

**Große Anfrage
der Fraktion GRÜNE**

und

**Antwort
der Landesregierung**

Nachhaltiger Tourismus in Baden-Württemberg

Große Anfrage

Wir fragen die Landesregierung:

- I. Bedeutung nachhaltiger Tourismusangebote
 1. Welche der bestehenden Definitionen von nachhaltigem Tourismus legt die Landesregierung ihrem Engagement im Tourismus zugrunde?
 2. Welche Kenntnisse hat sie (gestützt auf wissenschaftliche Studien und Umfragen) bezüglich des Interesses und der Bereitschaft der Bevölkerung in Deutschland und den ausländischen Quellmärkten, nachhaltige Tourismusangebote in Baden-Württemberg zu nutzen?
 3. Welche wirtschaftliche Bedeutung haben nachhaltige Tourismusangebote und Naturtourismus, definiert als eine Form des Reisens in naturnahe Gebiete, bei der das Erleben von Natur im Mittelpunkt steht, für den Tourismusstandort Baden-Württemberg aus Sicht der Landesregierung heute und in den kommenden Jahren für das Land, aufgelistet nach Sparte, Anteil an Gästeankünften, Umsatz und Beschäftigungszahlen im Vergleich zu den übrigen touristischen Angeboten?
 4. Welche Erfolge und künftigen Entwicklungsperspektiven sieht die Landesregierung seit Veröffentlichung der Tourismuskonzeption von 2009 für den Natur-, Wander- und Radtourismus, insbesondere im Ländlichen Raum?
- II. Folgen des Klimawandels für den Tourismus und mögliche Anpassungsstrategien
 1. Wie wird sich der Klimawandel nach Einschätzung der Landesregierung kurz-, mittel- und langfristig auf den Tourismusstandort Baden-Württemberg und seine Tourismusdestinationen auswirken, z.B. die

Abnahme der Schneesicherheit am Feldberg, klimabedingte Änderungen im Mischungs- und Schichtungsverhalten des Bodensees oder zunehmende Hitzestaus in den Städten?

2. Welche Anpassungsstrategien hält die Landesregierung hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen des Klimawandels für erforderlich, auch im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption für Baden-Württemberg?
3. Wie hat die Landesregierung seit 2010 Hotel- und Gaststättenbetriebe im Land bei ihren Bemühungen hin zu einem geringeren ökologischen Fußabdruck (z. B. geringerer Verbrauch an Energie und Wasser und geringerer CO₂-Ausstoß) unterstützt?

III. Förderung nachhaltiger Tourismusangebote

1. Wie viel Prozent der Mittel aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm werden bereits heute für nachhaltige Projekte verausgabt bzw. sollen künftig explizit dafür vorgehalten werden, unter Nennung der zugrunde gelegten Nachhaltigkeitskriterien?
2. Hält die Landesregierung die „Nationale Strategie zur Biologischen Vielfalt 2007“ der Bundesregierung, wonach bis 2020 „mindestens zehn Prozent“ der Tourismusanbieter ökologische Kriterien erfüllen sollen, auch für Baden-Württemberg für wegweisend?
3. Welche Schlussfolgerungen hat die Landesregierung aus den Sonderprogrammen „Sanfter Tourismus“ und „Nachhaltige Tourismusinfrastruktur“ aus den Jahren 2008 bis 2010 gezogen, auch im Hinblick auf mögliche vergleichbare Programme in den kommenden Jahren?
4. Welche Bedeutung misst die Landesregierung dem nachhaltigen Tourismus bei der Erarbeitung der neuen Tourismuskonzeption bei?

IV. Zertifizierung nachhaltiger Tourismusangebote

1. Wie bewertet die Landesregierung die bestehenden Zertifizierungen für nachhaltige Tourismusangebote hinsichtlich ihrer Übersichtlichkeit, Vergleichbarkeit und Transparenz?
2. Wie hoch ist der Anteil nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote in Baden-Württemberg derzeit, unter Berücksichtigung ihrer Verteilung auf den Ländlichen- und Verdichtungsraum, die Landkreise und die verschiedenen Tourismusdestinationen?
3. Wie bewertet die Landesregierung das Projekt „Nachhaltigkeitscheck Baden-Württemberg“, insbesondere in Bezug auf seine Fortsetzung?

V. Nachhaltige Mobilität bei der Anreise und vor Ort

1. Welche Rolle spielt nachhaltige Mobilität (ein flächendeckender, zuverlässiger und aufeinander abgestimmter öffentlicher Personennahverkehr [ÖPNV] sowie Rad- und Pedelec-Infrastruktur) bei der Anreise und bei Vor-Ort-Aktivitäten für den Tourismusstandort Baden-Württemberg?
2. Wie bewertet die Landesregierung die Angebote des ÖPNV und des Radverkehrs in Baden-Württemberg in Bezug auf die Erreichbarkeit der Tourismusdestinationen und touristischer Angebote (sowohl im Tages- als auch im Übernachtungstourismus) sowie die Mobilität vor Ort?
3. Ist der Landesregierung bekannt, wie viele Gäste in den vergangenen zehn Jahren mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbunds (ÖPNV, Fahrrad) in die Tourismusdestinationen des Landes angereist sind?

4. Wie bewertet die Landesregierung die KONUS-Gästekarte im Schwarzwald, unter anderem auch im Hinblick auf ihre Übertragbarkeit auf weitere Destinationen?
5. Wie bewertet die Landesregierung die Fahrradmitnahmemöglichkeiten in Bussen und Bahnen im Land in Bezug auf touristische Erfordernisse?

VI. Großschutzgebiete

1. Wie sind bestehende Programme und Strategien zur touristischen Vermarktung baden-württembergischer Großschutzprojekte, z. B. des Nationalparks Schwarzwald, der Biosphärengebiete Schwäbische Alb und Schwarzwald und der Naturparke, in das regionale und lokale Tourismusmarketing eingebunden?
2. Wie bewertet die Landesregierung die Praxis und Erfahrungen – sofern bekannt – anderer europäischer Länder (z. B. Schweiz, Österreich) bzw. anderer Bundesländer mit der Vermarktung von Großschutzgebieten im Hinblick auf mögliche Anregungen für Baden-Württemberg?
3. Welche Kooperationen zwischen den baden-württembergischen Großschutzgebieten in Sachen nachhaltiger Tourismus sind der Landesregierung bekannt?
4. Welche Maßnahmen zum Schutz vor Verkehrslärm und anderen Lärmarten, insbesondere in Großschutzgebieten und ländlich geprägten Tourismusdestinationen, hat die Landesregierung bereits ergriffen bzw. sind geplant, um die Attraktivität von Urlaubsregionen zu steigern und entsprechend bewerben zu können?

VII. Sozialer Tourismus

1. Wie viel Prozent der baden-württembergischen Tourismusangebote sind inzwischen barrierefrei, unter Darlegung der in den letzten zehn Jahren geschaffenen und für die kommenden Jahre geplanten Fördermöglichkeiten?
2. In welchen Tourismussegmenten sind barrierefreie Angebote in den letzten fünf Jahren verstärkt angenommen bzw. angefragt worden?
3. Welche touristischen Angebote und Vergünstigungen gibt es für Jugendliche, Seniorinnen und Senioren, bedürftige Personen und Familien mit geringem Einkommen?
4. Wie hat sich die Zahl der in Voll- und Teilzeit im Bereich Tourismus Beschäftigten in den letzten zehn Jahren landesweit entwickelt, unter besonderer Berücksichtigung des nachhaltigen Tourismus?

VIII. Digitalisierung im Tourismus

1. Welche Potenziale ergeben sich durch die voranschreitende Digitalisierung für den Tourismus in Baden-Württemberg?
2. Wie können die von der Landesregierung geplanten Vorhaben der Digitalisierungsstrategie im Bereich Tourismus zu mehr Nachhaltigkeit beitragen?

07.08.2018

Andreas Schwarz, Pix
und Fraktion

Begründung

Nachhaltiges Reisen liegt im Trend. Eine deutliche Mehrheit der Urlauberinnen und Urlauber aus Deutschland gibt an, an nachhaltigen Tourismusangeboten interessiert zu sein (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. [2014]). Der naturbezogene Tourismus spielt in Baden-Württemberg eine bedeutende und zunehmende Rolle. Nachhaltige Urlaubsangebote in Stadt und Land schonen Ressourcen und sind ein Beitrag zu verantwortungsvoller Wertschöpfung vor Ort.

Über 330.000 Arbeitsplätze hängen in Baden-Württemberg direkt mit dem Tourismus zusammen – Tendenz steigend! Allerdings ist der Tourismusstandort Baden-Württemberg mit großen Veränderungen, etwa in Folge des Klimawandels, konfrontiert. Das Land und die Tourismusanbieter werden sich in Zukunft vermehrt Dürren, Waldbränden, Hochwasser, Sturzfluten und Hitzestaus in den Städten stellen und hierfür geeignete Anpassungsstrategien entwickeln müssen.

Der Tourismus in Baden-Württemberg verzeichnet derzeit einen Umsatz- und Übernachtungsrekord nach dem anderen. Es ist unsere Aufgabe, die Grundlagen dieses Erfolgs zu schützen und für nachfolgende Generationen zu sichern. Das Land ist sich dieser Verantwortung bewusst und bekennt sich in seiner neuen Nachhaltigkeitsstrategie zu den Vorteilen nachhaltiger Urlaubsangebote.

Ziel der Großen Anfrage ist es, den Stellenwert und die Potenziale des nachhaltigen Tourismus für den Tourismusstandort Baden-Württemberg in den Blick zu nehmen. Nachhaltiges Reisen schonet die Ressourcen und unterstützt die lokale Wertschöpfungskette. Zu den Zielen des nachhaltigen Tourismus hat sich das Land Baden-Württemberg auch im Rahmen der Sustainable Development Goals (SDGs) deutlich bekannt. Für immer mehr Gäste aus dem In- und Ausland spielen nachhaltige Angebote bei der Wahl ihres Urlaubsortes eine wichtige Rolle. Deshalb wollen wir die Rahmenbedingungen für nachhaltige Urlaubsangebote in den nächsten Jahren konsequent stärken und weiter ausbauen.

Antwort

Schreiben des Staatsministeriums vom 25. September 2018 Nr. III-4360.:

In der Anlage übersende ich unter Bezugnahme auf § 63 der Geschäftsordnung des Landtags von Baden-Württemberg die von der Landesregierung beschlossene Antwort auf die Große Anfrage.

In Vertretung

Schopper

Staatssekretärin

Anlage: Schreiben des Ministeriums der Justiz und für Europa

Das Ministerium der Justiz und für Europa beantwortet im Einvernehmen mit dem Ministerium für Finanzen, dem Ministerium für Inneres, Digitalisierung und Migration, dem Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft, dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau, dem Ministerium für Soziales und Integration, dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz sowie dem Ministerium für Verkehr im Namen der Landesregierung die Große Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung:

Der Tourismus in Baden-Württemberg trägt mit 24,84 Milliarden Euro erheblich zum Wirtschaftseinkommen im Land bei. Mit rechnerisch 390.000 Einkommensäquivalenten ist die Branche wichtiger Arbeitgeber für viele Menschen in Baden-Württemberg.

Um den Anforderungen, die an den Tourismus in Baden-Württemberg gestellt werden, langfristig gerecht zu werden, berücksichtigt die Landesregierung den Nachhaltigkeitsgedanken unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Gesichtspunkten als Querschnittsthema in allen touristischen Handlungsfeldern. Während sich der Tourismus mit einem breiten Themenspektrum auseinandersetzt, befasst sich die vorliegende Anfrage in erster Linie mit dem Thema der Nachhaltigkeit im Tourismus.

