

Projekt „Förderung des nachhaltigen Tourismus in Deutschland – Gute Beispiele und Problemlösungen (NTiD)“



Fachkonferenz

Nachhaltigen Tourismus in Deutschland gestalten:
Anforderungen an zukunftsfähige Mobilität und Klimaschutz

**Mittwoch, 03.11.2021, ZOOM Online-Veranstaltung
10:00 – 15:30 Uhr**

Zusammenfassung:

Begrüßung und Einführung (Rolf Spittler Ö.T.E. e.V.)

Nachhaltige Mobilität als Rückgrat eines nachhaltigen Tourismus und Beitrag zum Klimaschutz

Weichen stellen: Eine Mobilitätswende für den Tourismus

Referent: Philipp Kosok; AGORA-Verkehrswende

Philipp Kosok von der AGORA-Verkehrswende stellt Lösungsansätze für eine Mobilitätswende im Tourismus in Deutschland vor. Er konstatiert keinerlei Fortschritt und gleichbleibende Emissionen in der nachhaltigen Mobilität in den letzten 30 Jahren. Er sagt, dass Alltagswege zwar hierbei den Großteil der Mobilität ausmachen und es nicht ausreicht, die derzeitige Masse an PKWs mit Batterien auszustatten. Dieser Strombedarf könne durch erneuerbare Energien nicht abgedeckt werden.

Beim Erreichen der Klimaziele spielen auch Urlaubsreisen eine Rolle – einmal durch Fernreisen, aber auch durch Mittelstrecken. Die Mittelstreckenflüge haben deutlich zugenommen. Da ist das große Verlagerungspotenzial auf den Bahnverkehr.

Er stellt fest, dass Bahn- und Flugverkehr im direkten Preiswettbewerb stehen. Letzteres ist die größte Konkurrenz zu klimafreundlichen Reisemöglichkeiten auch durch einen unfairen Preiswettbewerb.

Deshalb ist ein Umdenken in den nächsten 5-10 Jahren auf ein neues Verkehrssystem dringend erforderlich. Hierbei muss der Flug- und Autoverkehr auf die Agenda.

Fazit: Politische Entscheidungen sind dringend erforderlich, um klimafreundliche Mobilität zu fördern. Beispielsweise kann Deutschland Flüge und Kerosin besteuern (auch EU-weit), um den Preiswettbewerb zwischen Flug- und Bahnverkehr zu mindern. Der Bahnverkehr hat nach

wie vor großes Potential, zum Beispiel mit der Einführung von Nachtzügen. Von der nächsten Bundesregierung erwartet er Rückenwind für die Mobilitätswende vor Ort.

Studie:

Prognos, Öko-Institut, Wuppertal-Institut (2021): Klimaneutrales Deutschland 2045. Wie Deutschland seine Klimaziele schon vor 2050 erreichen kann. Zusammenfassung im Auftrag von Stiftung Klimaneutralität, Agora Energiewende und Agora Verkehrswende.

https://www.agora-verkehrswende.de/fileadmin/Projekte/2021/KNDE_2045/Klimaneutrales-Deutschland-2045.pdf

Reisemobilität in Deutschland: Wie viel, wohin, womit? - Entscheidungskalküle der Reisenden und Handlungsoptionen für beteiligte Akteure

Referentin: Angelika Schulz; DLR – Institut für Verkehrsforschung

Angelika Schulz vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Institut für Verkehrsforschung, berichtet über eine Studie zu Langstreckenmobilität in Deutschland, die sie 2017 durchgeführt hat. Die analysierten Daten innerhalb der Studie zeigen unter anderem, dass 8% des Verkehrsaufkommens außerhalb der gewohnten Umgebung liegen und für 51% der Verkehrsleistung verantwortlich sind und wiederum 2% des Verkehrsaufkommens Langstrecken-Reisen sind und für 46% der Verkehrsleistung sorgen.

