



KONZEPTPAPIER

GRÜNE TOURISMUSPOLITIK FÜR BAYERN



KONZEPT GRÜNE TOURISMUSPOLITIK FÜR BAYERN

I. ZUSAMMENFASSUNG

Der Tourismus hat für Bayern eine große Bedeutung. Bayern ist Tourismusland Nummer eins. Die meisten Menschen wollen im Urlaub Erholung, schöne Landschaften und unberührte Natur. Das zeigt, dass der Tourismus wie kaum ein anderer Bereich auf eine intakte Umwelt angewiesen ist. Insbesondere in den letzten zwei Jahren der Corona-Pandemie wurden Urlaub in der Region und Erholung in der Natur für die Menschen immer wichtiger. Davon haben wir in Bayern viel zu bieten, aber es gilt eben auch dieses Pfund zu bewahren. Dafür muss der Tourismus der Zukunft in Bayern den Bedürfnissen aller Beteiligten Rechnung tragen. Die Unternehmen und Menschen, die im Tourismus arbeiten, müssen von ihrer Arbeit leben können, für die Bevölkerung vor Ort muss der Tourismus Chance und nicht Belastung sein und der Tourismus der Zukunft sollte dazu beitragen, die Unverwechselbarkeit der bayerischen Regionen zu bewahren.

Welche konkrete Urlaubsformen für eine Region Sinn ergeben, hängt von den vorhandenen regionalen Potenzialen ab. In einigen Regionen liegt das touristische Potenzial beim Wandern, in anderen wiederum beim Radfahren, Wassersport oder Reiten, bei Gesundheitsreisen, dem kulturellen Angebot oder dem Geschäftstourismus. Ziel für die Zukunft muss sein, die Wertschöpfung im Tourismus deutlich zu erhöhen. Dabei spielt die Verweildauer der Gäste genauso eine Rolle wie das gastronomische Angebot und die Qualität der Unterbringung.

Nachhaltiger Tourismus ist langfristig ausgelegt und versteht sich als ethisch, sozial gerecht und umwelt- und naturverträglich. Wir wollen die Bedürfnisse von Gästen, der einheimischen Bevölkerung und der Natur miteinander in Einklang bringen.

Unsere Maßnahmen im Überblick:

- Schiene statt Blechlawine: Wir bringen wieder mehr touristische Verkehre auf die Schiene, um Straßen, Klima und Anwohner*innen zu entlasten. Dafür schaffen wir die Rahmenbedingungen für die Erweiterung im Schienenpersonennahverkehr der Bayerischen Eisenbahngesellschaft um touristische Verkehre. Zudem nehmen wir Projekte wie den Münchner Bergbus in den regulären Busverkehr auf, um die autofreie Anreise auch in Zielgebiete ohne Bahnanbindung zu ermöglichen.
- Nachhaltig mobil: Wir unterstützen Destinationen dabei, Konzepte für nachhaltige Mobilität am Urlaubsort zu entwickeln und umzusetzen.
- Gegen dicke Luft im Hafen: Wir nehmen die Flusskreuzfahrt in Bayern in den Blick. Zum Schutz der Anwohner*innen muss an allen Anlegestellen eine Zuverlässige Feinstaubmessung gewährleistet werden. Zudem muss die Landstromversorgung an Anlegestellen lückenlos gewährleistet sein.
- Tourismus als attraktiver Arbeitgeber: Wir werden uns für eine bessere Bezahlung der Arbeitskräfte im Tourismus einsetzen, indem wir mehr Tariflöhne ermöglichen. Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, werden wir uns für bessere Bedingungen in der Ausbildung einsetzen und Rahmenbedingungen für die Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte verbessern.
- Kein Steuergeld für Schneekanonen: Wir beenden die Förderung des Neu- und Ausbaus von Beschneiungsanlagen aus dem Bayerischen Programm zur Förderung von Seilbahnen und Nebenanlagen in kleinen Skigebieten und der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW). Zusätzlich überarbeiten wir das Seilbahnförderprogramm umfassend mit Blick auf die Nachhaltigkeit der geförderten Investitionen. Wir wollen alle Tourismusförderprogramme evaluieren und mehr Mittel für Mobilitätskonzepte vor Ort, Beratung

von Kommunen hinsichtlich nachhaltiger Tourismuskonzepte und Resilienz zur Verfügung stellen. Gleichzeitig wollen wir durch Vereinfachung bei der Antragstellung die Fördermöglichkeiten für kleine und mittlere Unternehmen verbessern.

- Digital in die Zukunft: Wir fördern Akteur*innen im Tourismus, die professionelle Beratung und Begleitung in Anspruch nehmen wollen, um in Zeiten der Digitalisierung auf dem aktuellen Stand zu sein.
- Sauber und sparsam: Wie für alle Wirtschaftsbereiche fordern wir auch im Tourismus eine Reduktion des Energieverbrauchs insbesondere in öffentlichen Einrichtungen, aber auch in allen Betrieben durch energetische Sanierungen. Zudem fördern wir den Ausbau erneuerbarer Energien in Bayern.
- Echte Natur erleben: Wir fordern einen dritten Nationalpark für Bayern.
- Bio-Regional auf den Tellern: Wir unterstützen Initiativen aus der Tourismusbranche, die sich für bio-regionale Verpflegung in Tourismus und Gastronomie einsetzen.
- Geschickt gelenkt: Wir fördern die Erarbeitung von Besucher*innenlenkungs Konzepten und den Einsatz von Ranger*innen in sensiblen Gebieten und Hotspot-Regionen.
- Zurück zur Natur: Wir schaffen verbindliche Regelungen für den Rückbau touristischer Infrastrukturanlagen und dessen Finanzierung, zum Beispiel im Skisport. Wir schaffen ein verbindliches Flächensparziel und eine Beschränkung des Baus von Freizeiteinrichtungen im Außenbereich.
- Tourismusland Bayern gemeinsam fit für die Zukunft: Wir wollen zusammen und partnerschaftlich mit allen Akteur*innen eine Tourismusstrategie Bayern 2030 erarbeiten, die auf den bisherigen Erfolgen aufsetzt, aber Bayern als Tourismusstandort auch fit macht für die Herausforderungen in Zeiten von Klimakrise und weltweiten Unsicherheiten.

