



Redigiertes Wortprotokoll der 71. Sitzung

Ausschuss für Tourismus

Berlin, den 26. Juni 2024, 15:00 Uhr
Paul-Löbe-Haus
4.600

Vorsitz: Jana Schimke, MdB

Tagesordnung – Öffentliche Anhörung

Tagesordnungspunkt

Seite 4

Öffentliche Anhörung zum Thema „Resilienter
Tourismus: Krisenprävention und
Krisenmanagement“



Teilnehmende Ausschussmitglieder

	Ordentliche Mitglieder	Stellvertretende Mitglieder
SPD	Hagl-Kehl, Rita Troff-Schaffarzyk, Anja Werner, Lena Yüksel, Gülistan Zierke, Stefan	
CDU/CSU	Aumer, Peter Brehmer, Heike Donth, Michael Schimke, Jana	
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	Gastel, Matthias Liebert, Anja Schmidt, Stefan	
FDP	Tippelt, Nico Wagner, Tim	
AfD	Moncsek, Mike Münzenmaier, Sebastian	
Die Linke	Latendorf, Ina	



Liste der Sachverständigen

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

Melanie Gerhardt

Direktorin, DERTOUR Deutschland GmbH

Mirko Jacobowski

Direktor Operations, A3M Global Monitoring GmbH

Dr. Marcel Klinge

Vorstand und Sprecher, Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)

Norbert Kunz

Geschäftsführer, Deutscher Tourismusverband

Christian Lindner

Privat-Hotel Villa Aurora, Bad Neuenahr

Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher

ZENAT – Zentrum für Nachhaltigen Tourismus

Das Gesamttabelleau der Sachverständigen wurde im Einvernehmen aller Fraktionen vorgeschlagen und beschlossen.



**Tagesordnungspunkt
Öffentliche Anhörung zum Thema „Resilienter
Tourismus: Krisenprävention und
Krisenmanagement“**

Hierzu wurde verteilt:

- A-Drs. 20(20)180
- A-Drs. 20(20)181
- A-Drs. 20(20)182
- A-Drs. 20(20)183
- A-Drs. 20(20)184
- A-Drs. 20(20)186

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Ich begrüße Sie zu unserer heutigen öffentlichen Anhörung im Ausschuss für Tourismus zum Thema „Resilienter Tourismus: Krisenprävention und Krisenmanagement.“

Insbesondere begrüße ich unsere Sachverständigen in alphabetischer Reihenfolge:

- **Melanie Gerhardt**, Direktorin der DERTOUR Deutschland GmbH
- **Mirko Jacobowski**, Direktor Operations der A3M Global Monitoring GmbH
- **Dr. Marcel Klinge**, Vorstand und Sprecher der Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)
- **Norbert Kunz**, Geschäftsführer Deutscher Tourismusverband (DTV)
- **Christian Lindner**, Privat Hotel Villa Aurora, Bad Neuenahr
- (digital zugeschaltet) **Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher**, ZENAT, Zentrum für nachhaltigen Tourismus

Wir haben uns im Kreise der Obleute darauf verständigt, dass wir zwei Fragerunden à sechs Minuten pro Fraktion bzw. Gruppe durchführen. Das heißt, jede Fraktion bzw. Gruppe hat sechs Minuten Zeit, Ihnen die Fragen zu stellen. Sie müssen in diesem Zeitraum dann auch die Fragen beantworten. Damit Sie den Überblick über die Zeit nicht verlieren, läuft oben auf dem Bildschirm im Saal eine Uhr, die die jeweils verbliebene Zeit anzeigt.

Die Fragerunde beginnt mit der SPD-Fraktion, Abg. Lena Werner.

Abg. **Lena Werner** (SPD): Meine ersten Fragen richten sich an Christian Lindner aus dem Ahrtal und betreffen die drei Jahre zurückliegende dortige Flutkatastrophe. Sie führen selbst ein Hotel. Sie vertreten aber auch Ahrtal-Tourismus, also die Marketingagentur vor Ort. Mit welchen Hürden hatten Sie als Unternehmer beim Wieder- bzw. Neuaufbau Ihres eigenen Betriebs zu kämpfen? Was sind Ihre Erwartungen an uns als Regierung bzw. Bundestag, aber auch an die Länder, für eine kurz- und langfristige Perspektive im Ahrtal? Können Sie, wenn Zeit bleibt, noch etwas zur Kampagne „*We AHR Open*“ sagen, die auf mich sehr erfolgreich wirkt?

Christian Lindner (Privat-Hotel Villa Aurora): Zu den größten Hürden für uns als Unternehmer bzw. als Hotel nach der Flutkatastrophe im Ahrtal im Juli 2021 kann ich sagen: Das Hotel ist nur 30 Meter vom Flusslauf der Ahr gelegen, was die beste Lage in Bad Neuenahr darstellt. Dementsprechend hat die Flutkatastrophe alles an Infrastruktur, die ein Hotel ausmacht, zerstört. Es war sehr schwierig, überhaupt Mut zu fassen, um wieder aufzubauen.

Wir sind drei Jahre nach der Katastrophe mit dem Wiederaufbau immer noch nicht fertig und wir haben vornehmlich mit bürokratischen Hürden zu kämpfen. So gab es für Aufbauvorhaben neue Auflagen, die uns fast „erschlagen“ hätten. Vorher waren wir ein laufender Betrieb, der eine entsprechende Erlaubnis hatte. Nach der Katastrophe mussten wir nunmehr den kompletten Brandschutz neu umsetzen – das alles ohne eine tatsächliche Unterstützung. Das ist bis heute eine große Hürde, die uns noch einige Jahre begleiten dürfte, weil dadurch zusätzliche Investitionen nötig sind, die nicht gefördert wurden bzw. gefördert werden.

Wie können Sie uns weiterhin unterstützen? Sie müssen dranbleiben. Sie dürfen uns nicht vergessen. Man muss nach wie vor den Blick auf das Ahrtal werfen. Unsere komplette Region, das sind 50 Kilometer am Stück, ist zerstört worden – sowohl die touristische als auch die allgemeine Infrastruktur. Es dauert einfach unfassbar lange, das Ganze zu bewältigen.



Die größte Hürde ist wie gesagt die Bürokratie. Zum Beispiel muss jedes Sanierungsvorhaben europaweit ausgeschrieben werden. Das trifft insbesondere auch die Kommunen, die den Wiederaufbau und den Hochwasserschutz vorantreiben wollen. Das sind alles sehr lange und mühsame Wege. Manche sagen vielleicht, drei Jahre seien keine lange Zeit. Aber wenn Sie vor Ort sind, sehen Sie, dass das alles einfach alles viel zu lange dauert. Erst jetzt nach drei Jahren gibt es die ersten Ingenieurentwürfe für einen funktionierenden Hochwasserschutz – und das auch nur für die Stadt Bad Neuenahr. Man kann sich ausrechnen, wie lange es dauern wird, bis man diesbezüglich in die Umsetzungsphase kommt. Es müsste Gesetze geben, die bei solchen Katastrophen greifen und das alles vereinfachen.

Zur Kampagne „*We AHR open*“: Diese Kampagne wurde vom Ahrtal-Tourismus Bad Neuenahr-Ahrweiler e.V. gestartet. Das Ganze wurde im Dezember 2021 als ein nachhaltiges Tourismuskonzept für die kommenden Jahre, also die Zeit nach dem Wiederaufbau, initiiert. Schon kurz nach der Katastrophe haben wir uns zusammengesetzt und sind zu der Überzeugung gelangt, dass wir in die Zukunft denken müssen. Zunächst ging es darum, wieder Strom, Wasser und Heizung zu bekommen. Aber uns war schnell klar, dass wir etwas für den Tourismus machen müssen, denn die Region lebt vom Tourismus. Im Zuge dessen ist dann ein paar Monate später, diese Kampagne entstanden. Man kann eben nicht warten, bis alles wieder schick ist. Das funktioniert nicht. Dann ist die Region tot und dann sind auch die *touristischen Player* nicht mehr da. Denn um die geht es auch. Die müssen weiterleben und ohne touristische Infrastruktur geht es einfach nicht. „*We AHR open*“ haben wir entworfen, um dafür zu werben, dass Gäste wieder ins Ahrtal kommen, obwohl es noch nicht so schön wie früher ist. Wir wollten damit sagen: „Wir sind offen“, wir freuen uns über euren Besuch, auch wenn noch lange nicht alles fertig ist. Das Ganze hat auch ein tolles Innenmarketing gehabt. Die Winzer, die Einzelhändler, die Handwerker und die Hoteliers haben mitgemacht. Also es gab ein tolles Miteinander, was es in dieser Form vorher vermutlich noch nicht gab. Die Kampagne werden wir wahrscheinlich noch ein paar Jahre

weiterführen müssen, weil der Wiederaufbau im Ahrtal eben viel zu lange dauert.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Für die Unionsfraktion fragt Michael Donth.

Abg. **Michael Donth** (CDU/CSU): Ich habe eine Frage an Mirko Jacobowski. Sie betreiben mit Ihrer Firma A3M Global Monitoring eindrucksvolle Frühwarn-, Informations- und Kommunikationssysteme für ein professionelles und schnelles Krisenmanagement. Wir haben uns das mal angeschaut. Zu den Nutzern dieses webbasierten *Global Monitoring Tools* zählen große Reiseanbieter in Deutschland, aber auch mittelständische Unternehmen. In Ihrer Stellungnahme für diese Anhörung schreiben Sie, dass Studien zufolge ein Großteil der Reiseveranstalter, die objektiv nicht auf Krisen vorbereitet sind, subjektiv davon überzeugt seien, sie seien gut auf Krisen vorbereitet. Kleinere Anbieter würden auf solche Systeme verzichten und als „Trittbrettfahrer“ darauf hoffen, dass die größeren Reiseveranstalter auch die Kunden der kleinen Anbieter nicht im Stich lassen – also in Notsituationen die Kunden der Kleinanbieter mit ausfliegen oder nach Hause bringen würden. Sehen Sie hier einen politischen Handlungsbedarf oder kann bzw. muss das die Branche womöglich selbst in die Hand nehmen und regeln?