Darüber hinaus gibt es ein überraschendes Ergebnis: Deutsche Urlauber*innen präferieren nicht zwingend eine Destination weit weg vom Heimatort, sondern in erster Linie ein Reiseziel, das „anders“ als die gewohnte Umgebung ist. Das kann auch der Nationalpark 50 Kilometer weit weg sein, demnach spielen Kilometer keine Rolle bei der Urlaubsauswahl. Umweltbelastungen der verschiedenen Verkehrsmittel spielen jedoch auch nur eine untergeordnete Rolle bei der Entscheidungsfindung. Es gibt zwar ein Umweltbewusstsein, aber dies schlägt sich nicht in der Reiseentscheidung wieder. Zwei Drittel aller Reisenden kennen beispielsweise CO₂-Kompensation für Reisen nicht, wobei 20% der Nutzer*innen einer Kompensation mehrheitlich angeben, dieses Instrument in Zukunft nicht mehr benutzen zu wollen. Hier müsste es deutlich bessere Anreize geben.

Fazit: Identifizierte Maßnahmenbereiche für nachhaltige Mobilität im Tourismus für Deutschland und beteiligte Akteure sind:

Identifizierte Maßnahmenbereiche

Maßnahmenbereich	Beispiel
Stärkung von Urlaubsreisezielen „in der Nähe“	Kapazitäten im Binnentourismus besser nutzbar machen (Saisonverlängerung)
Beeinflussung von Reiseorganisation und -ablauf	Integration der Dienstreisen in Klimaschutzmanagement von Unternehmen
Stärkung von Bahn und Bus als Verkehrsmittel	Wiederausbau des Nachtzugnetzes (Deutschland, auch grenzüberschreitend)
Beeinflussung (=Reduzierung) des MIV	Tempolimit auf Autobahnen
Beeinflussung (= Reduzierung) des Luftverkehrs	Angebotsregulierung (Begrenzung des Angebots)
Beeinflussung des Langstanzpendelns	Reduzierung der Pendelhäufigkeit (z. B. Förderung von Homeoffice)
Effiziente Abwicklung des Langstreckenverkehrs	Engmaschigere Knüpfung der deutschen/europäischen Bahnnetze in die Peripherie
Monetäre Ansätze (Bepreisung, Budgetierung, Kompensation)	Individualisiertes CO ₂ -Budget
Sozialisation von Kindern/ Jugendlichen: Förderung der Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel	BahnCard und Interrail als Möglichkeit, junge Menschen als Kundengruppe zu gewinnen
Aufbau einer nachhaltigen Mobilitätskultur und Kommunikationsstrategie	Positive Kommunikationsstrategien: Anreize statt Verbote
Digitalisierung, Virtualisierung	Bereitstellung von Kommunikationswerkzeugen, die den geltenden deutschen/europäischen datenschutzrechtlichen Anforderungen genügen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von MAGDOLEN et al. (im Druck)

Studie:

Schulz et al. (2020): Klimawirksame Emissionen des deutschen Reiseverkehrs. Texte 141/2020. Projekt im Auftrag des UBA, FKZ 3717 16 108 0.

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-07-20_texte_141-2020_emissionen-reiseverkehr_0.pdf

Aus dem Chat:

- Kompensationszahlungen nicht mehr nutzen, weil sie das Problem nicht lösen. Deswegen ist 2/3 Unwissenheit positiv zu bewerten.
- Beim Ausbau des Tourismus in Deutschland dürfen sich gleichzeitig die Bedingungen der Einheimischen für ihre Freizeitgestaltung nicht verschlechtern (Stichwort Verbote).