II. SITUATIONSANALYSE: DIE BEDEUTUNG DES TOURISMUS FÜR BAYERN

Bis Anfang 2020 war der Tourismus in vielen Regionen Bayerns eines der wichtigen Standbeine für die regionale Wirtschaft in Bayern. Das Jahr 2019 war das erfolgreichste mit über 40 Millionen Gästeankünften und über 100 Millionen Übernachtungen im Freistaat. Bayern war damit Tourismusland Nummer eins in Deutschland. Die Corona-Pandemie hat jedoch den Tourismus weltweit in eine tiefe Krise gestürzt. In den Jahren 2020 und 2021 haben sich die Gästeankünfte in Bayern auf knapp 20 Millionen mehr als halbiert, mit etwa 60 Millionen in den beiden Coronajahren haben zumindest die Gästeübernachtungen nicht ganz so stark eingebüßt. Immerhin ist während der Pandemie 2020 und 2021 die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,5 Tagen (2019) auf 3,0 Tage gestiegen, was aber damit zusammenhängt, dass Veranstaltungen und Messen nicht stattgefunden haben.

Vor allem eines der großen Standbeine des Bayerntourismus, der Städtetourismus, hat in den ersten beiden Pandemie Jahren besonders gelitten. Einerseits, weil die Besucher*innen lieber Urlaub im ländlichen Raum mit Abstand, an der frischen Luft verbracht haben, zum anderen, weil Messen, Veranstaltungen und Firmenmeetings nicht mehr vor Ort, sondern virtuell stattgefunden haben. In den vier größten Städten Bayerns gab es mit Corona einen Einbruch bei den Übernachtungen von nahezu 55 %. Der Tourismus außerhalb der Metropolen konnte dagegen in den beiden Corona-Sommern Boden gut machen. Im Alpenraum etwa waren in den Sommern 2020 und 2021 die Übernachtungskapazitäten zu nahezu 100 % ausgebucht.

Laut der aktuellen 38. Deutsche Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen fand die Hälfte aller Urlaubsreisen 2021 in Deutschland statt - in etwa so viele wie in den 1970er Jahren. Im Vergleich zum Coronajahr 2020 war der Anteil dabei etwas geringer (2020: 56 %), gegenüber dem Vor-Coronajahr

jedoch deutlich höher (2019: 34 %). Nach Marktanteilen lag Bayern 2021 an erster Stelle im Ranking der Bundesländer.

Der Tourismus stellt einen großen Wirtschaftsfaktor dar und ist gleichzeitig eine klassische Querschnittsbranche. Denn die nachgefragten Güter und Dienstleistungen kommen aus vielen verschiedenen Wirtschaftszweigen. Eine Analyse des dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) beziffert die touristischen Umsätze in Bayern auf 34,2 Milliarden Euro für das Jahr 2019. Davon entfallen knapp 50 % auf das Gastgewerbe, etwa ein Drittel auf den Einzelhandel und knapp 20 % auf Dienstleistungen. Die Hälfte der Umsätze wird durch Tagesreisende generiert. Wurden im Jahr 2019 noch rund 16 Milliarden Euro in Verbindung mit einer Tagesreise ausgegeben, so waren dies 2020 noch knapp 12 Milliarden Euro und damit rund 25 % weniger.

Tagestourismus

Für einige Tourismusregionen in Bayern ist der Tagestourismus¹ bedeutend für die touristische Wertschöpfung, bringt aber auch besondere Herausforderungen wie eine gesteigerte Verkehrsbelastung und angespannte Parkplatzsituation mit sich. Grundsätzlich verteilen sich die Tagesreisen relativ gleichmäßig über das Jahr, allerdings mit einer deutlichen Konzentration der Tagesausflüge am Wochenende (jeweils etwa 25 % am Samstag und am Sonntag). Das mit Abstand bedeutendste Verkehrsmittel bei Tagesreisen ist der PKW mit 78 % gefolgt von Bahn und ÖPNV mit 14,5 %.

Die aktuellen Zahlen aus dem dwif-Tagesreisenmonitor zeigen einen Rückgang der Tagesreisen in Deutschland im Zeitraum Januar bis Oktober 2021 um insgesamt -17 % im Vergleich zu einem Normaljahr. Dabei ist der Markt der Tagesgeschäftsausflüge mit einem Minus von 30 % deutlich stärker eingebrochen als die Tagesausflüge (-15 %).

Insgesamt haben sich die Aktivitäten der Tagesreisenden während der letzten beiden Coronajahre stark verändert weg von Veranstaltungen, Restaurantbesuche und Shopping hin zu naturnahen Aktivitäten wie Wandern/Radfahren und dem Besuch von Landschafts- und Naturattraktionen im näheren Wohnumfeld.

Exkurs: Winterurlaub

Den deutschen Reisenden (80 % aller Tourist*innen in Bayern) ist im Urlaub über 60 % der Aufenthalt in der Natur am wichtigsten, gefolgt von der Besichtigung von Sehenswürdigkeiten (44 %). Sogar Wasseraktivitäten liegen bei 15 %, während der Wintersport bei den Urlauberinnen und Urlaubern mit nur 6 % 2018 noch mal um zwei Prozentpunkte gegenüber 2013 zurückfällt. Insgesamt finden 60 % aller Übernachtungen in Bayern im Sommerhalbjahr statt. Allerdings gibt es Regionen in Bayern, die auch auf Wintergäste angewiesen sind. Deshalb müssen angesichts der durch die Klimakrise wachsenden Schneeunsicherheit Alternativen zum klassischen Wintertourismus entwickelt werden. Damit kann man aber nicht warten, bis die aktuell mit staatlichen Geldern geförderte Aufrüstung mit neuen Liften und Beschneiungsanlagen in 20 bis 30 Jahren abgeschlossen ist. Denn die finanziellen Mittel gerade bei den Tourismusgemeinden und Unternehmen sind knapp, so dass die jetzt in Beschneuerung investierten Gelder nicht für alternative Konzepte in den nächsten Jahren zur Verfügung stehen.

