

## **A2NEU Immer besser statt immer mehr: Reisen nachhaltig machen**

Gremium: Landesausschuss  
Beschlussdatum: 12.12.2020

1 Die Corona-Pandemie ist eine Zäsur für den Tourismus. Die Tourismusbranche in  
2 Deutschland und in Bayern ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. 2019 vermeldete  
3 der Tourismus das zehnte Rekordjahr in Folge. Die wirtschaftlichen Einschnitte  
4 infolge der Pandemie sind nun aber dramatisch: Die Umsatzeinbußen der Branche  
5 gehen in die Milliarden. Unzählige touristische Unternehmen haben bereits  
6 aufgegeben oder sind in existentieller Not. Tausende insbesondere geringfügig  
7 Beschäftigte haben ihre Arbeitsstellen verloren, hunderttausende Beschäftigte  
8 sind in Kurzarbeit. Auch wenn es einzelne Lichtblicke gibt – beispielsweise in  
9 der Campingbranche – ist klar: Die Tourismusbranche insgesamt wird sich nach der  
10 monatelangen Corona-bedingten Zwangspause nicht schnell erholen. Notwendige  
11 Hygienemaßnahmen erlauben für viele nur ein eingeschränktes Angebot – auf nicht  
12 absehbare Zeit. Es ist auch völlig offen, wann ausländischen Gäste, eine für  
13 viele Destinationen und touristische Angebote wichtige Gruppe, wieder in  
14 gewohnter Anzahl einreisen werden.

15 Deswegen waren und sind die umfassenden Corona-Hilfen des Bundes und des  
16 Freistaats zwingend notwendig, um die Tourismusbranche in der dramatischen  
17 Situation des Pandemie-bedingten Shutdowns zu unterstützen und  
18 Verbraucher\*innen, Tourismusunternehmen und Reiseregionen zu entlasten. Wir  
19 Grüne setzen uns sogar für weitergehende finanzielle Hilfen für den Tourismus  
20 ein, beispielsweise durch zusätzliche Unterstützung für Solo-Selbstständige oder  
21 in Form eines Rettungsfonds, der zunächst aus Bundesmitteln finanziert und nach  
22 der Krise von den unterschiedlichen touristischen Unternehmen wieder gefüllt  
23 werden soll. Von dieser passgenauen Lösung würden insbesondere Reisebüros und  
24 Reiseveranstalter profitieren, die in den letzten Monaten nicht nur ausbleibende  
25 Provisionen, sondern sogar einen negativen Cashflow beklagten. Klar ist für uns  
26 aber auch: Die Corona-Hilfen sind kein Freifahrtschein für ein „Weiter so“.

27 Trotz der verheerenden wirtschaftlichen Auswirkungen ist die Corona-Pandemie  
28 auch eine Chance für den Tourismus. Als beliebtestes Bundesland bei inländischen  
29 und ausländischen Tourist\*innen hat Bayern vor der Pandemie mit 20 Prozent den  
30 größten Anteil zur touristischen Wertschöpfung in Deutschland beigetragen. Wir  
31 wollen, dass die Tourismusbranche in Bayern zu dieser Stärke zurückkehrt – wenn  
32 auch auf einem anderen Weg. Der wochenlange Shutdown hat Einheimischen auch den  
33 Unterschied ihrer Heimat mit und ohne massenhaften Tourismus deutlich vor Augen

34 geführt und so den Wunsch nach einem sanfteren und soziokulturell verträglichen  
35 Tourismus verstärkt. Gleichzeitig entdeckten viele Menschen die Schätze der  
36 Natur und suchten Ruhe und Erholung „daheim“ statt in der Ferne. Jetzt können  
37 die Weichen neu gestellt werden – weg von „immer mehr“ und einem einseitigen  
38 Fokus auf Übernachtungsrekorde hin zu einem nachhaltigen Tourismus. Uns geht es  
39 um ganzjährige Auslastung von Infrastruktur statt kurzzeitiger Spitzen. Uns geht  
40 es um ein gesundes Miteinander von Mensch und Natur, von Einheimischen und  
41 Besucher\*innen.

