

# Deutscher Bundestag - Ausschuss für Tourismus

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung zum Thema  
„Resilienter Tourismus: Krisenprävention und Krisenmanagement“ am  
Mittwoch, 26. Juni 2024, 15:00 – 16:15 Uhr

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) ist der einzige föderal aufgebaute Dachverband der kommunalen, regionalen und landesweit touristisch tätigen Organisationen. Seit 1902 setzt er sich für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland und vertritt die Interessen von rund 125 Mitgliedern. Wir bedanken uns für die Einladung zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus zum Thema „Resilienter Tourismus: Krisenprävention und Krisenmanagement“ und möchten dazu gern vorab schriftlich Stellung nehmen.

## Vorbemerkung

Der Deutschlandtourismus hat sich in den zurückliegenden Krisenzeiten seit März 2020 als grundsätzlich resilient erwiesen. Vor der Corona-Pandemie verzeichnete der Tourismus in Deutschland 495,6 Millionen statistisch erfasste Übernachtungen in- und ausländischer Gäste.

Nach dem krisenbedingten Einbruch erreichten die Übernachtungen im Jahr 2023 mit 487,1 Millionen statistisch erfassten Übernachtungen schon nahezu wieder das Vorkrisenniveau. Das sind 8,1 Prozent mehr als 2022 und lediglich 1,7 Prozent weniger als im Rekordjahr 2019. Das Jahr 2023 war damit das zweitbeste Ergebnis in der Geschichte des Deutschlandtourismus. Besonders die deutschen Gäste haben dem Reiseland Deutschland im Jahr 2023 einen Schub gegeben: Rund 83 Prozent der Übernachtungen gingen auf Einheimische zurück. Mit 406,3 Millionen lag die Zahl der Übernachtungen deutscher Gäste sogar mit 0,1 Prozent über dem Vorkrisenniveau. Laut dem Statistischen Bundesamt arbeiten 2,8 Mio. Erwerbstätige im Tourismus. Die direkte Bruttowertschöpfung des Tourismus beträgt 123,8 Mrd. Euro.

Der Neustart des Deutschlandtourismus nach der Corona-Pandemie kann insgesamt als gelungen betrachtet werden. Dies ist insbesondere den staatlichen Hilfsmaßnahmen sowie den Beschäftigten, Unternehmen, Akteuren und Tourismusorganisationen im Tourismus zu verdanken. Gerade die staatlichen Hilfsmaßnahmen waren wichtig für die Branche. Ohne diese Hilfen wäre die Vielfalt der Angebote des Deutschlandtourismus heute stark dezimiert. Dies ist der Branche bewusst. Das Engagement der Politik wird sehr wertgeschätzt.

Zur Neustartbilanz gehört aber ebenso, dass die starken Umsatzverluste aus der Corona-Pandemie ebenso nachwirken, wie die Folgen der hohen Preissteigerungen. Insbesondere die hohen Kostensteigerungen bei Energie und Personal sowie der Arbeits- und Fachkräftemangel stellen eine besondere Belastungsprobe für den Tourismus dar. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Zu den wichtigsten Voraussetzungen für einen resilienten Tourismus zählt ein funktionierendes und leistungsstarkes System von Tourismusorganisationen auf Orts-, Regions-, Landes- und Bundesebene. Nur so besteht die Möglichkeit, Prozesse gerade auch im Krisenfall zu managen;
- Ziel muss es deshalb sein, dass der öffentlich finanzierte Tourismus auf allen Ebenen handlungsfähig und gut ausgestattet ist und durch passende Rahmenbedingungen unterstützt wird.

Wie vom Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages empfohlen, möchten wir uns in unserer Stellungnahme auf folgende Themenschwerpunkte konzentrieren:

## 1. Lehren aus der Corona-Pandemie

Die weltweiten Reiseverbote haben einmal mehr gezeigt, wie bedeutend Tourismus für den persönlichen, zwischenmenschlichen und interkulturellen Austausch ist. Auch in einer zunehmend digitalen Welt kann die persönliche Begegnung der Menschen nicht ersetzt werden. Wir teilen die Aussage von Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck: „Tourismus ist Frieden und verbindet“.

Für die einschränkenden Maßnahmen, die zur Eindämmung der Corona-Pandemie ergriffen worden sind, gab es keine Blaupause. Der Deutsche Tourismusverband anerkennt vor diesem Hintergrund, dass die ergriffenen Maßnahmen von Bund und Ländern dem Ziel dienten, die ungehinderte Ausbreitung des Corona-Virus durch notwendige Einschränkungen zu verhindern.

