

Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den
Tourismus in Niedersachsen

Ideenbörse

Gute Beispiele zur Anpassung an
den Klimawandel im Tourismus



Einleitung

Mit dem Klimawandel werden sich die Rahmenbedingungen für touristische Angebote ändern. So viel steht fest. Dabei ist zwischen direkten und indirekten Wirkungen des Klimawandels zu unterscheiden. Die niedersächsischen Reiseregionen und ihre touristischen Leistungsträger müssen sich mit ihren Angeboten auf diese Veränderungen einstellen. Diese Ideenbörse ist im Rahmen des TMN-Projekts „Klimawandel anpacken“ entstanden und zeigt Ihnen konkret an von ausgewählten Beispielen unterschiedliche Maßnahmen, um eine Anpassung des Tourismus an die verschiedenen Veränderungen durch den Klimawandel aktiv zu gestalten. Neben der sich verändernden Nachfrage werden in der Ideenbörse auch gute Beispiele und Maßnahmen vorgestellt, um auf die auf klimabedingte Veränderungen der Witterung reagieren zu können.

Destinationen und Betriebe sind gut beraten, sich auf diese Veränderungen einzustellen. Tun sie dies frühzeitig, kann dies sogar Wettbewerbsvorteile mit sich bringen. Der Klimawandel muss also nicht einseitig als Bedrohung, sondern in einigen Bereichen auch als Chance wahrgenommen werden. Spätes Handeln allerdings erhöht in der Regel den Aufwand und damit die Gesamtkosten.

Hinweis

Auch wenn die allgemeinen Urlaubsmotive in etwa gleichbleiben (im Vordergrund: abschalten, erholen, frei sein, Zeit haben, Sonne tanken), ist davon auszugehen, dass die konkreten Ansprüche und Bedürfnisse der Urlauber sich durch den Klimawandel verändern. Einerseits können neue Zielgruppen gewonnen werden (nämlich diejenigen, die Wert auf klimabewusstes Reisen legen), während andere (Stamm-) Gäste der Region vielleicht den Rücken kehren, weil sie nicht mehr genau das vorfinden, weshalb sie bisher nach Niedersachsen gekommen sind.

Destinationen und Betriebe sollten aus diesem Grund flexible und variable Angebote konzipieren. Dabei gilt allgemein: Um auf dem Markt erfolgreich zu sein, sind innovative, klimaangepasste und nachhaltige Produkte gefragt. Um dieses Ziel in die Tat umzusetzen, gibt es für touristische Akteure grundsätzlich zwei verschiedene Möglichkeiten: Entweder sie verbessern ein bereits bestehendes Angebot oder sie entwickeln neue Angebote. Falls der Klimawandel es notwendig macht, kann dazu aber auch gehören, das Produkt vom Markt zu nehmen und durch ein anderes, potenziell erfolgreicherer Angebot zu ersetzen, welches besser zu den veränderten Verhältnissen passt.

Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) haben dabei eine Doppelrolle: Einerseits müssen sie den Klimawandel mit seinen Folgen in der Angebots- und Destinationsentwicklung mitdenken, andererseits sind sie als Impulsgeber und Wissensvermittler zum Thema wichtig. Dabei ist es ihre Aufgabe, ihre touristischen Leistungsträger bei der Klimaanpassung zu begleiten und zu unterstützen.

Für alle gilt, dass wir bei diesen Veränderungen keine kontinuierliche Steigerung, sondern große Schwankungen erwarten. Es kann also in einen Winter mit viel Schnee geben und dann wieder Jahre ohne konstanten

Schneefall geben. Es kommt also auf eine große Angebotsflexibilität an. Auf diese Variabilität gilt es sich vorzubereiten. Diese Ideenbörse bietet Ihnen viele Tipps und Empfehlungen die Anpassung aktiv zu gestalten.

1. Anpassen touristischer Angebote an direkte Veränderungen durch den Klimawandel

a) Ansteigende Temperaturen und häufigere Hitze

Der Klimawandel führt dazu, dass die Temperaturen steigen werden. Die Destinationen müssen sich dadurch darauf einstellen, dass es mehr Tage mit großer Hitze gibt. Vielerorts verringert die Hitze die Attraktivität bestehender Angebote. Gleichzeitig bieten höhere Temperaturen aber auch Chancen für Angebote, die bislang in unseren Breitengraden nur eingeschränkt möglich waren. Nähere Informationen dazu, wie touristische Akteure ihr Handeln an den zu erwartenden Temperaturanstieg anpassen können (unabhängig von der Angebotsgestaltung), finden Sie im **TMN Infoblatt „Hitze und Tourismus“**.

