



Projekt: Nachhaltiger Tourismus in Deutschland –  
Praxisbeiträge und Empfehlungen der Verbände

### **Nachhaltiger Tourismus braucht Mobilität:** **Ein Handlungsfeld mit Nachholbedarf**

Förderung und Unterstützung von nachhaltigen Mobilitätsangeboten  
im Nahverkehr von ländlichen Regionen

#### **Zusammenfassung der digitalen Fachkonferenz am 26. März 2026**

Veranstalter: Ö.T.E. - LT&C e.V.  
Ökologischer Tourismus in Europa - Linking Tourism and Conservation  
und NaturFreunde Deutschlands e.V.  
mit dem Verbände-Arbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus“

Einführung/Keynote:

#### **Nachhaltige Mobilität im Tourismus: Zwischen Anspruch und Realität**

**Michael Müller-Görnert,**

Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD),

Verkehrspolitischer Sprecher, Fachgebietsleitung Mobilität

---

Jährlich unternehmen Deutsche rund 68 Millionen Urlaubsreisen, knapp 80 % davon ins Ausland. Die An- und Abreise erfolgt überwiegend mit dem Pkw oder dem Flugzeug; insbesondere bei Inlandsreisen dominiert weiterhin der Pkw, während Bahn und Bus nur eine untergeordnete Rolle spielen. Insgesamt verursacht der Tourismus etwa 9 % der globalen Treibhausgasemissionen, wobei rund drei Viertel auf die An- und Abreise sowie die Mobilität vor Ort entfallen. Die Reiseanalyse 2025 zeigt zudem, dass das Mobilitätsverhalten im Urlaub stark durch Alltagsroutinen geprägt ist: Wer im Alltag häufig das Auto nutzt, greift auch auf Reisen bevorzugt darauf zurück. Temporäre Maßnahmen wie das 9-Euro-Ticket konnten in diesem Kontext positive Impulse setzen.

Gleichzeitig besteht eine deutliche Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten: Zwar befürworten etwa zwei Drittel der Bevölkerung nachhaltiges Reisen, doch spielt Nachhaltigkeit nur in 3-5 % der Fälle eine entscheidende Rolle bei der Verkehrsmittelwahl. Ausschlaggebend bleiben vor allem Reisezeit, Kosten und Komfort. Die Ursachen für diese Lücke liegen insbesondere in praktischen und psychologischen Faktoren: Nachhaltige Mobilitätsoptionen

sind häufig komplexer, weniger komfortabel und schlechter integriert. Hinzu kommen Gewohnheiten, Bequemlichkeit sowie eine ausgeprägte Alltagsabhängigkeit vom Auto; mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzt den öffentlichen Verkehr nicht regelmäßig.

Die zentrale Herausforderung besteht daher darin, nachhaltige Mobilitätsangebote so zu gestalten, dass sie in den entscheidenden Dimensionen wettbewerbsfähig sind und nicht als Verzicht wahrgenommen werden. Die Transformation hin zu einer nachhaltigeren touristischen Mobilität erfordert vor allem strukturelle Rahmenbedingungen und eine gezielte Angebotsgestaltung. Tourismusdestinationen und Anbieter sind gefordert, entsprechende Optionen aktiv zu fördern, sichtbar zu machen und kommunikativ zu begleiten. Dazu zählen insbesondere der Ausbau des öffentlichen Verkehrs und der Ladeinfrastruktur, transparente Informationen zur klimafreundlichen Anreise sowie integrierte Mobilitätsangebote vor Ort, etwa durch Abholservices oder Gästekarten für die kostenlose ÖV-Nutzung.

Ergänzend sind politische Rahmenbedingungen auf nationaler und europäischer Ebene weiterzuentwickeln. Dazu gehören unter anderem eine familienfreundlichere Ausgestaltung des Deutschlandtickets, vergünstigte Jugend- und Sozialtarife, der Ausbau der Bahninfrastruktur, der Abbau klimaschädlicher Subventionen sowie eine EU-weite Luftverkehrsabgabe.

Fazit: Bei konkreten Reiseentscheidungen rangiert Nachhaltigkeit deutlich hinter Kriterien wie Reisezeit, Kosten und Komfort. Entsprechend gilt es, die individuellen Vorteile nachhaltiger Mobilität stärker herauszustellen, bestehende Potenziale konsequent zu nutzen und niederschwellige, flexible Angebote zu schaffen. Ziel sollte es sein, auch autoaffine Zielgruppen zu erreichen und zumindest für die Mobilität vor Ort zum Umstieg zu bewegen. Elektrische Antriebe können hierzu beitragen, im Zentrum sollte jedoch die Stärkung des öffentlichen Verkehrs stehen. Eine konsequente Nutzer\*innenorientierung ist dabei ebenso entscheidend wie geeignete politische Rahmenbedingungen. Reine Bewusstseinsbildung erweist sich hingegen als nur begrenzt wirksam – der Handlungsbedarf bleibt entsprechend hoch.

