



Die Zukunft des Tourismus in Bayern

Positionspapier der BayernSPD-Landtagsfraktion

Februar 2015

Martina Fehlner, MdL
Tourismuspolitische Sprecherin
der BayernSPD-Landtagsfraktion
Maximilianeum
81627 München
martina.fehlner@bayernspd-landtag.de

Inhalt

I.	Tourismus in Bayern	3
II.	Reisetrends und Herausforderungen für den Tourismus	4
	▪ Allgemeine Reisetrends	
	▪ Globalisierung	
	▪ Demographischer Wandel	
	▪ Klimawandel	
III.	Den Tourismus in Bayern fit für die Zukunft machen	5
	1. Nachhaltige Tourismusentwicklung fördern, Qualität sichern	6
	2. Potenziale des demographischen Wandels nutzen	8
	Barrierefreiheit	
	Gesundheitstourismus	
	3. Der Herausforderung Klimawandel begegnen	9
	4. Die Natur als zentrales touristisches Kapital schützen und nutzen	10
	Nationale Naturlandschaften und Naturschutzgebiete	
	Urlaub auf dem Bauernhof	
	Wander-, Fahrrad- und Wassertourismus	
	5. Den ländlichen Raum stärken	12
	6. Städte- und Geschäftsreisetourismus	13
	Städtetourismus	
	Kultur	
	Events	
	Geschäftsreisen	
	7. Die Vielfalt macht's: Regionalität und Authentizität	14
	8. Bayern – ein Reiseziel für Alle	15
	9. Dem Fachkräftemangel begegnen	15
	10. Verbesserung der Organisationsstrukturen	16
IV.	Kernforderungen der BayernSPD-Fraktion	17

I. Tourismus in Bayern

Bayern ist mit 84,16 Millionen Übernachtungen jährlich das Tourismusland Nummer 1 in Deutschland (Zahlen 2013, Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2014).

Über die vergangenen Jahre hat sich der Tourismus in Bayern positiv entwickelt: Abgesehen vom Jahr 2009 verzeichnete Bayern seit 2004 jährliche Wachstumsraten bei den Übernachtungen. Auch zwischen Januar und November 2014 stieg die Zahl der Ankünfte (+ 2,5 %) und Übernachtungen (+1,0 %) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Bayern liegt bei 2,7 Tagen. Die durchschnittliche Auslastung der Betten liegt bei 34,9 % und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (34,8 %). 19 % der Übernachtungen (15,918 Millionen Übernachtungen, 7,576 Mio. Ankünfte) entfallen auf ausländische Gäste – mit steigender Tendenz: Im Jahr 2013 verzeichnete Bayern einen Zuwachs von 4,1 % bei den Übernachtungen aus dem Ausland. (Quelle: Tourismus in Bayern – Statistiken und Zahlen). Allerdings sind die Wachstumsraten differenziert zu betrachten. Während die Städte ein besonders starkes Gästeplus verzeichnen, stellt sich die Situation auf dem Lande gemischt dar. Hier gibt es deutliche Unterschiede zwischen touristisch hoch entwickelten Spitzenregionen, die weiter wachsen, und weniger entwickelten touristischen Gebieten, in denen die Zahlen leicht negativ sind. Gerade in solchen Gebieten ist teilweise noch erhebliches Potenzial vorhanden.

Deutschland ist nach wie vor das beliebteste Reiseziel der Deutschen:

30,3 Prozent der Bundesbürger machen am liebsten im eigenen Land Urlaub. (Quelle: Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2014, Kiel). Mit einem innerdeutschen Marktanteil von 20,4 Prozent (6,0 % insgesamt, Quelle: DRV Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt) bei den Übernachtungen ist Bayern das beliebteste deutsche Reiseziel der Deutschen. Dabei liegt Bayern für die Deutschen nicht nur als Reiseziel für Urlaube ab 5 Tagen, sondern mit einem Marktanteil von 12,6 Prozent auch als Kurzreiseziel im innerdeutschen Vergleich vorne (Quelle: DRV Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt).

Aus wirtschaftlicher Perspektive nicht zu unterschätzen sind die Tagesreisen. Ausflüge der Deutschen ohne Übernachtungen bringen im Tourismus jährlich über eine halbe Milliarde Euro ein. In Bayern werden jährlich 451 Millionen Tagesreisen getätigt – das ist ein Marktanteil von 15,3 Prozent der Tagesreisen in Deutschland insgesamt. Gerade für den ländlichen Raum, wo über 40 Prozent der Tagesreisen stattfinden, sind sie ein erheblicher Wirtschaftsfaktor (Quelle: Tagesreisen der Deutschen, 2014).

Für ein Drittel (34 %) der deutschen Urlaubsreisenden nach Bayern ist „Urlaub auf dem Land“ bzw. „Urlaub in den Bergen“ der wichtigste Reiseanlass, für 15 % steht die Städtereise im Vordergrund, für 13 % Sport- und Aktivurlaub und für 10 % eine Event- oder Veranstaltungsreise. Für 58 % der Touristen aus Deutschland in Bayern spielte der Aufenthalt in der Natur die dominierende Rolle im Urlaub, 42 % gaben Wandern und 38 % Spaziergehen an. Für 55 % waren kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten am wichtigsten.

Mit einem Bruttoumsatz von mehr als 31 Milliarden Euro ist der Tourismus einer der stärksten Wirtschaftszweige in Bayern. Der Anteil Bayerns an der touristischen Wertschöpfung in Deutschland liegt bei 18,5 % (Stand: April 2014). Die Leitökonomie sichert Arbeitsplätze für über 560.000 Einwohner Bayerns. Allein der internationale Flughafen München zählt 30.000 Beschäftigte. Das bayerische Luftverkehrsdrehkreuz registrierte

im Jahr 2013 38,7 Millionen Passagiere; damit ist es die Nummer zwei in Deutschland und die Nummer sieben in Europa. Von einem weiteren Wachstum ist auszugehen. In den Passagierumfragen des Luftfahrtforschungsinstitutes Skytrax rangiert der Münchener Airport regelmäßig auf den vorderen Plätzen: 2014 wurde er bereits zum siebten Mal zur Nummer eins in Europa ausgezeichnet.

166,3 Millionen Geschäftsreisen generieren deutschlandweit rund 61 Millionen Übernachtungen pro Jahr. 17,9 Prozent des gesamten deutschen Geschäftsreisenaufkommens entfallen auf München (Zahl 2012, Quelle: DRV Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt). Die Messen und Kongresse der internationalen Messe München sichern 24.000 Arbeitsplätze und lösen bundesweit Umsätze in Höhe von 2,63 Milliarden Euro aus (Quelle: Messe München). Nürnberg und Augsburg spielen ebenfalls eine wichtige Rolle als Messestandorte.

Die Tourismusbranche ist eine dienstleistungsintensive Branche, die in erster Linie auf dem mittelständischen Gewerbe fußt. Sie schafft lokale, nicht exportierbare Arbeitsplätze und wirkt sich insbesondere in strukturschwachen Gebieten stabilisierend auf die regionale Wirtschaft aus. Tourismuspolitik ist daher zugleich Struktur- und Wirtschaftspolitik, sie ist jedoch auch mit zahlreichen weiteren Politikfeldern, unter anderem mit der Landwirtschaftspolitik oder der Kulturpolitik verflochten.

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH (by.TM) ist die offizielle Marketinggesellschaft der bayerischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Sie vermarktet Bayern mit seinen touristischen Angeboten im In- und Ausland.

