

Szenarien für den Winter(sport)tourismus in Bayern bis zum Jahre 2050

Alfred Bauer

Zusammenfassung

Das Projekt »Szenarien für den Wintertourismus in Bayern 2050« sensibilisiert für zukünftige Entwicklungen im Wintertourismus und bietet Denkanstöße zur strategischen Ausrichtung von Destinationen und Betrieben. Ziel ist es, ein gemeinsames Verständnis zwischen Politik, Tourismusbranche und weiteren Akteuren zu fördern, ohne konkrete Prognosen zu erstellen. Mithilfe systematischer Zukunftsprojektionen wurden sieben Szenarien entwickelt, die mögliche Entwicklungen zwischen kurzfristiger Erfolgsorientierung und nachhaltigem Ganzjahrestourismus abbilden. Sie unterscheiden sich in Innovationsfreude, Nachhaltigkeit und saisonalem Fokus. Insbesondere zwei Szenarien gelten als gegenwartsnah (»Kommerzialisierter Winterwelt« und »Winter jenseits der Kommerzialisierung«), zwei als in der Zukunft erwartbare Szenarien (»Winter jenseits der Kommerzialisierung« und »Der Neue Winter«) und zwei als in der Zukunft wünschenswerte (»Klimaneutrale Schnee-Erlebnisse« und »Der Neue Winter«). Die Entwicklung geht laut Expertinnen und Experten klar in Richtung eines nachhaltigen, flexiblen Ganzjahrestourismus. Es gibt jedoch keine Blaupause für ganz Bayern, sondern jede Region muss für sich selbst die in den Szenarien aufgeworfenen Optionen mit ihren Tourismusanbietern und mit den Einheimischen besprechen, um sich zukunftsfähig aufzustellen.

Summary

Scenarios for Winter (Sports) Tourism in Bavaria

The project 'Scenarios for Winter Tourism in Bavaria 2050' aims to raise awareness of future developments in winter tourism and provide inspirations for the strategic orientation of destinations and tourism businesses. The objective is to foster a shared understanding among policymakers, the tourism industry, and other stakeholders – without offering specific forecasts. Using systematic future projections, seven scenarios were developed that illustrate possible developments ranging from short-term success orientation to sustainable year-round tourism. These scenarios differ in terms of innovation, sustainability, and seasonal focus. In particular, two scenarios are considered close to the present ('Commercialised Winter World' and 'Winter Beyond Commercialisation'), two are seen as expected developments ('Winter Beyond Commercialisation' and 'The New Winter'), and two are regarded as desirable visions for the future ('Climate-Neutral Snow Experiences' and 'The New Winter'). According to experts, the trend is moving clearly towards a sustainable, flexible, year-round tourism model. However, there is no one-size-fits-all solution for Bavaria. Each region must assess the options outlined in the scenarios in collaboration with tourism providers and local communities in order to position itself for the future.

Der Beitrag basiert auf einem von dem Autor überarbeiteten Transkript seines Vortrags vom 25. März 2025 in der Bayerischen Akademie der Wissenschaften.

✉ Prof. Dr. Alfred Bauer, Bayerisches Zentrum für Tourismus e.V., Wiesstr. 13a, 87435 Kempten;
a.bauer@bzt.bayern

Einführung

Alles bisher bei der Veranstaltung Berichtete hängt auch mit der touristischen Entwicklung zusammen. Gerade der Beitrag über Gefahren durch auftauenden Permafrost im Hochgebirge¹ gibt zu denken angesichts der neuen Ausweisung von Ressorts in den Alpen.

Das Bayerische Zentrum für Tourismus (BZT)² hat bereits verschiedene Zukunftsszenarien für den Tourismus in Bayern entwickelt. Damit bewegt sich der folgende Beitrag aus dem Bereich des Evidenzbasierten hinaus, hin zu einem subjektiven Bereich. Wir wollen mit diesen Szenarien sensibilisieren und Denkanstöße zu einer zukünftigen strategischen Ausrichtung in Tourismusdestinationen und -betrieben geben. Die Szenarien sollen helfen, alternative Möglichkeiten künftiger Entwicklungen vor auszudenken – ohne diese Entwicklungen exakt vorhersagen zu wollen. Es geht darum, ein gemeinsames Verständnis zwischen Politik, der Tourismusbranche und den verschiedenen Akteuren zu schaffen, wie sich der Wintertourismus in den einzelnen Regionen in Bayern in Zukunft entwickeln könnte.

Im Mittelpunkt des Projektes »Szenarien für den Wintertourismus in Bayern 2050« des BZT steht die Zukunft des Winter(sport)tourismus in

Bayern (BZT 2024a). Wir haben in dem Projekt den Begriff »Sport« bewusst klein gehalten, da sonst das Schifahren alles dominiert hätte. Räumlich fand keine Eingrenzung auf den alpinen Raum statt, da auch die übrigen bayerischen Winter(sport)regionen eine Transformation durchlaufen müssen bzw. diesen Transformationsprozess bereits eingeleitet haben.

Prozess der Szenario-Entwicklung

In dem interdisziplinären Szenario-Team waren 31 Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen des bayerischen Wintertourismus involviert, z. B. Vertreterinnen und Vertreter von Destinationen, Beherbergungsbetrieben, Schischulen, Bergbahnen, Naturschutzverbänden sowie aus der Wissenschaft. Sie erarbeiteten im Rahmen eines elf Monate währenden Prozesses in mehreren Workshops sieben Szenarien für die Zukunft des Wintertourismus in Bayern. Im Laufe dieses Entwicklungsprozesses zeigte sich bereits, wie emotional das Thema und die Frage nach dem künftigen Schitourismus in Bayern ist.

Durch die breite Zusammensetzung der Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen des Wintertourismus konnte sichergestellt werden, dass die Perspektiven unterschiedlicher touristischer Leistungsträger berücksichtigt wurden. Bei den Mitwirkenden handelte es sich sowohl um eher »konservativ« ausgerichtete Akteure, die eher zu einem »business as usual« tendieren, als auch um Akteure, die stärker innovativ einzuschätzen sind und einem möglichen Wandel in ihren Destinationen aufgeschlossen gegenüberstehen. Die Szenarien basieren auf den unterschiedlichen Sichtweisen des Szenario-Teams und wurden in einem ergebnisoffenen Gruppenprozess erarbeitet und interpretiert.

