



Wortprotokoll der 70. Sitzung

Parlamentarischer Beirat für nachhaltige Entwicklung

Berlin, den 3. Juli 2024, im Anschluss an die
69. Sitzung
Paul-Löbe-Haus
E.700

Vorsitz: Helmut Kleebank, MdB

Tagesordnung - Öffentliche Anhörung

Einzigiger Tagesordnungspunkt

Seite 4

Fachgespräch zum Thema "**Nachhaltiger
Tourismus**"

20. Wahlperiode



Deutscher Bundestag
Parlamentarischer Beirat für nachhaltige
Entwicklung

Liste der Sachverständigen

Thomas Ellerbeck ¹⁾

TUI AG

Maximilian Hillmeier ²

Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus

¹⁾ Auf Vorschlag der Fraktion der FDP zum öffentlichen Fachgespräch eingeladen.

²⁾ Auf Vorschlag der Fraktion der SPD zum öffentlichen Fachgespräch eingeladen.



Mitglieder des Beirates

	Ordentliche Mitglieder	Stellvertretende Mitglieder
SPD	Blankenburg, Jakob Echeverria, Axel Hagl-Kehl, Rita Kleebank, Helmut Rudolph, Tina Zorn, Armand	Abdi, Sanae Kersten, Dr. Franziska Mascheck, Franziska Nasr, Rasha Plobner, Jan Wagner, Dr. Carolin
CDU/CSU	Brinkhaus, Ralph Kaufmann, Dr. Stefan Mayer-Lay, Volker Schreiner, Felix Stefinger, Dr. Wolfgang Weiss, Maria-Lena	Connemann, Gitta Grundmann, Oliver Heilmann, Thomas König, Anne Lenz, Dr. Andreas Mannes, Dr. Astrid
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	Ganserer, Tessa Menge, Susanne Wagner, Johannes	Außendorf, Maik Beck, Katharina Michaelsen, Swantje Henrike
FDP	Al-Halak, Muhanad Gründer, Nils Willkomm, Katharina	Gerschau, Knut Skudelny, Judith Stockmeier, Konrad
AfD	Glaser, Albrecht Kraft, Dr. Rainer	Bleck, Andreas Kaufmann, Dr. Michael



Einzigster Tagesordnungspunkt

Fachgespräch zum Thema "Nachhaltiger Tourismus"

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen, meine Damen und Herren, ich eröffne die 70. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige Entwicklung (PBnE). Wir haben in dieser Sitzung einen Tagesordnungspunkt, ein Fachgespräch zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“. Ich begrüße an dieser Stelle unsere beiden Sachverständigen. Ich werde sie gleich ein wenig ausführlicher vorstellen. Sie sehen zu meiner Rechten Herrn Thomas Ellerbeck von der TUI Care Foundation. Herzlich willkommen bei uns. Und einen Platz weiter sitzt Herr Maximilian Hillmeier, Tourismusdirektor der Gemeinde Bad Hindelang. Und er hat, das sage ich gleich an der Stelle, dort hinten einige Broschüren ausgelegt, die dann nachher zum Mitnehmen gedacht sind. Richtig so?

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Das ist richtig. Das sind keine Werbebroschüren, sondern Informationsbroschüren.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Ok – Informationsbroschüren. Herzlich willkommen, Herr Hillmeier.

Reiseentscheidungen im Tourismus, das kann man so feststellen, werden zunehmend auch vom Faktor Nachhaltigkeit beeinflusst. Urlaubsregionen stehen vor der Herausforderung, den Tourismus so zu gestalten, dass er nicht nur wirtschaftlich Nutzen bringt, sondern auch die Umwelt schützt und gesellschaftliche Strukturen fördert, die langfristig gerecht und lebenswert sind. Gleichzeitig nimmt das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Tourismus stetig zu und damit steigt auch die Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten. Wir sind also sehr gespannt, was Sie beide uns mit doch recht unterschiedlichen Kontexten heute präsentieren werden.

Zunächst zu Herrn Maximilian Hillmeier: Er ist Diplombetriebswirt und seit 1997 Tourismusdirektor. Der korrekte Titel wäre Kurdirektor, wenn ich es richtig sehe, in Bad Hindelang. Er hat im Jahr 2019 ein Lebensraumkonzept mit dem Titel „Unser Bad

Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie erarbeitet. Seit dem Jahr 2019 gibt es dort einen kostenfreien Öffentlichen Personen Nahverkehr (ÖPNV) mittels Gästekarte. Im Jahr 2021 fand die Einführung eines On-Demand-Mobilitäts-Service mit dem Namen „EMMI-MOBIL“ statt. Im Jahr 2024 startete das Besucherlenkungs-konzept für das Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen. Herr Hillmeier wird in seinem Eingangsstatement die Projekte Lebensraumkonzept, „Unser Bad Hindelang 2030“ und „EMMI-MOBIL“ vorstellen.

Herr Thomas Ellerbeck ist Mitglied des Group Executive Committee, Group Director Corporate and External Affairs sowie Chief Sustainability Officer der TUI Group. Er ist verantwortlich für die Bereiche Politik, Europäische Union und internationale Beziehungen zu Zielländern und deren Regierungen, die weltweite Konzernkommunikation der TUI, Umwelt und Nachhaltigkeit sowie die Stiftungen. Er ist Vorsitzender des Vorstandes der Internationalen TUI Care Foundation mit Sitz in den Niederlanden, die in 25 Ländern der Welt aktiv ist. Darüber hinaus ist er Vorsitzender des Kuratoriums der TUI-Stiftung mit Sitz in Hannover.

Wir werden wie gewohnt zwei Eingangsstatements von jeweils zehn Minuten hören. Daran schließt sich die übliche Frage- und Antwortrunde an mit den jeweils fünf Minuten für Frage plus der Beantwortung. Die heutige Sitzung ist öffentlich. Sie ist live im Parlamentsfernsehen auf Kanal 4 zu sehen. Sie wird in der Mediathek des Bundestages und auf der Webseite des Beirats abrufbar sein. Die Stellungnahme von Herrn Hillmeier ist auf Ausschussdrucksache Nummer 20(26)124 veröffentlicht und die Präsentationen der Sachverständigen werden im Nachgang der Sitzung auf Ausschussdrucksache 20(26)125 und 20(26)126 veröffentlicht. Für das Wortprotokoll gibt es wie immer einen Mitschnitt. Wir haben verabredet, dass Herr Hillmeier eröffnen wird und ich gehe davon aus, die Präsentation ist so weit. Sehr geehrter Herr Hillmeier, Sie haben das Wort.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Herr Vorsitzender, vielen herzlichen Dank. Auch von meiner Seite ein herzliches Grüß Gott und



dass ich heute die Möglichkeit habe, das Lebensraumkonzept mit integrierter Tourismusstrategie kurz vorzustellen. Vielleicht zwei, drei Sätze zum Markt Bad Hindelang selbst. Wir liegen, wie man hier sieht, im Naturschutzgebiet der Allgäuer Hochalpen, bestehend aus sechs Dörfern mit 5.200 Einwohnern. Wir haben circa eine Million Übernachtungen. Das ist auch unser Hauptwirtschaftszweig. Das Naturschutzgebiet hat 21.000 Hektar und ist damit das zweitgrößte in ganz Bayern. Das Gebiet ist hochalpin. Wir sind Partner von „Fahrziel Natur“, einer Mobilitätskooperative von BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.), NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.), VCD (Verkehrsclub Deutschland e.V.) und der Deutschen Bahn. Im Jahr 2018 entschied man sich in Bad Hindelang, ein neues Tourismuskonzept zu entwickeln. Doch schon bald stellte man fest, dass dies nicht der richtige Weg war. Stattdessen entschied man sich, aufgrund des Overtourism und des zunehmenden Verkehrs stärker die Werte der Einheimischen in den Vordergrund zu stellen. Deswegen wurde versucht, hier ein Lebensraumkonzept, das wertebasiert ist, zu entwerfen und darin den Tourismus zu integrieren. Ich darf den Prozess kurz vorstellen. Wichtig war die Partizipation der Bürger und Gäste, denn unsere Bürger leben dauerhaft in diesem Lebensraum, und unsere Gäste, die im Schnitt fünf Tage bleiben, sind ebenfalls Bürger auf Zeit. Wir haben dann als erstes eine Markenumfrage gemacht. Daran haben sich 3.500 Menschen beteiligt, für eine 5.200-Einwohnergemeinde ist das sehr, sehr stark. In der Markenumfrage stellte sich heraus, dass vor allem die regionale und örtliche auf Familienbetrieben basierende Wirtschaft gestärkt werden soll – ein natur- und sozialverträglicher Tourismus. Es ging sehr stark um innovative Mobilitätslösungen zur Reduzierung des Verkehrs und um Angebote im Tourismus, die aufgrund des Klimawandels möglichst ganzjährig angeboten werden können. Anschließend gab es dann entsprechende Arbeitskreise und dann die 8x8-Konferenz, könnte man sagen. Aus verschiedensten Lebensbereichen wurden Bürgerinnen und Bürger eingeladen, bei der Abschlusswerkstatt, die über ein ganzes Wochenende ging, mitzuarbeiten, um das Lebensraumkonzept zu erarbeiten. Wichtig war,

dass bei der Zusammenstellung dieser „Tische“ kein Einfluss genommen wurde von Seiten der Politik oder der Verwaltung, um Tragfähigkeit, Akzeptanz und auch Verbindlichkeit der Lebensraumstrategie möglichst optimal zu gestalten.

Im Anschluss an die Fertigstellung des Lebensraumkonzeptes wurde gemeinsam mit dem Tourismusbeirat die Tourismusstrategie erarbeitet. Da wir in unserer Region ein besonderes Klima und eine einzigartige Landschaft haben, wollte man im Tourismus tiefere Erlebnisse schaffen – sogenanntes Localhood, Regionalität, Authentizität sowie den neuen Luxus in Form von Zeit, Natur und Raum. Diese Strategie baut auf den touristischen Spitzenleistungen auf, die wir vor allem, wenn man es so nennen darf, unseren Bergbauern und der Alpwirtschaft – im Oberbayerischen spricht man von Almwirtschaft – verdanken, insbesondere der wunderschönen Kulturlandschaft und dem Naturschutzgebiet der Allgäuer Hochalpen.

