

Vorschläge für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie

Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

18. Mai 2021

Impressum

Dr. Markus Heller
Projektleitung

p +49 (0)89 290 728 11
e heller@fried-partner.de

Dr. Fried & Partner GmbH
Lessingstraße 6
80336 München
www.fried-partner.de

Dr. Fried & Partner
MANAGEMENT CONSULTING 

Sebastian Gries
Stellvertretende Projektleitung

Cornelius Obier

p +49 (89) 614 66 08 0
e sebastian.gries@projectm.de
e cornelius.obier@projectm.de

PROJECT M GmbH
Landsberger Straße 392
81241 München
www.projectm.de

PROJECT 

Jörg Ihlau

p +49 (0)30 339 888 116
e j.ihlau@serviceplan.com

Serviceplan Berlin GmbH & Co. KG
Ziegelstraße 16, 10117 Berlin
www.serviceplan.com/de

SERVICEPLAN 

Wissenschaftsbeirat des Projekts (Unterauftragnehmer):

Center for Innovation & Sustainability in Tourism (C.I.S.T.)
Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin
www.cist.de

c.i.s.t
center for innovation &
sustainability in tourism e.V.

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp
p +49 (0)171 83 51 306
e kreilkamp@cist.de



Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Vorwort | 10 |
| TEIL A – Analysebericht | 11 |
| A 1. Einführung | 12 |
| A 1.1. Programmatische Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie | 12 |
| A 1.2. Ausgangssituation und Aufgabenstellung..... | 13 |
| A 1.3. Aufbau Teil A..... | 15 |
| A 2. Chancen und Herausforderungen für den Tourismusstandort Deutschland | 16 |
| A 2.1. Wirtschaftsfaktor Tourismus | 17 |
| A 2.2. Entwicklung des Tourismus in Deutschland | 18 |
| A 2.2.1. Entwicklung des Inlandstourismus..... | 21 |
| A 2.2.2. Entwicklung des Incoming-Tourismus..... | 29 |
| A 2.2.3. Entwicklung des Outgoing-Tourismus..... | 31 |
| A 3. Akteure und Organisation der Tourismuspolitik auf Bundesebene . | 41 |
| A 3.1. Tourismuspolitik auf Bundesebene..... | 41 |
| A 3.2. Der Tourismusbeauftragte der Bundesregierung..... | 41 |
| A 3.3. Der Tourismusausschuss des Bundestages..... | 41 |
| A 3.4. Der Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie | 42 |
| A 3.5. Die Deutsche Zentrale für Tourismus | 42 |
| A 3.6. Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes | 42 |
| TEIL B – Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuszirtschaft..... | 44 |
| B 1. Vorwort Teil B | 45 |
| B 2. Analyse | 46 |
| B 3. Maßnahmenvorschläge zur unmittelbaren Umsetzung im Zuge der COVID-19-Krise und ihrer Folgen | 48 |
| B 3.1. Maßnahmenentwicklung..... | 48 |



| | |
|---|-----------|
| B 3.2. Fiskalische Maßnahmen..... | 51 |
| B 3.2.1. Überbrückungshilfen..... | 51 |
| B 3.2.2. Schnellkredite..... | 52 |
| B 3.2.3. Kurzarbeitergeld..... | 53 |
| B 3.2.4. Steuermaßnahmen..... | 54 |
| B 3.2.5. Sonderförderprogramme..... | 55 |
| B 3.3. Direkte operative Maßnahmen..... | 57 |
| B 3.3.1. Reisewarnungs- und Testkonzept..... | 57 |
| B 3.3.2. Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation..... | 59 |
| B 3.3.3. Voraussetzungen für erfolgreiche Vermarktung..... | 60 |
| B 3.3.4. Zielgebiete außerhalb Deutschlands..... | 63 |
| B 3.3.5. Digitalisierung..... | 64 |
| B 3.4. Indirekte Maßnahmen..... | 66 |
| B 3.4.1. Mittelständische Strukturen..... | 66 |
| B 3.4.2. Krisenresilienz..... | 67 |
| B 3.4.3. Insolvenz- und Krisenabsicherung..... | 68 |
| B 3.4.4. Wirtschaftliche Betrachtung Ferienplanung..... | 70 |
| B 3.5. Institutionelle Maßnahmen..... | 71 |
| B 3.5.1. Schlagkraft BMWi..... | 71 |
| B 3.5.2. Schlagkraft Tourismuswirtschaft..... | 73 |
| B 3.5.3. EU-Abstimmung..... | 74 |
| B 4. Schlussbetrachtung Teil B..... | 75 |
| | |
| TEIL C – Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen für eine nationale Tourismusstrategie ... | 77 |
| C 1. Einführung Teil C..... | 78 |
| C 1.1. Aufbau Teil C..... | 78 |
| C 1.2. Erläuterungen zur Einordnung und Bewertung der Vorschläge..... | 79 |
| C 2. Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen zur Umsetzung der programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie..... | 81 |



| | | |
|----------|---|-----|
| C 2.1. | Handlungsfeld 1: Verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft gestalten..... | 81 |
| C 2.1.1. | Handlungsempfehlungen..... | 82 |
| C 2.1.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 88 |
| C 2.2. | Handlungsfeld 2: Am internationalen Wachstum partizipieren..... | 89 |
| C 2.2.1. | Handlungsempfehlungen..... | 90 |
| C 2.2.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 93 |
| C 2.3. | Handlungsfeld 3: Tourismus 4.0 erkennen | 94 |
| C 2.3.1. | Handlungsempfehlungen..... | 95 |
| C 2.3.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 102 |
| C 2.4. | Handlungsfeld 4: Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig gestalten | 104 |
| C 2.4.1. | Handlungsempfehlungen..... | 105 |
| C 2.4.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 112 |
| C 2.5. | Handlungsfeld 5: Beschäftigung im Tourismus Zukunft und Perspektive geben | 114 |
| C 2.5.1. | Handlungsempfehlungen..... | 115 |
| C 2.5.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 119 |
| C 2.6. | Handlungsfeld 6: Ländliche Räume stärken | 120 |
| C 2.6.1. | Handlungsempfehlungen..... | 121 |
| C 2.6.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 124 |
| C 2.7. | Handlungsfeld 7: Auf nachhaltige Entwicklung im und durch Tourismus setzen..... | 125 |
| C 2.7.1. | Handlungsempfehlungen..... | 126 |
| C 2.7.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 130 |
| C 2.8. | Handlungsfeld 8: Mit Tourismus zu Stabilität im internationalen Umfeld beitragen..... | 132 |
| C 2.8.1. | Handlungsempfehlung..... | 132 |
| C 2.8.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 134 |
| C 2.9. | Handlungsfeld 9: Koordiniert zusammenarbeiten | 135 |
| C 2.9.1. | Handlungsempfehlungen..... | 135 |
| C 2.9.2. | Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 140 |
| C 2.10. | Gutachterliche Vorschläge zur Querschnittsaufgabe „Tourismusförderung und -finanzierung“ | 141 |



| | |
|--|------------|
| C 2.10.1. Handlungsempfehlungen..... | 142 |
| C 2.10.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung | 150 |
| C 3. Vorschläge zum Aktionsplan im Überblick | 152 |
| TEIL D – Ausblick..... | 156 |
| D 1. Einordnung Teil D | 157 |
| D 2. Empfehlung 1: Überführung des Aktionsplans in einen dauerhaften Umsetzungs- und Reflexionsprozess | 158 |
| D 3. Empfehlung 2: Mittelfristige Veränderungen in Folge der Corona- Pandemie gestalten | 164 |
| D 3.1. Veränderungen im Deutschlandtourismus..... | 164 |
| D 3.2. Veränderungen im Outbound-Tourismus | 167 |
| D 4. Empfehlung 3: Langfristige Veränderungen des Systems Tourismus beachten | 170 |
| ANHANG I – Stellungnahme des Wissenschaftsbeirats zu den „Eckpunkten der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie“ und dem vorliegenden Aktionsplan | 173 |
| ANHANG II – Beteiligung am Dialogprozess | 177 |
| Literaturverzeichnis | 239 |



Abkürzungen

| | |
|----------|---|
| AA | Auswärtiges Amt |
| ADV | Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen e. V. |
| AEUV | Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union |
| AHK | Auslandshandelskammer |
| BDL | Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. |
| BGB | Bürgerliches Gesetzbuch |
| BMAS | Bundesministerium für Arbeit und Soziales |
| BMBF | Bundesministerium für Bildung und Forschung |
| BMF | Bundesministerium der Finanzen |
| BMI | Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat |
| BMJV | Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz |
| BMU | Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit |
| BMVI | Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur |
| BMWi | Bundesministerium für Wirtschaft und Energie |
| BMZ | Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung |
| BSTIM | Bayesian Monte Carlo approach for predicting the spread of infectious diseases |
| BTW | Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V. |
| CDC | Centers for Disease Control and Prevention |
| CIVD | Caravaning Industrie Verband e. V. |
| CORSIA | Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation |
| COVID-19 | Corona Virus Disease 2019 |
| DEHOGA | Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V. |
| DEMIS | Deutsches Elektronisches Melde- und Informationssystem für den Infektionsschutz |
| DFKI | Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH |
| DHV | Deutscher Heilbäderverband e. V. |
| DIHK | Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. |
| DMC | Destination Management Company |
| DMO | Destinationsmanagementorganisation |



| | |
|-------|--|
| DOSB | Deutscher Olympischer Sportbund |
| DRV | Deutscher ReiseVerband e. V. |
| DSGVO | Datenschutz-Grundverordnung |
| DTV | Deutscher Tourismusverband e. V. |
| DZT | Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. |
| ECPAT | ECPAT Deutschland e. V. – Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung |
| EFRE | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung |
| EITW | Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH |
| EstG | Einkommensteuergesetz |
| EU | Europäische Union |
| FAZ | Frankfurter Allgemeine Zeitung |
| FUR | Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. |
| fw | FW Medien GmbH |
| GCB | GCB German Convention Bureau e. V. |
| GIZ | Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit |
| GRW | Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" |
| GTAI | Germany Trade and Invest – Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH |
| HGB | Handelsgesetzbuch |
| ICCA | International Congress and Convention Association |
| ifo | ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V. |
| IHA | Hotelverband Deutschland (IHA) e. V. |
| IMAG | Interministerielle Arbeitsgruppe |
| IMT | Institut für Management und Tourismus der FH Westküste |
| KAG | Kommunalabgabengesetze der Länder |
| KfW | Kreditanstalt für Wiederaufbau |
| KMK | Kultusministerkonferenz |
| KMU | Kleine und mittlere Unternehmen |
| LIFT | Leistungssteigerung & Innovationsförderung im Tourismus (Fördermaßnahme) |



| | |
|--------|---|
| LNG | Liquefied Natural Gas |
| MICE | Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions beziehungsweise Events |
| NGO | Nichtregierungsorganisation (Non-governmental organization) |
| NIT | Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH |
| OECD | Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung |
| ÖPNV | Öffentlicher Personennahverkehr |
| OZG | Onlinezugangsgesetz |
| PNR | Passenger Name Record |
| RDA | RDA Internationaler Bustouristik Verband e. V. |
| RKI | Robert Koch-Institut |
| SPNV | Schienenpersonennahverkehr |
| TAA | Travel Agency Accounting GmbH |
| TSA | Tourismus-Satellitenkonto |
| UN | Vereinte Nationen |
| UNWTO | World Tourism Organization |
| v.i.r. | Verband Internet Reisevertrieb e. V. |
| VDR | Verband Deutsches Reisemanagement e. V. |

Vorwort

Die anhaltenden Auswirkungen der Corona-Pandemie erschüttern den Tourismus in Deutschland substantiell. Branchenspezifische, gesamtgesellschaftliche und globale Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus in Deutschland haben sich binnen kurzer Zeit grundlegend verändert.

Massive langfristige Veränderungen des Systems Tourismus durch die Corona-Pandemie

Dabei wirkt sich die anhaltende COVID-19-Pandemie nicht nur kurz- und mittelfristig aus. Vielmehr verstärkt sie viele bereits vor der Pandemie bestehende Herausforderungen des Tourismus. Dazu zählt der Klimawandel genauso wie der Arbeits- und Fachkräftemangel.

Die Auswirkungen der Pandemie zeigen an vielen Stellen die Schwächen und die mangelnde Resilienz des Systems Tourismus besonders deutlich auf. Veränderungen, die sich bereits vor der Pandemie ankündigten, müssen vor diesem Hintergrund mit neuer Dringlichkeit in den Blick genommen werden. Die Corona-Krise lenkt und beschleunigt den Wandel des Systems Tourismus in einem Maße, das bis vor Kurzem unvorstellbar war. Daher gilt es, im Rahmen der Tourismuspolitik auch die zu erwartenden mittel- und langfristigen Veränderungen des Tourismus zu erkennen.

Einordnung der vorliegenden Handlungsempfehlungen in Teil B und C der Studie

Teil A der Studie stellt vorrangig die Entwicklungen im Tourismus bis vor Eintritt der COVID-19-Pandemie dar und gibt einen Einblick in die mit dem Jahr 2020 beginnenden Veränderungen. Dringend erforderlich wird eine Bestandsaufnahme der Branchensituation zum Ende der Corona-Krise, um die beschriebenen Handlungsempfehlungen bei Bedarf zu bewerten und gegebenenfalls anzupassen.

Mit den in Teil B der Studie eingebrachten Handlungsempfehlungen kann gegen die kurz-, in Teilen auch gegen die mittelfristigen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie gewirkt werden. Sie weisen den Weg in den nächsten ein bis zwei Jahren, sind jedoch nicht dafür gedacht, die langfristigen Veränderungen im Tourismus zu gestalten.

Teil C basiert auf bereits vor der Corona-Pandemie entwickelten Zielen und Handlungsfeldern. Diese haben im Wesentlichen auch für die Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen Relevanz und Gültigkeit. Jedoch ist zu erwarten, dass diese heute erkennbaren und ableitbaren Maßnahmen nicht ausreichen werden, um den fortschreitenden Wandel des Systems Tourismus auch in den kommenden Jahren zu bewältigen.

TEIL A – Analysebericht



A 1. Einführung

A 1.1. Programmatische Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie

Das Bundeskabinett hat am 30. April 2019 die programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie beschlossen (BMW, 2019). Die Eckpunkte geben den Entwicklungsrahmen für die Ausgestaltung zukünftiger Tourismuspolitik und für einen Aktionsplan zur Umsetzung vor.

Die bestehenden institutionellen Strukturen bleiben dabei unberührt. Das gilt insbesondere für die Zuordnung und Aufteilung der tourismuspolitischen Kompetenzen zwischen Bund und Ländern.

In den programmatischen Eckpunkten bekennt sich die Bundesregierung zu einer Tourismuspolitik, die von einem Dreiklang übergeordneter politischer Ziele geleitet wird. Diese sind:

- Die inländische Wertschöpfung zu erhöhen,
- die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig zu heben und
- zu internationaler Stabilität beizutragen.

Um diesen grundlegenden politischen Anliegen gerecht zu werden, setzt sich die Bundesregierung folgende strategische Ziele der Tourismuspolitik, die einen programmatischen Rahmen für Handlungsfelder, operative Ziele und Maßnahmen aller nationalen Akteure bilden sollen:

1. Wir schöpfen die vielfältigen Potenziale des Tourismus weiter aus.
2. Wir stärken die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland und der mittelständisch geprägten Tourismuswirtschaft und belassen ihr Freiräume, sich zu entfalten.
3. Wir gestalten eine moderne, barrierefreie, verlässliche sowie nachhaltige Mobilität und digitale Infrastruktur, die die Bedürfnisse der Reisenden und die Herausforderungen durch eine Zunahme des Verkehrs berücksichtigen.
4. Wir streben einen Qualitätstourismus an, der
 - im Einklang mit Natur und Kultur lebenswerte Räume schafft und erhält,
 - zur Lebensqualität aller Menschen – Besucher wie Einheimische – beiträgt und
 - das Deutschlandbild im Ausland positiv prägt.
5. Wir nutzen das Potenzial des Tourismus, um die wirtschaftliche Entwicklung in anderen Teilen der Welt nachhaltig zu stärken und zu Frieden, Toleranz und Völkerverständigung beizutragen.
6. Wir unterstützen eine umwelt- und klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus.

Um diese tourismusstrategischen Ziele zu erreichen, müssen Bundes-, Landes- und kommunale Ebene, aber auch die Tourismuswirtschaft und ihre Verbände im Rahmen ihrer jeweiligen Zuständigkeiten und Handlungsmöglichkeiten aktiv werden.

Die Bundesregierung wird mit Blick auf die Kompetenzen auf Bundesebene dazu vor allem in den folgenden Bereichen beitragen:

- Verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft gestalten
- Am internationalen Wachstum partizipieren
- Tourismus 4.0 erkennen
- Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig gestalten
- Beschäftigung im Tourismus Zukunft und Perspektive geben
- Ländliche Räume stärken
- Auf nachhaltige Entwicklung im und durch Tourismus setzen
- Mit Tourismus zu Stabilität im internationalen Umfeld beitragen
- Koordiniert zusammenarbeiten

Anhand der Eckpunkte soll der Erfolg des Tourismusstandorts Deutschland gesichert, Tourismus als Wirtschaftsfaktor gestärkt und der gesamte Sektor in seiner ganzen Vielfalt bestmöglich auf die Zukunft vorbereitet werden (BMW, 2019).

A 1.2. Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Die COVID-19-Pandemie hat die Ausgangslage, auf deren Basis die Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie beschlossen wurden, deutlich verändert. Die langfristigen Ziele verlieren durch die aktuelle Krise aber nicht ihre Legitimität und werden im Grundsatz auch nach der Krise gelten. Doch verändert die Corona-Pandemie die Reisewirtschaft und den Tourismus insgesamt, weshalb Ziele und Handlungsfelder in diesem Bewusstsein betrachtet werden müssen.

Kurzfristig stehen daher sogenannte „Recovery-Maßnahmen“ im Vordergrund. Dazu kommen Maßnahmen, die die Resilienz der Tourismuswirtschaft stärken sollen.¹

Über die Bewältigung der aktuellen Krise hinweg ist es wichtig, mittel- bis langfristig an die dynamische Entwicklung des Tourismus für das Reiseland Deutschland als auch in der Outbound-Touristik anzuknüpfen und bestehenden und neuen Herausforderungen zu begegnen. Dazu gehören der demographische Wandel, der Fachkräftemangel, die fortschreitende Digitalisierung, der Klimawandel, strukturelle Schwächen in ländlichen als auch urbanen Räumen, wachsende Mobilitätsansprüche und veränderte Sicherheitsbedingungen.

Die Bundesregierung will mit den programmatischen Eckpunkten für eine nationale Tourismusstrategie und dem darauf aufbauenden Aktionsplan dazu beitragen, die Herausforderungen zukunftsorientiert zu bewältigen. Zudem sollen die Entwicklungspotenziale im Einklang mit den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – wirtschaftlich, ökologisch und sozial – möglichst effizient ausgeschöpft werden.

Zum einen soll die Wettbewerbsfähigkeit der Reisedestinationen in Deutschland und der deutschen Tourismuswirtschaft unter Berücksichtigung von umwelt-, struktur-, kultur- und sozialpolitischen Aspekten kurzfristig wiederhergestellt und mittel- bis langfristig gestärkt werden. Zum anderen gilt es, der internationalen Verantwortung Deutschlands, insbesondere

¹ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.

gegenüber Entwicklungs- und Schwellenländern, gerecht zu werden und dabei die positiven Effekte des Tourismus in den Zielländern zu stärken und Belastungen für die Umwelt zu begrenzen.

In einem intensiven Dialog mit allen relevanten Akteuren im Tourismus in Deutschland und der deutschen Tourismuswirtschaft wurden konkrete Vorschläge für Maßnahmen zur Umsetzung der programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie herausgearbeitet. Anschließend wurden diese nach wissenschaftlicher Systematik und gutachterlichen Kriterien untersucht, bewertet und zusammengeführt. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurde der Beteiligungsprozess ausgeweitet, bisherige Ergebnisse neu bewertet und aktuelle Erfahrungen für die Entwicklung der Vorschläge für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie herangezogen.