Diskussionsbeiträge:

- Ergänzende Fachveranstaltung zum Flugverkehr: <https://vcoe.at/projekte/vcoe-veranstaltungen/detail/vcoe-fachveranstaltung-flugverkehr-auf-klimakurs-bringen>
- Der Naturtrip Ausflugsplaner zeigt, welche Ausflugsziele in einer Region bequem mit Bus & Bahn erreichbar sind (max. 2 Umstiege und 20 min Fußweg): <https://www.naturtrip.travel/>
- Aktuelle Daten zur touristischen Nachfrage (Verkehrsmittelnutzung auf S. 7): <https://reiseanalyse.de/downloadbereich/erste-ergebnisse>
- Die Studie „Grüner Alltag, grüner Urlaub?“ der NaturFreunde NRW bestätigt: Nachhaltiges Verhalten im Tourismus ist weniger eine Frage der Einstellung als der Rahmenbedingungen. Entscheidend sind geeignete politische und infrastrukturelle Voraussetzungen, die nachhaltiges Reisen überhaupt erst ermöglichen. Die Auswertung gibt es hier zum Download: [www.naturfreunde-nrw.de/nahtour-forschungsstudie](http://www.naturfreunde-nrw.de/nahtour-forschungsstudie)
- Hier treffen sich gerade Aktivismus und Tourismus (Sylt, Widerstands-Kollektiv):

<https://www.spiegel.de/panorama/null-euro-ticket-aktivisten-wir-kennen-die-loesung-alle-kostenlos-oepnv-spiegel-tv-a-e6c829dd-6329-49e3-90d5-1752324825f1#tJSVx>

- Dienstwagen als mögliche „Bubble-Wahrnehmung“?
  - o Konkrete Zahlen relativieren das: Minderheit hat Dienstwagen, aber intensive Nutzung auch privat, insbesondere für Urlaubsreisen, 34 % würden sonst auf die Bahn umsteigen.
  - o Praktisches Hindernis: Abrechnung von Reisekosten mit privatem Pkw z.T. einfacher als bei ÖV.
- Die „Automobile“-Erholung wurde seit der breiten Auto-Mobilisierung der Gesellschaft ab den 50 Jahren bedient, organisiert, ausgebaut und attraktiv im Marketing platziert - dies zu ändern geht nicht von heute auf morgen und bedarf zuallererst einer Veränderung der Bilder in unseren Köpfen und anschließend einer Veränderung der Angebote, der Organisation und des Marketings. Aber - das Auto wird bleiben!
- In der Stellungnahme des ZENAT wird u.a. die Mobilitätsstrategie der neuen „Nationalen Tourismusstrategie“ der Bundesregierung kritisiert:  
[https://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Nationale Tourismusstrategie Stellungnahme ZENAT Versand.pdf](https://www.zenat-tourismus.de/images/pdf/Nationale_Tourismusstrategie_Stellungnahme_ZENAT_Versand.pdf)
- Positiv kommunizieren! ÖV bietet z. B. bei Streckentouren von A nach B mehr Freiheiten. Streckentouren, wo aus den Fahrplandaten bekannt ist, dass der User einfach mit Bus & Bahn zum Tour-Start kommt und es am Tour-Ende eine gute Verbindung zurück zur Unterkunft / Heimatort gibt, können besonders hervorgehoben werden.
- Neben der An- und Abreise mit dem Pkw spielt das Thema Wohnmobile eine zunehmende Rolle, die ja auch für Rundfahrten in den Destinationen genutzt werden. Im gewissen Umfang sind auch Motorboote in ländlichen Räumen relevant, die größere Strecken (jenseits ihres Heimathafens) zurücklegen. Hier ergeben sich neue Herausforderungen und Handlungsfelder für Destinationen.

Der Vortrag von **Michael Müller-Görnert** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **Herausforderungen und Lösungsansätze einer Mobilität für alle in ländlichen Räumen**

**Dr.-Ing. Melanie Herget,**

Universität Kassel, Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrssysteme

---

In ländlichen Destinationen und Räumen, die sich durch sehr unterschiedliche topografische und siedlungsstrukturelle Bedingungen auszeichnen, leben in Deutschland über 30 Millionen Menschen. Große Distanzen und heterogene Strukturen erschweren hier in der Regel den wirtschaftlichen Betrieb klassischer öffentlicher Verkehrssysteme erheblich, sodass der Pkw weiterhin das dominierende Verkehrsmittel bleibt. Gleichzeitig steigen im Zuge des sozio-ökonomischen Wandels die Mobilitätsanforderungen sowohl der lokalen Bevölkerung als auch der Gäste.

Neben strukturellen Herausforderungen - etwa der eingeschränkten Anbindung an den Fernverkehr, großen Entfernungen und teils unzureichender digitaler Infrastruktur - stehen ländliche Mobilitätsangebote auch unter erheblichem finanziellem Druck. Hohe Kosten pro

Fahrgast, die Abhängigkeit von befristeten Förderprogrammen sowie das Erfordernis einer kritischen Nachfragemasse für langfristig tragfähige und für private Investoren attraktive Angebote begrenzen die Entwicklungsmöglichkeiten. Die Transformationspotenziale variieren dabei stark in Abhängigkeit vom jeweiligen Raumtyp sowie sozioökonomischen Faktoren wie Bildungsniveau und Einkommensstruktur. Zielgerichtet müssen insbesondere die hohen Emissionen der Fernpendler adressiert werden. Grundsätzlich gilt: Differenzierte Lösungen sind nötig, wobei soziale Teilhabe nicht gegen Klimaschutz ausgespielt werden darf.