I. Bedeutung nachhaltiger Tourismusangebote*1. Welche der bestehenden Definitionen von nachhaltigem Tourismus legt die Landesregierung ihrem Engagement im Tourismus zugrunde?*

Zu I. 1.:

Das Konzept des nachhaltigen Tourismus basiert auf dem weiter gefassten Ansatz der nachhaltigen Entwicklung. Dazu existiert eine Vielzahl von Definitionen, die in ihren wesentlichen Aussagen jedoch meist übereinstimmen. Die Definition, die bis heute am weitesten verbreitet und anerkannt ist und somit als klassische Definition von Nachhaltigkeit gelten kann, hat ihren Ursprung im sogenannten Brundtland-Bericht von 1987, der erstmals fest schrieb: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“ Die Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ des Deutschen Bundestages formulierte 1998 ein Modell basierend auf drei Säulen folgendermaßen: „Nachhaltigkeit ist die Konzeption einer dauerhaft zukunftsfähigen Entwicklung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimensionen menschlicher Existenz.“ Während hier jedoch parallel existierende Säulen unabhängig voneinander betrachtet werden, sieht die Landesregierung in ihrem Engagement einen direkten Wirkzusammenhang der genannten Aspekte. Sie versteht dabei, ebenso wie die Bundesregierung (2014), die genannten Dimensionen in einer ständigen Interdependenz zueinander. Situationsbedingt kann jeweils eines der drei Grundprinzipien stärker ausgeprägt sein. In ihrer Nachhaltigkeitsstrategie hat die Landesregierung jedoch festgelegt, dass die Belastbarkeit der Erde und der Natur die absolute Grenze bilden: Ein Rückgang an natürlichen Ressourcen oder der Verlust natürlicher Lebensräume kann nicht durch steigendes Kapital in einem der anderen Bereiche ausgeglichen werden. Die Welttourismusorganisation (UNWTO) definiert Nachhaltigen Tourismus in ihrem 2005 veröffentlichten Leitfaden (Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers) als „Tourismus, der den derzeitigen und zukünftigen ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen umfassend Rechnung trägt und dabei die Bedürfnisse der Gäste, der Industrie, der Umwelt wie der einheimischen Bevölkerung berücksichtigt.“

Die Landesregierung richtet ihr Engagement im nachhaltigen Tourismus – etwa bei der Einführung des bundesweit vorbildhaften Nachhaltigkeits-Checks – an diesen Grundüberlegungen aus.

Nachfolgend werden einige Beispiele genannt, die den umfassenden Charakter der Nachhaltigkeit im baden-württembergischen Tourismus darstellen. Die soziale Komponente beinhaltet beispielsweise die barrierefreie Gestaltung touristischer Infrastruktur, den Erhalt regionaler Architektur sowie kultureller Identität und kulturellen Erbes, die Bindung von Mitarbeitern und Fachkräften an die baden-württembergischen Tourismusregionen sowie die Steigerung der allgemeinen Lebensqualität durch Attraktivitätssteigerung und Erhöhung des Freizeitwertes. Der ökologische Aspekt beinhaltet den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen unter anderem bei der Errichtung touristischer Infrastruktur, die Steigerung der Energieeffizienz in der Tourismuswirtschaft sowie die Sensibilisierung für Umweltbewusstsein im Sinne einer Bildung für Nachhaltige Entwicklung, sowie die Bemühungen zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten in den Tourismusdestinationen. Die ökonomische Dimension schließlich umfasst beispielshalber die Schaffung qualifizierter Beschäftigungsmöglichkeiten, die Sicherung von Unternehmensnachfolge und wirtschaftlicher Investitionen sowie die Entwicklung und Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Diese Auflistung dient der Veranschaulichung, ohne dabei den Anspruch einer abschließenden oder vollumfänglichen Darstellung zu erheben.

2. Welche Kenntnisse hat sie (gestützt auf wissenschaftliche Studien und Umfragen) bezüglich des Interesses und der Bereitschaft der Bevölkerung in Deutschland und den ausländischen Quellmärkten, nachhaltige Tourismusangebote in Baden-Württemberg zu nutzen?

Zu I. 2.:

In einer ungestützten Abfrage, also ohne Vorgabe von Antwortmöglichkeiten, im Rahmen der Studie „Naturtourismus in Deutschland 2016“ (BTE) gaben 25,2 Prozent der Befragten den Schwarzwald als präferiertes Ziel für einen Natururlaub an, was Platz 1 des Rankings entspricht. Gäste kommen nach Baden-Württemberg, weil die faszinierende Landschaftsvielfalt ideale Voraussetzungen bietet, um einen Aktiv- oder Natururlaub zu verbringen. Damit liegt Baden-Württemberg im Trend. Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, den Tourismus im Land nachhaltig – also ressourcenschonend, ökonomisch sinnvoll und sozialgerecht – weiterzuentwickeln.

Eine Studie der AFC Public Services GmbH in Bonn und der dwif-Consulting GmbH München vom März 2017 belegt, dass das Spezialsegment Urlaub auf dem Bauernhof ein nachhaltiges Tourismusangebot ist, das Familien wegen des Wunsches nach Naturnähe schätzen.

Bei den für Baden-Württemberg Interessierten (Inländer) legen 57 Prozent Wert darauf, dass der Urlaub möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein soll. Diese sind demnach im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich an ökologisch nachhaltigen Angeboten interessiert. Hier liegt der Wert bei 53 Prozent (FUR Reiseanalyse 2018). Das sogenannte „harte Potenzial“ der Interessenten für Nachhaltigkeitsaspekte im Reiseverhalten liegt der Vorgängerstudie (2017) zufolge bei etwa 9 Prozent der deutschen Bevölkerung. Hier zeigt sich in der tatsächlichen Umsetzung der Urlaubsreise eine Diskrepanz zur grundsätzlichen Veranlagung zu nachhaltigem Reisen. Etwas mehr als die Hälfte (55 Prozent) derjenigen Deutschen, die gerne nachhaltig verreist wären, zeigen beispielsweise keine Bereitschaft, hierfür zusätzliche Kosten zu übernehmen.

Erhebungen zum Potenzial nachhaltiger Tourismusangebote Baden-Württembergs in den benachbarten europäischen Quellmärkten liegen der Landesregierung nicht vor.

3. *Welche wirtschaftliche Bedeutung haben nachhaltige Tourismusangebote und Naturtourismus, definiert als eine Form des Reisens in naturnahe Gebiete, bei der das Erleben von Natur im Mittelpunkt steht, für den Tourismusstandort Baden-Württemberg aus Sicht der Landesregierung heute und in den kommenden Jahren für das Land, aufgelistet nach Sparte, Anteil an Gästekünften, Umsatz und Beschäftigungszahlen im Vergleich zu den übrigen touristischen Angeboten?*

Zu I. 3.:

Der Landesregierung sowie der TMBW liegen diesbezüglich keine aussagekräftigen Marktforschungsdaten vor. Aus dem großen Interesse am Thema Natur für Baden-Württemberg-Urlauber lässt sich allerdings ableiten, dass Naturtourismus für den Tourismusstandort Baden-Württemberg von sehr großer Bedeutung ist.

Auf Bundesebene haben das Bundesumweltministerium und das Bundesamt für Naturschutz in den vergangenen Jahren die regionalwirtschaftlichen Effekte für die bis dahin bekannten Nationalparke und Biosphärenreservate errechnen und zusammentragen lassen (BfN 2016). Die Zahlen basieren auf Erhebungen der Jahre 2007 bis 2015. Diesen Erhebungen zufolge generierten allein diese beiden Gruppen einen Bruttoumsatz in Höhe von 5,72 Mrd. Euro in ganz Deutschland (BTE 2016). Für die deutschen Naturparke liegen bisher keine umfassenden Vergleichszahlen vor. Ebenso wenig sind Erhebungen hierzu auf Landesebene bekannt. Im Nationalpark Schwarzwald sollen laut dem „Konzept für die nachhaltige touristische Entwicklung der Nationalparkregion und im Nationalpark Schwarzwald“ (Okt. 2017) künftig auch ein Gäste- und Kundenmonitoring sowie eine Evaluierung von Veranstaltungen stattfinden.

Die Einkünfte aus Urlaub auf dem Bauernhof betragen bei vielen landwirtschaftlichen Betrieben bis zu 50 Prozent des gesamten betrieblichen Einkommens. Sie sichern Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und tragen damit indirekt zur Pflege der für den allgemeinen Tourismus wichtigen Kulturlandschaft beispielsweise im Schwarzwald bei.

Aufgrund eines allgemein steigenden Umweltbewusstseins in der Bevölkerung erwartet die Landesregierung eine weitere Nachfragesteigerung in diesen Segmenten.

4. *Welche Erfolge und künftigen Entwicklungsperspektiven sieht die Landesregierung seit Veröffentlichung der Tourismuskonzeption von 2009 für den Natur-, Wander- und Radtourismus, insbesondere im Ländlichen Raum?*

Zu I. 4.:

Die naturtouristischen Angebote in Baden-Württemberg haben sich in den Jahren seit der Veröffentlichung der Tourismuskonzeption 2009 insgesamt sehr gut entwickelt. Der Anteil an zertifizierten Premium- und Qualitätswegen hat sich seit 2009 bis heute stetig erhöht. Diese Wege stehen für besondere Qualität der Wegeführung, der Beschilderung und der Infrastruktur am Wegesrand. Aktuell gibt es davon im ganzen Land rund 93 Premiumwanderwege und 55 Qualitätswanderwege – dies sind deutlich mehr als in jedem anderen Land der Bundesrepublik.

Ebenfalls positiv stellt sich die Entwicklung für einen qualitätsorientierten Radtourismus in Baden-Württemberg dar. Von den 19 offiziellen Landesradfernwegen, die mit einer Gesamtlänge von 4.940 km das gesamte Land durchziehen, sind aktuell 12 nach ADFC-Qualitätskriterien mit mindestens drei und mehr Sternen qualifiziert. Die Klassifizierung ist ein zentrales Instrument, um den Landesradfernwegen des Landes in der Konkurrenz zu anderen Radreiseregionen einen Standortvorteil zu verschaffen.

Ergänzt werden die Landesradfernwege durch zahlreiche Rundradwege und kleinere Routen, die Gäste in Tagestouren erkunden können. Die touristischen Regionen Baden-Württembergs haben das Potenzial des Radtourismus erkannt und sind dabei, für die Rad fahrenden Gäste die entsprechenden Infrastrukturen kontinuierlich zu verbessern und auszubauen. Hierzu zählen beispielsweise die Schaffung

von hochwertigen und attraktiven touristischen Themenrouten (Sternrouten, Rundradwege etc.), durchgängige Beschilderungsmaßnahmen (auch mit Hinweisen auf touristische Attraktionen entlang der Radwege), Ladestationen für E-Bikes oder Apps für Smartphones, die eine Planung von Radrouten unterwegs ermöglichen sowie weitere Dienstleistungen und Services wie Gepäcktransport oder spektakuläre Naturinszenierungen entlang der Route. Seit 2013 wird die wegweisende Beschilderung der Landesradfernwege fortlaufend durch das Ministerium für Verkehr gepflegt, die touristische Vermarktung erfolgt durch die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg.

Die Themen rund um den Rad- und Wandertourismus werden auch bei der Umsetzung von kommunalen Infrastrukturprojekten im Rahmen des Tourismusinfrastrukturprogramms nachhaltig unterstützt. Seit 2009 konnten hier für Vorhaben im Bereich Wandern rund 8 Mio. Euro und im Bereich Rad rund 1,8 Mio. Euro Fördermittel ausgereicht werden.

Naturtouristische Angebote spielen für die Attraktivität des Urlaubslandes Baden-Württemberg eine wichtige und zukunftsorientierte Rolle. Dabei sind insbesondere die zahlreichen Großschutzgebiete des Landes für einen sanften Tourismus von zentraler Bedeutung. Die sieben Naturparke, die beiden Biosphärengebiete sowie der Nationalpark Schwarzwald bieten naturbezogene Urlaubsangebote für alle Zielgruppen und verfügen in der Regel über entsprechende touristische Entwicklungskonzepte, welche sowohl die Belange der Schutzfunktionen als auch die des Tourismus entsprechend miteinander abwägen bzw. verknüpfen. Insoweit werden die Entwicklungsperspektiven für den Natur-, Rad- und Wandertourismus gerade im ländlichen Raum als sehr gut eingeschätzt.

II. Folgen des Klimawandels für den Tourismus und mögliche Anpassungsstrategien

1. Wie wird sich der Klimawandel nach Einschätzung der Landesregierung kurz-, mittel- und langfristig auf den Tourismusstandort Baden-Württemberg und seine Tourismusdestinationen auswirken, z. B. die Abnahme der Schneesicherheit am Feldberg, klimabedingte Änderungen im Mischungs- und Schichtungsverhalten des Bodensees oder zunehmende Hitzestaus in den Städten?

Zu II. 1.:

Die Attraktivität vieler touristischer Angebote, insbesondere im Natur- und Outdoor-Bereich, ist stark vom Wetter und Klima abhängig. Sie beeinflussen wann, wohin und teilweise sogar, ob Touristen reisen und was sie vor Ort unternehmen. Für die Vulnerabilitätsbewertung im Handlungsfeld Tourismus sind die entscheidenden Parameter die Temperatur und der Niederschlag.