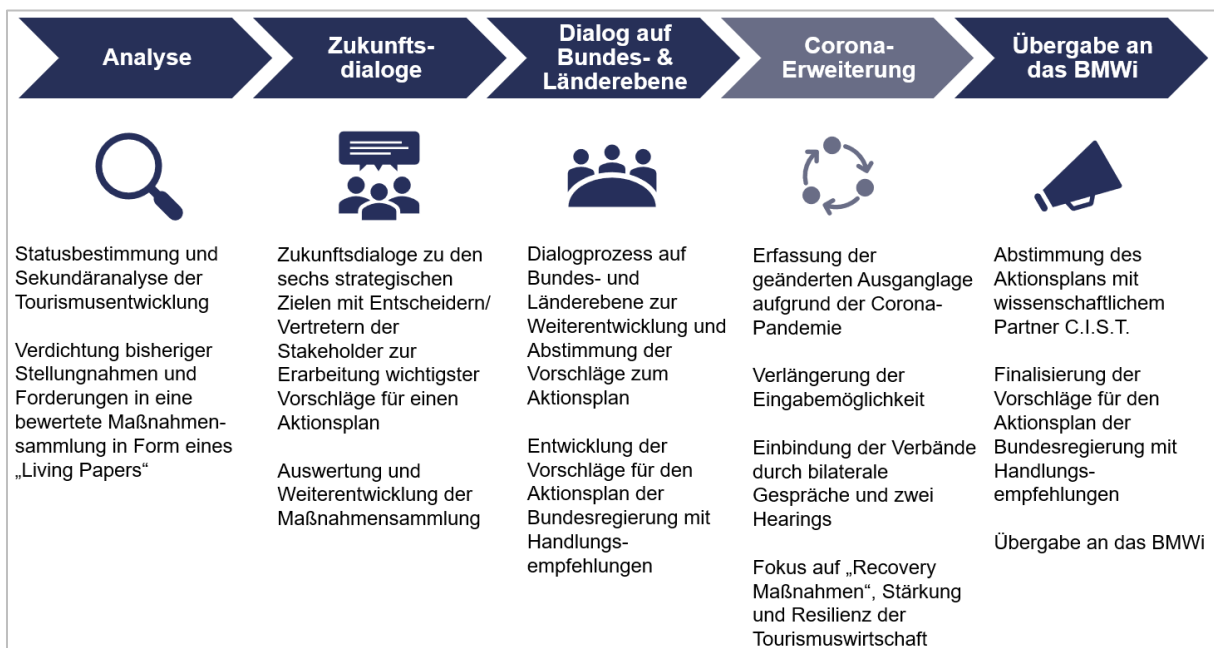


Abbildung 1: Beteiligungsprozess zu den Vorschlägen für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen für eine nationale Tourismusstrategie (eigene Darstellung)

Der Prozess zur Entwicklung von Vorschlägen für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie zielte darauf ab, die Tourismusbranche und weitere Stakeholder auf allen Ebenen einzubinden. Im Mittelpunkt standen sechs Zukunftsdialoge von Januar bis Mai 2020, in denen die strategischen Ziele jeweils einzeln behandelt wurden. Darüber hinaus wurde der Prozess im Rahmen einer Projektergänzung ausgeweitet, um den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie Rechnung zu tragen.

Flankierend zum Prozess der Zukunftsdialoge konnten alle Beteiligten Ideen, Stellungnahmen und Positionen beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) einreichen. Neben den mündlichen Beiträgen im Rahmen der Zukunftsdialoge wurden insgesamt rund 100 schriftliche Dokumente eingereicht. Die Auswertung, Strukturierung und Vorbewertung aller vorhandenen und bekannten Vorschläge, Stellungnahmen und Positionen der Fachverbände, Länder und weiterer Stakeholder waren Teil des Konsultationsprozesses und wurden im



Erarbeitungsprozess berücksichtigt. Im Zuge der Projekterweiterung vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie wurde die Möglichkeit, Stellungnahmen und Positionen einzubringen, verlängert.

Zur interministeriellen Abstimmung zwischen den Ressorts und um die Perspektive der Länder einzubinden, folgten zwei Fachdialoge auf Ebene der Bundesministerien und mit den Ländern im Juni 2020. Darüber hinaus wurde der Prozess um zwei Hearings mit Expertinnen und Experten der im Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie vertretenen Verbände ergänzt. Berücksichtigt wurden dabei bestehende tourismusrelevante Programme, Pläne, Untersuchungen und Strategien der Bundesregierung und der Bundesländer, darunter auch die Arbeit der Facharbeitsgruppe „Wirtschaft und Innovation“ der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“.

Die Ausarbeitungen zum Projekt „Vorschläge für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie“ sind in vier Teile gegliedert:

- Teil A – Analysebericht
- Teil B – Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft
- Teil C – Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen für eine nationale Tourismusstrategie
- Teil D – Ausblick

A 1.3. Aufbau Teil A

Teil A beschreibt den Ist-Zustand der Tourismusentwicklung in Deutschland und der deutschen Tourismuswirtschaft. Er folgt in Struktur und Logik dem „Tourismuspolitischen Bericht“ (BMWi, 2017a), mit dem das BMWi in regelmäßigen Abständen den Deutschen Bundestag über tourismuspolitische Entwicklungen informiert. Das darin enthaltene Kapitel Zwei skizziert die Chancen und Herausforderungen für den Tourismusstandort Deutschland. In diesem Rahmen behandelt es sowohl den Inlandstourismus in Deutschland als auch den Incoming- und Outgoing-Tourismus. Dazu werden die Entwicklungen sowohl vor der Corona-Pandemie als auch – insofern sie vorliegen – im Jahr 2020 während der Krise dargestellt. Die Akteure und Organisation der Tourismuspolitik auf Bundesebene werden im dritten Kapitel behandelt.



A 2. Chancen und Herausforderungen für den Tourismusstandort Deutschland

In den vergangenen Jahren ist der Tourismus in Deutschland von Rekord zu Rekord geeilt. So zog das Reiseland Deutschland seit 2010 immer mehr Besucher aus dem In- und Ausland an. Die Tourismuswirtschaft konnte ihre Stellung als starke Branche der deutschen Wirtschaft unterstreichen. Nach außen vermittelt der Tourismus ein positives Image Deutschlands und signalisiert Gastfreundschaft, Weltoffenheit und Diversität. Im Inland schafft er ein Bewusstsein für die Attraktivität und Besonderheiten deutscher Städte und Regionen. Von der touristischen Entwicklung profitieren aber nicht nur der Wirtschaftsstandort Deutschland, sondern auch die Gesellschaft und die Menschen vor Ort. Tourismusentwicklung unterstützt den Ausbau von Infrastrukturen und schafft neue Angebote für Freizeit und Versorgung, wodurch auch die Freizeit- und Lebensqualität für Einheimische gesichert oder sogar gesteigert werden kann.

Seit März 2020 steht der Tourismus in Deutschland jedoch vor neuen Herausforderungen. Das Corona-Virus hat die Tourismuswirtschaft innerhalb kürzester Zeit auf den Kopf und neue Anforderungen an deren Entwicklung gestellt. Die weitreichenden wirtschaftlichen, strukturellen und gesellschaftlichen Veränderungen waren, sind und werden auch in Zukunft wesentliche Herausforderungen für die Branche darstellen. Ein verändertes Reiseverhalten der Deutschen hin zu Urlaub im eigenen Land ist ein wesentlicher Trend.

Trotz und durch die COVID-19-Pandemie schreitet die Digitalisierung weiter voran und fordert die deutsche Tourismuswirtschaft zum Handeln auf, nicht zuletzt um im Zeitalter rasanter digitaler Innovationen den Anschluss nicht zu verlieren. Auch die Verfügbarkeit ausreichender Fach- und Arbeitskräfte nimmt aufgrund des demografischen Wandels immer weiter ab. Davon sind vor allem die zahlreichen kleinen und mittleren Unternehmen der Branche betroffen. Klimaveränderungen und Klimaschutz prägen, nicht zuletzt durch die Fridays-for-Future-Bewegung, die öffentliche Diskussion. Ein nachhaltiger Tourismus in Deutschland sowie im Ausland soll dazu beitragen, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen für Bevölkerung, Umwelt und Wirtschaft verträglich zu gestalten.

Durch Tourismus werden interkulturelle Begegnungen ermöglicht, Vorurteile abgebaut und ein zunehmendes Verständnis für kulturelle Unterschiede gefördert. Tourismus ist ein Instrument des kulturellen Austauschs, der Völkerverständigung und der Entwicklungszusammenarbeit. Reisen bildet, überwindet Grenzen und führt Menschen zusammen. Es weitet den Horizont, lehrt Respekt, Toleranz und Vielfalt, beugt Abschottung und Ausgrenzung vor und öffnet den Blick für die Herausforderungen, vor denen das eigene und andere Länder stehen. Das ist besonders wichtig in Zeiten zunehmender Fremdenfeindlichkeit und nationalistischer Tendenzen.

Tourismus ist nicht nur für Deutschland, sondern auch für viele andere Länder ein entscheidender Wirtschaftsfaktor. Er beschäftigt die Menschen, sorgt für Einkommen und ist wesentlicher Treiber für die Entwicklung von Lebensräumen. Gerade durch die Corona-Krise wurden die Auswirkungen ausbleibender Besucher für zahlreiche nationale Ökonomien deutlich.

A 2.1. Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus ist in Deutschland ein umsatzstarker und beschäftigungsintensiver Wirtschaftszweig. Laut der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland“ des BMWi und des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V. (BTW) (BMWi, 2017b) erwirtschaftet er eine direkte Bruttowertschöpfung von über 105 Milliarden Euro. Das sind 3,9 Prozent der gesamten Volkswirtschaft. Ausgaben von Geschäftsreisenden machen dabei einen Anteil von rund 20 Prozent des touristischen Gesamtkonsums aus. 2,92 Millionen Erwerbstätige sind direkt im Tourismus beschäftigt. Das entspricht 6,8 Prozent aller Beschäftigten.

Zudem profitieren andere Wirtschaftsbereiche vom Tourismus. So beeinflussen die Unternehmen viele andere Bereiche wie etwa Mobilität, Handel, Landwirtschaft, Bauindustrie oder den Fahrzeug- und Flugzeugbau positiv.

Berücksichtigt man sowohl die indirekten als auch die durch den Tourismus direkt ausgelösten Effekte entlang der Wertschöpfungskette, ergibt sich eine Gesamtbruttowertschöpfung von 287,2 Milliarden Euro. Darüber hinaus steigt die Zahl der Beschäftigten, die direkt oder indirekt mit dem Tourismus in Verbindung stehen, auf 4,17 Millionen.

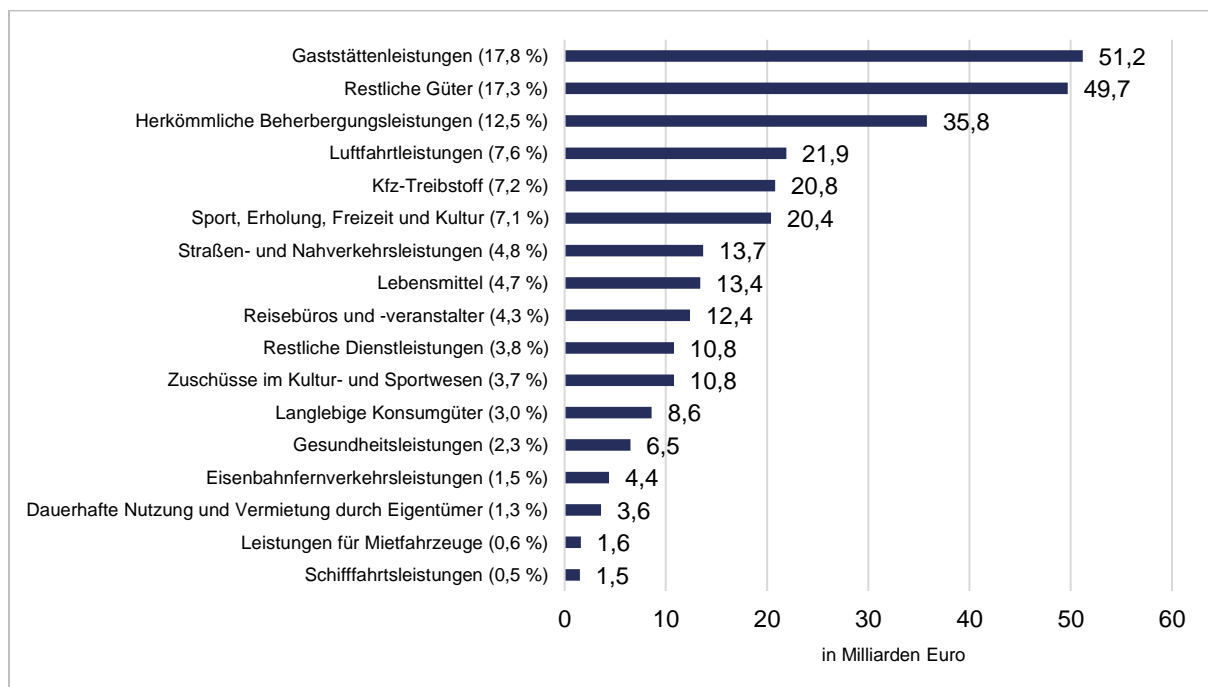


Abbildung 2: Touristischer Gesamtkonsum in Deutschland nach Produktkategorien 2015 (eigene Darstellung auf Basis BMWi, 2017b)

So stärkt Tourismus auch strukturschwache Regionen, die unter den wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Folgen der sogenannten Landflucht und des demografischen Wandels leiden. Er sichert hier das wirtschaftliche Überleben vieler Betriebe. Vom Erhalt lokaler Strukturen, des kulturellen, historischen und landschaftlichen Erbes sowie der Brauchtumpflege profitiert auch die einheimische Bevölkerung.

Vor dem Hintergrund als wirtschaftlich starke Querschnittsbranche, die in viele Wirtschafts- und Lebensbereiche ausstrahlt, sind die Effekte der Corona-Pandemie auf den Tourismus



besonders dramatisch. Nach Einschätzung des BTW sind aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie 40 bis 60 Prozent der touristischen Unternehmen in Deutschland von der Insolvenz bedroht (BTW, 2020).

Von März bis Juni 2020 wurde in Deutschland insgesamt für rund 12,2 Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer Kurzarbeit angezeigt, davon knapp 1,1 Millionen aus dem Gastgewerbe (DESTATIS, 2020a). In diesem Bereich waren zeitweise für circa 92 Prozent aller Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer Kurzarbeit angezeigt (WiWo, 2020). Damit das Reiseland Deutschland trotz dieser aktuellen Situation in Zukunft wieder an seine zurückliegenden Erfolgsjahre anknüpfen kann, ist es also besonders wichtig, jetzt seine vielseitigen Potenziale auszuschöpfen.

A 2.2. Entwicklung des Tourismus in Deutschland

In den vergangenen Jahren hat sich der Tourismusstandort Deutschland dynamisch entwickelt. Dies zeigen auch die Übernachtungszahlen, die im Jahr 2019 erneut auf einen neuen Rekordwert von 495,6 Millionen Übernachtungen anstiegen. Dabei profitierte Deutschland von einem globalen Wachstumstrend. Nach Schätzungen der Welttourismusorganisation UNWTO ist die Zahl der internationalen Ankünfte im Jahr 2019 weltweit im Vergleich zum Vorjahr um sechs Prozent auf 1,4 Milliarden gestiegen.

Insbesondere seit Mitte der 2000er-Jahre hat das Übernachtungsvolumen in Deutschland kontinuierlich zugenommen. Lediglich im Jahr 2009 waren aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise leichte Rückgänge spürbar.

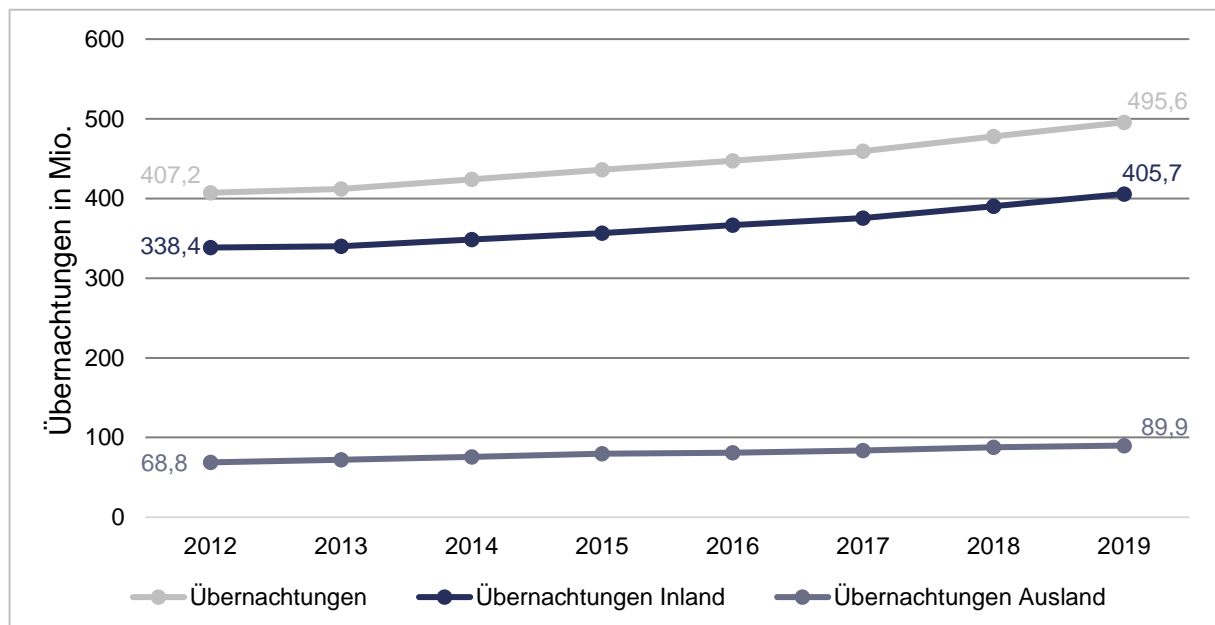


Abbildung 3: Übernachtungen in Deutschland 2012 bis 2019 in Millionen (eigene Darstellung auf Basis Statistisches Bundesamt, 2020a)

Die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen haben den positiven Trend unterbrochen. Die größten Folgen für den Tourismus ergaben sich aus den erlassenen Reisebeschränkungen innerhalb Deutschlands und den eingeführten Einreisebeschränkungen für grenzüberschreitende Reisen. So sind die getätigten Übernachtungen in Deutschland nach Ausbruch des Virus im Jahr 2020 im Vergleich zu den Vorjahresmonaten dramatisch gesunken: Im März um 53,0 Prozent, im April um 89,3 Prozent und im Mai um 74,8 Prozent. Daraus resultierte ein Rückgang der Übernachtungen von Januar bis Mai von 48,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

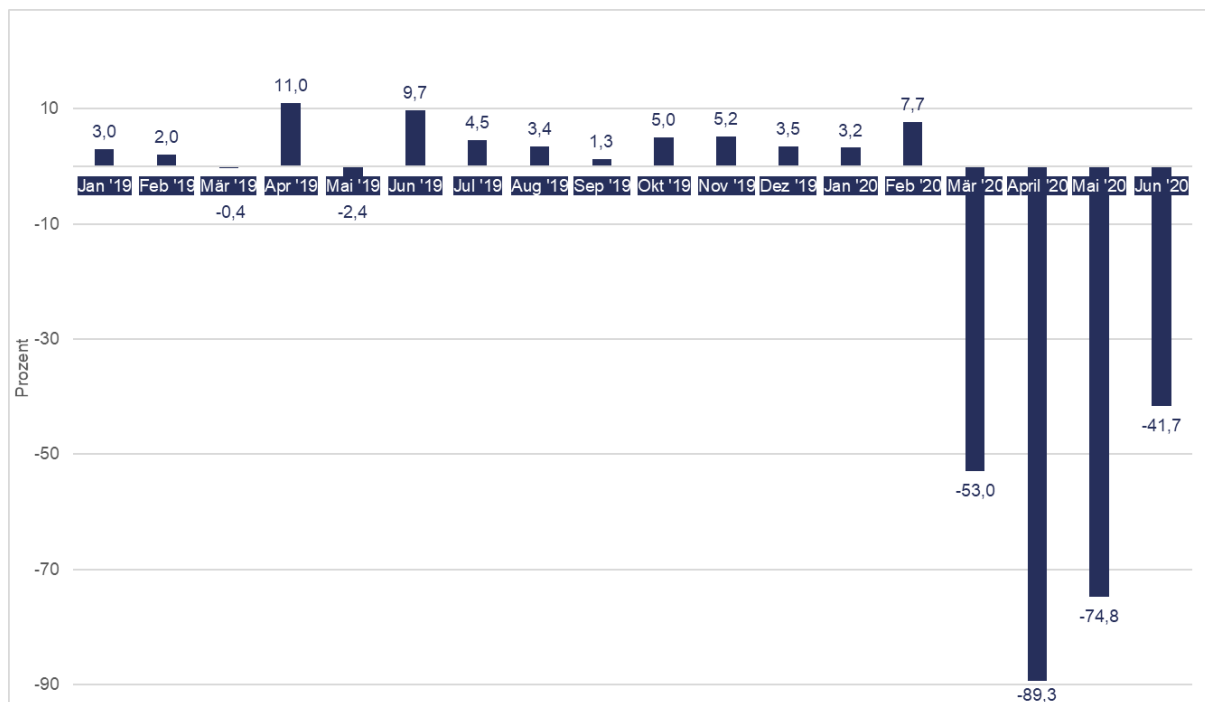


Abbildung 4: Die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Übernachtungen in Deutschland: Veränderung der Übernachtungen gegenüber dem Vorjahresmonat in Prozent (eigene Darstellung auf Basis Statistisches Bundesamt, 2020a)

Durch die ausbleibenden Übernachtungen sowie den starken Rückgang tagestouristischer Reisen ergab sich allein für die Monate März und April 2020 ein Umsatzausfall in Höhe von 24 Milliarden Euro für die deutsche Tourismuswirtschaft (dwif, 2020a).