Fazit: In der Praxis dominiert oft der PKW als „Alleskönner“, da das Gesamtverkehrsmittel durch die längste Strecke bestimmt wird und Einzellösungen häufig an bruchstückhaften Übergängen scheitern. Ein erfolgreicher Wandel erfordert daher ein integriertes Gesamtkonzept, das wichtige Aktivitäten und Ziele bündelt (Wegekette: Unterkunft - Gastronomie - Attraktion) und den öffentlichen Verkehr im ländlichen Raum durch Taktverkehre (Plus-Bus-System) sowie flexible Ergänzungen wie On-Demand-Angebote und Sammeltaxis stärkt. Ergänzend sind touristische Gästetickets, Car-/Bikesharing und eine saisonale Ausrichtung (Wander-/Skibusse) essenziell.

Flankierend muss eine Strategie zur Verkehrsvermeidung durch dezentrale Versorgung und lokale Dienste verfolgt werden. Die Finanzierung der Mobilitätswende erfordert zukünftig neben einer erweiterten Haushaltsfinanzierung auch neue Wege der Nutznießerfinanzierung, etwa durch Jobtickets oder Kurbeiträge für ÖPNV-Gästekarten. Mutige Regionen sind gefragt, um Gesetzesänderungen aktiv umzusetzen. Mit Blick auf den Klimaschutz und den ab 2028 geplanten neuen Emissionshandel (ETS-2) werden Maßnahmen wie „Social Leasing“ für E-Räder, umstiegsfreie Bahnanbindungen, Radverkehrs-Netzplanung und Shared-Mobility-Angebote empfohlen.

#### Diskussionsbeiträge:

- Mobilität wird oft als Belastung durch Staus und Baustellen wahrgenommen. Um die Lebens- und Aufenthaltsqualität zu steigern, sollte die Relevanz der Nahmobilität im Alltag sowie im Tourismus stärker betont werden. Ziel ist es, Entspannung und Stressfreiheit in den Fokus zu rücken: kurze Wege und eine einfache Erreichbarkeit werden so zu zentralen Faktoren für echte Erholung.
- Social Media prägt stark sogenannte „Sehnsuchtsorte“ und beeinflusst damit Reiseentscheidungen.
- Mitfahrbänke:
  - o Kritik: Problem der fehlenden Rückfahrt von Zielorten, Sicherheitsbedenken bei der Nutzung
  - o Oft größerer Effekt als Sitzgelegenheit im öffentlichen Raum als echte Mobilitätslösung
  - o Studie der Uni Frankfurt:  
[https://www.frankfurt-university.de/fileadmin/standard/Hochschule/Fachbereich\\_1/FFin/Neue\\_Mobilitaet/Veroeffentlichungen/2020/Schlussbericht\\_Mitfahrbaenke\\_19-12-09.pdf](https://www.frankfurt-university.de/fileadmin/standard/Hochschule/Fachbereich_1/FFin/Neue_Mobilitaet/Veroeffentlichungen/2020/Schlussbericht_Mitfahrbaenke_19-12-09.pdf)
- Thema auch literarisch aufgegriffen (z. B. Roman: Juli Zeh, *Unter Leuten*), zeigt gesellschaftliche Relevanz.

Der Vortrag von **Dr.-Ing. Melanie Herget** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **Von der Landesinitiative zur regionalen Umsetzung: Wie touristische Mobilitätsprojekte vor Ort wirksam werden**

**Nina Dahlhaus,**

Tourismus NRW e.V., Projektleiterin Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW

---

Das Projekt Nachhaltigkeitswerkstatt.NRW wird von Tourismus NRW e.V. als Projektträger umgesetzt und im Rahmen eines EFRE-geförderten Vorhabens von 2024 bis 2026 mit insgesamt 1,8 Mio. Euro finanziert. Ziel ist die Entwicklung modellhafter, nachhaltiger Reiseangebote, die als Transfer- und Inspirationsbeispiele für andere Regionen in Nordrhein-Westfalen dienen.

In der Analysephase zeigte sich, dass viele Regionen bereits über ein breites Spektrum an Mobilitätslösungen verfügen - von Carsharing über On-Demand-Dienste bis hin zu touristisch spezialisierten Angeboten. Die zentrale Herausforderung liegt jedoch weniger im Angebot selbst als vielmehr in dessen Nutzung, Sichtbarkeit und Verstärkung.

Ein wesentliches Ergebnis der Analyse ist die hohe Bedeutung verhaltensbezogener Faktoren: Rund 80 % der Mobilitätsentscheidungen werden durch individuelles Verhalten geprägt, nur etwa 20 % durch die physische Infrastruktur. Für nachhaltige Destinationsentwicklung folgt daraus, dass Kommunikationsstrategien und verhaltensorientierte Ansätze stärker in den Mittelpunkt rücken müssen. Häufig scheitert die Nutzung bestehender Angebote schlicht daran, dass sie nicht ausreichend bekannt oder verständlich sind.