Und zusätzlich noch die Frage: Wünschen Sie sich aus Ihrer Erfahrung und Beobachtung Änderungen bei den Regelungen zum Deutschen Reisesicherungsfonds?

Mirko Jacobowski (A3M Global Monitoring GmbH): Ich fange mit der Frage zum Reisesicherungsfonds an. Mein ehemaliger Arbeitgeber war Thomas Cook. Da gab es im Jahr 2019 die größte Krise, die man sich bis dahin im Tourismus überhaupt vorstellen konnte, bis dann wenig später die Corona-Krise kam. Mein letzter Arbeitstag bei Thomas Cook war sieben Wochen vor der Insolvenz. Ich habe sie nicht persönlich mitgemacht, aber ich kannte natürlich viele Leute. Die damalige Insolvenzabsicherung war vollkommen unzureichend, insbesondere mit der Deckelung auf 110 Millionen Euro. Das hat zu diesen extrem unschönen Szenen geführt. Die Leute wurden regelrecht aus den Hotels



rausgeschmissen. Auch das Thema der Erstattung hat zu einer Verunsicherung geführt hat, die die gesamte Branche betroffen und dem Image der Pauschalreise nachträglich geschadet.

Man hat darauf aus meiner Sicht sehr gut reagiert, indem der Reisesicherungsfonds ins Leben gerufen wurde. Knapp fünf Jahre nach der Insolvenz von Thomas Cook hatten wir nun die zweitgrößte Insolvenz in der Pauschalтуриistik mit FTI. Wir sehen jetzt, wie gut das abgewickelt wurde. Es gab letztlich nur wenige Fälle, in denen Kunden komplett verunsichert waren oder aus ihrem Hotel rausgeschmissen wurden. Das gab es nur in wenigen Fällen, weil der ein oder andere Hotelier Sorge hatte, dass er nicht bezahlt würde. Im Nachgang sehen wir, dass im Fall von FTI das gesamte Thema „Kundengeldabsicherung“ funktioniert hat. Die *Message an die Kunden* ist ganz klar. „Sie haben eine Pauschalreise gebucht, damit sind Sie abgesichert und damit bekommen Sie das Geld zurück.“

Zudem hat im Fall von FTI die Repatriierung (*Rückholung der Touristen aus ausländischen Urlaubsorten nach Deutschland, Anm.*) hervorragend funktioniert. Das war bei Thomas Cook prinzipiell auch so. Der Repatriierungsprozess hat seinerzeit deutlich länger gedauert und die Rückzahlung der Kundengelder war schwieriger.

Insgesamt sehe ich in der aktuellen Situation keinen grundlegenden Modifikationsbedarf in Punkto Deutscher Reisesicherungsfonds, weil er nun mal im Fall von FTI gut funktioniert hat.

Das Thema der Absicherung von Einzelleistungen ist eine andere Geschichte. Da ist sicherlich nochmal drüber nachzudenken und auch Herr Ebel von der TUI hat sich ja auch in den letzten Tagen darüber ausgesprochen, ob man nicht in irgendeiner Art und Weise auch dahin gehen sollte, Einzelleistungen zukünftig auch im Rahmen des Sicherungsverfahrens abzusichern. Das ist eine Diskussion, die man führen muss.

Zur ersten gestellten Frage: Wir sind in der Touristik nach meiner Auffassung gut vorbereitet auf eine Krise. Insbesondere gilt das für die großen Veranstalter. Frau Gerhardt als Vertreterin der

DERTOUR sitzt neben mir, aber auch die anderen Veranstalter wie die TUI und ich könnte viele Reiseveranstalter nennen, die das Thema sehr ernst nehmen, sich entsprechend vorbereiten und sich in den Gremien des DRV (*Deutscher Reiseverband, Anm.*), besprechen, was man optimieren kann. Von daher, die großen Veranstalter sind sehr gut vorbereitet.

Der Punkt ist aber Folgendes: Der Kunde bucht eine Pauschalreise. Damit hat er Anspruch auf ein Sicherungspaket. Wenn er nun bei einem großen Veranstalter bucht, bekommt er letztlich ein tatsächlich umfangreicheres Sicherungspaket, als wenn er bei einem Veranstalter bucht, der vielleicht nur 15, 20 oder 30 Mitarbeiter hat. Denn dort gibt es schlichtweg nicht diese speziellen Ressourcen, die das Thema Krisenmanagement im Vorfeld wirklich vollumfänglich durchdenken und proben.

Ich sehe hier durchaus Handlungsbedarf im Sinne einer Mindestverpflichtung, eines „*Code of Conduct*“ oder einer stärkeren Regulierung. Auf diese Weise wäre gewährleistet, dass der Kunde bei Buchung einer Pauschalreise weiß, dass damit nicht nur der Reisepreis abgesichert ist. Vielmehr sollte er auch wissen, dass das Reiseunternehmen nicht nur rechtlich verpflichtet, sondern im Ernstfall (z.B. für eine Repatriierung) auch tatsächlich in der Lage ist, zu helfen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Das Wort für die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN hat Abg. Stefan Schmidt.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN): Meine Fragen richten sich in dieser ersten Runde an Frau Prof. Lund-Durlacher. Die erste Frage ist: Wie bewerten Sie grundsätzlich die Auseinandersetzung in der Wissenschaft mit den Themen „Krisenprävention und Krisenmanagement“, insbesondere in Bezug auf den Umgang mit klimabedingten Krisen? Wie stark wird an diesen Themen geforscht?

Die andere Frage ist: Sie haben in Ihrer Stellungnahme geschrieben, für die Krisenprävention und Krisenbewältigung im Tourismus brauche es zuverlässige aktuelle Daten und Indikatoren. Nur damit könnten fundierte



Entscheidungen getroffen sowie die Auswirkungen eines Krisenereignisses vorhergesagt und überwacht werden. Ich würde gerne wissen, wie es denn um diese Daten, um diese Indikatoren steht. Gibt es die schon? Können Sie vielleicht an einem Beispiel, an einer Krise zeigen, an welchen Stellen wir noch Nachholbedarf im Bereich von Daten und Indikatoren haben?

Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher (ZENAT – Zentrum für Nachhaltigen Tourismus): Ich beziehe mich zuerst auf die zweite Frage mit den Daten und Indikatoren. Ja, es ist natürlich ganz wichtig, dass wir solche Frühwarnsysteme, Daten, Indikatoren haben, um diese Krisenereignisse auch wirklich besser vorhersagen zu können. Tatsächlich „vorhersagen“ lassen sie sich ja leider nicht wirklich. Aber es gibt diverse Frühwarnsysteme. Zum Beispiel wird daran gearbeitet, Krisenfrühwarnsysteme zu entwickeln, gerade im Bereich des Bergsports, um zum Beispiel Steinschläge, Abschwemmungen usw. vorauszusagen. Hierzu wird derzeit sehr viel geforscht, um solche Ereignisse besser vorhersagen zu können.

Klassische Vorhersagesystem sind die Lawinenwarndienste, die ja sehr erfolgreich sind, wenn sie eingesetzt werden. An solchen Systemen müssen wir weiterarbeiten, um auf diese Weise eigentlich unvorhersehbare Ereignisse besser vorhersagen zu können. Das ist ein ganz wesentlicher Faktor in der Krisenprävention, um Schaden abzuwenden.

Natürlich sind auch viele Klimadaten vorhanden. Prognosen sind ja auch immer Vorhersagen, um eventuelle Ereignisse besser vorhersagen zu können, beispielsweise Hitzetage, Lawinenabgänge usw. Das sind eben solche Ereignisse, bei denen man versucht, diese immer besser vorherzusagen, um sich darauf einstellen zu können. Dabei ist es ganz wichtig, diese Daten in die Krisenpräventionssysteme einzubauen. Überhaupt finde ich, dass Krisenprävention in den Destinationen eine der Hauptaufgaben sein sollte, um dann sehr schnell reagieren zu können. Dann könnte auch die Wiederbelebung des Tourismus nach einer Krise rascher bewerkstelligt werden, weil dann die Reaktionsmechanismen im Vorfeld bedacht werden könnten.

Das in der ersten Frage angesprochene Thema „Krisenmanagement in der Forschung“ war bis zur Corona-Pandemie eher etwas „unterbelichtet“. Seither beschäftigt man sich in der Wissenschaft sehr stark mit den Themen „Krisenprävention und Krisenmanagement“.

In Bezug auf den Klimawandel wird natürlich versucht, für die einzelnen Destinationen Risikoanalysen durchzuführen. Das ist dann ein sehr lokales bzw. regionales Thema. Die Regionen sind ja sehr unterschiedlich vulnerabel, was Klimaänderungen und Klimawandel betrifft. Das heißt, man müsste hier noch viel mehr auf diese regionale Ebene Bezug nehmen. Auf dieser Ebene müsste stärker versucht werden, Risikoanalysen durchzuführen und sich mit Anpassungsmaßnahmen zu beschäftigen.

Wir machen ganz aktuell eine Anpassungsstudie für das Land Brandenburg. Das Land Niedersachsen hat hier schon gute Vorarbeit geleistet. Aber wie gesagt, Klimawandel und Klimarisiken haben regional sehr unterschiedliche Auswirkungen, so dass man hier auch auf regionaler Ebene bzw. Destinationsebene ansetzen muss.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Ich gebe das Wort an die FDP-Fraktion und Abg. Tim Wagner stellt die Fragen.