¹ Als Tagestourismus wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes verstanden, mit dem keine Übernachtung verbunden ist, aber nicht die Fahrt zur Arbeit oder Schule, Einkäufe des täglichen Bedarfs sowie Besuche von Vereinen, Ärzten oder Behörden. Der Tagestourismus unterteilt sich in Ausflugsverkehr und Geschäftsreisen. Die amtliche Statistik liefert keine Zahlen zum Tagestourismus, so dass diese nur durch Befragungen vor Ort erhoben werden können. Alle Studien wurden bis jetzt vom dwif durchgeführt und beruhen auf Hochrechnungen und Gewichtungen aus Befragungen.

Megatrends

Laut einer aktuellen Studie der EU-Kommission (Regional impacts of the COVID-19 crisis on the tourist sector) ist der Tourismus ein wichtiger Teil der europäischen Wirtschaft, an dem drei Millionen Unternehmen beteiligt und 22,6 Millionen Menschen beschäftigt sind (11 % der EU-Gesamtbeschäftigung). Der Tourismus ist weltweit eine der größten Branchen, beeinflusst damit große Teile der Landschaft und verändert in vielen Teilen der Welt die Gesellschaft in schnellem Tempo. Er ist ein Treiber des Wandels, sehr eng mit Trends und Megatrends und somit mit schnellen Veränderungen verbunden.

Demographische Entwicklung und Individualisierung

Bereits jetzt beeinflusst die alternde Bevölkerung den Tourismus enorm. Schon heute ist fast ein Drittel aller Urlauber*innen in Bayern über 55 Jahre alt. Allerdings ist die Alterung der Gesellschaft nicht gleichbedeutend mit einer Zunahme an Urlaubsgästen in Bayern. Denn die sogenannten Silver Agers sind sehr finanzkräftig und werden immer mobiler. Laut OECD gaben in Großbritannien Personen über 65 Jahren viermal so viel Geld für Auslandsreisen aus wie Personen unter 35 Jahren.

Während die Baby-Boomer-Generation noch großen Wert auf persönlichen Kontakt und Information legt, wird die Generation Z als Digital Natives die Generation sein, deren Urlaubsplanung stark von Social Media beeinflusst wird. Fotohotspots wie der Königsbach-Wasserfall im Nationalpark Berchtesgaden oder der Eibsee bei Garmisch zeigen bereits, wo die Entwicklung hingeht.

Digitalisierung und Technisierung

Die Digitalisierung wird im Tourismus weiter an Bedeutung gewinnen. Reisende wollen sich vor Reisebeginn online über Destinationen, Hotels oder Sehenswürdigkeiten informieren und sie wollen online buchen. Wer nicht im Internet präsent ist, wird von den Gästen kaum mehr berücksichtigt werden. Digitale Plattformen werden auch in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen. Social Media wird vor allem Millennials und die Generation Z stark in der Urlaubswahl beeinflussen. Werden Locations plötzlich hip, kann die Nachfrage auf einen Schlag steigen und Destinationen und Hotels müssen sich flexibel anpassen. In Hotels werden zukünftig zahlreiche Plattformen und digitale Interaktionsmöglichkeiten im Fokus stehen. Sharing Plattformen wie Airbnb beeinflussen schon heute die Übernachtungsstrukturen vor allem in den Großstädten.

Virtual Reality (VR) wird von zuhause aus Urlaubserlebnisse simulieren oder schwer erreichbare Reiseziele zugänglich machen. Augmented Reality (AR) wird das Urlaubserlebnis ergänzen, indem man sich z.B. in den Königsschlössern mitten unter König Ludwig und seiner Gefolgschaft bewegen kann.

Nachhaltigkeit und Mobilität

Der Großteil des ökologischen Fußabdruckes entsteht im Tourismus bei der An- und Abreise; bei den Tagesreisen noch in größerem Ausmaß. Die Erreichbarkeit des Reiseziels schränkt die Auswahl der Verkehrsmittel deutlich ein, ist aber zugleich wichtiges Kriterium für die Vermarktung von Destinationen. Dies gilt insbesondere für ländliche Gebiete. Bei Kurzreisen wird das Auto überproportional genutzt. Der Trend zum häufigeren und kürzeren Reisen verstärkt dies zusätzlich.

Die Klimaveränderungen sind eine der größten Herausforderungen, nahezu alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche sind davon betroffen. In Mitteleuropa bedeutet das eine generelle Erwärmung und veränderte Niederschläge. Gerade im Alpenraum wird der Temperaturanstieg besonders stark und damit im Vergleich zum globalen Mittel überproportional sein. Schneesicherheit ist nur noch durch umweltbelastende und sehr teure Maßnahmen herzustellen. Laut Spiegel (Ausgabe 21.3.2015) kostet ein Kilometer beschneite Piste im Bau gut eine halbe Million Euro.

Auch die barrierefreie Mobilität über den reinen Transport von A nach B hinaus wird immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die unkomplizierte Abwicklung von Länderreisen und einfache Visabedingungen werden wichtiger werden.

III. UNSER ZIEL: BAYERN ALS NACHHALTIGER TOURISMUSSTANDORT

Grüner Tourismus ist zukunftsfähig. Er erhält eine intakte Natur und Umwelt, auf die er gleichsam angewiesen ist, schafft Mehrwert auch für die einheimische Bevölkerung und bietet Reisenden Erholung und einzigartige Erlebnisse. Er ist auf allen Ebenen nachhaltig:

Ökonomische Nachhaltigkeit: Wertschöpfung vor Ort

Der Fokus im Tourismus muss auf Qualität statt Quantität liegen. An Übernachtungszahlen allein lässt sich der Erfolg des Tourismus in Bayern nicht messen. Vielmehr geht es darum, die Wertschöpfung, die in der Region bleibt, zu steigern. Regionale Produkte finden im Tourismus einen wichtigen Absatzmarkt, ebenso wie Dienstleistungen vor Ort. Touristische Betriebe können Arbeitgeber vor Ort sein und der örtlichen Bevölkerung attraktive Anstellungen bieten. Nachhaltig ist auch ein moderner Tourismus, der mit der Zeit geht. Tourismusforschung und Investitionen in Digitalisierung machen die Branche zukunftsfähig.