In Nordrhein-Westfalen wird daher besonderer Wert auf Wissensmanagement gelegt. Mit Hilfe von Kommunikationslaboren und systematischen Evaluationen werden Regionen befähigt, eigenständig innovative Lösungen zu entwickeln. Die Analyse von Best-Practice-Ansätzen zeigt, dass erfolgreiche Umsetzung meist nicht auf großen Investitionen beruht, sondern auf der intelligenten Kombination vieler kleiner, strategischer Maßnahmen.

Konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis sind:

- Entwicklung von ÖPNV-Kits für Tourist-Informationen, Hotels und Kongressveranstalter
- Konsequenz „ÖPNV first“ in der Gästesprache umsetzen, z. B. durch die Verlagerung von Ausgangspunkten für Wanderungen an Haltestellen statt Parkplätze
- Gestaltung integrierter Reiseangebote mit ÖPNV-Bezug, ergänzt durch digitale Gamification-Elemente wie Stempelkarten zur Förderung nachhaltiger Mobilitätsentscheidungen
- Nutzung sozialer Normen: Mobilitätsangebote sind besonders wirksam, wenn sie als selbstverständlich, niedrigschwellig und nahtlos in den Urlaubsalltag integriert wahrgenommen werden.

Dass wirkungsvolle Kommunikation nicht zwangsläufig kostenintensiv sein muss, zeigen Kampagnen wie „Bahn!Boom!Bang!“. Hier werden Bahnreisen als nachnutzbare Erlebnisse aufbereitet und über Social Media, das NRW-Magazin sowie Influencer-Kooperationen national und international verbreitet.

Fazit: Da politische Handlungsspielräume auf Landesebene strukturell begrenzt sind, gewinnen regionale und lokale Ansätze weiter an Bedeutung. Hier liegt die zentrale Gestaltungsverantwortung, um Mobilität vor Ort nachhaltig, nutzerorientiert und klimafreundlich zu verankern.

Der Vortrag von **Nina Dahlhaus** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

### **Förderung des Radverkehrs im ländlichen Raum: ADFC-RadReiseRegion „Inn-Salzach“**

**Josef Geisberger,**

Tourismusverband Inn-Salzach, Geschäftsführung, Projektmanagement Rad

---

Das Beispiel der ADFC-RadReiseRegion Inn-Salzach zeigt, wie ein umfassendes Infrastruktur- und Qualitätsprojekt die Fahrradmobilität im ländlichen Raum transformieren kann. Mit einem Netz von rund 1.500 Kilometern und 24 Themenrouten wurde eine strukturelle Antwort auf zuvor erhebliche Defizite in der Beschilderung und Nutzerführung gegeben. Zu den wesentlichen Zielen des Projektes zählten eine überregional sichtbare Positionierung, die Erarbeitung eines einheitlichen Radwegenetzes, durchgängige Wegweisung nach FGSV-Richtlinien, die Verbesserung der Radverkehrsinfrastruktur, die Etablierung eines Qualitätsmanagements sowie die Zertifizierung zur ADFC-RadReiseRegion. Die Umsetzung erfolgte zwischen 2016 und 2020 im Rahmen eines LEADER-geförderten Projekts mit einem Gesamtvolumen von rund 750.000 Euro.

Die Initialphase des Projekts war geprägt von einer umfassenden Grundlagenermittlung und einer detaillierten GIS-Voranalyse, um eine belastbare Datenbasis zu schaffen. Parallel dazu stand der partizipative Prozess im Fokus: Im Rahmen von Auftaktveranstaltungen und intensiven Dialogen mit politischen Entscheidungsträgern wurden die Weichen gestellt, wobei die Lokalen Aktionsgruppen (LAGs) eine Schlüsselrolle bei der regionalen Verankerung spielten. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die spätere Qualitätsgarantie war die frühzeitige Einbindung des ADFC, um die Kriterien für die Zertifizierung als „RadReiseRegion“ von Beginn an in die Planung zu integrieren.

Im weiteren Projektverlauf folgte die detaillierte Bestandsaufnahme vor Ort. Durch systematische Befahrungen und Analysen wurden die Radinfrastruktur sowie relevante Point-of-Interest-Daten (POI) erfasst und in eine präzise Kartografie überführt. Ein Kernstück der Umsetzung bildete die professionelle Beschilderungsplanung inklusive der grafischen Gestaltung individueller Routenlogos für die Themenwege. Um den Servicegedanken digital zu erweitern, wurde ein QR-Code-System implementiert, das Nutzer direkt auf eine Landingpage mit Echtzeit-Informationen zu Gastronomie, Beherbergung und Radservice führt. Flankiert wurden diese Maßnahmen durch die Herausgabe klassischer Radkarten, die trotz Digitalisierung immer noch rege nachgefragt werden.