Ziel(e)

Alternative Aktivitäten im Schatten anbieten oder Dinge, die auch bei Hitze Freude bereiten. Angebote, bei denen so weit wie möglich vermieden wird, dass Gäste, Mitarbeitende und Tiere sich lange in der Hitze aufhalten.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Entlang der Wander-, Pilger- und Radrouten oder in Ortszentren **attraktive, kompakte Verweilplätze** schaffen, z.B. Grillplätze mit Überdachung als Schattenspende (und Regenschutz); [Link](#).
- Ein weiteres gutes Beispiel für eine erfolgreiche Umgestaltung des öffentlichen Raumes ist das Projekt „[Coole Straßen Plus](#)“, für das vier Straßen Wiens dauerhaft in klimaangepasste Straßen umgestaltet wurden. Darüber freuen sich nicht nur Einheimische, sondern auch Touristen.
- **Ausweichtermine für Aktivitäten** anbieten, die in der kühleren Tageszeit liegen (frühe Morgenstunden, später Abend).
- **Öffentliche Trinkwasserstellen** schaffen:
 - [Refill Initiative](#): Überall wo der Refill Aufkleber angebracht ist, kann man kostenfrei Leitungswasser in die mitgebrachte Flasche auffüllen und Plastikmüll vermeiden. [Refill Trinkwasserstellen](#) gibt es z.B. in Stade, Celle und Wolfenbüttel.
 - Im neuen Kulturzentrum auf Spiekeroog wird ein öffentlicher [Trinkbrunnen](#) geplant, der die Möglichkeit bietet, auch unterwegs von der Frische des naturbelassenen Trinkwassers

zu profitieren. An der „Wassertankstelle“ kann man eine Pause einlegen und selbst mitgebrachte Wasserbehälter auffüllen.

- Zusätzliche **Badestellen** einrichten und bestehende Badestellen mit Schattenspendern ausrüsten. Dabei am besten natürliche Schattenspenden nutzen.
- Restaurants und Cafés mehr Möglichkeiten für **Außergastronomie** einräumen und diese mit Sonnenschutzsystemen ausrüsten (Bepflanzungen, Markisen, Pergolas usw.), bei Reservierungen nachfragen, ob der Gast im Schatten sitzen möchte.
- **Besuchermanagement für Destinationen und Attraktionen**, um dem Gast dabei zu helfen, lange Schlange stehen bei Hitze zu vermeiden:
 - [Voraussichtliche Wartezeit kommunizieren](#): Das Miniatur Wunderland Hamburg veröffentlicht Informationen dazu, wie lange man warten muss.
 - [Einführung von Online-Ticketing](#): Mailänder Dom.
 - Auf freie Plätze/Zeiten hinweisen: Im [Strandticker](#) findet man Informationen zur aktuellen Auslastung an den Ostseestränden der Lübecker Bucht. Mit einem einfach verständlichen Ampelsystem wird farblich dargestellt, in welchen Orten ein Strandzugang uneingeschränkt, nur noch eingeschränkt oder gar nicht mehr möglich ist. So kann der Gast bereits vor der Anreise von zu Hause prüfen, wo mit wenig Stau und kurzen Wartezeiten beim Strandkorbvermieter zu rechnen ist. Aktuelle Meldungen zur Auslastung (inkl. Prognose für die nächsten Tage), Ausflugstipps abseits bekannter Pfade und Informationen zu den bequemsten und schnellsten Routen gibt es im [Ausflugsticker](#).

b) Vermehrte Trockenheit, Niedrigwasser

Wenn weniger Regen fällt, sind einige touristische Angebote schlichtweg nicht mehr möglich, andere nicht mehr sinnvoll. Zudem verändert sich das Landschaftsbild, weil dort, wo normalerweise Wasser ist, nun auf einmal keines mehr ist, und anstelle von grünen saftigen Wiesen und Wäldern vermehrt trockene Flächen zu sehen sind.

Ziel(e)

Alternative Angebote für Aktivitäten auf dem Wasser, Verbesserung der Wasserversorgung bei Trockenheit durch den sorgsamen Umgang mit kostbarem Trinkwasser.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Falls Flüsse wegen des [Niedrigwassers](#) nicht befahrbar sind, können alternativ **Rad-/Busfahrten am Fluss entlang** angeboten werden - idealerweise mit Elektrobussen.

- **Kanuvermietungen** können mit Fahrradvermietungen kooperieren und bei Niedrigwasser Radtouren (mit Gepäcktransport) oder Wanderungen anbieten. Alternativ muss über zusätzliche Einsatzstellen für die Boote nachgedacht werden, die im tieferen Wasser liegen.
- Liegen nur die **Kanueinsatzstellen** oder **Schiffsanleger** bei Niedrigwasser auf dem Trockenen, helfen flexible Anleger wie Schwimmstege, die dem fallenden Wasserstand nachgeführt werden können (siehe auch Abschnitt zu Hochwasser)
- **Wasserstellen** für Vögel und andere Tiere errichten, mitsamt Beobachtungsmöglichkeit.
- **Baumkataster erstellen** und auch Touristiker und Touristen zum Mitmachen aufrufen.
- Bei der Gestaltung touristischer Angebote außerdem beachten:
 - **Entsiegelung** befestigter Flächen, lokale grüne und blaue Infrastrukturen, wie Straßenbäume, Fassaden- und Dachbegrünungen sowie Verdunstungsmöglichkeiten von gespeichertem Regenwasser.
 - **Naturnahe Elemente**, wie etwa Mulden-Rigolensysteme, stärken die dezentrale Regenwasserversickerung und -verdunstung und helfen Bodenfeuchte und Grundwasserneubildung in urbanen Räumen zu erhöhen. Dies verbessert die Pflanzenversorgung in Trockenphasen und verringert Hitzeeffekte.
 - Für Dürreperioden können darüber hinaus **Bewässerungsmöglichkeiten** etabliert werden. Diese müssen jedoch effizient und wassersparend gestaltet sein.
 - **Verwendung von Brauchwasser** (z.B. Regenwasser, aufbereitetes Abwasser) zur Bewässerung von Grünflächen (Maßnahmen der Kommunen)
- Bei hohen Temperaturen und Trockenheit kann es in Seen zu einer Verschlechterung der Badewasserqualität und zu einer erhöhten Waldbrandgefahr kommen. Hier gilt es, die Gäste transparent zu informieren und ihnen Hinweise zum richtigen Verhalten zu geben:
 - **Verhaltensregeln** bei schlechter Badewasserqualität (**z.B. Blaualgen**) gegenüber den Gästen kommunizieren (**Beispiel Dümmer**)
 - Touristen auf die **erhöhte Waldbrandgefahr** aufmerksam machen. Hintergrundinformationen und aktuelle Meldungen geben die Landesforsten Niedersachsen.