Ein kleiner Exkurs zum „Ökomodell Hindelang“, das bei uns etwas ganz Besonderes ist. Wir haben in unseren sechs Ortsteilen 60 Bergbauern, allesamt im Verein Hindelang Natur und Kultur, die vollkommen ohne Pestizide und Herbizide, also ohne Chemie und Kunstdünger, arbeiten. Das ist einmalig im Alpenraum und wahrscheinlich auch in Deutschland. Das ist seit Jahrhunderten so auf den Alpen in der Alpwirtschaft, die ja bis auf über 2 000 Meter reichen, sodass sich die Natur selbst regenerieren kann. Man arbeitet also mit und nicht gegen die Natur und deswegen auch diese wunderbare Landschaft.

Im Folgenden ein paar Beispiele aus dem Lebensraumkonzept mit integrierter Tourismusstrategie. Ein ganz wichtiger Punkt war das generationenübergreifende Konzept. Hier fand in einem Projekt, das über die Hertie-Stiftung gefördert wurde, ein demokratisch kommunaler Prozess mit Jugendlichen statt. Daraus ist eine Mehrgenerationensportanlage in Form eines Pumpracks entstanden, die ganzjährig genutzt werden kann. Oder zum Beispiel ein Kochbuch während der Corona-Zeit. Da haben die ganz älteren Honorationen bei uns mitgemacht und gezeigt, wie man vor vielen, vielen Jahren gekocht hat. Da finden heute im Seniorenkreis immer wieder Treffen zu diesem Thema statt.



Das Thema „Gesundheit“ ist ein wichtiger Schwerpunkt bei uns im Tourismus, weil wir laut Weltgesundheitsorganisation (World Health Organization (WHO)) ein Ort mit der besten Luft weltweit sind. Dazu kommt unsere grüne Landschaft, wie Sie es auf den Bildern gesehen haben. Das heißt, bei uns sind die Regeneration des seelischen Gleichgewichtes plus ein sehr gutes Klima, Stichwort: Sommerfrische, möglich. Dazu sind wir extrem pollen- und haustaubmilbenarm und sind in Zusammenarbeit mit der Universität Augsburg, mit der Umweltmedizinerin, einer der renommiertesten Deutschlands, Frau Prof. Dr. Traidl-Hoffmann, Reallabor in verschiedenen Forschungsprojekten bezüglich Umweltkrankheiten und Allergien. Und wir sind qualitätsgeprüfter Kurort für Allergiker.

Besucherlenkung ist auch ein wichtiger Bestandteil im Bereich des Lebensraumkonzeptes mit integrierter Tourismusstrategie. Hier finden verschiedene Projekte statt. Es werden Ranger eingesetzt, Naturscouts, um entsprechend zu sensibilisieren. Mäandernde Wege werden gelenkt, damit die Natur, die Wiesen nicht zertreten werden. Wege werden auch aufgelassen, Themenwege werden eingeführt, wie zum Beispiel Geox Naturwelt Erlebnispfad, der Kindern und Erwachsenen unsere Flora und Fauna vorstellt oder Geox Forscherpfad, der sich mit der Geologie beschäftigt. Wir haben auch einen Bikepark, um die Mountainbiker zu lenken.

Ein wichtiges Thema ist die Mobilität. Damit haben wir uns ja heute Nachmittag bereits im Tourismusausschuss beschäftigt. Die Mobilität spielt im Tourismus eine immer wichtigere Rolle, da laut der Vereinten Nationen 75 Prozent des CO₂-Ausstoßes im Tourismus überhaupt mit der An- und Abreise und der Mobilität vor Ort erfolgen. Deswegen haben wir bei uns mit zwei Elektrofahrzeugen einen On-Demand-Service vollkommen routen- und bedarfsorientiert ohne feste Linienverläufe eingeführt, mit unzähligen virtuellen Haltestellen. „EMMI-MOBIL“ steht für Emissionsfrei, Miteinander, Individuell. Über die „EMMI-MOBIL“ App sind die Gäste und auch die Einheimischen, aber vorwiegend die Gäste, 365 Tage von 8 bis 20 Uhr quasi ab der Haustür mobil und werden zum Bus gebracht oder wenn gerade keiner fährt, auch mit den elektrischen Kleinbussen direkt ans Ziel. Damit können wir die

sanfte Reisekette schließen und setzen deutliche Anreize, um verstärkt mit der Bahn anzureisen. Dieser Mobilitäts-Service, Stichwort „Intermodalität“, wird sehr gut angenommen.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei uns ist die Bad „Hindelang Pluskarte“, die jeder Gast bei den Gastgebern, die dabei sind, bekommt. Da ist ein Fehler bei mir im Skript drin, die ist nicht im Jahr 2020 eingeführt worden, sondern im Jahr 2010. Wir haben auf dieser Karte Infrastrukturleistungen aus öffentlichem Nahverkehr, aber auch aus Bergbahnen, Bädern und so weiter integriert. Das Entscheidende aber sind Erlebnisleistungen exklusiver Art aus Natur, Kultur, Tradition, Sport und Kulinarik. Sprich, es sind Angebote von Menschen für Menschen. Einheimische nehmen Gäste beispielsweise frühmorgens auf Sonnenaufgangswanderungen mit, pflanzen mit ihnen Bäume, erläutern das Leben und Arbeiten auf der Alpe, und Bergführer sowie Förster führen sie in die Natur. Köche zeigen, wie man die berühmten Kässpätzten zubereitet, und Musiker lehren das Spielen des Alphorns – und so weiter. Diese Erlebnisse schaffen eine ganz andere Bindung der Gäste zum Ort, eine tiefere Erdung und fördern eine starke Integration zwischen Einheimischen und Gästen.

Der Bad Hindelanger Marktgemeinderat beschäftigt sich, das ist jetzt nicht mein Kernthema, auch mit der CO₂-Neutralität. Dies ist als Ziel festgeschrieben. Als Touristiker, auch wenn es nicht mein Fachgebiet ist, möchte ich noch erwähnen, dass 95 Prozent des Strombedarfs bei uns überwiegend aus Wasserkraft und damit regenerativ gedeckt werden. Darüber hinaus wird in der Gemeinde ein Energienutzungsplan für den Wärmeverbrauch erarbeitet.

Es wurde, wie gesagt, bereits viel umgesetzt, und vieles befindet sich noch in der Umsetzung – nicht alles ist schon abgeschlossen. Entscheidend ist jedoch, und damit komme ich auch zum letzten Punkt, dass Bad Hindelang ein geschützter Naturraum ist. Wir haben uns verpflichtet, alles zu tun, um Natur, Umwelt, Klima und Luft zu schützen, damit unsere Bergdörfer sowohl für unsere Gäste auf Zeit als auch für unsere Einheimischen dauerhaft attraktiv bleiben. Der höchste Stellenwert liegt bei uns auf der Landwirtschaft und Alpwirtschaft. Nur in dieser Kooperation mit der Berglandwirtschaft und der



Alpwirtschaft lässt es sich bei uns gesund und frei atmen, aktiv leben und urlauben. Vielen Dank.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Ein herzliches Dankeschön, Herr Hillmeier. Jetzt wissen wir auf jeden Fall, wo es die weltweit beste Luft gibt und würden am liebsten alle sofort zu Ihnen kommen. Schauen wir mal, wann das möglich ist. Aber vorher haben wir einen zweiten Impuls und wir warten noch einen kleinen Moment, bis die Technik soweit ist, denn auch da gibt es eine Präsentation mit Charts. Tourismus: Treiber für Wohlstand und Entwicklung. Sehr geehrter Herr Ellerbeck, Sie haben das Wort.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** Herr Vorsitzender, meine Damen und Herren, ich freue mich, dass ich hier sein kann. Sie beschäftigen sich alle sehr lange mit Nachhaltigkeit und insbesondere ganzheitlichen Ansätzen, was mich immer besonders freut. Wir haben in der Vergangenheit einen sehr starken Fokus, gerade in Mittel- und Zentraleuropa, auf Umweltthemen gehabt. Nachhaltigkeit ist aber sehr viel breiter. Wenn wir in viele Länder der Welt gehen, spielt natürlich der ganzheitliche Ansatz, wo wir auch über soziale Nachhaltigkeit sprechen, über die ökologische Nachhaltigkeit und die ökonomische Nachhaltigkeit, eine große Rolle.

Ich werde jetzt nicht groß meine Firma vorstellen. Wir sind auf sehr vielen Feldern des Tourismus tätig, kein reiner Veranstalter, der Reisen verkauft, sondern wir sind Entwickler, Investor und auch Betreiber von touristischen Produkten, das heißt Kreuzfahrtgesellschaften, 420 Hotelgesellschaften im Konzern, Fluggesellschaften. Das bedeutet natürlich für uns, wenn wir uns den Teil der ökologischen Nachhaltigkeit ansehen, dass wir auch auf allen Feldern unterwegs sein müssen. Ich muss mich darum kümmern, dass wir die Hotels, Kreuzfahrtgesellschaften und Fluggesellschaften nachhaltig bekommen. Bei einer Fluggesellschaft, ich will nicht sagen, dass es einfacher ist, aber da geht es in der Regel darum, dass man die richtigen Triebwerke bekommt, die richtigen Flugzeuge und am Ende natürlich nachhaltiges Kerosin. Wir sind hier aber eben auf allen Feldern tätig und insbesondere in vielen Destinationen auch lange verwurzelt. Das ist, glaube ich, ein ganz entscheidender Punkt, wenn wir auf den ganzheitlichen Ansatz sehen.