Im Vergleich zu anderen Branchen war der Tourismus durch Mobilitätseinschränkungen, Übernachtungsverbote sowie angeordnete oder nicht vermeidbare Schließungen besonders stark betroffen. Trotz der umfangreichen staatlichen Hilfsmaßnahmen entstand vielfach der Eindruck, dass der Tourismus von Bund und Ländern mit dem Gastgewerbe, der Gastronomie, dem Kulturtourismus, der Freizeit- oder der Veranstaltungs- und Tagungsindustrie als nicht besonders wirtschaftlich relevant betrachtet wurden.

Auch einzelne Corona-Maßnahmen im Zuge der Konferenzen der Ministerpräsidenten mit der Bundeskanzlerin trugen zum Teil nicht zur Klarheit, sondern zu Unverständnis bei. So gab es innerhalb Deutschlands zum Teil nicht nachvollziehbare oder unterschiedliche Regelungen, Anforderungen oder Reiseeinschränkungen, die darüber hinaus wegen fehlender oder unterschiedlicher Digitalisierungsmöglichkeiten häufig nur unverständlich bzw. nicht optimal kommuniziert werden konnten. Ungünstig auf den Tourismus und insbesondere auf Veranstaltungen wirkten sich auch die unterschiedlichen Hochfahrpläne aus, die für Reisende innerhalb Deutschlands und insbesondere aus dem internationalen Raum, nicht verständlich waren.

Aus Sicht des Deutschen Tourismusverbandes sollte die Lehre gezogen werden, dass bei nationalen Krisenlagen auch national einheitliche Regelungen zu treffen sind. Das Expertenwissen des Tourismus ist dabei einzubeziehen. Bundesländer, in denen eine enge Einbindung der Tourismusakteure in das Krisenmanagement der Landesregierung erfolgte und Öffnungsperspektiven mitgestaltet werden konnten, sind aus Sicht des Deutschen Tourismusverbandes besser durch die Krise gekommen. In diesem Sinne sollten künftig feste Krisenstrukturen zwischen Bund und Ländern für den Tourismus geschaffen werden. Insgesamt sollte es ein gemeinsames Verständnis geben, dass Deutschland in einer Krise von nationaler Tragweite möglichst einheitlich handeln muss, um das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb zu stärken.

Zu beachten ist aber auch, dass Destinationen, die von einzelnen (internationalen) Märkten abhängig sind, ihr Profil stärker diversifizieren müssen. Empfohlen wird eine Evaluation der Hilfsmaßnahmen von Bund und Ländern. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Notwendigkeit eines flexiblen Krisenmanagements, das schnell auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren kann;
- transparente und einheitliche Kommunikation über verschiedene Ebenen hinweg schafft Vertrauen bei Unternehmen und Reisenden;
- möglichst bundeseinheitliche Regelungen, um Verordnungswirrwah zu vermeiden;
- Digitalisierung der Branche hat sich als „überlebensnotwendig“ erwiesen (digitale Buchungssysteme, virtuelle Touren, kontaktloses Bezahlen etc.);
- enge Zusammenarbeit zwischen staatlichen Stellen und Tourismusbranche ist notwendig, um wirksam auf Krisen zu reagieren;
- nachhaltige Praktiken sind nicht nur umweltfreundlich, sondern haben sich auch krisenfest erwiesen;
- neue Geschäftsmodelle (New Work, Tiny Houses, Naturerlebnisse etc.) haben an Bedeutung gewonnen, Corona-Pandemie hat zur Diversifikation des touristischen Angebots beigetragen.

## 2. Einbeziehung des Tourismus bei Prävention und Management

Bei der Bewältigung von Krisen wird der Tourismus noch nicht überall ausreichend einbezogen. In der Corona-Pandemie musste die Krisenkommunikation von Null auf Hundert hochgefahren werden. Vielfach haben Tourismusorganisationen bewiesen, dass sie dies effizient und zeitnah konnten und kreativ, flexibel und engagiert gehandelt haben. Sie haben gezeigt, was alles in kürzester Zeit möglich ist und haben die Grundlage für Krisenresilienz gesetzt.