Abg. **Tim Wagner** (FDP): Meine Frage richtet sich an Dr. Marcel Klinge. Sie haben in Ihrer Stellungnahme das Thema „Resilienz“ ein bisschen von einem anderen Gesichtspunkt her aufbereitet, nämlich die täglichen Herausforderungen in den Fokus gestellt. Es geht bei Ihnen um die Themen „Arbeitskräfte“ und „Digitalisierung“. Wir wissen alle, dass die durchschnittliche Arbeitszeit in Deutschland gerade sinkt und das rapide. Das sind Trends, die wir verfolgen. Sie fordern unter anderem flexiblere Arbeitszeiten durch Vertrauensarbeitszeit und Einführung von Halbjahresarbeitszeitkonten. In Verbindung damit regen Sie an, dass wir unser deutsches Arbeitszeitgesetz an die EU-Richtlinien anpassen und zwar in dem Sinne, dass wir die maximale Wochenarbeitszeit von 48 Stunden flexibler gestalten. Vielleicht könnten Sie einmal konkretisieren, welche Auswirkungen Sie sich



davon erwarten. Vielleicht können Sie ein, zwei Beispiele nennen, wo Sie sagen, dass das aktuelle Arbeitszeitgesetz uns bei touristischen Bedürfnissen eher behindert. Bitte nennen Sie uns nicht nur das Münchener Oktoberfest. Wo würde die neue Rechtslage, wie Sie sie vorschlagen, uns neue Möglichkeiten eröffnen?

Und eine zweite Frage zum Thema „Digitalisierung und Automatisierung“. Welche Maßnahmen können wir jetzt konkret beitragen, um die von Ihnen geforderte Digitalisierung und Automatisierung zu fördern und bei Unternehmen zu erleichtern? Wo sehen Sie eher ein industrielles oder unternehmerisches Risiko, wo eher die Initiative der Unternehmen gefragt ist?

Dr. Marcel Klinge (Denkfabrik Zukunft der Gastwelt): Ich finde es sehr gut, dass der Ausschuss das Thema „Resilienz“ jetzt so prominent aufgreift. Aus Sicht unserer Denkfabrik ist die größte Stellschraube beim Thema „Resilienz“ die Frage, wie wir zukünftig als Branche im Dienstleistungssektor Mitarbeiter neu für unsere Industrie gewinnen und halten können. Das ist die entscheidende Frage, weil am Ende des Tages ein „*People-Business*“ ohne „*People*“ eben nicht funktioniert. Vielleicht werden wir in zehn Jahren in der Automobilindustrie voll automatisierte Fabriken haben. Ich hoffe aber nicht, dass wir das in der *Hospitality*, also in der Gastwelt, bekommen. Denn wir finden, dass Gastlichkeit, Gastgeberium und Gastfreundschaft immer auch mit menschlichem Miteinander verbunden sind. Das ist vielleicht auch eine der großen Stärken der Gastgeber in Deutschland.

Deswegen wird die Frage, wie wir Mitarbeiter halten und gewinnen, sehr entscheidend sein. Mit Blick auf Ihre Frage würde ich gerne zwischen kurzfristigen und längerfristigen Maßnahmen unterscheiden. Wir haben kurzfristig aktuell die Situation, dass Arbeitskräfte fehlen, insbesondere Fachkräfte fehlen. Das wird Sie jetzt nicht verwundern. Wir haben interessanterweise die etwas seltsame Situation, dass wir gesamtwirtschaftlich eigentlich ausreichend Menschen haben, die arbeiten. Wir haben ja, glaube ich, ein *All-Time-High* beim Thema Erwerbstätigkeit. Wir haben große Arbeitsmarktgruppen, die für uns interessant

wären, um dort Mitarbeiter zu rekrutieren. Wir haben allein drei Millionen Arbeitslose. Wir haben 2,8 Millionen junge Menschen ohne Berufsausbildung, denen man unbedingt eine Perspektive geben muss. Und wir haben, wie Sie wissen, eine sehr hohe Teilzeitquote. Auch dort gibt es natürlich ein spannendes Potenzial für uns, insbesondere, weil darunter sehr viele gut qualifizierte, bestens ausgebildete Frauen sind.

Deswegen stellt sich die Frage: Wie können wir diese Potenziale für uns erschließen? Wie können wir als Tourismuswirtschaft attraktiv sein? Warum ist das so wichtig? Wir können, wenn Mitarbeiter fehlen, einfach weniger Veranstaltungen, weniger *Events* durchführen. Die Schließtage etwa im Gastgewerbe werden immer länger. Das ist insbesondere ein Problem im ländlichen Raum. Da machen wir uns große Sorgen, weil hier bestehende Strukturen dauerhaft wegbrechen. Das ist eine große Herausforderung in ganz Deutschland. Hinzukommt folgendes Problem: Je weniger Mitarbeiter im Einsatz sind, das Arbeitsaufkommen jedoch gleich bleibt, desto mehr werden die im System verbliebenen Mitarbeiter belastet. Deswegen befinden wir uns auch in einer Abwärtsspirale, wenn wir das nicht ändern.

Was kann man kurzfristig machen? Wir glauben, dass wir vor allem sehr schnell aus den Gruppen im Arbeitsmarkt, die ich genannt habe, Menschen gewinnen müssen und auch dafür sorgen müssen, dass im Bereich der Teilzeit mehr Menschen sagen, das es interessant und gut ist, sich stärker am Arbeitsmarkt zu betätigen. Wir setzen hier auf freiwillige Maßnahmen, also auf Unterstützung, auf Dinge, die es attraktiv machen, zu arbeiten und weniger auf Sanktionen. Deswegen haben wir unter anderem vorgeschlagen, dass Überstunden bei Vollzeitbeschäftigung steuerfrei gestellt werden können. Die eine oder andere Fraktion in diesem Raum hat ja ähnliche Ideen gehabt. Wir halten das für sehr sinnvoll, hier einfach einen positiven Anreiz zu setzen und niemanden zu bestrafen.

Jetzt stellt sich immer die Frage, was ist Vollzeit? Wir schlagen 36 Stunden vor. Warum? In einer jüngsten Untersuchung des Fraunhofer-Instituts für Arbeitsmarktforschung haben die Wissenschaftler herausbekommen, dass die durchschnittliche Wunscharbeitszeit bei Vollzeitbeschäftigung in



Deutschland 32,8 Stunden beträgt. Das hat mich verwundert. Man könnte auch sagen, dass die Viertageweche in den Köpfen schon längst angekommen ist. Und deswegen sagen wir, vielleicht ist 36 Stunden eine gute Debatte. Aber am Ende des Tages kommt es nicht auf die genaue Stundenzahl an, sondern darauf, dass wir einen positiven Anreiz setzen, dass Menschen vielleicht auch länger arbeiten. Dazu sind in der Tat auch flexible Arbeitszeiten notwendig.

Wir haben im Tourismus ein stark geprägtes Saisongeschäft. Da können Sie nicht immer nach acht beziehungsweise zehn Stunden Feierabend machen. Unser Eindruck ist und das bekommen wir auch als *Feedback* aus der Branche, dass viele Menschen gerade in Teilzeit, es durchaus gut finden, wenn sie vielleicht noch mal zwei Stunden dranhängen können, aber sich am nächsten Tag nicht um eine Kinderbetreuung kümmern müssen. Und wir wissen, dass die Kindergärten auch am Limit sind. Die Kommunen kommen nicht hinterher mit den Kindergartenplätzen. In einem Arbeitsmarkt, der sich aktuell stark als Arbeitnehmermarkt präsentiert, glaube ich, muss man gar nicht mehr so stark schützend eingreifen, sondern sollte hier mehr Flexibilität ermöglichen. Die EU lässt hier ja einen sehr schönen Rahmen zu.

Zum Thema Digitalisierung kann ich nur sagen, dass darin für uns die Zukunft liegt. Das Fraunhofer-Institut geht davon aus, dass in der Hotellerie 70 Prozent aller Prozesse digitalisiert werden können. Das heißt, dass Mitarbeiter wirklich dort eingesetzt werden können, wo sie am wertvollsten sind, nämlich direkt beim Gast.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Für die AfD-Fraktion fragt Sebastian Münzenmaier.

Abg. **Sebastian Münzenmaier** (AfD): Meine Frage richtet sich zunächst an Mirko Jacobowski. Sie haben ausgeführt, dass die großen Unternehmen im Bereich Krisenmanagement deutlich besser aufgestellt seien als die kleineren Unternehmen. Sie plädierten auch für eine Art „*Code of Conduct*“. Dazu hätte ich zwei Fragen: Könnte das nicht dazu führen, dass man viele Kleinere aus dem Markt drängt und dass dann nur wenige *Big Player* übrigbleiben? Das wiederum könnte zu einer

anderen Preisgestaltung führen, sodass es für den Kunden am Ende sogar teurer wird.

Vielleicht haben Sie noch ein Beispiel oder eine Idee, wenn Sie – so wie Sie es in Ihrer Stellungnahme ausführen – für mehr Kooperation zwischen Größeren und Kleineren plädieren. Wie könnte so etwas aussehen? Haben Sie eine Idee, wie man das machen könnte, ohne dass man jetzt eine von diesen beiden Seiten irgendwie überlastet, sodass nur die Großen „ran“ müssen oder dass die Kleinen sagen, sie könnten es sich gar nicht leisten?

Eine Frage noch an Melanie Gerhardt. Sie haben ja gesagt, die DERTOUR habe so ein vollautomatisiertes digitales Frühwarnsystem etabliert – zumindest glaube ich das Ihrer Stellungnahme entnommen zu haben. Vielleicht könnten Sie vor dem Hintergrund der aktuell stattfindenden Fußball-Europameisterschaft einmal ausführen, was zum Beispiel im Falle von Fanausschreitungen beim Fußball oder bei terroristischen Warnungen passieren könnte.