Ökologische Nachhaltigkeit: Natur erhalten, Umwelt schützen

Grüner Tourismus schützt Natur, Umwelt und Klima. Denn es sind meist Natur und Landschaften, die die Menschen nach Bayern locken. Der Tourismus ist aber nicht nur abhängig von der Natur, er trägt auch zu ihrem Schutz bei: durch Information, Umweltbildung und umsichtige Infrastrukturkonzepte. Zum Schutz des Klimas trägt ein Wandel in der touristischen Mobilität bei. Ein großer Teil der An- und Abreisen findet in einem grünen Tourismus per Bahn und Bus statt, vor Ort gibt es attraktive Mobilitätskonzepte. Zudem mindert eine längere Aufenthaltsdauer den ökologischen Fußabdruck der Reisenden und steigert die Wertschöpfung vor Ort.

Soziale Nachhaltigkeit: Tourismus für alle

Vom Tourismus müssen alle profitieren können. Ein vielfältiges Angebot für verschiedene Bevölkerungsgruppen, barrierearme Angebote und Offenheit und Toleranz schaffen Teilhabemöglichkeiten und sorgen für angenehme Reisen und positive Erlebnisse der Gäste. Auch die Bevölkerung vor Ort profitiert von Lebensqualität, Freizeitangebot und Infrastruktur. Sie muss bei geplanten Projekten frühzeitig informiert und eingebunden werden. Ehrliche Gastfreundschaft bleibt erhalten, weil der Tourismus den Einheimischen nutzt und sie nicht belastet.

Das Bayerische Zentrum für Tourismus hat 2019 mögliche Szenarien für einen Tourismus der Zukunft ausgearbeitet². Unsere Vision von einem grünen Tourismus vereint Elemente aus verschiedenen Szenarien, insbesondere aus dem Szenario „neue Verträglichkeit“: „Gesellschaft und Staat handeln im Einklang für ein anspruchsvolles Ziel: Umwelt- und sozialverträgliches Wirtschaften soll die Zukunftsfähigkeit Deutschlands und damit auch Bayerns sichern.“³ Insbesondere dem Freistaat Bayern kommen dabei wichtige Aufgaben zu. Im folgenden Kapitel stellen wir unsere Handlungsvorschläge für einen naturverträglichen, regionalen und gastfreundlichen Tourismus in Bayern vor.

² <https://bzt.bayern/szenarien-tourismus-bayern-2040/>

³ <https://bzt.bayern/szenario-4-neue-vertraeglichkeit/>

IV. UNSER WEG DORTHIN: MASSNAHMEN FÜR EINEN NATURVERTRÄGLICHEN, REGIONALEN UND GASTFREUNDLICHEN TOURISMUS

1. Infrastruktur und Mobilität umsichtig ausbauen

Touristische Infrastruktur hat immer auch Einfluss auf die Bevölkerung vor Ort und die Natur. Während die Auswirkungen auf die Natur so gering wie möglich sein sollten, muss die Bevölkerung bei allen Planungen zu touristischer Infrastruktur mitgedacht werden. Das heißt, dass sie frühzeitig über neue Projekte informiert und in die Planungen einbezogen wird, aber auch, dass beachtet wird, inwiefern Vorhaben den Einheimischen nutzen können. Ein Beispiel ist der Ausbau des öffentlichen Verkehrs, von dem Bewohner*innen von Tourismusdestinationen und Gäste gleichermaßen profitieren.

Gleichzeitig ist der Verkehr die wichtigste Stellschraube für einen klimafreundlichen Tourismus. An- und Abreise bilden den größten Teil des ökologischen Fußabdrucks von Reisen. Mehr ökologische Nachhaltigkeit schaffen wir daher vor allem durch eine gezielte Förderung nachhaltiger Mobilitätskonzepte. Sowohl die An- und Abreise ohne eigenen PKW als auch die Mobilität am Urlaubsort müssen bezahlbar und bequem sein. Neben einem Ausbau des Schienenverkehrs- und ÖPNV-Angebots und Qualitätsverbesserungen beispielsweise bei Gepäcktransport und Mitnahme von Sportgeräten sind hier vor allem ortsangepasste multimodale Konzepte gefragt. Mit dem Zug in die Region, weiter mit dem Bus zur Unterkunft und zum Tagesausflug mit Rad, Sammeltaxi, Rufbus oder Miet-Elektroauto – Reisen ohne eigenen PKW muss Spaß machen. Gästekarten wie beispielsweise das GUTi im Bayerischen Wald schaffen zusätzlich Anreize für eine Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

Eine markante Säule der bayerischen Tourismusförderung ist die Unterstützung der Modernisierung von Seilbahnen durch das Programm zur Förderung von Seilbahnen und Nebenanlagen in kleinen Skigebieten, die Förderung von öffentlichen touristischen Infrastruktureinrichtungen (RÖFE) sowie die Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW). Die Modernisierung bestehender Seilbahnanlagen ohne massive Kapazitätsausweitungen ist wichtig für Barrierefreiheit, Attraktivität, Besucher*innenlenkung und Energieeffizienz. Nicht nachhaltig ist es jedoch, Steuergeld aus den Programmen in den Ausbau künstlicher Beschneigung und Neu- und Ausbau von Parkplätzen zu investieren. Bedingt durch die Klimakrise liegt die Zukunft des bayerischen Tourismus nicht im Skitourismus. Viel mehr brauchen die Destinationen Unterstützung bei der Entwicklung zukunftsfähiger, krisenfester Konzepte für den Ganzjahresurlaub.

Die Digitalisierung birgt für den Tourismus Chancen und Risiken zugleich. Sie kann Reiseerlebnisse verbessern oder erst ermöglichen, Erleichterungen in Zeiten des Fachkräftemangels schaffen und individuelles Tourismusmarketing optimieren. Die BayernCloud Tourismus, die in der Kompetenzstelle Digitalisierung im Tourismus erarbeitet wird, kann ein wertvolles Instrument sein, um Daten zu sammeln und zur Verfügung zu stellen. Doch die Geschwindigkeit, mit der Onlinebuchungsportale und Freizeit-Apps Einzug halten, stellt auch eine Herausforderung insbesondere für kleinere Betriebe in der Tourismusbranche dar. Um mit der Geschwindigkeit der Digitalisierung Schritt halten zu können, wollen wir den Akteur*innen der Tourismusbranche Unterstützung anbieten, um professionelle Beratung und Begleitung in Anspruch zu nehmen. Die Dynamik, die Werbung und Empfehlungen in den sozialen Medien entwickeln können schafft zudem eine gewisse Unberechenbarkeit und neue Aufgaben in der Besucher*innenlenkung. Auch die Betreiber*innen von Apps und Plattformen müssen ihrer Verantwortung gerecht werden und beispielsweise bei zweifelhafter oder gar illegaler Empfehlung von Touren durch Naturschutzgebiete moderierend eingreifen.