Begleitet und moderiert wurde der Prozess von einem Team der Scenario Management International AG (ScMI). In dem Erarbeitungsprozess wechselten sich analytische Schritte mit kreativen und interaktiven Phasen ab. Die einzelnen Schritte des Szenario-Prozesses waren:

1. Analyse der Szenario-Felder: Welches sind die für die Entwicklung des Umfeldes entscheidenden Kräfte? (Schlüsselfaktoren)
2. Szenario-Prognostik: Welche Entwicklungen sind für einzelne Schlüsselfaktoren vorstellbar? (Zukunftsprojektionen)

- 1 Krautblatter, M. 2026. Auswirkungen von sich erwärmendem Permafrost auf Felsstürze, Hangbewegungen und alpine Naturgefahren. – In: Bayer. Akademie der Wissenschaften (Hrsg.): Alpen ohne Eis. Gletscherschwund in den Alpen und seine Folgen. Pfeil, Günding: 85–93.
- 2 Das Bayerische Zentrum für Tourismus (BZT) ist ein An-Institut der Hochschule Kempten. Es wird vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus vorerst bis Ende 2030 gefördert und versteht sich als ein unabhängiger wissenschaftlicher Think-tank. Neben relevanten Forschungsprojekten initiiert und moderiert das BZT den praxisrelevanten Austausch zwischen der Wissenschaft, der Politik und der Tourismuswirtschaft. Dabei stehen die Vermittlung von Wissen, die Identifikation wichtiger Themen der bayerischen Tourismuswirtschaft, die Vernetzung der bayerischen Tourismusakteure und ein lösungsorientierter Diskurs zur Förderung, Optimierung und Weiterentwicklung der Leistungsfähigkeit des bayerischen Tourismus im Fokus. Ziel des BZT ist die Förderung von Tourismuswissenschaft und -forschung sowie die Intensivierung des interdisziplinären Wissens- und Erfahrungsaustauschs.

3. Szenario-Bildung: Welche Projektionen können zusammen in der Zukunft vorkommen – und wie hängen sie zusammen? (Umfeld-szenarien)
4. Szenario-Interpretation: Szenario-Kommunikation, Szenario-Bewertung, Konsequenzanalyse (Was bedeutet das für die einzelnen Destinationen und Betriebe?)

In diesem Beitrag gebe ich einen Überblick über das Projekt, ohne Fragen der Methodik oder die einzelnen erarbeiteten Szenarien im Detail zu diskutieren.

Im ersten Schritt wurde ein Systembild entworfen, das die unterschiedlichen Einflussbereiche auf den Tourismus in Bayern enthält: Winteraktivitäten, die vom Standort und den Anbietern beeinflusst werden, Natur und Klima, Wintertouristen mit ihren spezifischen Bedürfnissen, Einwohner und die regionale Wirtschaftsstruktur. Zu diesem, sich gegenseitig beeinflussendem, spezifischen Tourismus-Umfeld kommt das allgemeine Umfeld mit Politik und Recht, Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie und Umwelt hinzu. Auf Basis dieser Themencluster ließen sich insgesamt 84 Einflussfaktoren identifizieren, die aus Sicht des Szenario-Teams für die Entwicklung des Tourismus in Bayern eine entscheidende Rolle spielen. In einer Vernetzungsanalyse wurden die 84 Einflussfaktoren auf die wesentlichen Hebelkräfte des Szenario-Feldes – die sog. Schlüsselfaktoren – eingedampft.

Diese wurden im nächsten Schritt in »fleißiger Hausarbeit« von den Mitgliedern des Szenario-Teams hinsichtlich ihrer Gegenwartsnähe und Zukunftserwartung bewertet. Dabei ging es darum, für jeden einzelnen Schlüsselfaktor alternative Zukunftsprojektionen zu betrachten und zu bewerten. Das Ergebnis waren insgesamt 21 Schlüsselfaktoren mit je 4–5 Zukunftsprojektionen (BZT 2024a), die auch die Grundlage für die Bewertung der Szenarien am Ende des Prozesses waren.

Die Zukunftsprojektionen sind die Bausteine, aus denen im dritten Schritt die Szenarien zusammengesetzt wurden. Mit Hilfe einer ScMI-eigenen Software wurden dabei alle denkbaren Kombinationen der Projektionen durchgespielt und zu einer handhabbaren Anzahl von Szenarien gebündelt. Diese wurden in eine »Landkarte der Zukunft«, den »Zukunftsraum«, übertragen und,

im vierten Schritt, interpretiert und ihre möglichen Konsequenzen bzw. Effekte für die einzelnen Stakeholder diskutiert. Abschließend wurden die Szenarien hinsichtlich Gegenwartsnähe, erwartbare Zukunft und gewünschte Zukunft dargestellt.

Szenarien für den Wintertourismus in Bayern 2050

Die sieben Szenarien, die aus diesem Prozess hervorgegangen sind, lassen sich hinsichtlich ihres Fokus (Winterfokus versus Ganzjahresfokus), der Innovationsfreudigkeit (stark traditionelle und wenig innovative versus hoch dynamische und sehr innovative Branche) und der Ausrichtung (konventionelle versus nachhaltige Branche) in einer Matrix anordnen (Abb. 1). Zu dem Szenario »Der Neue Winter« haben wir zusätzlich die Szenarien »Neue nachhaltige Erlebniswelt« (6a), bei der Inszenierungen eine starke Rolle spielen, und »Professionelle Ökologisierung« (6b), bei dem der technische Wintererhalt kaum eine Rolle spielt, eingefügt (BZT 2024a).

Jedes Szenario wurde mit einem Bild versehen, das wir anhand seines Kerninhalts mit einer KI erstellt haben (BZT 2024a). Die Bilder sind dabei bewusst überspitzt kreiert worden, um die jeweiligen Kernaussagen eines Szenarios und die Unterschiede zwischen den Szenarien plakativ herauszuheben.

Szenario 1: Eingefroren zwischen Gestern und Heute

- Wintertourismus in der kurzfristigen Erfolgsfalle.



Inhalt: In einer wenig veränderungsbereiten Welt verharrt die Wintertourismusbranche bei ihren alten Erfolgsrezepten, ohne tragfähige

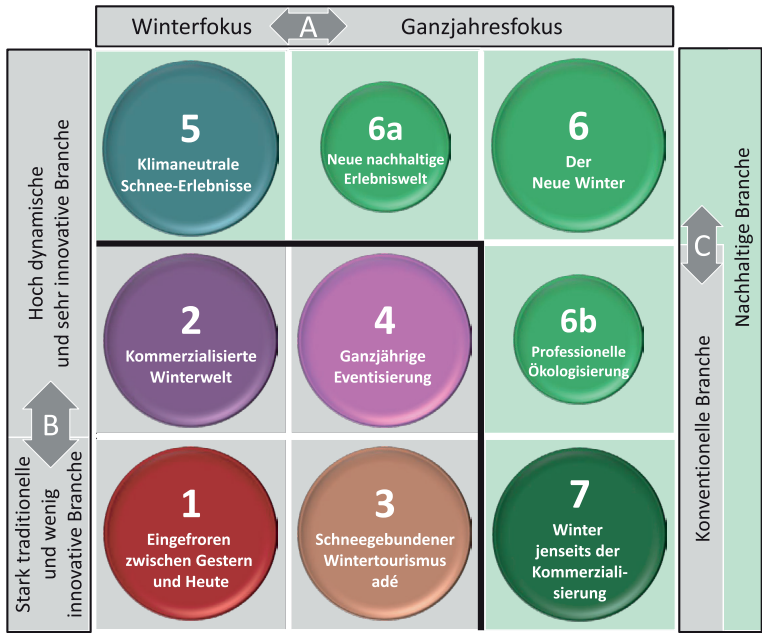


Abb. 1. Szenarien des Wintertourismus in Bayern 2050, angeordnet nach ihrem Fokus (A, links/rechts), ihrer Innovationsfreudigkeit (B, unten/oben) und ihrer Ausrichtung (C, grau/grün). – © BZT (2024a.)

