



## Klimafreundliche Entwicklung der bayerischen Urlaubsorte

### Beitrag

Bayerns Wirtschafts- und Tourismusminister Hubert Aiwanger setzt sich für die Nachhaltigkeit im bayerischen Tourismus ein. Aiwanger: "Wir unterstützen die umwelt- und klimafreundliche Entwicklung der bayerischen Urlaubsorte. Als Tourismusminister ist es mir wichtig, dass Einheimische und Gäste gemeinsam profitieren. Urlaub in Bayern findet in einer intakten Natur statt mit Gastgebern, die auf Herzlichkeit, lokale Verbundenheit und Umweltfreundlichkeit achten."

Der zentrale Gedanke der Weiterentwicklung unserer schönen Urlaubsorte sei das Gemeinwohl. Aiwanger: "Der Schutz unserer Natur und der Erhalt der Lebensräume, Besucherlenkung, Mobilität – all das betrifft Einheimische und Touristen. Und daher geht es nur zusammen. Denn der Tourismus ist kein abgegrenzter Wirtschaftszweig. Er gestaltet unseren Lebensraum und ist ein wichtiger Standortfaktor."

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) hat deshalb mit über 30 Akteuren der Branche und der Unterstützung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums einen Prozess hin zu einer nachhaltigen Destinationsentwicklung gestartet. Zu den neuen Angeboten für Touristiker, Kommunen und Unternehmen zählen

- eine [Webseite zur nachhaltigen Destinationsentwicklung](#) mit erfolgreichen Beispielen
- Vorträge mit konkreten Impulsen, wie sich Nachhaltigkeit im Dreiklang aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem umsetzen lässt
- strategische Workshops für all jene, die sich intensiver mit dem Thema auseinandersetzen wollen.

Ziel ist es, dass Destinationen mithilfe der BayTM ihr Wissen erweitern und im Rahmen der gemeinsam erarbeiteten Vision ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept entwickeln können.

Aiwanger: "Nachhaltigkeit bedeutet, Lebensraum so zu gestalten, dass sich Gäste und Einheimische gleichermaßen wohlfühlen. Denn von touristischen Angeboten wie Seilbahnen, Thermen oder Konzerten profitieren auch die Bewohner der Region. Zudem leben viele lokale Betriebe von den Besuchern. Dazu zählen nicht nur Hotellerie und Gastronomie, sondern auch Handwerk,

Dienstleistungsunternehmen und der Handel. Umso wichtiger ist es, all diese Bereiche einzubinden.“

Barbara Radomski, Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing GmbH: “Die nachhaltige Entwicklung des bayerischen Tourismus ist die Grundlage für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft. Gemeinsam mit einer Vielzahl touristischer Akteure haben wir uns deshalb auf den Weg gemacht, ein gemeinsames Verständnis und eine gemeinsame Vision für eine nachhaltige Destination Bayern zu erarbeiten. Und wir haben ein gemeinsames Werkzeug entwickelt, dass die bayerische Tourismusbranche auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit leiten soll. Denn wir wollen nicht nur den Status quo dokumentieren, sondern ein neues Mind-Set bei den touristischen Akteuren etablieren. Um die Vision nachhaltig in den Regionen und Strukturen zu verankern, unterstützen wir zusätzlich mit Vorträgen, Workshops und einem starken Netzwerk.“

Florian Bauhuber, Geschäftsführer des Beraternetzwerks Realizing Progress: “Die Begleitung des Prozesses im Auftrag der Bayern Tourismus Marketing GmbH und die daraus resultierende Entwicklung der Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung gemeinsam mit den Akteuren des bayerischen Tourismus ist ein Meilenstein für den Tourismus. Diese Pionierarbeit wird in den kommenden Jahren vielen Destinationen auf ihrem Weg in Richtung Nachhaltigkeit behilflich sein: in Bayern und darüber hinaus.“