Imagewende: Nachhaltige Mobilität emotional verkaufen

Referent: Michael Adler; tippingpoints GmbH, Agentur für nachhaltige Kommunikation

Michael Adler, der Geschäftsführer von tippingpoints GmbH, Agentur für nachhaltige Kommunikation, betont, dass es bei Konsumentenscheidungen auch um Emotionen geht und gerade beim Reisen. Er plädiert für eine Imageverbesserung von Nahzielen und setzt sich deshalb für ein anderes Bild von Tourismus ein. Bessere Werbung für „exotische Angebote“ in Deutschland sind nötig, um Kurzurlaube vor Ort zu fördern. Diese Verhaltensänderung erfordert eine andere Art der Bewerbung: Urlaube in Deutschland müssen attraktiver und umweltfreundlicher gestaltet und vermarktet werden.

Die gesamte Mobilitätskultur muss sich ändern und positiv geframt werden. Dazu gehört auch eine fuß- und radfreundliche Gestaltung der Innenstädte, der Ausbau von Parkmöglichkeiten und Infrastruktur für Räder. Das Mieten von Autos und Rädern oder Car-Sharing muss in

ländlichen Regionen einfacher gemacht werden. Auch öffentliche Verkehrsmittel brauchen einen Umschwung: Bus- und Bahnverkehr muss attraktiver gemacht werden, zum Beispiel durch den Ausbau von Kapazitäten zur Fahrradmitnahme in der Bahn.

Fazit: Oben genannte Probleme und Lösungsansätze können durch gezielte positive Kommunikation, Werbung und Umgestaltung angegangen werden. Das beweisen viele gute Beispiele aus anderen Ländern in Europa.

„Nachhaltigkeit muss die Party in der Stadt sein, die ausverkauft ist.“ (Ed Gillespie)

Aus dem Chat:

- Das Projekt der E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße, wo (E-)Mobilität im Tourismus aktuell mit Hochdruck bearbeitet wird. Hier mehr Infos und Fotos zum Biohotel Eggenberger: <https://www.eggenberger.de/de/hotel/nachhaltige-energie/>.
- Die DIMB und Radfahrvereine versuchen eine Vielzahl von örtlichen MTB-Angeboten zu schaffen. Es scheitert sehr oft an Jagd, Forst, Grundeigentum, Naturschutz usw. Dabei würden attraktive MTB-Angebote vor Ort viel unnötigen PKW-Verkehr verhindern. Der Dachverband IMBA nennt dies "More trails close to home".
<https://www.imba.com/our-focus>
- Carsharing im ländlichen Raum - es gibt bereits verschiedenste Initiativen: <https://ammer-loisach-energie.moqo.de/>, <https://www.omobi.de/>, <https://www.ueberlingen-bodensee.de/just-explore-bodensee>
- Shuttle und umgesetzte Projekte siehe auch: <https://ioki.com/>

Praxisbeispiele: Nachhaltige Mobilität in Destinationen

Region 1: Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe-Brandenburg

Mobilität im ländlichen Raum: alles erreichbar? Problemstellung - Lösungsansätze

Referent: Jan Schormann; Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe-Brandenburg

Jan Schormann vom Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe-Brandenburg präsentiert Problemstellung und Lösungsansätze der Mobilität im ländlichen Raum. Das Biosphärenreservat hat die geringste Bewohner*innendichte in ganz Deutschland und steht deshalb täglich vor dem Problem des mangelnden ÖPNV-Angebots, welches den sozioökonomischen Rahmenbedingungen geschuldet ist. Herr Schormann kritisiert den Fokus der Politik, der immer noch auf Individualverkehr mit dem PKW liegt. Durch das mangelnde Angebot liegen die Perspektiven der Nutzer*innen auf dem PKW. Das Einführen der „BrandenburgCard“ solle Besucher*innen dazu animieren, vermehrt den ÖPNV zu nutzen. In der Machbarkeitsstudie zur „Brandenburg Card“ wurden lokale Entscheidungsträger*innen befragt, diese jedoch reagierten verhalten auf ein solches Konzept. Nach Meinung von Herrn Schormann wird für eine Verkehrswende mehr Mut und Innovationskraft gebraucht.