Auch nach den Lockerungen der Corona-bedingten Einschränkungen erholte sich der Übernachtungstourismus in Deutschland für Hotellerie, private Ferienunterkünfte und Campingplätze nur langsam. Mit insgesamt 29,5 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste ergab sich auch für den Monat Juni 2020 noch ein Minus von 41,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat.

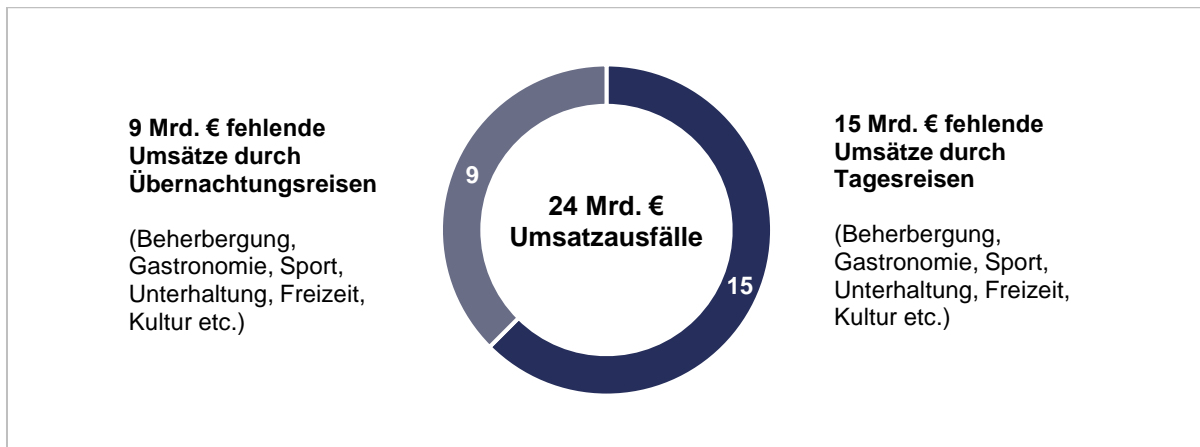


Abbildung 5: Wirtschaftliche Auswirkungen der Corona-Krise - Hochgerechnete Umsatzeinbußen* in den Destinationen im März/April 2020 (eigene Darstellung auf Basis dwif, 2020a); * Berücksichtigung der teilweise bestehenden, aber rückläufigen Nachfrage in den ersten Märzwochen sowie anschließender Reise- und Bewegungseinschränkungen bis Ende April

Das Statistische Bundesamt erhob für das Gastgewerbe ein Minus von 39,2 Prozent (preisbereinigt) des Gesamtumsatzes für Januar bis Mai 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum (Statistisches Bundesamt, 2020a). Für das Gesamtjahr 2020 rechnen die Betriebe mit einem durchschnittlichen Umsatzrückgang von mindestens 51 Prozent. Im März und April 2020 wurde für 1,03 Millionen Beschäftigte im Gastgewerbe Kurzarbeit angezeigt. Damit waren 95 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Gastgewerbe davon betroffen (DEHOGA Bundesverband, 2020a).

Insgesamt gehen Expertinnen und Experten davon aus, dass sich die Umsätze der deutschen Tourismuswirtschaft aus Binnentourismus und internationalem Tourismus unterschiedlich schnell erholen werden. Der „Recovery-Check #3“ des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes geht nach einer Online-Umfrage unter deutschen Tourismusexpertinnen und -experten davon aus, dass sich die Umsätze aus dem Binnentourismus bis zum Jahr 2022 wieder vollständig erholen werden (Bezugsjahr: 2019). Der internationale Tourismus wird nach Einschätzung der Befragten jedoch länger für eine Rückkehr auf das Vor-Corona-Niveau benötigen. So wird sein Umsatzvolumen im Jahr 2022 geschätzte 70 Prozent des Umsatzes von 2019 erreichen (Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, 2020).

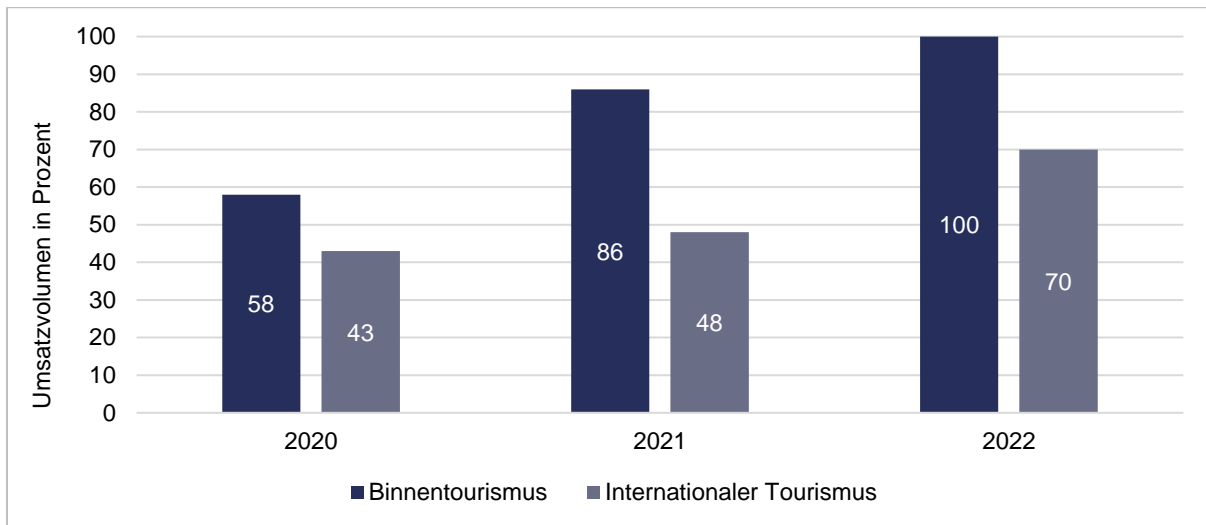


Abbildung 6: Umsatzvolumen der Tourismuswirtschaft in Deutschland im Basiszeitraum 2019 (= 100 %) im realistischen Szenario (eigene Darstellung auf Basis Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, 2020)

A 2.2.1. Entwicklung des Inlandstourismus

Touristische Inlandsnachfrage

Bis zur Corona-Pandemie hat sich der Tourismusstandort Deutschland äußerst dynamisch entwickelt. So verzeichnete Deutschland im Jahr 2019 rund 495 Millionen Übernachtungen (inklusive Camping) in knapp 51.200 Betrieben ab zehn Betten mit rund 3,82 Millionen Schlafgelegenheiten – ein neuer Nachfrager rekord (Statistisches Bundesamt, 2020a).

Dabei entfielen 405,7 Millionen Übernachtungen auf deutsche und 89,9 Millionen auf ausländische Gäste. Mit circa 82 Prozent spielt der Inlandstourismus also eine zentrale Rolle. Hier gab es seit dem Jahr 2012 (83 %) nur leichte Verschiebungen. Seit 2014 stiegen die Übernachtungszahlen in Deutschland um 16,4 Prozent. Dabei zeigten die Bundesländer eine unterschiedliche Entwicklung:

Über dem bundesweiten Schnitt (2019 +16,4 % gegenüber 2014) entwickelten sich die Übernachtungen in Bayern (+16,5 %), Brandenburg (+17,2 %), Bremen (+26,6 %), Hamburg (+28,2 %) und Schleswig-Holstein (+37,9 %). Unterdurchschnittlich entwickelten sie sich in Thüringen (+5,6 %) und Sachsen (+8,8 %).

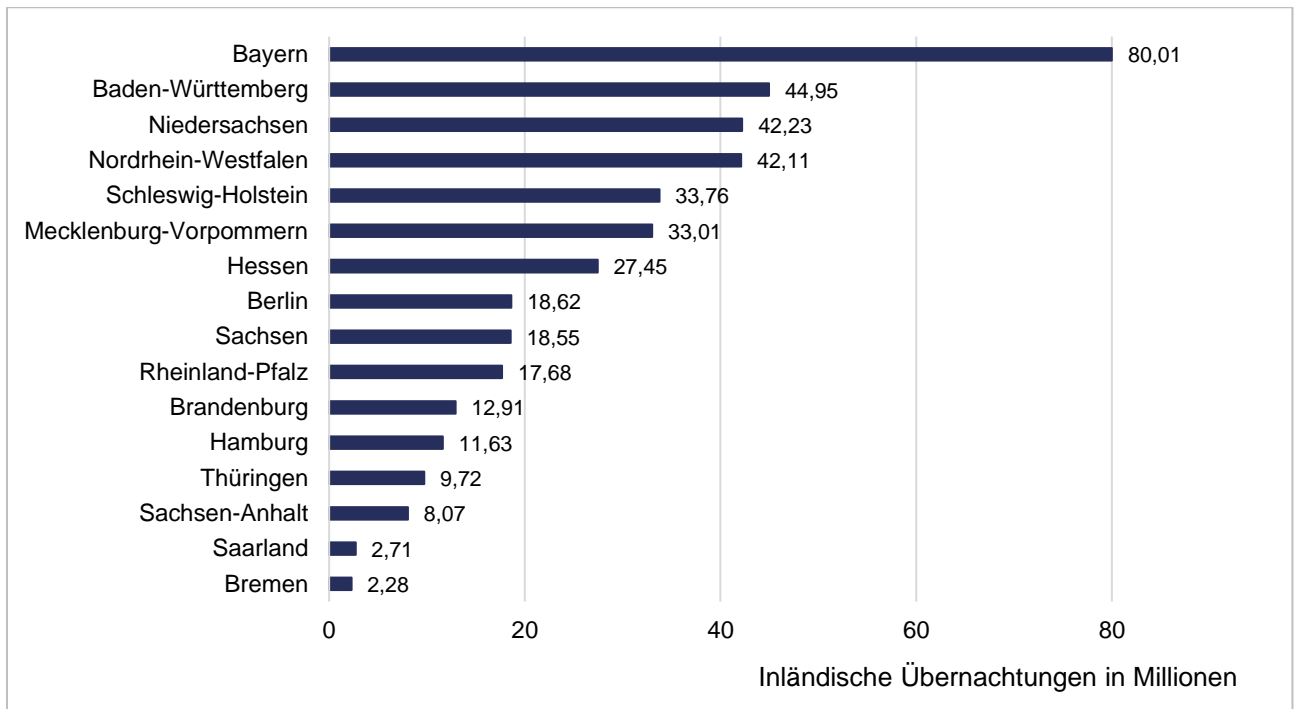


Abbildung 7: Zahl der 2019 getätigten inländischen Übernachtungen nach Bundesländern (eigene Darstellung auf Basis Statistisches Bundesamt, 2020a)

Die Aufenthaltsdauer im Deutschlandtourismus lag im Jahr 2019 bei durchschnittlich 2,7 Tagen. Damit ist sie seit 2014 unverändert geblieben. Der langfristige Trend zeigt eine zunehmende Verkürzung an. Im Jahr 1993 waren es zum Beispiel 3,8 Tage. Dieser Trend hängt mit der zunehmenden Beliebtheit von Kurz- und Wochenendreisen sowie dem Boom im Städtetourismus zusammen.

Bei den Destinationstypen können, neben dem Städtetourismus, weitere Trends identifiziert werden. So wurden in den vergangenen Jahren Wasserdestinationen (Küsten- und Seeregionen) immer beliebter. Klassische Wander- und Wintersportziele wie die deutschen Mittelgebirge oder die Alpen erfahren eine steigende Nachfrage. Destinationen in ländlichen Räumen stehen aufgrund häufig ähnlicher Angebotsstrukturen (zum Beispiel Kombination der Themen Wandern, Radfahren, Genuss) in einem zunehmenden Wettbewerb zueinander und versuchen daher mit Hilfe zugespitzter touristischer Profile ihren Marktanteil möglichst groß zu halten.

Die deutsche Beherbergungsbranche schloss das Jahr 2019 mit einem positiven Ergebnis bei der inländischen Nachfrage in allen Beherbergungssegmenten ab: Feriententren, Ferienhäuser und -wohnungen waren im Jahr 2019 einer der Wachstumstreiber im inländischen Markt. Die Übernachtungen stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 12,8 Prozent. Mit 52,5 Millionen Übernachtungen kamen sie zusammen auf einen Anteil von 12,2 Prozent im bundesweiten Inlandstourismus. Weiteres Wachstum in der Inlandsnachfrage verzeichneten gegenüber dem Jahr 2014 auch Campingplätze (+31,1 %). Hotels waren auch 2019 mit einem Anteil von 50,8 Prozent der Übernachtungen das Rückgrat des Deutschlandtourismus.

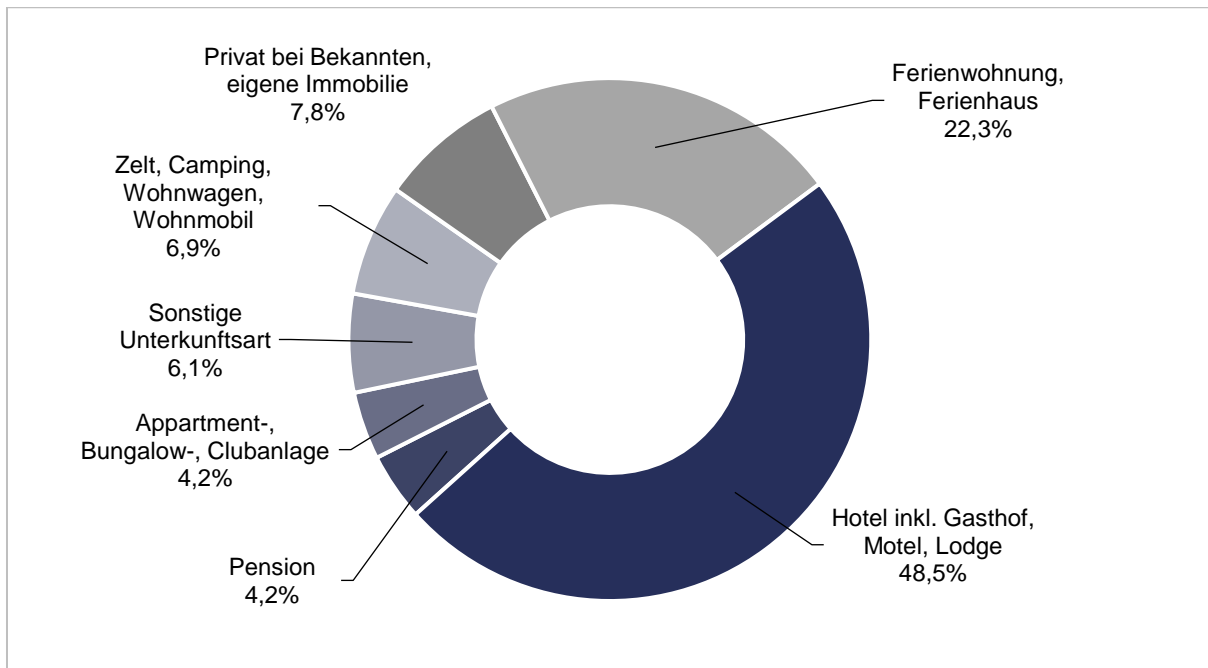


Abbildung 8: Unterkunftsart der Deutschen bei Urlaubsreisen im Inland 2019 (eigene Darstellung auf Basis GfK SE, 2020)

Aufgrund der im Jahr 2020 begonnenen Grenzschließungen und Grenzkontrollen und den erlassenen Reisewarnungen für bestimmte Zielgebiete im Ausland wurde bei Deutschen temporär eine steigende Nachfrage nach inländischen Zielgebieten festgestellt.

Hierzu zählten insbesondere die norddeutschen Küstenregionen, die deutschen Mittelgebirgsregionen sowie die Berg- und Seenregionen im süddeutschen Raum. Die Top-5 Reiseziele in Deutschland waren im Mai 2020 einer Umfrage deutscher Reisenden zufolge die Bundesländer Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Baden-Württemberg (Destinet, 2020a).

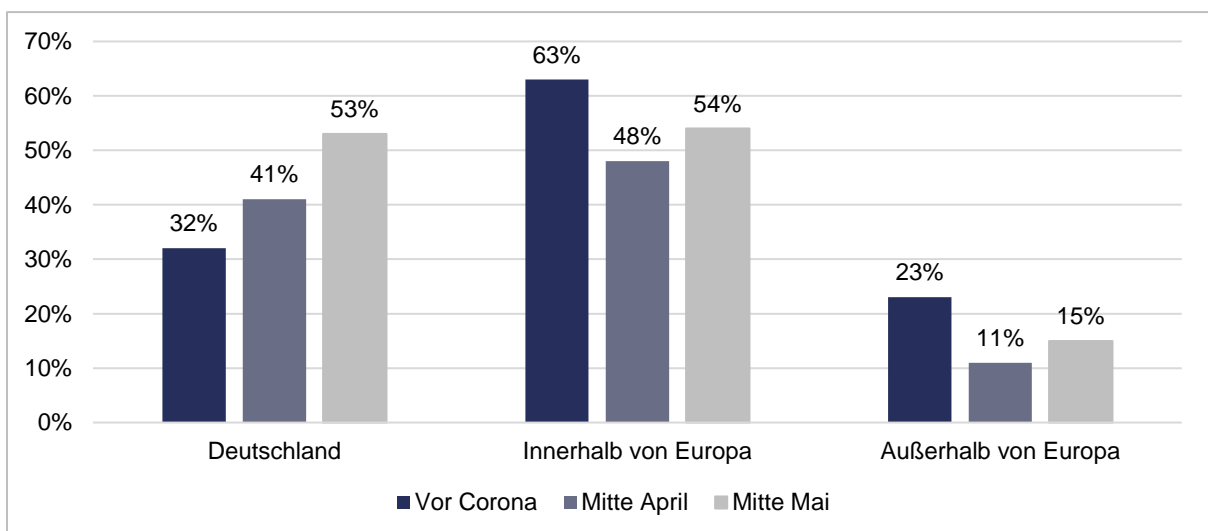


Abbildung 9: Reiseziele der Deutschen vor Corona sowie im April und Mai (Eigene Darstellung auf Basis Statista, 2020a. Mehrfachnennungen waren möglich)



Die erhöhte Nachfrage im Inlandstourismus führte allerdings auch dazu, dass nach den schrittweisen Lockerungen der Corona-Beschränkungen im Sommer in vielen touristischen Zielgebieten ein großer Andrang festgestellt wurde. Dies führte in manchen Zielgebieten zu Überlastungserscheinungen und wirkte sich teilweise negativ auf die Tourismusakzeptanz der einheimischen Bevölkerung aus (Destinet, 2020b; Süddeutsche Zeitung, 2020).

Die gestiegenen Bedürfnisse nach Sicherheit und Hygiene haben dazu geführt, dass insbesondere private Unterkünfte aufgrund des geringeren Kontaktrisikos zu Gästen oder dem Betriebspersonal während der Corona-Pandemie bevorzugt werden.

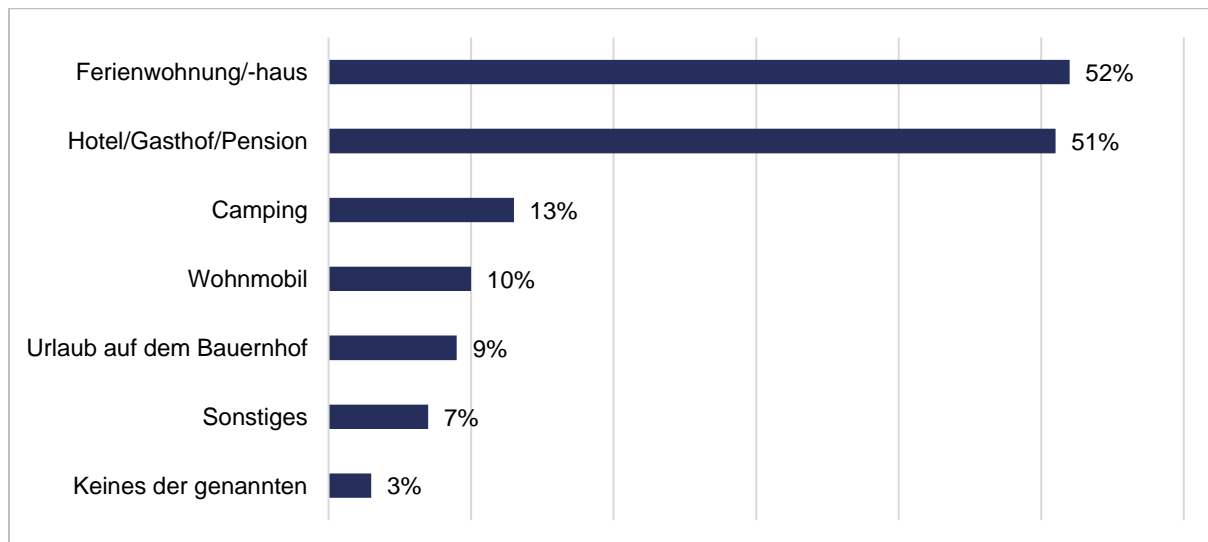


Abbildung 10: Bevorzugte Unterkunftsarten der Deutschen während der Corona-Pandemie, Stand Mai 2020, n=1001 (eigene Darstellung auf Basis Destinet, 2020c)

Tagesreisen

Tagesreisen sind ein erheblicher Faktor für die Tourismuswirtschaft. Für viele Destinationen ist der Tagestourismus aufgrund seiner quantitativen Ausprägung und den ökonomischen Effekten relevanter als der Übernachtungstourismus. Die Zahl der Tagesreisen in Deutschland lag im Jahr 2018 bei 3,5 Milliarden. Die jährlichen Umsätze in den inländischen Zielgebieten belaufen sich auf 100,8 Milliarden Euro. Somit geben Tagesreisende an deutschen Zielorten durchschnittlich 28,80 Euro für Verpflegung, Shopping oder Freizeitaktivitäten aus. Die Ausgaben divergieren je nach Siedlungsstruktur, Kaufkraft und weiteren sozioökonomischen Faktoren. Rund jede zweite Tagesreise findet im Rahmen des Besuchs einer deutschen Großstadt statt (dwif, 2019a).