UMFELD	Die Klimakrise ist noch nicht im Alltag der Menschen angekommen. Die Auswirkungen sind noch immer wenig spürbar und viele Akteure verfolgen lediglich moderate Klimaziele , die allerdings in Form politisch verpflichtender Vorgaben umgesetzt werden. Die Gesellschaft ist insgesamt wenig veränderungsbereit : Neue Technologien werden skeptisch gesehen und Räume gewinnen weder ökonomisch noch ökologisch an Wert.
TOURISTEN	Die weiterhin zahlreichen Wintertouristen halten meist an alten Denkmustern und Gepflogenheiten fest – sind aber auch nur bedingt bereit, die mit einer Kommerzialisierung verbundenen deutlich höheren Preise zu akzeptieren. Sie erwarten „nur“ jedes Jahr die traditionellen Schneeerlebnisse – vielfach in Form standardisierter Erlebnisreisen. Ihre individuelle Zahlungsbereitschaft für den Winterurlaub ist begrenzt. Nachhaltigkeit und Winterlandschaft spielen für die meisten Touristen eine untergeordnete Rolle. Die sich langsam häufenden negativen Wintersporterlebnisse durch fehlenden Schnee bringen sie zudem kaum mit dem Klimawandel oder gar den eigenen Verhaltensweisen in Verbindung. Stattdessen reagieren sie mit immer häufigeren Destinationswechseln auf den Schneemangel.
BRANCHE & DESTINATIONEN	In der Tourismusbranche und in den Destinationen agiert man eher kurzfristig und versucht, die Touristen in der Wintersaison mit standardisierten Angeboten so gut es geht „bei Laune zu halten“. Ganzjahresangebote sind unterentwickelt und Transformation spielt kaum eine Rolle . Die Anbieter agieren wie unter einer Käseglocke , als ob Veränderungen des Umfeldes wenig mit dem Wintertourismus zu tun haben. Die zeitlich begrenzten Geschäftsmodelle vieler Anbieter sind für Personal wenig attraktiv, so dass der Fachkräftemangel immer stärker durchschlägt . Gleichzeitig sinkt insgesamt die Investitionsbereitschaft – nicht zuletzt aufgrund fehlender Perspektiven und schlechter Amortisierungsmöglichkeiten. Viele Destinationen leiden unter schlechter Erreichbarkeit, so dass insbesondere die Anzahl ausländischer Touristen eher gering ist. Wenigstens – so empfinden es viele der traditionellen, aber durchaus flexiblen Anbieter – bleibt die Branchenstruktur stabil und verhindert den Eintritt neuer Wettbewerber mit skalierbaren Angeboten. Einheimische spüren durch die Stagnation einen schleichenden Verlust an Lebensqualität und Heimatgefühl , obwohl die Kosten nur moderat steigen.

Abb. 2. Szenario 1 »Eingefroren zwischen Gestern und Heute«: Definition über die Bereiche Umfeld, Touristen und Branche und Destinationen. – © BZT (2024a.)

MÖGLICHE POSITIVE EFFEKTE

Gewinner sind in diesem Szenario **klimatisch begünstigte Gebiete mit berechenbarer Schneesituation** (Restgletscher und Hochlagen), tendenziell flexible Wintertourismus-Akteure sowie preisbewusste und weniger anspruchsvolle Gäste, die bei unsicherer Schneesituation immer wieder „Schnäppchen“ machen können. Größere Betriebe mit einem breiten Angebot können sich besser an die veränderten Bedingungen anpassen.

Innovationen, Investitionen und Technologiesprünge können jedoch auch in diesem stagnierenden Umfeld **Chancen** für dieses Szenario sein.

MÖGLICHE NEGATIVE EFFEKTE

Verlierer sind die nachfolgenden Generationen, die unter der mangelnden Bereitschaft zur Transformation leiden. Einige kleinere Orte und ländliche Regionen kranken daran, dass sie infrastrukturell nicht mit anderen Destinationen mithalten können. Die eingeschränkte **Planung von Jahr zu Jahr** führt zu einem Mangel an langfristiger Perspektive. Dieser Investitionsstopp von innen und außen führt zum Verlust von Infrastruktur und Arbeitsplätzen, insbesondere in rein schneeabhängigen Betrieben.

Risiken dieses Szenarios sind der Verlust des Heimatgefühls, der Verlust des USP „Schneesicherheit“ und damit das Ausbleiben der Gäste in der Wintersaison. Durch die geringe Planbarkeit und das **zeitlich begrenzte Geschäftsmodell** wird die Destination immer unattraktiver für Personal.

Abb. 3. Szenario 1 »Eingefroren zwischen Gestern und Heute«: Mögliche positive und negative Effekte. – © BZT (2024a).

Antworten auf die unsichere Schneesituation zu suchen. Auch die Gäste möchten liebgewonene Wintererlebnisse beständig wiederholen und reagieren mit Destinationswechseln auf den immer häufiger auftretenden Schneemangel. Obwohl die Anbieter die Weisheit »No snow – no show« kennen, klammern sie sich an alte Denkmuster und kurzfristige Erfolge, vertun die Chancen für eine Neuausrichtung.

Zu dem Szenario sei ergänzt, dass im November 2024 in einer deutschlandweiten Umfrage des BZT (BZT 2024b) 50 % der Befragten, die Winterurlaub machen wollen, aufgrund der Wetterkapriolen einen anderen schneesicheren Urlaubsort gewählt haben. Für 44 % der Befragten hatte das Wetter keinen Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes.

Wir haben jedes Szenario für die Bereiche Umwelt, Touristen (Nachfrager) sowie Branche und Destinationen (Anbieter) definiert und zusätzlich mögliche positive und negative Effekte erarbeitet: Wer sind die Gewinner, wer die Verlierer in dem Szenario, welche Chancen erwachsen daraus und welche Risiken gilt es zu berücksichtigen? Die Abb. 2 und 3 zeigen dies exemplarisch für das Szenario 1.

Szenario 2: Kommerzialisierter Winterwelt

- Technologie und Ökonomisierung treiben Wintertourismus voran.