2. Fachkräftegewinnung unterstützen

Eine hohe Dienstleistungsintensität und ein damit einhergehender hoher Personalbedarf verbunden mit wachsenden Ansprüchen der Gäste an Qualität und Service kennzeichnen die Tourismusbranche. Laut einer Umfrage des Dehoga-Bundesverbandes von Anfang Oktober 2021 klagen fast 80 % der Betriebe in der Gastronomie über Personalnot. Bereits vor der Pandemie hatte die Tourismusbranche erhebliche Probleme bei der Gewinnung von Fachkräften, wie eine Studie des Zukunftsinstituts („Der neue Resonanz-Tourismus“, 2019) verdeutlicht: „Bereits jeder dritte deutsche Gastronomiebetrieb gibt an, nur schwer Mitarbeiter zu finden. Bei Hotels mit Restaurantbetrieb sind es sogar knapp 40 %. 73 % der Hoteliers sowie 77 % der Gastronomen sehen im Fachkräftemangel das Hauptrisiko für die künftige Geschäftsentwicklung. Auch die Ausbildungszahlen im deutschen Gastgewerbe sinken seit 2008 kontinuierlich und liegen heute auf dem tiefsten Stand seit 1976. Berufe wie Koch und Restaurantfachmann belegen Platz vier und sechs der unbeliebtesten Ausbildungsberufe. Fast jeder Zweite bricht die Ausbildung im Tourismus ab.“

Wie in vielen anderen Bereichen auch, hat die Corona-Pandemie die Probleme im Tourismus insbesondere hinsichtlich des Fachkräftebedarfs noch deutlicher gemacht. Wie inzwischen nahezu allen Branchen macht dem Tourismus der demografische Wandel zu schaffen. Laut BIHK stehen in Bayern 200.000 Menschen, die jährlich aus dem Berufsleben ausscheiden, nur 140.000 Schulabgänger*innen gegenüber. Hinzu kommt, dass die Tourismuswirtschaft als Arbeitgeberin nur einen eingeschränkt attraktiven Ruf hat.

Während der Pandemie und der damit verbundenen Schließung von Hotels und Restaurants gingen viele Beschäftigte verloren, was vor allem daran lag, dass die Branche mit einem sehr hohen Anteil an geringfügig Beschäftigten arbeitet und diese von der Kurzarbeiterregelung ausgeschlossen sind. Diejenigen, die aufgrund der Kurzarbeit antragsberechtigt waren, konnten von den zu Beginn gezahlten 60 % des Nettogehalts nicht leben, weil die Löhne und Gehälter in der Branche eher unterdurchschnittlich sind, es einen großen Anteil von Teilzeitbeschäftigten gibt und Trinkgelder aufgrund der Steuer- und Sozialversicherungsfreiheit bei der Berechnung des Kurzarbeitergeldes nicht eingerechnet werden können. Eine Auswertung einer schriftlichen Anfrage von Christian Zwanziger aus dem Jahr 2019 zu den sozialversicherten Beschäftigten in der Hotellerie und Gastronomie kommt zu folgenden Ergebnissen: Es arbeiten nur etwas über 50 % der Beschäftigten in Vollzeit. Bei den Frauen ist der Anteil der Teilzeitbeschäftigten noch höher. Im Jahr 2019 arbeiteten mehr Menschen in sogenannten 450 Euro Jobs (158.449) als sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (151.185).

Diese Erkenntnisse sind nicht neu, im Juni 2018 hat die Wirtschaftsministerkonferenz folgenden Beschluss gefasst:

„Die Wirtschaftsministerkonferenz bekräftigt dabei, dass zuvorderst die Branche selbst handeln muss. Wichtige Eckpunkte für ein attraktives Arbeitsumfeld sind eine angemessene Entlohnung, ein möglichst hoher Anteil unbefristeter sozial-versicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse, flexible Arbeitszeitmodelle, die eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf gewährleisten, Maßnahmen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement sowie spezielle Maßnahmen bzw. Anreize für ältere Arbeitnehmer/-innen. Die Branchenverbände sollten entsprechende Leitfäden entwickeln. Die Wirtschaftsministerkonferenz verkennt nicht, dass es schon jetzt vorbildliche Ausbildungsbetriebe gibt, sieht aber in der Breite der Branche noch erhebliches Potenzial.“

Auch wenn viele Betriebe nach zwei Jahren Pandemie schwer zu kämpfen haben, müssen die genannten Probleme in Angriff genommen werden, weil fehlende Fachkräfte jetzt noch mehr zu verkürzten Öffnungszeiten, einem eingeschränkten Angebot und noch mehr Stress führen. Die duale Berufsausbildung ist für die Hotellerie und Gastronomie weiterhin mit Abstand der wichtigste Weg zur Sicherung ihrer Fachkräfte. Das haben die Branchenvertreter*innen in Bayern erkannt und tragen dem im aktuellen Tarifabschluss Rechnung, indem der Bruttolohn von 2.254 € um monatlich 367 € für ausgebildete Köch*innen oder Hotelfachleute erhöht wird und die Ausbildungsvergütungen im ersten Ausbildungsjahr von 795 € auf 1.000 €, im zweiten auf 1.100 € und im dritten auf 1.200 € steigen.

Den Großteil der Probleme müssen Branchenverbände und Betriebe zwar selbst in die Hand nehmen. In einigen der genannten Problemfelder kann die Politik die Branche aber unterstützen:

Ein erster wichtiger Schritt ist jetzt gemacht worden, indem nach 20 Jahren die sieben dualen Ausbildungsberufe der Hotellerie und Gastronomie attraktiver gemacht wurden. Die Ausbildungsordnungen wurden an die aktuellen Veränderungen wie Klimawandel, Umweltschutz, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, angepasst, damit eine zukunftsweisende Qualifizierung der Fachkräfte gewährleistet und die Ausbildung attraktiver ausgestaltet wird. Aber wir müssen auch die Berufsschulen technisch wie personell besser ausstatten. Gleichzeitig wollen wir die Teilzeitausbildung aus ihrem Nischendasein herausholen, um mehr Menschen mit schwierigen Lebenslagen trotzdem eine Ausbildung zu ermöglichen.