Bei der Suche nach Lösungsansätzen für das Biosphärenreservat wurde auf Best-Practice-Beispielen aus ganz Deutschland zurückgegriffen. Da die Region eine beliebte und etablierte Radreiseregion ist, sitzt der Fokus auf einem Ausbau des Fahrradverleih-Netzwerks und dem Plus Bus, der einen Anschluss an den Fernverkehr und den Besucherzentren bietet, die

Fahrradmitnahme vereinfacht und ein Rufbussystem ergänzt. Die E-Bus-Initiative der VLP testet im Moment zehn Fahrzeuge, welche dann im Biosphärenreservat eingesetzt werden sollen.

Fazit: Ein Anfang für die „Verkehrswende im ländlichen Raum“ ist gemacht, bei welcher nachhaltige Mobilität einen wichtigen Beitrag zur ressourcenschonenden Regionalentwicklung und zum Klimaschutz leistet. Es besteht ein Wille zum Prozess der nachhaltigen Mobilitätsentwicklung, dennoch fehlen viele politische und praktische Rahmenbedingungen, um den Weg zu ebnen.

Aus dem Chat:

BestPractice-Beispiel „AlbCard“ in der Region Schwäbische Alb: Vereint sind kostenlose Eintritte in zahlreiche Attraktionen UND kostenlose Nutzung des ÖPNV im gesamten Regionsgebiet. Die Schwäbische Alb ist rund 8.500 km² groß.

Das gleiche Prinzip gilt auch für die „MeineCardPlus“ in der GrimmHeiamt NordHessen seit 2013.

Interessant dazu auch die dwif-Studie, die sich allerdings nur auf Hessen bezieht:

https://dwif.de/images/news/PDF_2020/Potenzialanalyse_Tourismus_Erreichbarkeit_Hessen_dwif.pdf

Fahrtziel Natur: Übersicht kostenlose Mobilität auf Gästekarte:

<https://www.fahrtziel-natur.de/aktuell/kostenlos-mobil>

Fahrtziel Natur: Hier wird auch die Finanzierung [von Gästekarten] beschrieben:

<https://www.dwif.de/infopool/publikation/nachhaltige-mobilitaetskonzepte-fuer-touristen-im-oeffentlichen-verkehr-mit-fokus-auf-regionen-im-bereich-von-grossschutzgebieten-heft-56-2016.html>

Region 2: Destination Harz

Hatix - Mobilitätsticket Harz: Förderung, Angebotsgestaltung und -akzeptanz

Referent: Friedhart Knolle; Nationalpark Harz

Dr. Friedhart Knolle stellt einen ÖPNV-Lösungsansatz aus dem Nationalpark Harz vor. „HATIX“ ist eine Gästekarte und ein „kostenloser“ Fahrschein für den lokalen ÖPNV. Die Karte wird in der jeweiligen Unterkunft ausgestellt. Ein Beitrag von 25 Cent pro Übernachtung und pro Person wird berechnet. Interessant: Um HATIX umzusetzen wurde im Ostharz das Gesetz umgangen, welches später angeglichen wurde - ein Beispiel über die Flexibilität eines Landrats.

Erste Effekte für die Region wurden schon in der Pilotphase verzeichnet:

- Wettbewerbsvorteil für die Reisedestination Harz: Das besondere Serviceangebot eines kostenfreien straßengebundenen ÖPNV generiert einen Wettbewerbsvorteil für den Harz

- Steigerung der Übernachtungszahlen und höhere Wertschöpfung für die Region
- Reduzierung des Individualverkehrs von Gästen
- Akzeptanz des Gästebeitrages steigt
- Melde-Genauigkeit der Gastgebenden steigt
- Höhere Auslastung des straßengebundenen ÖPNV leistet Beitrag zur Zukunftssicherung bestehender Busanbindungen und ermöglicht Verbesserungen im Liniennetz, Mehrwert auch für Einheimische
- aktiver Beitrag zum Klimaschutz im Harz wirkt imagefördernd.