Risiken durch den Klimawandel werden in Baden-Württemberg für den Wintertourismus gesehen. So könnte der Wintersport mittel- bis langfristig zu den Verlierern des Klimawandels zählen, da die Schneesicherheit in Mittelgebirgen wie dem Schwarzwald mit fortschreitender Erwärmung sinkt. Von Schneesicherheit spricht man, wenn die natürliche Schneehöhe in der mittleren Lage an 100 Tagen in der Saison mindestens 30 cm erreicht. Im Schwarzwald gab es in den letzten 35 Jahren nur in fünf Jahren hundert Schneetage und mehr. Mittel- bis langfristig weisen die Klimaprojektionen aber darauf hin, dass sich die Schneeverhältnisse durch den Klimawandel ändern werden: Die Anzahl der Frosttage geht nach den klimatischen Leitplanken der LUBW in der nahen Zukunft (2021 bis 2050) um rund 20 Prozent, in der fernen Zukunft (2071 bis 2100) sogar um rund 50 Prozent zurück (Mediane der Klimamodellergebnisse). Für das Ende des 21. Jahrhunderts ist somit davon auszugehen, dass alpiner Wintersport nur noch in den Hochlagen möglich sein wird; auch weil zudem die Anzahl der Tage mit Beschneigungspotenzial zurückgeht.

Der Sommertourismus in Baden-Württemberg wird hingegen sehr wahrscheinlich vom Klimawandel profitieren. Eine längere Saison mit wärmerem und trockenem Wetter begünstigt Bade-, Camping-, Wander- und andere Naturerlebnisse. Mit ansteigender Lufttemperatur steigen auch die Wassertemperaturen, was sich

günstig auf den Badetourismus auswirken kann: Beispielsweise liegt die durchschnittliche Wassertemperatur an der Oberfläche des Bodensees im Zeitraum 1990 bis 2017 um 1,1 Grad Celsius höher als in den rund drei Jahrzehnten davor.

Der wachsende Städtetourismus profitiert grundsätzlich auch von der zunehmenden Anzahl warmer Tage. Problematisch sind allerdings sogenannte „heiße Tage“, also Tage mit 30 Grad Celsius oder mehr, die besonders für ältere Menschen oder Kleinkinder gesundheitliche Beeinträchtigungen mit sich bringen. Aufgrund des hohen Versiegelungsgrades und der dichten Bebauung sind, insbesondere in Großstädten, die Temperaturen deutlich höher als im Umland. Im Sommer können die Temperaturunterschiede zwischen Innenstadt und Umland nach einer wissenschaftlichen Studie des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung bis zu 6 Grad Celsius ausmachen. Man spricht in diesem Zusammenhang auch vom „städtischen Wärmeinsel-“ oder „Hitzeinseleffekt“. „Heiße Tage“ sind in den Innenstädten daher häufiger als im Umland. Für die Zukunft zeigen die Auswertungen der regionalen Klimamodelle durch die LUBW einen weiteren Temperaturanstieg. Die Anzahl „heißer Tage“ wird danach deutlich steigen.

Über die hier beschriebenen Folgen hinaus wurden die unterschiedlichen regionalen und saisonalen Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus in Baden-Württemberg in der „Strategie zur Anpassung an den Klimawandel in Baden-Württemberg – Vulnerabilitäten und Anpassungsmaßnahmen in relevanten Handlungsfeldern“ (Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg, 2015) in einem eigenen Kapitel eingehend diskutiert. Ausführliche Informationen finden sich unter anderem im ersten „Monitoring-Bericht zum Klimaschutzgesetz Baden-Württemberg – Teil 1 Klimafolgen und Anpassung“ 2017.

2. Welche Anpassungsstrategien hält die Landesregierung hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen des Klimawandels für erforderlich, auch im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption für Baden-Württemberg?

Zu II. 2.:

Ebenso wie die Auswirkungen durch den Klimawandel auf den Tourismus in Baden-Württemberg werden auch die Anpassungsstrategien in der „Strategie zur Anpassung an den Klimawandel in Baden-Württemberg“ festgehalten. Diese sind im Handlungsfeld Tourismus im Wesentlichen die folgenden:

- klimaverträgliche nachhaltige Angebote schaffen
- Radland Baden-Württemberg ausdehnen
- Beherbergungsbetriebe klimafit machen
- Aufenthaltsqualität sichern und optimieren
- Saison für Outdoor-Tourismus erweitern
- Strand- und Badetourismus ausbauen
- Schneesport in den geeigneten Höhenlagen sichern
- Nordic Sports (Movement) saisonunabhängig entwickeln
- Informationsoffensive Klima starten
- Umweltverbund fördern – Optimierung Verkehrsmanagement

Die erfassten Maßnahmen und deren Fortschritt werden in regelmäßigen Monitoring-Berichten – zuletzt im Juni 2017 – überwacht. Darüber hinaus werden weitere Strategien in einem entsprechenden Fachgutachten für das Handlungsfeld Tourismus (Umweltministerium, 2013) benannt. Diese und weitere Studien zum Querschnittsthema Tourismus werden auch in die Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption einfließen. Ziel im Rahmen der Tourismuskonzeption Baden-Württemberg ist es insbesondere, die privaten sowie die öffentlichen touristischen Akteure aller Ebenen für mögliche Folgen des Klimawandels im und für den Tourismus zu sensibilisieren. Hinweise und Handlungsfelder aus der „Strategie zur Anpassung an den Klimawandel in Baden-Württemberg“ sind hierfür aufzugrei-

fen und ggf. den aktuellen Verhältnissen weiter anzupassen. Der stetige Ausbau bzw. die Verbesserung von nachhaltigen Mobilitätsangeboten oder die Schaffung von wetterunabhängigen Freizeiteinrichtungen sind hier wichtige Aufgabenfelder für die touristischen Leistungsträger.

3. *Wie hat die Landesregierung seit 2010 Hotel- und Gaststättenbetriebe im Land bei ihren Bemühungen hin zu einem geringeren ökologischen Fußabdruck (z. B. geringerer Verbrauch an Energie und Wasser und geringerer CO₂-Ausstoß) unterstützt?*

Zu II. 3.:

Die Landesregierung fördert über DEHOGA Baden-Württemberg die Beratung von gastgewerblichen Betrieben im Bereich Energie. Seit 2006 ist DEHOGA Beratung Baden-Württemberg im Rahmen der landesgeförderten Betriebsberatungen tätig, um verbesserte Energieeffizienzwerte in der gastgewerblichen Branche zu erreichen und die Energiekosten auf einem möglichst umsatzverträglichen Niveau zu halten. Bei den Stromversorgungsberatungen, in denen auch Ökostrom-Angebote zum Tragen kommen, konnte seit Aufnahme der Beratungstätigkeit nach Mitteilung von DEHOGA Beratung Baden-Württemberg insgesamt ein Einsparvolumen bei den Betrieben von mehr als 2,6 Millionen Euro erzielt werden.

Darüber hinaus bietet DEHOGA Beratung Baden-Württemberg für gastgewerbliche Unternehmen in Kooperation mit Energieexperten auch geförderte „Energie-Vor-Ort-Beratungen“ an, die seit vielen Jahren auf eine hohe Nachfrage stoßen. Hier geht es schwerpunktmäßig um die Themen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sowie allgemein um die Verbesserung der Energieeffizienz in den Unternehmen. Die Energieberater entwickeln Energiekonzepte mit Empfehlungen, z. B. zur Senkung des Energieverbrauchs sowie des CO₂-Ausstoßes, und hinterlegen diese mit konkreten Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen.

Diese Energieberatungen können in Abhängigkeit von der jeweiligen Aufgabenstellung beispielsweise im ESF-Coaching-Programm des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau oder innerhalb des Förderprogramms „Energieberatungen im Mittelstand“ (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) gefördert werden. Will der Betrieb die empfohlenen energetischen Maßnahmen umsetzen, wird er im Rahmen der Beratung auf die zur Verfügung stehenden Förderprogramme des Landes ausführlich hingewiesen, so beispielsweise auf die Ressourceneffizienzfinanzierung der L-Bank Baden-Württemberg oder das Förderprogramm Klimaschutz-Plus, welches zuletzt am 15. Juni 2018 vom Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft neu aufgelegt wurde (Antragstellung ebenfalls über die L-Bank Baden-Württemberg).

In den unmittelbaren Genuss von Förderprogrammen des Landes kommen die Hotel- u. Gaststättenbetriebe mit EMAS Zertifizierung (siehe Ziffer IV., Frage 1.). Dies sind aktuell 51 Betriebe in Baden-Württemberg, 89 bundesweit. Die gastronomischen EMAS Betriebe im Land nehmen also europaweit eine erfreuliche Sonderstellung ein. Die EMAS Betriebe werden vom Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft mit bis zu 70 Prozent gefördert, wenn sich mehrere Hotels gemeinsam als „Konvoi“ für die erstmalige Zertifizierung entscheiden.

Des Weiteren können Hotel- und Gaststättenbetriebe für ihre Investitionen, auch in die Reduktion von Energie- und Wasserverbrauch oder einen geringeren CO₂-Ausstoß, die Einzelbetriebliche Förderung des Landes im Rahmen der Tourismusförderung beantragen. Die Förderung erfolgt in Form längerfristiger, zinsverbilligter Darlehen durch die L-Bank Baden-Württemberg.

III. Förderung nachhaltiger Tourismusangebote

- 1. Wie viel Prozent der Mittel aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm werden bereits heute für nachhaltige Projekte verausgabt bzw. sollen künftig explizit dafür vorgehalten werden, unter Nennung der zugrunde gelegten Nachhaltigkeitskriterien?*
- 3. Welche Schlussfolgerungen hat die Landesregierung aus den Sonderprogrammen „Sanfter Tourismus“ und „Nachhaltige Tourismusinfrastruktur“ aus den Jahren 2008 bis 2010 gezogen, auch im Hinblick auf mögliche vergleichbare Programme in den kommenden Jahren?*

Hinweis: Die Fragen 1. und 3. zu Ziffer III. werden aufgrund des engen inhaltlichen Zusammenhangs zusammen beantwortet.

Zu III. 1. und III. 3.:

Mit dem Tourismusinfrastrukturprogramm fördert die Landesregierung investive Vorhaben der baden-württembergischen Tourismuskommunen, um den Ausbau einer modernen und zukunftsorientierten Tourismusinfrastruktur voran zu bringen. Zu den zentralenwendungszwecken des jährlich neu ausgeschriebenen Förderprogramms zählen die Stärkung der wirtschaftlichen und ökologischen Nachhaltigkeit von Tourismusinfrastruktureinrichtungen sowie die Verbesserung der sozialen Nachhaltigkeit, insbesondere durch den Ausbau der Barrierefreiheit. Ein weiteres Kernelement des Tourismusinfrastrukturprogramms ist die Unterstützung der touristischen Entwicklung in den strukturschwachen Gebieten. Im Rahmen des Tourismusinfrastrukturprogramms wurden in den vergangenen zehn Jahren (2004 bis 2013) im ländlichen Raum (ländlicher Raum im engeren Sinne und Verdichtungsbereiche im ländlichen Raum) 139 Vorhaben mit insgesamt rund 26,3 Mio. Euro gefördert.

Im Rahmen der letzten Richtlinienänderung im Jahr 2011 wurden die Erkenntnisse aus den befristeten Sonderprogrammen „Sanfter Tourismus“ und „Nachhaltiger Tourismus“ berücksichtigt. Die Verwendungszwecke wurden dementsprechend erweitert bzw. präzisiert. Ausdrückliches Ziel des Tourismusinfrastrukturprogramms (TIP) ist es, Tourismusinfrastruktureinrichtungen wirtschaftlich und ökologisch zu stärken sowie den sanften Tourismus zu unterstützen. Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit steht die Förderung eines „Tourismus für Alle“ im Fokus. Ein Vorhalten eines festen Anteils für nachhaltige Projekte wird für entbehrlich gehalten, da das Programm bereits jetzt die Unterstützung von Vorhaben auf allen drei Ebenen der Nachhaltigkeit als Zuwendungsvoraussetzung hat.

- 2. Hält die Landesregierung die „Nationale Strategie zur Biologischen Vielfalt 2007“ der Bundesregierung, wonach bis 2020 „mindestens zehn Prozent“ der Tourismusanbieter ökologische Kriterien erfüllen sollen, auch für Baden-Württemberg für wegweisend?*

Zu III. 2.:

Als Reiseland wird Deutschland auch bei internationalen Touristen immer beliebter. Viele Sportarten und Tourismusformen können jedoch die Natur belasten. Das sollte vermieden oder minimiert werden. Daher hält die Landesregierung die Forderung des Bundes aus ökologischer Sicht grundsätzlich für zielführend. Gleichwohl darf nicht verkannt werden, dass ein Monitoring dahingehend in der Praxis aufgrund fehlender Datenbasis sowie der schier unerschöpflichen Anzahl und Vielfalt touristischer sowie Freizeitangebote und deren Überschneidung mit weiteren Themenfeldern kaum umsetzbar sein wird. Die Vielzahl vorhandener Zertifizierungsmöglichkeiten erschwert eine dahingehende Erfassung zusätzlich (siehe hierzu auch die Antwort zu Ziffer IV., Frage 2.).