Inhalt: In einem prosperierenden Umfeld steht Wintertourismus hoch im Kurs und es kommt zu einer immer stärkeren Kommerzialisierung. Dabei werden die immer deutlicheren Veränderungen durch den Temperaturanstieg lediglich als Störfaktor für die eigene Profitoptimierung empfunden. Politik und Tourismuswirtschaft reagieren vor allem mit Aufrüstungen zur Klimaanpassung sowie einer technologisch erzeugten Wintenumgebung. So kann die notwendige Schneesicherheit gewährleistet werden und ermöglicht beständige Winter(sport)aktivitäten, was den Urlaubsregionen und damit den Menschen vor Ort wirtschaftlich zugutekommt.

Szenario 3: Schneegebundener Wintertourismus ade

- Desinteresse und mangelnde Anpassung führen in die Krise.

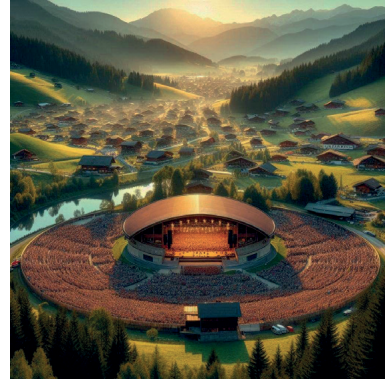


Inhalt: In einem wirtschaftlich angespannten Umfeld verliert der Wintertourismus an Beliebtheit, was an der Preissensitivität und an schwindender Begeisterung der Menschen für Winteraktivitäten liegt. Viele Reisende zieht es auch im Winter eher in andere Destinationen wie Warmwasserregionen. Auch die verbleibenden Gäste geben vor Ort weniger Geld aus, was sich in den Destinationen und für die Menschen vor Ort deutlich negativ bemerkbar macht. Als Reaktion versucht die Tourismusbranche vor allem zu sparen, was die Qualität der Angebote zusätzlich senkt und den Abwärtstrend nochmals verstärkt.

Auch hier sei aus der Umfrage des BZT vom November 2024 zitiert. Befragt nach ihren Reiseplänen für den Winter 2024/2025 (von Dezember 2024 bis April 2025), haben insgesamt 41 % der Befragten gesagt, dass sie gerne eine Urlaubsreise im Winter unternehmen möchten. Rund jede / jeder Vierte der Reisenden möchte den Winterurlaub im Schnee verbringen, aber fast zwei Drittel möchten lieber in wärmere Regionen fahren. Eine Betrachtung nach Altersgruppen zeigt deutlich, dass jüngere Personen den Winterurlaub häufiger im Schnee verbringen als ältere Personen, die lieber in wärmere Gebiete fahren (BZT 2024b).

Szenario 4: Ganzjährige Eventisierung

- Vielfältige Inszenierungen ersetzen den schneegebundenen Wintertourismus.



Inhalt: In einem wirtschaftlich prosperierenden Umfeld setzt sich der Individualisierungstrend fort. Die Menschen wollen in ihrer Freizeit – und vor allem im Urlaub – möglichst viel erleben. Der klassische Winter und die damit verbundenen Schneeerlebnisse sind für sie weniger relevant. Die Anbieter in den Destinationen reagieren clever mit der Aufladung ihrer Ganzjahresangebote mit Eventcharakter. Die Auswirkungen des Klimawandels sind somit weniger dramatisch, und wirtschaftlich profitieren die Menschen vor Ort sowie die gesamte Branche.

Bei diesem Szenario sind auch die Städte mit eingebunden, die ohnehin durch Eventisierung versuchen, Menschen auch im Winter anzulocken. Auch ihre Ausrichtung geht auf den Ganzjahrestourismus.

Szenario 5: Klimaneutrale Schneeerlebnisse

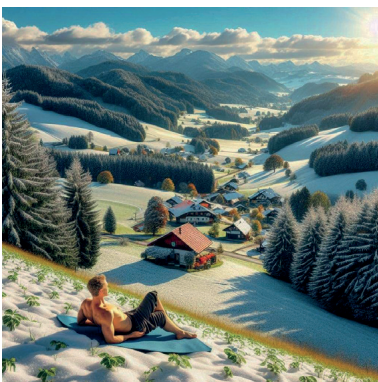
- High-Tech sichert den nachhaltigen Wintertourismus.



Inhalt: Die Priorität für nachhaltige Klimapolitik ist breiter Konsens in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, ebenso wie die damit verbundenen Kosten. Dennoch wünschen sich viele Menschen einen Traum-Winterurlaub mit vielfältigen Schneeerlebnissen, was durch innovative und klimaneutrale Hightech sichergestellt werden kann. Die Wintertourismus-Branche stellt sich auch in den Destinationen auf die veränderten Gästeanforderungen ein und bietet entsprechende Angebote mit sichtbarer Zertifizierung.

Szenario 6: Der Neue Winter

- Winter als Teil des nachhaltigen Ganzjahrestourismus.



Inhalt: In einem positiven wirtschaftlichen Umfeld haben alle Akteure verstanden, dass Umwelt- und Klimaschutz unverzichtbar sind. Der Fokus der Angebote hat sich weg von einer reinen Winterorientierung und Schneegebundenheit hin zu

Ganzjahresangeboten entwickelt. Das wird von den Gästen sehr gut angenommen:

- 6a) Erholungs- und Erlebnisangebote zu fairen Konditionen stehen in ausgewogenem Verhältnis zueinander.
- 6b) Der Einsatz von Technologie ist möglich, steht aber nicht im Mittelpunkt des »neuen Winters«. Den zahlungsbereiten und weltoffenen Besuchern sowie den Menschen vor Ort geht es vor allem um eine gesunde Umwelt.

Das Szenario »Der Neue Winter« könnte man auch nennen: »Schnee kann – Schnee muss nicht!« Gewinner sind die folgenden Generationen, für die eine gesunde Natur bewahrt wird, sowie multioptionale Gäste, innovative und anpassungsfähige Anbieter und Regionen mit vielfältigen Angeboten.

Die Ganzjahresanpassung erfordert agile Wintertourismusakteure, die relativ schnell auf die Wetterbedingungen reagieren müssen und die, zur strategischen Neuausrichtung und Steigerung der Resilienz, vielfältige Innovationen vorantreiben. Dies spricht neue Zielgruppen an, die unter den zukünftigen klimatischen Bedingungen eine andere Art des Wintertourismus suchen. Ein zentraler Punkt für den Erfolg dieses Szenarios ist eine aktive zeitnahe Kommunikation und breite Öffentlichkeitsarbeit, durch die die neuen Ansätze publik gemacht und die bayerischen Destinationen beworben werden können.

Szenario 7: Winter jenseits der Kommerzialisierung

- Ganzjahrestourismus im Einklang mit Natur und Mensch.



Inhalt: Die offensichtliche Klimakrise hat Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen zum Umdenken und sichtbaren Handeln gebracht.