Fazit: Die Einführung von HATIX kann als Best-Practice angesehen werden.

Aus dem Chat:

Nutzen von HATIX auf Tagetouristen und vor allem auch für Einheimische ausweiten. Herr Dr. Knolle stimmt einem Ausweitungsbedarf von HATIX zu.

Thema: Tourismus geht am besten zu Fuß

Referent: Roland Stimpel; Fuss e.V.

Roland Stimpel von Fuss e.V. setzt sich für die wichtigste und natürlichste Mobilitätsform im Tourismus ein: der Mobilität zu Fuß. Nach der Darlegung der Vorteile dieser Mobilitätsart macht er deutlich, wie Infrastruktur dafür gestaltet werden sollte. Hier geht es vor allem um die Bereiche:

- Wege,
- Wege-Umgebung,
- durchgehende Netze
- Orientierung.

Beispiele von Maßnahmen für die Verbesserung der Infrastruktur sind: wenig Unterbrechung durch Fahrbahnen, durchgehende Gehwege, zum Beispiel: Shared Space / Verkehrsberuhigung, Zebrastreifen, Gehweg-Überfahrten, Fußgängerzone.

Über die Infrastruktur für die Orientierung kann eine Lenkung der Fußgänger*innen erreicht werden. Ausreichend Platz sollte auch durch ein Flächenmanagement für Fußgänger*innen erreicht werden (Gehwege frei von Müll sind, Außengastronomie und E-Roller müssten in ihrem Platz beschränkt werden). Fuß-Tourismus sollte in den Verwaltungen und Planungsebenen verankert und personell besetzt sein.

Fazit: Auch für die Förderung von Fuß-Mobilität muss noch einiges getan werden.

E-Bike Mobilität und Mountainbiking: Ein Blick in die Regionen

Elektro-Fahrrad-Mobilität (inkl. Mountainbiking): Stimmungsbild in deutschen Tourismusregionen

Referent: Tilman Sobek; Mountainbike-Tourismusforum

Tilman Sobek vom Mountainbike-Tourismusforum stellt eine Studie mit Expertenbefragung vor, an der insgesamt knapp 250 Organisationen (DMO's, Kommunen, Leistungsträger sowie weitere Stakeholder) aus dem Bundesgebiet teilgenommen haben. Der Schwerpunkt lag auf Marketing mit Fokus auf Radfahren und Wandern. Momentan boomen Natur-Raddestinationen. 25% aller Gäste in den befragten Destinationen sind mit dem Rad (inkl. Mountainbike) unterwegs. Vor allem die Aktivsaison 2021 war sehr erfolgreich, mit großem Aufschwung im Vergleich zu 2019/20. Eine Zunahme ist im E-Bike und (E-)Mountainbike Radtourismus zu verzeichnen. Diese Entwicklung spricht für einen weiteren Bedeutungsgewinn von aktiv- und naturorientierten Themen in Zukunft.

Allgemein fährt knapp die Hälfte aller Radfahrenden schon heute mit E-Bike und eine Steigerung auf fast drei Viertel wird bis 2030 erwartet. Die Studie zeigt, dass sowohl Chancen (z.B. Erschließung neuer ZG, Steigerung der touristischen Wertschöpfungskette) als auch Herausforderungen (z.B. mangelnde Infrastruktur, Netzwerkausbau und Angebotsanpassungen notwendig) von Stakeholdern erkannt werden.

Es werden mehrere Anpassungsbedarfe über alle Handlungsfelder hinweg identifiziert z.B.:

- keine Differenzierung Rad/E-Bike in Strategie und Marke
- Festigen von Kooperationen, auch regionsübergreifend
- Ausbau von Infrastruktur gemessen an Bedürfnissen von E-Bikenden
- zielgruppenspezifische Ansprache über alle Kommunikationskanäle hinweg.