Gro Harlem Brundtland, die frühere norwegische Ministerpräsidentin, hat für die Vereinten Nationen bereits Ende der 1980er Jahre beschrieben, dass „Nachhaltigkeit“ drei Dimensionen umfasst und die Schnittmengen betont. Wenn letztendlich keine wirtschaftliche Entwicklung stattfindet, ist auch die Bereitschaft nicht vorhanden, in Umweltmaßnahmen zu investieren und die soziale Nachhaltigkeit zu stärken. Da sage ich auch immer, das müssen wir uns aus deutscher Perspektive anschauen. Wir haben hier eine Industrie, wir haben produzierendes Gewerbe, es gibt Länder, die haben Bodenschätze. Es gibt aber auch Länder auf dieser Welt, die haben eben keine Bodenschätze, die haben keine Industrie. Mein Standardbeispiel – die Vertreter im Tourismusausschuss, Frau Hagl-Kehl kennt es – sind immer die Kapverden, die den Sprung geschafft haben aus der Gruppe der Least developed countries (LDC) in die nächste Stufe. Und die haben das nur mit dem Tourismus geschafft, denn vor Ort gibt es nichts anderes. Es gibt eine wunderbare Landschaft, es gibt wunderbare Menschen, es gibt Service. Da kommen wir an den Punkt, den Sie angesprochen haben, das Land gehört den Menschen, es ist ihr Land und sie müssen entscheiden, welche Form von Tourismus sie möchten. Und das ist uns auch immer wichtig in den Diskussionen mit Partnern vor Ort, mit den Destinationen und natürlich auch den Organisationen vor Ort, denn wir sind ein Partner und das können wir für viele Länder der Welt sagen. Herr Zippers hat das in seiner Zeit in der Regierung gesagt, „Sie sind seit 60 Jahren in Griechenland und Sie waren hier in guten Zeiten wie in schlechten Zeiten“. Das unterscheidet auch ein Touristikunternehmen möglicherweise von einer Airline. Wenn ein Flug nicht gut läuft, schickt eine Airline das Flugzeug häufig einfach woanders hin. Aber wenn Sie, wie wir, in Griechenland mit 50 Hotels im Land investiert sind, also tatsächlich Eigentum haben und Mitarbeiter vor Ort beschäftigen, dann haben Sie eine ganz andere Bindung. Ich habe es damals durchaus als Kompliment von Herrn Zippers empfunden, als er sagte: „Sie waren hier in guten wie in schlechten Zeiten und haben dieses Land die ganze Zeit über in seiner Entwicklung unterstützt.“ Für mich ist das ein entscheidender Punkt. Wir müssen uns den Herausforderungen stellen, die der Tourismus mit sich bringt. Das



sind alles Fragen, die den ökologischen Fußabdruck betreffen. Da ist die Frage von Lebensmitteln, auch von Lebensmittelverschwendung, Luftverschmutzung, Energieverbrauch, Emissionen, Müll, Wasser. Bei den Gesprächen mit den Regierungen in Spanien und auch Griechenland kommt das zunehmend in die Diskussionen. Der griechische Umweltminister sagte neulich zu mir, die CO₂-Emissionen werden wir mit all den Programmen und allem, was kommt, in den Griff bekommen. Wasser macht ihnen momentan größere Sorgen, der zunehmende Wasserverbrauch und die Trockenheit im Land. Aber auch daran arbeiten wir gemeinsam.

Ich möchte insbesondere in den Vordergrund stellen, wie der Tourismus viele Länder und Regionen dieser Welt stabilisiert und es auch schafft, dass Arbeitsplätze entstehen, dass Bildung und Ausbildung gestärkt werden und da, wo ein Stück Wohlstand entsteht, stärken wir im Grunde auch die Menschen und die Familien vor Ort und am Ende auch Demokratie. Unser Ziel ist es, in all den Projekten, die wir selbst als Unternehmen machen oder mit der TUI Care Foundation mit lokalen Partnern die Entwicklung weiter zu forcieren, dass wir Ausbildung, Bildung und auch das Thema Unternehmensgründung in den Vordergrund stellen. Es gibt die großen Unternehmen wie eine TUI, aber es gibt so ein Hub- und Spoke-System wie bei einer Fluggesellschaft. Sie haben ein Drehkreuz und da gehen ganz viele Flüge rein. Sie haben ganz viele mittelständische und kleine Unternehmen, die alle Teil dieses Ökosystems des Tourismus vor Ort sind und mit denen man zusammenarbeitet. Auch wir arbeiten in den Destinationen mit sehr vielen kleinen Partnern zusammen. Ich wollte Ihnen dieses Chart zeigen. Es ist auch in den Unterlagen. Das zeigt die Ausgaben der öffentlichen Hand, also aller staatlichen Stellen weltweit, einschließlich der Weltbank, der Vereinten Nationen und der Entwicklungskooperationen aus allen Ländern dieser Welt. Das sind 146 Milliarden US-Dollar für die Least and Less Developed Countries. Wenn man die Ausgaben von Touristen in diesen Ländern dagegenstellt, dann haben wir eine Zahl von 536 Milliarden US-Dollar. Also der Faktor der Ausgaben, die Touristen in der gleichen Ländergruppe leisten, ist 3,6 bzw. 3,7-mal höher

als alle staatlichen Programme dieser Welt. Man kann sagen, das hat auch etwas mit Würde zu tun. Das eine ist einfach der schlichte Transfer von Geld aus reichen Ländern in Länder, die nicht denselben Wohlstand haben. Das andere hingegen betrifft die Schaffung von Beschäftigung, die Möglichkeit, Arbeit zu haben und vielleicht sogar Unternehmen zu gründen. Das ist für mich ein ganz wesentlicher Aspekt bei diesen Fragen. Wenn ich auf unsere eigene Agenda gehe, nehmen wir diese drei Punkte natürlich auf. Wir haben uns bei den Klimazielen der Science Based Target Initiative (SBTI) angeschlossen. Das war ein sehr umfangreicher Prozess mit sehr, sehr vielen Prüfungen sowohl für die Fluggesellschaften, für die Kreuzfahrtgesellschaften und die Hotelgesellschaften. Ich will es nur kurz vorstellen. Wir haben klare Reduktionsziele. Nicht das Jahr 2050, das ist zu spät. Wir haben Ziele für das Jahr 2030, die wir gegenüber der SBTI-Initiative committed haben. Was die Hotels angeht: Wir sind öffentlich, aber ich sage es trotzdem, da ist es mehr eine Fleißaufgabe. Bei jedem neuen Hotel geht es darum, mit nachhaltiger Energie zu arbeiten, Solaranlagen, alle möglichen Formen, natürlich auch der Energievermeidung. Das geht bei Elektrizität los, aber natürlich auch bei Wasser. Wir haben zum Beispiel jetzt festgelegt, jede Anschaffung, die im Unternehmen gemacht wird, alles, was erneuert wird, jedes neue Produkt muss 50 Prozent weniger Verbrauch haben als das Vorgängerprodukt. Da gibt es die ersten Hotels, die jetzt an Net Zero kommen. Ich darf den Begriff nicht nutzen, dann habe ich sonst gleich Greenwashing, denn die letzten zwei Prozent müssen wegen der Klimaanlagen kompensiert werden. Deswegen ist es nicht Net Zero, aber es kommt ganz in die Nähe. Bei den Kreuzfahrtschiffen sind die Antriebe und die Treibstoffe die Herausforderungen. Wir sind jetzt Green Methanol-ready für das erste Schiff, die „Mein Schiff 7“, die wir vor zwei Wochen in Betrieb genommen haben. Da arbeiten wir gerade mit den Herstellern an den Motoren. Man braucht andere Motoren als bei einem Frachtschiff, aber auch das ist im Kommen.

Beim Thema „Fluggesellschaften“ ist es so: Die neuen Flugzeuge, die wir jetzt haben, haben etwa einen Verbrauch, der ist 20 Prozent niedriger als vorher. Daran arbeiten wir sehr intensiv. Die große



Herausforderung wird sein, wann es genug Treibstoff gibt – Sustainable Aviation Fuel (SAF). Wir sichern uns diesen Treibstoff, aber die Herausforderung bleibt groß, insbesondere da die Mittel durch das Urteil des Verfassungsgerichts im Bundeshaushalt erheblich gekürzt wurden. Ich glaube, die Förderung wurde von zwei Milliarden auf 17 Millionen Euro reduziert, was eine enorme Herausforderung für die gesamte Branche darstellt.

Wichtig ist, dass man alle Partner mitnimmt und ich renne jetzt aus der Zeit, deswegen mache ich es jetzt auch etwas schneller. Co-Lab Rhodos ist für uns ein Beispiel. Wir sagen ganz klar, es geht nur mit Partnerschaften, nur mit den Leuten und mit den Organisationen vor Ort. Wir haben uns mit der griechischen Regierung verpflichtet, Rhodos vollständig nachhaltig zu gestalten, mit allen lokalen Partnern, Hoteliersverbänden, Busverbänden, Autos. Das geht mit der Elektromobilität bei den Autos los, den Solaranlagen, da ist viel zu tun, auch in der Regulierung. Da ist teilweise noch alte Regulierung in neuer Zeit. Mit der TUI Care Foundation sind wir heute in 30 Ländern mit etwa 25 Projekten vertreten, wo wir schwerpunktmäßig Bildung, Ausbildung und auch Gründung betreiben.

Jetzt höre ich auf zu sprechen, damit ich in der Zeit bleibe und ich stelle mich Ihren Fragen. Die Folien kann man ja auch noch dann im Nachgang lesen. Vielen Dank.