c) Extremere Stürme

Wenn es stark stürmt, ist die Aufenthaltsqualität im Freien mitunter stark beeinträchtigt oder sogar gefährlich. Von daher benötigt man nicht nur sturmfeste touristische Gebäude, Attraktionen und Infrastruktur, sondern auch Angebote, die (auch) bei starkem Wind nutzbar sind.

Ziel(e)

Touristische Angebote sturmsicher machen und dafür sorgen, dass Touristen die Destination auch bei Sturm attraktiv finden und nicht zu Schaden kommen.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- **Windschutz schaffen.** Dabei sollte zunächst an die Außengastronomie, Terrassen und Balkone der Unterkünfte, aber auch an öffentliche Plätze und Rastmöglichkeiten an Wegen gedacht werden. Ein besonderes Beispiel für die Küste sind die [Strandzelte](#) auf Borkum. Die Zelte bieten einen völligen Windschutz, hervorragenden Sonnenschutz und selbst ein kräftiger Schlagregen kann dem Gast nichts anhaben. Man kann das leichte Zelt problemlos mit dem Rücken in den Wind drehen.
- **Wander- und Fahrradwege** stärker als bisher vor umfallenden Bäumen **sichern** und noch häufiger kontrollieren, **Schutzhütten** auf Wander- und Radwegen bauen und auf Wander-/Fahrradkarten vermerken.
- **One-Way-Vermietung von Fahrrädern, inkl. Abholservice oder Rückfahrt mit dem ÖPNV** (falls der Rückweg bei Gegenwind zu anstrengend ist)
- [Indoor-Angebote und Experimente für Kinder](#) zum Thema Wind/Sturm schaffen, z.B. Drachen basteln (die genutzt werden können, wenn der Sturm abgeflaut ist).

Und im Bereich Kommunikation

- Sturm birgt Gefahren und Einschränkungen für die Gäste. Er wird aber auch als spannend wahrgenommen, weckt Interesse und kann so **Thema von Informations- und Erlebnisangeboten** sein ([Erlebniszentrum Naturgewalten Sylt](#)).
- Destinationen und touristische Leistungsträger können offensiv kommunizieren, dass bei Sturm von den Windkraftanlagen auch deutlich mehr Strom produziert wird. Im Hunsrück gibt es einen sogenannten [Windweg](#), bei dem man auf einem fünf Kilometer langen Lehrpfad die Entwicklung der Windkraft erkunden kann.
- [Verhaltens-Hinweise](#) für Touristen geben.
- Touristiker und Gäste [auf Unwetter hinweisen](#) oder in Orts-App integrieren.

d) Weniger Schneetage

Es ist davon auszugehen, dass es in Zukunft weniger Tage mit Schnee geben wird. Dadurch verkürzt sich die Skisaison und auch während der Saison ist es möglich, dass an einzelnen Tagen nicht genügend

Ziel(e)

Winterurlaub auch ohne Schnee bzw. Ski attraktiv gestalten und dafür sorgen, dass sich Gäste auch an schneefreien Wintertagen wohl fühlen und attraktive Aktivitätsangebote vorfinden.

Schnee liegt, um Ski zu laufen oder zu fahren. Künstlicher Schnee ist keine echte Alternative, da er nicht nur teuer, sondern auch durch den hohen Ressourceneinsatz sehr umweltschädlich ist.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Sommerangebote darauf hin überprüfen, ob sie auch im Winter durchführbar wären bzw. welche Veränderungen dafür nötig sind. Alternative **Outdoorangebote ohne Schnee** wie Winterwandern, Mountainbiken, Skiken oder Cross Skating und Kutschfahrten (mit warmen Decken und heißem Getränk) konzipieren, vgl.