Das häufigste Motiv für Tagesausflüge ist mit einem Anteil von circa einem Drittel der Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden. Weitere Motive sind Shopping, Aktivtourismus, Besuche von Freizeiteinrichtungen und Sehenswürdigkeiten, „Fahrten ins Blaue“ sowie Veranstaltungsbesuche. Die Ausgaben variieren zwischen rund 19 Euro für den Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden und 70 Euro für Shopping-Ausflüge (dwif, 2019a).

Durch den Corona-Lockdown ist die Zahl der Tagesausflüge jedoch stark zurückgegangen: Zwischen den Kalenderwochen 11 und 18 im Jahr 2020 um bis zu 67 Prozent im Vergleich zu

den Vorjahren. Nach den Lockerungen der Maßnahmen in verschiedenen Bundesländern konnte eine Annäherung an ein normales Aufkommen beobachtet werden (dwif, 2020b).

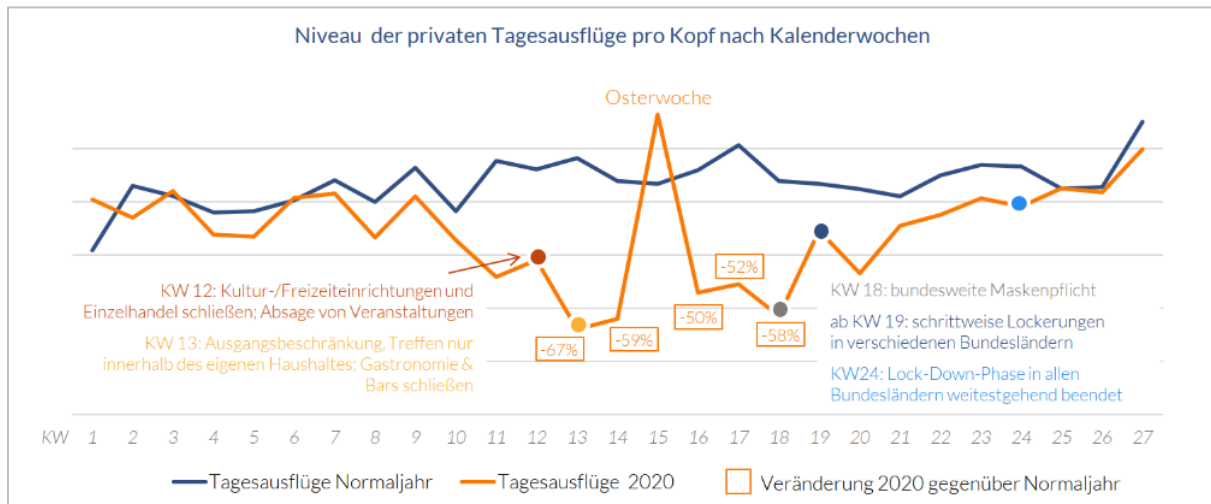


Abbildung 11: Entwicklung der tages touristischen Ausflüge der Deutschen während des Corona-Lockdowns nach Kalenderwochen (dwif, 2020b)

Ebenso haben sich die tages touristischen Aktivitäten der Deutschen in Zeiten des Corona-Lockdowns stark verändert. Während der Besuch von Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Betrieben eingeschränkt oder untersagt wurde, verlagerten sich die tages touristischen Aktivitäten zur Nutzung natur touristischer Aktivitäten im Freien (dwif, 2020b).

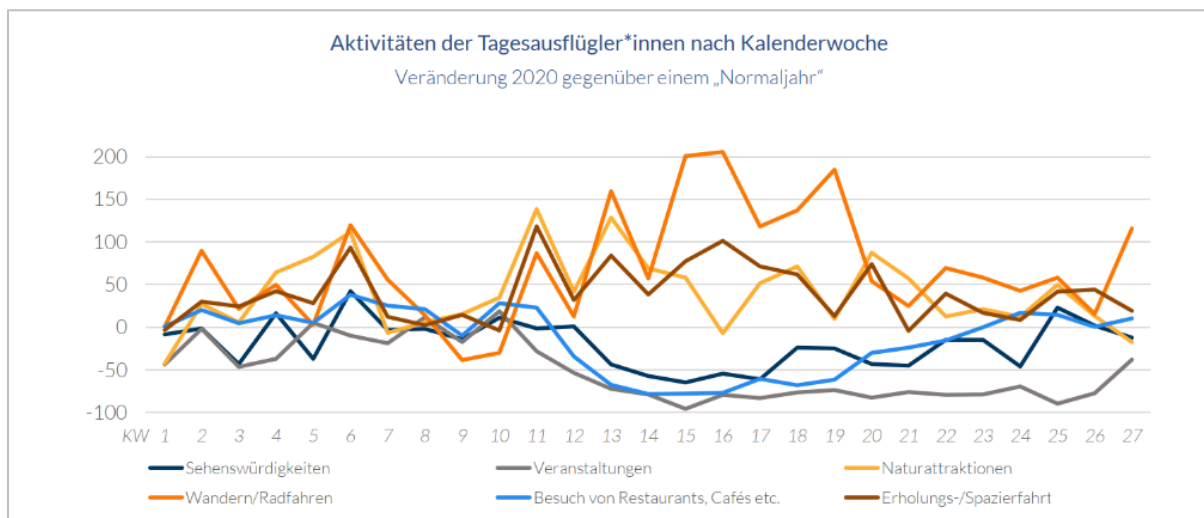


Abbildung 12: Entwicklung der tages touristischen Aktivitäten während des Corona-Lockdowns im Vergleich zu Normaljahren (dwif, 2020b)

Reisemotive und Urlaubsverhalten

Die Umfrageergebnisse der Studie „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“ (dwif, 2019b), einer deutschlandweiten Gästebefragung, geben Aufschluss über die wichtigsten Entscheidungskriterien für einen Urlaub in Deutschland.

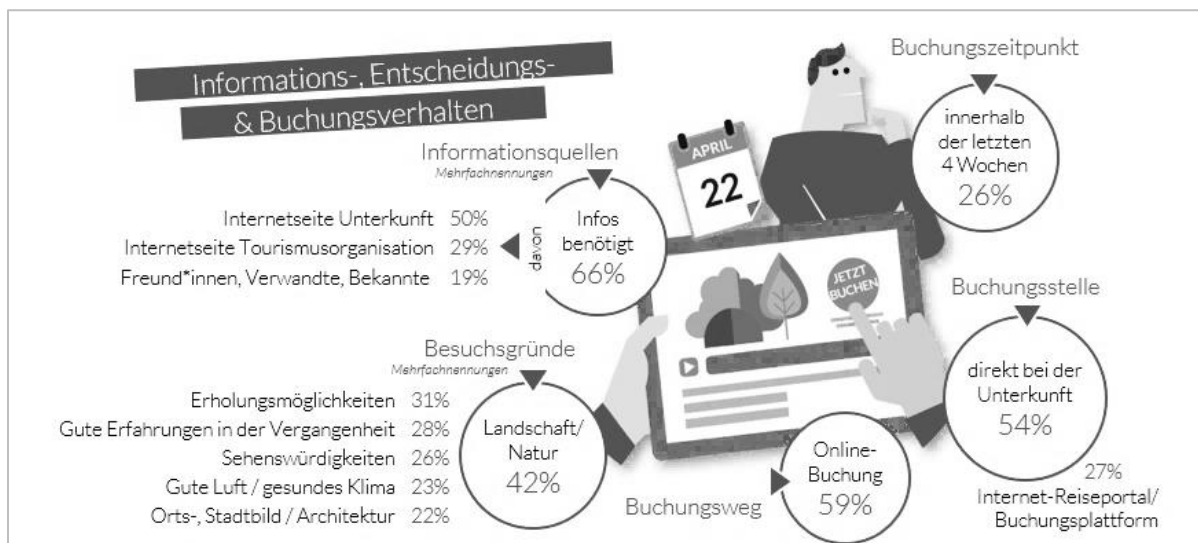


Abbildung 13: Informations-, Entscheidungs- und Buchungsverhalten (dwif, 2019b)

Landschaft und Natur (42 %) sowie Erholungsmöglichkeiten (31 %) sind bei Deutschlandreisenden die wichtigsten Motive. Weitere Gründe sind positive Erfahrungen aus vergangenen Urlauben (28 %) und der Besuch von Sehenswürdigkeiten (26 %).

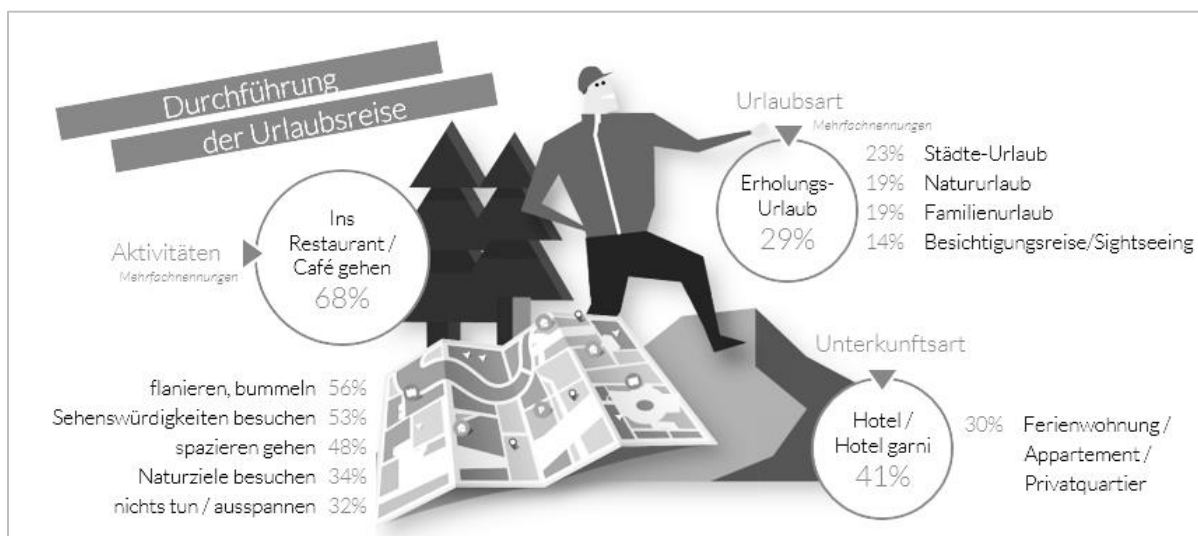


Abbildung 14: Durchführung der Urlaubsreise (dwif, 2019b)

Die wichtigsten Urlaubsarten der in- und ausländischen Übernachtungsgäste in Deutschland sind Erholungs- und Städteurlaube (29 % und 23 %). Die beliebtesten Urlaubsaktivitäten sind Besuche von Restaurants/Cafés (68 %), Flanieren/Bummeln (56 %), Sehenswürdigkeiten besuchen (53 %), Spazierengehen (48 %), Naturziele besuchen (34 %) sowie einfach mal ausspannen (32 %).

Bei der Analyse der Urlaubsarten wird deutlich: Jüngere Urlauberinnen und Urlauber bevorzugen Besichtigungsreisen/Sightseeing, Städte- und Kultur-Urlaube. Auch Shoppingreisen sind in dieser Altersgruppe beliebt. Ab 60 Jahren buchen Urlaubsgäste mehr Erholungsurlaube, bevorzugt in Berg- und Küstenregionen. Bergregionen sind auch bei



Wander-, Aktiv- und Natururlauberinnen und -urlauber überdurchschnittlich beliebt. Die Mittelgebirge können vor allem beim Thema Gesundheitsurlaub punkten.

Auch bei der Wahl des Destinationstyps hat sich das Reiseverhalten der deutschen Bevölkerung in der COVID-19-Pandemie verändert. Daten aus der Tourismusbranche zeigen, dass vor allem städtische Zielgebiete an touristischem Aufkommen eingebüßt haben. Das liegt auch daran, dass ihre Kultur-, Beherbergungs- und Gastronomieeinrichtungen seit Beginn der Pandemie nur eingeschränkt zugänglich waren. Ländliche Destinationen wurden hingegen aufgrund der gestiegenen Sicherheitsbedürfnisse verstärkt aufgesucht.

Geschäftsreisen der Deutschen

Geschäftsreisen sind laut dem Verband Deutsches Reisemanagement e. V. (VDR) „alle betrieblich veranlassten Reisen, die anhand von einzelnen Reisekostenabrechnungen erfasst werden“. Für das Jahr 2018 wurden insgesamt 189,6 Millionen Geschäftsreisen (+1,1 % gegenüber 2017) ins In- und Ausland gemeldet. Die Gesamtausgaben dafür beliefen sich im selben Jahr auf 53,5 Milliarden Euro, bei zwölf Millionen Geschäftsreisenden (+7 % gegenüber 2017). Hiervon gab jeder Reisende durchschnittlich 162 Euro pro Tag aus (VDR, 2019). Auch das MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions beziehungsweise Events) ist mit rund 2,9 Millionen stattgefundenen Veranstaltungen und insgesamt 423 Millionen Teilnehmern in 2019 von großer Bedeutung für den Tourismusstandort Deutschland (GCB, 2020).

Bei Geschäftsreisen verändern sich die Buchungswege: Deutlich im Aufwind befinden sich Sharing-Economy-Angebote. Inzwischen erlauben 42 Prozent der Unternehmen und 41 Prozent der Organisationen aus dem öffentlichen Sektor ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Übernachtungen über ein Sharing-Economy-Portal zu buchen. Auch die Akzeptanz von Car-sharing wächst zweistellig. In den vergangenen Jahren waren die Bedenken der Mobilitätsmanager noch größer, da viele Fragen zu Sicherheit und Versicherung bei Sharing-Economy-Angeboten unbeantwortet blieben (VDR, 2019).

Auch der Geschäftsreisebereich ist von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie stark betroffen. Während des Corona-Lockdowns untersagten die meisten Unternehmen Geschäftsreisen. Es ist davon auszugehen, dass das Segment auch nach der Lockerung noch einige Zeit benötigen wird, um an sein vorheriges Niveau anzuknüpfen. Diese Einschätzungen werden auch durch die Ergebnisse der VDR-Barometerumfrage bekräftigt, an der sich Unternehmen und Dienstleister aus dem Segment beteiligten.

Im Juli 2020 erlaubte der Großteil der befragten Unternehmen (94,7 %) Geschäftsreisen nur in begründeten Ausnahmefällen. Nur 23,7 Prozent genehmigten innerdeutsche Geschäftsreisen uneingeschränkt und 59,1 Prozent in Abhängigkeit von der Ansteckungsgefahr in der Zielregion. Zudem gehen die Befragten in Zukunft von einem Rückgang des Geschäftsreiseaufkommens im Vergleich zur Situation vor der Pandemie aus. Unternehmen sehen einen stärkeren Rückgang des Geschäftsreiseaufkommens als Anbieter und Dienstleister in diesem Bereich (VDR, 2020a). In diesem Zusammenhang ist vor allem die deutlich gestiegene Nutzung digitaler Veranstaltungsformate und digitaler Zusammenarbeitsformen (Meetings, Videokonferenzen, etc.) als wesentlicher Entwicklungstrend während COVID-19 aufgefallen. Dieser Trend wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit auch nach Bewältigung der Corona-Krise nachhaltig auf das Geschäftsreisesegment auswirken.

Die COVID-19-Pandemie wirkt sich laut einer Anbieter-Befragung des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft (EITW) auch auf das MICE-Segment im Deutschlandtourismus aus. Ende März 2020 waren insbesondere Seminare, Kongresse und Tagungen (46,2 %) sowie Kultur- und Sportveranstaltungen (39,3 %) von Absagen betroffen. Das galt auch für Ausstellungen und Präsentationen (22,1 %), Festivitäten (19,3 %) und lokale Veranstaltungen (18,6 %) (EITW, 2020). Zahlreiche Messen in Deutschland wurden verschoben oder abgesagt. Laut den Ergebnissen einer Befragung deutscher Messeveranstalter wurden von insgesamt 627 geplanten Messen in Deutschland 94 Messen vorerst verschoben, 308 verschoben und 219 abgesagt. Fünf weitere Messen wurden virtuell durchgeführt (Statista, 2020b). Der Rückgang im MICE-Segment im Zuge der Corona-Pandemie stellt insbesondere für städtische Tagungs- und Kongressstandorte eine große Belastung dar.

Kinder- und Jugendreisen

Kinder- und Jugendreisen stellen einen überraschenden Wirtschaftsfaktor im Deutschlandtourismus dar. Laut einer vom BMWi beauftragten Studie aus dem Jahr 2014 machen sie circa 62 Millionen Übernachtungsreisen pro Jahr und rund 670 Millionen Tagesausflüge aus. Von circa 190 Millionen Tagesausflügen der Drei- bis 13-Jährigen ging ein Prozent ins Ausland, bei den 482 Millionen Tagesausflügen der 14- bis 26-Jährigen waren es drei Prozent. Auch bei Kinder- und Jugendreisen aus dem europäischen Ausland steht Deutschland hoch im Kurs: Mit einem Anteil von zehn Prozent lag Deutschland 2014 auf Platz eins der beliebtesten Zielgebiete für Kinder- und Jugendreisen aus dem europäischen Ausland. Im Jahr 2013 erwirtschaftete das Segment in Deutschland ein Brutto-Umsatzvolumen von 28,2 Milliarden Euro. Dazu kommen zehn Milliarden Euro aus Verkehrsleistungen. Der Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland sichert den Lebensunterhalt von rund 550.000 Menschen. Der relative Beitrag zum Volkseinkommen liegt bei 0,7 Prozent (BMW, 2014). Künftig könnte allerdings der anhaltende Geburtenrückgang in europäischen Ländern zu einer geringen Nachfrage bei Kinder- und Jugendreisen führen.

Ländliche Räume

Die ländlichen Räume sind für den Tourismus in Deutschland von besonderer Relevanz. Auf sie entfielen im Jahr 2019 ein Anteil von circa 38 Prozent der insgesamt 495,6 Millionen Übernachtungen. Dabei liegt der Anteil der inländischen Gäste mit circa 42 Prozent deutlich über dem ausländischer Gäste (circa 20 %). Gegenüber dem Vorjahr 2018 gestiegen sind die Übernachtungen in Gemeinden bis 2.000 Einwohnern (+3,7 %), bis 5.000 Einwohnern (+3,5 %) und bis 10.000 Einwohnern (+2,44 %) (Statistisches Bundesamt, 2020a). Die Corona-Pandemie hat diese positive Entwicklung allerdings unterbrochen.

Der Tourismus leistet insbesondere in ländlichen und strukturschwachen Regionen Deutschlands einen erheblichen Beitrag zur Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse. Er gibt Einheimischen Einkommens- und Beschäftigungsperspektive, trägt zur Erhaltung des Einzelhandels, der Gastronomie, des öffentlichen Nahverkehrs und zur medizinischen Versorgung bei. Er strahlt somit positive Effekte in andere Wirtschaftszweige aus und hat Anteil am Erhalt der Versorgungsinfrastruktur in ländlichen Gebieten.

Neben der Landschaft sind auch die kulturellen Angebote ländlicher Räume von touristischer Relevanz. Auch haben sich in den zurückliegenden Jahren Urlaubsformen wie „Urlaub auf



dem Bauernhof“ etabliert. In die Kategorie “ländliche Räume“ fallen auch die rund 350 deutschen Heilbäder und Kurorte. Hier werden insgesamt rund 26 Prozent der innerdeutschen Übernachtungen getätigt. Sie erwirtschaften einen jährlichen Umsatz von 25 Milliarden Euro und sichern über 510.000 Arbeitsplätze (DHV, 2020; Statistisches Bundesamt, 2020a).

A 2.2.2. Entwicklung des Incoming-Tourismus

Auch der Incoming-Tourismus hat sich in den Vorjahren positiv entwickelt. So lag die Zuwachsrate im Jahr 2019 bei 2,55 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Mit circa 89,9 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste wurde das zehnte Rekordergebnis in Folge erreicht (Statistisches Bundesamt, 2020a). Die wichtigste Quellregion für den Incoming-Tourismus nach Deutschland war 2019 mit einem Anteil von 74,1 Prozent Europa, gefolgt von Asien (11,6 %) und Amerika (10,7 %).