Ein letzter Punkt vielleicht, wenn ich noch einen sagen darf. Wir sind stolz auf den Weltmeister Deutschland, dass wir in ganz vielen Feldern Weltmeister sind. Bei den Autos waren wir es lange Zeit, hoffentlich können wir es bleiben, und bei anderen Industrien. Im Grunde hat man mit dem Tourismus eigentlich einen Exportschlager, denn wir bringen Wohlstand in viele Länder der Welt. Manchmal sage ich, es ist die effizienteste Form von Entwicklungszusammenarbeit.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Ein herzliches Dankeschön. Ja, wir werden ja ohnehin noch einige Punkte vertiefen und dafür habe ich schon die ersten zwei Wortmeldungen, Frau Hagl-Kehl und Herr Mayer-Lay, sowie Herr Dr. Kaufmann, Herr Gerschau und Frau Menge. Bitte schön, Frau Hagl-Kehl.

Abg. **Rita Hagl-Kehl (SPD):** Vielen Dank an beide Sachverständige für ihr Statement. Herr Hillmeier, erklären Sie bitte, wie das mit dem EMMI-MOBIL funktioniert und wie sich das finanziert. Das ist schon herausragend, was die Gemeinde hier geleistet hat. Welcher Nutzen ist für die ortsansässige Bevölkerung damit verbunden? Und auch, dass die Landwirte auf Pestizide und Herbizide verzichten, das ist ja auch nicht selbstverständlich. Wenn ich es richtig verstanden habe, als ich zuletzt dort war, sind es ja keine Biolandwirte. Danke schön.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Frau Hagl-Kehl, natürlich sehr gerne. Das EMMI-MOBIL, wie gesagt, steht für Emissionsfrei, Miteinander und Individuell. Es ist aus der Markenumfrage zum Lebensraumkonzept entstanden. Deutlich herausgekommen ist dabei, dass der Verkehr, auch der Parksuchverkehr der Übernachtungsgäste, in Bad Hindelang deutlich reduziert werden muss. Ich möchte einen kleinen Exkurs machen. Die Vereinten Nationen haben festgestellt, dass 75 Prozent des CO₂-Ausstoßes bei der Anreise und Mobilität vor Ort stattfinden. Der Gemeinderat hat uns den Auftrag gegeben, hier etwas zu tun. EMMI-MOBIL funktioniert „on demand“, also nach Bedarf und nach der Last-Mile-Philosophie, schließt also die erste und natürlich bei der Rückfahrt auch die letzte Meile mit ein. Man kann einfach über die EMMI-MOBIL-App das Fahrzeug bestellen. Es sind unzählige virtuelle Haltestellen. Wir haben 140 Quadratkilometer, sechs Dörfer, viele Einzelgehöfte und Weiler und so ist man von 8 bis 22 Uhr sieben Tage die Woche oder 365 Tage im Jahr quasi ab der Haustür mobil. Und das Entscheidende ist, ganz nach Bedarf. Und deswegen braucht es auch kein Auto mehr bei uns. Dazu kommt für Gäste auf Gästekarte noch der freie ÖPNV.

Finanziert wird das Ganze ausschließlich über den Kurbeitrag. Wir können als prädikatisierte Gemeinde, Heilklimatischer Kurort und Kneippkurort, Kurbeitrag verlangen. Und so habe ich etwa einen Euro pro Tag und Gast, mit dem ich EMMI-MOBIL, also die Mobilität ab der Haustür, und den ÖPNV finanzieren kann. Und natürlich nutzen das, auch wenn EMMI-MOBIL aus dem Tourismus entstanden ist, auch die



einheimischen Bürgerinnen und Bürger. Es gibt da eine Mobilitätskarte, eine Bürgerkarte, die EMMI-MOBIL und ÖPNV beinhaltet. Die kostet im Moment 110 Euro pro Jahr. Damit sind auch die Seniorinnen und Senioren mobil, weil sich auch bei uns die Taxi-Unternehmen aus dem ländlichen Raum zurückziehen. Die Mobilität ist ein ganz großes Thema. Die gesamte Reisekette ist entscheidend, Auf der DB Mobil 2024 in Berlin im April wurde in Aussicht gestellt, auch bei der DB App verschiedene Verkehrsträger intermodal mit einem Buchungs- und Bezahlvorgang zu verbinden.

Das Zweite ist der Verein Hindelang – Natur und Kultur mit dem Ökomodell Hindelang. Das gibt es schon seit Mitte der 1980er Jahre, also etwa 40 Jahre lang. Das ist Bestandteil des Lebensraumkonzepts mit integrierter Tourismusstrategie. Der Tourismus fußt bei uns ausschließlich auf der Arbeit der Bergbauern und Älpler. Die Gäste kommen zu uns aufgrund der intakten alpinen Kulturlandschaft. Es sind nicht alles Biobauern, aber über die Satzung des Vereins arbeiten sie vollständig ohne Chemie und ohne Kunstdünger und sowieso gentechnikfrei. Die hochwertigen ökologischen Produkte sind bei uns auch ein Treiber im Tourismus. Die Berglandwirtschaft und Alpwirtschaft gibt darüber hinaus unseren Dörfern seit Jahrhunderten die Identität und wird es auch noch viele, viele weitere Jahrhunderte tun. Die höchste Priorität in unserem Lebensraumkonzept sind das Ökomodell, die Berglandwirtschaft, die kleinstrukturierten Landwirte, die Alpwirtschaft, die bei uns die Kulturlandschaft bis auf über 2.000 Meter offen hält. Wenn ein Gast eine schöne Blumenwiese sieht, dann sagt er, ach wie schön ist die Natur, aber es ist im Grunde keine Natur, sondern es ist die harte Handarbeit der Älpler und Bergbauern. Das ist es, warum die Gäste zu uns kommen und deswegen steht das Ökomodell Hindelang, sprich die Berglandwirtschaft und die Alpwirtschaft, die anerkannt ist als UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) immaterielles Kulturerbe, bei uns an erster Stelle.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Danke schön. Ich habe jetzt Herrn Mayer-Lay, Herrn Dr. Kaufmann, Herrn Gerschau, Frau Menge und

Herrn Blankenburg. Herr Mayer-Lay und dann Herr Dr. Kaufmann.

Abg. **Volker Mayer-Lay (CDU/CSU):** Vielen Dank Herr Vorsitzender, ich darf mich bei beiden Referenten für die sehr interessanten Vorträge bedanken. Meine Frage geht auch an Herrn Hillmeier. Herr Hillmeier, ich komme vom Bodensee, kann also sehr gut nachvollziehen, wie es ist, in einer Region zu leben, die anderen Menschen sehr gut gefällt. Man freut sich, wenn diese Menschen zu einem kommen, aber man will auch diese intakte Natur und schöne Region für nächste Generation erhalten, dass auch noch mehr etwas davon haben. Ihr Konzept hat mich sehr überzeugt.

Was mir jetzt etwas zu kurz gekommen ist, ist der Winter. Ihr Handout und das ist auch für die Jahreszeit passend, beschäftigt sich ja sehr mit den Sommermonaten. Bei Ihnen ist das Oberjoch, wenn ich mich nicht irre, da kann man auch Ski fahren. Gibt es denn da Ansätze, wie der Wintersport, den ich sehr schätze und auch sehr gerne selbst ausübe, nachhaltig gestaltet werden kann, dass eben diese schönen Blumenwiesen, die Sie gezeichnet haben, aber auch die Alpwirtschaft weiter existent sind, die Natur dort geschont wird? Wir haben immer weniger Schnee, es wird mit Schneekanonen gearbeitet. Deshalb auch die Frage, ist das so richtig nachhaltig? Wie sieht es da in Bad Hindelang aus? Danke schön.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Vielen Dank für die Frage. Der Wintertourismus beschäftigt uns natürlich immens. Wir hatten erst letzte Woche eine moderierte Tourismusbeiratssitzung. Der Tourismusbeirat ist ein vom Gemeinderat eingesetztes Gremium, in dem alle Branchenvertreter aus dem Tourismus vertreten sind und ein beratendes Gremium und der Gemeinderat. Es gibt weder auf Ebene der Bayern Tourismus Marketing noch Allgäu GmbH noch bei uns eine entsprechende Lösung. Fakt ist, dass der Wintertourismus oder der Klimawandel uns vor sehr, sehr große Probleme stellt. Wir haben bei uns im Oberjoch ein schönes Familienskigebiet, sogar das familienfreundlichste in den Bayerischen Alpen. Es ist, das muss man auch ganz ehrlich einräumen, bis dato nicht wegzudenken. Man muss immer sehen, dass bei uns alle Hotels, bis auf ein einziges, auch das



größte Hotel mit über 500 Betten und 160 000 Übernachtungen, Familienbetriebe sind. Da hängen Familien und Finanzierungen dran. Die brauchen nach wie vor den Wintersport und den Schneesport. Dazu kommt dazu, dass unsere Bergbahnen im Jahr 2015 erst groß investiert haben. Aber es ist vollkommen richtig, was Sie sagen, wir müssen weiterdenken und an Ganzjahresangebote denken. Die Bayerische Bergbahnförderung ist übrigens auch daran geknüpft, dass Sommerkonzepte aufgestellt werden. Da hat man bei uns im Bereich der Hornbahn schon sehr viel umgesetzt. Ich habe vorher diesen Themenweg Flora und Fauna genannt. Und jetzt ein ganz praxisbezogenes Beispiel. Wir hatten einen sehr schwierigen Winter, es hat Anfang Dezember geschneit, dann quasi nicht mehr, dann kamen regelmäßig diese Atlantik-Tiefs zu uns. Das Oberjoch liegt auf einer Höhe von 1.200 Meter. Da beginnt das Skigebiet und es hat überwiegend geregnet. Ja, wir haben Beschneiungsanlagen, aber keine Kanonen. Wir haben dann hier wirklich tolle Arbeit der Bergbahnen gehabt, sodass bei uns bis nach Fasching Skibetrieb möglich war, aber dann war es vorbei und auch die touristischen Zahlen waren dann anschließend im März und April weniger gut. Wir setzen sehr stark auf saisonverlängernde Angebote und das ist jetzt ein sehr positives Beispiel. Da wurde von unserem Bergführerbüro ein sogenannter Waldseilgarten an der Bergstation der Hornbahn eröffnet und es war unglaublich. Die Leute sind sofort vom Skisport umgeschwitten auf den Waldseilgarten und haben dieses Angebot genutzt. Es ist wichtig, solche Angebote zu schaffen, die dann unmittelbar an den Winter, wenn Skifahren, Langlaufen nicht mehr gehen, andocken und die dann auch preislich adäquat genutzt werden können. Warum sage ich das? Wir haben die „Bad Hindelang PLUS-Karte“, das konnte ich in den zehn Minuten nur ganz kurz anschneiden, dort ist auch der Skipass inklusive. Ein Skipass kostet bei uns 50 Euro. Die Hindelang PLUS-Karte wird durch die Gastumlage finanziert. Nachdem das Skifahren nicht mehr möglich war und wir den Waldseilgarten in unser Angebot bei Bad Hindelang Plus integriert haben, konnten die Gäste unmittelbar die Berg- und Talfahrt sowie den Waldseilgarten, der normalerweise 45 Euro kostet, nutzen. Das war ein großer Vorteil für uns,

