

▲ Hochschule Harz Friedrichstraße 57 – 59, 38855 Wernigerode

Ausschuss für Tourismus

Deutscher Bundestag  
Platz der Republik 1  
11011 Berlin

**Prof. Dr. Harald Zeiss**

Professur für Tourismusmanagement und  
Betriebswirtschaft, insbes. Internationaler  
Tourismus und Nachhaltigkeit

Friedrichstraße 57 – 59  
38855 Wernigerode  
Telefon 03943 – 659-233  
Mobil 0170 567 6400  
E-Mail hzeiss@hs-harz.de

Wernigerode, 16. April 2022

**Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung „Nationale Tourismusstrategie“ am 27. April 2022**

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich freue mich, als Sachverständiger in Ihrer Sitzung eine Stellungnahme abgeben zu dürfen. Diese finden Sie auf den drei Folgeseiten.

Bei Rückfragen stehe ich jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Harald Zeiss

## Stellungnahme zur „Nationale Tourismusstrategie“

Im Juni 2021 hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) den Aktionsplan „Nationale Tourismusstrategie“ herausgegeben. Die Strategie sollte nach dem Koalitionsvertrag aus dem Jahr 2018 einen ganzheitlichen wirtschaftspolitischen Ansatz vereinbaren. **Der Aktionsplan wird dem Ziel jedoch nicht gerecht.** Zwar werden die Auswirkungen der Corona-Krise anhand aktueller Statistiken aufgezeigt und wichtige Unterstützungsmaßnahmen des Bundes wie Wirtschaftshilfen oder der Tourismus-Wegweiser genannt. Aber konkrete Maßnahmen über die Krisenreaktion hinaus werden im Aktionsplan nicht ausreichend berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund ist zu begrüßen, dass die neue Bundesregierung und der Ausschuss Tourismus an einer Überarbeitung der Nationalen Tourismusstrategie arbeiten.

Die folgende Stellungnahme macht deutlich, dass der **Tourismus ein komplexes System ist, das viele positive, aber auch negative Auswirkungen auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt** haben kann. Die in dieser Stellungnahme aufgeführten Handlungsfelder müssen daher in einen Gesamtrahmen für eine erfolgreiche touristische Entwicklung eingebunden, festgelegt und mit konkreten Maßnahmen bis 2030 praxisbezogen begleitet werden. Insbesondere Aspekte der Nachhaltigkeit – mit einem klaren Fokus auf dem Klimaschutz – müssen diesen Gesamtrahmen prägen.

### Förderung eines nachhaltigen Tourismus

Diese Form des Tourismus trägt erheblich zu einer dauerhaften Wertschöpfung und zum Wohlstand der Bevölkerung bei. Es gilt, die Bedürfnisse und Interessen der Gäste und der Bevölkerung mit denen des Natur-, Umwelt- und Klimaschutzes zu verbinden, und dabei eine langfristig wirtschaftliche sowie sozialverträgliche Entwicklung zu erreichen. EU, Bund und Länder können mit den richtigen Maßnahmen Anreize zum Klima- und Umweltschutz und für eine nachhaltige Tourismusedwicklung setzen.

Eine **nachhaltige Entwicklung ist wirtschaftlich leistungsfähig, beschäftigungsintensiv und gleichzeitig langfristig ausgelegt, umweltverträglich und sozial gerecht.** Ein innovatives Umfeld kann dazu beitragen, dass dies gelingt, indem der Tourismus den eigenen Ressourcenverbrauch verantwortlich monitort und minimiert. Dies gilt zuvorderst in strukturschwachen Regionen – egal ob in städtischen oder ländlichen Räumen – wo der Tourismus als Quelle für Einkommen und Beschäftigung eine herausragende Rolle spielt. Unabhängig davon trägt die Branche auch zum sozialen Zusammenhalt und zur Wahrung bzw. Aufwertung des kulturellen Erbes bei.

### Digitalisierung fördern

Im Tourismus verändert die fortschreitende Digitalisierung das Konsumverhalten, die Geschäftsmodelle und das Wettbewerbsumfeld mit hoher Geschwindigkeit. Nahezu alle Bereiche des Tourismus unterliegen inzwischen Digitalisierungsprozessen. Hier liegen unausgeschöpfte Potenziale auf dem Weg zum Tourismus 4.0. Für die Zukunftsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft ist entscheidend, inwieweit sie den digitalen Strukturwandel im globalen Wettbewerb meistern und die Chancen der Plattformökonomie gewinnbringend nutzen kann.