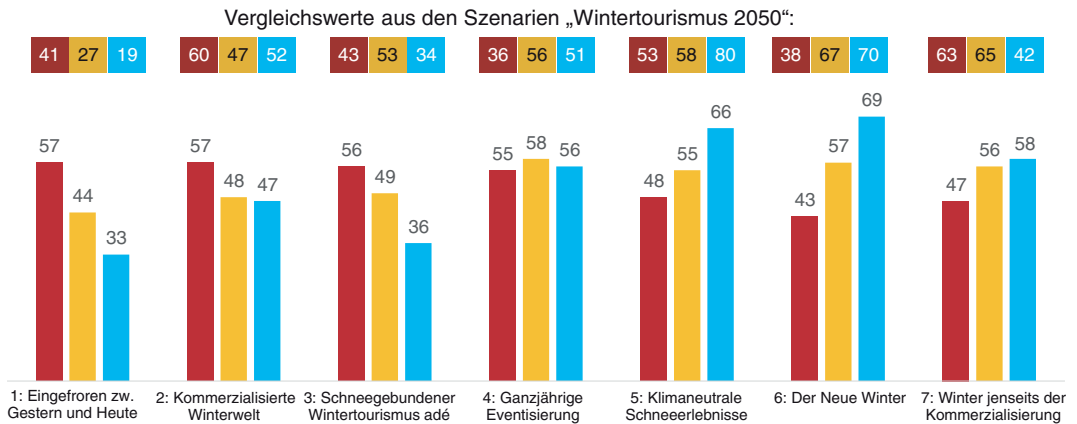


Abb. 4. Zukunftsnavigator für den Wintertourismus in Bayern: Einschätzung der bisherigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer ($n = 111$; Säulen unten) und Vergleichswerte aus den Szenarien (Einschätzung der 31 Expertinnen und Experten; Zahlen oben) in Bezug auf die gegenwärtige Situation (■), die erwartete (■) und die gewünschte (■) Entwicklung für die sieben Szenarien. – ScMI und BZT, April 2025.

Konsum und Reisen werden von den Menschen bewusst reduziert und verändert, um die Umwelt bei ihrer Freizeitgestaltung möglichst schonend zu behandeln. Die Wintertourismusbranche konzentriert sich auf nachhaltige, ressourcenschonende Ganzjahresangebote und entspricht mit individuellen und naturnahen Angeboten den geänderten Anforderungen der Touristen sowie der Menschen vor Ort.

Dieses Szenario könnte man auch als bewussten »Slow Tourism« bezeichnen.

Bewertung der Szenarien in der Zukunftslandkarte

Basierend auf den Bewertungen der Schlüsselfaktoren mit deren jeweiligen Zukunftsprojektionen wurden die Szenarien hinsichtlich ihrer Gegenwartsnähe, ihrer erwartbaren Zukunft und ihrer gewünschten Zukunft dargestellt.

- Als gegenwartsnah wurden von den 31 Expertinnen und Experten aus den verschiedenen Bereichen des bayerischen Wintertourismus die Szenarien 2 »Kommerzialisierte Winterwelt« und 7 »Winter jenseits der Kommerzialisierung« gesehen.
- Für die Zukunft erwartet wurden die Szenarien 6 »Der Neue Winter« und 7 »Winter jenseits der Kommerzialisierung«.

- Als gewünschte Zukunft wurden die Szenarien 5 »Klimaneutrale Schneeerlebnisse« und 6 »Der Neue Winter« genannt.

Die Entwicklung geht aus Sicht des Szenario-Teams in den Destinationen stark in den Bereich »Der Neue Winter« mit seiner Ganzjahresausrichtung. Das am wenigsten erwünschte Szenario ist das erste, »Eingefroren zwischen Gestern und Heute«. Das deutet darauf hin, dass diejenigen Akteure, die sich nicht bewegen wollen und die Transformation zumindest für sich nicht für nötig halten, von selbst aus dem Markt verschwinden werden.

Zukunftsnavigator für den Wintertourismus in Bayern

Als niederschweligen Einstieg in die Problematik stellt das BZT zusammen mit der ScMI zurzeit Interessierten den »Zukunftsnavigator Wintertourismus in Bayern« zur Verfügung.³ In dieser Online-Befragung können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre persönlichen Einschätzungen in Bezug zu den Wintertourismus-Szenarien

³ Befragung »Zukunftsnavigator für den Wintertourismus in Bayern« unter https://questionnaire.scmi.szenario-online.de/welcome/Befragung_Wintertourismus_BZT_2025 bzw. <https://bzt.bayern/szenarien-wintertourismus-bayern/> [abgerufen 01.05.2025].

ihrer Destination eingeben und erhalten am Schluss eine persönliche Auswertung, die ihnen Hinweise darauf gibt, welche der Szenarien für sie am ehesten geeignet erscheint.

Auch wenn die bisherigen Umfrageergebnisse vor allem für die Gegenwartsnähe von den Bewertungen der Expertinnen und Experten, die die Szenarien entwickelt hatten, abweichen, so herrscht doch Einigkeit bezüglich der gewünschten Entwicklung, hin zu den Bereichen »Klimaneutrale Schneeerlebnisse« und »Der Neue Winter« (Abb. 4).

Wir würden uns freuen, wenn möglichst viele Interessierte den Zukunftsnavigator als Einstieg nutzen würden, um sich mit den entwickelten Szenarien auseinanderzusetzen, und sich anschließend mit ihnen näher beschäftigen. Dabei geht es um die Frage: Welche Entwicklung können Sie sich für Ihre Destination vorstellen?

Wie schon eingangs erwähnt, gibt es keine Blaupause für ganz Bayern. Jede Region muss für sich selbst die in den Szenarien aufgeworfenen Optionen mit ihren Tourismusanbietern und mit den Einheimischen besprechen, um sich zukunftsfähig aufzustellen.

Literatur

- BZT. 2024a. Szenarien für den Wintertourismus in Bayern 2050. Dokumentation. Stand: 07. November 2024. – Bayerisches Zentrum für Tourismus und Scenario Management International AG. <https://bzt.bayern/wp-content/uploads/2024/11/Szenarien-Wintertourismus-Bayern-2050.pdf> [abgerufen 04.06.2025]
- BZT. 2024b. Winterurlaub 2024/2025. – Studie des Bayerischen Zentrum für Tourismus. 12. Dezember 2024. <https://bzt.bayern/winterurlaub-2024-2025/> [abgerufen 04.06.2025]

Diskussion

B. Sattler: Inwiefern hat die Herkunft des Gastes Einfluss auf das Szenario? Es macht vermutlich einen Unterschied, ob die Stammgäste eher aus den Niederlanden oder aus Amerika stammen.

A. Bauer: Wir haben auch berücksichtigt, wie sich der Tourismus entwickelt und wo die Gäste herkommen. Der Hauptsektor lag in Deutschland und im angrenzenden Benelux-Bereich.