Nach dem Projektabschluss rückt das kontinuierliche Qualitätsmanagement in den Mittelpunkt. Um den erreichten Standard dauerhaft zu sichern, wurde ein System mit ehrenamtlichen Fahrradwegepaten etabliert, das zweimal jährliche Kontrollen vorsieht. Die Koordination zwischen Wegepaten, Kommunen und Bauhöfen stellt dabei eine fortwährende

kommunikative Herausforderung dar. Dieser ständige Aufwand ist jedoch essenziell, um die Infrastrukturqualität auf hohem Niveau zu halten und die Nachhaltigkeit der Investitionen sowie das Vertrauen der Nutzer langfristig zu gewährleisten.

Fazit: Das Projekt generiert einen signifikanten regionalen Mehrwert, der weit über den reinen Tourismus hinausreicht. So führt die gesteigerte Attraktivität zur Erschließung neuer internationaler Zielgruppen, insbesondere aus den fahrradaffinen Niederlanden. Zudem stößt das Projekt eine nachhaltige Mobilitätswende an, da ein positiver „Abfärbefekt“ des touristischen Radverkehrs auf die alltägliche Mobilität der Bewohnerinnen und Bewohner zu beobachten ist. Damit einher geht ein langsamer, aber stetiger Bewusstseinswandel, der das lokale Mindset nachhaltig zugunsten einer klimafreundlichen Fortbewegung verändert.

Diskussionsbeiträge:

- Qualitätsmanagement ist ein dauerhaftes Thema.
- Evaluation ist wichtig: Welche Wirkungen haben die Angebote? Wie läuft die Zusammenarbeit von Tourismus und Alltags-Radverkehr? Dazu ist ein ständiger Austausch erforderlich (z. B. Radwegemängelmelder, geführte Touren, „Stadtradeln“).
- Kommunikation der Oberflächenbeschaffenheiten für die spezifischen Zielgruppen (Rennrad, Gravel etc.) wird immer wichtiger. Bisher Konzentration auf klassische Tourenradfahrer, seit kurzem auch Rennrad und soll ausgebaut werden, Routen sollten nach Zielgruppen differenziert werden.

Der Vortrag von **Josef Geisberger** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **ÖPNV-First**

### **wie Verkehrsunternehmen und Touristiker\*innen die Gäste zum Umstieg bewegen**

**Tino Richter,**

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V., Geschäftsführung

---

Mit dem Ansatz „ÖPNV-First“ verfolgt die Sächsische Schweiz eine konsequente strategische Ausrichtung, bei der der öffentliche Verkehr ins Zentrum aller touristischen Angebote gestellt wird. In der Umsetzung liegt der Fokus auf einer klaren Kommunikation der Anreise mit Bus und Bahn - etwa durch gezielte Informationsmaterialien und die Hervorhebung der Vorteile der Gästekarte -, während andere Verkehrsmittel bewusst nachrangig behandelt werden.

Da klassische Liniennetzpläne für Gäste oft schwer verständlich sind, wurde gemeinsam mit Verkehrspartnern eine nutzerfreundliche, touristisch ausgerichtete Variante entwickelt, in der relevante Linien und Ziele hervorgehoben werden. Ergänzend wurden Schulungsangebote für touristische Betriebe etabliert, darunter Tourismustreffs und Online-Formate, um Wissen zum ÖPNV-Angebot zu vermitteln. Auch die stärkere Integration der Gästekarte „Sächsische Schweiz mobil“ in die Hotelkommunikation ist vorgesehen.

Ein weiterer Baustein ist die Entwicklung konkreter Angebote, wie Wandertipps, die gezielt auf ÖPNV-Anbindungen abgestimmt sind und aktiv an Leistungsträger weitergegeben

werden (z. B. Wandern auf einem Fernwanderweg mit mehreren Etappen und einer einzigen Unterkunft).

Innovative Kommunikationsmaßnahmen umfassen unter anderem Wettbewerbe zur Gestaltung von Bushaltestellen sowie den verstärkten Einsatz sozialer Medien zur Bewerbung der Gästekarte, die ab Sommer 2026 auch digital verfügbar sein soll. Eine Gästebefragung hat ergeben, dass durch die Gästekarte doppelt so viele Gäste den ÖPNV nutzen. Auch von den Gastgebern gab es dazu ein positives Feedback. Eine zentrale Herausforderung bleibt jedoch die Ansprache von Tagesgästen, da diese weniger gut über bestehende Informations- und Angebotsstrukturen erreicht werden als Übernachtungsgäste.