42 Der Tourismus braucht einen Paradigmenwechsel. Freizeit, Erholung und Urlaub  
43 sind überaus wichtig. Reisen entspannt nicht nur. Es bildet auch. Die Menschen  
44 wollen raus aus den eigenen vier Wänden, sie wollen an die frische Luft, sich  
45 erholen und neue Energie tanken und sie wollen Neues und Anderes entdecken.  
46 Tourismus darf aber nicht auf Kosten von Mensch, Natur und Klima gehen. Der  
47 bayerische Tourismus ist nur dann zukunftsfähig, wenn er Akzeptanz vor Ort  
48 schafft und unsere Regionen stärkt. Wir brauchen einen Wandel zum sanfteren,  
49 nachhaltigen Tourismus, der die ökologischen, ökonomischen und sozialen  
50 Auswirkungen berücksichtigt. Ressourcenschonung, lokale Wertschöpfung und faire  
51 Arbeitsbedingungen müssen die Grundpfeiler eines zukunftsfähigen Tourismus sein.

### 52 **Tourismus in die Breite tragen und Akzeptanz vor Ort schaffen**

53 Bisher wird touristischer Erfolg an der Quantität gemessen. Immer weiter  
54 steigende Ankunfts- und Übernachtungszahlen werden als Erfolge verbucht. Doch  
55 die Zunahme von Konflikten, besonders an touristischen Hotspots in den Städten  
56 und im Alpenraum, zeigt: Steigende Gästezahlen sind nicht alles.

57 Statt dieser Konflikte wollen wir den Tourismus in die Breite tragen. Bayern ist  
58 vielfältig und bietet viele schöne Ecken! Wir könnten das touristische Potential  
59 vor Ort viel besser nutzen. Dabei hilft eine kluge Besucher\*innenlenkung, die  
60 den Tourismus entzerrt und den Fokus auf alternative Reiseziele und weniger  
61 bekannte Sehenswürdigkeiten in der Region lenkt. Wir sollten die Menschen dazu  
62 ermutigen, weniger häufig, dann aber länger zu verreisen. Genuss und Erholung  
63 statt hektischer Kurztrips.

64 Ein in die Breite getragener, nachhaltiger Tourismus stärkt unsere Regionen und  
65 schafft lokale Wertschöpfung, auch in strukturschwachen und ländlichen Regionen.  
66 Denn nachhaltiger Tourismus stärkt die einheimische Produktion, die regionale  
67 Kultur und unterstützt lokale Unternehmen. Hotels und Unterkünfte können ihre  
68 Lebensmittel regional beziehen, Reisende können die Veranstaltungen der  
69 ortsansässigen Vereine besuchen, Souvenirgeschäfte können die Produkte des  
70 lokalen Handwerks verkaufen.

71 Gleichzeitig brauchen auch die lokalen, kleinen und mittelständischen  
72 Tourismusunternehmen Unterstützung, etwa wenn es darum geht, Barrierefreiheit

73 auszubauen, oder auch bei der Digitalisierung. Digitalisierte Prozesse können  
74 nicht nur dazu beitragen, Bürokratieaufwand zu senken, sondern auch eine  
75 gezielte Besucher\*innenlenkung ermöglichen, die Wertschöpfung optimieren und  
76 somit touristische Destinationen zukunftssicher machen. Wir müssen auch  
77 diejenigen gezielt stärken, die häufig unter dem Radar bleiben, aber so wichtig  
78 für die touristischen Strukturen in unseren Regionen sind: Zum Beispiel  
79 Jugendherbergen, Schullandheime oder Gästeführer\*innen. Für den Wandel zum  
80 nachhaltigen Tourismus sind finanziell gut ausgestattete und handlungsstarke  
81 Kommunen ausschlaggebend. Denn nur gut ausgebaute Freizeit- und Kulturangebote  
82 wie Schwimmbäder, Parkanlagen, Museen und Theater in unseren Städten und  
83 Gemeinden steigern die Attraktivität alternativer Reiseziele abseits der  
84 Tourismus-Hotspots, und gleichzeitig profitieren auch die Bürger\*innen in den  
85 Regionen.