II. Reisetrends und Herausforderungen für den Tourismus

Allgemeine Reisetrends

Das Reise- und Buchungsverhalten der Deutschen, aber auch der Reisenden generell hat sich über die vergangenen Jahre hinweg verändert und wird sich in Zukunft weiter verändern. So steigt die Zahl der Urlaubsreisen kontinuierlich an – im Jahr 2013 haben 78 Prozent der Deutschen mindestens eine Reise von fünf Tagen Dauer unternommen. Während die Häufigkeit der Reisen zunimmt, sinkt die Reisedauer. Mit 12,4 Tagen hat die durchschnittliche Reisedauer im Jahr 2013 einen Tiefstand erreicht.

Während bei den rund 70 Prozent der Auslandsreisen die im Reisebüro gebuchte Pauschalreise nach wie vor die beliebteste Buchungs- und Reiseform ist, dominieren bei den rund 30 Prozent der Inlandsreisenden die Einzel- und Direktbuchungen. Das Internet als Buchungsmittel gewinnt kontinuierlich mehr Anteile: Im Jahr 2013 wurde bereits ein Drittel aller Reisen über das Internet gebucht. Immer öfter holen Reisende über das mobile Internet erst unterwegs Informationen zu ihrem Urlaubsziel ein (27 % im Jahr 2013).

Der Städtetourismus verzeichnet generell einen langfristigen Wachstumstrend – mit einer Verdoppelung von Nachfrage und Interesse seit dem Jahr 2000. München ist mit 6,3 Millionen Gästeankünften (Quelle: DRV Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt) eines der wichtigsten Städtetrip-Ziele in ganz Europa.

Der wachsende Trend zum Campingtourismus hält weiter an. Unter den deutschen Bundesländern ist Bayern mit 4,48 Millionen Übernachtungen pro Jahr Spitzenreiter als Campingdestination (Quelle: Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V., Berlin; Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2014).

Nachhaltigkeit spielt eine immer wichtigere Rolle bei der Organisation einer Urlaubsreise. Für eine Million Deutsche ist Nachhaltigkeit das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Reisegestaltung. 36 Millionen Reisende sind an einer nachhaltigen Reisegestaltung grundsätzlich interessiert. Jedoch sollte eine nachhaltige Reise nicht teurer sein als eine herkömmliche Reise, die Urlaubswünsche müssen erfüllt sein und es muss ein entsprechendes und entsprechend auffindbares Angebot für nachhaltigen Tourismus geben (Quelle: RA Reiseanalyse 2014).

Globalisierung

Die zunehmende Globalisierung wirkt sich auch auf den Tourismus aus. Durch die wachsende Zahl der erschwinglichen internationalen Urlaubsmöglichkeiten entsteht eine zunehmende Konkurrenz unter den Reisezielen weltweit. So verzeichnen Fernreisen seit zehn Jahren eine wachsende Nachfrage; Pauschalreisen oder Flugreisen mit „Billigfliegern“ ins Ausland sind oftmals wesentlich günstiger als ein Urlaub im Inland. Verstärkt wird der Trend durch das Internet, Interessenten können sich bequem über Reiseziele auf der ganzen Welt informieren und ihre Reise immer öfter auch gleich online buchen. Dazu kommt, dass der Tourismus in Bayern durch den Fall des Eisernen Vorhangs sowie durch die Erweiterung der Europäischen Union und damit verbunden den umfangreichen EU-Fördergeldern für die Neu-Mitglieder zusätzlich Konkurrenz aus Osteuropa erhalten hat.

Demographischer Wandel

Der demographische Wandel wirkt sich bereits jetzt, in Zukunft jedoch verstärkt, auf alle Bereiche unserer Gesellschaft aus. Bereits im Jahr 2035 wird fast die Hälfte der Menschen 50 Jahre und älter sein, jeder Dritte älter als 60.

Zu den Folgen der alternden Gesellschaft auf die Tourismuswirtschaft zählt unter anderem ein zunehmender Mangel an Fachkräften. Gleichzeitig sind ältere Menschen heute so reisefreudig wie noch nie. Für die Tourismuswirtschaft sind die Senioren von heute und von morgen eine attraktive, wachsende Zielgruppe mit großem Potenzial.

Klimawandel

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit, der sich auf alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche auswirkt. Insbesondere für den wetter- und klimasensiblen Tourismus stellt der globale Klimawandel eine enorme Herausforderung dar. Besonders stark betroffen ist der Tourismus in ländlichen Räumen. In der Alpenregion und in den Mittelgebirgen ist die Zukunft des intensiven Wintertourismus in Frage gestellt.

Gleichzeitig kann die Veränderung des globalen Klimas auch Chancen für den Sommertourismus in Bayern mit sich bringen. In jedem Fall ist es wichtig, zügig die geeigneten politischen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit eine sinnvolle Anpassung der Infrastruktur sowie des touristischen Angebots in den betroffenen Regionen entsprechend eingeleitet werden kann. Gleichzeitig sollte die nachhaltige, umwelt- und klimafreundliche Entwicklung des Tourismus einen Beitrag zur Eindämmung des Klimawandels leisten.

III. Den Tourismus in Bayern fit für die Zukunft machen

Bayern ist vielen Menschen weltweit ein Begriff. Bayern – das sind herrliche Landschaften, märchenhafte Burgen und Schlösser, Dirndl und das Oktoberfest. Bayern steht aber

auch für Fortschritt, modernste Technik und Automobilbaukunst. Und nicht zuletzt ist Bayern auch das Land des Fußballs. Der erfolgreiche FC Bayern München begeistert weltweit.

Bayerns Städte, Landschaften und Kultur prägen das Deutschland-Bild im Ausland maßgeblich mit. Die Lebensfreude der Menschen, die herzliche Gastfreundschaft, mit der Bayern seine Besucher willkommen heißt, tragen ein positives Image in die Welt. Aber auch innerhalb Deutschlands wird Bayern als Urlaubsland hoch geschätzt – nicht umsonst belegt das Bundesland seit Jahren Platz eins unter den deutschen Reisezielen.

Mit seinem hohen Niveau und stetigen Wachstumsraten steht der Tourismus in Bayern im nationalen und internationalen Vergleich gut da. Allerdings ist der Erfolg des bayerischen Tourismus keineswegs ein Selbstläufer. Neue Trends im Reiseverhalten der Menschen, die Globalisierung und der wachsende Wettbewerb unter den Destinationen, Umweltprobleme und Klimawandel sowie die demographische Entwicklung stellen immer neue Herausforderungen an das Tourismusland Bayern und erfordern kontinuierliche Anpassungsmaßnahmen.

Es ist die Aufgabe der Tourismuspolitik, die Weichen richtig zu stellen, damit sich diese Schlüsselbranche weiterhin so positiv entwickeln kann. Die Bayerische Staatsregierung hat in den letzten Jahren durchaus gute Entscheidungen getroffen und wichtige Maßnahmen eingeleitet. In einigen Bereichen vertritt die BayernSPD-Fraktion jedoch andere Schwerpunkte, sieht zusätzlichen Handlungsbedarf oder erkennt Verbesserungsnotwendigkeiten.

Der BayernSPD-Fraktion liegt der Tourismus in Bayern am Herzen. Mit seinem Natur- und Kulturreichtum, seiner Wirtschaftskraft und seinem Innovationsgeist bietet unser Land alle Voraussetzungen, seine Beliebtheit bei Reisenden aus dem In- und Ausland weiter zu steigern. Dabei sprechen wir aber nicht über Wachstum um jeden Preis. Wir stehen für vor allem für ein Plus an Qualität statt für ein bloßes Plus an Quantität. Zudem muss die Einhaltung wichtiger Sozial- und Umweltstandards gewährleistet sein.