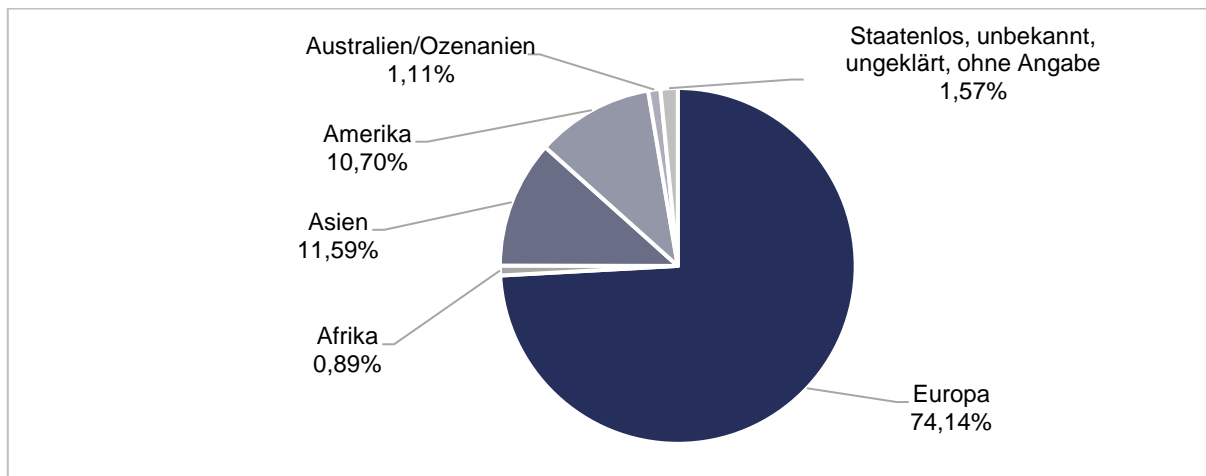


Abbildung 15: Übernachtungen ausländischer Touristinnen und Touristen in Deutschland nach Herkunftscontinent 2019 (eigene Darstellung auf Basis Statistisches Bundesamt, 2020a)

Die Bedeutung der europäischen Quellmärkte wird auch bei Betrachtung der zehn stärksten Herkunftsländer ausländischer Besucher erkennbar. In den Top-10 befanden sich neun europäische Länder. Mit großem Abstand wichtigster Quellmarkt waren im Jahr 2019 die Niederlande, gefolgt von der Schweiz auf Platz zwei. Eine positive Entwicklung zeigte sich in den vergangenen Jahren im Quellmarkt Polen mit einem Anstieg von 2,4 Millionen Übernachtungen in 2014 auf 3,4 Millionen in 2019.



| Rang | Herkunftsland | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| in Millionen | | | | | | | |
| Übernachtungen ausländischer Touristen in Deutschland | | 75,6 | 79,7 | 80,8 | 83,9 | 87,7 | 89,9 |
| davon aus: | | | | | | | |
| 1 | Niederlande | 10.991.814 | 11.171.075 | 11.258.206 | 11.206.513 | 11.382.838 | 11.673.952 |
| 2 | Schweiz | 5.864.440 | 6.353.108 | 6.585.056 | 6.673.286 | 6.929.205 | 7.138.970 |
| 3 | Vereinigte Staaten | 5.160.878 | 5.600.909 | 5.742.238 | 6.246.428 | 6.688.571 | 6.979.298 |
| 4 | Vereinigtes Königreich | 5.159.524 | 5.541.393 | 5.598.329 | 5.628.660 | 5.851.648 | 5.623.110 |
| 5 | Österreich | 3.558.327 | 3.664.214 | 3.748.619 | 4.006.658 | 4.203.592 | 4.339.568 |
| 6 | Italien | 3.658.795 | 3.784.747 | 3.667.041 | 3.697.862 | 3.958.594 | 4.160.552 |
| 7 | Frankreich | 3.216.987 | 3.259.030 | 3.447.712 | 3.523.460 | 3.678.492 | 3.851.134 |
| 8 | Polen | 2.448.549 | 2.504.353 | 2.639.779 | 2.917.566 | 3.289.250 | 3.496.212 |
| 9 | Dänemark | 3.132.923 | 3.290.158 | 3.320.751 | 3.291.182 | 3.312.905 | 3.421.704 |
| 10 | Spanien | 2.135.054 | 2.652.260 | 2.801.059 | 2.773.059 | 3.028.808 | 3.291.127 |

Abbildung 16: Übernachtungen ausländischer Touristinnen und Touristen in Deutschland (Top-10 Herkunftsländer) (eigene Darstellung auf Basis Statistisches Bundesamt, 2020a)

Das beliebteste Bundesland bei ausländischen Gästen war Bayern mit 20,9 Millionen Übernachtungen. Auch Berlin mit 15,5 Millionen, Baden-Württemberg mit 12,2 Millionen sowie Nordrhein-Westfalen mit 11,1 Millionen Ausländerübernachtungen gehörten zur Spitzengruppe. Die vier aufgelisteten Bundesländer verzeichneten zusammen circa 66,5 Prozent aller ausländischen Übernachtungen.

Die höchsten Steigerungsraten bei den Übernachtungen ausländischer Gäste verzeichneten im Vergleich zu 2014 Hamburg (+29,5 %), Bayern (+26,1 %) und Berlin (+24,0 %). Im Vergleich dazu war der Zuwachs bei Rheinland-Pfalz (+1,5 %) und Thüringen (+6,4 %) deutlich geringer.

Mit insgesamt 43,2 Millionen internationalen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, welche einem Anteil von 10,2 Prozent am Incoming-Tourismus entsprechen (+15,9 % gegenüber 2018), ist auch der deutsche MICE-Markt ein relevanter Wirtschaftsfaktor. Wichtigste internationale Quellmärkte waren 2019 Österreich, die Vereinigten Staaten, das Vereinigte Königreich und die Schweiz, gefolgt von den Niederlanden, Frankreich und China (GCB, 2020). Mit 714 internationalen Kongressen im Jahr 2019 stand der Tagungsstandort Deutschland weltweit auf dem zweiten Platz hinter den USA (934) und in Europa auf dem ersten Platz vor Frankreich (595) und Spanien (578) (ICCA, 2020).

22 Prozent der Reisen aus dem europäischen Ausland nach Deutschland sind Geschäftsreisen, bei Reisen aus Übersee sind es sogar 30 Prozent. Damit besitzt Deutschland überproportionale Anteile im internationalen Geschäftsreisemarkt. Insgesamt wurden im Jahr 2019 13,3 Millionen Geschäftsreisen aus dem europäischen Ausland nach Deutschland unternommen. Dies entspricht einem Zuwachs von 2,9 Prozent gegenüber 2018. Hiervon waren 44 Prozent traditionelle Geschäftsreisen (-1,8 %) und 56 Prozent sogenannte promotable Geschäftsreisen (+6,8 %), wie der Besuch von Messen und Ausstellungen (15 %), die Teilnahme an Konferenzen und Kongressen (36 %) sowie Incentive-Reisen (4 %) (DZT, 2020a). Infolge der Corona-Pandemie ist die Zahl der Geschäftsreisen aus dem Ausland, insbesondere im MICE-Segment, jedoch deutlich gesunken. Es wird davon ausgegangen, dass sich der Geschäftsreiseturismus nach Deutschland deutlich langsamer erholen wird als der Freizeittourismus (fvw, 2020a).

Eine Prognose der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) von 2015 ging noch von einem positiven Entwicklungstrend für den Incoming-Tourismus aus: Demnach sollten die

Übernachtungen ausländischer Gäste im Jahr 2030 je nach Szenario auf 104,5 bis 135,4 Millionen ansteigen (DZT, 2015).

Durch die Ausbreitung der COVID-19-Pandemie kam der Incoming-Tourismus jedoch zeitweise fast vollständig zum Erliegen. Eine Umfrage des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes unter Expertinnen und Experten kommt zu dem Schluss, dass sich der Incoming-Tourismus nach Deutschland in den nächsten Jahren nur langsam regenerieren und im Jahr 2022 lediglich 70 Prozent des Niveaus von 2019 betragen wird (Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, 2020).

A 2.2.3. Entwicklung des Outgoing-Tourismus

Der Outgoing-Tourismus ist das grenzüberschreitende Reisen aus Deutschland ins Ausland. Dabei unterscheidet die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR) zwischen Eintagesreisen, Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) und Urlaubsreisen (ab fünf Tagen). Geschäftsreisen werden gesondert aufgeführt.

Übernachtungsgeschäftsreisen ins Ausland

Rund 17 Prozent der Geschäftsreisen mit Übernachtung führten im Jahr 2018 ins Europäische Ausland. Das entspricht 13 Millionen Reisen. Weitere vier Prozent (drei Millionen Reisen) hatten ein außereuropäisches Ziel. Wie bei den innerdeutschen Geschäftsreisen führten die Reisen ins Ausland vorrangig in Großstädte.

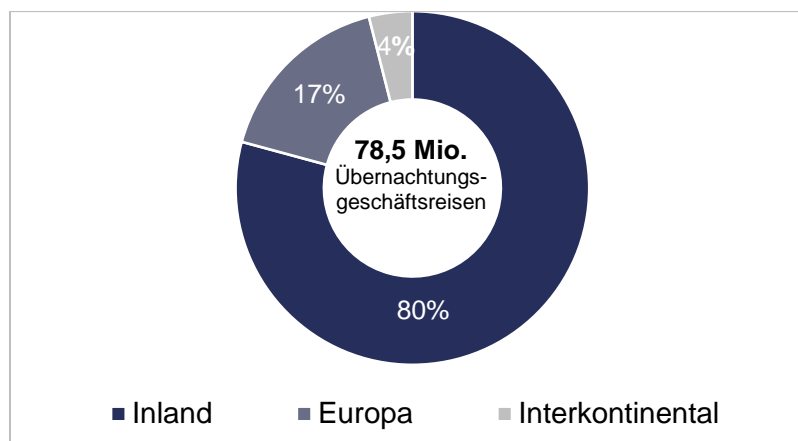


Abbildung 17: Anteil der Übernachtungsgeschäftsreisen aus Deutschland nach Regionen (Erhebung Norstat Ad-hoc, alle Übernachtungsgeschäftsreisen, n=3.419; Abweichung von 100 % rundungsbedingt) (eigene Darstellung auf Basis FUR; IMT; NIT, 2019)

Aufgrund der Ausbreitung von COVID-19 in Europa wurden im März 2020 die deutschen Außengrenzen geschlossen und eine weltweite Reisewarnung ausgesprochen, was den Flugverkehr nahezu zum Erliegen brachte. Geschäftsreisen ins Ausland waren schwer realisierbar und von vielen Unternehmen untersagt. Zudem wurden reihenweise Messen, Kongresse und Großveranstaltungen abgesagt.

Die VDR-Barometerumfrage vom 25. März 2020 (unter VDR-Mitgliedern; n= 88–115) zeigt, dass zu diesem Zeitpunkt 42 Prozent der Wirtschaftsunternehmen und Institutionen



Geschäftsreisen verboten hatten. Keines der befragten Unternehmen gab an, sie uneingeschränkt zu erlauben. Ab April 2020 konnten Dienstreisen wieder durchgeführt, allerdings nur in begründeten Ausnahmefällen (VDR, 2020a).

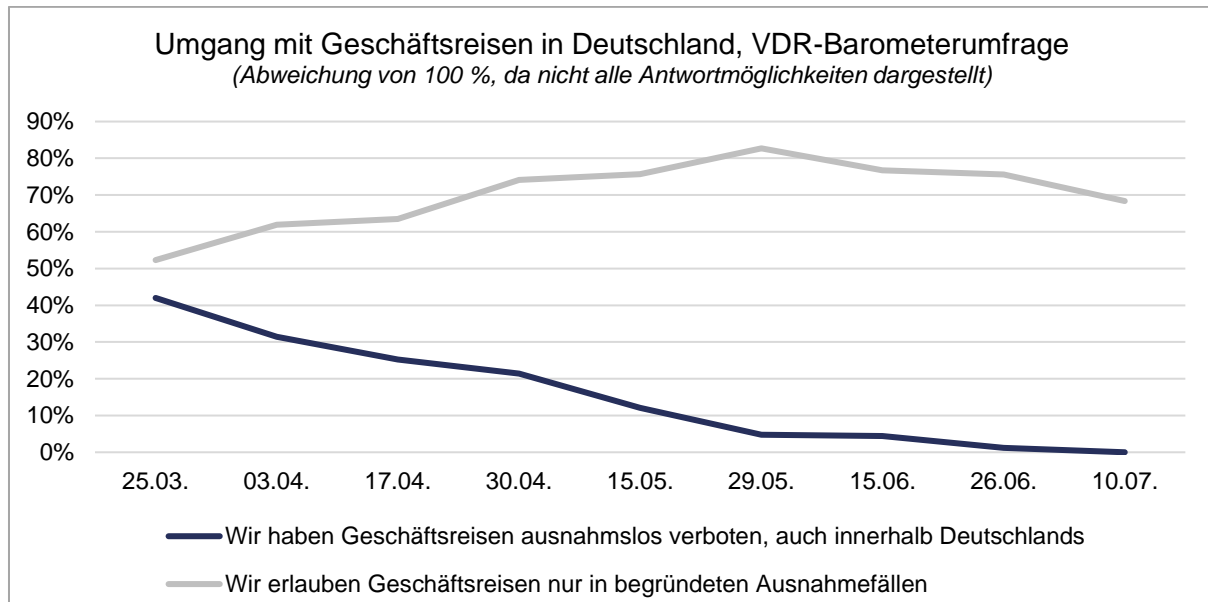


Abbildung 18: Umgang mit Geschäftsreisen (eigene Darstellung auf Basis VDR, 2020a)

Nach einer Konjunkturumfrage des ifo Instituts im Juni 2020 halten es 57 Prozent der Unternehmen für wahrscheinlich, dass sie ihre Geschäftsreisen als Folge der Corona-Krise dauerhaft einschränken (ifo, 2020a).

Kurzurlaubsreisen ins Ausland

Von den 83,8 Millionen Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage) gingen 2019 rund ein Viertel ins Ausland (21,3 Millionen). Dabei waren Nachbarstaaten und Städtereisen besonders beliebt. Spitzenreiter der ausländischen Destinationen war Österreich, gefolgt von den Niederlanden, Frankreich und Spanien. Mit 62,5 Millionen Kurzurlaubsreisen verbrachten die Deutschen dreiviertel der durchgeführten Kurzurlaubsreisen im eigenen Land (FUR, 2020).

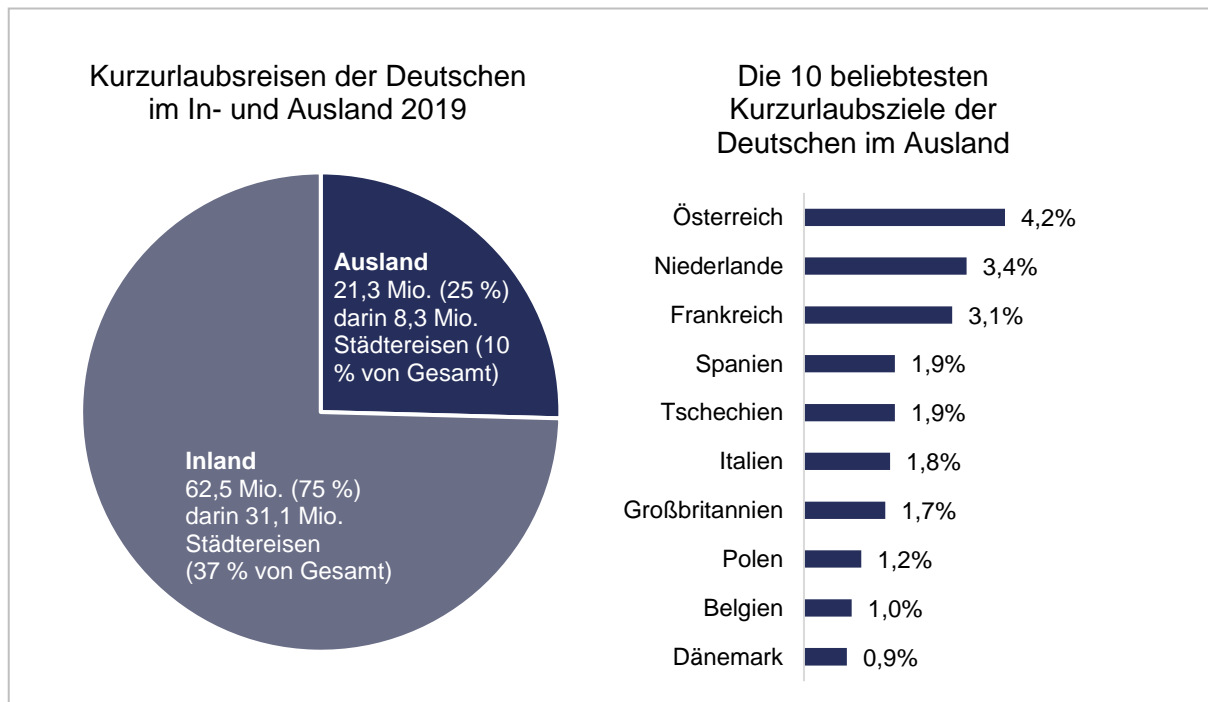


Abbildung 19: Kurzurlaubsreisen der Deutschen 2019 (eigene Darstellung auf Basis FUR, 2020)

Zu Beginn der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 waren auch Kurzurlaubsreisen ins Ausland nicht möglich. Seit dem 15. Juni 2020 gilt wieder Personenfreizügigkeit im Schengenraum: Reisen in Europäische Mitgliedsstaaten sind wieder erlaubt – unterliegen jedoch variierender, infektionszahlabhängiger Quarantäneregeln. In der Vergangenheit waren viele der europäischen Länder besonders beliebt bei deutschen Kurzurlauberinnen und -urlaubern.

Urlaubsreisen ins Ausland

Im Jahr 2019 machten die Deutschen 70,8 Millionen Urlaubsreisen ab fünf Tagen. Davon führten 73,6 Prozent ins Ausland, was 52 Millionen Reisen entspricht – so viele wie nie zuvor. Das Ranking der Top-10-Ziele 2019 blieb im Vergleich zum Vorjahr stabil.

Bei den Urlaubsdestinationen im Ausland stand Spanien (12,7 %) unangefochten an der Spitze, gefolgt von Italien (8,7 %), der Türkei (6,3 %) und Österreich (4,7 %). Acht Prozent aller Urlaubsreisen waren Fernreisen mit Zielen außerhalb Europas und des Mittelmeerraums. Hier lagen vor allem Nordamerika und Südostasien im Trend (FUR, 2020).