Die Nutzung digitaler Dienste durch die Reisenden und die Bereitstellung digitaler Angebote durch die Destinationen **setzt das Vorhandensein eines flächendeckenden Mobilfunk- und Breitbandnetzes voraus.** Bund und Länder müssen die hierzu notwendigen Voraussetzungen schaffen, damit auch hier ländlichen Regionen nicht abgehängt werden. Eine zeitgemäße Digitalisierung der Tourismuswirtschaft und des Standorts Deutschland sichert darüber hinaus die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Deutschlandtourismus.

Seite 2 von 4

Tourismus 4.0 erkennen und fördern bedeutet, die Innovationsfähigkeit einer ganzen Branche voranzutreiben. Hierzu gehören Open-Data-Ansätze, datengetriebene Entscheidungs- und Lösungsprozesse sowie akademische Innovationsforschung. Rahmenbedingungen für technologie-getriebene touristische Start-ups und die Mitgestaltung einer kundenorientierten Plattformökonomie zählen ebenfalls dazu.

### Zukunftstrends identifizieren und unterstützen

Der Caravan-Tourismus ist im ländlichen Raum ein wichtiger Wirtschaftsfaktor geworden und hat im Zuge der Corona-Pandemie nicht nur in ländliche Regionen, sondern auch in den Städten weiter an Bedeutung gewonnen. Die Reisenden sind in der Regel solvente Gäste, die z.B. Gastronomie, Museen oder den Einzelhandel im Umfeld stärken. Ähnliche Entwicklungen sind beim Wassertourismus zu verzeichnen. Es gilt, eine entsprechende und ansprechende Infrastruktur bei Stell- und Liegeplätzen zu schaffen bzw. auszubauen, die hohen Anforderungen an herkömmlicher und digitaler Ausstattung entspricht. Hierdurch können neue Bereiche erschlossen werden, die dabei helfen, Verluste aus anderen Segmenten auszugleichen. Daneben muss durch einen **konsequenten Erhalt und den Ausbau der Rad-Infrastruktur** das immer bedeutendere Segment des Fahrradtourismus weiter gefördert werden. Hierbei ergeben sich zugleich Synergien zum für die Verkehrswende notwendigen Ausbau der Pendler-Verbindungen für Radfahrende.

### Fachkräfteausbildung und Tourismusforschung

Für den Tourismusstandort Deutschland ist es entscheidend, dass Hotel- und Gaststättengewerbe, Agenturen und kommunale Einrichtungen Arbeitsplätze adäquat besetzen können. Deshalb muss alles getan werden, um die **Attraktivität der Tourismuswirtschaft als Arbeitgeber** zu **verbessern**. Darüber hinaus steht die Tourismuswirtschaft vor der Aufgabe, durch Innovationen, Forschung und Lehre Antworten auf die zentralen Zukunftsfragen zu finden, bspw. Sicherung der regionalen Wertschöpfungsketten angesichts der globalen Digitalisierung, Lösungen zum Arbeits- und Fachkräftemangel oder Fragen der Nachhaltigkeit. Der Tourismus ist dabei auf eine leistungsfähige Forschungsinfrastruktur und innovative Lehre an den öffentlichen Hochschulen angewiesen.

**Die Chancen und Zukunftsaussichten für junge Nachwuchskräfte im Tourismus sind hervorragend.** Die Potenziale der Ausbildung im Tourismus – auch für die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund in den deutschen Arbeitsmarkt – müssen stärker Eingang in die Berufsberatung finden. Das Engagement der Branche sollte künftig durch verstärkte öffentliche Maßnahmen, z.B. im Rahmen der schulischen Berufsberatung oder der Vermittlung von Praktika und Praxiskontakten, unterstützt werden.