Für Tourismusanbieter – insbesondere kleine und mittelständische Betriebe –, Kommunen oder Tourismusverbände stehen auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene zahlreiche Fördermöglichkeiten zur Verfügung. Allerdings werden diese Mittel häufig nur unzureichend ausgeschöpft, beziehungsweise nicht effizient genug eingesetzt, werden Fördergelder nicht abgerufen, nicht ausreichend Bewerbungen eingereicht. Es wäre wünschenswert, die Informationsmaßnahmen entsprechend zu verbessern, damit die zur Verfügung stehenden Mittel von den Tourismusakteuren in Bayern besser ausgeschöpft werden könnten.

In Bayern steckt in allen Bereichen, und insbesondere im Landtourismus, noch viel Potenzial. Nutzen wir es – zum Wohle des Landes und seiner Menschen.

Im folgenden Kapitel haben wir einige Schwerpunktbereiche des Tourismus in Bayern herausgegriffen, für die wir unsere Positionen und Forderungen darlegen. Wir haben uns dabei auf unsere Kernforderungen konzentriert und darauf verzichtet, auf alle Tourismussegmente im Detail einzugehen.

1. Nachhaltige Tourismusentwicklung fördern, Qualität sichern

„Eine nachhaltige Tourismusentwicklung kommt sowohl den Bedürfnissen der Touristen als auch jenen der Zielregionen entgegen, während Entwicklungsmöglichkeiten für die

Zukunft gesichert und gefördert werden. Ressourcen werden dabei so genutzt, dass ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse befriedigt werden und gleichzeitig die kulturelle Integrität, grundlegende ökologische Prozesse, die biologische Vielfalt und lebenswichtige Systeme erhalten bleiben.“ Diese Definition der World Tourism Organization WTO (WTO 1998) für nachhaltigen Tourismus ist die am häufigsten verwendete.

Nachhaltigkeit bedeutet für den Tourismus in Bayern, dass dessen Auswirkungen auf die natürlichen Lebensgrundlagen möglichst gering gehalten werden und ein zentrales Kapital des Tourismus in Bayern geschützt wird – die Natur (ökologische Dimension). Insbesondere im ländlichen Raum werden durch nachhaltigen Tourismus gesellschaftliche Strukturen vor Ort, Identität und Authentizität der einzelnen Destinationen bewahrt (soziokulturelle Dimension). Unter anderem durch den Einsatz von regionalen Produkten und die Vernetzung regionaler Produzenten wird die Wirtschaft vor Ort gestärkt, lokale Arbeitsplätze gesichert und die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung gestärkt (ökonomische Dimension).

Eine erfolgreiche Entwicklung des Bayerischen Tourismus muss der Nachfrage gerecht werden. Nachhaltigkeit mit seiner ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension ist im Tourismus ein Qualitätsmerkmal, das zunehmend zum Gradmesser im Wettbewerb wird: Nachhaltigkeit wird von Reisenden immer stärker nachgefragt und wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Gleichzeitig ist Nachhaltigkeit die Voraussetzung dafür, dass wichtige Grundlagen des Tourismus – darunter eine intakte Natur und authentische, facettenreiche Kulturtraditionen – erhalten bleiben: Das Erleben von Natur ist für die Zielgruppe der Bayern-Reisenden ein zentrales Kriterium, und ebenso gewinnt das Erleben von authentischer, regionaler Kultur immer weiter an Bedeutung. Insbesondere im ländlichen Raum und in strukturschwachen Regionen wirkt sich Nachhaltigkeit im Tourismus positiv auf die Lebensverhältnisse vor Ort aus.

Bayern verfügt über die höchsten Umweltstandards weltweit. Nahezu überall erfolgt die Versorgung mit unbehandeltem Trinkwasser höchster Qualität, die Abwasserreinigung erreicht einen Grad von annähernd 100 Prozent und auch die Abfallentsorgung mit seiner hohen Wiederverwertungsquote ist beispielhaft.

Wir stehen für daher die Stärkung eines zukunftsorientierten, nachhaltigen Tourismus in Bayern und die Entwicklung entsprechender Angebote. Ebenso ist eine Verbesserung bestehender touristische Angebote in Bezug auf deren nachhaltige Ausrichtung geboten.

Mit seinem Naturreichtum, seinen hohen Umweltstandards, den hohen sozialen Standards und nicht zuletzt auch als internationaler Vorreiter in Sachen Umwelttechnologie hat Bayern das Potential, zum internationalen Vorbild für nachhaltigen Tourismus zu werden.

- Wir brauchen ein schlüssiges Gesamtkonzept für die nachhaltige Tourismusedwicklung in Bayern. Ein Schwerpunkt sollte dabei auf wenig entwickelte, ländliche Regionen gesetzt werden, in denen touristisches Potenzial vorhanden ist. Ökologische, ökonomische und soziale Kriterien sind ebenso zu berücksichtigen wie regionale Besonderheiten und die Nachfragestruktur der Reisenden. Für die Umsetzung konkreter Maßnahmen und Projekte sollten, sofern definierte Vorgaben erfüllt werden, Zuschussmöglichkeiten gewährt und der effiziente Einsatz der Mittel sichergestellt werden.

- Sinnvoll ist die Ausweitung der Fördermöglichkeiten für Landwirte, die zum Erhalt des gewachsenen Landschaftsbildes beitragen, welches eine tragende Säule für den Tourismusstandort Bayern ist: von den Weinbergen über die Grünlandstandorte mit ihrer Tierhaltung bis zu den Almen und Alpen.
- Nachhaltigkeit ist bereits jetzt ein wichtiger Bereich der Tourismusforschung. Um die Expertise auf diesem Bereich in Bayern zu fördern, wären die Einrichtung bzw. der Ausbau von entsprechenden Forschungsschwerpunkten „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ an bayerischen Universitäten oder Hochschulen wünschenswert.
- Im Sinne einer Sicherung flächendeckender Qualitätsstandards muss der Qualifizierung von touristischen Betrieben ein noch höheres Augenmerk gewidmet werden. Ziel muss sein, dass jeder Anbieter klassifiziert wird.

2. Potenziale des demographischen Wandels nutzen

Der demographische Wandel wirkt sich in Zukunft immer stärker auf den Tourismus aus. Bereits heute stellen Menschen mit einem Alter von mehr als 50 Jahren fast die Hälfte der touristischen Nachfrage der deutschen Bevölkerung, Tendenz steigend (Quelle: Tourismus plus: Anforderungen erkennen – Wünsche erfüllen). Die Generation der Silver- und Golden-Ager stellt andere Anforderungen an touristische Angebote, obwohl es sich insgesamt um eine sehr heterogene Zielgruppe mit unterschiedlichsten Bedürfnissen und Interessen handelt.

Gemeinsam ist vielen älteren Reisenden eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft; Qualität, Genuss-, Wellness- und Gesundheitsangebote spielen für sie oft eine herausgehobene Rolle. 37 % der älteren Reisenden (gegenüber 27 % der jüngeren Reisenden) wählen ihr Reiseziel im Inland – und bleiben überdurchschnittlich lange: Die Aufenthaltsdauer von Ruheständlern beträgt im Schnitt 14 Tage. Generell zeigen die Reisen älterer Menschen eine geringere jahreszeitliche Abhängigkeit als dies bei anderen Zielgruppen der Fall ist.