86 Nachhaltiger Tourismus wird vor Ort akzeptiert. Er fügt sich harmonisch in die  
87 bestehenden Strukturen ein und zwingt sich Einheimischen nicht auf. Nachhaltiger  
88 Tourismus fördert das Miteinander zwischen Einheimischen und Reisenden. Beide  
89 Gruppen profitieren voneinander. Nachhaltiger Tourismus steigert die  
90 Lebensqualität der Einheimischen. Deswegen ist es nur der erste Schritt, den  
91 Tourismus in die Breite zu tragen. Insbesondere für Tourismus-Hotspots ist es  
92 wichtig, wirksam zu verhindern, dass knapper Wohnraum zu Ferienwohnungen  
93 zweckentfremdet und somit weiter reduziert wird.

94 Auch die Beschäftigten in der Tourismusbranche, insbesondere im Hotel- und  
95 Gastgewerbe, dürfen nicht vergessen werden, wenn es darum geht, Tourismus vor  
96 Ort zu akzeptieren und die Lebensqualität der Einheimischen zu steigern. Die  
97 Beschäftigten brauchen faire Arbeitsbedingungen und ausreichend bezahlbaren  
98 Wohnraum. Neben sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungen und angemessenen  
99 Löhnen muss auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglicht werden –  
100 trotz herausfordernder Arbeitszeiten.

### 101 **Umweltfreundliche Mobilität fördern und Ressourcen schonen**

102 Nachhaltiger Tourismus ist umweltschonend – bei der An- und Abreise sowie der  
103 Mobilität vor Ort. Umweltfreundliche touristische Mobilität ist bequem,  
104 preisgünstig und verlässlich. Für eine umweltfreundliche An- und Abreise muss  
105 das Nachtzugnetz wiederbelebt und europäisch ausgebaut werden. Die Reisenden in  
106 Bayern sollen nicht auf ein eigenes Auto angewiesen sein – weder in der Stadt  
107 noch im ländlichen Raum. Deswegen brauchen wir eine nahtlose Verknüpfung von  
108 Schienenfernverkehr und Fernbus, Fahrrad, öffentlichem Nahverkehr und neuen  
109 Mobilitätsangeboten. Wir Grüne wollen, dass der Freistaat beim Regionalverkehr  
110 auf der Schiene touristische Bedarfe stärker berücksichtigt. Und wir fordern,  
111 Kommunen bei der Erarbeitung und Umsetzung passender, umweltfreundlicher  
112 Mobilitätslösungen zu unterstützen. Dazu gehören ein zuverlässiger Nah- und  
113 Fernverkehr, Sharing-Angebote wie Leihräder, E-Roller und E-Autos – nicht nur in  
114

115 Ballungszentren, sondern insbesondere im ländlichen Raum. Gut ausgebaute  
116 Mobilitätsangebote sind entscheidend, wenn Menschen das Auto stehen lassen und  
trotzdem neue Orte in Bayern entdecken wollen.

117 Attraktiver öffentlicher Nahverkehr ist zeitgemäß, modern und digitalisiert. Das  
118 gilt auch für die Infrastruktur: Neben Zügen und Bussen müssen auch Bahnhöfe und  
119 Bushaltestellen barrierefrei werden. Tarifsysteme müssen nicht nur einfacher  
120 werden, sie müssen sich auch mit anderen umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten  
121 wie Leihrädern einfach kombinieren lassen und überregional gültig sein. Tickets  
122 und Fahrpläne müssen online gekauft und eingesehen werden können. Für eine  
123 umweltschonende Reisevorbereitung müssen auch Informationen einfach zugänglich  
124 sein. Zusammen mit einer attraktiven Preisgestaltung wird dadurch das Umsteigen  
125 vom Auto auf den ÖPNV unterstützt.

126 Insbesondere in den Großstädten und Ballungsräumen machen Geschäftsreisende  
127 einen großen Anteil an der touristischen Wertschöpfung aus. In Corona-Zeiten ist  
128 der Messe-, Kongress- und Geschäftstourismus weitgehend zum Erliegen gekommen.  
129 In dieser Zeit der Unsicherheit müssen wir Messestandorte dabei unterstützen,  
130 das Segment zu erhalten. Doch auch hier ist eine Transformation möglich und  
131 wichtig: Messestandorte sind in der Regel gut ans Bahnnetz angeschlossen. Die  
132 Anreise mit dem Flugzeug ist oft unnötig, ökologisch verheerend und sollte wo  
133 immer möglich vermieden werden. Wir brauchen für Geschäftsreisende keine  
134 weiteren Startbahnen oder Subventionen für den Flugverkehr, sondern ein  
135 attraktives, schnelles europäisches Schienennetz und eine komfortable Bahn-  
136 Infrastruktur, die entspanntes und gleichzeitig klimafreundliches Reisen  
137 erleichtert und erschwinglich macht.