Beispielsweise stellt das Federseemoor in der Urlaubsregion Oberschwaben-Allgäu als ausgewiesenes Natura-2000- und FFH-Gebiet aus ökologischer Sicht ein nachhaltiges Schutzgebietssystem dar. Mit seinen seltenen Tier- und Pflanzenarten sowie den UNESCO-Fundstellen der Prähistorischen Pfahlbauten ist das Ge-

biet auch aus touristischer Sicht eine Attraktion. Dennoch ist dem Moor kein Nachhaltigkeitssiegel aus dem touristischen Bereich zugeordnet, sodass es aus jeglicher Erfassung nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote entfallen würde.

Reisende sorgen sich zunehmend nicht nur um das eigene Wohlbefinden, sondern achten auch auf das der Umwelt. In den Großschutzgebieten Baden-Württembergs (Nationalpark, Biosphärengebiete, Naturparke) steht die nachhaltige Regionalentwicklung bei gleichzeitiger Erhaltung und Förderung der Artenvielfalt und des Landschaftsbildes im Fokus. Die Großschutzgebiete decken über ein Drittel der Landesfläche ab und bilden damit eine gute Grundlage für die ökologische Ausrichtung des Tourismus im Land. Die Landesregierung geht davon aus, dass Touristen künftig in Form von gesteigerter Nachfrage ein eigenes Interesse an nachhaltigen Themen des Tourismus zum Ausdruck bringen.

4. Welche Bedeutung misst die Landesregierung dem nachhaltigen Tourismus bei der Erarbeitung der neuen Tourismuskonzeption bei?

Zu III. 4.:

Im Rahmen der Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption soll die Nachhaltigkeit als Querschnittsthema langfristig in alle definierten Handlungsfelder miteinfließen bzw. dort berücksichtigt und mitgedacht werden. Hierbei finden sich Ansätze für einen nachhaltigen Tourismus u. a. bei der Digitalisierung, der Tourismusinfrastruktur und der Mobilität, der Zukunftsfähigkeit im Gastgewerbe oder im Tourismus-Marketing. Damit ist es ein Ziel der Konzeption zu vermitteln, dass es gilt, die Leistungsfähigkeit des Tourismus bei gleichzeitiger Schonung aller Ressourcen auf lange Sicht zu gewährleisten.

IV. Zertifizierung nachhaltiger Tourismusangebote

1. Wie bewertet die Landesregierung die bestehenden Zertifizierungen für nachhaltige Tourismusangebote hinsichtlich ihrer Übersichtlichkeit, Vergleichbarkeit und Transparenz?

Zu IV. 1.:

Weltweit existieren derzeit über 180 verschiedene Nachhaltigkeitssiegel im Tourismus. Üblicherweise werden Nachhaltigkeitszertifikate für Unterkünfte, Reiseveranstalter oder ganze Destinationen vergeben. Der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ist eine virtuelle und weltweit agierende Organisation, welche qualitativ hochwertige Nachhaltigkeitslabel international anerkennt. Grundlage hierfür sind ein Zertifizierungsstandard, der neben der ökologischen und ökonomischen auch die soziale Dimension der Nachhaltigkeit vollständig berücksichtigt, sowie ein transparentes Prüfverfahren durch einen unabhängigen Gutachter bzw. eine unabhängige Gutachterin. Einige der gängigsten Nachhaltigkeits-Labels im Tourismus sind Earth Check, EMAS, Green Key, TourCert und Viabono (letzteres ist nicht GSTC-angelernt).

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) hat im Jahr 2016 einen durch das Bundesamt für Naturschutz geförderten Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen“ veröffentlicht. Dieser stellt in tabellarisch übersichtlicher Form einige bekannte Labels in Deutschland gegenüber und vergleicht die Dimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziales anhand mehrerer Kriterien und Indikatoren. Hier wird auch das von der Landesregierung initiierte Zertifikat „Nachhaltiges Reiseziel“ untersucht. Eine international verfasste Broschüre („Nachhaltigkeit im Tourismus – Wegweiser durch den Labeldschunzel“, 2016), gefördert durch die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit, stellt insgesamt 50 Nachhaltigkeitszertifikate unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien und des jeweiligen Geltungsberichts der Siegel vor.

Die Landesregierung begrüßt die vielfältigen Angebote im Segment nachhaltiger Tourismus insofern, als dass die steigende Anzahl unterschiedlicher Zertifikate

auch ein Anzeichen einer gesteigerten touristischen Nachfrage in Folge eines wachsenden Bewusstseins widerspiegelt. Voraussetzung für deren Qualität bzw. Seriosität sind jedoch die Einhaltung entsprechend zugrunde gelegter Prüfstandards. Darüber hinaus ist die Bekanntheit der Labels nicht nur in Fachkreisen, sondern insbesondere bei interessierten Reisenden ein wichtiges Merkmal für langfristige Tragfähigkeit. Eine weitergehende inhaltliche Bewertung oder vergleichende Überprüfung der vielfältigen existierenden Nachhaltigkeitsiegel im Tourismus kann die Landesregierung nicht vornehmen.

2. Wie hoch ist der Anteil nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote in Baden-Württemberg derzeit, unter Berücksichtigung ihrer Verteilung auf den Ländlichen- und Verdichtungsraum, die Landkreise und die verschiedenen Tourismusdestinationen?

Zu IV. 2.:

Genauere Erhebungen zum Anteil nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote existieren für Baden-Württemberg nicht. Dies liegt zum einen in der Vielzahl möglicher Zertifizierungen, verbunden mit nachhaltigen Angeboten auch ohne externe Zertifizierung, sowie zum anderen in der Breite des touristischen Angebotsspektrums begründet. Tendenziell lässt sich jedoch festhalten, dass nachhaltig zertifizierte Tourismusangebote vor allem dort stark verbreitet sind, wo regionale Initiativen einen Impuls geben, z. B. Partnerinitiativen des Biosphärengebiets Schwäbische Alb oder der Naturparke im Schwarzwald. Demnach sind die meisten nachhaltigen Angebote im ländlichen Raum zu finden. Doch auch in Städten nimmt die Zahl zertifizierter Unterkünfte zu, da Geschäftsreisende ihre Unterkunft teilweise nach diesen Kriterien buchen.

Einige Regionen haben Einblick in die lokale Struktur nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote. Die Stuttgart Marketing GmbH beispielsweise führt in ihren Statistiken 266 vermittelte Hotellerie-Betriebe, von denen 9 Prozent als nachhaltig zertifiziert sind. Im Bereich Gastronomie sind etwa 10 bis 15 Betriebe Partner im Nachhaltigkeitscheck. Im Bereich der Tagungs- und Kongressstätten sind 19 Prozent der Tagungskapazitäten (dies entspricht nicht der „Anzahl der Häuser“) in der Region Stuttgart für „green meetings“ geeignet. Die Schwarzwald Tourismus GmbH gibt an, dass auf 652 der statistisch erfassten 2.987 Betriebe mit mind. 10 Betten in ihrem Zuständigkeitsbereich mindestens eine der verschiedenen möglichen nachhaltigen Auszeichnungen entfällt (= 21,83 Prozent). Dazu kommen Angebote von neun Bioenergiedörfern, welche die Energie für Einwohner und Urlauber über Solar- und Biogasanlagen, Wind- und Wassermühlen und nachwachsende Rohstoffe erzeugen, sowie sieben von der Deutschen Umwelthilfe ausgezeichnete „Solarkommunen“ als weitere Bausteine eines nachhaltigen Tourismus. Die Naturparke und private Veranstalter halten daneben naturnahe, wenn auch nicht als nachhaltig zertifizierte, Angebote wie Trekking, Naturcamp oder Waldbaden vor.

3. Wie bewertet die Landesregierung das Projekt „Nachhaltigkeitscheck Baden-Württemberg“, insbesondere in Bezug auf seine Fortsetzung?

Zu IV. 3.:

Tourismusangebote, die sich an nachhaltigen Kriterien ausrichten sowie umwelt- und sozialbewusste Urlaubsreisen liegen weiterhin im Trend. Ein allgemein gesteigertes Umweltbewusstsein lässt daher eine deutliche Nachfragesteigerung nach ressourcenschonenden Urlaubsangeboten und Produkten erwarten.

Der durch die Landesregierung als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie initiierte und im Jahre 2014 erstmals im Rahmen einer Pretest-Phase durchgeführte „Nachhaltigkeitscheck Baden-Württemberg“ (heute „Nachhaltiges Reiseziel“) trägt diesen Entwicklungen Rechnung. Der Nachhaltigkeitscheck zielt auf eine verstärkte Wahrnehmung und Etablierung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Tourismusbranche ab. Durch die Leitlinien und Handlungsempfehlungen des Nachhaltigkeitschecks werden Gestaltungsmöglichkeiten für nachhaltige Strukturen und Pro-

zesse entlang der touristischen Wertschöpfungskette aufgezeigt. Insbesondere die Auszeichnung ganzer Destinationen in einem gesamtgeographischen Wirkungsfüge und damit die Beziehung auf einen erweiterten Erlebnisraum stellt in diesem Zusammenhang ein Alleinstellungsmerkmal dar.

Die Landesregierung unterstützt dieses erfolgreiche Vorhaben, welches inzwischen Nachahmer in der gesamten Bundesrepublik findet, auch weiterhin.

In Erfahrungsaustauschen zwischen den teilnehmenden Destinationen in Baden-Württemberg werden regelmäßig weitere Entwicklungspotenziale eruiert und praxisrelevante Anregungen für die gelungene Fortführung des Projekts aufgezeigt. Um der Bedeutung der Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ für Baden-Württemberg vor dem Hintergrund einer Positionierung als Naturerlebnisziel gerecht zu werden, unterstützt die Landesregierung die Pretest- und Pilotdestinationen darüber hinaus auch finanziell, indem sie 50 Prozent der anfallenden Kosten für die erste Re-Zertifizierung trägt.

V. Nachhaltige Mobilität bei der Anreise und vor Ort

1. Welche Rolle spielt nachhaltige Mobilität (ein flächendeckender, zuverlässiger und aufeinander abgestimmter öffentlicher Personennahverkehr [ÖPNV] sowie Rad- und Pedelec-Infrastruktur) bei der Anreise und bei Vor-Ort-Aktivitäten für den Tourismusstandort Baden-Württemberg?

Zu V. 1.:

Ein zuverlässiges, flächendeckendes ÖPNV-Angebot spielt für die nachhaltige Mobilität in Baden-Württemberg eine große Rolle, da diese den Wirtschaftsstandort stärkt und somit für Touristen, Angestellte und die lokale Bevölkerung von Bedeutung ist. So strebt das Land Baden-Württemberg aktuell und in den kommenden Jahren einen Ausbau des Bahn- und Busangebotes an mit dem Ziel, einen flächendeckenden Stundentakt von frühmorgens bis spätabends und an allen Wochentagen einzuführen. Einen zentralen Baustein hierfür bilden die vom Land geförderten Regiobuslinien.

Ist bereits die Anreise mit Bus und Bahn durch zuverlässige und häufige Verbindungen sowie wenig Umsteigen und die ÖPNV-Situation vor Ort auch durch ein adäquates Netz und einen guten Takt geprägt, kann dies für Touristen auch Anreiz sein, ohne Auto anzureisen. So ist beispielsweise Werfenweng im Salzburger Land (Österreich) seit 1997 Vorreiter und Modellort für sanfte Mobilität (samo). Hier wird das Konzept der entschleunigten, umweltfreundlichen Mobilität zum Alleinstellungsmerkmal einer Tourismusdestination im Wettbewerb mit anderen Orten. Fahrgästen wird die Anreise mit dem Öffentlichen Verkehr (ÖV) erleichtert, indem sie vor Ort Fahrräder und Elektroautos mit der samo-card kostenlos nutzen können. Ähnliche Konzepte können auch für Baden-Württemberg im Sinne der nachhaltigen Mobilität für Touristen interessant sein. Die KONUS-Karte beispielsweise bildet einen bereits erfolgreich umgesetzten Baustein (siehe unten Antwort zu Frage 4.).

Der Radtourismus zählt zu den wichtigsten touristischen Wachstumsmärkten in Deutschland. Der Fahrradbestand ist in den Jahren 2005 bis 2017 stetig von 67 auf 73,5 Millionen gestiegen (Statista 2017). Bereits heute besitzt der Radtourismus in Baden-Württemberg eine große wirtschaftliche Bedeutung. Im Jahr 2008 wurden im Rahmen einer bundesweiten „Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland“ im Auftrag des BMWi 14 Mio. Tagesausflügler auf dem Rad und 3,2 Mio. Übernachtungen durch Radreisende in Baden-Württemberg gezählt. Gemessen an der Gesamtzahl aller Tagesreisen im Land entspricht dies 3,2 Prozent (Bundesdurchschnitt: 4,5 Prozent). Zwar liegen der Landesregierung keine neueren Zahlen vor, dennoch attestiert dieselbe Studie dem Land Baden-Württemberg weiteres Potenzial unter anderem aufgrund detaillierter Erfassung von Radwegen und -routen. Hinzu kommt, dass sich das Land seit Erscheinen der Studie durch die „Radstrategie Baden-Württemberg“ und die in diesem Rahmen umgesetzten Maßnahmen deutlich positioniert hat. Durch Elektromobilität werden außerdem neue Zielgruppen erschlossen und auch topographisch he-

rausfordernde Regionen können künftig stärker von der Entwicklung im Radtourismus profitieren.