Ohne Zuwanderung werden wir den Fachkräftebedarf im Tourismus nicht decken können. Deshalb wollen wir die Visavergabe beschleunigen und digitalisieren. Neben dem bestehenden Einwanderungsrecht werden wir mit der Einführung einer Chancenkarte auf Basis eines Punktesystems eine zweite Säule etablieren. Die Blue Card soll im nationalen Recht auf nicht-akademische Berufe ausgeweitet werden und im Ausbildungsmarkt wollen wir Menschen mit Migrationsgeschichte mit einer Förderinitiative stärken.

Gerade in der Tourismusbranche mit sehr flexiblen Arbeitszeiten braucht es ausreichende und passende Betreuungsmöglichkeiten. Um das zu erreichen, wollen wir die sozialen und pädagogischen Berufe z.B. durch bessere Bezahlung stärken, Rahmenbedingungen, beispielweise durch Erhöhung des Personalschlüssels und bezahlte Ausbildungsmöglichkeiten verbessern. Auch pflegende Angehörige müssen besser unterstützt werden, damit auch sie weiterhin ihren Beruf ausüben können. Dafür wollen wir z.B. die Mittel aus dem bayerischen Landespflegegeld in tragfähige Pflege(infra-)strukturen investieren.

Laut einer Studie des Umweltbundesamtes (Fachkräftemangel im Kontext des nachhaltigen Tourismus, 11/2020) fehlen neben angestellten Arbeitskräften auch potenzielle Unternehmensnachfolger*innen, was durch den hohen Anteil an Selbständigen und mithelfenden Familienangehörigen in der Tourismusbranche eine nicht zu unterschätzende Herausforderung darstellt. In fast jedem vierten Beherbergungs- und Gastronomiebetrieb steht in den kommenden Jahren eine Betriebsübergabe an. Die Unternehmensnachfolge kann nur gelingen, wenn sie als Prozess verstanden und sorgfältig vorbereitet wird. Unternehmen müssen auf der Suche nach Nachfolger*innen bzw. im Übergabeprozess eine bessere Beratung und Unterstützung bekommen. Unternehmensnachfolger*innen sollen daher die Möglichkeit bekommen, analog zu Gründer*innen das Coachingprogramm des Freistaates zu nutzen. Um die Mitarbeiterkapitalbeteiligung attraktiver zu machen, werden wir auf Bundesebene u.a. den Steuerfreibetrag weiter anheben.

3. Natur bewahren, Gastfreundschaft erhalten

Eine intakte Natur und ehrliche Gastfreundschaft sind das Fundament des Tourismus in Bayern. Tourist*innen schätzen Landschaften und Natur ebenso wie Kultur und Tradition. Es ist daher selbstverständlich, dass unser Tourismus darauf ausgelegt sein muss, die Natur und die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung zu erhalten.

Neben immer wieder initiierten Öffentlichkeitskampagnen und Aktionen brauchen wir eine hochwertige Umweltbildung und Aufklärung für Gäste in Bayern. Verschiedene Vereine und Verbände leisten hier bereits gute Arbeit. Die Bayern Tourismus Marketing GmbH kann und soll sich hier gezielt beteiligen. Ein dritter Nationalpark für Bayern ist ein großer Gewinn für den Naturschutz im Freistaat. Und er hat großen touristischen Wert: Nationalparks bieten den Regionen touristische Wertschöpfung und sie tragen einen wichtigen Teil zur Umweltbildung der Gäste bei. Wir fordern deshalb neben dem Bayerischen Wald und dem Berchtesgadener Land einen weiteren Nationalpark im Steigerwald.

Leuchttürme für einen naturverträglichen Tourismus sind auch die Bergsteigerdörfer. Wir wollen die mit dem vom Deutschen Alpenverein (DAV) initiierten Siegel prämierten Orte weiterhin finanziell fördern. Ramsau, Schleching, Sachrang und Kreuth gehen mit ihren Konzepten voran und zeigen, wie naturnaher Tourismus funktioniert, eine nachhaltige Dorfontwicklung fördert und der Tourismusakzeptanz hilft. Ein Prädikat wie das der Bergsteigerdörfer muss es auch außerhalb der Alpenregion geben. Wir unterstützen die Schaffung des Siegels Naturerlebnisdörfer für Gemeinden außerhalb des Alpenraumes, die einen Tourismus in Einklang mit Natur und Menschen vor Ort leben.

Für einen verträglichen Tourismus sind auch ein koordiniertes Besucher*innenmanagement auf überregionaler Ebene und eine durchdachte Besucher*innenlenkung in den Destinationen unabdingbar. Die Reisebeschränkungen in der Corona-Pandemie haben die Lust der Bayer*innen an Tagesausflügen neu geweckt und damit das Phänomen des Overtourism oder Overcrowding besonders in den Mittelpunkt gerückt. Überlastete Infrastruktur, Schäden an der Natur, gereizte Anwohner*innen und oftmals auch unzufriedene Tourist*innen sind die Folgen, wenn zu viele Menschen auf einmal eine Destination besuchen. Besucher*innenmanagement kann dem entgegenwirken, indem schon im Tourismusmarketing darauf geachtet wird, welche Orte wie stark beworben werden. Es ist vor allem Aufgabe der Bayern Tourismus Marketing GmbH und der Tourismusverbände, Daten über Besucher*innenströme zu erfassen und den Menschen Anregungen zu geben, wo sie die von ihnen gesuchten Erlebnisse auch fernab der Hotspots machen können. Der Ausflugssticker Bayern muss dafür noch stark optimiert und in andere Apps und Seiten integriert werden.

Neben dieser besseren Verteilung auf überregionaler Ebene müssen die Besucher*innen auch in den Destinationen vor Ort gelenkt werden. Besonders im Städtetourismus und in sensiblen Naturräumen gibt es hierzu bereits erprobte Konzepte und laufende Pilotprojekte. Erfolgversprechend ist die Einstellung von Ranger*innen, die sowohl vor Ort als auch im digitalen Raum das Gespräch suchen, aufklären und Tipps geben. Wir wollen diese Arbeit weiter ausbauen und fördern. Konflikte – zum Beispiel zwischen Mountainbiker*innen, Wandernden, Grundbesitzer*innen und der Natur – können so vermieden werden.