Mit diesen Charakteristika bietet die Zielgruppe der Best Ager (50 plus) und Senioren (65 plus) für den Tourismus in Bayern erhebliches Potential. Um dieses ausschöpfen zu können, müssen jetzt die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden, unter anderem in den Bereichen Barrierefreiheit und Gesundheitstourismus.

Barrierefreiheit

Im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel spielt der Aspekt der Barrierefreiheit eine wichtige Rolle. Die UN-Behindertenrechtskonvention hat Barrierefreiheit als Menschenrecht definiert. Auch ein Teil der älteren Reisenden ist auf eine barrierefreie Reise- und Servicekette zum und am Urlaubsort zwingend angewiesen, für viele weitere ältere Reisende bedeutet Barrierefreiheit einen willkommenen zusätzlichen Komfort. Eine barrierefreie Umwelt ist aber auch für weitere touristische Zielgruppen von zentraler Bedeutung und kann entscheidend für die Reiseentscheidung sein: Reisende mit Behinderung, Familien oder generell mobilitätseingeschränkte Personen. Darüber hinaus ist Barrierefreiheit ein generelles Qualitätsmerkmal, von dem alle Gäste profitieren. Dies gilt insbesondere für Beherbergungsbetriebe, bei Verkehrsmitteln und öffentlichen touristischen Einrichtungen. Wichtig ist aber auch die Schaffung von Angeboten barrierefreier touristischer Aktivitäten, wie zum Beispiel barrierefreie Wegenetze. Selbstverständlich kann das Ziel nicht sein, generell alle touristischen Aktivitäten barrierefrei zu gestalten. Wichtig ist vielmehr, solche Angebote überhaupt zu entwickeln und zu kommunizieren.

Dabei kann eine Spezialisierung einzelner Destinationen auf Barrierefreiheit sinnvoll sein. Bei der Umsetzung gefordert ist insbesondere die Privatwirtschaft, flankierend ist es die Aufgabe des Freistaates, entsprechende Fördermittel zur Unterstützung privater touristischer Leistungsträger bereitzustellen und die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum maßgeblich voranzutreiben. Zusätzlich müssen entsprechende Kommunikationsmaßnahmen dafür sorgen, dass die Zielgruppen sich einfach und übersichtlich über die bestehenden Angebote übersichtlich informieren bzw. diese buchen können.

Gesundheitstourismus

Von Wellness-Urlaub bis zur komplizierten Operation – Bayern verfügt über die komplette Wertschöpfungskette im Gesundheitsbereich und bietet damit beste Voraussetzungen für einen erfolgreichen Gesundheitstourismus. Dazu kommen ein herausragendes Angebot an Kurorten und Heilbädern und die Vorreiterrolle Bayerns im Bereich Medizintechnik. Die fünf Staatsbäder sowie zahlreiche weitere Heilbäder, Kneippkurorte, heilklimatische oder Luftkurorte laden mit ihrer medizinisch-therapeutischer Kompetenz zu Kuren, Reha-Maßnahmen, Wellness- oder gesundheitsbetontem Urlaub ein. Gesundheits- und Wellnesstourismus liegt derzeit stark im Trend und birgt großes Wachstumspotenzial. Begründet ist dies nicht nur in der demographischen Entwicklung, sondern auch im zunehmenden Gesundheitsbewusstsein der Menschen. Das international hohe Niveau der medizinischen Technik führt seinerseits zu einem Anstieg der Nachfrage insbesondere aus dem Ausland. Allerdings haben viele Kurorte und Heilbäder mit einem Gästeeinbruch zu kämpfen, seitdem viele Kuren und Maßnahmen nicht mehr von den Krankenkassen übernommen werden. Für die Kurorte und Heilbäder bedeutet dies, dass sie ihre Angebote anpassen und sich noch moderner aufstellen müssen, um international attraktiv zu sein.

- Wir fordern ein „Barrierefreies Bayern 2025“ ein. Barrieren in öffentlichen Einrichtungen und Gebäuden, auf Straßen, Plätzen und in den Kommunikationssystemen müssen abgebaut werden. Um dieses Ziel zu erreichen, ist die Auflage eines Sonderinvestitionsprogramms nötig.
- Zur Steigerung der medizinischen Qualität in bayerischen Heilbädern und Kurorten ist die Aufstockung der Mittel im entsprechenden Förderprogramm notwendig.
- Bei den Anbietern im Bereich Gesundheitstourismus sollte für einheitliche Qualitätskriterien gesorgt werden – nicht nur in den prädikatisierten Tourismusorten – , etwa durch eine Selbstverpflichtung. Unternehmen müssen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstärkt qualifizieren.
- Wir brauchen eine stärkere Förderung kommunaler Thermen in Regionen mit besonderem Handlungsbedarf. Kommunen mit Thermen sind oft besonders hoch verschuldet, da sie einen spezifischen Mehraufwand durch notwendige Bestandserhaltungs- und Attraktivierungsmaßnahmen tragen.

3. Der Herausforderung Klimawandel begegnen

Durch die zunehmenden Veränderungen der klimatischen Bedingungen sind neue Lösungen gefragt, um die Abhängigkeit insbesondere der Wintersportorte vom Schnee zu verringern. Zunächst aber müssen die konkreten Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern ermittelt und detaillierte Anpassungs- bzw. Vermeidungsstrategien

entwickelt werden. Auch angesichts des Klimawandels müssen noch mehr Ganzjahresangebote entwickelt werden. Das Potenzial ist hierfür in vielerlei Hinsicht gegeben, da Bayern mit zahlreichen Alleinstellungsmerkmalen punkten kann, u.a. durch kulturelle Vielfalt, Tradition und Brauchtum, historische Stadtbilder, kulinarische Vielfalt.

- Sinnvoll ist die Erarbeitung einer Studie zu den konkreten, langfristigen Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Bayern. Bereits vorhandene Studienergebnisse aus Deutschland und den benachbarten Alpenländern sollten dabei berücksichtigt werden. In der Studie sollen vom Klimawandel besonders betroffene Gebiete definiert und Möglichkeiten für alternative Tourismusformen mit langfristiger Perspektive herausgearbeitet werden.
- Es sind Fördermittel bereitzustellen, um die vom Klimawandel betroffenen Regionen und Tourismusakteure bei der Umstellung ihres Angebots in Richtung eines nachhaltigen, zukunftsweisenden Tourismus zu beraten und finanziell zu unterstützen.
- Notwendig sind der Ausbau und die entsprechende Förderung des umweltfreundlichen öffentlichen Verkehrs. Dazu zählen Umweltverbundangebote (z.B. Bus, Fahrrad, elektrische Leihautos, Carsharing-Modelle), die Verbesserung der Bahnanbindungen bzw. der Bahnverbindungen sowie die Stärkung des intermodalen Verkehrs (zum Beispiel Bahn und Bus) in ländliche Tourismusgebiete, wie zum Beispiel in die Alpen und im Alpenvorland. Ziel ist es, die Anschlussicherheit von Reisenden mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu garantieren.

4. Die Natur als zentrales touristisches Kapital schützen und nutzen

Nationale Naturlandschaften und Naturschutzgebiete

Bayern verfügt über 18 Naturparke, zwei Nationalparke sowie den Naturraum bayerische Donau, ein Teil des Biosphärenreservats Rhön liegt ebenfalls in Bayern. Der Aufenthalt in der Natur spielt für 58 % der Urlauber in Bayern eine dominierende Rolle (Quelle: Tourismus in Bayern). Eine intakte Natur ist eine zentrale Grundlage für erfolgreichen, zukunftsfähigen Tourismus in Bayern.