Mirko Jacobowski (A3M Global Monitoring GmbH): Was das Thema *Code of Conduct* anbetrifft, so muss ein *Code of Conduct* natürlich differenzieren nach Veranstaltergröße. Ich kann einem kleineren Veranstalter nicht dasselbe abfordern wie einem großen Veranstalter. Das würde sehr hohe Kosten produzieren, die schlichtweg dazu führen, dass man jemanden aus dem Markt drängt. Darum geht es nicht. Es geht schlichtweg darum, zu sagen, dass es Mindestkriterien gibt, wie man in der Krise zu agieren hat. Das heißt, es gibt so etwas wie Krisenrollen und Krisenablaufpläne. Es muss vorgefertigte Kommunikation und Standards geben. Prof. Lund-Durlacher hat es vorhin schon gesagt, das Thema Krisenprävention ist im Rahmen von Krisenmanagement eigentlich der wichtigere Teil. Denn es ist oft zu spät, erst dann anzufangen, wenn die Krise stattfindet. Es geht schlichtweg darum, dass Veranstalter nach ihrer Größe unterschiedliche Regelungen befolgen müssen. Ich denke, das wird zur Folge haben, dass eben nicht das passiert, was Sie eben gesagt haben.

Die Kooperation von Veranstaltern findet momentan sehr stark über den DRV, insbesondere



über dessen Krisen- und Sicherheitsausschuss, statt. Das ist ein Gremium, das sehr gut funktioniert und in dem die Großen den Kleineren gerne unter die Arme greifen. Was ich teilweise für problematisch halte, ist zu sagen, dass, wenn ich ein Problem habe, hole ich die Großen rein, dann lösen die mir mein Problem. Das bedeutet immer Koordinationsthemen und Reibungsthemen. In dieser Zeit hätte man dem Kunden auch schon ein Stück weit anders helfen können. Also ich glaube, deswegen ist es wichtig, dass auch kleinere Veranstalter besser aufgestellt sind.

Melanie Gerhardt (DERTOUR Deutschland GmbH)
Wir haben ein vollautomatisiertes Warnsystem. Dort fließen verschiedene Warnsysteme hinein, beispielsweise das A3M-System, *Crisis24* (*Risikomanagementsystem, Anm.*), auch Max Security. Zudem haben wir auch eine 360 Grad Medienbeobachtung. Die haben wir komplett in der gesamten REWE Group. All diese Aspekte und politischen Beobachtungsgremien, die ihre Statements abgeben, die wir auch abfragen — all das fließt in ein wirklich vollautomatisiertes Frühwarnsystem. Wir haben alle Gäste über dieses System im Blick. Aktuell haben wir anlässlich der Fußball-EM Gäste aus den Niederlanden, Österreich, England und Schottland in München. Das bedeutet, dass wir dort natürlich auch verstärkte Informationspflichten für diese Gäste haben. Wir pflegen auch ein zusätzliches Informationssystem speziell für die Olympischen Spiele in Paris. Dafür haben wir eigene Module erstellen lassen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Für die Gruppe Die Linke fragt Abg. Ina Latendorf.

Abg. **Ina Latendorf** (Gruppe Die Linke): Ich würde gerne an die Ausführungen von Melanie Gerhardt zum Frühwarnsystem anknüpfen. Vielleicht können Sie dazu ausführen, wie flächendeckend das für bestimmte Veranstaltungen ist. Könnte man das noch ausweiten über dieses System hinaus?

Melanie Gerhardt (DERTOUR Deutschland GmbH): Natürlich kann man das System ausweiten. Deswegen finde ich es auch gut, dass wir heute hier sind. Und deswegen fand ich auch den Hinweis von Prof. Lund-Durlacher sehr gut, wenn sie auf Ereignisse hinweist, die lokal und regional

abgegrenzt sind. Alle Großereignisse und großen Krisensituationen decken wir mit den gängigen Frühwarnsystemen ab, die an KI-Systeme angeschlossen sind. Wenn Sie uns in Frankfurt in unserer Zentrale besuchen, könnten wir Ihnen das gerne einmal vorstellen. Wir haben dahinter gelegte Informationssysteme.

Nehmen wir zum Beispiel das Unwetter in Dubai. Alle Frühwarnsysteme haben zu einem gewissen Zeitpunkt vorhergesagt, es gebe eine Entwarnung. Aber die Krise fing dann erst richtig an, weil die Mitarbeiter, die in Dubai wohnen und die für die Fluggesellschaften arbeiten, soweit außerhalb wohnen, dass sie gar nicht mehr den Airport erreicht haben. Das heißt, alle Warnsysteme standen eigentlich auf „grün“. Aber „grün“ waren sie nicht. Deswegen hatte man am Drehkreuz Dubai 55.000 gestrandete Gäste gehabt und weltweit waren alle Destinationen betroffen.

Bei regionalen Frühwarnsystemen nimmt Griechenland eine absolute Vorreiterrolle ein, so dass ich nach der Corona-Pandemie ein *Fan* von Griechenland geworden bin. Das ist genau das, was eben auch für das Ahrtal angesprochen wurde. Im Fall der Fälle kann man dann relativ schnell und relativ regional reagieren. Alle Akteure – damit meine ich auch die Leistungsträger, also die Hotelbetriebe – wären auf diese Weise zeitgleich informiert.

Abg. **Ina Latendorf** (Gruppe Die Linke): Wenn ich daran anknüpfen darf: Wer wäre denn Träger eines solchen Systems? Wir sprechen ja hier über mögliche Angebote des Bundes und der Bundesländer. Wie würde sich aus Ihrer Sicht eine Trägerschaft darstellen?

Melanie Gerhardt (DERTOUR Deutschland GmbH): Die griechischen Behörden haben eine sogenannte Klimasteuer eingeführt. Damit verbunden sind mehrere Projekte, denn sie suchen Partner aus der Touristikbranche, die mit den griechischen Regionen zusammenarbeiten. Ich finde, das ist genau der richtige Weg. Man sollte Fördergelder dafür nutzen, solche Frühwarnsysteme zu unterstützen. Manchmal kann man aus anderen Ländern, beispielsweise aus Griechenland, das eine oder andere für Deutschland und seine Regionen mitnehmen.



Abg. **Ina Latendorf** (Gruppe Die Linke): Genau, das wäre meine nächste Frage. Was kann man für Deutschland übernehmen?

Diese Frage würde ich gerne an Norbert Kunz vom Tourismusverband richten. Wir reden ja über Krisenkommunikation in der Vergangenheit, um daraus Schlussfolgerungen zu ziehen. Wie kann das zukünftig aussehen? Wir haben die Corona-Krise mehr oder weniger hinter uns. Wie bewerten Sie die Krisenkommunikation in dieser Zeit und darüber hinaus? Welche Schlussfolgerungen müssen wir daraus für die Zukunft ziehen?

Norbert Kunz (Deutscher Tourismusverband): Ich glaube, das ist eine ganz zentrale Frage und wahrscheinlich auch ein Lernen aus verschiedenen Krisenlagen, die wir in der Vergangenheit im Tourismus erlebt haben.

Der Kollege Lindner aus dem Ahrtal hat deutlich gemacht, dass eine Krise ja mehrere Phasen hat. Eine Krise kann auch noch nachwirken, wenn sie nicht mehr allgegenwärtig ist. Das heißt, wenn das Hochwasser zurückgegangen ist, gibt es immer noch die Krise.

Jahre danach sagt das Ahrtal noch, „*We AHR open*“, obwohl das Ahrtal seit langer Zeit an vielen Stellen wieder geöffnet ist. Wir müssen uns bewusst machen, dass Krisen über den eigentlichen Krisenraum und Krisenort hinausgehen. Zu Recht sind regionale Ereignisse angesprochen worden, die uns künftig möglicherweise noch viel stärker betreffen werden: beispielsweise lokale Wetterereignisse, z. B. Starkregen-Ereignisse, die teilweise nur lokale Orte betreffen. Wenn man auf die Deutschlandkarte schaut, dann ist dieser eine Ort auf der Landkarte gar nicht erkennbar. Viele meinen dann, das ganze Land, zum Beispiel Rheinland-Pfalz, sei betroffen, wenn Ministerpräsidenten Hilfestellung geleistet haben.

Insofern ist das Thema Kommunikation in diesem Zusammenhang sehr wichtig. Ich glaube, es ist auch wichtig, darüber mit den Profis – und das sind die Touristiker – Netzwerke zu bilden und diese Kommunikation auch zielgerichtet zu führen. Wir haben im Deutschen Tourismusverband bereits vor einigen Jahren einen Krisenleitfaden für die Kommunikation erarbeitet, der genau auf solche Dinge vorbereiten soll.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Wir starten mit unserer zweiten Runde. Das Wort hat wieder Lena Werner von der SPD-Fraktion.

Abg. **Lena Werner** (SPD): Ich würde gerne zum einen an die Frage meiner Kollegin Ina Latendorf anschließen und bitten, zu dieser Thematik weiter auszuführen.

Ich komme aus der Eifel und wir hatten genau das Problem, was eben beschrieben wurde. Alle hatten Angst, zu uns, zum Beispiel an die Mosel zu kommen, weil alle dachten, das komplette Land Rheinland-Pfalz stehe unter Wasser. Das war bekanntlich nicht der Fall. Deswegen bin ich der Überzeugung, dass wir in der Krise besser kommunizieren müssen. Vielleicht können Sie dazu noch ein bisschen weiter ausführen, Herr Kunz.