Diskussionsbeiträge:

- Gästekarte ist die Basis, man muss den Gästen entgegenkommen, Nutzung muss einfach sein, spezifische Wanderangebote sinnvoll, Informationsbedarf der Gäste muss gedeckt werden, Dichte an Bushaltestellen und Linien ist auch wichtig.
- Beispiele aus anderen Regionen:
  - o Rhön: [www.rhoen.info/mobil-vor-ort](http://www.rhoen.info/mobil-vor-ort)
  - o Nordbayern: [www.vgn.de/freizeit](http://www.vgn.de/freizeit)
  - o Oberallgäu: [www.badhindelang.de/urlaubs-upgrade/digitaler-gaestepass](http://www.badhindelang.de/urlaubs-upgrade/digitaler-gaestepass)

Der Vortrag von **Tino Richter** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **Verkehrsinnovation im ländlichen Raum: Chancen durch KI für die Tourismusbranche**

**Dr. Christian Weidemüller,**  
ioki GmbH, Head of Mobility Analytics

---

Künstliche Intelligenz (KI) revolutioniert die Analyse und Planung von Mobilitätssystemen, insbesondere durch den Einsatz digitaler Zwillinge. Diese virtuellen Abbilder simulieren Verkehrsströme, analysieren Nachfrage und optimieren Angebotsstrukturen, was die Entwicklung flexibler On-Demand-Systeme als ideale Ergänzung zum ÖPNV - vor allem im ländlichen Raum - ermöglicht.

Für Destinationen bietet dies signifikante Mehrwerte: Neben der Förderung nachhaltiger Mobilität und dem Abbau von MIV-Abhängigkeit (Motorisierter Individualverkehr) steigen Planbarkeit, Flexibilität, Bequemlichkeit und die Angebotsbreite für alle Nutzergruppen. Langfristig führt dies zu höherer wirtschaftlicher Effizienz, gesteigerter Gästezufriedenheit und einer verbesserten Lebensqualität.

Diskussionsbeiträge:

- Grundlage der Daten sind entweder anonymisierte Daten durch Befragungen oder fiktive Wege und Daten von Personen. Es werden keine Daten von trackenden Apps verwendet.
- Bei der Modellierung der Daten werden auch weiche Faktoren, z. B. Gewohnheiten oder Vorlieben berücksichtigt.

- Der Nutzen einer solchen Mobilitätsanalyse orientiert sich an der Problemlage der Destination nicht an ihrer Größe.

Der Vortrag von **Christian Weidemüller** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

### **EMMI-MOBIL in Bad Hindelang im Allgäu:**

#### **Mobilität im ländlichen Raum ab der Haustür – für Gäste und Einheimische**

**Leonhard Zeller,**

„Komm mit“ Morent GmbH & Co. KG

---

Das Projekt EMMI-MOBIL in Bad Hindelang ist ein wegweisendes Beispiel für nachhaltige, ländliche Mobilität. Ziel des Projektes ist es, insbesondere die erste und letzte Meile zu schließen und so eine echte Alternative zum privaten Pkw zu schaffen. Grundlage bildet ein On-Demand-System auf Basis der ioki-Technologie, das mit virtuellen Haltestellen, intelligenter Routenoptimierung und Ridepooling arbeitet.

Im gesamten Gemeindegebiet stehen rund 180 virtuelle Haltepunkte zur Verfügung, sodass Gäste in der Regel nur 200 bis 300 Meter Fußweg haben. EMMI-MOBIL fungiert als flexible Ergänzung zum klassischen ÖPNV, verzichtet auf feste Fahrpläne und Linien und bindet auch abgelegene Ortsteile nahtlos an. Dadurch werden bestehende Angebotslücken geschlossen und die Abhängigkeit vom eigenen Auto deutlich reduziert.

Das Angebot ist für Gäste kostenfrei und wird auch von Einheimischen genutzt. Es setzt gezielt Anreize für eine klimafreundliche Anreise und trägt zur Entlastung von Verkehr und Parkplatzsituation bei. Durch Ridepooling werden Fahrten gebündelt und Emissionen reduziert; insgesamt konnten die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich deutlich gesenkt werden.

Die bisherigen Ergebnisse zeigen eine hohe Akzeptanz: steigende Fahrgastzahlen, sehr positive Bewertungen sowie rund 235.000 eingesparte Pkw-Kilometer bei knapp 100.000 Fahrgästen. Die durchschnittliche Wartezeit liegt bei etwa acht Minuten. Neben touristischen Nutzern profitieren auch Einheimische, insbesondere Menschen ohne Führerschein; ihr Anteil liegt bei rund zehn Prozent. Für ältere Bürgerinnen und Bürger (Ü80) bestehen zusätzliche Angebote wie telefonische Buchung und Tür-zu-Tür-Bedienung. Das System wird kontinuierlich weiterentwickelt und an Nutzerbedürfnisse angepasst, etwa durch verlängerte Betriebszeiten bis 22 Uhr.

Fazit: Im touristischen Kontext gilt EMMI-MOBIL als zukunftsweisend, da es ökologische und soziale Aspekte miteinander verbindet. Herausforderungen bestehen weiterhin im Erklärungsbedarf digitaler Anwendungen sowie in der Anpassung bestehender Strukturen an touristische Anforderungen. Insgesamt wird das Projekt als dynamisches, lernendes System verstanden, das fortlaufend optimiert werden muss, um langfristig erfolgreich zu sein.

Diskussionsbeiträge:

- Funktioniert in dieser kleinen Region mit nur 2 Fahrzeugen: 2 Schichten von 8-17 und 17 bis 22 Uhr, Pool mit 12 Fahrern, 1 Vollzeit, Rest Teilzeit.