Deshalb gilt es, die Anstrengungen für den Erhalt der Umwelt in Bayern zu verstärken. Gleichzeitig kann Tourismus, insbesondere in seiner „sanften“ Variante, dazu beitragen, die natürlichen Grundlagen in Bayern zu erhalten und Bayern international als Destination für naturnahen Tourismus zu etablieren.

- Nationale Naturlandschaften – Nationalparks, Naturparks und UNESCO-Biosphärenreservate – sollen im Sinne eines sanften, nachhaltigen Tourismus besser für Gäste erlebbar gemacht werden.
- Wir stehen für den Nationalpark Steigerwald und dessen Bewerbung als UNESCO-Weltnaturerbe. Neben dem Schutz des einzigartigen Naturguts wird dadurch auch die Attraktivität für Erholungssuchende und Besucher erhöht, die Naturerlebnisse suchen.
- Wir empfehlen die Erstellung einer Machbarkeitsstudie für die Ausweisung eines Biosphärenreservates Donau-Moldau.

- Wir befürworten die Einrichtung und Förderung weiterer Schutzgebiete in Bayern zum Erhalt der Naturvielfalt.
- Ökologie und Erholungsfunktion der Bayerischen Staatsforsten sollten noch stärker berücksichtigt werden.

Urlaub auf dem Bauernhof

Im Jahr 2012 wurden in Bayern 12,7 Millionen Übernachtungen im Rahmen eines Urlaubs auf dem Bauernhof registriert, jede zweite Vermietung in Deutschland in diesem Bereich findet in Bayern statt. 5.500 Landwirte in Bayern bieten Urlaub auf dem Bauernhof an – das sind knapp 5 % aller bayerischen Betriebe. Damit ist Urlaub auf dem Bauernhof ein wichtiges Segment im ländlichen Tourismus, das gleichzeitig den ländlichen Raum wirtschaftlich stabilisiert und stärkt. Urlaub auf dem Bauernhof unterstützt die lokalen Bauern bei der Existenzsicherung, belebt die regionale Wirtschaft und sorgt für neue Arbeitsplätze in der Region.

Das Erfolgsprodukt birgt in Bayern noch großes Potenzial und sollte als Marke noch stärker ausgebaut werden. Auch die umfassende Zertifizierung der Betriebe sollte vorangetrieben werden.

- Im Sinne transparenter Qualitätsstandards und der Qualitätsverbesserung des Produkts „Urlaub auf dem Bauernhof“ sollte die umfassende Zertifizierung der Betriebe vorangetrieben werden.
- Wichtig ist die Erhaltung intakter Bauernhöfe, die Ackerbau und Viehzucht auf traditionelle Weise weiterführen und damit ein Stück ländlicher Kultur schützen.

Wander-, Fahrrad- und Wassertourismus

Für 42 Prozent der deutschen Urlaubsreisenden in Bayern spielt Wandern die wichtigste Rolle im Urlaub. Generell sind über ein Drittel der Deutschen aktive Wanderer, mit steigendem Trend: In den letzten Jahren hat es insbesondere bei der Gruppe der Selten- und Gelegenheitswanderer ein signifikantes Wachstum gegeben (Quelle: Deutsche Wanderstudie „Der Deutsche Wandermarkt“, 2014). Auch Fahrradfahren und Aktivitäten auf dem Wasser erfreuen sich bei Feriengästen und Tagesausflüglern in Bayern wachsender Beliebtheit. Beispielsweise entscheiden sich über 50 Prozent der Fahrradtouristen für einen Urlaub im Inland und auch die Nachfrage an entsprechenden Angeboten aus dem Ausland ist groß. Fast 189.000 Personen beziehen ihr Einkommen direkt oder indirekt aus dem Fahrradtourismus (Quelle: DTV). Die Attraktivität dieser Tourismusform wirkt sich auch bei Fahrradunternehmen und Servicestationen positiv aus. Für alle drei Gruppen ist ein auf die jeweilige Aktivität ausgerichtete Angebot in einer entsprechenden Qualität und über die gesamte Reisekette hinweg (von der Information über die Buchung bis hin zum Aufenthalt vor Ort) mitentscheidend für die Zufriedenheit, für die Aufenthaltsdauer – und die Absicht, wiederzukehren. Die Einführung nachprüfbarer Standards, wie etwa durch Qualitätssiegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ bzw. „Bett + Bike“ für das Gastgewerbe, sowie regelmäßige Qualitätskontrollen, sind hierbei hilfreich.

- Es sind Maßnahmen zur Instandhaltung und Verbesserung des bestehenden Wanderwegenetzes notwendig, u.a. bei der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, der Beschilderung oder der Vernetzung zu Rund- oder Fernwanderwegen. Bei weit verzweigten Wanderwegen ist eine Priorisierung und Konzentration auf den Ausbau und die Zertifizierung weniger Wege sinnvoll.

- Der Aus- und Neubau von Fahrradwegen, insbesondere entlang von Flüssen und Wasserwegen sowie entlang historischer Wege muss stärker vorangetrieben werden. Dazu gehört auch eine einheitliche, moderne und übersichtliche Beschilderung.
- Im Wassertourismus in Bayern steckt noch viel Potenzial. Allerdings müssen entsprechende Maßnahmen dafür sorgen, dass die Attraktivität dieser Tourismusform steigt. Dazu zählen Fördermaßnahmen zum Ausbau von Anlegestellen für Boote, Bootstankstellen, Entsorgungsmöglichkeiten sowie die Einrichtung eines touristischen Informationssystems an Flussufern.
- Die öffentlichen Verkehrsmittel sind vielfach nicht ausreichend an touristische Anforderungen angepasst. Eine kostenfreie Radmitnahme in allen Bussen, Bahnen und im öffentlichen Schiffsverkehr sowie eine ausreichende Zahl an Radstellplätzen in diesen Verkehrsmitteln sollten sukzessive ausgebaut werden.
- Speziell für Wander-, Pilger-, Wasser und Lufttourismus (Gleitschirm, Drachen) empfiehlt sich die Entwicklung entsprechender Konzepte.

5. Den ländlichen Raum stärken

In der Bayerischen Verfassung ist die Förderung und Sicherung gleichwertiger Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen in Bayern als Staatsziel festgeschrieben. In Realität geht die Schere der Lebens- und Arbeitsbedingungen auf dem Land und in der Stadt in einigen Regionen immer weiter auseinander, der Funktionsverlust des ländlichen Raums schreitet fort: Die örtliche Infrastruktur dünnt in ländlichen Gebieten aus, das ÖPNV-Angebot geht zurück, Gasthäuser schließen, die junge Bevölkerung wandert ab.

Ein funktionstüchtiger ländlicher Raum mit lebendigen, authentischen Dörfern, intakter Natur und Landschaft sowie einer für Urlauber attraktiven Infrastruktur ist allerdings die Basis für erfolgreichen Tourismus in diesen Gebieten. Dabei muss nicht jede Destination und jeder Ort vom Erlebnisbad bis zum Golfplatz alles haben und alles können. Vielmehr ist die Konzentration auf die jeweiligen Stärken sinnvoll sowie eine gemeinsame regionale Tourismusentwicklung, an der alle Akteure beteiligt sind.