Darüber hinaus würde mich noch interessieren, ob sich die Resilienz der Branche durch diese Krisensituationen in den letzten Jahren verändert hat. Wir hatten ja verschiedene Krisen, zum Beispiel Corona und Naturkatastrophen. Wir müssen leider davon ausgehen, dass noch mehr Katastrophen kommen werden. Stehen wir heute schlechter da, weil so viele finanzielle Einbußen aufeinander gefolgt sind? Hat das negative Auswirkungen?

Meine letzte Frage an Christian Lindner lautet: Wie bewerten Sie die Einrichtung eines Krisenbeirats? Was halten Sie von der Idee, eine zentrale Koordinierungsstelle einzurichten – sei es für den Wiederaufbau oder auch grundsätzlich für die Koordinierung von allem, was damit zu tun hat. Auf welcher Ebene müsste eine solche Einrichtung aus Ihrer Sicht am sinnvollsten angesiedelt werden?

Norbert Kunz (Deutscher Tourismusverband): Also zu der Frage der Krisenkommunikation – ich hatte kurz den Krisenleitfaden erwähnt: Es geht darum, dass man die verschiedenen Krisenszenarien, die sich abzeichnen können, je nach föderaler Ebene – lokal, überregional oder sogar national – sortiert, und darauf dann als Branche adäquat reagiert.

Das ist meines Erachtens eine Lektion aus der Corona-Pandemie und anderen Krisen. Es gibt in



der Branche durchaus eine starke Sensibilisierung für Krisenlagen. Weitere Beispiele sind Insolvenzen wie jüngst bei der FTI oder zuvor bei Thomas Cook. Es gab in der Vergangenheit schon einige Szenarien, die deutlich gemacht haben, dass man etwas tun müsse.

Ich glaube, die beste Vorbereitung für die Krise von morgen ist, sich heute mit der Krise zu befassen, die vielleicht kommen kann. Das bedeutet in erster Linie, gute Grundlagen für eine Krisenbewältigung zu schaffen. Die wichtigste Grundlage aus unserer Sicht als Deutscher Tourismusverband sind gut ausgestattete, gut finanzierte, schlagkräftige Destinationen und Arbeitskräfte in den Destinationen vor Ort. Denn wenn eine Krise kommt und man sich darauf vorbereitet hat, braucht man eben insbesondere Information, Information und nochmal Information. Die muss man gebündelt und schnell zusammengestellt bekommen.

Aus unserer Sicht ist es zum Beispiel wichtig, dass Deutschland seit gut einem halben Jahr das sogenannte *Cell-Broadcast (Mobilfunkdienst, mit dem Warnnachrichten direkt auf das Handy oder Smartphone geschickt werden können, Anm.)* eingeführt hat, sodass inländische, aber auch ausländische Gäste zeitnah, ohne dass sie etwas tun müssen, auf Deutsch und auf Englisch informiert werden. Es ist in anderen Ländern schon lange der Fall, dass solche Informationen inklusive Handlungsanweisungen sofort verbreitet werden, damit jedermann weiß, was zu tun ist. Wir wissen aus verschiedenen Krisen, dass, wenn Informationen früher gekommen wären, so manches Leben hätte gerettet werden können. Das muss man leider so sagen. Insofern ist die rechtzeitige Information, glaube ich, das Allerwichtigste.

Zur Frage der Resilienz der Branche: Wie gesagt, wir haben an Resilienz zugelegt. Wir haben gezeigt, dass wir eine sehr starke, krisenbewährte Branche sind. Das hängt damit zusammen, dass die Branche oft mittelständisch geprägt ist und beim Thema „Digitalisierung“ ein gutes Stück zugelegt hat. Gerade Digitalisierung spielte und spielt in der Krisenbewältigung eine sehr große Rolle. Ich glaube, das Thema muss man im Blick behalten.

Das Thema des Krisenbeirats, ist ebenso wichtig. Das schlagen wir als Deutscher Tourismusverband vor, weil wir glauben, dass auf vielen Ebenen – auf nationaler, auf Landesebene und auf lokaler Ebene – das Expertenwissen des Tourismus einbezogen werden muss, und zwar unmittelbar dann, wenn eine Krisenlage gegeben ist.

Ich sage das insbesondere auch mit Blick auf das Ahrtal. Die Kommunikation – auch nach einer Krise – ist wichtig, dass man dort eben auch deutlich macht, was alles wieder möglich ist und was geöffnet hat. Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass auch nationale Regelungen bei nationalen Krisenlagen notwendig sein können. Es gab seinerzeit Seen, die waren von einer Seite begehbar und dort durfte man baden gehen. Auf der anderen Seite, im nächsten Bundesland, war der See gesperrt. Das war natürlich für den Tourismus sehr unverständlich und führte zu Verwirrung. Auf beiden Seiten des Sees gab es Corona. Es ist meines Erachtens wichtig, dass man Lehren aus der Corona-Pandemie zieht.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Lindner, Sie haben für eine Minute das Wort.

Christian Lindner (Privat-Hotel Villa Aurora): Die Koordination für die Bewältigung dieser Krise muss auf allen Ebenen laufen. Und zwar muss der Bund mit an den Tisch. Es kann nicht sein, dass das Land Nordrhein-Westfalen (NRW) anders mit den Wiederaufbaufonds-Vorschriften umgeht als Rheinland-Pfalz und dass in NRW schneller ausgezahlt wird als in Rheinland-Pfalz. Dazu muss einfach eine Schnittstelle zum Bund eingerichtet werden, die auf eine einheitliche Handhabung achtet. Das ist ein großes Problem. In Berlin ist man natürlich weiter weg. Und dennoch muss dort nachjustiert werden und man kann den Wiederaufbaufonds nicht einfach so belassen, wie er derzeit ist. Das wäre elementar wichtig und es ist bis heute leider nicht wirklich passiert. Von daher ist eine Koordination mit Kommune, mit Kreis, Land und Bund unfassbar wichtig, damit man letztlich auch in Berlin Gehör findet.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU) Für die CDU/CSU-Fraktion fragt Abg. Heike Bremer.



Abg. **Heike Brehmer** (CDU/CSU): Ich habe zwei Fragen. Eine Frage geht an Frau Gerhardt von DERTOUR. Wie bewerten Sie das Prinzip der Absicherung über eine Pauschalreise im Vergleich zu einzeln gebuchten Reiseleistungen? Welche Erfahrung konnten Sie bei Ihren Kunden im Hinblick auf die jüngste FTI-Pleite machen? Welche Lehren kann man daraus ziehen? In diesem Zusammenhang: Wie hat der Reisesicherungsfonds funktioniert? Gibt es aus Ihrer Sicht politischen Handlungs- oder Nachbesserungsbedarf? Vielleicht können Sie aber auch aus dem letzten Oktober berichten, aus Israel. Dort haben Sie ja auch schnell sehr viele Pauschalreiseturisten zurückgeholt. Die Bundesregierung hat im Vergleich dazu deutlich mehr Zeit gebraucht. Ihre Touristen, unsere Bürger, waren dann schon längst wieder zu Hause. Vielleicht können Sie dazu noch einige Angaben machen.

Eine weitere Frage geht an Herrn Jacubowski – in gewisser Weise als Vertiefung der Fragen, die Sie schon beantwortet haben. Sie sind ja auch Dienstleister für Geschäftsreisen vieler kleiner und mittelständischer Unternehmen. Das kann im Ernstfall ein umfangreiches Krisenmanagement beinhalten und eine große Herausforderung im Vergleich zu den großen Veranstaltungen bedeuten. Welche Besonderheiten sind hier aus Ihrer Sicht besonders wichtig?

Melanie Gerhardt (DERTOUR Deutschland GmbH): Dann würde ich mit der ersten Frage anfangen. Der Deutsche Reisesicherungsfonds hat wirklich hervorragend funktioniert. Ich habe nicht nur die Thomas-Cook-Krise abgewickelt, sondern davor die Germania, die airberlin, also mehrere Insolvenzen im Tourismusbereich. Die Abwicklung über den Deutschen Reisesicherungsfonds hat wirklich gut funktioniert.

Die Pauschalreise ist der absolute Goldstandard. Jeder, der im Ausland unterwegs war, hat das auch gemerkt. Er konnte seinen Urlaub bis zu Ende verbringen. Teilweise sind immer noch Reisegäste unterwegs und kommen erst Ende Juni oder im Juli zurück, weil auch die Linienflüge bezahlt waren. Das bedeutet einen absoluten Mehrwert. Die Produktpalette zwischen FTI und Thomas Cook war natürlich sehr unterschiedlich. In der Thomas-Cook-Insolvenz hatten wir viele Reisegäste in

Europa und auf den Balearen gehabt. Bei der FTI-Insolvenz waren viele außereuropäische Destinationen betroffen. Ich finde es sehr gut, wenn wir uns hinterher noch mal alle an einen Tisch setzen und gesondert nach Zielgebieten überlegen, wo es noch Verbesserungspotenzial gibt. Denn die Abwicklung war sehr unterschiedlich. Manche Länder wurden sehr gut auch vom eigenen Tourismusminister informiert. Bei manchen Ländern war das aber außerhalb der EU nicht der Fall. Der Deutsche Reisesicherungsfonds hat auch hervorragend in Sachen *Airlines* funktioniert. Er hat alle Deckungszusagen in allen Sprachen weltweit für alle Agenturen übersetzen lassen – und das in Windeseile. Das hat uns enorm geholfen und ich finde, es hat insgesamt gut funktioniert.