<https://www.stadtmarketing.eu/winteraktivitaeten>

<https://www.braunlage.de/erlebnisse/winter/spass-ohne-schnee>

<https://www.bergland-pertisau.com/winterzauber-ohne-ski-achensee/>

<https://www.ferienregion-nationalpark.de/aktuelles/winterspass-auch-ohne-schnee.html>

<https://www.oberharz.de/sommer/freizeit-erlebnisse/skiken-im-harz>

- **Indoorangebote**, am besten mit Bezug zum Thema Winter/Schnee
- **Entspannungsangebote** für die Wintermonate anbieten
- **Kombi-Angebote** entwickeln: Skiausrüstung und Mountainbike als Paket anbieten, bei dem je nach Wetter, Lust und Laune, das eine oder das andere genutzt werden kann.
- Skilifte auch für Wanderer öffnen, Skipisten (oder ganze Skigebiete) zu **Wandergebieten** machen
- **Alpine Achterbahn** (mit Regenhaube) bauen

e) Häufigerer Starkregen und stärkere Hochwasser

Der Klimawandel wird sowohl dazu führen, dass es häufiger stark regnet als auch dazu, dass Flüsse und Bäche immer häufiger Hochwasser führen oder über die Ufer treten. Die beiden Effekte werden hier gemeinsam betrachtet, weil die touristische Angebotsgestaltung sich in beiden Fällen kaum unterscheidet.

Ziel(e)

Touristische Angebote so gestalten, dass sie auch bei hohen Niederschlags- bzw. Wassermengen noch gefahrlos genutzt werden können oder ausreichend Alternativen bestehen.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Im Vordergrund steht selbstverständlich die **Sicherung der touristischen Einrichtungen** in Ufernähe (insbesondere Campingplätze) und die Schaffung von Ablaufmöglichkeiten.
Bei Erkennen von Hochwasserrisiken hilft der [Hochwasser-Pass](#) des Hochwasser Kompetenz Centrus. Er liefert **Standortanalysen, Bewertungen und Maßnahmen-Empfehlungen** für bestehende oder geplante Privat- und Gewerbe-Immobilien gegenüber Starkregen und Hochwasser.
- [Häuser auf Stelzen](#) zu bauen, ist auch eine Möglichkeit, sich in Überflutungsgefährdeten Gebieten auf drohende Hochwasser vorzubereiten.
- Für das [Wegenetz](#) in der Reiseregion ergibt es Sinn, Ausweichstrecken/Umleitungen für Wanderwege und Radwege vorzudenken und ggf. anzulegen, z.B. Rheinufer bei Bonn.
- Hohe Wasserstände stellen auch Wassersportler vor Herausforderungen: Im Naturpark Sternberger Seenland wurde ein [Schwimmsteg](#) für Kanuten errichtet, der sich dem Wasserstand anpasst. Die vorherige Einsetzstelle war fest montiert und ragte bei Niedrigwasser weit heraus, so dass Kanuten Probleme hatten, in die Boote zu gelangen. Stieg der Warnow-Pegel dagegen deutlich über den Normalstand hinaus, war die Einsetzstelle überflutet.
- Ausreichend [Indoor-Alternativen](#) schaffen.

f) Ansteigender Meeresspiegel und höhere Sturmfluten

Wenn der Meeresspiegel steigt, werden z.T. Bereiche unter Wasser liegen, die bislang von Strandbesuchern genutzt werden. Sturmfluten laufen höher auf, so dass Bereiche überspült werden, die dieses Risiko bislang nicht hatten. Es kommt vermehrt zu Strand- und Dünenverlusten. Besonders hohe Wasserstände führen aber auch zu Problemen bei der Erreichbarkeit der Inseln, weil die Fähren aufgrund des Hochwassers nicht anlegen können.

Ziel(e)

Tourismus am Meer so gestalten, dass die Gäste sich auch bei gestiegenem Meeresspiegel noch wohl fühlen und in Ausnahmesituationen Hilfe erhalten.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- [Gebäude in Überflutungsbereichen auf Stelzen](#) bauen; in St.-Peter-Ording hat diese Bauweise Tradition. Allerdings müssen sie der Höhe an den steigenden Meeresspiegel angepasst werden.
- **Alternative Veranstaltungsorte** für Kultur- und Sportveranstaltungen einplanen, die eigentlich am Strand stattfinden sollen.

- **Flexible Infrastrukturelemente** einsetzen, die bei Sturmflut schnell in höhere Bereiche versetzt werden kann.
- **Auffangangebote an Land vorhalten und kommunizieren**, damit Reisende dort verweilen können, bis die nächste Fähre geht, wenn durch Sturmfluten Abfahrten ausfallen.

2. Anpassen touristischer Angebote an indirekte Veränderungen durch den Klimawandel

a) Höhere Erwartung der Gäste zum Engagement der Anbieter und Reiseregionen im Bereich von Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Schon jetzt ist zu beobachten, dass durch die klimatischen Veränderungen auf Seiten der Gäste ein verstärkter Wunsch nach Angeboten aufkommt, die klimaschonend, CO₂-neutral und insgesamt nachhaltiger sind. Die Reisenden erwarten, dass sich die Anbietenden klimaverantwortlich engagieren. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung fortsetzt. Um diesem Anspruch genüge zu leisten, sind alle Maßnahmen im Klimaschutz auch gleichzeitig eine Anpassung an die sich veränderten Nachfrageprioritäten. Besonders Erfolg versprechend ist die Umsetzung dann, wenn ein klarer Bezug zum Klimawandel auch offensiv kommuniziert wird. Die Region kann dadurch für den Gast attraktiver werden („Oh, die übernehmen Verantwortung und kümmern sich!“) und hebt sich vielleicht sogar positiv von Wettbewerbern ab („Oh, die machen (noch) mehr als andere!“). Im besten Falle wird die Maßnahme zum USP (Unique Selling Position) der Region oder des Anbieters.