Um Destinationen mit dem Rad erlebbar zu machen und die Chance eines positiven Rückkopplungseffekts von der Freizeit- auf die Alltagsmobilität zu realisieren, sind neben gut ausgebauter Radverkehrsinfrastruktur und einer Radwegweisung nach dem aktuellen Stand der Technik weitere ergänzende Infrastrukturangebote notwendig. Dazu zählen sichere Abstellmöglichkeiten für Räder und Gepäck, Rastplätze, Leihradangebote, Informationstafeln sowie Ladeinfrastruktur für Pedelecs. Fahrradmitnahmemöglichkeiten in öffentlichen Verkehrsmitteln bilden zudem eine wichtige Grundlage für den nachhaltigen Tourismus und sind für das Urlaubsland Baden-Württemberg von großer Bedeutung, insbesondere bei Routen, die – wie beispielsweise Flussradwege – nicht als Rundtour befahrbar sind. Pedelec-Verleihsysteme in ländlichen Räumen können für Radtourismus und Alltag eine wichtige Schnittstellenfunktion übernehmen, insbesondere in Kombination mit dem ÖV. Fahrradfreundliche Gastbetriebe (bspw. mit „Bett+Bike“-Zertifikat des ADFC) vervollständigen das Angebot für radaffine Touristen. Somit ist es das Zusammenspiel des ÖPNV-Angebotes, der Radinfrastruktur und der Gastbetriebe, welches die Rolle der nachhaltigen Mobilität gegenseitig begünstigt und verstärkt.

In den Jahren 2013 bis 2015 förderte das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz 20 aus einem landesweiten Ideenwettbewerb hervorgegangene e-mobile Modellprojekte, um die Umsetzung und Wirksamkeit nachhaltiger Mobilitätskonzepte auf Basis der Elektromobilität, wie beispielsweise E-Car-Sharing, in ländlich geprägten Städten und Gemeinden zu erproben. Im Rahmen des Modellprojektes „Elektroauto trifft Hochschwarzwald Card“ hat die Hochschwarzwald Tourismus GmbH das erste auf den Tourismus ausgerichtete E-Car-Sharing Deutschlands entwickelt und betreibt dieses für Gäste und Bürger des Hochschwarzwaldes. Die Nutzer der Hochschwarzwald Card können die voll elektrisch betriebenen Pkw BMW i3 drei Stunden täglich kostenlos fahren und somit umweltfreundlich und flexibel im Hochschwarzwald unterwegs sein. Aber auch alle anderen Gäste sowie die Bürger beteiligter Gemeinden können vom E-Car-Sharing gegen einen Aufpreis Gebrauch machen.

2. Wie bewertet die Landesregierung die Angebote des ÖPNV und des Radverkehrs in Baden-Württemberg in Bezug auf die Erreichbarkeit der Tourismusdestinationen und touristischer Angebote (sowohl im Tages- als auch im Übernachtungstourismus) sowie die Mobilität vor Ort?

Zu V. 2.:

In Baden-Württemberg profitieren Touristen, Pendler und Gelegenheitsfahrer gleichermaßen von einem vergleichsweise dichten ÖV-Netz. Vor allem die städtischen Tourismusziele sind sehr gut und in hoher Frequenz per ÖV zu erreichen. In den ländlichen Zielregionen, wie etwa dem Schwarzwald, ist aufgrund der teils schwierigen Topographie und der dünneren Siedlungsstruktur das Netz weniger eng und die Taktzahlen sind niedriger. Zugleich kann festgestellt werden, dass – verglichen mit Mittelgebirgen außerhalb Baden-Württembergs wie dem Hunsrück oder dem Spessart – der Schwarzwald dank der Nagoldtalbahn, der Gäubahn und dem Ringzug ein verlässliches Rückgrat im Schienenpersonenverkehr (SPNV) aufweist und damit sehr gut erschlossen ist. Viele Verkehrsverbünde bieten darüber hinaus in den Sommermonaten besondere Angebote an. Dazu gehört der temporäre Betrieb von ansonsten stillgelegten Bahnstrecken oder besondere Konditionen zur Fahrradmitnahme in Bussen.

In Bezug auf den Radverkehr stellt das RadNETZ Baden-Württemberg eines der Schlüsselprojekte der Radverkehrsförderung in Baden-Württemberg dar. Ziel ist ein flächendeckendes, durchgängiges Radverkehrsnetz, das landesweit über 700 Städte und Gemeinden mit alltagstauglichen Routen anbindet und einheitlich beschildert ist. Es enthält ferner die 19 offiziellen Landesradfernwege. Ergänzt und verdichtet wird das RadNETZ durch die Radverkehrsnetze der Landkreise sowie der Städte und Gemeinden. Letztere stellen eine wichtige Ergänzung der Landesradfernwege dar und dienen in besonderem Maße dem Freizeit- und Ausflugs-

verkehr. Fast alle der 44 Stadt- und Landkreise in Baden-Württemberg verfügen über ein Radverkehrskonzept oder erstellen gerade eine neue Konzeption.

Alltagsradverkehrsnetze dienen Anwohnern sowie Touristen in gleichem Maß auch als Freizeitradinfrastruktur. Deren Qualität hinsichtlich Ausbau, Wegweisung und Wegeführung beeinflusst demnach wesentlich das Erleben nachhaltiger Mobilität vor Ort. Mit den verbindlich eingeführten Musterlösungen und Qualitätsstandards zum RadNETZ Baden-Württemberg und der Einführung der Empfehlungen für Radverkehrsanlagen (ERA) der Forschungsgesellschaft für das Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) hat das Land Baden-Württemberg den bundesweiten Stand der Technik im Land verankert.

Im Radtourismus ist eine durchgängige und gute Radverkehrswegweisung ein wesentliches Element der Vermarktung und Voraussetzung für Wahrnehmung und Kommunikation eines radtouristischen Produkts. Derzeit wird die wegweisende Beschilderung für den Radverkehr im gesamten RadNETZ Baden-Württemberg und damit auch auf den 19 Landesradfernwegen nach dem aktuellen Stand der Technik geplant und umgesetzt. Um vorhandene Potenziale im Radtourismus besser zu nutzen, benennt die RadSTRATEGIE Baden-Württemberg als Maßnahme die Entwicklung vermarktungsfähiger, touristischer Routennetze als Ergänzung zu bisher linienhaften, touristischen Routenverläufen. Um das touristische Wegenetz in ländlichen Räumen weiter zu verdichten, solle das bereits bestehende landwirtschaftliche Wegenetz verstärkt einbezogen werden.

Die Erreichbarkeit der touristischen Startpunkte mit dem öffentlichen Verkehr ist vielfach nicht optimal. In einigen Regionen bestehen Angebote zur Fahrradmitnahme im Bus. Einfach zu nutzende, attraktive Angebote sind allerdings nicht systematisch und flächendeckend verfügbar.

3. Ist der Landesregierung bekannt, wie viele Gäste in den vergangenen zehn Jahren mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbunds (ÖPNV, Fahrrad) in die Tourismusdestinationen des Landes angereist sind?

Zu V. 3.:

Der Landesregierung liegen dazu keine verkehrsträger-spezifischen, jahresscharfen Zahlen vor. Jedoch führt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg jährlich die Online-Gästabefragung durch, in der auch die Anreise abgefragt wird. Zusammengefasste Ergebnisse über die Jahre 2010 bis 2016 zeigen beispielhaft für die Schwarzwaldregion, dass der Pkw das mit Abstand meist benutzte Verkehrsmittel zur Anreise wie auch für die Mobilität vor Ort ist.

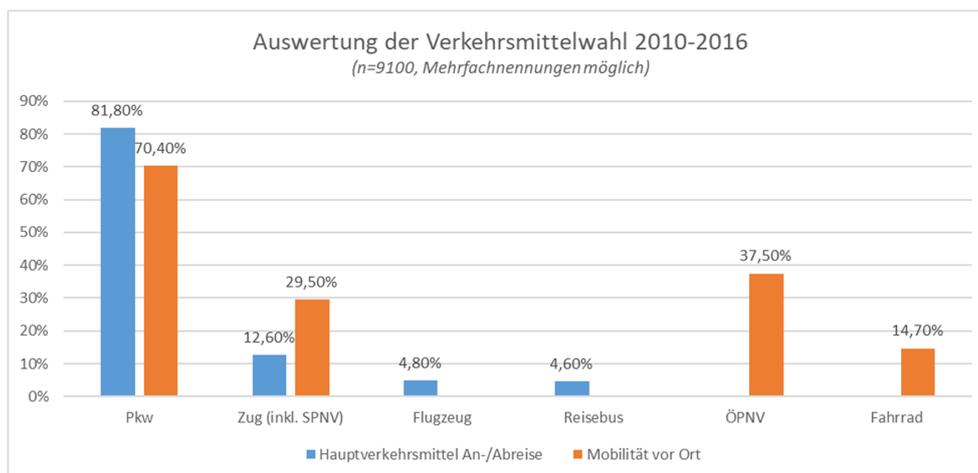


Abbildung 1: Auswertung der Verkehrsmittelwahl 2010 bis 2016 (Schwarzwald Tourismus GmbH 2017; Mehrfachnennungen möglich)

Zugleich ist zu erkennen, dass der Pkw-Anteil in der Vor-Ort-Mobilität jedoch dann geringer ausfällt als bei den Anreisen. Dies deutet darauf hin, dass Touristen in Baden-Württemberg während ihres Aufenthaltes ihr Auto zugunsten des ÖPNV und Fahrrades öfter auch einmal stehen lassen.

Die hier beispielhaft angeführten Zahlen decken sich mit einer bundesweiten Erhebung zu Anreisemodalitäten. Der aktuelle Naturerlebnis-Monitor Deutschland 2016, durchgeführt von der BTE Tourismus- und Regionalberatung in Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Naturparke und EUROPARK Deutschland, zeigt auf, dass auch bei der Anreise zu Nationalen Naturlandschaften der sogenannte Modal Split deutlich zugunsten des motorisierten Individualverkehrs ausfällt. So gaben 85 Prozent der über 3.000 Befragten an, mit dem PKW oder Wohnmobil angereist zu sein. Damit liegt die Zahl derer, die mit dem Auto zu Naturzielen anreisen, sogar noch über dem allgemeinen Vergleichswert, der durch die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. im Jahr 2016 für Inlandsreisen mit 76 Prozent ermittelt wurde. Deutlich dahinter, jedoch auf Platz 2 der gewählten Anreisemöglichkeiten in Nationalen Naturlandschaften liegt mit 15 Prozent Nutzung die Bahn. Darauf folgen Fahrrad (13 Prozent), Bus (7 Prozent) und Flugzeug (1 Prozent). Insgesamt 17 Prozent gaben bei der Befragung zum Naturerlebnis-Monitor an, zur Anreise mehrere Verkehrsmittel zu kombinieren.

4. Wie bewertet die Landesregierung die KONUS-Gästekarte im Schwarzwald, unter anderem auch im Hinblick auf ihre Übertragbarkeit auf weitere Destinationen?

Zu V. 4.:

Die KONUS-Gästekarte ist in ganz Deutschland ein Aushängeschild für nachhaltige Mobilität im Urlaub. Sie stellt ein touristisches Tarifprodukt dar, welches für Urlauber im Schwarzwald die kostenlose Nutzung des ÖPNV in über 146 Ferienorten und über neun Verkehrsverbünde hinweg ermöglicht. Als Freifahrtschein für die gesamte Aufenthaltsdauer baut die KONUS-Karte somit eine wichtige Hürde zur ÖPNV-Nutzung bei Ortsunkundigen ab, da sie keine Kenntnisse der teils komplexen Tarifstrukturen über mehrere Verbünde voraussetzt.