um die Bad Hindelang PLUS Gästekarte attraktiver zu gestalten. Über die Osterfeiertage hatten wir dann sofort 560 Eintritte in den Waldseilgarten. Der Waldseilgarten ist übrigens etwas sehr Ökologisches – kein Hochseilgarten, der künstlich angelegt ist, sondern wirklich in die Bäume integriert, ohne sonstige Eingriffe in die Natur. Vielen Dank.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Vielen Dank für diese interessanten weiterführenden Einblicke. Jetzt hat Herr Dr. Kaufmann das Wort und danach Herr Gerschau.

Abg. Dr. Stefan Kaufmann (CDU(CSU)): Herzlichen Dank, Herr Vorsitzender. Herzlichen Dank auch von meiner Seite an die beiden Referenten. Herr Hillmeier, Ihnen kann ich jetzt noch zurufen: „Auf nach Bad Hindelang“. Man möchte ja wirklich sofort losfahren. Ich möchte mich den Worten des Vorsitzenden anschließen.

Ich möchte mich jetzt aber auf Herrn Ellerbeck fokussieren und auf das, was die TUI macht. Erstmal Respekt, Sie haben hier doch ein ganz weites Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen, die Sie auch glaubhaft vorantreiben, Bildungsprojekte, kulturelles Erbe, Aufforstung und so weiter. Das finde ich schön.

Ich möchte mich jetzt aber auf das Thema Planet und Ihre CO₂-Reduktionsziele konzentrieren. Sie haben Ihre Flotte angesprochen, „Mein Schiff“ und das „Mein Schiff 7“. Wenn ich das jetzt richtig verstanden und gelesen habe, ist der Antriebsmotor Methanol-Ready, also Green Methanol-Ready. Wann planen Sie denn tatsächlich auch grünes Methanol einzusetzen? Haben Sie schon Abnahmeverträge? Was haben Sie für Preiserwartungen? Ich gehe davon aus, dass Sie es noch nicht beworben haben, aber dann wäre natürlich interessant, wenn Sie dann für die Kreuzfahrt entsprechend höhere Preise verlangen müssen, wie der Markt reagiert. Vielleicht können Sie dazu etwas sagen, zumindest zu Ihren Erwartungen.

Das zweite Thema, das Sie angesprochen haben, sind die Hotels. Das fand ich ganz interessant. Sie haben auf Hotels fokussiert, die jetzt neu dazukommen, die vielleicht auch erst neu gebaut werden. Jetzt haben Sie ganz viele Hotels im Portfolio, die eben die Voraussetzungen noch nicht erfüllen. Ein Freund von mir war neulich



auf den Kanaren und hat dort mit den Hoteliers gesprochen. Da ist sehr viel Potenzial, oft auch für Solarflächen, auch dann für Cluster, zusammen mit den örtlichen Flughäfen, um Wasserstoffprojekte zu realisieren. Sehen Sie sich vor Ort zum einen als Treiber solcher Initiativen, und zum anderen: Stellen Sie auch konkrete Anforderungen an die Bestandshotels in Bezug auf Dekarbonisierungsprojekte, oder wie gehen Sie damit um? Danke.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck** (TUI AG): Vielen Dank, Herr Dr. Kaufmann. Ich beantworte vielleicht die erste Frage zu Green Methanol und der „Mein Schiff 7“. Das Schiff war in der Produktion noch nicht für Green Methanol vorgesehen. Das hat man nachgerüstet. Es wird bereits bei der Frachtfahrt eingesetzt, also die Firma Maersk zum Beispiel nutzt es bereits. Es ist momentan, was unsere Techniker mir immer wieder sagen, die Frage der Motoren zu bearbeiten. Wir arbeiten mit der Werft an dem Motor für das Kreuzfahrtschiff und das Ziel ist schon in absehbarer Zeit, also nicht erst 2030, sondern deutlich eher, Green Methanol bei der „Mein Schiff 7“ dann auch einzusetzen.

Bei der Kapazität, der Verfügbarkeit, gehen wir davon aus, dass wir genug Green Methanol bekommen werden. Da sind die Gespräche über die Abnahmen, die wir benötigen, geführt. Es ist momentan offenbar der Motor, der noch verfeinert werden muss. Die Motoren auf Frachtschiffen sind lauter, etwas gröber sozusagen, während die Motoren für ein Kreuzfahrtschiff leiser, etwas weicher sein müssen, weil Gäste die ganze Zeit an Bord sind. Wir geben keine konkreten Daten raus, weil wir eben noch mit der Werft an dem Motor arbeiten. Also es ist keine reine Werbesache, sondern es wird sehr konkret angegangen. Das Schiff ist bei Meyer gebaut worden, also Meyer Turku, nicht Meier Papenburg, und da haben wir noch eine Änderung vorgenommen.

Bei den Hotels, da haben Sie Recht, also bei Neubauten ist das natürlich einfacher. Aber wir haben gerade ein Hotel in Montafon komplett umgestellt. Diese letzten 1-2 Prozent mussten wir dann kompensieren. Kompensation ist kein besonderer Erfolg, wir sagen, es muss reduziert und nicht kompensiert werden. Da haben wir dann alles an Geräten ausgetauscht, die nicht den Fußabdruck reduziert hätten.

Bei den Ländern haben Sie vollkommen recht, das ist ein Thema in jeder Destination. Ich habe den Versuch gemacht, von jedem Land die Regularien zu bekommen, indem wir in einem Katalog abgefragt haben, was sind die Regeln in Griechenland, in Spanien, in Portugal, in Italien. Das hat nicht funktioniert, das sage ich ganz offen, im Grunde war immer die Antwort in jedem Land, schickt uns den Einzelfall. Mit unseren eigenen Hotels, das sind ja etwa 420 Häuser, die unter den Marken der TUI direkt laufen, also Riu, Robinson, TUI Blue, in Griechenland Atlantica, da gibt es sehr klare Vereinbarungen, sehr klare Pläne. Wir haben in Griechenland bereits eine ganze Reihe von Solaranlagen auf den Hotels. In der Türkei haben wir einen Solarpark fertig, der zweite wird gebaut. Das ist etwa 120 Kilometer von Antalya entfernt, in den Bergen. Da ist es so, es wird in den Bergen produziert und eingespeist, es gibt nur ein sehr geringes Durchleitungsentgelt und wir nutzen den Solarstrom dann in unseren Hotels in Antalya. Das ist zum Beispiel eine Vereinbarung, die sehr schnell umgesetzt werden konnte. Das geht nicht in allen Ländern gleich schnell. In Griechenland gab es zum Beispiel das Problem, dass Sie, wenn Sie eine Solaranlage auf ein Hotel bauen, nur 20 Prozent davon selbst verwenden dürfen und 80 Prozent einspeisen müssen. Das ist kein besonderes Incentive für einen Investment Case. Auch das braucht seine Zeit, deswegen sage ich, manchmal ist es eben neue Zeit mit alter Regulierung. Das haben wir auch in Athen schon mal vorgetragen, angeblich soll relativ zeitnah auch ein Gesetz geändert werden, dass derjenige, der auf seinen Hotels investiert, dann auch die Eigenversorgung vornehmen kann und nicht ins Netz einspeisen muss. Das ist ein Thema bei jedem Gespräch mit jeder Regierung in den Ländern, auch mit den Regionalregierungen, wenn sie mit den Balearen oder mit den Kanaren sprechen. Wir sind auch in Gesprächen, wie wir noch stärker in den Ländern produzieren können. Das Thema „Wasserstoff“ zum Beispiel haben wir uns im letzten Jahr sehr genau angesehen, auch Losetta, auch Mallorca.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Das ist jetzt der Moment, wo ich auf die Zeit hinweise.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck** (TUI AG): Oh, da habe ich jetzt gar nicht drauf geachtet. Entschuldigung.



Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Das ist mein Job an der Stelle. Dann haben wir Herrn Gerschau und anschließend Frau Menge.

Abg. **Knut Gerschau (FDP):** Vielen Dank, Herr Ellerbeck. Die Mehrzahl der Reisenden sind nach wie vor Familien. Diese achten schon aufgrund der Anzahl der Beteiligten vor allen Dingen auf den Preis, aber auch auf Aspekte wie Qualität und Familientauglichkeit. Wie kann man auch im Familienurlaub das Prinzip der Nachhaltigkeit verankert werden und ein Bewusstsein hierfür geschaffen werden, wobei der Urlaub für die Familien bezahlbar bleiben muss?

Und zweitens, warum wird nachhaltiger Tourismus von der TUI so zurückhaltend in der eigenen TUI-Werbung beworben? Ist das Thema eher abstoßend für die Kunden der TUI oder haben sie Angst, zu viel Kritik dann abzubekommen? Stichwort Kreuzfahrtschiffe. Oder sind die Menschen noch nicht so weit?