In den letzten Jahren und Jahrzehnten hat die Zahl der Dorfwirtshäuser und Gaststätten auf dem Lande in empfindlichem Maße abgenommen, was sich zum Teil negativ auf den Tourismus auswirkt. Ebenso vielfältig wie die Ursachen – der Strukturwandel ist eine davon – sind die Möglichkeiten, um diesen Trend zu verlangsamen. Gefragt ist in erster Linie die Eigeninitiative der Wirte. Aber auch von politischer Seite sollten die Rahmenbedingungen verbessert werden, um den wirtschaftlichen Betrieb von Hotels und Gaststätten im Allgemeinen zu erleichtern. Dazu zählt etwa die deren Entlastung von überflüssiger Bürokratie, die Erleichterung bei der Kreditaufnahmen (hier ist insbesondere der Beitrag regionaler Sparkassen und Genossenschaftsbanken gefragt). Außerdem sollten weitere Zuschussmöglichkeiten für Modernisierungs- und Investitionsmaßnahmen geschaffen werden.

Die öffentliche Mobilität zum und am Urlaubsort spielt eine wichtige Rolle für die Attraktivität des Reiseziels. Nicht zuletzt muss die flächendeckende Versorgung Bayerns mit schnellem Internet gewährleistet sein. Der zügige Breitbandausbau in ländlichen Räumen ist nicht nur ein wichtiger Faktor für die Standortqualität, sondern auch für die Attraktivität für Reisegäste. Sie müssen in und aus den Urlaubsorten heraus problemlos und schnell digital kommunizieren und Informationen abrufen können. Angebote wie

durchgehend kostenfreies WLAN am Urlaubsort, wie beispielsweise in Oberstaufen können dann ggf. für zusätzliche Attraktivität sorgen.

In einer positiven Wechselwirkung sorgt Tourismus wiederum für die Stärkung des ländlichen Raums, für die Steigerung der regionalen Wirtschaftskraft und die Verbesserung der Lebensqualität vor Ort. Von der Stärkung des Tourismus im ländlichen Raum profitieren nicht nur Urlaubsreisende, sondern auch die einheimische Bevölkerung.

- Kommunen müssen finanziell besser ausgestattet werden: Dies kann durch die Zuweisung höherer Steueranteile, die Einrichtung von Regionalbudgets auf der Ebene der Regierungsbezirke sowie einen Entschuldungsfonds für Kommunen erreicht werden.
- Damit das Landesentwicklungsprogramm (LEP) tatsächlich als Instrument der positiven Entwicklung Bayerns wirken kann, ist seine Überarbeitung dringend nötig. So stehen wir für die Beibehaltung des Anbindegebots im LEP, um die weitere Zersiedelung der Landschaft aufzuhalten und einen Konkurrenzkampf einzelner Kommunen um Ansiedlungen, beispielsweise von Hotels und Gesundheitseinrichtungen, zu vermeiden.
- Die Erreichbarkeit touristisch relevanter Gebiete im ländlichen Raum sowie eine bessere Mobilität vor Ort (Frequenz, Routenführung) mit öffentlichen Verkehrsmitteln muss verbessert werden. Dabei ist auf eine sinnvolle Intermodalität (zum Beispiel von ICE und Bus) für den Alltags- und Freizeitverkehr zu achten.
- Die Rahmenbedingungen für den wirtschaftlichen Betrieb von ländlichen Gaststätten sollten verbessert werden, unter anderem wäre die Erweiterung von Zuschussmöglichkeiten für Investitionen und Modernisierungen denkbar.
- Wir brauchen schnelles Internet für ganz Bayern, auch in ländlichen Regionen.

6. Städte- und Geschäftsreisetourismus

Städtetourismus

Der Städtetourismus ist deutschlandweit das Segment mit dem stärksten Wachstum. Die Landeshauptstadt München rangiert bei der Beliebtheit an Stelle drei bei den deutschen Städtereisezielen, hinter Berlin und Hamburg, und liegt europaweit unter den Top Ten. Gerade wegen ihres kulturellen Angebots, großer Events sowie der Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten erfreuen sich die Städte wachsender Beliebtheit.

Kultur

Mit rund 1.350 Museen, vier staatlichen und 20 kommunalen Theatern mit eigenem Ensemble sowie mit zahlreichen privaten und freien Bühnen bietet Bayern eine facettenreiche und hochkarätige Kulturlandschaft. 20 Millionen Gäste besuchen jährlich die Ausstellungen in den bayerischen Museen. Eine vielfältige, hochkarätige Kulturlandschaft sowie der Schutz von Baudenkmalern und historischer Substanz sind für die touristische Attraktivität Bayerns ein zentraler Punkt.

Events

Mit über sechs Millionen Besuchern pro Jahr ist das Münchner Oktoberfest das Event des Jahres. Die Wiesn ist weltweit längst zum Symbol bayerischer Lebensfreude und Gastfreundschaft geworden. In mehreren Ländern rund um den Globus finden ebenfalls unzählige Oktoberfeste nach bayerischem Vorbild statt. Wir befürworten verstärkte Marketingaktivitäten im Ausland, um das positive Image Bayerns weiter zu stärken. Wichtige

Tourismusereignisse sind auch die im Zweijahresrhythmus stattfindenden Landesgartenschauen sowie die versetzt dazu ebenfalls zweijährig stattfindenden Kleinen Gartenschauen. Eine halbe Million Gäste hatte etwa 2014 die Landesgartenschau in Gießen besucht.

Geschäftsreisen

Auch im digitalen Zeitalter haben Messen und Kongresse noch nicht ausgedient, zählt der persönliche Kontakt nach wie vor viel: Davon profitieren auch die Messestandorte in Bayern. Die Messe München International, aber auch die Messen in Nürnberg und Augsburg verzeichnen Wachstumstendenzen. Wichtig ist es, die Bemühungen bei der Einwerbung von Messen auch von staatlicher Seite aufrechtzuerhalten. Auch bei Geschäftsreisen generell gibt es einen Trend zur Nachhaltigkeit. In einer Umfrage gaben 70 Prozent der befragten Personen an, dass Nachhaltigkeitsaspekte derzeit eine wichtige Rolle u.a. bei der Buchung von Reisewegen und Tagungsangeboten spielen – ein Trend mit Potenzial (Quelle: DRV: Chefsache Business Travel 2014).

- Um die Qualität und Attraktivität der bayerischen Kulturlandschaft zu erhalten, muss der Sanierungsstau bei Museen, Theatern und Kulturdenkmälern abgebaut werden.
- Speziell kleinere Kultureinrichtungen sind in ihrer Existenz bedroht. Um die kulturelle Vielfalt in Bayern zu erhalten, müssen daher die staatlichen Zuschüsse speziell für kommunale und private Kultureinrichtungen erhöht werden.
- Wir brauchen eine Aufstockung des bayerischen Kulturfonds, damit eine ausreichende Zahl von Projekten ausreichend gefördert werden kann. Zudem sollen auch kleine kulturelle Projekte förderfähig werden.

7. Die Vielfalt macht's: Regionalität und Authentizität

Gäste aus dem In- und Ausland schätzen an Bayern die eindrucksvolle Natur und den einzigartigen Kulturreichtum. In besonderem Maße beliebt ist es jedoch auch wegen der gastfreundlichen bayerischen Lebensart. Ursprüngliche Traditionen und modernster Fortschritt werden in Bayern gleichermaßen gelebt. Der generelle Trend zurück zur Wertschätzung des Regionalen bedeutet für den Tourismus in Bayern eine Chance, die genutzt werden will. Regionale Identitäten, einheimische Kultur, regionale wirtschaftlicher Erzeugnisse sowie das Erleben regionaler kulinarischer Angebote finden bei Gästen immer stärkeres Interesse. Beispiel Tagesausflüge: Bei fast drei von zehn Ausflügen werden Restaurants oder Gaststätten besucht. (Quelle: die Tagesreisen der Deutschen, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, April 2014). Viele von ihnen schätzen ein qualitativ hochwertiges Angebot lokaler Speisen und Getränke, für manche ist genau dieser besondere Genuss Anlass für den Ausflug. Touristen aus dem In- und Ausland wollen auf ihrer Reise ebenfalls das Besondere, das Authentische erleben.