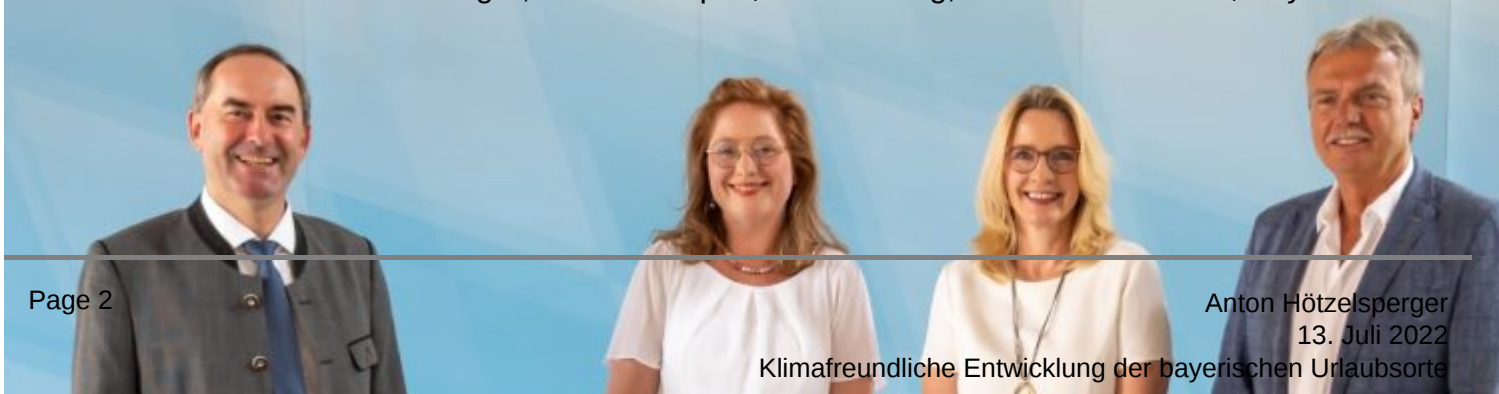
Prof. Alfred Bauer, Vorsitzender des Bayerischen Zentrums für Tourismus: “Die aktuelle Umfrage des Bayerischen Zentrums für Tourismus, in der die Lebenszufriedenheit in Bayern vor dem Hintergrund des Tourismus beleuchtet wurde, zeigt, dass in den bayerischen Regionen sowohl die positiven als auch die negativen Auswirkungen des Tourismus von der Bevölkerung gesehen werden. Interessant ist, dass mit 67 Prozent der Befragten in touristisch geprägten Regionen deutlich mehr Menschen mit ihren Lebensbedingungen zufrieden sind als in nicht touristisch geprägten Regionen.“

Daniela Leipelt, Kur- und Tourismusmanagerin von Bad Füssing: “Der Wertewandel in der Gesellschaft hin zu einem gesunden und nachhaltigen Lebensstil ist überall spürbar. Gesundheit ist der Megatrend und zum Synonym für hohe Lebensqualität geworden. Das verändert in zunehmenden Maße den Markt und Wettbewerb für Kurorte und Heilbäder. Bad Füssing möchte deshalb neue, ganzheitliche Strategien sowie Lebensraum- und Tourismuskonzepte entwickeln und umsetzen. Der Prozess der nachhaltigen Destinationsentwicklung bietet uns dafür wertvolle Orientierung und gibt uns Handlungsempfehlungen.“

Bayern macht sich für den Tourismus stark. Im Rahmen des Programms “[Tourismus in Bayern – fit für die Zukunft](#)“ wurden bis Ende Juni rund 19 Millionen Euro an Förderung beantragt. Weitere 1,8 Millionen Euro hat das Bayerische Wirtschaftsministerium für die nachhaltige Destinationsentwicklung in Bayern und seinen Tourismusregionen bereitgestellt. Damit werden sowohl Beherbergungsbetriebe als auch Destinationen und Kommunen unterstützt, Verbesserungen umzusetzen und individuelle Handlungsstrategien zu erarbeiten.

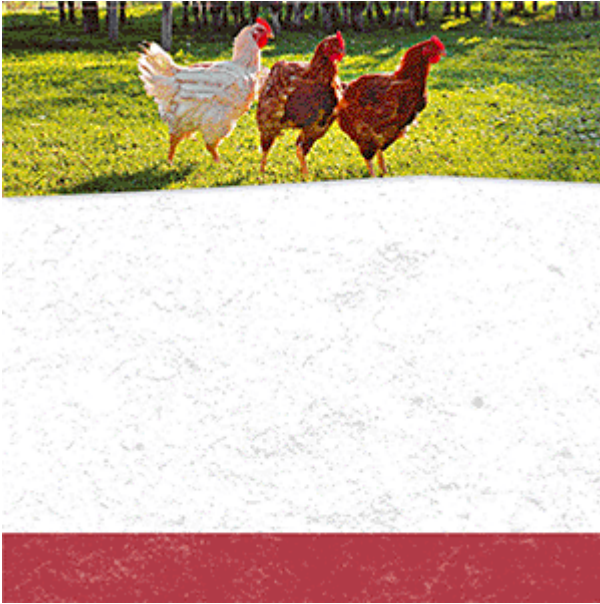
**Bericht und Foto:** Bayerisches Wirtschaftsministerium

Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger; Daniela Leipelt, Bad Füssing; Barbara Radomski, Bayern Tourismus





Marketing GmbH; Prof. Alfred Bauer, Bayerisches Zentrum für Tourismus (Foto: StMWi/ E. Neureuther)



### **Kategorie**

1. Tourismus

### **Schlagworte**

1. Bayerisches Wirtschaftsministerium
2. Bayern
3. Klimaschutz