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** Vielen Dank. Ja, absolut richtig. Wir müssen allen unseren Kunden Urlaub möglich machen und wir müssen auch daran denken, wie die meisten Familien in diesem Land verreisen. Die meisten möchten Erholung haben, haben hart gearbeitet das Jahr, sind auf Ferien angewiesen. Das ist ein ganz wichtiger Punkt. Wenn Ferien sind, ist es überall besonders voll, denn auch in Deutschland sind ja die Schulferien meistens relativ zeitgleich. Auch in den meisten anderen Ländern Europas sind dann zu dem Zeitpunkt Ferien. Also Familie, Qualität, Urlaub, Bezahlbarkeit ist ganz wichtig.

Bei der Frage der Nachhaltigkeit und der Kosten sehe ich keinen Widerspruch. Zunächst muss man sagen, dass heute vieles günstiger geworden ist und deutlich besser skaliert. Bei Solaranlagen zum Beispiel hat sich die Wirtschaftlichkeit stark verbessert, sodass sich Investitionen viel schneller rechnen. Deshalb wurden wir bei unseren Zielen, wie etwa der 48-prozentigen CO₂-Reduktion bis zum Jahr 2030 in unseren Hotels, manchmal gefragt, ob das ausreichend ist. Intern haben wir uns eigentlich das Ziel gesetzt, 100 Prozent zu erreichen. Die 48 Prozent wurden von der Science Based Targets Initiative (SBTI) zertifiziert, aber wir gehen davon aus, dass die technologischen Entwicklungen so schnell voranschreiten – und das wird oft nicht berücksichtigt –, dass vieles

schneller und kostengünstiger realisierbar ist. Ich glaube daher nicht, dass es einen Widerspruch zwischen Nachhaltigkeit und Kosten gibt oder dass sich Nachhaltigkeit zwangsläufig negativ auf die Kosten auswirken muss. Im Gegenteil: Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten wird immer weiter steigen. Es gibt das Konzept des „Nudging“, bei dem man bestimmte Verhaltensweisen anstößt. Ich bin kein Freund von Verboten oder harter Regulierung, aber ich denke, dass Dinge, für die Menschen heute noch nicht bereit sind zu zahlen, in Zukunft einfach vorausgesetzt werden. Ein Beispiel: Vor zehn Jahren musste man in unserem Hotel am Bodensee in Lindau noch zwei Euro bezahlen, um ins Internet zu gelangen. Heute wäre das undenkbar. Ähnlich wird es auch bei der Nachhaltigkeit sein: Kunden werden Hotels, die nicht nachhaltig agieren, irgendwann nicht mehr akzeptieren. Beim Thema Wasser sparen Hotels Geld, wenn sie alle Armaturen austauschen und so einstellen, dass der Wasserverbrauch im Zimmer sinkt. Hier treffen Kostenersparnis, Nachhaltigkeit und Nudging aufeinander, und die Menschen werden solche Entwicklungen immer mehr erwarten – was uns motiviert, diesen Weg entschlossen weiterzugehen.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Ja, vielen Dank. Herr Gerschau, eine Nachfrage, wenn möglich in der Zeit?

Abg. **Knut Gerschau (FDP):** Warum bewirbt die TUI das Thema Nachhaltigkeit in ihrer Werbung so wenig?

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** Wir bewerben eigentlich unsere zertifizierten Hotels. Wir haben sehr früh damit begonnen, unsere Hotels zu zertifizieren. Zwischen dem Jahr 2015 und dem Jahr 2019 waren über 80 Prozent unserer eigenen Hotels bereits durch eine internationale Organisation zertifiziert. Das haben wir immer deutlich gemacht. Ich gebe Ihnen recht, vielleicht sind wir alle etwas zu vorsichtig, insbesondere im Hinblick auf das Thema Greenwashing. Wir weisen auf unsere Initiativen hin, sowohl in unseren eigenen Anlagen als auch auf unseren Schiffen, zum Beispiel die Scrubber-Technologie. Dort wird vieles beworben, aber da gibt es sicherlich noch 'Room for Improvement', wie man im Englischen sagt – also Potenzial für mehr. Wir sind jedoch sehr vorsichtig, keine



Versprechungen zu machen, die der Kunde möglicherweise als überzogen empfinden könnte. Das Thema Zertifizierung steht bei uns sehr im Vordergrund, und wir waren in diesem Bereich bereits sehr früh aktiv. Den Nachhaltigkeitsbereich haben wir bei TUI schon im Jahr 2000 geschaffen, also vor rund 25 Jahren. In der Werbung und auch in den Reisebüros wird die Nachhaltigkeit jetzt stärker berücksichtigt. Es ist uns besonders wichtig, dass die Menschen, die vor Ort die Beratung machen, wegen des direkten Kontakts zum Kunden besonders gut informiert sind.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Dankeschön. Ich schaue noch einmal in die Runde. Ich habe jetzt Frau Menge, Herrn Blankenburg und danach mich selbst sowie Herrn Dr. Kraft auf der Redeliste. Damit schließe ich die Redeliste an dieser Stelle. Vielen Dank. Frau Menge, Sie haben das Wort, danach Herr Blankenburg.

Abg. **Susanne Menge (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN):** Dankeschön, Herr Vorsitzender. Herr Ellerbeck, ich habe eine Frage an Sie. Sie haben die TUI Care Foundation vorgestellt und einige der Programme erwähnt, die Sie begleiten. Mich würde interessieren, ob Sie in diesem Zusammenhang mit Umwelt- oder Menschenrechtsorganisationen zusammenarbeiten und ob die Naturerlebnisse, die Sie Touristen anbieten, in Kooperation mit einheimischen Organisationen durchgeführt werden.

Meine Frage an Herrn Hillmeier lautet: Es ist ja nicht so, dass alle, die in einem Kurort leben und auch davon leben, immer begeistert sind, 365 Tage im Jahr Kurgäste oder andere Gäste zu haben. Das bringt für jede Familie einen ungeheuren Druck mit sich, ständig freundlich und entgegenkommend zu sein. Besonders für junge Menschen und Kinder kann dies eine große Belastung darstellen, da ihnen in einem Kurort oft nicht nur das soziale Umfeld, sondern auch Lebens- und Rückzugsräume fehlen. Wie kompensieren Sie das in Ihrem Ort, und ist das vielleicht auch in ein regionales Konzept eingebunden? Ich muss dazu sagen, dass ich selbst in einem Kurort geboren und aufgewachsen bin und erlebt habe, wie sukzessive über den Ausbau einer Kurklinik genau diese Räume eingeschränkt und den Kindern und Jugendlichen

entzogen wurden. Das ist nicht unbedingt förderlich für die Entwicklung eines Kurortes, wenn man auch sicherstellen möchte, dass diejenigen, die dort aufgewachsen sind, vielleicht später einmal selbst ein Geschäft betreiben und im Ort bleiben.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Sie stehen nun vor der Herausforderung, sich die Zeit zu teilen. Wer möchte beginnen? Herr Hillmeier, vielleicht starten Sie mit den Räumen für Kinder und Jugendliche in einem Kurort.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Danke, Frau Menge. Genau aus diesem Grund haben wir ein Lebensraumkonzept und kein reines Tourismuskonzept entwickelt. Sie haben den Kern der Sache getroffen: Es geht um die Lebensqualität und die Qualität des Lebensraums. Die Markenumfrage, die wir damals mit sehr hoher Beteiligung durchgeführt haben, ergab ein klares Bekenntnis zum Tourismus. Das liegt einfach daran, dass Tourismus, basierend auf Landwirtschaft, Berglandwirtschaft und Alpwirtschaft, unser Hauptwirtschaftszweig ist. Das steht außer Frage. Man muss auch bedenken, dass in einem Tourismusgebiet wie unserem die Infrastruktur – Wanderwege, Loipen, Bergbahnen und der ÖPNV – größtenteils oder zumindest zu einem großen Teil durch die Kurbeiträge finanziert wird. Auch das gastronomische Angebot wäre ohne den Tourismus nicht in diesem Umfang vorhanden. Durch Maßnahmen wie die Parkraumbewirtschaftung haben wir bereits eine deutliche Entspannung erreicht. Der Tourismus bringt unserer Region Wohlstand und trägt zur Lebensqualität bei. Das Lebensraumkonzept wird sehr gut angenommen und ermöglicht es uns, transparent zu machen, welche Vorteile der Tourismus – neben den nicht zu leugnenden Nachteilen – vor allem für die Bevölkerung mit sich bringt.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Dankeschön. Herr Ellerbeck.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck** (TUI AG): Ich beantworte das gerne. Wir arbeiten immer mit lokalen Partnern zusammen, ebenso wie mit großen Organisationen wie UNICEF (United Nations Children's Fund, Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen), Plan International und



Mentor Arabia, die ein sehr starker Partner in Tunesien, Jordanien und Ägypten sind. Gemeinsam mit diesen Partnern entwickeln wir unsere Projekte. Wir haben einen Rahmen geschaffen, der sich aus den TUI Junior Academies, den Academies und den Futureshaper Houses zusammensetzt. Diese Initiativen bauen aufeinander auf. Die Junior Academy unterstützt die Grundausbildung und Sprachförderung. Die Academies bieten dann eine Art duale Ausbildung, die zwar nicht so umfassend ist wie in Deutschland, aber darauf abzielt, die Teilnehmer auf das Berufsleben vorzubereiten. Die dritte Stufe sind die TUI Futureshaper Houses, in denen wir junge Menschen, die bereits beruflich tätig waren, zusammenbringen, um sie im Rahmen von Mentoring-Programmen zu unterstützen. Hier lernen sie, wie man einen Geschäftsplan erstellt, Marketing betreibt und sich möglicherweise selbstständig macht. Diese drei Initiativen bauen aufeinander auf und werden immer in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern in der jeweiligen Destination umgesetzt. Das ist uns sehr wichtig. Wir arbeiten überwiegend mit lokalen Mitarbeitern und Organisationen zusammen und stehen auch im Austausch mit den örtlichen Regierungen sowie anderen relevanten Organisationen. Das Board der TUI Care Foundation ist unabhängig und besteht aus zwei Unternehmensvertretern und drei externen Mitgliedern. Die Projekte werden eingereicht und im Vorstand gemeinsam beraten.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Ein ganz herzliches Dankeschön. Jetzt folgt Herr Blankenburg, und anschließend komme ich selbst zu Wort.

