schriftlich zusichert, dass eine Einrichtung, ein Produkt, ein Prozess oder eine Dienstleistung bestimmte Standards erfüllt".
- Eine Zertifizierung vergibt ein marktfähiges Logo an diejenigen, die die Basisnormen erfüllen oder übertreffen".





## Buchungshürden bei nachhaltigen Reisen



Quelle: Green Travel Transformation ([www.leuphana.de/greentravel](http://www.leuphana.de/greentravel)), Bevölkerungsbefragung Deutschland 2000 Personen, repräsentativ, Buchungshürden.

## Arten der Zertifizierung

Obwohl sich gut konzipierte Zertifizierungsprogramme erheblich unterscheiden können, haben sie fast alle einige ähnliche Komponenten:

- freiwillige Einschreibung durch Unternehmen
- klar definierte Standards und Kriterien
- Bewertung und Prüfung
- Anerkennung und Auszeichnung der Verwendung eines Logos
- **regelmäßige Nachfolge-Audits zur Erneuerung der Zertifizierung**
- **Kontinuierliche Verbesserung**
- Transparenz
- partizipative Mechanismen zur Definition von Standards

## Vor- und Nachteile der Zertifizierung



- Die Zertifizierung hilft den Unternehmen, sich zu verbessern: einen Zertifizierungsprozess zu durchlaufen, ist lehrreich.
- Merkliche Senkung der Betriebskosten ist möglich
- Ermöglicht Akteuren einen leichteren Zugang zu technischer Hilfe und Finanzierung für die Einführung neuer Technologien
- Sichert Marketingvorteil



- Zertifizierung kann gute Geschäftspraxis nicht ersetzen.

## Jahrestagung des Bayerischen Zentrum für Tourismus 2022

„Tourismus im Zeichen des Klimawandels –  
Wachstum, neue Verantwortung, Verzicht ...?“  
17. und 18. Mai 2022 in Regensburg



Anmeldung unter:  
<https://bzt.bayern/events/jahrestagung-2022/>