N. Schäffer: Sie haben betont, dass Sie mit den Szenarien nichts vorschreiben wollen, sondern vielmehr die Leute befragen, was sie in Zukunft haben wollen. Aber die Rahmenbedingungen werden sich in den nächsten 20 oder 30 Jahren ändern. Bestimmte Szenarien sind dann nur noch theoretisch denkbar und man könnte sie direkt streichen. Unterhalb einer bestimmten Meereshöhe werden wir in Zukunft nicht mehr Ski fahren können, auch wenn wir uns das noch so sehr wünschen. Gaukelt man den Leuten nicht etwas vor, indem man sagt, sie könnten sich eine von vielen Möglichkeit aussuchen? Müsste man nicht stattdessen knallhart sagen, die klimatischen Rahmenbedingungen ändern sich gerade dramatisch und bestimmte Möglichkeiten sind daher nicht mehr relevant?

A. Bauer: Es ist kein Wunschkonzert, sondern wir haben anhand der Schlüsselfaktoren versucht, die Szenarien anhand der verschiedenen Zukunftsprojektionen der Schlüsselfaktoren zu bewerten und dabei kommt heraus, dass die Szenarien »Der Neue Winter« und »Klimaneutrale Schnee-Erlebnisse« durchaus positiv gesehen werden. Ich muss ehrlich sagen, bei dem Szenario »Eingefroren zwischen Gestern und Heute« müsste eigentlich jeder verstanden haben, dass es so nicht weitergeht. Was wir wollen, ist letztendlich, dass sich die Leute mit den Szenarien beschäftigen. Wenn ein Einheimischer sagt, er will unbedingt Ski fahren und er will, dass auch seine Kinder noch Ski fahren, dann muss er sich Gedanken darüber machen, wie das vielleicht für ihn selbst funktioniert. Aber auch die Branche muss sich doch Gedanken machen und da erwarte ich schon so viel Verständnis für die Klimawandelsituation, dass sie einschätzt,

welche Investition bis zu welcher Höhe noch sinnvoll ist. Das muss aber regional und im Miteinander entschieden werden. Mir hat neulich der Bergbahnchef im Kleinwalsertal/Oberstdorf gesagt, sie wollen in den nächsten zehn Jahren 200 Millionen Euro investieren. In Jungholz, das nicht allzu weit davon weg ist, haben sie den Lift verkauft und suchen jetzt jemand, der mit viel Geld einsteigt. Mit unseren Szenarien wollen wir die Leute sensibilisieren und zum Nachdenken bringen und das funktioniert in der Praxis durchaus. Im Allgäu haben sich die Bergbahnbetreiber mit den Touristikerinnen und Touristikern zusammengesetzt und sich für einen Ganzjahrestourismus ausgesprochen und dabei drei Bausteine zur Produktentwicklung und zur Kommunikation entwickelt. Das muss aber allein die Region entscheiden und die Leute vor Ort müssen es entwickeln – und da setze ich ehrlich gesagt auf den Menschenverstand.

T. Hipp: Die Methodik, Prognosen und Szenarien auch ohne große Leitplanken zu entwickeln, ist sehr spannend. Auch auf den Alpenverein kommt das Thema Bergsport im Hochgebirge ohne Eis zu. Was mich etwas stört, sind die Begriffe Kommerzialisierung, Eventisierung, Gewinnmaximierung. Welche Verbände außer der Tourismusbranche und dem Destinationsmanagement waren in dem Prozess der Szenario-Entwicklung beteiligt? Und als zweite Frage: Wie viel Aktivität sehen Sie aktuell in den Tourismusdestinationen und Gemeinden, um die Entwicklung umzusetzen? Der »Neue Winter« ist da. Dass wir in den Mittelgebirgen, in der Fränkischen Schweiz davon sprechen, er wäre nicht da, geht an der Realität vorbei. Wir können aktuell im früheren Hochwinter Mountainbiken und Klettern gehen. Die Ganzjahresdestination ist ja da und die Aufteilung von Sportarten oder Aktivitäten auf Winter, Sommer, Herbst und Frühling ist aus unserer Sicht durch den Klimawandel bereits sehr verschoben. Wo stehen wir aktuell im Handeln?

A. Bauer: Die Verschiebung ist leider noch nicht überall angekommen. Aus diesem Grund wollen wir die Diskussion noch einmal anstoßen und den Destinationen und Betrieben deutlich machen,

dass diese Trennung so nicht mehr machbar ist. Daher habe ich von Agilität gesprochen. Wir hatten einige Winter, in denen kein klassischer Wintersport mehr möglich war. Im Allgäu wurden die Bergbahnen trotzdem angeworfen und man hat die Leute hochtransportiert, damit sie oben »Winterwandern« konnten, mit den eingeschneiten Gipfeln im Hintergrund. Radfahren ist heute das große Thema, aber auch das ist umstritten. Der Bau von neuen Downhillstrecken wird von Seiten des Naturschutzes äußerst kritisch gesehen. Auch der Seilbahnverband sieht das nicht so positiv, das heißt, hier besteht noch Gesprächsbedarf über die weitere Entwicklung. Die Fränkische Schweiz ist vom Denken her übrigens gezwungenermaßen viel weiter als die südlichen Gebiete in Bayern, die nach wie vor die wunderbare Schneewelt sehen und hoffen, dass diese wiederkommt. Daher waren wir froh, dass wir von der Fränkischen Schweiz, vom Ochsenkopf und aus Ostbayern Leute in dem Szenario-Team hatten. Von Seiten der Naturschutzverbände war die Internationale Alpenschutzkonvention CIPRA dabei, daneben waren Schilehrer und Hoteliers beteiligt. Den DAV hätten wir eigentlich auch einladen sollen bzw. müssen. Soweit ich mich erinnere, hatten wir angefragt, aber dann nicht weiter nachgehakt. Noch zu den Begriffen: Wir haben lange über Ausdrücke wie Kommerzialisierung und Eventisierung diskutiert gestritten. Beim Szenario »Ganzjährige Eventisierung« war übrigens eine der Alternativen »Ballermann in den Bergen«, gegen die ich mich gewehrt hatte. Wir hätten auch einige österreichische Orte namentlich benennen können, aber auch das wollten wir nicht, aus juristischen Gründen. Über solche Dinge ist lange diskutiert worden. Es gehört aber auch dazu, dass man zum Beispiel mit der »Kommerzialiserten Winterwelt« ganz bewusst überspitzt. Wenn Sie nicht überspitzen, bekommen Sie keine Diskussion. Daher war ich für den »Ballermann« dankbar – obwohl ich ihn als Ausdruck nicht gewollt hatte –, weil er die Diskussion angeheizt hat. Sie müssen die Leute aufschrecken bei der Frage, in welche Richtung sie sich entwickeln wollen. Ich stelle dann teilweise auch die Frage: »Was wollt ihr überhaupt nicht?« Wir wollen mit den Szenarien sensibilisieren, teilweise auch provozieren – was durchaus gelingt.