Ziel(e)

Glaubwürdiges und überzeugendes Engagement für Nachhaltigkeit bei den Reiseregionen und ihren touristischen Leistungsträgern anregen.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Auf der autofreien **Insel Juist** wird das ehrgeizige Ziel verfolgt, bis zum Jahr 2030 klimaneutral zu sein. Mit diesem Projekt wurde die Insel Vorreiter in Deutschland und „möchte Wege entwickeln, die dabei helfen, unseren Planeten zu schützen“. Mehr Infos dazu gibt es im Blog unter [Klimainsel Juist](#)
- Die [Alpine Pearls](#) sind 19 Urlaubsorte in den Alpen, die einen höchsten Anspruch an Nachhaltigkeit und Klimaschutz haben. Ständiger Begleiter ist die bewusste, stressfreie und nachhaltige Erholung

der Gäste. Im Mittelpunkt stehen der umweltfreundliche Urlaub und eine volle Mobilitätsgarantie bei Reisen ohne eigenem Auto.

- Gastgeber und Freizeitanbieter in der **Uckermark**, die sich in besonderem Maße für Klimaschutz und Nachhaltigkeit engagieren, können Partner im [Netzwerk "Ferien fürs Klima"](#) werden. Ziel der Initiative ist es, hochwertige und attraktive Angebote für die Gäste zu gestalten und gemeinsam die Region nachhaltig weiterzuentwickeln.
- Auch rund um das Schloss [Lütetsburg in Ostfriesland](#) wurden bereits zahlreiche Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt. Interessant ist, dass die Gäste gebeten werden, Teil der **Klima-Aktionen** zu werden, indem sie einen finanziellen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Zur Auswahl stehen beispielsweise ein Allee-Baum, eine Bienenwiesen-Patenschaft, eine Baumpatenschaft oder ein „Hotelzimmer“ im Insektenhotel.
- Als Mitglied des internationalen [Cittaslow-Netzwerks und Fairtrade-Gemeinde](#) engagiert sich Bad Essen seit 2016 intensiv zu den Themen Nachhaltigkeit, Entschleunigung und bewusstem Umgang mit Natur und Mitmenschen und erzählt auch seinen Gästen darüber.
- Als Mitglied der Initiative [Greentable® für Nachhaltigkeit in der Gastronomie](#) können gastronomi-sche Betriebe ihr Nachhaltigkeits- und Klimaschutz-Engagement transparent und glaubwürdig kommunizieren und damit neue Gästezielgruppen erreichen. Im Projekt [Zero Footprint](#) übernehmen Betriebe sogar Verantwortung für eine klimaverträgliche Herstellung ihrer Rohstoffe. In Niedersachsen machen bislang [My Koffje](#) aus Hildesheim und [Peters Genusshotel Wingst](#) mit.
- Mit der [Mitmach-Aktion „Islands for Future“](#) der Ostfriesischen Inseln wurde eine Community ins Leben gerufen, um den Themen Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz mehr Sichtbarkeit zu verleihen. In der Community werden Projekte und Ideen für mehr Klimaschutz miteinander geteilt. Unter dem Hashtag #islandsforfuture können Gäste und Einheimische Videoclips zum Müllsammeln, Energiesparen oder weiteren zukunftsweisenden Taten posten. Für jeden Videoclip spenden die Ostfriesischen Inseln einen Watttaler im Wert von 50 Cent an das Junior-Ranger-Programm des Nationalparks Niedersächsisches Wattenmeer.
- [Carolinensiel](#) berechnet sämtliche CO₂-Emissionen, die durch die An- und Abreise seiner Feriengäste entsteht, kompensiert sie nach anerkannten Standards und investiert zudem pro Buchung einen festen Betrag in regionale Umwelt- oder Naturschutzprojekte.
- Immer mehr **Hotels in Niedersachsen** zeigen mit innovativen Konzepten Verantwortung beim Thema Klimaschutz. Bereits seit 2010 ist das Hotel Kenners Landlust im Staatsforst Görde als klimaneutrales Hotel ein absoluter Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit. In ganz Niedersachsen entwickeln immer mehr Betriebe ganzheitliche Energiekonzepte, um den Klima-Fußabdruck der Gäste stetig zu verkleinern.