Es bedarf außerdem **stärkerer finanzieller Anreize für die Förderung von Hochschulstudiengängen mit Tourismusschwerpunkt** (insbesondere Dualer Studiengänge) an öffentlichen und privaten Hochschulen. Bundesländer und Hochschulen ziehen sich kontinuierlich aus Forschung und Lehre im Tourismusbereich zurück. Derzeit kann man Tourismus landesweit nur noch an drei staatlichen Universitäten studieren (und auch nur im Rahmen eines Geografiestudiums). Angesichts der vielen Herausforderungen im Tourismus geht dadurch nicht nur Wissen verloren, sondern **hochqualifizierter Nachwuchs wandert zunehmend ins Ausland ab** und steht dem deutschen Arbeitsmarkt trotz aller Dringlichkeit nicht mehr zur Verfügung.

## Nachhaltige Mobilitätsformen

Die Erreichbarkeit von deutschen Destinationen mit dem Schienenpersonenverkehr stellt einen maßgeblichen Standortfaktor für die Tourismusgemeinden und die Erreichung gleichwertiger Lebensverhältnisse dar. Es bedarf daher anstelle eines Rückzugs der Bahn aus der Fläche zusätzlicher Streckenreaktivierungen und einer finanziellen Stärkung des Gesamtsystems ÖPNV aus Bussen und Bahnen. **Damit können zugleich die klimapolitischen Ziele der Bundesregierung erreicht und die Nachhaltigkeit des Tourismus gefördert werden.**

Gerade vor dem Hintergrund des Klimaschutzes kommt es mehr denn je darauf an, dass die Reisegebiete mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sind. Während Mobilitätsangebote in den Ballungsräumen einen guten Ausbaustand erreicht haben, mangelt es weiterhin an attraktiven Angeboten in strukturschwachen oder ländlichen Räumen. Vorhaben für den Ausbau von Schiene, Straße und Wasserwegen sind zu lange in der Planung und Umsetzung. Über viele Jahre hat sich in Deutschland ein Stau an infrastrukturellen Investitionsvorhaben entwickelt, der dringend abgebaut werden muss. **Die Erreichbarkeit touristischer Ziele ist eine Grundbedingung für den Deutschlandtourismus und für die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusdestinationen von existenzieller Bedeutung.** Wir brauchen zudem ein verlässliches und vor allem flächendeckendes Schnellladernetz, um den Wandel zur Elektromobilität zu ermöglichen und touristische Regionen erreichbar zu halten.

## Internationale Märkte mitdenken und Tourismus als Stabilisator nutzen

Die deutsche Tourismuswirtschaft steht für Weltoffenheit, Toleranz und Gastfreundschaft. **Deutschland ist auch deshalb ein attraktives Reiseziel für ausländische Gäste, weil hier Demokratie und Freiheit gelebt werden.** Die Regierung sollte Deutschland als Tourismusstandort stärken und damit Arbeitsplätze in der deutschen mittelständischen Tourismuswirtschaft sichern.

Auch der Outgoing-Sektor muss in einer nationalen Tourismusstrategie berücksichtigt werden. Rund 70 % der organisierten Reisen führen ins Ausland. An der Planung und organisatorischen Durchführung dieser Dienstleistungen sind deutsche Unternehmen maßgeblich beteiligt. Diese Unternehmen beschäftigen deutlich über 70.000 qualifizierte Fachkräfte und generieren einen Gesamtumsatz von rund 65 Mrd. € im Jahr. **Der Outgoing-Sektor der Tourismusindustrie trägt zur Wertschöpfung bei und sichert Arbeitsplätze.** Gleichzeitig sind die beteiligten Unternehmen und Organisationen nur selten Empfänger von staatlichen Fördermitteln und Subventionen.

Die hier beschriebenen Handlungsfelder stellen nur einen Überblick dar und sind als Richtungsimpulse zu verstehen. Sicherlich gibt es weitere wichtige Felder, die aufgrund der Kürze der Stellungnahme keine Berücksichtigung finden konnten. Damit eine effiziente und zielgerichtete Umsetzung gelingt, müssen alle Akteure eingebunden werden. Die Tourismuspolitik auf europäischer und auf Bundesebene, die Bundesländer und Kommunen sowie die touristischen Unternehmen und Leistungsträger, Tourismusorganisationen und Verbände bilden das Rückgrat der Branche. **Eine koordinierte Zusammenarbeit dieser Akteure ist die Voraussetzung für das Gelingen einer Nationalen Tourismusstrategie.**