Es sollte verstärkt berücksichtigt werden, dass touristische Infrastruktur nicht ausschließlich von Übernachtungsgästen genutzt wird, sondern viele Tagesgäste und Einheimische Freizeiteinrichtungen und touristische Infrastruktur in ihrer Freizeit nutzen und dass der Tourismus die Lebensqualität der einheimischen Bürger sichert und verbessert. Darüber hinaus sollte berücksichtigt werden, dass der Tourismus gerade in Krisenlagen über hochrelevante Daten verfügt und sie beim Krisenmanagement einbringen kann. Durch die Einbeziehung des Tourismus bei Krisenprävention und Krisenmanagement dient dem Schutz der Bevölkerung. Grundsätzlich sollte der Tourismus deshalb bei Krisenstrategien explizit mitgedacht und auch beim Krisenmanagement mit einbezogen werden. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Tourismusbranche sollte integraler Bestandteil nationaler und regionaler Strategien für Prävention und Krisenmanagement sein;
- Einbeziehung des Tourismus bei Prävention und Management kann einen Beitrag dazu leisten, den Tourismus in der Fläche resilienter zu gestalten;
- Sicherung, Stärkung und Qualifizierung der regionalen Tourismusstrukturen;
- einfacher Zugang zu Fördermöglichkeiten der Länder, des Bundes und der EU sowie Check der Passfähigkeit von Förder- und Hilfsprogrammen bei Krisenlagen, damit sie speziell auf die Bedürfnisse der Tourismusbranche in Krisen abgestimmt sind;
- es sollten regelmäßig Risikoanalysen speziell für die Tourismusbranche erstellt und zur Verfügung gestellt werden, um die Auswirkungen von Krisen frühzeitig zu erkennen;
- Notfallpläne, die auf den Tourismus zugeschnitten sind, um von Krisen nicht „überrascht“ zu werden, sind elementar;
- Einrichtung eines „Krisenbeirats“ auf Bundesebene, der in regelmäßigen Abständen über die Auswirkungen aktueller Krisen auf den Tourismus berät. Ausgangspunkt sollte der Tourismusbeirat beim BMWK sein;
- Förderung von Forschung im Bereich Krisenprävention im Tourismus;
- Festlegung, welche föderale Ebene für welche Krise Verantwortung trägt und Einbeziehung des Tourismus auf der jeweiligen Ebene bei Prävention und Management.

3. Klimafolgenanpassung (insbesondere in ländlichen und strukturschwächeren touristischen Regionen; Handlungsbedarf bei Anbietern, Destinationen und politischen Entscheidungsträgern hinsichtlich der Zukunft des Wintersports und Umgang mit Extremwetterverhältnissen)

Klimafolgenanpassung wird eines der wichtigsten Themen der nächsten Jahre für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Deutschlandtourismus sein und braucht konzeptionell und finanziell Unterstützung im Anpassungsprozess durch Bund, Länder und Kommunen.

Die Herausforderungen der Klimafolgenanpassung betreffen besonders ländliche und strukturschwache Regionen, da hier der Tourismus einen besonders relevanten wirtschaftlichen Anteil an Beschäftigung, Wohlstand und Einkommen hat und prädikatisierte Orte hier eine besonders hohe Bedeutung haben. Allerdings sind auch die Städte beim Thema Klimaanpassung nicht zu vernachlässigen. Die Städte stehen vor großen infrastrukturellen Herausforderungen. Durch Versiegelungen, Hitzewellen, Starkregen, Wassermangel etc. gibt es auch in Städten einen besonders großen infrastrukturellen Anpassungsbedarf.

Um diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen, muss der Tourismus in Stadt und Land, bei Stadt- und Ortsentwicklung, Infrastrukturentwicklung sowie Planungsmaßnahmen mit einbezogen werden. Durch die Auswirkungen des Klimawandels wird sich sowohl der Wintertourismus (Stichwort Schneemangel) als auch der Städtetourismus (Stichwort Hitzesommer) verändern müssen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Maßnahmen zur Klimaanpassung mit Maßnahmen zum Klimaschutz einhergehen müssen. Das bedeutet, dass die Anpassungsmaßnahmen nicht das Fortschreiten des Klimawandels begünstigen dürfen. Es ist darüber hinaus nicht ausreichend, ausschließlich Klimaanpassung zu betrachten, der Tourismus selbst muss sich auch wandeln, um das Fortschreiten des Klimawandels zu bremsen. Hierfür braucht es klare Ziele und Maßnahmen im Deutschlandtourismus. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Klimawandel birgt ein hohes Krisenpotential für den Tourismus. Bund, Länder, Destinationen müssen aktiv werden. Best Practice: TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN), Projekt „Klimawandel anpacken“, Link: <https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/klimawandel-nachhaltigkeit/klimawandel-und-tourismus/>;
- Investitionen in nachhaltige und resiliente Infrastrukturen priorisieren, insbesondere Gebäudebereich, aber auch bei sonstigen Infrastrukturen;
- Förderung von touristischen Angeboten, die weniger wetterabhängig sind. Die Förderung des Ganzjahrestourismus stellt gerade wirtschaftlich schwächere Kommunen vor große Herausforderungen;
- Schutz natürlicher Ressourcen bei gleichzeitiger Entwicklung entsprechender touristischer Angebote (Renaturierung von Flächen, Waldumbau, Ausbau Feuchtgebiete);
- Entwicklung von Programmen für touristische Leistungsträger, aber auch in Kooperation mit der Bevölkerung zur Sensibilisierung und Hilfestellung;
- Integration des Themas Klimafolgenanpassung in der Ausbildung und Erweiterung der Forschungskapazitäten;