Abg. **Jakob Blankenburg (SPD):** Vielen Dank, Herr Vorsitzender. Meine zwei Fragen richten sich an Herrn Ellerbeck. Zunächst möchte ich an die Frage von Herrn Dr. Kaufmann bezüglich der Kreuzfahrtflotte anknüpfen. Sie haben gerade ausführlich über die „Mein Schiff 7“ gesprochen, die perspektivisch umgestellt werden soll. Mich würde interessieren: Wie sieht es bei den 16 anderen Schiffen aus? Gibt es dafür ebenfalls einen Zeitplan? Hier würde ich Herrn Gerschau in gewisser Weise widersprechen: Es funktioniert nicht, ein Schiff als das nachhaltige herauszustellen und zu erwarten, dass alle, die nachhaltig Urlaub machen wollen, auf dieses

Schiff gehen, während die anderen weiterhin mit den restlichen Schiffen fahren. Also, wie sieht der Zeitplan für die gesamte Flotte aus? Das wäre meine erste Frage.

Die zweite Frage betrifft das Thema Mobilität und die An- und Abreise. Sie haben in Ihrer Präsentation das 'Co-Lab Rhodos' vorgestellt, bei dem Sie im Prinzip das unterstützen, was Herr Hillmeier auch in Bayern tut, nämlich eine nachhaltige Destination zu entwickeln. Ist das nur ein Einzelprojekt, das Sie immer wieder präsentieren, oder treiben Sie solche Initiativen auch in anderen Destinationen voran?

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** Sehr gerne, Herr Blankenburg. Zunächst einmal zum 'Co-Lab Rhodos': Dieses Projekt haben wir gemeinsam mit der griechischen Regierung und der Insel Rhodos entwickelt. Es ist im Grunde ein Testlabor. Im Idealfall können drei Viertel der Erkenntnisse, die wir dort gewinnen, auch auf andere Destinationen übertragen werden. Denn das ist immer der Schlüssel: Sie brauchen einen funktionierenden Blueprint, um nachzuweisen, dass es klappt. Ansonsten hören Sie immer nur, was angeblich nicht funktioniert. Auf Rhodos haben wir eine gut organisierte Struktur vorgefunden. Der Gouverneur hat von Anfang an alle relevanten Partner an einen Tisch geholt. Ich habe immer gesagt, wenn der Gouverneur und ich dort auftreten, ist es wie zwei Tänzer auf der Tanzfläche – aber es müssen mehr Leute mittanzen. Deshalb haben wir gesagt, wir brauchen jeden Hotelier, jeden Busunternehmer, jeden Mietwagenanbieter, einfach jeden, der vor Ort im Tourismus tätig ist. Das spiegelt die kleinteilige Natur des Tourismus wider. Es wurde ein Prozess gestartet, in dem rund 250 Faktoren zusammen mit einer Unternehmensberatung untersucht wurden – unter Einbeziehung der gesamten Unternehmerschaft, der Bürgerinnen und Bürger sowie der Vereine auf Rhodos. Daraus entstanden die nächsten Arbeitsschritte, und jetzt beginnen wir mit der Umsetzung. Diese Erfahrungen werden wir auf andere Destinationen übertragen. Es gibt auch andere Beispiele, wie den Anbau von nachhaltigen Produkten in der Landwirtschaft. Auf Kreta gab es das Problem, dass dort Wein und Olivenöl aus Italien verkauft wurden, weil die lokalen Produzenten zu klein waren, ähnlich wie im Rheingau bei uns. Wir



haben dann vorgeschlagen, eine Genossenschaft zu gründen, um die Kräfte zu bündeln. Wenn sich alle Wein- und Olivenbauern zusammenschließen und ihre Ressourcen gemeinsam nutzen, können sie auch eine gemeinsame Vermarktungsstrategie entwickeln. Das hat funktioniert, und wir übertragen dieses Modell nun von Kreta auf Rhodos. Heute habe ich gerade ein Gespräch geführt, um dies auch in einem anderen Land umzusetzen. Es geht darum, solche Konzepte erst einmal zu testen und dann die gewonnenen Erfahrungen anderswo zu teilen.

Nun zu den Schiffen: Ich bin kein Schifffahrtsexperte, aber ich kann Ihnen sagen, dass wir eine der jüngsten Flotten haben. Die Mein Schiff-Flotte wurde ab 2013 in Dienst gestellt. Ich glaube, ab nächstem Jahr werden alle Schiffe landstromfähig sein. Landstrom war lange ein großes Problem. Wie Sie wissen, verbringt ein Schiff 50 Prozent der Zeit im Hafen und ist nicht auf See. Viele Häfen haben zwar Landstrom, aber nicht die erforderlichen Anschlüsse. Das verbessert sich nun, insbesondere in Nordeuropa. Anfänglich war Landstrom hauptsächlich in Dänemark und Norwegen verfügbar, aber noch nicht in Südeuropa oder Deutschland. Unsere Schiffe sind nun soweit, und wir bekommen auch weitere neue Schiffe. Bei TUI Cruises werden wir auf Bio-LNG umstellen. Das bedeutet, dass wir bei jedem neuen Schiff prüfen, wie wir es weiterentwickeln können. Die neue Mein Schiff-Flotte, die nächstes Jahr bei TUI Cruises in Dienst gestellt wird, wird Bio-LNG und E-LNG nutzen. Es wäre nicht sinnvoll, sich auf einen einzigen Antrieb oder Kraftstoff festzulegen, da dies zu Abhängigkeiten führen könnte."

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Vielen Dank. Meine Frage richtet sich hauptsächlich an Herrn Ellerbeck, aber vielleicht kann auch Herr Hillmeier aus seiner Perspektive ein paar Sätze dazu sagen. Es geht um das Thema Müll, insbesondere um Müllvermeidung und Plastikmüll. Auf einem Ihrer Folien wurde die Zero-Waste-Strategie erwähnt. Nun lässt sich nicht jede Verpackung, insbesondere Plastikverpackung, vermeiden. Es gibt jedoch inzwischen Unternehmen, die Ersatzprodukte und -verpackungen anbieten, die vollständig kompostierbar sind. In Ihrem Fall, Herr Ellerbeck, könnte TUI als großer Abnehmer sicherlich einen

gewissen Einfluss auf Hersteller und Lieferanten ausüben, um sich mit solchen Alternativen auseinanderzusetzen. Daher meine Frage: Haben Sie in dieser Hinsicht bereits Ideen oder Ansätze?

Und an Herrn Hillmeier eine ähnliche Frage: Wie gehen Sie mit dem Thema Müll um? Das ist natürlich in allen Tourismusregionen ein großes Thema. Vielleicht könnte Herr Ellerbeck zuerst antworten, und die letzte Minute geht dann an Herrn Hillmeier.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** Müll ist ein sehr großes Thema, und bereits vor der Pandemie hatten wir in unserer Nachhaltigkeitsstrategie klare Ziele zur Müllvermeidung festgelegt. Im Jahr 2019 haben wir es geschafft, 250 Millionen sogenannte Single-Use-Plastikartikel, also Einwegplastikteile, zu vermeiden. Das klingt erstmal nach einer beeindruckenden Zahl, und der Großteil davon stammt aus unseren Fluggesellschaften sowie von Verpackungen auf unseren Schiffen und in unseren Hotels. Leider wurden wir durch die Pandemie in diesen Zielen etwas zurückgeworfen. Dabei haben wir auch viel mit Nudging gearbeitet. Ein konkretes Beispiel von der Mein Schiff-Flotte: Die Badeschuhe in den Kabinen waren nicht mehr in Folie verpackt. Das führte dazu, dass sich viele Gäste beschwerten, sie hätten die Badeschuhe ihrer Vorgänger im Zimmer, weil sie nicht verpackt waren. Die Lösung war relativ einfach: Wir ersetzten die Plastikverpackung durch eine Schleife. Die 250 Millionen vermiedenen Teile sind eine beachtliche Menge, wobei ein großer Anteil auf die Airlines entfällt. Man muss auch sagen, dass das, was wir tun, wirtschaftlich sehr sinnvoll ist, da es auch das Gewicht reduziert.

Wir haben eine klare Strategie mit unseren Partnern. In einigen Ländern findet man weiterhin Wasserflaschen aus Plastik, in anderen dagegen Glasflaschen. Da fragt man sich manchmal, woran das liegt. Unsere Strategie zur Vermeidung von Plastik ist jedoch klar definiert. In unseren eigenen Hotels, zum Beispiel auf Sylt und am Fleesensee in Mecklenburg-Vorpommern, werden wir Themen wie Energie und Mobilität – etwa die Ladeinfrastruktur –, die Vermeidung von Essensresten und das Thema Nullplastik umsetzen, sofern keine gesetzlichen Vorgaben



dagegen sprechen. Es ist auch eine Frage der Disziplin. Mit unseren Lieferanten haben wir einen klaren Code of Conduct. Jeder Lieferant kennt unsere Nachhaltigkeitsstrategie, die teilweise bereits in die Verträge aufgenommen wurde. Bei Neuverhandlungen werden Themen wie Plastik- oder Müllvermeidung stets berücksichtigt.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Vielen Dank. „Nullplastik“ hört sich gut an. Herr Hillmeier.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG):** „Nullplastik“, wo es denn nicht zu vermeiden ist.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Ich möchte das aus unserer Sicht kurz beantworten. Unser Rückgrat ist die starke Integration zwischen Landwirtschaft und Tourismus. Bei uns ist es so, dass alle Betriebe – egal ob es sich um ein 500-Betten-Hotel oder einen Bauernhof mit einer Ferienwohnung handelt – eine sehr strenge Mülltrennung anbieten. Das ist bei uns durch den Zweckverband für Abfallwirtschaft Kempten vorgeschrieben.