Regionalität ist im Tourismus ein bedeutender Faktor – nicht nur, um ein authentisches Erlebnis von Kultur und Tradition zu ermöglichen, sondern auch, damit die einheimische Bevölkerung an touristischen Erfolgen teilhaben kann. Immer mehr Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie nutzen regionale Produkte und Dienstleistungen. Damit stärken sie regionale Kreisläufe, sparen Emissionen ein und kommen den Gästen entgegen, deren Bewusstsein für die Herkunft ihrer Lebensmittel und Vorlieben für kurze Lieferketten stetig wachsen. Die bayerischen Ökomodellregionen sind wichtige Vermittler für Regionalität im Tourismus. Aber auch Verbände und Initiativen wie die Bio-Hotels, DEHOGA, LandZunge und weitere setzen sich für regionale Lieferketten und ökologisch produzierte Lebensmittel im Tourismus ein. Solche Ansätze müssen weiter ausgebaut auf das gesamte Spektrum der Tourismuswirtschaft ausgeweitet werden. Ein vielversprechender Ansatz ist hierbei auch das Bemühen des Jugendherbergsverbandes, die Verpflegung in seinen Häusern ökologisch und regional zu beziehen. Gute Verpflegung darf kein Privileg allein des hochpreisigen Tourismus sein. Auch die Sparte Urlaub auf dem Bauernhof trägt zu Regionalität im Tourismus bei und fördert die Direktvermarktung bayerischer Höfe. Gleichzeitig kann ein Bauernhofurlaub mehr Verständnis für Zusammenhänge in der Landwirtschaft schaffen – für die ganze Familie.

4. Qualitativer Tourismus für alle

Wir legen den Fokus im Tourismus auf Qualität statt Quantität. Werte wie Nachhaltigkeit und Service spielen eine zunehmend wichtigere Rolle. Die Initiative ServiceQualität Deutschland bietet ein bundesweites dreistufiges System zur schrittweisen Verbesserung von Dienstleistungen und Angeboten für kleine und mittlere Betriebe im Hotel-, Gastronomie- und Tourismusbereich sowie Dienstleistungsunternehmen an, das allerdings deutschlandweit nur wenig genutzt wird. In Bayern sind aktuell nur 114 Betriebe zertifiziert.

Zertifikate und Siegel sowie Onlineportale und Suchmaschinen bieten Gästen einen wichtigen Orientierungsrahmen auf der Suche nach passenden Angeboten und Unterkünften. Ein Dschungel an Siegeln stiftet jedoch Verwirrung und setzt die Glaubwürdigkeit einzelner Zertifizierungen herab. Wir sehen es als Aufgabe aller Akteur*innen, einen solchen Siegel-Dschungel zu vermeiden. Wir engagieren uns für Mindestanforderungen für die wichtigsten Branchen und klare Kriterien für beispielsweise „fair“ oder „regional“. So schaffen wir die Voraussetzungen, dass einheitliche Siegel echte Orientierung geben. Staatliche Siegel sind objektiv, da sie unabhängig von den Gewinninteressen der Industrie und des Handels vergeben werden.

Ein wichtiges Anliegen ist uns der Tourismus für alle. Die Tourismuswirtschaft muss sich auf die Bedürfnisse einer älteren und inklusiven Gesellschaft einstellen und entsprechende Anpassungen vornehmen. Barrierefreiheit ist ein Qualitätsmerkmal, das von Gästen jeden Alters geschätzt und vermehrt eingefordert wird. In Bayern leben allein 1,2 Millionen Menschen mit Schwerbehinderung, mehr als 2,7 Millionen Menschen ab 65 Jahren und rund 770.000 Kinder unter sechs Jahren. Sie und viele weitere Menschen profitieren von barrierearmen oder barrierefreien Angeboten. Trotz verschiedener Initiativen und Prädikate sind barrierefreie Tourismusangebote in Bayern noch nicht flächendeckend zu finden. Es müssen deutlich mehr und bessere Angebote für diese Zielgruppe entwickelt werden und in die touristischen Leitbilder Eingang finden. Bei der Gestaltung und Umsetzung von Förderrichtlinien muss Barrierefreiheit einen größeren Raum einnehmen.

Ein grüner Tourismus für alle bedeutet auch, dass auch Alleinerziehende, kinderreiche Familien und Geringverdiener*innen in Bayern einen qualitätvollen, nachhaltigen Urlaub verbringen können. Und dass das Tourismusangebot frei von jeglicher Diskriminierung ist und ein unbeschwertes Reisevergnügen wirklich allen - unabhängig von Geschlechtsidentität, Herkunft, Hautfarbe, sexueller Orientierung oder Religion - offensteht.

5. Tourismusland Bayern fit für die Zukunft machen

Der Freistaat fördert den Tourismus im Jahr 2022 mit über 83 Millionen Euro. Dabei verteilen sich die Mittel auf vier große Posten: die Förderung von touristischen Unternehmen im Rahmen der Regionalförderung mit etwa 34 Millionen Euro, die Zuweisungen an Kommunen für touristische Infrastruktur in Höhe von circa 22 Millionen Euro, 16,5 Millionen Euro für Tourismuswerbung und zehn Millionen Euro für das Seilbahnprogramm. Eine Vielzahl der Förderprogramme besteht seit Jahren in unveränderter Form und kaum eines wurde in den letzten Jahren den aktuellen Herausforderungen im Tourismus wie Digitalisierung, Resilienz oder Nachhaltigkeit angepasst. Wir wollen alle Programme evaluieren und mehr Mittel für Mobilitätskonzepte vor Ort, Beratung von Kommunen hinsichtlich nachhaltiger Tourismuskonzepte und Resilienz zur Verfügung stellen. Gleichzeitig wollen wir umweltschädliche Subventionen für Beschneigungsanlagen streichen und durch Vereinfachung bei der Antragstellung die Fördermöglichkeiten für kleine und mittlere Unternehmen verbessern.