- Zusammendenken von Nachhaltigkeit und Digitalem Wandel sowie Einsatz neuer Technologien zur Verbesserung der Klimabilanz (bspw. KI);
- Fortführung des Bundeswettbewerbs Nachhaltige Tourismusdestinationen und Schaffung von Anreizsystemen für Unternehmen und Destinationen.

#### 4. Krisenkommunikation

In einer Krisenlage dürfen neben der Kommunikation der Bevölkerung die Besucher nicht vergessen werden. Häufig werden diese in Krisenplänen nicht ausreichend mitgedacht. Insbesondere in touristisch beliebten Reiseregionen ist es sehr wichtig, die Gäste im Krisenfall in der Krisenkommunikation zu berücksichtigen. Das gilt umso mehr, wenn der Anteil der internationalen Gäste hoch ist oder Großveranstaltungen stattfinden. So befinden sich beispielsweise zur EURO 2024 allein in Berlin circa 500.000 Gäste, die in einer Krisenlage an alle wichtigen Informationen kommen müssen. Gerade für ausländische Touristen bedarf es in der Krisenkommunikation z.B. aufgrund von Sprachbarrieren und fehlenden Ortskenntnissen besondere Berücksichtigung. Sie kennen lokale Kommunikationskanäle eher nicht und informieren sich vor Ort am ehesten bei ihrer Unterkunft oder in den Sozialen Medien. Darüber hinaus sind sie stärker von Ein- und Ausreisefituationen und ggf. Reiseeinschränkungen betroffen und haben nur zeitlich begrenzte Unterkünfte am Reiseort. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- kontinuierliche Informationsbereitstellung mit Feedbackmechanismen;
- enge Zusammenarbeit zwischen Politik/Verwaltung sowie Organisationen und Tourismusbranche;
- einheitliche und transparente Kommunikation.

#### 5. Digitalisierung/Cybersicherheit

Die Corona-Pandemie hat als extern wirkender Faktor die Digitalisierung im Tourismus massiv beschleunigt. Daten, Services und Onlineprodukte haben seitdem deutlich an Bedeutung gewonnen. Die Weiterentwicklung von Large Language Modellen (LLM) bis hin zu künstlicher Intelligenz (KI) bietet die Chance, Ressourcenmangel künftig entgegenzuwirken. Die Erwartungshaltung an das Thema ist häufig allerdings noch größer als die bisher konkret nutzbaren Ergebnisse. Den Daten fällt ein immer größer werdender Stellenwert, bis hin zum Produktionsfaktor, zu. Mit dieser Entwicklung gehen auch Risiken einher. Im globalen Wettbewerb besteht hohe Transparenz durch schnelle Kommunikation und weltweite Märkte. Der Fachkräftebedarf zum Einsatz und zur Steuerung der Technologie besteht in allen Branchen. Unterschiedliche Datenschutzerfordernisse hemmen hier die Nutzung im weltweiten Wettbewerb. Darüber hinaus besteht eine wachsende Technologieabhängigkeit von Nicht-EU-Unternehmen. Eine Stärkung der Cybersicherheit ist unbedingt notwendig, da die gesteigerte und aggregierte Nutzung von Daten eine Angriffsfläche bieten. Vor allem mittelständischen Unternehmen fällt das Handling beim Thema Cybersicherheit oft schwer. Um hier perspektivisch zur Stärkung beizutragen, ist eine

verbesserte MINT-Kompetenz schon ab der Schule für die Zukunftsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland essenziell. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Förderung digitaler Innovationen und Investitionen auf Betriebsebene;
- Aufbau und Modernisierung der digitalen Infrastruktur (Ausbau Mobilfunknetz auch in ländlichen Regionen, Mobilnetze im ÖPNV etc.);
- Aufbau von W-Land-Hotspots als Übergangstechnologie in peripheren Regionen;
- Anschlussgrade ländlicher Regionen müssen bei der Lizenzvergabe stärker zum Kriterium gemacht werden;
- Berücksichtigung der Cybersicherheit vor allem bei KMU.