Was auch toll funktioniert hat, ist, dass die gesamte Branche die Rückholung durchgeführt hat. Die kleineren Veranstalter – das sind wirklich Spezialisten für Afrika – haben sich mit den kleineren Ländern beschäftigt. AIDA hat zum Beispiel gesagt: „Wir haben ohnehin zwei Gäste auf den Fidschis, die nehmen wir jetzt mal mit.“ All das hat über den DRV funktioniert. Die kleineren Veranstalter haben genauso mitgearbeitet wie die Großen aus der Branche – und zwar für die gesamte Branche. Das finde ich sehr wichtig. Genau dafür haben wir im DRV trainiert. Ich finde das sehr wichtig, dass man das im Vorfeld trainiert.

Dann zu Ihrer Frage, wie ich die Themen „Pauschalreiseabsicherung und Einzelleistungsabsicherung“ sehe. Ich kann das momentan noch gar nicht abschließend bewerten, weil ich gar nicht weiß, wie viele Einzelreisegäste mit der FTI unterwegs waren. Klar ist aber, dass man dem Gast im Vorfeld einer Reise diese Informationen zum Unterschied zwischen einer Einzelleistung und einer Pauschalreise an die Hand geben sollte. Der Gast, der eine Pauschalreise bucht, der sollte wissen, dass er eine Pauschalreise gebucht hat. Und derjenige, der eine Einzelleistung gebucht hat, sollte das auch wissen. Das ist der Knackpunkt.

Das nächste Beispiel, was ich anbringen möchte, ist Folgendes: Jemand bucht zwei Reiseeinzelleistungen, zum Beispiel zwei Hotels. Dann muss das Absicherungskonzept ja ganz anders aussehen als für diejenigen Gäste, die



zurückgeholt werden. Denn derjenige, der nur die Hotels gebucht hat, hat ja eigentlich gar nicht die Rückführung gebucht. Bevor ich zu einer Bewertung gelangen kann, müsste ich mir das ganze Thema allerdings nochmal genau anschauen. Ich glaube, die Information ist das Wichtigste. Ich hatte im Zuge der FTI-Rückholung durchaus Gäste, die genau wussten, dass sie nur eine Einzelleistung gebucht hatten, zum Beispiel nur ein Hotel oder nur einen Flug.

Mirko Jacobowski (A3M Global Monitoring GmbH): Ich glaube, zwischen Geschäftsreisen und Urlaubsreisen gibt es einen großen Unterschied. Im Geschäftsreisen-Bereich gibt es eine ganz klare Forderung im BGB. Das ist die Fürsorgepflicht des Arbeitgebers. Der Arbeitgeber muss sich um seinen Arbeitnehmer kümmern, wenn er ihn auf Dienstreisen schickt. In der Touristik schicken wir in erster Linie unsere Gäste dahin, wo es sicher ist. Kein Reiseveranstalter schickt jemanden dorthin, wo es eine Reisewarnung gibt. Im Geschäftsreise-Bereich werden die Leute beispielsweise nach Nigeria, Tschad und Mexiko geschickt – also in viele Gebiete, wo man seinen Mitarbeitern so etwas wie eine Absicherung, bieten muss. Im Reiseveranstalter-Bereich ist man dagegen dort, wo man hinreist, eigentlich sicher.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Wir machen weiter mit der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. Abg. Stefan Schmidt hat das Wort.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN): Eigentlich würde ich noch einmal gerne das Thema Einzelleistungen vertiefen, insbesondere weil wir bislang in Deutschland keine Absicherung der *Airlines* haben. Deshalb hatten wir beispielsweise das Problem bei airberlin und anderen. Aber ich glaube, das vertiefen wir an anderer Stelle. Konzentrieren wir uns zunächst auf die Krisen, die wir schon haben.

Die erste Frage würde an Frau Prof. Lund-Durlacher gehen mit der Bitte um eine möglichst kurze Antwort. Sie schreiben in Ihrer Stellungnahme, dass Klimawandel nicht zwangsläufig das Ende des Wintersporttourismus bedeutet. Vielleicht können Sie uns kurz erläutern, was Sie damit konkret meinen. Wie könnte ein klimaneutraler Wintersporttourismus aussehen?

Was würde das für die Destinationen, für die Reisenden konkret bedeuten, zum Beispiel auch im Hinblick auf Preise oder Verfügbarkeiten?

Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher (ZENAT – Zentrum für Nachhaltigen Tourismus): Der Wintersport wird sich verlagern. Der Wintersport, der bisher in Mittelgebirgsregionen stattfindet, wird in andere Regionen, die höher gelegen sind, wandern. Wir sehen, dass hier die touristische Nachfrage sehr flexibel reagiert und sofort auf neue Destinationen ausweicht. Wintersportdestinationen haben viele Möglichkeiten, Emissionen zu reduzieren. Sei es durch Verwendung von erneuerbarer Energie, bei unterschiedlichsten operativen Tätigkeiten wie dem Pistenmanagement oder der Beschneigung.

Wir haben einen großen Hebel bei der Mobilität, bei der sich schon heute viele Bergbahnen und Destinationen mit einbringen. Aber Bergbahnen sind sehr zentrale Akteure in den Wintersportdestinationen und übernehmen dort auch sehr viel Verantwortung. Dort bestehen viele Möglichkeiten der Emissionsreduktion, aber es besteht natürlich auch die Möglichkeit, auf andere Sportangebote auszuweichen und in eine andere Saison zu gehen. Viele Wintersportorte haben heute schon als zweites Standbein das *Mountainbiking* entdeckt und sind hier im Sommer sehr aktiv.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN): Dann hätte ich noch eine weitere Frage an Melanie Gerhardt. Sie hatten schon dazu ausgeführt, dass Destinationen wie Griechenland eine Vorreiterrolle bei der Aufbereitung von Extremwetter- und Aktivitätsplänen haben. Sie haben gesagt, dass man daraus das eine oder andere für Deutschland mitnehmen könne. Ich befürchte, dass meine Kollegen von der FDP-Fraktion eher abwinken, wenn ich mit dem Vorschlag nach einer Klimasteuer komme. Die Frage wäre: Welche andere – vielleicht günstigere Variante – könnten wir vielleicht von anderen Ländern auf Deutschland übertragen?

Melanie Gerhardt (DERTOUR Deutschland GmbH): In Hinblick auf das Krisenmanagement möchte ich noch kurz ergänzen: Wenn wir die Waldbrände auf Rhodos oder auf den Peloponnes im letzten Jahr nehmen, da hat man danach sogenannte



Aktivitätspläne für den Zeitraum danach entwickelt. Das ist genau das, was man im Ahrtal gebraucht hätte.

Es gibt verschiedene Module, die man dort entwickelt hat. Ich glaube, dass man aus der einen oder anderen Region das eine oder andere Modul mitnehmen könnte. Ich kann Sie dazu gerne vernetzen und Ihnen das zukommen lassen. Das sind sehr interessante Module, weil man eine Nachbereitung in einer Nachbereitungskampagne gemacht hat. Man hat zum Beispiel eine neue Waldbepflanzung durchgeführt. Man nimmt auch die Bürger und Touristen in bestimmte Regionen mit, zeigt, wie die Präventionsmaßnahmen gelaufen sind, wo z. B. Schneisen abgeschirmt wurden. All solche Themen, die könnte man wirklich mitnehmen, auch um die Kommunikation aufrechtzuerhalten.

Mein Herz blutet immer, wenn ich „Ahtal“ höre. Ich sage das einfach, weil ich nach der Katastrophe schon oft dort durchgefahren bin und dort auch mal ein Wochenende verbracht habe. Ganz ehrlich, ich glaube, die Situation im Ahtal ist nicht immer in jedem Kopf. Deswegen muss man da auch Kommunikationsaktivitäten betreiben. Das ist das „A und das O“. Bei mir im Krisenmanagement, wenn ich in einer aktiven Krisenabwicklung bin, habe ich immer, selbst wenn ich 24/7 arbeite, einen Redakteur bei mir, der alles mithört, was ich mache, was ich tue. Dazu schreibt er dann auch das eine oder andere auf und zieht das Positive aus bestimmten Sachen heraus. Ich bin in einer aktiven Großkrise eigentlich nie allein.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Für die FDP-Fraktion fragt Abg. Nico Tippelt.

Abg. **Nico Tippelt** (FDP): Meine erste Frage geht an Mirko Jacobowski. Sie haben – finde ich – eine sehr spannende Zuarbeit gebracht. Sie berichten, dass 40 Prozent aller untersuchten Reiseveranstalter keinerlei Kriterien für eine Krisenvorbereitung erfüllen. Was sind die Ursachen dafür? Wieso werden Ihre Produkte, die Unternehmen auf etwaige Krisen vorbereiten, bisher so begrenzt in Anspruch genommen? Wie denken Sie, könnte eine optimale Krisenvorbereitung überhaupt oder grundsätzlich für Unternehmen aussehen? Welche

eventuelle Unterstützung, auch seitens der Politik, bedarf es dabei?

Die zweite Frage richtet sich an Norbert Kunz. Sie haben in Ihrem Bericht viele zukunftsweisende Maßnahmen für einen resilienten Tourismus aufgeführt. Herr Kunz, können Sie uns bitte noch mal aus Ihrer Sicht die jeweils drei wichtigsten Maßnahmen für Bund, Länder, Kommunen sowie Unternehmen nennen und kurz erläutern, die einen krisenfesten Tourismus stärken würden?

Und die letzte Frage an Dr. Marcel Klinge: Warum braucht es die Einrichtung einer nationalen Förderbank – analog etwa zur österreichischen Hotel- und Tourismusbank – zur Unterstützung von dringend notwendigen Investitionen, gerade im Bereich Digitalisierung und Nachhaltigkeit?