Die Landesregierung bewertet die KONUS-Karte positiv. Mit ihr wurde eine Marke und ein Erfolgsmodell geschaffen, welches über die Region hinaus Bekanntheit erlangt hat. Eine Weiterentwicklung des Modells wäre begrüßenswert. Technisch und konzeptionell erscheint die KONUS-Karte von ihrem Prinzip her von einer hohen Übertragbarkeit gekennzeichnet. Entscheidend für die Skalierbarkeit ist in erster Linie der Wille der Gemeinden/Übernachtungsbetriebe, den KONUS-Vertrieb zu übernehmen (Kartenausgabe, Abgabe von 47 Cent je Übernachtung von der Kurtaxe). Die Stadt Freiburg beispielsweise hat sich entschieden, sich nicht an KONUS zu beteiligen, die Nutzung ihres Nahverkehrs durch KONUS-Karteneinhaber jedoch zuzulassen (Badische Zeitung vom 6. April 2017). Diese Situation zeigt, dass nicht primär die Übertragbarkeit der Idee und deren technische Machbarkeit, sondern die dahinterliegenden Entscheidungen maßgeblich relevant sind.

Ursprünglich von der Schwarzwald Tourismus GmbH 2006 entwickelt, sollten auch für zukünftige Ausweitungen auf weitere Gemeinden, Gastgewerbe und/oder die Konzipierung von ähnlichen Tarifprodukten in anderen Regionen touristische Organisationen die Triebfeder sein.

5. Wie bewertet die Landesregierung die Fahrradmitnahmemöglichkeiten in Bussen und Bahnen im Land in Bezug auf touristische Erfordernisse?

Zu V. 5.:

Für die Fahrradmitnahme für touristische Zwecke ist bereits ein breites Angebot vorhanden. Hierbei muss unterschieden werden zwischen der Mitnahme von Fahrrädern in regulären Linienbetrieben des SPNV bzw. der Busse und der Mitnahme von Fahrrädern auf ausschließlich saisonalen Verkehren zu touristischen Destinationen, vornehmlich Bussen mit angebrachten Fahrradträgern am Heck. Daher sind auch unterschiedliche Beförderungsbedingungen existent, zu denen

sich die Fahrgäste im Vorfeld informieren sollten (z. B. zu Gebühren- und Anmeldepflichten, zugelassene Mitnahmezeiten etc.). Solche besonders zugeschnittenen Angebote gibt es inzwischen im ganzen Land.

Radfahrer, welche den ÖPNV mit ihren Fahrrädern zu Freizeit Zwecken nutzen (möchten), haben andere Anforderungen als Gelegenheits- oder Vielfahrer, die mit ihren Rädern im ÖPNV multimodal unterwegs sind. So kommt beispielsweise die Frage nach der Mitnahmemöglichkeit von Tandems, Lastenrädern oder Fahrradanhängern im Zusammenhang mit touristischen Anforderungen auf. Deren Mitnahme gestaltet sich mitunter aufgrund der Dimensionierungen schwierig. Im SPNV hat das Land mit den neuen Verkehrsverträgen eine fast landesweit einheitliche kostenlose Mitnahmeregelung für Fahrräder erreicht.

VI. Großschutzgebiete

1. Wie sind bestehende Programme und Strategien zur touristischen Vermarktung baden-württembergischer Großschutzprojekte, z. B. des Nationalparks Schwarzwald, der Biosphärengebiete Schwäbische Alb und Schwarzwald und der Naturparke, in das regionale und lokale Tourismusmarketing eingebunden?

Zu VI. 1.:

Landesweit sind die Großschutzgebiete stark in die Aktivitäten der TMBW und auch der regionalen und lokalen Tourismusorganisationen mit eingebunden und erfahren hier große Unterstützung. Abstimmungen erfolgen in der von der TMBW organisierten AG Naturlandschaften. Gemeinsam wurde die Erlebnismarke „Grüner Süden“ mit zahlreichen Marketingaktivitäten, einem gemeinsamen Messeauftritt und Pressefahrten ins Leben gerufen. Die Naturparke Baden-Württemberg und die TMBW geben gemeinsam die Publikation „Echtzeit“ heraus, an der auch der Nationalpark und die Biosphärengebiete beteiligt sind. Nachfolgend werden touristische Marketingaktivitäten in einigen der Großschutzgebiete Baden-Württembergs exemplarisch aufgezeigt:

Nationalpark Schwarzwald:

Die Erarbeitung eines Tourismuskonzeptes ist ein Baustein des Nationalparkplans und im Nationalparkgesetz festgelegt. Hierbei sollen die unterschiedlichen, touristischen Akteure zusammengebracht werden, um Synergien zu schaffen und Kräfte zu bündeln, aber auch um Impulse für eine nachhaltige, touristische Entwicklung in der Nationalparkregion zu geben. Daher ist die touristische Nationalparkregion ein besonders wichtiger Partner für den Nationalpark. Die Nationalparkregion e. V. hatte die Federführung bei der Entwicklung des Tourismuskonzeptes. Hierbei wurden alle touristischen Akteure auf lokaler, regionaler und Landesebene beteiligt. Die Umsetzung erfolgt nun schrittweise, gemeinsam mit der Nationalparkregion e. V. Die Implementierung einer offiziellen Kerngruppe ist Ende Juli 2018 erfolgt; die Nationalparkverwaltung ist dort vertreten; es findet ein monatlicher Jour fixe statt. Seit Einführung der Partnerinitiative des Nationalparks im Jahr 2017 wird zudem ein enges Netzwerk mit den lokalen Beherbergungsbetrieben aufgebaut. Die Nationalparkverwaltung als Behörde betreibt kein touristisches Marketing, sondern bringt ihre Angebote und Infrastruktur ein, während die Aufgaben der Nationalparkregion e. V. Vermarktung und Vertrieb sind.

Naturparke:

Die Infrastrukturförderung in den Bereichen des nachhaltigen Natursports wird von den Naturparken aufgegriffen und vorangetrieben. Darunter fallen bspw. Fernradwege wie die Naturpark-Radwege, der Südschwarzwald-Radweg oder der 3-Pärke-Radweg. Ein aktuelles Beispiel ist das Projekt „Trekking Schwarzwald“, welches als nachhaltiges Übernachtungs- und Naturerlebnisangebot in das Tourismusmarketing eingebunden ist.

Biosphärengebiet Schwäbische Alb:

Im Bereich der Schwäbischen Alb ist das Land Baden-Württemberg, vertreten durch die Geschäftsstelle des Biosphärengebiets beim Regierungspräsidium Tübingen, Mitglied im Schwäbische Alb Tourismusverband (SAT) und so in den wesentlichen Gremien stimmberechtigt beteiligt. Als Markenpartner wird das Biosphärengebiet umfangreich in allen Medien des SAT beworben. Auf lokaler Ebene wird mit verschiedenen Gemeinden und kleineren Tourismusverbänden kooperiert. Alle sich im Biosphärengebiet beteiligten Tourismusverbände und Kommunen werden in die nachhaltige Entwicklung des Großschutzgebiets integriert. Vor Ort und im näheren Umfeld finden seitens des Biosphärengebiets ebenfalls zahlreiche Marketingmaßnahmen statt. Darüber hinaus setzte sich das Biosphärengebiet Schwäbische Alb beim „Bundeswettbewerb 2016/2017 – Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ gegen insgesamt 27 Bewerber als Sieger durch. Der Bundeswettbewerb wurde bereits zum zweiten Mal vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) und dem Deutschen Tourismusverband (DTV) durchgeführt. Er soll zur Verbreitung tragfähiger Nachhaltigkeitskonzepte in Destinationen beitragen und vorhandene Nachhaltigkeitsleistungen in deutschen Tourismusdestinationen honorieren.

2. Wie bewertet die Landesregierung die Praxis und Erfahrungen – sofern bekannt – anderer europäischer Länder (z. B. Schweiz, Österreich) bzw. anderer Bundesländer mit der Vermarktung von Großschutzgebieten im Hinblick auf mögliche Anregungen für Baden-Württemberg?

Zu VI. 2.:

Die Praxis in anderen europäischen Ländern ist der Landesregierung nicht bekannt. Auf Bundesebene wird stark mit den Nationalen Naturlandschaften Deutschlands kooperiert. Hier besteht ein gemeinsames Corporate Design mit zahlreichen Nationalparks, Biosphärenreservaten und Naturparks (www.nationale-naturlandschaften.de). Diese Zusammenarbeit innerhalb der Familie der Großschutzgebiete spart finanzielle Mittel und erzielt bei den Gästen bundesweit einen positiven Wiedererkennungswert bei dem entsprechend der Eigenwahrnehmung des Biosphärengebiets Schwäbische Alb der Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad des Biosphärengebiets stark verbessert wird. Auch der Nationalpark Schwarzwald und das Biosphärengebiet Schwarzwald haben dieses Corporate Design eingeführt, um von dem großen Wiedererkennungswert zu profitieren. In verschiedenen Arbeitskreisen treffen sich die Mitarbeiter der Großschutzgebiete zum Austausch und zur Entwicklung neuer gemeinsamer Projekte.

Die Großschutzgebiete Baden-Württembergs stehen in fachlichem Austausch zu weiteren Großschutzgebieten in der Bundesrepublik und auch in den Nachbarländern Schweiz und Österreich. So wurde beispielsweise im Jahr 2013 der grenzüberschreitende regionale Naturpark Schaffhausen unter Einbeziehung der beiden deutschen Gemeinden Jestetten und Lottstetten errichtet. Seitdem besteht eine Vereinbarung zwischen dem Land Baden-Württemberg (vertreten durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz), dem Kanton Schaffhausen, den Gemeinden Jestetten und Lottstetten sowie dem Regionalen Naturpark Schaffhausen über die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Auch im Landestourismusmarketing findet ein regelmäßiger Austausch mit Kollegen in den genannten Nachbarländern statt.

3. Welche Kooperationen zwischen den baden-württembergischen Großschutzgebieten in Sachen nachhaltiger Tourismus sind der Landesregierung bekannt?

Zu VI. 3.:

Allen Großschutzgebieten in Baden-Württemberg gemein ist die sogenannte Partnerinitiative. Hohe Qualitätskriterien je nach Partnerkategorie wie z. B. ServiceQ Deutschland, Schmeck den Süden, Informationen zu nachhaltiger Mobilität, EMAS oder bestimmte Mindestöffnungszeiten sind vom zertifizierten Partner

einzuhalten. Dafür wird dieser von den Großschutzgebieten beworben. Organisiert von der Landesanstalt für Umwelt Baden-Württemberg (LUBW) finden regelmäßige Vernetzungsworkshops für alle Großschutzgebiete Baden-Württembergs statt, in denen auch ein Austausch in Sachen nachhaltiger Tourismus stattfindet.

Die sieben Naturparke im Land arbeiten u. a. zum Zweck der Erreichung gemeinsamer Ziele in der „Arbeitsgemeinschaft baden-württembergischer Naturparke“ zusammen. Ganz aktuell wird naturparkübergreifend das Projekt „Blühende Naturparke“ umgesetzt, welches mit dem Ziel des Erhalts der Biodiversität aus Mitteln des Sonderprogramms des Landes zur Biologischen Vielfalt gefördert wird.

Insbesondere dort, wo die räumliche Nähe zwischen einzelnen Großschutzgebieten besteht, finden – meist auf projektbezogener Ebene – auch Kooperationen zwischen den unterschiedlichen Großschutzgebietstypen statt.

Der Nationalpark Schwarzwald ist Mitglied bei Fahrziel Natur (FZN). FZN ist ein Zusammenschluss von BUND, NABU, VCD und der Deutschen Bahn mit dem Ziel, einen nachhaltigen Tourismus durch eine umweltfreundliche Mobilität in den Großschutzgebieten Deutschlands zu fördern. Der Nationalpark ist Teil des FZN-Gebietes Schwarzwald in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Südschwarzwald und dem Naturpark Schwarzwald Mitte/ Nord. Die Nationalparkverwaltung arbeitet des Weiteren mit der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) zusammen. Gemeinsam mit der STG und den Großschutzgebieten im Schwarzwald wurde 2016 die Broschüre „Natur erleben“ in Deutsch, Französisch und Niederländisch aufgelegt. Als weitere Kooperation ist die Gemeinsame Planung und Umsetzung des Projektes Trekking im Naturpark Schwarzwald Mitte/ Nord und dem Nationalpark Schwarzwald zu nennen. Im Nationalpark Schwarzwald wurden zuletzt die Naturpark-Wirte als Grundlage zur Auszeichnung von Nationalpark-Partner-Betrieben verwendet. Der Naturpark Südschwarzwald und das Biosphärengebiet Schwarzwald veranstalteten dieses Jahr gemeinsam das bundesweite Juniorkamp.

4. Welche Maßnahmen zum Schutz vor Verkehrslärm und anderen Lärmarten, insbesondere in Großschutzgebieten und ländlich geprägten Tourismusdestinationen, hat die Landesregierung bereits ergriffen bzw. sind geplant, um die Attraktivität von Urlaubsregionen zu steigern und entsprechend bewerben zu können?