Hier eine Auswahl an klimafreundlichen / klimaneutralen Unterkünften in Niedersachsen:

- <https://www.kenners-landlust.de/biohotel/klimaneutrales-hotel.html>
- <https://www.hotel-hafenspeicher.de/>
- <https://www.flux-biohotel.de/>
- <https://www.hotel-frisia.de/>
- <https://www.biohotels.info/de/die-bio-hotels/duenenhotel-stranddeck>
- <https://www.biohotels.info/de/die-bio-hotels/hotel-melter>
- <https://www.biohotels.info/de/die-bio-hotels/haus-annatur>
- <https://friesenhus.de/natur/>
- <https://www.fewo-oesenhof.de/dielenwohnung/>

Engagiert sich eine Reiseregion oder ein Leistungsträger besonders für Klimaschutz und Nachhaltigkeit, sollte er das auch nach außen zeigen. Bescheidenheit ist hier fehl am Platz, da die Reisenden, die gern nachhaltiger Urlaub machen wollen, darauf angewiesen sind, Anbieter zu erkennen, die hier mehr tun als andere. Deshalb ist es wichtig, die eigenen Beiträge zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz für die Gäste transparent zu machen. Eine Möglichkeit dies zu tun, ist es, sich um eine entsprechende Zertifizierung zu bemühen. Das ist nicht nur gut für die Außenkommunikation, sondern hilft auch dabei, die eigenen Aktivitäten zu strukturieren und liefert zusätzliche Anregungen. Leider gibt es hier nicht ein Label für alle, sondern sehr viele verschiedene, die untereinander nur eingeschränkt vergleichbar sind. Das erschwert dem Reisenden die Orientierung. ([Übersicht zu den bekanntesten Siegeln](#))

b) Entwicklung von Informations- und Erlebnisangeboten, die das Thema Klimawandel aufnehmen

Mit dem verstärkten Interesse der Menschen am Thema Klimawandel, ergeben sich Chancen für touristische Angebote, die speziell zum Thema Klimaanpassung entwickelt wurden und über den Klimawandel informieren. Solche Angebote nutzen das wachsende Interesse am Thema, um attraktive Angebote zu schaffen und sorgen gleichzeitig dafür, dass die Gäste mehr Verständnis für die mit dem Klimawandel einhergehenden Veränderungen gewinnen.

Ziel(e)

Erlebnisorientierte Angebote schaffen, die Wissen über den Klimawandel schaffen.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- [Wandern am Klimazukunft-Weg](#). Der Klimazukunft-Weg führt auf etwa 9 Kilometern in knapp 3 Stunden durch eine geschichtsträchtige Kulturlandschaft. Am Weg werden [Maßnahmen zur Anpassung für eine lebenswerte Zukunft](#) gezeigt. (Pöllauer Tal, Steiermark)

- Die [Moorwelten](#) liegen in der **Gemeinde Wagenfeld** und sind ein **Erlebniszentrum**, das gleichzeitig zum Klimawandel informiert. In der multimedialen Ausstellung taucht man ein in den faszinierenden Natur- und Lebensraum Moor, lernt seine Bewohner kennen und findet heraus, warum Moorschutz gleich Klimaschutz ist. Die Moorbahn bringt die Besuchenden zum Naturerlebnispfad "Moorpadd" und zu Wanderwegen im Neustädter Moor.
- Die [KlimaTour Teufelsmoor](#): Der 42 Kilometer lange Rundkurs führt entlang von 9 Klimapunkten durch die Welt des Klimawandels. Die Besucher erleben, inwiefern sich der Klimawandel auch in Niedersachsen bemerkbar macht, und welche Auswirkungen das Wirtschaften im Teufelsmoor für das Klima hat.
- [Klimawandel erlebbar machen](#): BAYSICS ist ein Verbundprojekt im Bayerischen Netzwerk für Klimaforschung. Mittels einer Webanwendung oder App können Beobachtungen zu Pflanzen, allergenen Arten, Baumgrenzen und Tieren selbst aufgenommen und dokumentiert werden.
- [Klimapfad Sande](#): Auf dem Klimapfad lässt sich die Kulturlandschaft der Marschen westlich des Jadebusens aus dem Blickwinkel „Klimawandel“ erleben.
- Im REGIONALE-Projekt [Klimaerlebniswelt Oerlinghausen](#) werden der Klimawandel in einem modularen Raumkonzept interaktiv dargestellt und Antworten auf Fragen der Klimafolgenanpassung erarbeitet. Die Gäste setzen sich während des Besuchs aktiv mit Anpassungsmöglichkeiten auseinander und gewinnen neue Erkenntnisse für ihren klimafreundlichen Alltag.
- Der [Erlebnispfad "Klimawandeln"](#) ist der erste Erlebnispfad Österreichs zum Thema Klimawandel - hier erfahren die Gäste des Naturparks fachlich fundiert und dennoch humorvoll aufbereitet, was Sie beitragen können, damit die Erde nicht ins Schwitzen gerät.
- [EnergieRoute im Aller-Leine-Tal](#) informiert Radurlauber an 44 Stationen über die Themen Klimawandel, Energiewende und nachhaltige Energienutzung und -gewinnung in der Region. Die abwechslungsreiche Tour entlang von historischen Wasserwerken und modernen Windkraft- und Solaranlagen kann mit einer Fahrt der klimaneutralen Solarfähre kombiniert werden. Hier erleben Gäste hautnah, wie die Themen Klima, Energiegewinnung und Nachhaltigkeit zusammengehören.
- In der [„Schule der Nachhaltigkeit“](#) in der Grube Samson St. Andreasberg im Harz wird Nachhaltigkeit am historischen Ort der Entstehung des Prinzip in Bergbau und Forstwirtschaft erklärt. Die Gäste erleben, wie saubere Energiegewinnung, Klimaschutz und Weltkulturerbe im Harz zusammengehören.

c) Steigende Mobilitätskosten

Sehr wahrscheinlich ist, dass (auch) der Klimawandel dazu führen wird, dass die Mobilitätskosten noch weiter steigen, so dass Urlaubsreisen an weit entfernte Ziele sehr teuer werden und die Gäste auch vor Ort nach Möglichkeiten suchen, um mit wenig Treibstoffkosten auszukommen.