S. Rösler: Die bayerische Seilbahnförderung im Rahmen der Seilbahnförderrichtlinie⁴ wird neu fortgeschrieben, die aktuelle Förderperiode läuft Ende 2025 aus. Sie kommt aus dem Bayerischen Staatsministerium für Landwirtschaft, das auch Ihre Studie finanziert. Inwieweit sind Sie bei der Neuauflage der Förderrichtlinie eingebunden?

A. Bauer: Das BZT wird vom Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, wie es jetzt heißt, alimentiert, vorher waren wir beim Wirtschaftsministerium angesiedelt. Im Landwirtschaftsministerium fühlen wir uns sehr gut aufgehoben, da in ihm der ländliche Raum im Mittelpunkt steht und es sehr viele nachgelagerte Strukturen gibt wie die Ämter für Ländliche Entwicklung, die sich mit der ländlichen Entwicklung auseinandersetzen und schon seit Jahren Tourismus durch das Anlegen von Rad- und Wanderwegen gestalten. Nach über 30 Jahren Tätigkeit an einer Hochschule steht bei mir der Paragraph 5, Absatz 3 des Grundgesetzes, die Freiheit von Forschung und Lehre, über allem. Man hat uns weder im Wirtschafts- noch im Landwirtschaftsministerium »dazwischengefunkt«, um es salopp zu sagen. Wir stellen unsere Ergebnisse in der Politik vor, zum Beispiel in Form parlamentarischer Gespräche mit den verschiedenen Fraktionen im Landtag und auch im Landwirtschaftsministerium. Das ist unser Versuch, in die Politik hineinzuwirken und auf die unterschiedlichen Entwicklungen hinzuweisen. Dass die Seilbahnförderung ein Riesenthema ist, vor allem zwischen den Grünen und der CSU, ist denke ich klar.

S. Rösler: Durch die Fördergelder werden bestimmte Anreize gesetzt und damit wohl auch bewusst gesetzt. Wenn Fördergelder kommen, wird die Entwicklung der Seilbahnen gezielt in diese Richtung gehen.

A. Bauer: Neuausweisungen wird es nicht geben, so heißt es aus dem politischen Bereich. Ich habe früher Beschneidungen vehement abgelehnt,

4 Richtlinien zur Förderung von Seilbahnen und Nebenanlagen in kleinen Skigebieten. Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie vom 19. Januar 2023, Az. 73-4884-4/2/15 (BayMBl. Nr. 56).

aber aufgrund unserer Studienergebnisse sehe ich das inzwischen etwas anders. Wenn 50 % derer, die Winterurlaub im Schnee machen wollen, sagen, sie fahren dann eben nach Österreich, um dort die Schneeerlebnisse zu haben, kann ich mich damit anfreunden, dass man in Bayern punktuell beschneit, um das Geschäftsmodell aufrechtzuerhalten. Es wird immer davon gesprochen, dass 80 % des CO₂-Ausstoßes durch die An- und Abreise passieren. Da stellt sich mir die Frage, wie wir das gegenrechnen können und ob wir die Menschen nicht besser in Bayern halten, anstatt sie zum Ski fahren über die Grenze nach Tirol oder gar nach Südtirol zu schicken. Aber ich betone noch einmal: Aus allen Diskussionen habe ich bis jetzt herausgehört, dass es keine Neuausweisungen geben wird und auch keine flächenhafte Beschneigung.

N. Schäffer: Der Begriff »Schneeerlebnis« ist von Ihnen etwas glorifiziert worden. Ich weiß nicht, was das für ein Schneeerlebnis ist, wenn eine weiße Piste, die beschneit ist, durch grüne Landschaften führt. Das passt doch nicht zusammen. Schnee im Winter definiere ich so, dass es geschneit hat und dass es weiß ist, und nicht, dass eine Schneekanone ein weißes Band in die Landschaft legt.

A. Bauer: Vorweg: Ich glorifiziere gar nichts, vor allem, nachdem ich seit fünf Jahren nicht mehr Ski fahre. Bei »Schneeerlebnis« denken Sie sofort an schneegebundene Aktivitäten wie Schifahren oder Schneeschuhgehen usw. Aber wir reden auch von schneeungebundenen Aktivitäten, die seit Jahren extrem zugenommen haben wie zum Beispiel das Winterwandern, das Spaziergehen im Winter. Zu den weißen Pisten auf braunem Untergrund: Wir haben 2023, wo das Thema besonders im Allgäu und in Südbayern durch den Bayerischen Rundfunk sehr stark nach außen getragen wurde, bei einer Umfrage Bilder gezeigt und gefragt, ob es den Leuten Spaß machen würde, auf diesen beschneiten Pisten Ski zu fahren. Ich war sehr erstaunt, dass vor allem die Jüngeren gesagt haben: »Ja, Hauptsache ich kann Ski fahren, wenn ich Ski fahren will.« Ich selbst plädiere nicht dafür, aber ich denke, dass die Nachfrageseite die beschneiten Pisten deutlich differenzierter sieht als wir. Es gibt viele Hardcore-Schifahrer, die auf einem

weißen Band herunterfahren wollen – aber alle anderen müssen das ja nicht machen.

L. Dagostin: Wurden die Gäste bei Ihrer Befragung geclustert nach ihren Bedürfnissen, also zum Beispiel in »Schifanatische«, eher familienorientierte oder eher preissensible? Gibt es dazu eine Einschätzung, die mit den Modellen korrelieren könnte?

A. Bauer: Im Zusammenhang mit der Erstellung der Szenarien haben wir keine Befragung durchgeführt, hier hatte sich nur das Szenario-Team aufgrund der eigenen Expertise eingebracht. Die Wintertourismusbefragungen machen wir seit drei Jahren und fragen dabei durchaus die Einstellung zum Schifahren mit ab. Diejenigen, die als Motiv für den Winterurlaub angeben, sie wollen wirklich Ski fahren, sind bereit, dafür auch in andere Regionen überzuwechseln. Diejenigen, die zumindest das »Gezuckerte« lieben, bleiben weiterhin der Destination treu, auch wenn sie dort nicht Ski fahren können. Zur Preissensibilität haben wir noch nicht befragt. Aber ich danke für den Hinweis, das werden wir vielleicht bei der nächsten Befragung mit einfließen lassen.

L. Dagostin: Meine zweite Frage betrifft den dringend notwendigen Transformationsprozess. Ich habe jetzt gelernt, dass es nicht darum geht, neue Gebiete auszuweisen. Was ist dann eigentlich das Ziel? Geht es darum, auch ohne Ausweisung neuer Gebiete an Betten-Infrastruktur dazuzugewinnen? Oder geht es eher um einen Erhalt des Status quo oder gar um einen geordneten Rückzug in einigen der Gebiete? In Südtirol greift zum Beispiel seit 2023 eine Bettenobergrenze.