Zu VI. 4.:

Nach derzeitiger bundesgesetzlicher Rechtslage sind Beschränkungen und Verbote des Verkehrs in Erholungsgebieten nur in engen Grenzen und unter bestimmten Rahmenbedingungen möglich. Für die Anordnung von großräumigen Geschwindigkeitsbeschränkungen oder Fahrverboten für Kraftfahrzeuge oder einzelne Verkehrsteilnehmerarten (z. B. Motorräder) in Landschaftsgebieten, die überwiegend der Erholung dienen, gibt es nach der Klarstellung des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur bei der Erörterung dieses Themas beim Bund-Länder-Fachausschuss Straßenverkehrs-Ordnung am 27./28. September 2017 keine gesetzliche Ermächtigung.

Für die Einführung einer Geschwindigkeitsbeschränkung oder eines zeitlich befristeten Verkehrsverbotes als begründete Einzelmaßnahme auf einer genau bezeichneten Straßenstrecke sind die Tatbestandsvoraussetzungen des § 45 Abs. 9 der Straßenverkehrs-Ordnung (StVO) zu beachten. Dort heißt es, dass Beschränkungen und Verbote des fließenden Verkehrs durch Verkehrszeichen nur angeordnet werden dürfen, wenn aufgrund der besonderen örtlichen Verhältnisse eine Gefahrenlage besteht, die das allgemeine Risiko einer Beeinträchtigung der in § 45 StVO genannten Rechtsgüter – insbesondere Sicherheit und Ordnung des Verkehrs, Schutz vor Lärm und Abgasen – erheblich übersteigt. Eine Orientierungshilfe zur Beurteilung der Lärmsituation stellen die Lärmschutz-Richtlinien-Straßenverkehr 2007 dar. Der Kooperationserlass-Lärmaktionsplanung des Ministeriums für Verkehr Baden-Württemberg gibt weitere ermessenslenkende Hinweise. So kommen straßenverkehrsrechtliche Maßnahmen grundsätzlich in Betracht, wenn tags 70 dB(A) und/oder nachts 60 dB(A) am Immissionsort erreicht

werden. Die eigentliche Prüfung, ob diese Voraussetzungen vorliegen, übernimmt dann die vor Ort zuständige Straßenverkehrsbehörde.

Der Lärm durch Motorräder wird aus unterschiedlichen Gründen als stark störend wahrgenommen. Dies liegt zum einen an dem sich aus anderen Umgebungsgeräuschen stark hervorhebenden bauartbedingten Klangcharakter, zum anderen treten Motorräder typischerweise gehäuft auf, z. B. bei schönem Wetter und am Wochenende. Da der Motorradlärm maßgeblich vom Fahrverhalten abhängt, wurden im Auftrag des Landes in den Jahren 2015 und 2016 Modellversuche mit sog. Motorradlärm-Displayanzeigen durchgeführt. Eine Motorradlärm-Displayanzeige besteht aus einem Dialog-Display für die Textanzeige und einem davor aufgestellten Leitpfostenzählgerät zur Lärmmessung. Bei einer Überschreitung des Tempolimits erfolgt die Rückmeldung „Langsam!“ und bei Einhaltung des Tempolimits die Rückmeldung „Danke“. Wird jedoch vom Leitpfostenzählgerät ein Motorrad erkannt, das mit überhöhter Lautstärke auf das Dialog-Display zufährt, erscheint die Aufforderung „Leiser!“. Die Ergebnisse der Modellversuche wurden im April 2017 veröffentlicht und zeigen, dass eine von der Bevölkerung deutlich wahrnehmbare Minderung der Lärmbelastung vor allem bei den besonders lauten Motorrädern erreicht werden kann. Ziel des Landes war die Entwicklung und Etablierung der Technik als Ansatz zur Lärmprävention an stark von Motorrädern frequentierten Strecken. Für interessierte Kommunen und Verkehrsbehörden besteht die Möglichkeit, in eigener Zuständigkeit die zur Serienreife entwickelten Geräte zu erwerben und zu betreiben. Weitere Informationen zu den Motorradlärm-Displayanzeigen sind eingestellt unter: https://vm.baden-wuerttemberg.de/fileadmin/redaktion/m-mvi/intern/Dateien/PDF/170424_Bericht_Motorradlaermdisplays_final.pdf.

Im Nationalpark Schwarzwald wird derzeit im Auftrag des Ministeriums für Verkehr und in enger Zusammenarbeit mit der Nationalparkverwaltung, dem Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft, den politischen und fachlichen Vertretungen der Nationalparkregion (Landkreise, Gemeinden, Tourismus, Verkehr) ein Verkehrskonzept entwickelt. Wesentliches Ziel des Verkehrskonzepts ist die Verbesserung des ÖPNV-Angebots zur Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs.

Das Verkehrskonzept beinhaltet darüber hinaus aber auch Maßnahmen zum Thema „Leise ist besser“. Damit wird das Ziel verfolgt, die Belange des Straßenverkehrs mit den Zielen des Nationalparks in Einklang zu bringen. Dies soll durch regulierende Maßnahmen wie beispielsweise die Durchführung von Aktionstagen, den Bau von Querungshilfen und Kreisverkehren an zentralen Standorten oder die Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes zur Bewusstseinsbildung der Verkehrsteilnehmer erreicht werden.

VII. Sozialer Tourismus

1. Wie viel Prozent der baden-württembergischen Tourismusangebote sind inzwischen barrierefrei, unter Darlegung der in den letzten zehn Jahren geschaffenen und für die kommenden Jahre geplanten Fördermöglichkeiten?

Zu VII. 1.:

Hierzu liegen der Landesregierung keine genauen Daten vor. Ähnlich dem Fall nachhaltig zertifizierter Tourismusangebote (siehe oben Antwort zu Ziffer IV., Frage 2.) werden auch für barrierefreie Angebote keine trennscharfen Erhebungen vorgenommen. Es ist jedoch ein kontinuierlicher zahlenmäßiger Anstieg barrierefreier Angebote in den letzten Jahren festzustellen. Beispiele sind etwa der Baumwipfelpfad in Bad Wildbad, die barrierefreien Angebote der Naturparke oder das Mercedes-Benz-Museum.

2. In welchen Tourismussegmenten sind barrierefreie Angebote in den letzten fünf Jahren verstärkt angenommen bzw. angefragt worden?

Zu VII. 2.:

Hierzu gibt es keine näheren Informationen. Es ist aber naheliegend, dass Menschen mit Handicap die gleichen Erlebnisse und Angebote suchen wie Menschen ohne Behinderung, insbesondere solche für Familien mit Kleinkindern oder Senioren.

Unter Federführung des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie, Frauen und Senioren hat die Landesregierung bereits im Juni 2015 einen Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) in Baden-Württemberg beschlossen, der auch die Sicherstellung von Barrierefreiheit im Tourismus zum Inhalt hat.

In den vergangenen Jahren sind durch Initiativen auf verschiedenen Ebenen Erfolge und Fortschritte hin zu einem barrierefreien Tourismus erzielt worden. In Baden-Württemberg ist bereits seit über zehn Jahren ein eigenes, landesspezifisches Kennzeichnungssystem für barrierefreie Angebote in Betrieb. Die Grundlagen dieses Systems basieren auf den Mindestanforderungen für Hotellerie und Gastronomie des DEHOGA sowie den gängigen DIN-Normen. Ziel ist es, das bestehende landesspezifische, auf mobilitätseinschränkende Behinderungen ausgerichtete System und die bei der TMBW bestehende Datenbank in das neue bundeseinheitliche Zertifizierungssystem, das alle Arten von Behinderungen abdecken soll, zu überführen.

3. Welche touristischen Angebote und Vergünstigungen gibt es für Jugendliche, Seniorinnen und Senioren, bedürftige Personen und Familien mit geringem Einkommen?

Zu VII. 3.:

Die Staatlichen Schlösser und Gärten sowie viele der Museen, aber auch nicht-staatliche Angebote in Baden-Württemberg gewähren Inhabern des einkommensunabhängigen Landesfamilienpasses einen kostenfreien bzw. ermäßigten Eintritt. Aktuelle Listen der teilnehmenden Einrichtungen sind auf der Internetseite des Ministeriums für Soziales und Integration einzusehen (<https://sozialministerium.baden-wuerttemberg.de/index.php?id=8340>).

Für Leistungsempfänger nach dem Sozialgesetzbuch, Zwölftes Buch (SGB XII) sind nach diesem Buch keine speziellen Regelungen zu touristischen Angeboten und Vergünstigungen enthalten.

Allerdings bestimmt § 34 SGB XII (Bedarfe für Bildung und Teilhabe) in Absatz 7, dass für Leistungsberechtigte bis zur Vollendung des 18. Lebensjahres ein Bedarf zur Teilhabe am sozialen und kulturellen Leben in der Gemeinschaft in Höhe von insgesamt Euro monatlich berücksichtigt wird, u. a. für die Teilnahme an Freizeiten (Nr. 3). Daneben können auch weitere tatsächliche Aufwendungen berücksichtigt werden, wenn sie im Zusammenhang mit der Teilnahme an solchen Aktivitäten entstehen und es den Leistungsberechtigten im begründeten Ausnahmefall nicht zugemutet werden kann, diese aus dem Regelbedarf zu bestreiten. Hierbei handelt es sich in der Regel um mehrtätige oder mehrwöchige Ferien- bzw. Wochenendfahrten z. B. von Vereinen, Trägern der Jugendhilfe, Kirchen oder Wohlfahrtsverbänden. Voraussetzung ist, dass diese Maßnahmen nicht von den Leistungsberechtigten selbst, sondern in anderer Weise organisiert werden. Eine parallele Regelung für Leistungsberechtigte nach dem SGB II enthält § 28 Abs. 7 SGB II.

Einige Kommunen in Baden-Württemberg bieten in kommunaler Selbstverwaltung und auf freiwilliger Basis und in der Regel unter bestimmten Voraussetzungen spezielle Berechtigungskarten an, mit denen die Berechtigten bei Kooperationspartnern Angebote und Vergünstigungen in Anspruch nehmen können. So gewährt beispielsweise die Stadt Stuttgart mit der „Bonuscard + Kultur“ Ermäßigungen und Zuschüsse für vielfältige Angebote. Dem Berechtigtenkreis soll ermöglicht werden, trotz finanzieller Einschränkungen am kulturellen, sportlichen

und sozialen Leben in der Stadt teilzunehmen. Auch der Landkreis Tübingen bietet den im Landkreis wohnenden Menschen mit geringem Einkommen die Möglichkeit, eine KreisBonusCard zu beantragen, mit der bei vielen Einrichtungen, Vereinen und Organisationen Vergünstigungen in Anspruch genommen werden können. Ein ähnliches Angebot stellt der Karlsruher Pass für die Region Karlsruhe dar. In der Regel geben die Kommunen bei Nachfrage oder auf Ihrer Internetseite bekannt, ob und in welcher Form Angebote und Vergünstigungen bereitgehalten werden und unter welchen Voraussetzungen dies erfolgt.

Darüber hinaus ist es kommunalen und privaten Freizeiteinrichtungen sowie privatwirtschaftlich betriebenen touristischen Angeboten selbstverständlich freigestellt, Vergünstigungen für verschiedene Zielgruppen wie beispielsweise Jugendliche, Senioren, bedürftige Personen und Familien mit geringem Einkommen zu gewähren. Bei der Preisgestaltung handelt es sich um seitens der Landesregierung nicht beeinflussbare, den Leistungserbringern ureigene unternehmerische Entscheidungen. Eine detaillierte Erfassung aller Einrichtungen in Baden-Württemberg und deren Preisstrukturen besteht nicht.

4. Wie hat sich die Zahl der in Voll- und Teilzeit im Bereich Tourismus Beschäftigten in den letzten zehn Jahren landesweit entwickelt, unter besonderer Berücksichtigung des nachhaltigen Tourismus?

Zu VII. 4.:

Beschäftigtenzahlen werden im Rahmen der Tourismusstatistik seitens des statistischen Landesamtes nicht erhoben. Als alternative Datenquelle bietet sich das statistische Unternehmensregister (URS) an. Das URS liefert allerdings lediglich Daten zur Anzahl sozialversicherungspflichtig (SV-)Beschäftigter insgesamt. Eine Unterscheidung nach Stellenumfang in Voll- und Teilzeitbeschäftigte ist auf Grundlage des URS nicht möglich. Basis für die Abgrenzung des Bereichs Tourismus im Rahmen des URS ist die ihm zugrunde liegende Klassifikation der Wirtschaftszweige WZ 2008 (siehe <https://www.klassifikationsserver.de>). Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Betrieben des Beherbergungsgewerbes stieg von 38.666 im Jahr 2006 auf 45.340 im Jahr 2016 (+17,3 Prozent). Was den Aspekt des Nachhaltigen Tourismus betrifft, gibt es keine Differenzierung. Allerdings ist zu bedenken, dass sich statistisch nicht trennscharf darstellen lässt, inwiefern es sich bei den Unternehmen und Betrieben um touristische handelt. Vermutlich dürften Mischformen dominieren.