Gezielte Maßnahmen sollten dazu beitragen, die einzigartigen Charaktere der bayerischen Regionen zu erhalten und fördern. Das beginnt bei der Unterstützung von Produzenten typischer, regionaler Landwirtschaftsprodukte (z.B. Bier, Fleisch, Wein, Käse) oder traditionellem Handwerk (z.B. Glasbläserei, Fassmachen, Holzschnitzerei und Geigenbau), geht über die Hilfe bei der Vermarktung und reicht bis zur Förderung lokaler Identitäten und Traditionen.

- Es sollten Fördermöglichkeiten für Produzenten typisch regionaler Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen, sowie regionalen Handwerks geschaffen werden und Strategien zu deren Vermarktung entwickelt werden.
- Auch im Bereich der Vermarktung regionaler Besonderheiten bzw. der entsprechenden Angebotsentwicklung ist eine Verbesserung der Weiterqualifizierungsmöglichkeiten sinnvoll (Beispiel: Kräuterwanderungen von Kräuterbäuerinnen).
- Urlaubsgäste suchen authentische Erlebnisse. Wir sprechen uns für verstärkte Maßnahmen zur Förderung regionaler Identität und den Erhalt regionaler Kultur aus, insbesondere in touristisch relevanten Gebieten im ländlichen Raum. Dadurch entsteht Authentizität.

8. Bayern – ein Reiseziel für alle

Bayern soll auch in Zukunft ein attraktives Reiseziel für alle Ziel- und Einkommensgruppen sein. Auch Mütter mit Kindern, Alleinerziehende und Menschen mit wenig finanziellen Mitteln haben ein Anrecht auf Urlaub und Erholung. Genauso müssen Kinder und Jugendliche, behinderte Reisende sowie weitere benachteiligte Gruppen die Möglichkeit haben, am Tourismus teilzuhaben. Tourismusformen, die ein preiswertes Reisen für alle Einkommensschichten ermöglichen, müssen in ausreichendem Maße gefördert werden. Auch muss eine entsprechende Beherbergungsinfrastruktur gegeben sein, zum Beispiel Jugendherbergen oder Freizeitstätten für Familien.

Gerade Kinder- und Jugendreisen spielen eine wichtige Rolle bei der Persönlichkeitsentwicklung und der Bildung junger Menschen. Für junge Menschen mit Migrationshintergrund leisten solche Reisen einen wichtigen Beitrag zur Integration; internationale Jugendbegegnungen dienen der Völkerverständigung. Deshalb müssen alle Kinder und Jugendliche die Möglichkeit haben, an Klassenfahrten oder Gruppenreisen teilzunehmen. Auf Bundesebene setzt sich die SPD bereits für eine Verstärkung von Fördermitteln für den Jugendaustausch ein.

- Wir benötigen ein ausreichendes, flächendeckendes und attraktives Angebot an Jugendheimen, Jugendfreizeitstätten, Gruppen- und Familienferienstätten sowie an sonstigen Beherbergungsstätten für sozial, finanziell oder durch Behinderungen benachteiligte Menschen.
- Es müssen ausreichende Fördermittel für Investitionen in bzw. den Neubau solcher Beherbergungsstätten zur Verfügung gestellt werden.
- Für einkommensschwache Reisende sollten erschwingliche Reiseangebote im Bereich des nachhaltigen Tourismus zur Verfügung stehen.
- Wir brauchen eine stärkere Förderung von Individualzuschüssen.

9. Dem Fachkräftemangel begegnen

Eine gute Ausbildung aller im Tourismusbereich Beschäftigten ist Voraussetzung und Garant der Qualität im bayerischen Tourismus. Die Ausbildung von Experten im Rahmen eines Hochschulstudiums in Bayern bringt der Branche Vorteile – und wertet den Tourismusstandort qualitativ auf.

Insbesondere das Gastgewerbe leidet jedoch unter einem starken Mangel an Nachwuchs- und Fachkräften. In einer Umfrage gaben 61 Prozent der befragten Betriebe aus der Gastgewerbe-Branche an, nicht alle angebotenen Ausbildungsplätze besetzt haben

zu können (DIHK Ausbildungsreport). Damit sind die Besetzungsschwierigkeiten in dieser Branche am größten. Ursache dafür ist in erster Linie der demographische Wandel: Durch die abnehmende Zahl der Schulabgänger gestaltet sich die Gewinnung von Nachwuchskräften immer schwieriger. Gleichzeitig entscheiden sich immer mehr Schulabgänger für ein Studium. Für viele junge Menschen ist die Ausbildung bzw. Tätigkeit im Hotel- und Gaststättengewerbe nicht attraktiv. Gründe dafür sind unter anderem schlechte Bezahlung und ungünstige Arbeitszeiten.

Gut ausgebildete Fachkräfte sind jedoch die Voraussetzung, um die Servicequalität in der bayerischen Tourismusbranche auf dem bestehenden Niveau zu halten und weiter zu erhöhen. Insbesondere das Gastgewerbe selbst muss seine Anstrengungen erhöhen, um eine Ausbildung in dieser Branche attraktiver zu machen. Die Einführung des flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohns mit Jahresbeginn 2015 bringt vielen Beschäftigten im Gastgewerbe Vorteile. Jedoch sind weitere Anstrengungen nötig, um qualifizierten Arbeitnehmern gute berufliche Perspektiven zu bieten.

- Empfehlenswert ist die Einführung von verpflichtenden und frühzeitigen Berufsorientierungsangeboten an allen Schulen.
- Notwendig ist die Verbesserung des Images von Berufen im Tourismus- und insbesondere im Gastgewerbebereich. Entsprechende Initiativen und Imagekampagnen der Branchenverbände sollten durch öffentliche Mittel finanziell mitgetragen werden.
- Mehr Förderungsmaßnahmen von Nachhilfeangeboten im Unternehmen sowie ausbildungsbegleitende Hilfen sollen dazu beitragen, die Zahl der Ausbildungsabbrecher zu senken.
- Begrüßenswert sind Maßnahmen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Gastgewerbe zu verbessern.
- Für qualifizierte Menschen mit Migrationshintergrund, sowie beispielsweise Flüchtlinge, die neu nach Deutschland kommen, müssen die Möglichkeiten verbessert werden, um bei entsprechender Eignung möglichst schnell eine Ausbildung beginnen zu können bzw. in sich in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Auch das gezielte Anwerben ausländischer Fachkräfte oder Auszubildenden-Anwärter kann den Fachkräftemangel reduzieren.