Ziel(e)

Kurze Anreise in nahe gelegenen Quellmärkten kommunizieren und Angebote für die Mobilität vor Ort schaffen, die keine oder möglichst wenig Ressourcen verbrauchen.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Anreiseaufwand als Verkaufsargument im Marketing besonders in Nachbarbundesländern mitdenken.
- **Wander- und Radwege** ausbauen und mit attraktivem Mobiliar versehen (Rastplätze, Schutzunterstände, Ruhebänke, Spielplätze).
- **Touristische Buslinien entwickeln**, die speziell für die Kombination mit Wanderern und Radfahrern attraktiv sind.
- **BikeSharing-Angebote** für Tourismusregionen, die ähnlich organisiert sind wie in Großstädten (Rückgabe nicht zwangsläufig am gleichen Ort wie die Ausgabe)
- **CarSharing-Angebote** für Gäste mehr in den Fokus rücken und dabei auch die Kommunen einbinden.
- **E-Roller Sharing** für Tourismusregionen anbieten, die ähnlich organisiert sind wie in Großstädten (Rückgabe nicht zwangsläufig am gleichen Ort wie die Ausgabe) Beispiel: St Anton/Arlberg ab Sommer 2022
- **Gästekarte inkl. ÖPNV-Nutzung**

Weitere ausführliche Informationen und jede Menge guter Beispiele zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität in Urlaubsregionen finden Sie beispielsweise im Wegweiser „Nachhaltige Tourismusmobilität“ aus dem INTERREG V A Projekt „[Watten Agenda 2.0](#)“ und im [Leitfaden zu nachhaltiger Mobilität](#) aus Schleswig-Holstein.

d) Höhere Kosten für Energie, insbesondere fossile Energieträger

Durch den Klimawandel werden die Energiekosten auch allgemein, insbesondere für fossile Energieträger, steigen. Dadurch wird der Energieverbrauch touristischer Angebote zukünftig einen (noch)

stärkeren Einfluss auf den Produktpreis haben, als heute. Energieintensive Angebote werden deutlich teurer und verlieren dadurch an Attraktivität.

Touristische Leistungsträger, die frühzeitig darauf achten, den Energiebedarf ihrer Angebote gering zu halten, leisten damit eine Anpassung an die steigenden Kosten und können gleichzeitig in der Kommunikation gegenüber dem Gast ihr Verantwortungsbewusstsein im Klimaschutz belegen.

Ziel(e)

Energieverbrauch des touristischen Angebotes so weit wie möglich senken, ohne dass die Qualität des Angebotes negativ beeinträchtigt wird.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Für den Bereich Hotellerie und Gastronomie hat der [DEHOGA Bundesverband](#) eine eigene Internetseite zum Thema zusammengestellt, die zu vielen hilfreichen Dokumenten wie Leitfäden und Checklisten weiterführt.
- Wer ein Hotel plant oder ansiedeln möchte, kann von vorn herein einen Null-Energie-Verbrauch vorsehen. Vorbild kann z.B. das Boutiquehotel Stadthalle in Wien sein, das erste [Null-Energie-Bilanz Hotel](#) Europas. Darunter versteht man, dass im Hotel durch die Grundwasserwärmepumpe, die Photovoltaikanlage und die Solaranlage genauso viel Energie produziert wie verbraucht wird. Hinzu kommen weitere Maßnahmen, über die auf der Website berichtet wird.
- Wenn die Gäste über ihr energiesparendes Verhalten den Rechnungspreis beeinflussen können, sind sie motivierter, auf den eigenen Verbrauch zu achten. **Verbrauchsabhängige Preise** finden sich beispielsweise bei den meisten dänischen Ferienhäusern.
- In **Gebäuden gibt es viele [Ansatzpunkte zum Energiesparen](#)**: Richtig lüften, heizen und einrichten, abdichten und dämmen, Thermostatventile nutzen, wassersparende Armaturen einbauen, gedämmte Heizungs- und Wasserleitungen, Austausch defekter Komponenten. Ausführliche Tipps gibt die Deutsche Energieagentur.
- Auch bei der **Mobilität im Betrieb** lässt sich Energie sparen: Muskelkraft statt Motor: zu Fuß oder mit dem Rad, „normales“ Fahrrad statt E-Bike, Pkw-Fahrten reduzieren (seltener und kürzere Strecken), [sparsame Fahrzeuge](#) bevorzugen, Besetzungsgrad/Auslastung erhöhen, [verbrauchsarm fahren](#).

Ein positiver Nebeneffekt von Energiesparmaßnahmen ist, dass nicht nur Kosten gespart werden, sondern auch die Klimabelastung bzw. der CO₂-Ausstoß reduziert wird, d.h. durch die Anpassung trägt man aktiv zum Klimaschutz bei.