Das Ministerium der Justiz und für Europa hat zur genaueren Beurteilung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Tourismusbranche im Land die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Bundesland Baden-Württemberg 2017“ (dwif) beauftragt. Unter Berücksichtigung des Tagestourismus ergeben sich hier rechnerisch Einkommensäquivalente von 390.000 Personen. Die gleiche Berechnung wurde auch für die Jahre 2015 und 2007 durchgeführt. Dabei ergaben sich entsprechende Äquivalente von 324.000 bzw. 280.000 Personen.

VIII. Digitalisierung im Tourismus

1. Welche Potenziale ergeben sich durch die voranschreitende Digitalisierung für den Tourismus in Baden-Württemberg?

Zu VIII. 1.:

Die Digitalisierung durchzieht heute alle Lebensbereiche und bietet damit auch für den Tourismus in Baden-Württemberg großes Potenzial. So müssen sich beispielsweise alle Akteure auf neue Kommunikationswege und ein geändertes Informationsverhalten sowie eine Verschiebung der Aufgabenfelder im Tourismusmarketing einstellen.

Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung ZEW hat in dem Monitoring-Report Wirtschaft DIGITAL 2017 im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau auch ein Digitalisierungsprofil für das Gastgewerbe in

Baden-Württemberg erstellt. Danach weist das baden-württembergische Gastgewerbe im Vergleich zu anderen Dienstleistungsbranchen nach Selbstauskunft der befragten Unternehmen ein deutliches Digitalisierungspotenzial auf. Dies gilt zum Beispiel für die Digitalisierung der internen Prozesse oder für die Nutzungsintensität von digitalen Geräten und Services.

Insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und einer jungen Generation, welche als sogenannte „Digital Natives“ mit digitalen Endgeräten aufwachsen, hat sich das Datennutzungs- und Informationsverhalten grundlegend verändert. Die TMBW hat im Rahmen der Digitalisierungsstrategie im Projekt „Marketing 4.0: Neuausrichtung der Marketing- und Kommunikationsstrategie des Urlaubslandes Baden-Württemberg“ ihre bisherige Marketingstrategie den aktuellen Entwicklungen angepasst. So können über digitale Kanäle bestimmte Zielgruppen mit personalisierten Angeboten angesprochen werden. Mithilfe von Filmen oder 360 Grad-Bildern werden nun authentische Geschichten über das Urlaubsland Baden-Württemberg erzählt und Reiseanlässe für das Urlaubsland Baden-Württemberg geschaffen.

Eine zunehmende Vernetzung touristischen Wissens und der dazugehörigen Daten bringt eine Qualitätssteigerung in den Urlaubsregionen mit sich. Darum wurde das Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg ins Leben gerufen. Auf der Onlineplattform tauschen sich regelmäßig die Tourismusakteure im Land zu aktuellen Themen aus und es wird darüber hinaus auf Branchentermine sowie Weiterbildungsangebote hingewiesen. Hierdurch lassen sich zusätzlich Synergieeffekte zwischen den einzelnen Tourismusorganisationen erwarten.

Die weitergehende Vernetzung der vorhandenen Daten in Form von Open Data Strukturen, die für jedermann frei nutzbar sind, können zu einer merklichen Produktivitäts- und Qualitätssteigerung in der Tourismusbranche beitragen. So wird der volkswirtschaftliche Wert offener Daten aus der öffentlichen Verwaltung auf jährlich 43,1 Milliarden Euro geschätzt (Konrad-Adenauer-Stiftung, 2016). Voraussetzung hierfür ist die Durchsetzung einer „Open by default“-Regelung, wie sie auf Bundesebene im Koalitionsvertrag zur 19. Legislaturperiode angestrebt wird und bei der die Veröffentlichung von Daten als Standard gilt, sofern diese nicht durch Persönlichkeitsrechte oder anderweitige vertrauliche Merkmale gekennzeichnet sind. Verschiedene touristische Betriebe verfügen über eine Vielzahl an IT-Systemen, welche beispielsweise Gästedaten enthalten (E-Mail-System, Gästedatenbank, Gutscheinsystem, etc.), die derzeit nicht zusammengeführt werden. Eine Zusammenführung der Gästedaten birgt Potenzial für die direkte Kommunikation mit dem Kunden sowie besser auf Gästebedürfnisse abgestimmte Prozesse. So könnte beispielhalber eine anonymisierte Erfassung der Bewegungsmuster zu einer gezielten Besucherlenkung mit weniger Wartezeiten und einem geringeren gefühlten Personenaufkommen an touristischen Attraktionen oder Einrichtungen beitragen.

Technologien wie unter anderem neue mobile Endgeräte, künstliche Intelligenz und Blockchain ermöglichen auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und unterstützen eine stärkere Personalisierung. Die Entwicklung neuer Produkte und Angebote im Zuge der Digitalisierung beeinflussen jedoch nicht nur in Zukunft das Reiseverhalten, sondern finden bereits heute Anwendung in vielen Bereichen der Freizeit- und Tourismusbranche. So setzt beispielsweise der Europa-Park in Rust bereits seit 2015 auf einer seiner kleineren Achterbahnen Virtual-Reality-Brillen ein, bei denen dem Gast durch einen animierten Film eine völlig andere Umgebung suggeriert wird.

Die Digitalisierung stellt für die Tourismusbranche in Baden-Württemberg gleichermaßen eine Herausforderung und Chance dar. Insbesondere müssen sich die Akteure auf die veränderten Anforderungen einstellen und entsprechende Maßnahmen ergreifen. Die Durchführung des Ideenwettbewerbs „Tourismus digital“ sowie die individuelle Beratung einzelner Betriebe durch die Digitallotsen und die finanzielle Unterstützung bei der Umsetzung von Digitalisierungsvorhaben im Rahmen der Digitalisierungsprämie – zwei Projekte des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau – stellen gelungene Beispiele zur Vorbereitung auf die zunehmende Digitalisierung der Tourismusbranche in Baden-Württemberg dar (siehe auch die Antwort zu Ziffer VIII., Frage 2.).

2. *Wie können die von der Landesregierung geplanten Vorhaben der Digitalisierungsstrategie im Bereich Tourismus zu mehr Nachhaltigkeit beitragen?*

Zu VIII. 2.:

Die Landesregierung formuliert in der Digitalisierungsstrategie *digital@bw* die nachhaltige Gestaltung des Digitalen Wandels als eine Leitidee für alle Querschnitts- und Schwerpunktbereiche. Somit soll sich die Digitalisierung letztlich zu einem „Innovations- und Nachhaltigkeitsmotor“ entwickeln. Das Thema Nachhaltigkeit ist deshalb von grundlegender Bedeutung, weil Ressourcen endlich sind, was danach verlangt, unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten die Potenziale der Digitalisierung zu nutzen, damit eine Entkoppelung von Wachstum und Ressourcenverbrauch gelingt. Der Nutzen für den Menschen steht hierbei im Fokus einer „Nachhaltigen Digitalisierung“.

Im ersten Halbjahr 2018 hat die Landesregierung den Ideenwettbewerb „Tourismus digital“ durchgeführt. Damit wird die gesamte Tourismusbranche im Land unterstützt und Baden-Württemberg in der Spitzengruppe des Bereichs Smarter Tourismus positioniert. Die im Rahmen des Wettbewerbs eingereichten Projekte tragen vielfach zu einer Steigerung der Nachhaltigkeit bei. So setzt beispielsweise das prämierte Projekt „#Makemake – Die Zukunfts-App“ des Kulturamts Stuttgart durch gezielte Teilnehmungsformate auf die Einbeziehung von Gästen und Einheimischen in den Stadtplanungsprozess. Dadurch kann der soziale Aspekt der Stadtplanung durch Berücksichtigung der öffentlichen Wünsche besser verfolgt werden.

Beispielhaft kann hier auch das Maßnahmenpaket „Kulturliegenschaften 4.0“ im Rahmen der Digitalisierungsstrategie herangezogen werden. Damit werden in den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württemberg (SSG), im Blühenden Barock Ludwigsburg und in der Wilhelma mit Digitalisierungsmaßnahmen die Attraktivität, die Wissensvermittlung und die Möglichkeiten der Teilhabe an den Kulturliegenschaften intensiviert. So werden durch die virtuelle Konstruktion einzelner historischer Umgebungen nicht nur neue, medienaffine Altersgruppen (zwischen 15 und 30 Jahren) verstärkt angesprochen, sondern zugleich auch neue Teilhabemöglichkeiten für Menschen mit besonderem Betreuungsaufwand geschaffen. Mit jährlich 3,85 Millionen Besuchern (2017) sind die SSG die mit Abstand größten kulturtouristischen Anbieter in Baden-Württemberg.

Neue intelligente Mobilitätsformen, die im Rahmen der Digitalisierungsstrategie erarbeitet werden, fördern darüber hinaus die Nachhaltigkeit im Tourismus, indem die Anreise und Mobilität am Urlaubsort auch ohne privaten PKW verbessert wird (vgl. hierzu auch die Antworten zu den Fragen der Ziffer V). Dabei sollen etwa durch Automatisierung die Verkehrssicherheit erhöht, aber auch Effizienzsteigerung erreicht werden. Die digitale Plattform „move BW“ dient als Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung intelligenter Verkehrslenkung, die zur Vermeidung von Staus und Reduzierung ihrer Umwelteffekte beitragen soll. Ein weiteres Beispiel aus dem Themenfeld Mobilität stellt das in Entwicklung befindliche landesweite E-Ticket-System dar. Die Preise und Tarife sollen dabei flexibel an unterschiedliche Verkehrssituationen angepasst werden können, um einen Steuerungseffekt zu erzielen.

Das Thema Umweltbildung wird durch die Landesregierung in der Digitalisierungsstrategie mit dem Projekt „Natur und Umwelt erleben“ unterstützt. So sollen Akzeptanz und Teilhabe am Umwelt- und Naturschutz gefördert und Bewohner und Gäste für Umweltthemen sensibilisiert werden. Mithilfe einer App sollen im Projekt „Lebens- und Erlebnisraum Wald“ Beobachtungen im Wald mobil eingebracht werden und Positionen markiert werden können.

Über Open Data werden in verschiedenen, den Tourismus betreffenden Bereichen, aktuelle Informationen zugänglich gemacht. Dazu wird beispielsweise mit „Open Services für Erlebnisraum Wald“ für die Partizipation von Privatpersonen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen bei Ökologie, Waldwirtschaft, Freizeit und auch Tourismus gesorgt.

Die Tourismusbranche, insbesondere das Hotel- und Gastgewerbe, wird im Rahmen der Digitalisierungsstrategie ganz gezielt im Rahmen der Maßnahme Digital-

lotsen unterstützt. Die landesweit tätigen Digitallotsen zielen darauf ab, insbesondere die „digitalen Neulinge“ unter den baden-württembergischen KMU im digitalen Wandel zu unterstützen. Ein Digitallotse wird dabei beim Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg gefördert. Bei Unternehmen besteht unverändert hoher Bedarf an Information, Sensibilisierung und Beratung im Bereich Digitalisierung. Deshalb führen die Digitallotsen verschiedene Veranstaltungen durch, um den Unternehmen Anknüpfungspunkte und Impulse zur Digitalisierung ihres Betriebs anzubieten. Hierzu gehören u. a. Workshops, Online-Kurse, Seminare und auch Präsentationen von Best-Practice Ansätzen. Im Rahmen von Vor-Ort-Terminen erhalten Unternehmen auch konkrete Beratungs- und Unterstützungen (z. B. Website- und SEO-Check). Darüber hinaus entwickeln und stellen die Digitallotsen auch Informationsmaterial zur Verfügung (z. B. Leitfäden).

Zudem gibt es mit der Digitalisierungsprämie eine einzelbetriebliche Fördermaßnahme, mit der Unternehmen der Tourismusbranchen mit bis zu 100 Mitarbeitern für die Umsetzung konkreter Digitalisierungsvorhaben finanzielle Unterstützung erhalten können. Die Digitalisierungsprämie wurde am 9. Juli 2018 als Förderdarlehen mit Tilgungszuschuss wiederaufgelegt.

Zum aktuellen Umsetzungsstand der hier exemplarisch vorgestellten Projekte sowie der weiteren Maßnahmen der Digitalisierungsstrategie hat die Landesregierung unter Federführung des Ministeriums für Inneres, Digitalisierung und Migration im Mai 2018 den ersten Digitalisierungsbericht veröffentlicht.

Wolf

Minister der Justiz
und für Europa