Fazit: Radverkehr im Alltag und Tourismus können besser gemeinsam geplant werden. E-Mobilität hat ein großes Potenzial, dass in den Regionen genutzt werden sollte.

Region 3: Praxisbeispiel

E-Mountainbiking in den Bergen; steigende Nachfrage – hoher Nutzerdruck

Referent: Benjamin Trotter; Deutscher Alpenverein

Benjamin Trotter vom Deutschen Alpenverein informiert über die steigende Nachfrage und hohem Nutzerdruck von (E-) Mountainbiking in den Bergen. In 2020 waren 15% von 5,04 Millionen der verkauften Fahrräder Mountainbikes. Davon wiederum sind die beiden größten Gruppen Trail- (59,5%) und Tour-Bikers (22,8%). Der deutsche Alpenverein setzt in Berg-Destinationen auf ein Besucherlenkungskonzept, bei welchem Verbote vermieden werden und stattdessen mit Angeboten gelenkt wird:

- Ausweisung von Strecken/Routen
- Runde Tische
- Informationen bezüglich Haftung
- Beschilderungskonzept

- Diverse Leitfäden
- Öffentlichkeitsarbeit

Fazit: Es gibt ein Spannungsfeld zwischen Politik, Natur- und Sozialverträglichkeit, wobei die Sozialverträglichkeit die größte Herausforderung darstellt (z.B. Akzeptanz von Grundstücksbesitzern, diverse Nutzungen auf einem Weg), wie es auch aus dem Chat hervorgeht.

Aus dem Chat (zum Spannungsfeld Sozialverträglichkeit):

Wie ist es beim Wandern, mit Blick auf Konflikte?

DIMB e.V.: Studie der FVA Freiburg sieht kaum Konflikte zwischen Wanderern und MTB:
https://www.fvabw.de/fileadmin/publikationen/sonstiges/190625erholung_bike2.pdf

Studie des Deutschen Wanderverbandes sieht wenig Konflikte der Naturnutzer:
<https://natursport-umwelt-bewusst.de/download/2493/>

Persönliche Erfahrungen bestätigen aber (regional, z.B. Oberstdorf) große Konflikte zwischen E-Radlern (nicht nur E-MTB) und Wanderern, da die Anzahl der Radler*innen auf einspurigen Wanderwegen deutlich zugenommen hat.

DIMB e.V. verweist darauf, dass Fakten und nicht persönliche Eindrücke schön wären. Deren Eindruck aus Oberstdorf war, dass es dort wo viele Wanderer sind kaum Mountainbiker gibt (2018 während 4 Tage Urlaub dort nur einen einzigen Mountainbiker getroffen). Denn die Wanderer fahren mit den Bergbahnen auf den Gipfel. Und die sind selbst mit einem E-MTB schwer erreichbar.

Konfliktlösung durch Aufklärung und Kommunikation:

DIMB e.V.: Hier sollte das Augenmerk mehr auf ein natur- und sozialverträgliches Miteinander aller Erholungssuchenden gelegt werden. Wenn jeder seine Pflichten und seine Rechte kennt und wahrnimmt und dieses Konzept auch in der (touristischen) Kommunikation in die Breite getragen und unterstützt wird, funktioniert das auch.

Alpenregion Tegernsee Schliersee KU: Es ist doch alles eine Frage der Aufklärung und Sensibilisierung für das Thema: Wenn ich weiß, dass den Weg auch Biker nutzen, erschrecke ich mich auch nicht, wenn ich einen Biker sehe. In der Region wurden den Sommer über touristische Ranger eingesetzt, die von keinerlei Konflikten diesbezüglich berichten konnten. Wichtig ist aber, alle Nutzergruppen aufzuklären und für gegenseitige Rücksichtnahme zu werben.

DIMB e.V.: Lenkung durch attraktive und vielfältige Angebote und Aufklärung aller Naturnutzer statt Trennung derer sollte mehr gefördert werden.

Gefördert durch das Umweltbundesamt aus Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)