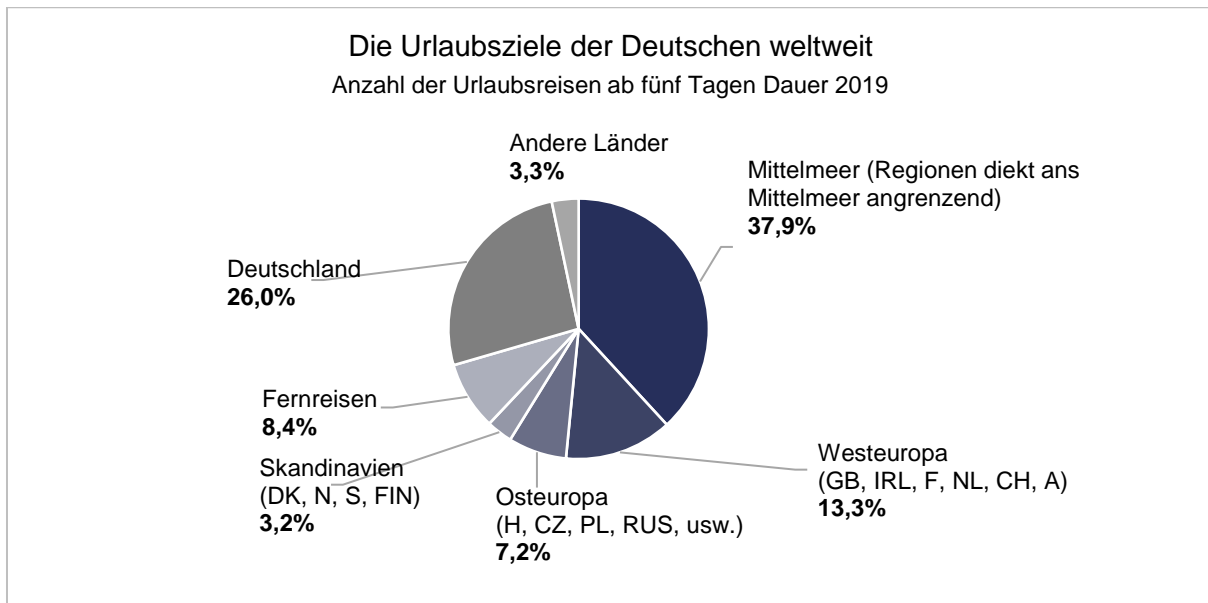


Abbildung 20: Urlaubsziele der Deutschen weltweit (eigene Darstellung auf Basis FUR, 2020)

Reiseverhalten bei Auslandsurlaubsreisen

Über die Hälfte der Auslandsreisen wurden 2019 mit dem Flugzeug angetreten (58 %), 32 Prozent mit dem Auto. Bus und Bahn wurden selten genutzt (5 % sowie 2 %). Im Vergleich zu innerdeutschen Reisen werden Auslandsurlaubsreisen häufig mit dem Flugzeug angetreten, wie die folgende Übersicht zeigt:

| Urlaubsreiseverhalten 2019 | | | | | | |
|--|---------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2010 | 2018 | 2019 | 2019 | |
| | | Gesamt | Gesamt | Gesamt | Inland | Ausland |
| Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100% | | 69,5 Mio. | 70,1 Mio. | 70,1 Mio. | 18,7 Mio. | 52,1 Mio. |
| Verkehrsmittel | PKW/ Wohnmobil | 48% | 45% | 43% | 75% | 32% |
| | Flugzeug | 37% | 41% | 42% | <1% | 58% |
| | Bus | 8% | 6% | 6% | 9% | 5% |
| | Bahn | 5% | 5% | 6% | 15% | 2% |
| Unterkunft | Hotel/ Gasthof | 47% | 48% | 49% | 28% | 57% |
| | Ferienwohnung/ Ferienhaus | 24% | 25% | 24% | 38% | 18% |
| | Camping | 6% | 7% | 6% | 8% | 5% |
| Ø Reiseausgaben gesamt pro Person pro Reise | | 845 € | 1.017 € | 1.033 € | 602 € | 1.188 € |
| Ø Reisedauer in Tagen | | 12,8 | 12,5 | 12,4 | 10,4 | 13,2 |

Abbildung 21: Urlaubsreiseverhalten 2019 der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre (eigene Darstellung auf Basis FUR, 2020)

Auch für das Jahr 2020 standen die Zeichen in der Outbound-Touristik ursprünglich auf Wachstum. Mit dem Lockdown aufgrund der COVID-19-Pandemie im März 2020 wurde die Reisewirtschaft jedoch nahezu zum Erliegen gebracht. Die Auswirkungen lassen sich am Beispiel des Luftverkehrs darstellen: Bis auf Rückholflüge für im Ausland gestrandete Urlauberinnen und Urlauber kam es beim Flugverkehr nahezu zu einem Stillstand. So verzeichnete die Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen e. V. (Flughafenverband ADV) für die Monate April bis Juni 2020 Rückgänge von über 90 Prozent beim Passagierverkehr.

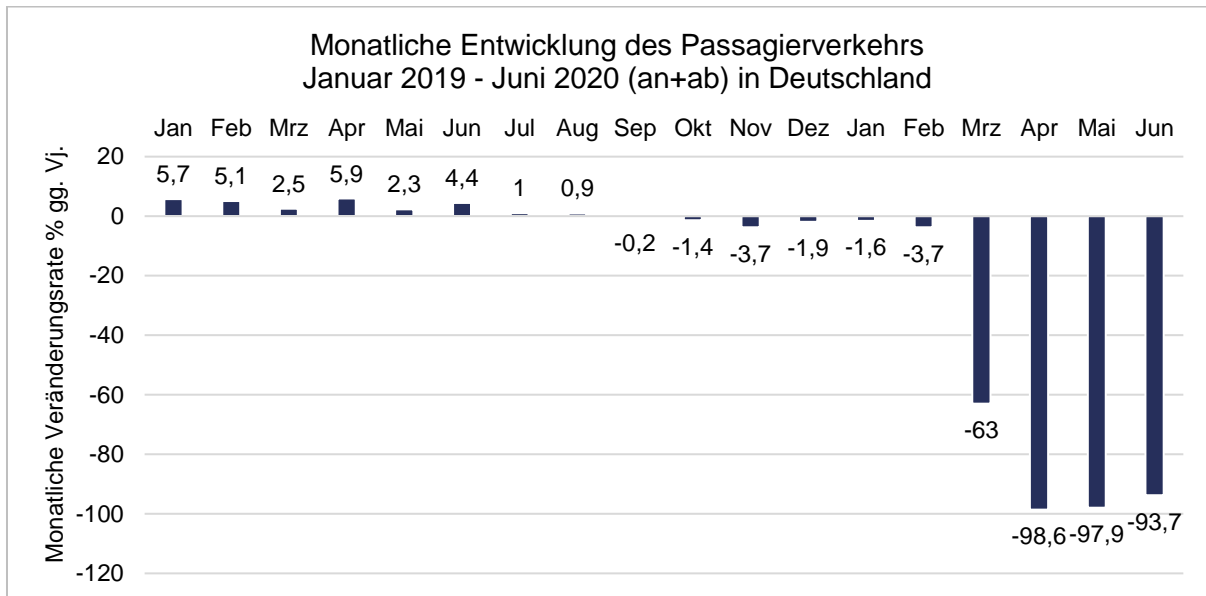


Abbildung 22: Monatliche Entwicklung des Passagierverkehrs in Deutschland (eigene Darstellung auf Basis ADV, Entwicklung des Passagierverkehrs, 2020a)

Diese Entwicklung schlägt sich auch auf die Arbeitsplätze nieder: An deutschen Flughäfen beispielsweise sind etwa 180.000 Menschen beschäftigt, von denen im Juli 2020 rund 80 Prozent in Kurzarbeit waren. Laut Flughafenverband droht im Luftverkehrsbereich ein beispielloser Verlust an Arbeitsplätzen (ADV, 2020b).

Seit Juni 2020 haben deutsche und ausländische Fluggesellschaften internationale Flugverbindungen zum Teil wieder aufgenommen. So wurde im Juni 2020 durchschnittlich circa 30 Prozent des ursprünglichen Streckennetzes bedient, im Juli 2020 waren es rund 60 Prozent. Dies erfolgte jedoch mit reduzierter Frequenz, wodurch die Kapazität insgesamt im Juni 2020 bei rund 14 Prozent und im Juli 2020 bei circa 27 Prozent lag. Im Juli 2020 konnten Passagiere von deutschen Flughäfen aus wieder 239 Ziele in 69 Ländern anfliegen (BDL, 2020a). Sommerurlauberinnen und -urlauber hatten wieder die Möglichkeit, per Flugzeug ins europäische Ausland zu reisen. Entsprechend dem Infektionsgeschehen und den Reisewarnungen entwickelt sich das Flugangebot dynamisch. Laut dem Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e. V. (BDL) ist für das gesamte erste Halbjahr 2020 in Deutschland ein Rückgang des Passagierluftverkehrs um 66 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zu verzeichnen, weltweit liegt der Rückgang bei 53 Prozent (BDL, 2020b).

Die Deutsche Bahn konnte weitgehend den normalen Verkehr aufrechterhalten, jedoch ebenfalls mit einem Einbruch der Fahrgastzahlen. Während der Lockdown-Phase sanken diese



zwischenzeitlich um bis zu 90 Prozent. Meldungen zufolge fuhr die Deutsche Bahn im Juni 2020 mit 30 Prozent Auslastung im Fernverkehr (FAZ, 2020).

Über die Hälfte der Auslandsurlauberinnen und -urlauber übernachteten im Jahr 2019 in einem Hotel oder Gasthof, 18 Prozent im Ferienhaus oder in der Ferienwohnung und 5 Prozent auf dem Campingplatz. Nach den Reisewarnungen aufgrund Corona wurden Ferienhaus, Ferienwohnung und Campingplätze beliebter. Die Neuzulassung von Freizeitfahrzeugen erreichte im ersten Halbjahr 2020 einen Rekordwert von knapp 55.000 Fahrzeugen. Das bedeutet ein Plus von vier Prozent gegenüber der ersten Jahreshälfte des Vorjahres und fast genauso viele wie im gesamten Jahr 2016. Von Januar bis Juni 2020 wurden 39.627 Reisemobile neu zugelassen, 12 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Für die Reisemobilbranche stellt das einen neuen Bestwert dar (CIVD, 2020).

Die Summe der Ausgaben der Deutschen für ihre Auslandsreisen wuchs in den letzten Jahren kontinuierlich und erreichte 2019 einen neuen Spitzenwert von 82,7 Milliarden Euro (DRV, 2019). Im Ausland gaben sie auf Reisen mehr Geld aus als im Inland. Mit einer durchschnittlichen Reisedauer von 13,2 Tagen im Ausland und Durchschnittsausgaben in Höhe von 1.188 Euro pro Person war die Reisedauer im Vergleich zu Inlandsreisen nur ein Viertel länger. Die Zahlungsbereitschaft war allerdings fast doppelt so hoch.

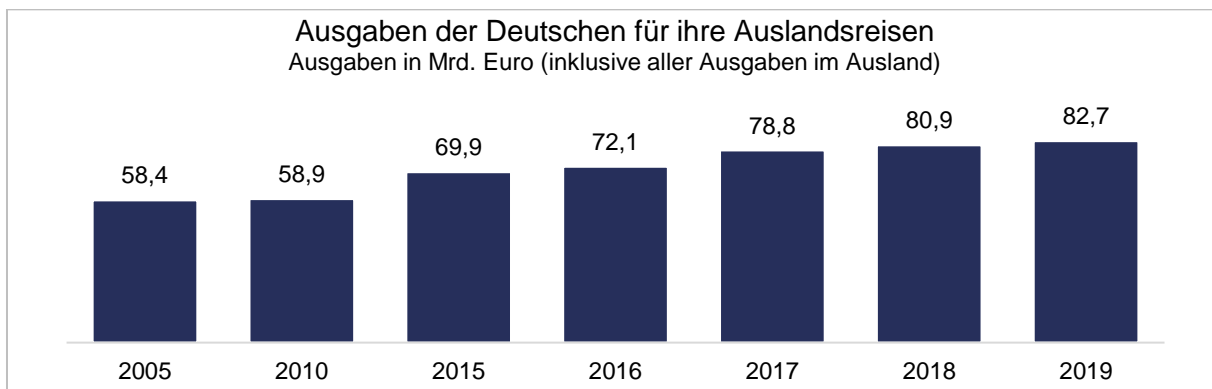


Abbildung 23: Ausgaben der Deutschen für ihre Auslandsreisen (eigene Darstellung auf Basis auf DRV, 2019)

Auch der Marktanteil von Fernreisen ist über die vergangenen Jahre gewachsen – von 6,5 Prozent 2010 auf 8,4 Prozent 2019. Das entspricht 5,9 Millionen Fernreisen. Die bevorzugten Fernreiseziele der Deutschen sind Nordamerika und Südostasien.

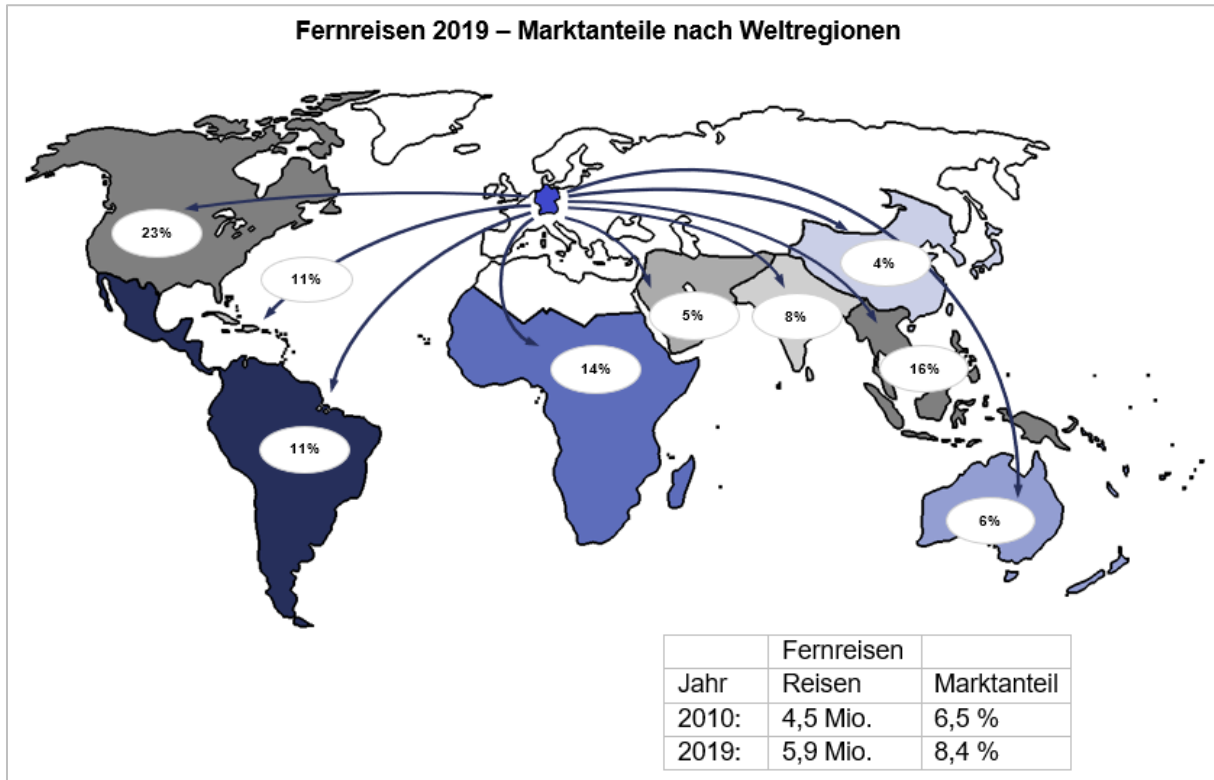


Abbildung 24: Fernreisen 2019 - Marktanteile nach Weltregionen (eigene Darstellung auf Basis FUR, 2020); Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, nur Fernziele; Abweichung von 100 % rundungsbedingt

Veranstalter- und Vertriebsmarkt der deutschen Outbound-Touristik

Der Umsatz der vor Reiseantritt gebuchten Reiseleistungen für Privat- und Urlaubsreisen ab einer Übernachtung belief sich 2019 in Deutschland auf 69,5 Milliarden Euro. 51 Prozent wurden über Veranstalter oder Reisebüros gebucht, 37 Prozent direkt über Leistungsträger (online wie offline) und 12 Prozent über Produktportale und sonstige (DRV, 2020a).

Die sieben größten Reiseveranstalter in Deutschland bedienen gut die Hälfte der organisierten Reisen. Daneben prägen viele klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) die Branche. Reiseveranstalterreisen erwirtschafteten im Jahr 2019 einen Umsatz von 35,4 Milliarden Euro (DRV, 2020a). Der Vertrieb dieser Reisen wurde von den rund 11.000 Reisebüros in Deutschland mitgestaltet. Der wachsende Onlinevertrieb, der im Jahr 2018 43 Prozent des Umsatzes der vor Reiseantritt gebuchten Reiseleistungen für Urlaubs- und Privatreisen ausmachte, verstärkt die Markttransparenz und den Preiswettbewerb (DRV, 2019).

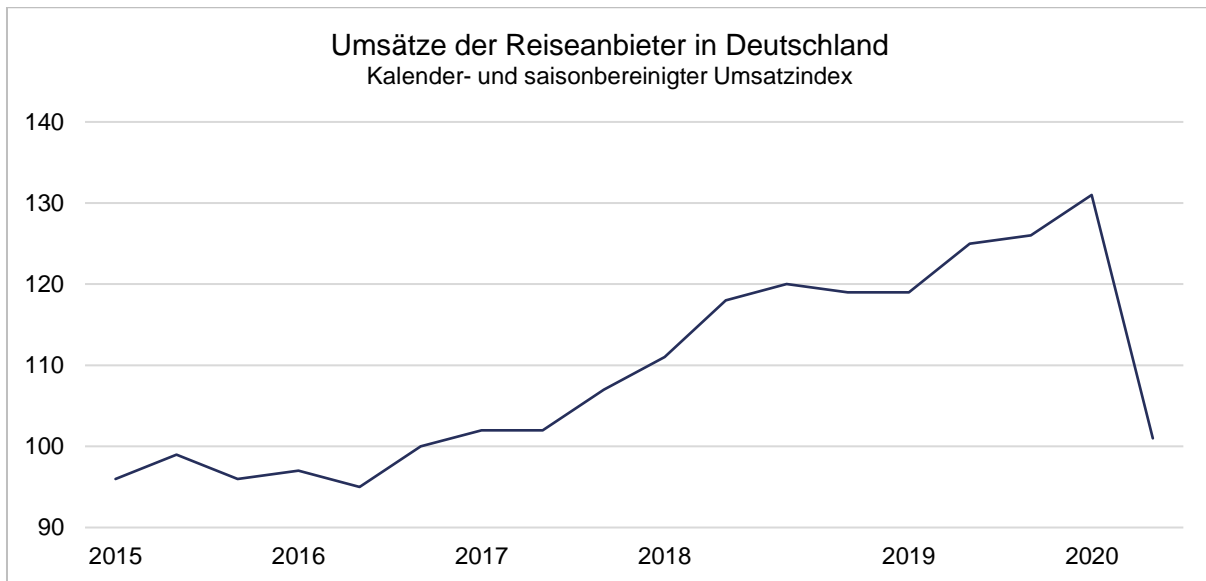


Abbildung 25: Umsatzindex der Reiseanbieter in Deutschland (eigene Darstellung auf Basis DESTATIS, 2020b)

Seit dem Lockdown verzeichnen Reiseveranstalter und Reisebüros massive Umsatzeinbußen. Neben dem Wegfall von Neubuchungen aufgrund der Pandemie müssen sie bereits gebuchte Reisen in allen Bereichen der touristischen Wertschöpfungskette rückabwickeln. Das führt zu erheblichem Mehraufwand und zu Liquiditätsengpässen. Aus diesem Grund appellierte die Bundesregierung an alle Verbraucherinnen und Verbraucher, freiwillig Reisegutscheine anzunehmen. Diese sind staatlich abgesichert und bis Dezember 2021 gültig. Bei Nichteinlösen werden sie nach diesem Zeitraum erstattet (Bundesregierung, 2020).

Auch nach dem Lockdown wird nur verhalten neu gebucht. Das Buchungsvolumen im Juli 2020 entsprach knapp einem Drittel des Vorjahresmonats. Zusammen mit den stornierten Urlaubsreisen gingen die Umsätze im Reisevertrieb bis einschließlich Juli 2020 um 94 Prozent zurück für die Sommersaison 2020 und um 85 Prozent für die Wintersaison 2020/21 (Travel Data + Analytics, 2020a).

In Anlehnung an den ifo-Geschäftsklimaindex ermittelt Dr. Fried & Partner seit 2005 monatlich den Touristischen Vertriebsklima-Index. Im Rahmen eines Online-Panels von mehreren hundert Reisebüros werden Buchungsentwicklung und -aussichten für Urlaubsreisen im stationären und Onlinevertrieb untersucht. Das Ergebnis wird in Form einer (aus transformierten Mittelwerten generierten) Indexkurve dargestellt. Sie zeigt die Stimmung am Point of Sale und gilt als Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung im Reisevertrieb. Seit Beginn der COVID-19-Pandemie läuft die Kurve auf einen historischen Tiefpunkt zu.