Mirko Jacobowski (A3M Global Monitoring GmbH): Die erste Antwort ist: statistische Wahrscheinlichkeit. Ich bin ein kleiner Veranstalter. Ich habe nicht viele Zielgebiete. Ich habe im Jahr nicht viele Reisende. Also ist die Chance, dass ich von einer Krise betroffen werde, nicht so richtig groß. Das ist das eine. Das führt dazu, dass alles, was ich in das Thema Krisenmanagement an Vorbereitung reinstecke – seien es *Manpower* oder finanzielle Mittel – ich auch in verkaufsfördernde Maßnahmen stecken könnte. Das ist etwas, was wir relativ häufig sehen. Je kleiner der Veranstalter, desto eher gibt es die Überzeugung: „Wir „wuppen“ das schon in der Krise.“ Wir haben eine sehr persönliche Beziehung zu diesen Kunden. Nur diese persönliche Beziehung zu den Kunden kann ich mir nicht vorstellen, wenn der Geschäftsführer im Wanderurlaub ist oder einfach mal zwei Tage nicht erreichbar ist. Also das ist ein Problem. Da sehen wir in der Tat, dass Unterstützungsleistungen am Markt nicht wirklich richtig angenommen werden.

Was braucht es dafür? Ganz ehrlich, es ist gar nicht so schwer. Es braucht einen Krisenablaufplan. Es braucht einen Krisenkommunikationsplan. Man muss jede Krise, wie Frau Gerhardt schon sagte, im Vorfeld schon einmal durchspielen. Genauso, wie der DRSF es auch gemacht hat. Und letztendlich ist das eine konzentrierte Beschäftigung mit dem Thema für ein bis zwei Wochen und dann immer wieder Training. Ich glaube, dazu braucht es keine



Unterstützung der Politik. Es braucht schlichtweg nur die Aufforderung oder die Regulierung, dass so etwas zumindest vorgehalten werden muss.

Norbert Kunz (Deutscher Tourismusverband): Drei kurze Maßnahmen waren gefragt: Erstens leistungsstarke Tourismusorganisationen und Betriebe. Das sollte – was der Kollege auch sagte – möglichst bürokratiearm sein. Das bedeutet aber in Bezug auf das Thema „Einzelleistung“, was heute auch schon angesprochen wurde, nicht zusätzliche Kosten, ohne dass es überhaupt Risiken gibt, auf die Einzelleistung „drauf zu packen“. Denn das, was vorgeschlagen wird, bedeutet teilweise, dass ein Hotelier Zusatzkosten hätte, weil er wie eine Pauschalreise sein Hotel vermieten müsste. Dasselbe gilt für eine Ferienwohnung, wo wir gar keine Evidenz sehen, was eine Krise betrifft.

Zweitens; Einbeziehung des Tourismus bei Krisen auf allen Ebenen. Das ist unmittelbar wichtig, um in der Kommunikation auch deutlich zu machen, wo teilweise gar keine Krise stattfindet. Ich könnte mir zum Beispiel *Dashboards*, wie es sie in anderen Ländern schon gibt, vorstellen, aus denen für Touristen ersichtlich wird, wo was gerade möglich ist.

Drittens: Krisenvorbereitung auf allen Ebenen. Ich will ein konkretes Beispiel dafür nennen: Eine digitale Route mit einem hohen Standard in einer Kommune, die an einem schönen Fluss gelegen ist, sollte, wenn es dort zu einem Hochwasser kommt, dort nicht mehr lang führen. Dazu haben wir Standards entwickelt. Diesbezüglich möchte ich ausdrücklich der Bundesregierung danken, insbesondere Dieter Janecek. Die Themen „Digitalisierung und digitale Standards“ werden in der Nationalen Plattform „Zukunft des Tourismus“ implementiert werden. Hierdurch wird zukünftig gewährleistet werden, dass die Route dann nicht mehr an dem überfluteten Fluss langführt oder einfach gesperrt wird.

Dr. Marcel Klinge (Denkfabrik Zukunft der Gastwelt): Warum brauchen wir eine nationale Förderbank für unseren Dienstleistungssektor, also für Tourismus, *Hospitality* und *Food*? Gibt es zwei einfache Gründe dafür? Herr Norbert Kunz hat vorhin darauf hingewiesen, dass wir es mit einer Branche zu tun haben, in der es viele kleine und

mittlere Betriebe gibt – nämlich 250.000 in Deutschland. Diese sind zwar resilienter geworden, aber das hat auch einen Preis gehabt. Die Führungskräfte und die Mitarbeiter sind am Limit. Das heißt, man schaut gerade, dass man aktuell den Betrieb am Laufen hält, aber man hat nur sehr wenig Zeit und manchmal kaum Kraft, sich mit Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Automatisierung zu beschäftigen. Das heißt, wenn man unterstützen will, muss die Lösung so einfach wie möglich sein. Eine „*One-Stop-Shop*“-Lösung als Stichwort zu nennen, ist, glaube ich, sehr sinnvoll.

Zweitens: Die Kassen sind leer. Die Corona-Pandemie hat das Eigenkapital, insbesondere von kleinen, mittelständischen Betrieben stark „angefressen“ bzw. „aufgefressen“. Hinzu kommt die Inflation der letzten Jahre. Das heißt, es ist aktuell schlicht und ergreifend nicht ausreichend Geld vorhanden, um in die Zukunft zu investieren. Deswegen, glaube ich, kann der Staat bzw. die Bundespolitik mit einer nationalen Bank – ähnlich wie in Österreich – stark unterstützen, und zwar mit einer Bank, die die Branche besser versteht. Man bekommt ja bei einer Sparkasse heutzutage oftmals gar nicht so einfach einen Kredit, weil einfach die Hürden sehr hoch sind. Wir brauchen also jemanden, der unsere Leute versteht und der dann auch mit Zuschüssen analog zu Österreich diese Transformationsaufgaben „Nachhaltigkeit und Digitalisierung“ unterstützt. Dafür wäre eine nationale Bank eine sehr gute Möglichkeit.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Als nächster fragt Abg. Mike Moncsek von der AfD-Fraktion.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Ich will meine Fragen an Christian Lindner richten. Sie hatten vorhin ausgeführt, dass die zwei betroffenen Bundesländer die einschlägigen Verwaltungsvorschriften sehr unterschiedlich handhaben und regten eine Anpassung der Verwaltungsvorschriften an. Können Sie uns bitte ein oder zwei Beispiele aus diesem Blickwinkel nennen?

Und als zweite Frage: Sie sprechen von modernen touristischen Infrastrukturen. In welchen Domänen wären diese aus Ihrer Sicht besonders sinnvoll? Was sind in diesem Kontext alte Infrastrukturen,



die vielleicht gerade jetzt, für den Neubau, Platz machen könnten?

Christian Lindner (Privat-Hotel Villa Aurora): Das Thema „Wiederaufbaufonds“ ist eines meiner Lieblingsthemen. Der Wiederaufbaufonds ist zunächst einmal grundsätzlich eine großartige Geschichte. Ich möchte bei einer solchen Katastrophe in keinem anderen Land leben. Das möchte ich nochmal klar sagen. Man hat diesen Wiederaufbaufonds relativ schnell aufgesetzt – auch das war sehr gut. Man hat ihn dann aber mit Verwaltungsvorschriften installiert und stehen lassen, ohne zu wissen, was dann noch in der Praxis kommen kann. Die Überflutung des Ahrtals war eine Katastrophe, die es vorher noch nicht gab. Man kannte die Zusammenhänge noch nicht. Das ist eines der großen Probleme. Denn ein Wiederaufbau in so einer Region, in so einem engen Tal, das sich über zwei Bundesländer erstreckt, mit 40.000 betroffenen Haushalten, 50 Kilometern, da hilft der reine Wiederaufbau wenig. Wir wissen heute, dass der Wiederaufbau mindestens 10 bis 15 Jahre dauern wird. Wenn wir dann in 10 Jahren den Wiederaufbau abgeschlossen haben, werden andere Regionen diese 10 Jahre genutzt haben. Diese haben sich dann weiterentwickelt und investiert in neue Tourismuskonzepte. Wir im Ahrtal stehen am Ende da mit einem 10 Jahren veralteten Wiederaufbau zu neuesten Standards.

Ja, natürlich nimmt man nicht mehr die Asbestplatten von früher, aber grundsätzlich ist das ein Problem – und zwar nicht nur in den öffentlichen Infrastrukturen, sondern eben auch in den Betrieben. Der Betrieb, der jetzt nicht versichert war, der darf seinen Laden wieder aufbauen mit 80 Prozent Zuschuss, aber bitte so, wie er vorher war. Ich hätte das niemals gemacht. Ich hätte auch den Wiederaufbau meines eigenen Hotels, wenn ich 10 Jahre älter gewesen wäre, nicht gemacht. Ich bin jetzt 41 Jahre alt. Ich hätte das mit den Investitionen, die jetzt nachgeschossen werden, niemals hinbekommen. Ich habe noch 25 Jahre vor mir. Die brauche ich auch. Das ist ganz klar. Deswegen ist an dieser Stelle ein großer Fehler gemacht worden. Warum sollte ich in ein Gebäude investieren, für welches es sich eigentlich nicht mehr lohnt, da mehrere hunderttausende – teilweise Millionen – Euro zu investieren, wenn

ich am Ende weiß, dass das Endprodukt nicht zukunftsfähig ist. Das ist ein großes Problem. Da gäbe es sicherlich Lösungen. Ein Beispiel: Es gibt aktuell eine Bewertung, wie hoch ein Flutschaden ist. Das sind dann – Stand heute – hunderttausend Euro. Diese muss ich heute genauso wieder investieren, wie es war. Logischer wäre es, zu sagen: „Bitte investiere hunderttausend Euro in Dein Gebäude, wie Du es möchtest. Du musst nachvollziehbar machen, dass Du es ins Gebäude investiert hast. Aber nimm doch bitte noch zweihunderttausend Euro in die Hand und mach es nachhaltig.“

Zum Stichwort „erneuerbare Energien“: Das wäre gleich noch ein Anreiz dazu, jetzt in eine Region zu investieren – und zwar zukunftsfähig. Das wäre ein kleines Beispiel, was sicherlich sinnvoll gewesen wäre – vielleicht sogar noch heute,

Zum Stichwort „Öffentliche Tourismusstruktur“: Wir haben – Gott sei Dank – noch Wanderwege. Unser Radweg beispielsweise ist komplett zerstört. 68 von 75 Brücken sind zerstört. Diese waren natürlich für die Bahn und den Radweg sehr wichtig. Es ist ein enges Tal. Der Radweg muss neu aufgebaut werden. Gott sei Dank ist er ganz weg. Dann wird er – in diesem Falle – tatsächlich auch modern wieder aufgebaut. Auch dazu gibt es Konzepte, damit man einen Radweg wieder aufwertet, zum Beispiel Rastplätze modern – mit Photovoltaik zum Handyaufladen – gestaltet. Diesbezüglich gibt es einige Ideen – aber auch für zusätzliche Infrastruktur, die wir vorher nicht hatten.