- Unterschied zum Taxiverkehr? Taxis eher in benachbarten Städten, in Hindelang nicht mehr vorhanden. Preise wie im Linienbus (mit Aufschlag).
- Rechtliche Grundlage: Gemäß § 44 PBefG direkt in den ÖPNV integriert, genehmigungspflichtig, Teil des Nahverkehrsplans
- Kosten / Finanzierung: Umlagefinanziert über Gästekarte und Landratsamt, Kommune trägt einen Teil, bringt Wirtschaftsleistung, Bürger kaufen Bürgerkarte, wo freies Parken und Emmi inkludiert ist, erweiterbar um weitere Services.

Der Vortrag von **Leonhard Zeller** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **SMILE24:**

### **Einwohner\*innen und Tourist\*innen rund um die Uhr mobil – ohne eigenes Auto**

**Hannah Bahr,**

Nahverkehrsverbund Schleswig-Holstein GmbH, NAH.SH

---

Das Modellprojekt SMILE24 hat in der Region an der Schlei ein innovatives Mobilitätssystem etabliert, das durch die Kombination von Linienverkehren, On-Demand-Angeboten und Sharing-Optionen eine durchgehende 24/7-Erreichbarkeit im ländlichen Raum sicherstellt. Mit einem Fördervolumen von 40 Millionen Euro gelang es in relativ kurzer Zeit von Anfang 2024 (operativer Projektbeginn) bis heute, die touristische und alltagsbezogene Mobilität trotz geografischer Hindernisse deutlich zu flexibilisieren. Seit Januar 2026 wird das Projekt nicht mehr als zeitlich begrenztes Modell, sondern in einer angepassten Form in den regulären ÖPNV der beteiligten Kreise überführt.

Ein zentrales Ergebnis ist die messbare Steigerung der ÖPNV-Akzeptanz: So verdoppelte sich der Anteil der Gäste, die Bus und Bahn für Ausflüge nutzen, innerhalb von vier Jahren von 5 auf 9 %. In der breiten Bevölkerung konnte die soziale Teilhabe sowie die Selbständigkeit gestärkt werden, wobei insbesondere Expressbusse für Arbeitswege und der flächendeckende On-Demand-Verkehr positiv hervorstechen.

Die Auswertung zeigt jedoch auch, dass die Gesamtnutzung mit unter 10 % noch Ausbaupotenzial bietet. Nutzer bevorzugen dabei klare, direkte Verbindungen ohne Umwege. Ein wesentlicher Lerneffekt des Projekts ist, dass der Umstieg auf multimodale Systeme neben einer stimmigen Infrastruktur vor allem Zeit, Erklärungsarbeit und verlässliche Umfeldbedingungen erfordert.

Die wissenschaftliche Begleitung durch die Universität Hamburg unterstreicht, dass eine hohe Nutzerzufriedenheit der entscheidende Treiber für die Nachfrage ist. Für den Erfolg funktionaler Wegekettensysteme ist jedoch eine enge, institutionenübergreifende Zusammenarbeit sowie die Verlässlichkeit langfristiger Angebote unerlässlich. Ein technisches Optimierungspotenzial besteht weiterhin bei der digitalen Vernetzung: Die vollständige Integration in eine einheitliche Plattform wurde bislang nur teilweise erreicht, sodass parallele Anwendungen bestehen bleiben.

Nach dem Ende der Projektlaufzeit wird das System auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse angepasst. Während Carsharing aufgrund mangelnder Nachfrage eingestellt wird, liegt der

Fokus künftig auf dichteren Taktungen im Regionalverkehr - mit einem garantierten Stundentakt auch am Wochenende -, einem optimierten On-Demand-Betrieb sowie der Fortführung des Bikesharing-Angebots.

Fazit: Nachhaltige Mobilität muss konsequent nutzerzentriert gedacht werden, wobei zufriedene Nutzer als wichtige Multiplikatoren fungieren. Kurzfristige Förderzeiträume - in diesem Fall 3 Jahre - reichen oft nicht aus, um tiefgreifende und dauerhafte Verhaltensänderungen in der Bevölkerung zu festigen.

Der Vortrag von Hannah Bahr kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

### **Frag SchwarzwaldMarie:**

#### **Das digitale Rückgrat für nachhaltige Mobilität im Schwarzwald**

**Christoph Kunz,**

Schwarzwald Tourismus GmbH, Leitung Marketing und Digitales

---

Mit der digitalen Plattform „Frag SchwarzwaldMarie“ wurde ein zentrales Instrument vorgestellt, das touristische Erlebnisse und Mobilität im Schwarzwald nahtlos miteinander verknüpft. Hinter dem Projekt steht das Ziel, die Emissionen in der Region zu senken und Gäste durch digitale Befähigung zu einer nachhaltigen Fortbewegung vor Ort zu motivieren.

Technologisch baut die Anwendung auf bewährten Strukturen wie der KONUS-Gästekarte und dem Datenmanagementsystem „mein.toubiz“ auf. Seit 2024 markiert die Plattform einen Meilenstein in der Digitalisierung: Sie bündelt über 100.000 Datensätze aus 321 Kommunen. Nutzer erhalten so einen gebündelten Zugriff auf Echtzeitdaten zu Mobilitätsangeboten sowie detaillierte touristische Informationen zu Preisen, Öffnungszeiten oder aktuellen Wegesperrungen.