10. Verbesserung der Organisationsstrukturen

Im bayerischen Tourismus ist eine Vielzahl von Akteuren auf unterschiedlichen Ebenen tätig. Die Aufgaben sind oftmals nicht klar verteilt, wodurch die Effizienz herabgesetzt wird. Da die Organisationsstrukturen zumeist an politischen Grenzen orientiert sind und nicht an touristischen Destinationen, gestalten sich die Strategien und Kommunikationsmaßnahmen häufig uneinheitlich. Das schadet dem Tourismus. Wir erachten es deshalb für notwendig, strukturelle Hierarchien zu entflechten, Verantwortungsbereiche zu bündeln und für eine klare Aufgabenteilung auf die unterschiedlichen Ebenen zu sorgen. Die jeweiligen Aktivitäten lokaler und regionaler Tourismusverbände und Organisationen sollten in ein übergeordnetes Tourismuskonzept eingebunden werden. Generell sollten sich Verwaltungs- und Vermarktungsstrukturen stärker an touristischen Destinationen und weniger stark an politischen Grenzen orientieren. Beispielsweise haben sich am Tegernsee sechs Kommunen zusammengeschlossen, um gemeinsam eine Ferienregion zu vermarkten. Auch die Kooperation zwischen Bundes- und Nachbarländern sollte intensiviert werden, um Kräfte zu bündeln und Mittel effizienter einzusetzen.

Zudem können neue Wege in der touristischen Vermarktung erfolgversprechend sein. Als Beispiel sei die Tourismus Initiative München (TIM) e.V. genannt, die vom damaligen Wirtschaftsreferent der Stadt München, dem heutigen SPD-Oberbürgermeister Dieter Reiter, mitinitiiert wurde. Über einen gemeinsamen Fonds von Tourismuswirtschaft und Landeshauptstadt München werden Projekte zugunsten des Tourismus in München finanziert.

IV. Kernforderungen der BayernSPD-Fraktion

1. **Der nachhaltige Tourismus in Bayern muss weiter gestärkt werden.** Insbesondere in ländlichen Räumen sind der Erhalt einer intakten Natur und Umwelt, der Schutz authentischer Kultur und regionaler Identitäten sowie eine starke regionale Wirtschaft wichtige Grundlagen für einen zukunftsfähigen Tourismus. Generell ist Nachhaltigkeit ein Qualitätsmerkmal mit steigender Nachfrage. Nachhaltiger Tourismus kann zu einem Alleinstellungsmerkmal des Bayern-Tourismus werden. Das Land hat – auch aufgrund des Naturreichtums und des hohen Umweltschutzniveaus – das Potenzial, Vorbild für nachhaltigen Tourismus zu werden.
2. **Wir brauchen konkrete Strategien für den Umgang mit dem Klimawandel im Tourismus.** Die Auswirkungen auf die einzelnen Regionen und Destinationen, insbesondere im Alpenraum und in den Mittelgebirgen, müssen konkret analysiert und Maßnahmenvorschläge entwickelt werden. Es ist sinnvoll, den betroffenen Regionen und Destinationen staatlich geförderte Beratungsangebote und finanzielle Unterstützungsmöglichkeiten anzubieten, um die Umstellung auf zukunftsfähige, nachhaltige Angebote zu unterstützen. Gleichzeitig sollten die klimaschädlichen Effekte des Tourismus soweit wie möglich eingedämmt werden. Dafür sind von politischer Seite die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, etwa in Form von gesetzlichen Regelungen.
3. **Bayern muss ein Reiseziel für alle Menschen sein.** Wir stehen für ein barrierefreies Bayern, das älteren Menschen, Familien mit Kindern und Menschen mit Behinderung die Teilhabe am Tourismus ermöglicht. Gleichzeitig muss eine ausreichende, attraktive Beherbergungsinfrastruktur für Kinder und Jugendliche – wie zum Beispiel Jugendherbergen –, für Familien, sozial- oder finanziell benachteiligte Menschen eingerichtet werden. Zusätzlich sollten ausreichend Fördermittel für Investitionen und Neubaumaßnahmen zur Verfügung gestellt werden.
4. **In ländlichen Räumen wird touristisches Potenzial vielfach zu wenig genutzt. Das muss sich ändern.** Die Ursachen sind vielfältig und liegen teilweise in ineffizienten Organisationsstrukturen. Ganz generell ist aber eine Stärkung des ländlichen Raums notwendig, um beispielsweise Abwanderungstendenzen und den Verfall der Infrastruktur entgegenzuwirken. Die Stärkung ländlicher Räume wirkt sich positiv auf den Tourismus aus und umgekehrt stärkt der Tourismus Wirtschaft und Lebensqualität im ländlichen Raum. Kommunen brauchen eine bessere Finanzausstattung, um die bestehende Infrastruktur erhalten zu können, und um Investitionen tätigen zu können, die dem Tourismus dienen. Andererseits profitiert auch die lokale Bevölkerung vom Tourismus vor Ort (Arbeitsplätze, Kulturangebot, Gastronomie, Verkehrsinfrastruktur etc.).

5. **Nationale Naturlandschaften (Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate)** sollten noch besser für Gäste erlebbar gemacht werden. Das Naturerlebnis ist für Bayern-Reisende ein zentrales Kriterium. Dabei muss die Entwicklung von nachhaltigen Angeboten im Vordergrund stehen, die im Einklang mit den strengen Schutzbestimmungen stehen. Sinnvoll kann auch die Einrichtung weiterer Schutzgebiete sein.
6. **Wir fordern bessere Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität von Wander-, Fahrrad- und Wassertourismus in Bayern.** Dazu gehört eine bessere Beschilderung, Möblierung und „Inszenierung“ ausgewählter Wanderwege und deren Zertifizierung. Der Aus- und Neubau von Fahrradwegen, insbesondere entlang von Flüssen und Wasserwegen, sowie entlang historischer Wege muss stärker vorangetrieben werden. Die Möglichkeiten zur kostenfreien Mitnahme von Fahrrädern in Bussen, Bahnen und im Schiffsverkehr sollten verbessert werden. Beim Wassertourismus sind bessere Fördermaßnahmen zum Ausbau von Anlegestellen für Boote, Bootstankstellen und der Einrichtung eines touristischen Informationssystems an Flussufern sinnvoll.
7. **Regionale Spezialitäten, landwirtschaftliche Produkte, sowie regionales Handwerk** sollten stärker für den Tourismus genutzt werden. Die Bildung geeigneter regionaler Marken, aber auch Kooperationen und Vernetzung von Produzenten, Dienstleistern, Tourismusverbänden und weiteren relevanten Akteuren sollten auch mit staatlichen Mitteln unterstützt werden.
8. **Es ist eine Verbesserung der Organisationsstrukturen im Tourismus nötig, um den Einsatz von Arbeitskraft und Mitteln effizienter zu gestalten.** Notwendig sind die strukturelle Entflechtung von Hierarchien, die Bündelung von Verantwortungsbereichen und eine klare Aufgabenteilung. Bisher orientieren sich die Verwaltungs- und Vermarktungsstrukturen vielfach an politischen Grenzen. Notwendig ist eine stärkere Fokussierung auf Destinationen und eine bessere Kooperation über Regional-, Landes- und Bundesgrenzen hinweg.
9. **Es sind verstärkte Anstrengungen und neue Ideen gefordert, um dem Nachwuchs- und Fachkräftemangel in touristischen Berufen zu begegnen.** Nur dann kann die hohe Servicequalität in Bayern auf hohem Niveau gehalten bzw. verbessert werden. Unter anderem sollten entsprechende Initiativen und Kampagnen der Branchenverbände stärker gefördert, sowie ausbildungsvorbereitende und -begleitende Hilfen aufgestockt werden. Zugleich müssen die Integrationsmaßnahmen für Menschen mit Migrationshintergrund und Flüchtlinge verbessert werden, um die Aufnahme einer Ausbildung zu erleichtern.