Eine Hängeseilbrücke ist ein weiteres Thema bei uns, das wir ganz weit nach vorne gestellt haben. Dafür braucht man Unterstützung. Das können wir als Tourismusverband allein nicht stemmen. Dafür brauchen wir Fördergelder – Gelder von außen. Allein eine Machbarkeitsstudie muss selbst bezahlt werden, damit man überhaupt in eine Förderung reinkommen kann. Aber 50.000 Euro hat der Tourismusverband Ahrtal nicht rumliegen, um so eine Machbarkeitsstudie zu machen, die am Ende nicht zwingend dazu führt, dass sie umgesetzt wird. Von daher müssen wir an dieser Stelle entbürokratisieren und schauen, was möglich ist und wie man es unterstützen kann – und zwar von Seiten des Landes und des Bundes. Es gibt



Konzepte und Projekte, wo wir meinen, dass der Bund unterstützen kann. Darüber würden wir uns sehr freuen. Natürlich wären auch Investitionen durch Private wünschenswert – wir sind da auf der Suche. Aber wir müssen in der Lage sein, uns weiterzuentwickeln, uns neu aufzustellen und nicht nur einen reinen Wiederaufbau zu machen, sonst geht es in die falsche Richtung. Dann ist es eine Spirale nach unten.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Latendorf, Sie sind heute für die Gruppe Die Linke die letzte in unserer zweiten Fragenrunde.

Abg. **Ina Latendorf** (Gruppe Die Linke): Ich würde gleich daran anknüpfen, was Sie eben gesagt haben: „Prävention“ – gerade das Ahrtal ist ja mit seiner Lage auch in Zukunft sehr gefährdet. Ich glaube schon, dass es vergleichbare Lagen wieder geben könnte. Wird beim Wiederaufbau – Sie haben es angedeutet – auch Prävention mitgedacht, beispielsweise dadurch, dass an gefährdeten Stellen nicht gebaut werden darf? Wie bereitet man sich darauf vor?

Meine zweite Frage können Sie vielleicht an Herrn Kunz weitergeben, aber Sie können auch gerne etwas dazu sagen. Gibt es Pläne für die Zeit nach der Krise? Wo müsste man noch nachbessern? Wie stellen wir uns auf für die Zeit danach ein?

Christian Lindner (Privat-Hotel Villa Aurora): Hochwasserschutz und entsprechende Prävention sind für uns alle – also für Bürger und Unternehmer – natürlich sehr wichtige Themen. Das Ahrtal ist einfach sehr eng. Dort kann immer etwas passieren. Stand heute ist: Wenn das Hochwasser heute nochmal in diesem Ausmaß kommen würde oder auch etwas schwächer, dann wäre die Katastrophe noch größer. Denn am Flussbett der Ahr gibt es noch keine Maßnahmen, die ansatzweise umgesetzt wurden, damit das abgeschwächt werden kann.

Jetzt leben wir natürlich alle in der Hoffnung, dass so etwas in den nächsten Jahren nicht so schnell wieder passiert. Ich will nicht sagen, dass an der Verbesserung des Hochwasserschutzes bislang nicht gearbeitet wurde. Es wird daran gearbeitet, aber es dauert einfach alles zu lange. Die Wege sind zu lang, es muss erst ausgeschrieben werden, ein

Ingenieurbüro gefunden werden, die Kommunen und der Kreis müssen miteinander kommunizieren. Es stellen sich Fragen wie: Darf die Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler das selbst machen, ja oder nein? Also da stehen sehr viele Fragen im Raum. Die Ahr fließt bekanntlich durch NRW und Rheinland-Pfalz. Da gibt es einfach eine doppelte Zahl bürokratischer Hürden. Da werden meines Erachtens erst einmal ein, zwei Jahre ins Land gehen, bevor überhaupt angefangen wird. Dann kommt das Ingenieurbüro und erarbeitet etwas. Wir stellen das vor und dann muss das Ganze erstmal abgesegnet werden. Dann die Frage: Wer bezahlt das Ganze? Dann muss europaweit ausgeschrieben werden, bevor auch nur ein Bagger mal anfängt zu baggern. Das ist alles viel zu langsam. Für eine Situation wie im Ahrtal müsste es einfach andere Regelungen geben, damit das schneller vorangeht.

Zur zweiten Frage nach der Kommunikation. Frau Gerhardt hat dazu vorhin sehr zutreffend ausgeführt: Wir müssen nach außen kommunizieren können, und zwar bald. Das geht nicht mit den eigenen Mitteln. Das funktioniert nicht. Dafür sind keine Gelder da. Wir vom Ahrtal-Tourismus haben viel gemacht, aber die „*We AHR Open*“-Kampagne konnte natürlich nicht aus eigenen Mitteln finanziert werden. Ich kann Ihnen sagen, wo das Geld herkam: von Corona-Hilfen, die uns das Land Gott sei Dank zur Verfügung gestellt hat – natürlich nicht nur uns, sondern auch anderen Empfängern in Rheinland-Pfalz – die Gelder müssen ja paritätisch verteilt werden. Alles gut und schön. Das ist von mir noch ein weiterer großer Kritikpunkt. Es gibt keine einzige Förderung, die nur auf diese Katastrophe abzielt – weder in der Kommunikation noch in der Investition. Dazu fehlte anscheinend die Kraft. Weder von Seiten des Landes noch von Seiten des Bundes wurde eigens etwas aufgesetzt. Immer, wenn man etwas macht und Förderungen einsammeln möchte, weil man investieren möchte, muss man sich an die wenden, wo es vielleicht schon etwas gibt. Und die sind natürlich nicht wirklich auf das Ahrtal und das Ausmaß dieser Katastrophe angemessen eingestellt. Da müsste es höhere Fördersätze geben und so weiter und so fort. Das wäre – glaube ich – auch eine Möglichkeit der Verbesserung, um Investitionen anzukurbeln und wieder von außen ins Tal zu holen. Das Ahrtal muss wieder interessant für andere Investoren



werden, damit sie reinkommen und dort eine Vision für ihre Projekte im Ahrtal entwickeln. Man könnte zum Beispiel Vergünstigungen für Bauvorhaben vorsehen oder ähnliches. Das wäre eine große Hilfe.

Norbert Kunz (Deutscher Tourismusverband): Da kann ich nahtlos anschließen. Wir werden es in den nächsten Jahren mit der großen Frage nach den Ressourcen zu tun haben – personelle Ressourcen, aber auch finanzielle Ressourcen, die auf allen Ebenen zur Verfügung gestellt werden müssen. Wir haben mit dem Bundesklimaanpassungsgesetz aus meiner Sicht einen guten Rahmen. Dieses gibt den Regionen aber auch die Hausaufgabe mit auf den Weg, Klimaanpassungs-Maßnahmen umzusetzen und Pläne vorzubereiten. Das alles wird Geld kosten. Am Ende muss eine Kommune in der Lage sein, in nachhaltige, resiliente Infrastrukturen zu investieren, touristische Angebote zu entwickeln, die weniger wetterabhängig sind und die Ressourcen zu schützen.

Der Tourismus lebt von den natürlichen Ressourcen und muss gleichzeitig dazu beitragen, dass er „sich nicht den eigenen Ast absägt“. Alle Leistungsträger müssen sensibilisiert werden, Fortbildungen zu machen. All das braucht sehr umfangreiche Ressourcen und dieser Ressourcenfrage müssen wir uns auf allen politischen Ebenen stellen. Mit Blick auf den Bundeshaushalt und die ja doch deutlichen Unterschiede in der Bewertung, wie diese Ressourcen zur Verfügung gestellt werden, glaube ich, muss sich der Tourismus letztlich unmittelbar einbringen, um diese Ressourcenfrage geschlossen an die Politik auf allen Ebenen zu adressieren.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Meine Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen, damit sind wir am Ende unserer öffentlichen Anhörung angelangt. Heute ist wieder so ein Tag, an dem wir merken, dass die Zeit nicht reicht, um alles zu Ende zu besprechen. Dennoch vielen Dank für Ihre Anregungen, für Ihre Offenheit und Ihre sachgerechte Darstellung. Das hilft uns sehr in unserer Arbeit.

Schluss der Sitzung: 16:15 Uhr

Jana Schimke, MdB
Vorsitzende



Verweis auf Stellungnahmen der Sachverständigen im Anlagenkonvolut

Melanie Gerhardt

A-Drs. 20(20)184

Mirko Jacobowski

A-Drs. 20(20)183

Dr. Marcel Klinge

A-Drs. 20(20)180

Nobert Kunz

A-Drs. 20(20)182

Christian Lindner

A-Drs. 20(20)181

Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher

A-Drs. 20(20)186