138 Auch der schonende und effiziente Umgang mit den natürlichen Ressourcen ist  
139 Bestandteil eines zukunftsfähigen Tourismus – nicht nur bei der Mobilität,  
140 sondern auch bei Unterkunft und insbesondere bei der Verpflegung. Müll,  
141 Einweggeschirr und -besteck müssen so weit wie möglich vermieden werden.  
142 Plastikverpackungen müssen auf das Nötigste begrenzt werden. Auch mit un bebauten  
143 Flächen muss schonend umgegangen werden.

### 144 **Naturtourismus stärken und umweltschädlichen Tourismus transformieren**

145 In Pandemie-Zeiten, in denen die Gesundheit besonders gefährdet ist, zeigt sich  
146 ein Trend zum gesundheitsfördernden Naturtourismus. Die Nachfrage nach  
147 Radfahren, Wandern, Kanutouren, Klettern oder einfachen Aufhalten in der  
148 Natur ist in Corona-Zeiten riesig. Naturtourismus kann sich positiv auf die  
149 Gesundheit der Reisenden auswirken, sollte aber auch förderlich für Umwelt und  
150 Klima sein. Der Trend zu Rad-, Wander- oder Campingurlaube in Pandemie-Zeiten  
151 bietet die Chance, Naturtourismus als nachhaltige und zukunftsfähige Reiseform  
152 auch langfristig durch entsprechende Förderung zu stärken. Dafür müssen  
153 insbesondere die Radwege deutlich stärker ausgebaut werden.

154 Doch je mehr Menschen in die Natur strömen und sensible Ökosysteme besuchen, ist  
155 es gleichzeitig umso wichtiger über ökologische Schätze aufzuklären, zu  
156 sensibilisieren und Besucher\*innen zu lenken. Nutz- und Schutzzonen müssen  
157 etabliert und durchgesetzt werden. Umweltbildung stellt eine tragende Säule  
158 eines naturnahen Tourismus dar. Um das immer beliebtere Wildcampen in freier  
159 Natur einzudämmen, wollen wir legale Trekking- und Biwakplätze in geeigneten  
160 Regionen etablieren. Die bessere Förderung von Natur- und Nationalparks sowie  
161 Biosphärenreservaten unterstützt die Möglichkeiten zu Aufklärung und  
162 Sensibilisierung.

163 Neben dem Naturtourismus braucht auch der naturverträgliche Gesundheitstourismus  
164 beispielsweise in Gestalt von strukturierten medizinischen Angeboten (z.B.  
165 Heilbädern oder Kurorten) eine gezielte Stärkung. Denn auch der  
166 Gesundheitstourismus trägt zum Wohlbefinden und zur Gesundheit der Reisenden  
167 bei.

168 Wir wollen, dass auch die aktuell noch umweltschädlichen Tourismusformen im 21.  
169 Jahrhundert ankommen. Flusskreuzfahrtschiffe beispielsweise müssen an  
170 bayerischen Anlegern konsequent Landstromkabelversorgung bekommen und  
171 perspektivisch komplett auf erneuerbare Antriebsformen umgestellt werden. Im  
172 Wintertourismus beenden wir die Förderung von weiteren Beschneiungsanlagen.  
173 Statt an der Vergangenheit zu klammern und mit Steuergeldern Anreize für  
174 millionenschwere Abhängigkeiten zu schaffen, wollen wir unsere Tourismus-  
175 Destinationen auch in Zeiten des Klimawandels zukunftssicher aufstellen.

176 Grüne Förderpolitik setzt auf umweltverträgliche und ressourcenschonende  
177 Tourismusangebote. Grüne Politik schafft Lösungen, die Gäste und Einheimische  
178 versöhnen. Grüne Politik schützt die Natur, aber macht sie für alle in unserer  
179 Gesellschaft erlebbar. Grüne Politik setzt auf Regionalität und entspanntes  
180 Reisen. Kurz: Wir wollen, dass Urlaub das ist, was er sein sollte: Entspannung,  
181 Kraft tanken und wundervolle Erlebnisse – heute und in der Zukunft!