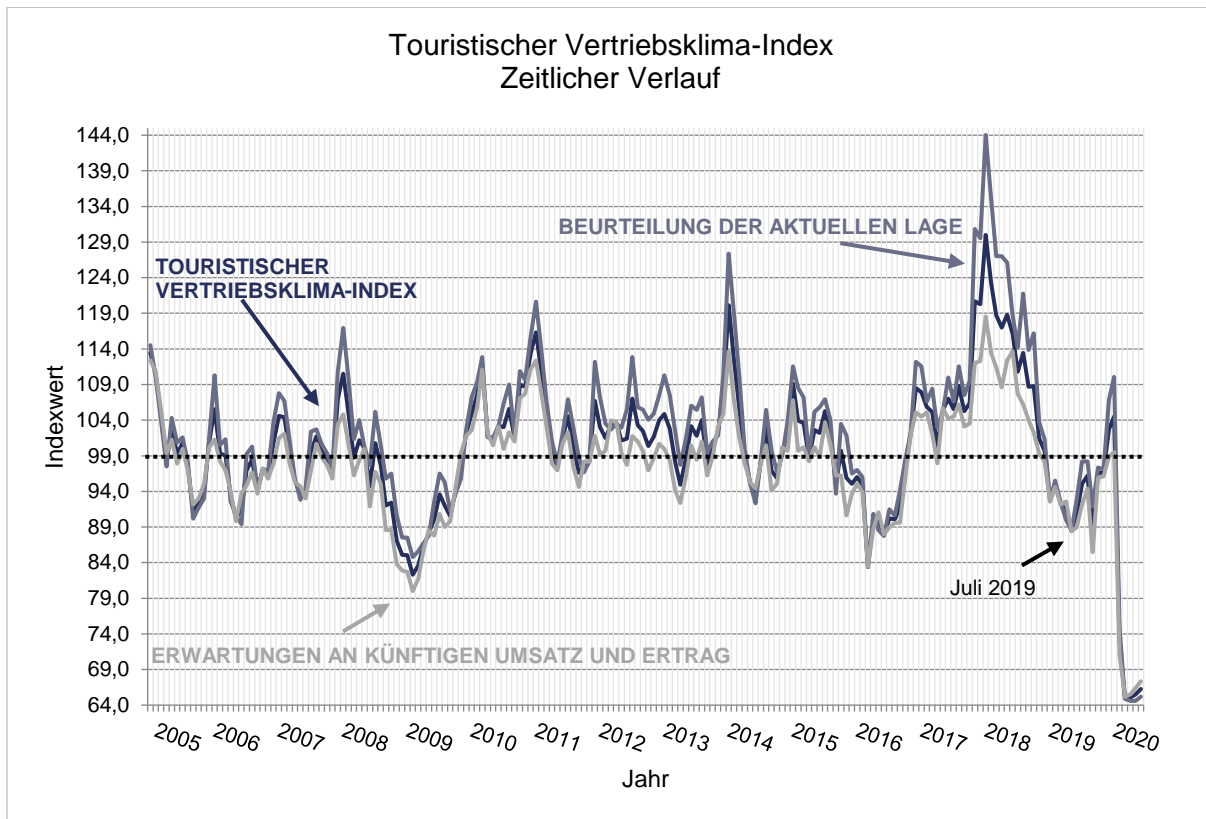


Abbildung 26: Touristischer Vertriebsklima Index im Juli 2020 (Dr. Fried & Partner, 2020)

Bedeutung der Outbound-Touristik

Der Outbound-Tourismus ist für eine Vielzahl von Arbeitsplätzen verantwortlich und beeinflusst unter anderem Infrastrukturentwicklungen. Um seine Bedeutung für die deutsche Wirtschaft zu illustrieren, eignet sich besonders der Flugverkehr. Laut dem BDL sorgen Flughäfen, Airlines und Flugsicherung zusammen in Deutschland für rund 330.000 Arbeitsplätze. Mit indirekten und induzierten Effekten ist die Luftfahrt für fast 850.000 Arbeitsplätze verantwortlich (BDL, o.J.).

Der Flugverkehr wurde durch die Pandemie massiv eingeschränkt. Fluggesellschaften verkleinern ihre Flotten und sind auf Staatshilfen angewiesen. Eine der größten europäischen Airlines bezifferte den monatlichen Verlust im Schnitt auf 550 Millionen Euro. Ein daraus resultierendes Sparprogramm sieht betriebsbedingte Kündigungen von bis zu 22.000 Stellen vor, sowie Stornierungen von bereits bestellten Flugzeugen (Handelsblatt, 2020a). Bei anderen Airlines zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Auch hier sollen 15 bis 25 Prozent aller Stellen abgebaut werden (Stern, 2020).

Reiseveranstalter forcieren ähnliche Sparpläne. Die größten deutschen Veranstalter kündigten Restrukturierungsmaßnahmen an, die einen Personalabbau von circa 20 bis 25 Prozent umfassen sollen, sowie vereinzelte Liquidierungen von Spezialanbietern (touristik aktuell, 2020). Auch ließen einige der erfolgreichsten Online-Buchungsplattformen verlauten, künftig rund ein Viertel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entlassen zu müssen (Handelsblatt, 2020b).



Der Kreuzfahrtbereich wurde im Zuge von COVID-19 besonders getroffen, und stand insbesondere durch das Auftreten mehrerer Infektionsherde auf Kreuzfahrtschiffen im Mittelpunkt öffentlicher Aufmerksamkeit. Im Spätsommer wurden in verschiedenen Ländern Europas Kreuzfahrten unter strengen Hygiene-Regeln punktuell wieder erlaubt, während diese zum Beispiel in den USA noch länger untersagt wurden (CDC, 2020). Trotzdem meldete mit Transocean Mitte Juli 2020 der erste deutsche Ableger eines Kreuzfahrtveranstalters Insolvenz an (Berliner Zeitung, 2020). Vor Ausbruch der Pandemie verzeichneten Hochseekreuzfahrten knapp 2,6 Millionen deutsche Gäste (DRV, 2020a).

In Zeiten ohne Pandemie bewirkt der Outbound-Tourismus positive ökonomische und gesellschaftliche Effekte. Von der Zahlungsbereitschaft der Deutschen bei Auslandsreisen profitieren nicht nur hiesige Unternehmen, sondern auch jene in den Zielgebieten. Ähnliche Effekte wie beim Inbound-Tourismus für Deutschland werden auch den Reiseländern zuteil. Dies geht auch aus der BTW-Studie „Entwicklungsfaktor Tourismus“ hervor (BTW, 2015). Die Studie von 2015 zeigt, dass mehr als elf Millionen Touristinnen und Touristen jährlich aus Deutschland in Entwicklungs- und Schwellenländer reisen. Die Ausgaben beliefen sich dabei 2012 auf 13,5 Milliarden Euro. Davon trugen fast sieben Milliarden Euro direkt zum Bruttoinlandsprodukt der Zielländer bei.

Die Ausgaben der Deutschen Touristinnen und Touristen vor Ort sind laut der Studie für fast 740.000 Jobs in Entwicklungs- und Schwellenländern verantwortlich. Das bedeutet, dass 15 deutsche Touristinnen und Touristen einen Arbeitsplatz schaffen. Werden auch die indirekten und induzierten Effekte einkalkuliert, ist der einzelne Reisende für die Zieldestination noch bedeutender: Sechs deutsche Touristinnen und Touristen schaffen dann einen Arbeitsplatz vor Ort. Dazu gehören auch lokale Betriebe, die vom Tourismus profitieren, wie kleine Handwerksbetriebe, Baufirmen oder der Einzelhandel vor Ort. Weitere Effekte ergeben sich, wenn im Tourismus beschäftigte Menschen ihr Geld wiederum ausgeben. So gerechnet sorgen deutsche Touristinnen und Touristen sogar für 1,8 Millionen Arbeitsplätze. Der durch Tourismus ausgelöste Gesamtbeitrag zum Bruttoinlandsprodukt der Zielländer lag inklusive der indirekten und induzierten Effekte bei mehr als 19 Milliarden Euro pro Jahr. Dieses Geld bleibt vor Ort und fließt in regionale Wirtschaftskreisläufe. Somit ist Tourismus gleichzeitig eine Form von Entwicklungshilfe.

A 3. Akteure und Organisation der Tourismuspolitik auf Bundesebene

A 3.1. Tourismuspolitik auf Bundesebene

Die Tourismuspolitik des Bundes schafft wettbewerbsfähige und attraktive Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus in Deutschland. Besonders unterstützt der Bund die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der mittelständisch geprägten deutschen Tourismuswirtschaft. Zudem nimmt er tourismuspolitische Belange der Bundesrepublik Deutschland innerhalb internationaler Organisationen wie der Europäischen Union, der OECD oder der UNWTO wahr. Über touristische Marketingaktivitäten pflegt der Bund Kontakte zu anderen Ländern und transportiert so ein positives Image Deutschlands im Ausland.

Innerhalb Deutschlands ist Tourismus Aufgabe der Bundesländer, die den Tourismus auf Länderebene planen, entwickeln und fördern. Die Tourismusaktivitäten der Länder werden mit der Tourismuspolitik des Bundes im Rahmen des Bund-Länder-Ausschusses für Tourismus unter Vorsitz des BMWi abgestimmt. Die im Regelfall halbjährlich stattfindenden Sitzungen des Bund-Länder-Ausschusses dienen der gegenseitigen Information, aber auch der Anregung und Koordinierung konkreter gemeinsamer Projekte.

A 3.2. Der Tourismusbeauftragte der Bundesregierung

Vor dem Hintergrund der positiven Effekte des Tourismus auf andere Wirtschafts- und Politikbereiche sowie der kleinteiligen Struktur der Branche wurde 2005 das Amt der/des Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus eingeführt (BMW, 2017a). Aktuell nimmt es Thomas Bareiß wahr, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie. Er ist Ansprechpartner für die Tourismuswirtschaft und vertritt die tourismuspolitischen Anliegen der Bundesregierung im parlamentarischen Raum und in der Öffentlichkeit.

A 3.3. Der Tourismusausschuss des Bundestages

Bereits seit der 14. Legislaturperiode wird dem Querschnittscharakter der Tourismuspolitik durch einen eigenen Bundestagsausschuss Rechnung getragen. Der Ausschuss tagte zunächst als Unterausschuss des Wirtschaftsausschusses, später als Vollausschuss. Heute berät er unter anderem Gesetzesentwürfe und Anträge mit tourismuspolitischem Bezug und trägt durch seine Initiativen, Anfragen und Anhörungen zur Diskussion relevanter Fragestellungen bei. Vorsitzender des Tourismusausschusses ist aktuell der Bundestagsabgeordnete Sebastian Münzenmaier (AfD).

A 3.4. Der Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Der Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie besteht seit 1977 und soll die Interessen von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zusammenführen. Die Aufgabe seiner Mitglieder ist es, die Bundesministerin/den Bundesminister für Wirtschaft und Energie und die Tourismusbeauftragte/den Tourismusbeauftragten der Bundesregierung zu beraten und Vorschläge für die weitere Ausgestaltung der Tourismuspolitik der Bundesregierung zu unterbreiten. Es handelt sich um eine persönliche Mitgliedschaft, allerdings vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Tätigkeiten beispielsweise in Unternehmen und Spitzenverbänden der Tourismuswirtschaft, der Verkehrsträger, des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), der Gewerkschaften und der Wissenschaft.

A 3.5. Die Deutsche Zentrale für Tourismus

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) vermarktet im Auftrag des Bundes seit über 60 Jahren das Reiseland Deutschland im Ausland. Das BMWi fördert die DZT aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages jährlich mit rund 34 Millionen Euro. Unterstützt wird die DZT außerdem von aktuell über 60 Mitgliedern sowie 17 Förderern, zu denen touristische Unternehmen, Marketingorganisationen sowie Organisationen und Verbände der Branche gehören. Kernaufgaben der DZT sind die Förderung des Tourismus und die internationale und überregionale Positionierung des Reiselandes Deutschland. Weltweit unterhält die DZT über 30 Ländervertretungen (Auslandsvertretungen beziehungsweise Vertriebsagenturen, Stand im Jahr 2020) auf fünf Kontinenten und ist in über 50 Ländern aktiv.

A 3.6. Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist Mittler zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Als extern betriebenes Projekt von PROJECT M und Netzwerkpartnern arbeitet es im Auftrag des BMWi. Das Kompetenzzentrum begleitet und fördert Innovationen und den Wissenstransfer. Es generiert und analysiert relevante Daten und Studien und fördert über Workshops, Vorträge und Seminare den Kompetenzausbau der in der Branche Beschäftigten. Zudem begleitet das Kompetenzzentrum quartalsweise Panel-Befragungen, Fördermaßnahmen und -projekte sowie interaktive Online-Angebote.

Während der Corona-Pandemie bietet das Kompetenzzentrum über interaktive Formate Orientierungspunkte, Entscheidungshilfen und Handlungsoptionen für touristische Unternehmen. Dazu gehören digitale Informationsangebote zu Hilfeleistungen, bundeslandspezifische Regelungen und Verordnungen sowie aktuelle Fakten und Perspektiven.

Weitere wichtige Projekte des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes sind:

- Die Betreuung der Fördermaßnahme LIFT (Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus)
- die Kommunikationsoffensive #richtiggemacht

- die Informationsportale Förderwegweiser Tourismus, Corona-Navigator.de und Tourismus-Wegweiser.de

TEIL B – Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft

Hinweis: Teil B wurde im Zeitraum August bis Oktober 2020 erarbeitet, stellt eine Momentaufnahme dar und wurde bereits vorab veröffentlicht.

B 1. Vorwort Teil B

Der vorliegende Teil B „Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft“ wurde im Zeitraum August bis Oktober 2020 erarbeitet und stellt eine Momentaufnahme dar. Im Rahmen der Erarbeitung der vorliegenden Maßnahmen und Empfehlungen wurden in zwei Hearings Fachleute der Reisebranche beziehungsweise ausgewählter touristischer Verbände und Institutionen (BTW, DEHOGA, DHV, DIHK, DRV, DTV, DZT, IHA, RDA und v.i.r.) eingebunden. Hierbei wurden sowohl Vorschläge der Verbandsvertreter aufgenommen als auch inhaltliche Ausarbeitungen kritisch reflektiert.

Die gesamte deutsche Tourismusbranche ist von der aktuellen COVID-19-Krise massiv und – aller Voraussicht nach – auch langanhaltend getroffen. Kennzeichnend für die Krise sind eine allgemeine Unsicherheit, kurzfristig schwankende Reisewarnungen und -beschränkungen sowie von Land zu Land und Region zu Region gegebenenfalls stark variierende Quarantäne- und Testpflichten. Daraus resultieren branchenweite Umsatzeinbrüche. Je nach Geschäftsmodell können diese Einbrüche bis zu 99 Prozent der Vorkrisenumsätze betragen. Eine Vielzahl an eigentlich gesunden, wirtschaftsstarken touristischen Unternehmen ist unmittelbar von der Insolvenz bedroht. Zweifellos werden die wirtschaftlichen, strukturellen und gesellschaftlichen Folgen auch künftig massive Herausforderungen für die Tourismusbranche darstellen. Aus heutiger Sicht, wie auch mit Blick auf die wieder ansteigenden Corona-Fallzahlen, ist nicht zu erwarten, dass sich die Branche in naher Zukunft erholt.

Vor diesem Hintergrund wurde, im Rahmen der laufenden Erarbeitung von „Vorschlägen für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie“, eine Projekterweiterung zur Berücksichtigung der Effekte der aktuellen COVID-19-Krise im Auftrag des BMWi durchgeführt.

Die festgehaltenen Empfehlungen zielen auf eine zügige Wiederbelebung des Tourismus während beziehungsweise nach der COVID-19-Krise und stellen hierfür aus gutachterlicher Sicht das Gesamtportfolio an erfolgversprechenden Möglichkeiten dar. Der Politik obliegt es dabei, entsprechend den sich weiterhin zu erwartenden Veränderungen in der Krise, die Maßnahmen gegeneinander abzuwägen und zu priorisieren.

Insgesamt werden nach Einschätzung der Gutachter durch die entsprechende Umsetzung der Bausteine sowie insbesondere der jeweils zugehörigen Maßnahmen, die wirtschaftliche Positionierung wie auch die Handlungs- und Zukunftsfähigkeit der gesamten Tourismusbranche fortwährend verbessert. Es ergeben sich neue Optionen, die Leistungsstärke und Liquidität der Branche zu erhalten, den gravierenden Buchungs- und Umsatzeinbrüchen entgegenzuwirken sowie günstige Voraussetzungen für die Weiter- beziehungsweise Neuentwicklung von Geschäftsmodellen zu schaffen.



B 2. Analyse

COVID-19 hat die Tourismuswirtschaft monatelang nahezu zum Erliegen gebracht. Nach einer kurzen Abmilderungsphase drohen, einhergehend mit einer zweiten Corona-Welle, potentiell noch gravierendere Folgen für Verbraucherinnen, Verbraucher und Wirtschaft.

In Deutschland stellt der Tourismus eine Querschnittsbranche mit wechselseitigen Austauschbeziehungen zu einer Vielzahl anderer Branchen und Wirtschaftszweige, wie zum Beispiel dem Lebensmitteleinzelhandel oder dem Infrastruktursektor dar. Einbrüche im Tourismus haben deshalb über die Zeit stets auch massive Auswirkungen auf zahlreiche andere Wirtschaftsbereiche.

Als Folge der Corona-Krise sind nach Einschätzung des BTW 40 bis 60 Prozent der Branchenunternehmen akut von der Insolvenz bedroht. Direkt und indirekt gefährdet sind damit 1,2 bis 1,8 Millionen Arbeitsplätze (BTW, 2020). In den Bereichen Luftverkehr, Kreuzfahrt, Reiseveranstalter und Reisebüro sowie Hotellerie und Gastgewerbe zeigen sich die Folgen der derzeitigen Krise, wie im Folgenden kurz skizziert, unterschiedlich stark.

Luftverkehr: International wie innerdeutsch kam es hier nach dem Corona-Ausbruch zu einem weitestgehenden Stillstand, abgesehen von erforderlichen Rückholflügen für gestrandete Urlauberinnen und Urlauber. Über den Zeitraum April bis Juni waren laut ADV Rückgänge von über 90 Prozent im Passagierverkehr zu verzeichnen (ADV, 2020a). Nach vorsichtigen Erholungstendenzen in den Sommermonaten zeichnen sich nun neue Einbrüche infolge der zweiten Corona-Welle ab. Ähnlich kritisch sieht die Lage für Flughäfen sowie Serviceanbieter im Umfeld von Flugleistungen aus.

Kreuzfahrtbranche: Der Umsatz der größten Reedereien brach im zweiten Quartal um bis zu 99 Prozent ein (Statista, 2020c). Der große Wachstumstreiber der vergangenen Jahre versucht durch vereinzelte Ansätze, wie „Kreuzfahrten ins Blaue“ ohne Landgänge, den Betrieb wieder aufzunehmen und damit die Lage abzumildern.

Reiseveranstalter/Reisebüros: Aufgrund der nach wie vor bestehenden Unsicherheiten, der teilweise erratischen Reisewarnungen sowie der unheitlichen Quarantänemaßnahmen, ergaben sich enorme Rückgänge beim Buchungsvolumen für Reiseveranstalter wie auch Reisebüros. Im Juli 2020 erreichte das Buchungsvolumen lediglich ein Drittel des Aufkommens des Vorjahresmonats. Bezieht man stornierte Urlaubsreisen mit ein, so summierten sich die bis Juli ausgefallenen Buchungsumsätze bei vorpaketierte Reisen auf minus 94 Prozent für die Sommersaison sowie auf minus 85 Prozent für die Wintersaison 2020/21 – jeweils gemessen an den entsprechenden Vorjahreszeiträumen (Travel Data + Analytics, 2020a).

Hotellerie/Gastgewerbe: Insbesondere die häufig wechselnden Reise- und Aufenthaltsbeschränkungen hatten in Deutschland gravierende Einschnitte bei Übernachtungen aus dem In- und Ausland zur Folge. Insgesamt sind im Zeitraum Januar bis August 2020 die getätigten Übernachtungen um 37,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurückgegangen (DESTATIS, 2020c). Die Auswirkungen für die Beschäftigung sind entsprechend dramatisch. Im Zeitraum von März bis Juni wurde im Gastgewerbe für knapp 1,1 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kurzarbeit angezeigt – zeitweise umfasste dies circa 92 Prozent aller Beschäftigten aus dem Bereich (DESTATIS, 2020a).

Auch im Bereich der Geschäftsreisen kam es nach dem Corona-Ausbruch zu dramatischen Einbrüchen. Einer Umfrage zufolge genehmigten 94,7 Prozent der deutschen Unternehmen nur in Ausnahmefällen Dienstreisen (Stand Juli 2020) (VDR, 2020b).

Die Beschränkungen bei Privat- wie auch Geschäftsreisen – Beherbergungsverbote und Schließanordnungen – hatten für die betroffenen Anbieter in ihren Auswirkungen de facto den Charakter von Berufsverboten. Stornierungen, Umbuchungen etc. verursachten über die gesamte Touristikbranche hinweg einen hohen Arbeitsaufwand – ohne dass damit Einnahmen oder gar Gewinne generiert werden konnten. Auch nachdem die Maßnahmen in den Sommermonaten gelockert wurden, fiel der Buchungseingang gemessen am Vorjahreszeitraum deutlich geringer aus.

Finanzhilfen von Bund und Ländern sind aus heutiger Sicht unverzichtbar fürs Überleben der gesamten Branche, daran hat sich auch im Rückblick auf die Sommermonate nicht viel geändert. Entsprechende Unterstützungsanträge wurden von den Anbietern inzwischen branchenweit gestellt, allerdings verzögert sich die Auszahlung oft deutlich. Im August 2020 gaben beispielsweise 70 Prozent der Reisebüros, die Überbrückungshilfe beantragt haben, an, noch keine Hilfe erhalten zu haben (DRV, 2020b).

B 3. Maßnahmenvorschläge zur unmittelbaren Umsetzung im Zuge der COVID-19-Krise und ihrer Folgen

Die Touristikbranche ist traditionell eine besonders krisenanfällige, aber auch krisenerfahrene Branche. Terroranschläge, Naturkatastrophen sowie zyklische Konjunkturschwankungen haben schon immer den Charakter der Branche entscheidend geprägt. COVID-19 schafft jedoch jetzt eine völlig neue, in dieser Form bislang unbekannte Krisensituation.

Es braucht problemgerechte Maßnahmen, die einerseits dem tatsächlichen Ausmaß der Bedrohung Rechnung tragen. Andererseits sollte sie sich, um Erfolg zu haben, auf die traditionellen Stärken der Branche stützen. Dies sind die vielfach erwiesene Widerstandsfähigkeit der Branche, aber auch die bewährte, unverkennbar mittelständisch geprägte Branchenstruktur mit einer Vielzahl bestens etablierter, leistungsstarker KMU.