In der Landschaft, sowohl im Ort als auch auf den Wanderwegen, gibt es tatsächlich keine Papierkörbe mehr. Die Gäste, ebenso wie die Einheimischen, sind aufgefordert, den Müll, den sie beispielsweise auf eine Wanderung mitnehmen, auch wieder mit nach Hause zu bringen und dort im Quartier zu trennen. Ich muss sagen, das funktioniert sehr gut. Ich bin häufig in den Bergen unterwegs und kann feststellen, dass es heute keineswegs mehr so ist wie früher, als ich ein Kind war und man unter jedem umgedrehten Stein eine Blechdose fand. Die Menschen, besonders die Jugend, sind heute sehr stark sensibilisiert, und ich denke, dass die Müllvermeidung bei uns sehr gut funktioniert.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Vielen Dank. Den Abschluss unserer Fragerunde macht Herr Dr. Kraft.

Abg. **Dr. Rainer Kraft (AfD):** Vielen Dank an die Vortragenden, vielen Dank für Ihre Präsentationen. Ich hätte spezielle Fragen zum Thema „Wachstum“. Ich würde von Herrn Hillmeier wissen, wie schaut es aus in der

Gemeinde, sind die Hoteliers frei darin, dass sie einfach weiter zubauen, dass sie ein Wachstum haben können im Tourismus oder wird darüber geredet, inwieweit der Tourismus noch wachsen soll in der Gemeinde.

Das gleiche Frage an Herrn Ellerbeck. Ich glaube nicht, dass die TUI aufgehört hat, Flugzeuge zu kaufen, Schiffe anzuschaffen, noch Hotels zu errichten. Wie geht es bei Ihnen weiter mit der Frage Wachstum? Das Ganze bitte vor dem Hintergrund, dass wir heute im Umweltausschuss über die Suffizienzstrategie sprachen, vorgestellt vom Sachverständigenrat für Umweltfragen der Bundesregierung. Dabei wurde darauf hingewiesen, dass eine mögliche Zukunft weniger Verbrauch, weniger Reisen, weniger Konsum im Allgemeinen bedeuten kann. Und das ist natürlich etwas, glaube ich, was die Tourismusbranche sehr direkt betreffen würde.

Und dann, wenn noch Zeit ist, hoffe ich, dass der Herr Ellerbeck noch etwas sagen kann. Wir haben die Kapverden angesprochen. Wie betreiben Sie in einer wirklich sehr wasserarmen Gegend Ihr Wassermanagement? Urlaub ist mit Pools, Süßwasser, Duschen etc. sehr eng verbunden. Wie geht das zusammen mit einigen der wasserärmsten Inseln auf den Kapverden?

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Auch hier müssen Sie sich die Zeit teilen. Herr Hillmeier beginnt.

Sachverständiger **Maximilian Hillmeier** (Tourismusdirektor, Bad Hindelang Tourismus): Vielen Dank, Herr Dr. Kraft. Quantitatives Wachstum ist für uns tatsächlich keine zentrale Frage mehr. Das lässt sich auch leicht erklären: In Bad Hindelang verzeichnen wir einen Rückgang der Bettenzahl, was im bayerischen Tourismus allgemein zu beobachten ist, vor allem aufgrund des Generationenwechsels. Welche genauen Gründe dahinterstehen, müsste man tiefer analysieren. In den letzten zehn Jahren haben wir 1.000 Betten verloren. Daher sprechen wir bei uns auch von qualitativem Wachstum, das heißt, wir streben Übernachtungen an, die pro Aufenthalt mehr Wertschöpfung bringen – also eine höhere Qualität, egal ob in Hotels oder Ferienwohnungen. Unser Fokus liegt auf dem Übernachtungstourismus, der uns hauptsächlich Wertschöpfung, Einkommen, Löhne und Gewinne



in unseren Familienbetrieben bringt. Etwa 80 Prozent der Einkommen, Löhne und Gewinne in Bad Hindelang entstehen direkt und indirekt aus dem Tourismus, dem Handwerk und dem Einzelhandel, auch wenn die Basis in der Landwirtschaft und Alpwirtschaft liegt. Unsere Bauleitplanung ist sehr streng. Im Flächennutzungsplan gibt es nur ein einziges Sondergebiet für ein Hotel, das aber natürlich zur Ortsstrategie passen muss. Wichtig ist bei uns qualitatives Wachstum und Wertschöpfung für die Bevölkerung, weshalb wir beispielsweise auch authentische Erlebnisse über die „Bad Hindelang PLUS-Karte“ anbieten. Eine starke Integration zwischen Gästen und Einheimischen ist uns besonders wichtig. Unsere Philosophie ist, dass unsere Gäste zu Einheimischen werden, was auch zum qualitativen Wachstum beiträgt, da sie so bewusst mit unserer Landschaft umgehen. Denn eines ist klar: Man kann nur das schützen, was man auch zu schätzen weiß.

Noch ein letzter Punkt: Quantität darf nicht ganz vernachlässigt werden. Wenn wir unter eine bestimmte Quantität fallen, riskieren wir, die Grundversorgung nicht mehr aufrechterhalten zu können, etwa Bäcker, Metzger und andere Geschäfte. Wir sind sehr glücklich, in fast jedem Ortsteil noch einen Bäcker und zwei Metzger sowie ein gastronomisches Angebot zu haben. Es muss also eine Balance zwischen Qualität und Quantität gefunden werden.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD):
Dankeschön, Herr Ellerbeck.

Sachverständiger **Thomas Ellerbeck (TUI AG)**: Ich glaube auch, dass Balance, Maß und Mitte immer wichtig sind. Aber ich denke auch, dass es für viele Länder der Welt keine Perspektive gibt, wenn es keinen Tourismus und kein Wachstum gäbe. Das ist ein ganz entscheidender Punkt. Sie haben angesprochen, was heute im Umweltausschuss diskutiert wurde. Ich hatte es vorhin schon erwähnt: Es gibt viele Länder, die keine anderen Wirtschaftszweige oder Rohstoffe haben. Während der Pandemie haben wir gesehen, was passiert, wenn der Tourismus ausbleibt, und das nicht nur in Ländern mit geringem Wohlstand. Auch auf Mallorca gab es damals Tafeln, um Menschen zu unterstützen. In den Kapverden war die Situation noch viel drastischer, und in Ländern in West- oder

Ostafrika ist es oft ähnlich. Verzicht ist, glaube ich, nicht der richtige Weg. Der richtige Weg ist, diese Länder in der Transformation zu unterstützen, sodass sie selbst entscheiden können, wie viel Tourismus sie möchten, welchen Tourismus sie anstreben und wie dieser ausgerichtet sein soll. Heute würden wir wahrscheinlich weniger ein Hotel auf den Kanaren bauen, sondern eher neue Destinationen entwickeln. Durch die Entwicklung neuer Destinationen entzerrt man auch das, was Sie eben angesprochen haben. Es muss Wertschöpfung und natürlich auch Wachstum für die lokale Bevölkerung geben. Die lokale Partizipation ist uns dabei sehr wichtig. Wir haben kürzlich eine Debatte auf den Kanaren gesehen, die Sie wahrscheinlich in der Presse verfolgt haben. Es ging dabei um den Entzug von Wohnraum, der durch die Immobilienwirtschaft anders genutzt wurde, als es vorgesehen war. Das Wichtige ist, dass man den Tourismus gemeinsam mit der lokalen Bevölkerung entwickelt, Arbeitsplätze schafft und dies auf nachhaltige Weise tut.

Zum Thema „Wasser“ nur ganz kurz: Es beginnt bereits bei der Planung eines Hotels. Beim Bau entscheiden Sie im Grunde über den Wasserverbrauch der nächsten Jahrzehnte. Heute gestalten wir Hotels ganz anders. Es gibt viele Steinflächen statt Rasen, und wir setzen andere Technologien ein, etwa bei den Pools, die nachts abgedeckt werden, um die Verdunstung zu reduzieren. Wir arbeiten dabei sehr eng mit den lokalen Regierungen in den jeweiligen Ländern zusammen. Gerade die griechische Regierung hat kürzlich betont, dass sie sich derzeit mehr Sorgen um das Thema Wasser macht als um das Thema CO₂.

Vorsitzender Helmut Kleebank (SPD): Damit sind wir am Ende der Redeliste angekommen. Ich möchte Ihnen beiden im Namen des gesamten Gremiums herzlich danken. Es ist schön, dass Sie uns mit Ihrer Expertise zur Verfügung standen. Abschließend möchte ich noch erwähnen, dass es erfreulich ist, dass auch der Tourismusausschuss selbst Ihre Expertise genutzt hat. Das zeigt, dass wir wirklich daran arbeiten, Nachhaltigkeit in die Fachbereiche zu integrieren – und das ist ja auch unser Ziel. In diesem Sinne nochmals ein herzliches Dankeschön an alle. Ich wünsche



Ihnen allen noch eine erfolgreiche
Restsitzungswoche. Da dies die letzte Sitzung vor
der parlamentarischen Sommerpause ist, wünsche
ich Ihnen eine gute Erholungszeit. Nutzen Sie die
Zeit in Ihren Wahlkreisen und für alles, was Sie

sonst so vorhaben, aber denken Sie auch an die
Erholung. Vielen Dank.

Schluss der Sitzung: 18:37 Uhr

Helmut Kleebank, MdB
Vorsitzender



Verweise auf Stellungnahmen/ PowerPoint-Präsentationen der Sachverständigen im Anlagenkonvolut

Thomas Ellerbeck
A-Drs. 20(26)126

Maximilian Hillmeier
A-Drs. 20(26)124
A-Drs. 20(26)125