Neue touristische Einrichtungen, aber auch Modernisierungen gehen häufig mit einem erhöhten Flächenverbrauch und Eingriffe in Natur und Landschaft einher; seien das neue Hotels mit großen Wellnessbereichen, Freizeitparks oder der Ausbau von Liftanlagen mit Kapazitätsausweitung und den damit verbundenen zusätzlichen Parkplätzen. Doch solche Maßnahmen sind ein zweischneidiges Schwert: Auf der einen Seite glaubt man, zusätzliche Infrastruktur sei für die Attraktivität eines Tourismusstandortes notwendig, auf der anderen Seite machen Flächenverbrauch und immer mehr Gäste eine Destination für Einheimische und Besucher*innen weniger anziehend. Noch immer gibt es in Bayern keine bindenden Regelungen, um den Flächenverbrauch zu reduzieren. Wir Grünen fordern hier eine verbindliche Vorgabe von 5 Hektar pro Tag. Mit der anstehenden Änderung im Landesentwicklungsprogramm soll das Errichten von Freizeiteinrichtungen im Außenbereich eingeschränkt werden und damit das seit Jahren von uns Grünen geforderte Anbindegebot wieder Bedeutung bekommen.

Obwohl der Tourismus in Bayern gerade in ländlichen Räumen eine bedeutende Rolle spielt, wird er im Bayerischen Landesentwicklungsprogramm (LEP) nur mit einem Satz erwähnt und in der anstehenden Fortschreibung sind keine nennenswerten Änderungen vorgesehen. Stattdessen wird auf das tourismuspolitische Konzept verwiesen. Dieses ist aber inzwischen 14 Jahre alt und muss dringend an aktuelle Themen wie die fortschreitende Klimakrise, die Digitalisierung und das spätestens nach Corona gestiegenen Sicherheitsbedürfnis der Reisenden angepasst und vor allem müssen endlich auch die Bedürfnisse der Bevölkerung vor Ort berücksichtigt werden. Wenn Tourismus eine Leitökonomie in Bayern sein soll, dann muss dies auch in LEP berücksichtigt werden. Wir werden die anstehende LEP-Novelle nutzen, entsprechende Vorgaben für den Tourismus zu ergänzen. Außerdem wollen wir zusammen und partnerschaftlich mit allen Akteur*innen eine Tourismusstrategie Bayern 2030 erarbeiten, die auf den bisherigen Erfolgen aufsetzt, aber Bayern als Tourismusstandort auch fit macht für die Herausforderungen in Zeiten von Klimakrise und weltweiten Unsicherheiten.

Der Tourismus in Bayern ist unterhalb der vier regionalen Tourismusverbände von einer sehr heterogenen Struktur und Organisation gekennzeichnet, einhergehend mit großen Unterschieden hinsichtlich personeller und finanzieller Ausstattung. Den Kommunen kommt aber eine Schlüsselrolle in der touristischen Arbeit zu. Durch die Kleinteiligkeit auf kommunaler Ebene und eine Vielzahl von Agierenden können Ineffizienzen entstehen, die die Entwicklung im Tourismus hemmen. Bayern kann nur weiter als Tourismusland Nummer eins erfolgreich sein, wenn wir die Kompetenzen und Kräfte, die vor Ort vorhanden sind, bündeln. Insbesondere durch die fortschreitende Digitalisierung steigt in kleinen Einheiten der Handlungsdruck. Dafür wollen wir unterstützende Schritte einleiten, um Nachteile der zum Teil kleinteiligen Strukturen auf kommunaler Ebene abzumildern und die Zusammenarbeit besser zu koordinieren.

Krisen wie Kriege, Terroranschläge oder Umweltkatastrophen haben in großem Stil bisher immer nur in anderen Ländern Auswirkungen auf das Reisen dargestellt. In den letzten Jahren kannte der Tourismus in Bayern nur einen Weg und das waren immer mehr Gäste und immer mehr Übernachtungen. Die Corona-Pandemie hat plötzlich auch dem Inlandstourismus vor Augen geführt, wie machtlos dieser einer plötzlich aufkommenden Krise gegenüberstehen kann. Widerstandsfähigkeit als Basis für Überlebensfähigkeit, Anpassungsfähigkeit und Veränderungsbereitschaft sind die Themen, die spätestens seit 2020 auch im Tourismus Einzug gehalten haben.

Ein Tourismus, der sich an den drei Säulen der Nachhaltigkeit ausrichtet, ist langfristig sicherlich am besten gegen Krisen abgesichert. Destinationen, die im Sozialen auf eine breite Akzeptanz der Bevölkerung setzen, ihren Beschäftigten Wertschätzung entgegenbringen und diese damit auch entsprechend entlohnen, die vorausschauend wirtschaften und investieren sowie die Digitalisierung als Chance nutzen und die letztendlich ökologisch arbeiten, indem sie Fragen der An- und Abreise, der Energieversorgung, der Kreislaufwirtschaft und Auswirkungen auf Umwelt und Natur berücksichtigen, werden damit auch resilienter sein.

Nach der Krise ist vor der Krise, deshalb müssen wir die politischen Rahmenbedingungen neu ausrichten, um den Tourismus widerstandsfähiger zu machen. Dazu gehört als erstes, die möglichen Auswirkungen der Klimakrise auf den Tourismus zu erfassen und die unterschiedlichen Destinationen und Akteur*innen in Bayern mit entsprechenden Förderprogrammen zu unterstützen. Der zweite wichtige Punkt stellt das Thema touristischer Arbeitsmarkt dar, um die notwendige Qualität für die Reisenden sicherzustellen. Grundsätzlich ist es Aufgabe der jeweiligen Destinationen und Betriebe ihre Widerstandsfähigkeit zu steigern. Denn klar muss sein, ein Zurück zur Vor-Corona-Zeit wird es nicht geben, auch wenn die Zahlen inzwischen für 2022 wieder ganz gut aussehen. Angepasste politische Rahmenbedingungen sollen die Akteur*innen im Tourismus auf ihrem Weg unterstützen.



Christian Zwanziger, MdB

Sprecher für Landesentwicklung und Tourismus

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

im Bayerischen Landtag

Maximilianeum, 81627 München

Tel.: 089 4126-2806

christian.zwanziger@gruene-fraktion-bayern.de

www.gruene-fraktion-bayern.de