A. Bauer: Was in Südtirol mit den Bettenobergrenzen diskutiert worden ist, haben wir in Bayern einmal aufs Tableau gehoben, aber es hat keinen interessiert. Damit können Sie die Diskussion nicht anfeuern. Wir stehen in diesen Dingen im Endeffekt vor der Frage, wie man den Wirtschaftsfaktor Wintertourismus in den Regionen einigermaßen halten kann. Wir haben natürlich den ökologischen Bereich und die Frage nach Nachhaltigkeit, aber auch den sozialen und den ökonomischen Bereich. Bei einer Veranstaltung vor einiger Zeit wurde ein Kollege aus Südtirol

gefragt, ob er denn glaube, dass sich ohne den Schitourismus der Wirtschaftsfaktor halten ließe. Die ganz klare Antwort war nein. Auch da wird es also Umschichtungen geben. Wir hören heute immer wieder, dass mit Schifahrern am meisten Umsatz zu erzielen ist, aber wenn das nicht mehr möglich ist, wird man auch mit den geänderten Rahmenbedingungen umgehen müssen. Die Zielsetzung ist also nicht, die großen Gebiete auszuweiten, sondern die vorhandenen Gebiete, soweit möglich, am Leben zu erhalten.

B. Rutkowski: Auch ich habe eine Frage zu dem Szenario »Klimaneutrale Schneeerlebnisse«, das einer der Gewinner bei den »Wunschvorstellungen« der Experten und bei den Befragungen war. Es ist offensichtlich unterschieden worden von einem »Tourismus jenseits der Kommerzialisierung«. Das heißt, mit »klimaneutralen Schneeerlebnissen« ist nicht gemeint, dass man im Schnee spazieren geht, sondern es geht offenbar um eine klimaneutrale Schneegewinnung zum Schifahren. Ist dazu diskutiert worden, wie man in den Bergen Strom aus erneuerbaren Energieträgern produziert? Sind Bilder von alpinen Pumpspeicherkraftwerken oder Ähnliches diskutiert worden? Denn die Frage ist ja, wie wir das klimaneutral schaffen und was das wiederum für Auswirkungen hat. Es kommt auch immer darauf an, wie man so etwas kommuniziert, um Antworten zu generieren. Wie wurde vom Szenario-Team ein klimaneutraler Wintertourismus definiert?

A. Bauer: Wir haben versucht, bei den Szenarien jeweils aufzuzeigen, wer die Gewinner und Verlierer sind und was an Nachteilen passieren könnte. So ist unter anderem angesprochen worden, dass durch die regenerative Stromerzeugung den Haushalten Energie entzogen werden könnte. Aber unabhängig davon haben wir auch gesagt, sollte sich heute in einer Diskussion irgendeine Destination darauf fokussieren, dass sie klimaneutrale Schneeerlebnisse bieten will, dann muss man in der Diskussion weitergehen und sehen, wie das umgesetzt werden kann. In dem Projekt, das ich vorgestellt habe, haben wir die Beteiligten über elf Monate immer wieder herangeholt und zeitlich eingebunden. Die Frage nach der Umsetzung sind Dinge, die aus meiner Sicht vor Ort in den Regionen diskutiert

werden müssen, je nach den bestehenden Möglichkeiten. Die Regionen hätten sich natürlich auch gewünscht, dass wir alles bin ins Kleinste schon in dem Szenario-Team diskutiert hätten, aber das ist nicht möglich.

M. Schödl: »Neuer Winter« klingt für mich nach einem sehr anstrengenden Weg. Ich hoffe, der Tourismus ist für diesen Weg bereit. Im Vortrag war nicht von einer Besucherlenkung die Rede. Mit der Klimakrise hängt auch die Biodiversitätskrise zusammen. Wenn man einen klimawandelinduzierten Tourismus in die Fläche schickt, ergibt dies einen verstärkten Druck auf die Biodiversität. Dann braucht es eine Besucherregelung oder es muss über Räume nachgedacht werden, in denen kein Tourismus mehr stattfindet. Das sind Prozesse, die in den Regionen sehr viel Kraft kosten. Schätzen Sie das auch so ein?

A. Bauer: Dass der Weg nicht einfach sein wird, stimme ich Ihnen zu. Ich muss vielleicht noch ergänzen, dass wir derartige Szenarien 2019 auch für den Tourismus (also nicht nur den Wintertourismus) in Bayern entwickelt hatten.⁵ Damals hieß eines davon »Neue Verträglichkeit«. Ich habe mir damals gedacht, das klappt nie, da es darin auch um Besucherbeschränkungen ging, das heißt um Obergrenzen. Aber die Bayern Tourismus Marketing GmbH hat das Szenario aufgegriffen und in einem Prozess, an dem wir ebenfalls beteiligt waren, in ein Handbuch zur nachhaltigen Destinationsentwicklung umgesetzt,⁶ die auf der Gemeinwohlökonomie basiert und bei der sehr viele Fragen im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich gestellt werden. Das ist ein sehr schwerer Weg, aber ich denke, wir müssen diesen Weg gehen und auch Dinge als Handreichung schaffen, um den Weg in den Destinationen umsetzen zu können. Das gleiche sehe ich in dem Bereich »Der Neue Winter«. Das wird nicht ohne Diskussionen abgehen und ich

5 Szenarien für den Tourismus in Bayern im Jahr 2040, <https://bzt.bayern/szenarien-tourismus-bayern-2040/> [abgerufen 02.05.2025].

6 Bayern Tourismus Marketing GmbH (Hrsg.). 2023. Nachhaltige Destinationsentwicklung in Bayern. Handbuch. – München, 70 S., <https://tourismus.bayern/destinationsentwicklung/nachhaltige-destinationsentwicklung/> [abgerufen 02.05.2025].

musste mir schon sehr viel Unerfreuliches als Reaktion auf das Szenario anhören. Aber die Hoffnung ist nach wie vor da.

B. Sattler: Ich frage mich, ob der neue Winter nicht auch einen neuen Sommer impliziert, in der Richtung, dass man vielleicht die Besucher weg vom Winter lockt und zum Beispiel ein erhöhtes Radfahrangebot bietet. In Sölden im Ötztal gab es, auch angetrieben durch die dortige Bike-Kampagne, über eine Million Übernachtungen im Sommer 2022.

A. Bauer: Bei Vergleichen muss man immer vorsichtig sein. In Bayern gibt es ganz andere Strukturen und eine ganz andere politische Willenskraft als in Tirol und auch die Saisonzeiten sind andere. Über Jahre war es in Tirol so, dass 60 % der Wertschöpfung im Winter und 40 % im Sommer erzielt worden sind. Aus diesem Grund kam auch die »neue Sommerfrische« auf, die die Tirolwerbung stark betrieben hat. In Bayern ist es genau umgekehrt, wir haben bisher 60 % Wertschöpfung im Sommer erzielt und 40 % im Winter.