Auch durch die Verlagerung auf Erneuerbare Energien können – zumindest mittel- und langfristig – die Kosten gesenkt werden. Wer Erdwärme, Luftwärme bzw. Grundwasserwärme nutzt, investiert zwar

erstmal in die Wärmepumpe, spart langfristig aber Kosten ein. Das gleiche gilt auch bei Nutzung einer Photovoltaik-Anlage.

Empfehlenswert ist der Einsatz eines Energieberaters, der Ihnen maßgeschneiderte Tipps geben kann. Bis zu 80% der Kosten von Energieberatungen werden [staatlich gefördert](#).

Weitere Anregungen finden Sie im „Klimaanpassungscheck für touristische Betriebe“, der ebenfalls im Rahmen des TMN Projekts „Klimawandel anpacken“ erschienen ist.

e) **Veränderte Flora und Fauna**

Der Klimawandel wird dazu führen, dass sich die Tier- und Pflanzenwelt und z.T. auch das Landschaftsbild in den touristischen Destinationen verändert. Wärmeliebende und anpassungsfähige Pflanzen- und Tierarten können vom Klimawandel profitieren, hochspezialisierte und kälteliebende Arten könnten hingegen verstärkt unter Druck geraten. Bäume und Wälder unter Trockenstress werden anfälliger für Krankheiten und Schädlingsbefall. Aber auch für den Menschen gesundheitsgefährdende Organismen wie etwa krankheitsübertragende Zecken oder giftige Algen können zunehmen.

Ziel(e)

Kompetenz zu den Veränderungen in ihren Ursachen und Auswirkungen gewinnen, so dass man sie gegenüber den Gästen erklären und bei eigenen Entscheidungen berücksichtigen kann.

Ideen und Beispiele für eine gute Umsetzung:

- Ein gutes Beispiel für eine gelungene Informations- und Kommunikationsarbeit in diesem Sinne ist die Initiative [„Der Wald ruft“](#) des Harzer Tourismusverbandes.
- Weitere Informationen zu Veränderungen der Natur durch den Klimawandel finden sie u.a. unter:
 - [Alpenverein](#)
 - [Landesbund für Vogelschutz in Bayern](#): Veränderung der Tierwelt
 - [Landesbund für Vogelschutz in Bayern](#): Der Garten im Klimawandel
- Kundige Gesprächs- und Kooperationspartner finden sie im Übrigen auch in Umwelt- und Naturschutzverbänden, Forst- und Naturschutzbehörden sowie Schutzgebietsverwaltungen. Auch sie haben ein Interesse daran, die Bevölkerung über die Folgen des Klimawandels auf Flora und Fauna zu informieren. Eine Zusammenarbeit bietet sich hier an.

Eine besondere Situation findet sich in Parkanlagen, Gärten und touristisch genutzten Freigeländen etwa auf Spiel- oder Campingplätzen. Hier sollten die vorhersehbaren Veränderungen durch den Klimawandel bei Planung, Gestaltung, Bepflanzung und Pflege vorausschauend berücksichtigt werden.

- [Der Park der Gärten](#) in Bad Zwischenahn ist ein Musterpark für Klimaschutz und Klimaanpassung: Beispielhafte Wegebefestigungen, innovative Be- und Entwässerungssysteme, intelligentes Regenwassermanagement sowie klimaresistente Bepflanzungen zeigen Möglichkeiten für CO₂-Minderung und Klimaverbesserung in Park und Gärten zum Nachbauen.
- Mögliche Anpassungsmaßnahmen an die Folgen des Klimawandels auf Campingplätzen nennt der Maßnahmenkatalog aus dem [ECOCAMPING Projekt „CopingCamps“](#). Hier sind u.a. auch Hinweise zur Auswahl von geeigneten Bäumen enthalten.

Schließlich ist das Wissen um die Veränderungen aber auch eine wichtige Voraussetzung, um die Gäste bei Gefahren richtig informieren und ihnen nötigenfalls sachkundig helfen zu können. Hierzu finden sich ausführlichere Informationen im Abschnitt „Verantwortung für die Gäste übernehmen“ im Anpassungskompass, der ebenfalls im TMN Projekt „Klimawandel anpassen“ erschienen ist.

Bildnachweis:

Die Urheber- und/oder Nutzungsrechte an den Bildern liegen bei den folgenden Personen/Einrichtungen:

Titel / Seite 1 - Copyright: tomertu – [stock.adobe.com](https://www.stock.adobe.com)

Impressum

Herausgeber:

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH

Essener Straße 1

30173 Hannover

Telefon: (0511) 27 04 88 0

Email: info@tourismusniedersachsen.de

Internet: www.reiseland-niedersachsen.de

Auftraggeber:

Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

Referat 23 – Tourismus und Kreativwirtschaft

Friedrichswall 1

30159 Hannover

Bearbeitung / wissenschaftliche Begleitung:

adelphi research gGmbH

Alt-Moabit 91

10559 Berlin



dwif-Consulting GmbH

Marienstraße 19/20

10117 Berlin



Fresh Thoughts Consulting GmbH

Hütteldorfer Straße 215/29

1140 Wien



NIT - Institut für Tourismus-

und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH

Fleethörn 23,

D-24103 Kiel