Die Plattform zeichnet sich durch eine intuitive Nutzerführung aus, die Medienbrüche vermeidet. Neben der Planung kompletter Wegeketten und der Integration der digitalen KONUS-Karte unterstützt ein KI-basierter Chatbot die Gäste bei individuellen Anfragen oder der Erstellung von Tourenvorschlägen. Für die Zukunft ist zudem ein Routing-System geplant, das gezielt nachhaltige Wegeoptionen priorisiert.

Die Anwendung ist seit 2022 als App und Webversion verfügbar und wurde bis Ende 2025 rund 40.000 Mal heruntergeladen. In der praktischen Umsetzung zeigen sich jedoch weiterhin Herausforderungen, insbesondere durch unzureichende Netzabdeckung in ländlichen Räumen, die die Nutzung digitaler Angebote einschränken kann.

Diskussionsbeiträge:

- Vorabinformations ist gut, aber Angebote vor Ort müssen auch passen.
- Rückfahrtmöglichkeiten muss auch angezeigt werden, damit die User sicher sein können, dass man auch ohne Auto wieder zurückkommt.
- Datenübermittlung: ÖPNV-Daten werden direkt von den Verkehrsträgern über Schnittstelle eingespielt.

Der Vortrag von **Christoph Kunz** kann unter [diesem Link](#) eingesehen werden.

## **Gesamtfazit der Fachkonferenz:**

Die Konferenz hat deutlich gemacht, dass nachhaltiger Tourismus ohne eine grundlegende Veränderung der Mobilität nicht realisierbar ist. Obwohl die Bedeutung des Themas seit Jahren bekannt ist, bleibt die praktische Umsetzung bislang hinter den Anforderungen zurück. Besonders augenfällig ist die Diskrepanz zwischen Haltung und Verhalten: Nachhaltiges Reisen wird zwar mehrheitlich befürwortet, spielt bei der konkreten Verkehrsmittelwahl jedoch weiterhin eine untergeordnete Rolle. Ausschlaggebend sind nach wie vor Zeit, Kosten und Komfort - und genau hier liegt der entscheidende Ansatzpunkt.

Ein zentrales Ergebnis aller Beiträge ist, dass nachhaltige Mobilität weniger an fehlenden Konzepten scheitert als an strukturellen Rahmenbedingungen und einer unzureichenden Nutzung bestehender Angebote. Gerade in ländlichen Räumen erschweren große Distanzen, geringe Auslastung und komplexe Zuständigkeiten den Aufbau attraktiver Alternativen zum Pkw. Gleichzeitig wurde deutlich, dass reine Appelle oder Bewusstseinsarbeit nicht ausreichen. Erfolgreiche Ansätze setzen konsequent bei den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer an und integrieren Mobilität so in bestehende Routinen, dass sie als praktikable und attraktive Alternative wahrgenommen wird.

Die vorgestellten Praxisbeispiele zeigen, dass wirksame Lösungen bereits existieren. Strategien wie „ÖPNV first“, integrierte Mobilitätsangebote, On-Demand-Verkehre oder digitale Plattformen können Wirkung entfalten, wenn sie gut abgestimmt, verständlich kommuniziert und zuverlässig verfügbar sind. Auffällig ist, dass der Erfolg häufig weniger auf technologischer Innovation als vielmehr auf der intelligenten Verknüpfung vorhandener Angebote, klarer Kommunikation und einer engen Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Verkehr und regionalen Akteuren beruht.

Zugleich wurde deutlich, dass Impulse für Veränderungen häufig aus den Regionen selbst kommen, während die Handlungsspielräume auf übergeordneter Ebene begrenzt sind. Umso wichtiger sind unterstützende Rahmenbedingungen, gezielter Wissenstransfer und geeignete Austauschformate, die Regionen in die Lage versetzen, eigenständig tragfähige Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.

Insgesamt bestätigt die Fachkonferenz, dass nachhaltige Mobilität eines der zentralen, bislang jedoch nicht ausreichend bearbeiteten Handlungsfelder im Deutschlandtourismus ist. Die Ansätze sind bekannt - entscheidend wird nun sein, sie konsequent umzusetzen, stärker zu vernetzen und langfristig in der touristischen Praxis zu verankern.

## **Adresse:**

Ö.T.E. - LT&C e.V.

Ökologischer Tourismus in Europa - Linking Tourism and Conservation

c/o AUBE-Tourismusberatung, August-Bebel-Straße 16-18, 33602 Bielefeld,

www. [www.oete-ltandc.org](http://www.oete-ltandc.org)

Kontakt: Rolf Spittler, [rolf.spittler@oete-ltandc.org](mailto:rolf.spittler@oete-ltandc.org)

Die Fachkonferenz fand statt im Rahmen der Veranstaltungsreihe des Projektes „Nachhaltiger Tourismus in Deutschland – Praxisbeiträge und Empfehlungen der Verbände“ und wird durchgeführt in Kooperation mit dem Verbände-Arbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus“.

Das Projekt wird gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.