## 6. Mobilität und Besucherlenkung

Die Mobilitätswende ist wichtiger denn je vor dem Hintergrund von Klimaschutz und auch Qualität. Nach wie vor leiden viele Tourismusdestinationen unter unzureichendem ÖPNV auf der einen und zu hohen Verkehrsbelastungen beim motorisierten Individualverkehr auf der anderen Seite. Nachhaltige touristische Mobilität muss deshalb strategisch ernst genommen und ressortübergreifend gedacht werden. Für den Deutschlandtourismus und für das Erreichen der Klimaziele ist es elementar, dass sich die Bahninfrastruktur zügig verbessert, intermodale Verkehrsknoten gestärkt werden und die innereuropäische nachhaltige Mobilität sowie deren Buchbarkeit vereinfacht wird. Insbesondere Nachtreiseverbindungen sollten gestärkt werden.

Neben infrastrukturellen Maßnahmen sind auch verstärkt digitale Lösungen bei der Besucherlenkung notwendig. So kann durch Besucherlenkung beispielsweise erreicht werden, dass nicht alle Besucher an heißen Tagen den gleichen Badesees aufsuchen, dass Besucher während der Mittagshitze eher von Outdooraktivitäten weggelenkt werden und stattdessen klimatisierten Räume z.B. in Museen aufsuchen. Hierfür braucht es Konzepte, verstärkte Digitalisierung und eine zentralisierte Datensammlung, um Besucherströme, Auslastungen etc. zu kennen, zu verstehen und den Gästen Alternativen anbieten zu können. Von besonderer Relevanz ist die Nutzung von (neuen) digitalen Tools, um Besucherströme besser zu verstehen und sie für die Lenkung von Besuchenden zu nutzen. Dazu gehört auch, Echtzeit-Informationen den Gästen zur Verfügung zu stellen (z. B. zu Auslastungen oder zur Reiseinspiration). Hierfür werden (regionale) Datenhubs benötigt, die Daten systematisch und strukturiert erfassen und ausspielen. Investitionen in das Thema Digitalisierung im Tourismus ist elementar für den Wettbewerb Deutschlands als Reisedestination. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Einbeziehung der Expertise der Tourismusakteure bei der Besucherlenkung;
- Entwicklung integrierter Mobilitätslösungen, Unterstützung von multimodalen Mobilitätsplattformen;
- Förderung von Mobility as a Service-Lösungen insbesondere in ländlichen Regionen;

- Unterstützung der Einrichtung von Besuchermanagementsystemen inkl. neuer Technologien (Big Data & KI zur Vorhersage von Besucherströmen);
- Weiterentwicklung und Sicherung des Deutschlandtickets mit den Schwerpunkten Angebot und Qualität und durch eine auskömmliche Finanzierung des ÖPNV;
- zielführende Regulierung von Elektromobilität, Car- und Bikesharing.

#### 7. Arbeitsmarkt in der Krise (u.a. Fach- und Arbeitskräftemangel/Resilienz in Unternehmen)

Der aktuelle Fach- und Arbeitskräftemangel stellt ein besonders wichtiges Problem der Branche dar, das durch die Pandemie nochmals verschärft wurde. Qualifizierte und motivierte Beschäftigte im Tourismus sind die wichtigste Grundlage, um Krisenlagen zu meistern. Die Rahmenseetzungen durch die Tourismuswirtschaft und die Politik müssen passen. Gerade der Tourismus bietet in hohem Maße sichere Beschäftigung in nicht verlagerbaren Arbeitsplätzen. Gesellschaftspolitisch wünschenswert ist eine höhere Wertschätzung für alle dienstleistenden und Service-Berufe. Der Tourismus bietet gerade auch ungelerten und geringer qualifizierten Berufstätigen gute Arbeits- und Aufstiegsmöglichkeiten. Unsere Hinweise und Vorschläge:

- Flexibilisierung der Arbeitszeitregelungen;
- Anwerbung von Fach- und Arbeitskräften aus dem Ausland;
- Visaerleichterung und Entbürokratisierung der Beschäftigung ausländischer Fach- und Arbeitskräfte.