Diese erprobten mittelständischen Geschäftsstrukturen zu bewahren, sollte auch vorrangiges Ziel aller öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen sein. Was es definitiv zu vermeiden gilt, ist die Herausbildung „Über-artiger“ Geschäftsstrukturen im Zuge der Krisenbewältigung. Damit würden nur leistungsstarke, eigenständig agierende Anbieter vom Markt verdrängt.

B 3.1. Maßnahmenentwicklung

Entscheidend für den Erholungsprozess ist es, die aktuell hohe Unsicherheit in der Branche sowie die massiven Auswirkungen auf die Geschäftsprozesse aller touristischen Unternehmen und Organisationen zu reduzieren. Die Unsicherheit wird bestimmt von den meist sehr kurzfristig ausgesprochenen Reisewarnungen sowie den aus Verbrauchersicht häufig veränderten beziehungsweise angepassten Rahmenbedingungen bei Buchung und Reisedurchführung.

Insbesondere im Outbound-Tourismus lässt sich dies an den Buchungskurven für unterschiedliche Destinationen aufzeigen. Nachstehend ist dargestellt, wie Reisewarnung und Buchungskurve für einzelne Destinationen zusammenhängen.

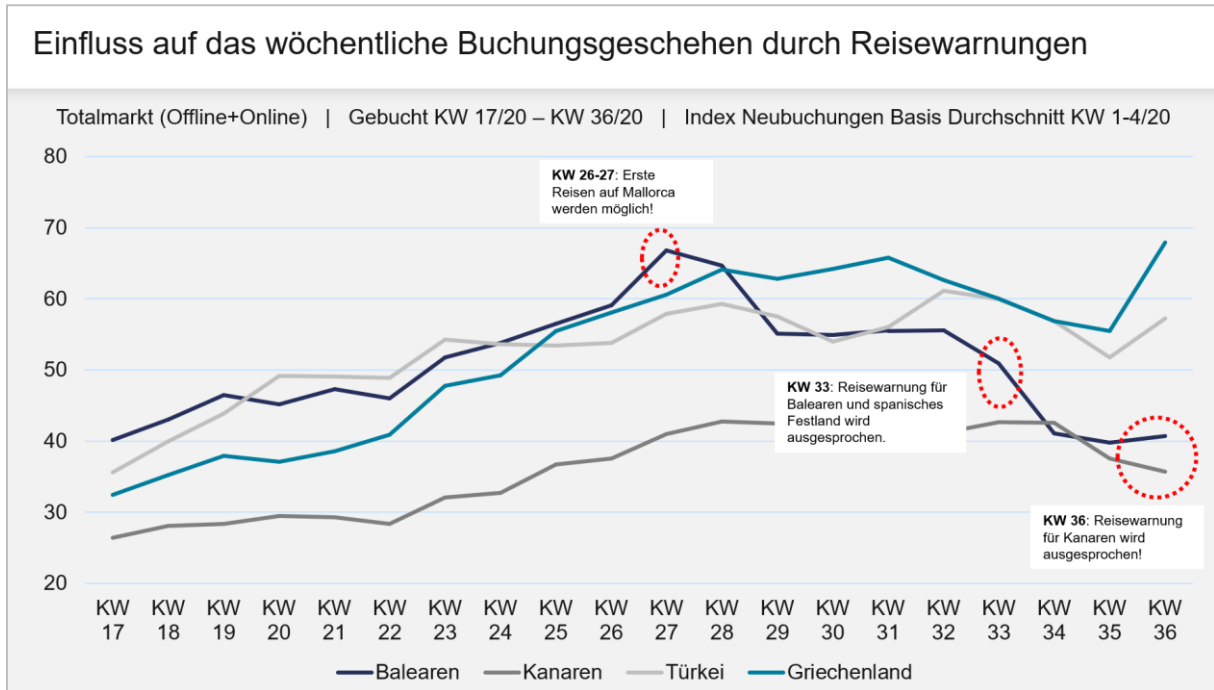


Abbildung 27: Einfluss auf das wöchentliche Buchungsgeschehen durch Reisewarnungen (Travel Data + Analytics, 2020b)

Um die Zukunftsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu sichern, wird ein schneller und effektiver Erholungsprozess („Recovery“) benötigt. Es gilt, die Branche trotz des Corona-Virus wieder „hochzufahren“ und diese Entwicklung zu verstetigen. Im Kern geht es darum, den Reiseunternehmen wieder zu ermöglichen, ihre Geschäftstätigkeit auszuüben und drohende Insolvenzen zu vermeiden. Drei Ziele sind hierbei zu verfolgen:

1. Sicherung von Einnahmen und Liquidität, um die Funktionsfähigkeit der Branche zu erhalten.
2. Verstetigung der positiven Grundentwicklung: Auf Anbieterseite gilt es, die Aufbruchbereitschaft zu stärken und die Durchführbarkeit von Reisen sicherzustellen. Auf Nachfragerseite muss das Vertrauen in die touristische Reise und die Beherrschbarkeit der Risiken wiederhergestellt werden.
3. Vermeidung abrupter Buchungseinbrüche beziehungsweise negativer Umsatzentwicklungen.

Diese Ziele lassen sich aus gutachterlicher Sicht durch ein Portfolio von Maßnahmen erreichen, die genau abgestimmt sind, sich wechselseitig stützen und Synergien ausschöpfen, um die größtmöglichen positiven Effekte zu erzielen. Das Maßnahmenportfolio umfasst die folgenden Bausteine:

1. Fiskalische Maßnahmen
2. Direkte operative Maßnahmen
3. Indirekte Maßnahmen
4. Institutionelle Maßnahmen



Die Maßnahmen sollten darauf abzielen, funktionierende Geschäftsmodelle abzusichern und gleichzeitig zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu fördern beziehungsweise zu entwickeln. Zudem ist es notwendig, den Verbraucherschutz mit den Branchenbedürfnissen in Einklang zu bringen und dabei Aspekte der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen. Die folgende Grafik zeigt einen Überblick über die Bausteine sowie die zu prüfenden Maßnahmen für ein zügiges Recovery der deutschen Tourismusbranche.



Abbildung 28: Überblick der Recovery-Maßnahmen (eigene Darstellung)

B 3.2. Fiskalische Maßnahmen

Im Folgenden werden die ausschlaggebenden fiskalischen Maßnahmen zur Wiederbelebung der deutschen Tourismuswirtschaft skizziert. Die nachstehende Grafik stellt den in diesem Kontext anzusetzenden zeitlichen Rahmen dar:

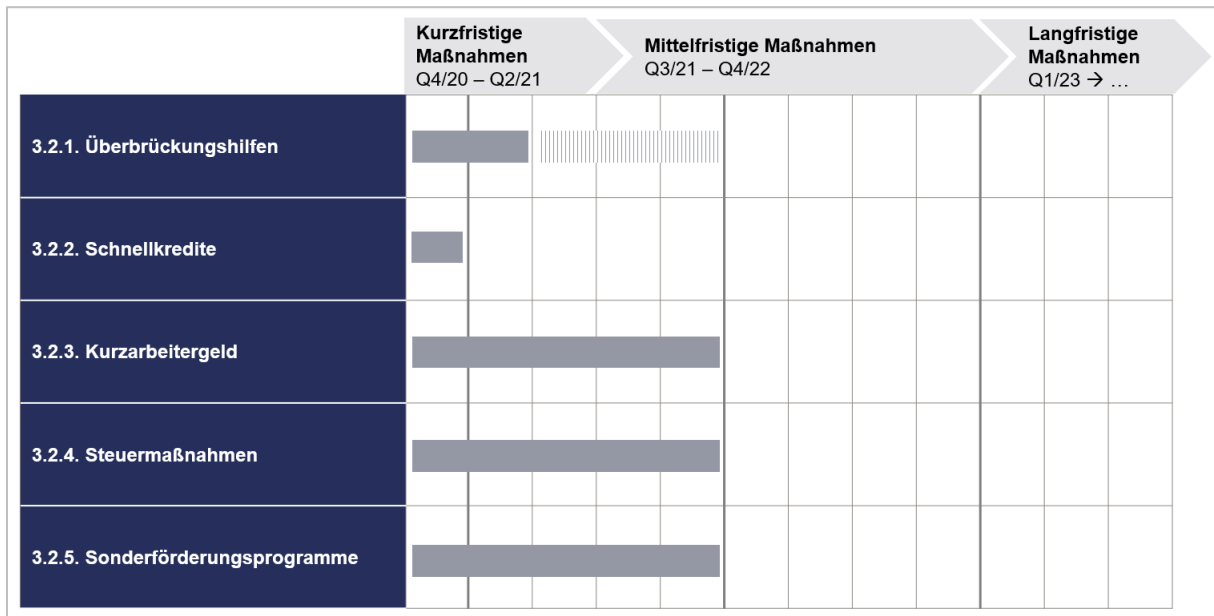


Abbildung 29: Zeitliche Einordnung der fiskalischen Maßnahmen (Stand Oktober 2020, eigene Darstellung)

B 3.2.1. Überbrückungshilfen

Um die wirtschaftliche Existenz von Unternehmen zu schützen, hat die Bundesregierung im Rahmen der Überbrückungshilfen eine Summe von insgesamt 25 Milliarden Euro an liquiden Mitteln zur Verfügung gestellt. Die Überbrückungshilfen wurden bis Ende 2020 verlängert und haben damit ein weiteres wichtiges Signal zur wirtschaftlichen Bewältigung der Krise gesetzt. Allerdings ist anzumerken, dass bis Mitte Oktober lediglich 1,1 Milliarden Euro der 25 Milliarden Euro abgerufen wurden. Als problematisch wurde von den Verbänden eingeschätzt:

- KMU-Kriterien, vor allem hinsichtlich der definierten Umsatzvoraussetzungen, werden von vielen touristischen Unternehmen nicht erfüllt. Beispielsweise verfügen Reisebüros zwar über sehr hohe Bruttoumsätze, haben jedoch aufgrund von etwa 90 Prozent niedrigeren Nettoumsätzen bei einem gleichzeitig hohen Personalkostenanteil eine nur äußerst geringe Ertragskraft.
- Verbundene Unternehmen werden nur für eine einzelne Unternehmenseinheit gefördert. Daher können beispielsweise viele Busunternehmen mit einer Reihe von Betriebsstätten, gemessen an den tatsächlichen Erfordernissen, eher geringe Überbrückungshilfen beantragen.
- Der Antragsprozess hat einen hohen bürokratischen Aufwand und muss fachlich versierte Dritte einbinden. Erfolgreiche Beantragungen von Überbrückungshilfen basieren



nach Aussage des Branchendienstleisters Travel Agency Accounting GmbH (TAA) vor allem auf der Ausnutzung einer Ausnahmeregelung für kleinere Betriebe, die besagt, dass die Kappungsgrenze wegfällt, wenn die rechnerische Überbrückungshilfe doppelt so hoch liegt wie der jeweilige Deckel (fvw, 2020b).

Mit den verlängerten sowie punktuell angepassten Überbrückungshilfekriterien will das BMWi diesen Prozess vereinfachen. Trotz allem sollte auch hinsichtlich der Zulassungskriterien eine Herabsenkung beziehungsweise Vereinfachung möglicher Barrieren für touristische Unternehmen ins Auge gefasst werden. Wie bereits heute abzusehen ist, dürfte die Reisebranche noch weit über das Jahr 2020 hinaus von der COVID-19-Pandemie betroffen sein. Daher wird empfohlen, die Hilfen zu verlängern sowie die Kriterien an die Bedürfnisse der Branche anzupassen.

Auch mit Blick auf die drohende Insolvenzelle im Tourismus sollte die Forderung der Tourismuswirtschaft dringend geprüft werden, ob durch die Bundesregierung eine spezifische Unterstützung der Branche nach Artikel 107 Absatz 2 (b) des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) erfolgen kann. Eine solche Förderung würde bedeuten, dass für die gesamte Branche unter den genannten Rahmenbedingungen ein eigenständiges Konzept zur Liquiditätsabsicherung realisiert werden könnte.

B 3.2.2. Schnellkredite

Im Rahmen des Schutzschildes für Deutschland hat die Bundesregierung mit der Möglichkeit zur Ausgabe von Schnellkrediten eine Ausweitung der KfW-Programme für kleine und mittlere Unternehmen vorgenommen. Ziel ist es, Unternehmen zu unterstützen, die bis dato aufgrund der Mitarbeiterzahl keinen Anspruch auf das Sofortprogramm hatten. Aus Sicht der Reisewirtschaft sind diesbezüglich zwei Aspekte kritisch zu hinterfragen:

- Die Zugangsbedingungen schließen in ihrer derzeitigen Formulierung Unternehmen mit zehn und weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern de facto vom Erhalt eines Schnellkredits aus.
- Der Kreditzins des Schnellkredits liegt bei drei Prozent pro Jahr. Angesichts der kurz- bis mittelfristig schlechten Geschäftsaussichten dürfte dies für viele Bereiche der Tourismusbranche eine relevante zusätzliche Belastung darstellen, die einer schnellen wirtschaftlichen Erholung gegebenenfalls entgegensteht.

In diesem Zusammenhang gilt es, auch die Gewährung von Kleinbeihilfen zu beachten. Die zweite geänderte Bundesregelung für Kleinbeihilfen 2020 sieht unter Voraussetzung des Artikels 107 Absatz 3 (b) AEUV, eine Obergrenze von insgesamt 800.000 Euro je Unternehmen als Gesamtnennbetrag für alle erhaltenen Maßnahmen vor. Hält man sich das Ausmaß der aktuellen Krise vor Augen, so stellt dies für Unternehmen mit über 100 Millionen Euro Umsatz einen vergleichsweise geringen Anteil an der insgesamt benötigten Ausgleichssumme dar.

Daher wird empfohlen, die Rahmenbedingungen zu überprüfen und Kleinunternehmen mit zehn oder weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Schnellkredite zu ermöglichen. Des Weiteren wird angeregt, eine generelle Ausweitung des Rahmens zu prüfen.

B 3.2.3. Kurzarbeitergeld

Die Tourismusbranche hat das Instrument der Kurzarbeit bisher umfassend genutzt. So waren im Mai 2020 circa 80 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus Tourismus und Gastgewerbe in Kurzarbeit (YOURCAREERGROUP, 2020). Im August 2020 befanden sich noch 88 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Reisebüros und Reiseveranstaltern, 71 Prozent der Hotellerie und 52 Prozent der Gastronomie in Kurzarbeit (ifo, 2020b).

In der sehr personalintensiven Reise- und Tourismusbranche stellt die Kurzarbeit das derzeit effektivste Instrument der wirtschaftlichen Stützung dar. Allerdings steigt mit zunehmender Dauer der Kurzarbeit auch die Gefahr, den vorherrschenden Fachkräftemangel im Tourismus noch weiter zu verstärken. Derzeit geben circa 60 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Hotellerie, Gastronomie und Touristik an, sich nach alternativen Jobs umzuschauen beziehungsweise dies in Erwägung zu ziehen (YOURCAREERGROUP, 2020).

Die Problematik der Kurzarbeit in der Touristik ist besonders dem Umstand geschuldet, dass mit Beginn der COVID-19-Krise und der damit verbundenen Reisewarnungen, durch Stornierungen und Umbuchungen eine große Arbeitslast angefallen ist und mit jeder neuen Reisewarnung weiterhin anfällt. Solche Arbeits- und Serviceleistungen stellen dabei einen direkten Mehrwert für die Kundinnen und Kunden dar; zudem dienen sie auch der Erfüllung von Anforderungen des Verbraucherschutzes, unter anderem im Sinne der Pauschalreiserrichtlinie.

Diesem Umstand sollte mit einem entsprechenden (Förder-)Instrument beziehungsweise einer Anpassung der Regelungen zur Kurzarbeit Rechnung getragen werden. Beispielsweise könnte der Kostendruck durch Übernahme der Personalkosten, die im Zuge der Abwicklung von Corona-bedingten Leistungen ohne Entgelt entstehen, genommen werden. Eine Erweiterung des Kurzarbeitergeldes auf Minijobberinnen und Minijobber sowie Freelancerinnen und Freelancer, als relevante Mitarbeitergruppen im Tourismus, ist ebenfalls zu prüfen. So sind allein durch beendete und nicht neu begonnene Arbeitsverhältnisse im Gastgewerbe bis Ende Juni 325.900 Minijobs weggebrochen (bundesweit 837.004). Dies stellt ein Minus von 36 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum dar (fww, 2020c).

Zu überlegen ist, inwieweit das Instrument der Kurzarbeit auch für eine zukunftsorientierte Entwicklung der Marktstrukturen im Tourismus, sowie die Bindung von Fachkräften genutzt werden kann. Hier muss es nach Forderung der Branche darum gehen, den Marktteilnehmern die Chance zu geben, trotz aktuell weitestgehender Nichtausübung ihre weitere Geschäftsfähigkeit auf Basis zukunftsorientierter Technologien sowie über die Weiterentwicklung der Humanressourcen zu sichern. Mögliche Ansätze zur Vergütung von Arbeitszeit mittels Kurzarbeitergeld sind:

- die betriebliche Zukunftsfähigkeit über die Entwicklung innovativer, digitaler Lösungen abzusichern,
- in die Nachhaltigkeit touristischer Produkte und Leistungsangebote zu investieren,
- die Beschäftigung von Fachkräften mittels strategischer Entwicklungs- und Qualifizierungsmaßnahmen zu sichern.

Aus Sicht der Unternehmen wie auch des Staates ist dabei entscheidend, dass die Unternehmen ihre Zukunft jetzt gestalten. Ihr Ziel muss jeweils sein voll wettbewerbs- und zukunftsfähig aus der aktuellen Krise und Kurzarbeit hervorzugehen.



B 3.2.4. Steuermaßnahmen

Im Rahmen der branchenübergreifenden Programme zur Überdauerung der COVID-19-Krise wurden bereits vielfältige steuerliche Erleichterungen vorgebracht.

Erweiterung des steuerlichen Verlustrücktrags

Die Unternehmen der Touristikbranche begrüßen grundsätzlich die Maßnahmen der Bundesregierung, den vorläufigen Verlustrücktrag anzupassen sowie die Obergrenzen auf fünf Millionen beziehungsweise zehn Millionen Euro für Verluste in den Jahren 2020 und 2021 anzuheben. Gerade KMU entlastet die Anhebung der Obergrenze allerdings noch nicht nennenswert. Vielmehr würde das Gros der kleineren Betriebe eine Erweiterung des Rücktragszeitraums, zum Beispiel auf drei Jahre, deutlich effektiver entlasten.

Bleibt der Rücktragszeitraum unverändert, ist davon auszugehen, dass vermehrt der Verlustvortrag zum Tragen kommt. Unklar ist derzeit, wie sich die COVID-19-Krise weiter entwickeln wird. Damit lässt sich nicht absehen, ob beziehungsweise inwiefern die Unternehmen in den kommenden Jahren Gewinne erwirtschaften und der steuerentlastende Effekt tatsächlich, wie vorgesehen, im angesetzten Zeitraum eintreten kann. Entsprechend der Forderung der Branche erscheint es deshalb auf jeden Fall empfehlenswert, den Rücktragszeitraum über das Jahr 2019 hinaus zu erweitern. Gegebenenfalls ist auch eine modifizierte Kombination von erweitertem Rücktragszeitraum und angehobener Obergrenze eine Option. Denkbar wäre zum Beispiel für 2019 ein Rücktrag von bis zu fünf Millionen Euro und für die Vorjahre eine Begrenzung des Rücktrags auf jeweils eine Million Euro.

Unbefristete Mehrwertsteuersenkung auf Speisen

Begrüßenswert ist auch die erfolgte temporäre Absenkung des Mehrwertsteuersatzes für Speisen in der Gastronomie auf sieben Prozent, beziehungsweise bis Ende 2020 auf fünf Prozent. Sieht man von der reinen Hotelübernachtung ab, gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz bislang vor allem für Gastronomieleistungen, die ohne umfassende Dienstleistung auskommen, also bereitgestellten Kaffee oder das Essen zum Mitnehmen. So unterliegen Speisen und Getränke, verpackt in ökologisch bedenklichem Einweggeschirr, lediglich dem reduzierten Steuersatz. Der reduzierte Satz gilt zudem auch für den Lebensmitteleinzelhandel, der mit Mitnahmekonzepten für warme und kalte Speisen durchaus im Wettbewerb mit gastronomischen Betrieben steht.

Die personalintensive gastronomische Leistung vor Ort wird dagegen ab Mitte nächsten Jahres wieder mit dem vollen Mehrwertsteuersatz belegt. Dies gilt auch für den Verzehr von Speisen und Getränken auf/in Mehrweggeschirr.

Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, den Mehrwertsteuersatz für Speisen einheitlich auf sieben Prozent abzusenken, unabhängig von Ort und Art des Verzehrs. In zahlreichen Mitgliedstaaten der EU gibt es bereits eine solche Regelung; dort wird steuerlich nicht mehr zwischen Essen aus dem Restaurant und dem Supermarkt oder nach Ort und Art des Verzehrs unterschieden.

Auf jeden Fall zu überprüfen ist die derzeitige Befristung der Mehrwertsteuersenkung auf den 30. Juni 2021, denn das Recovery der Branche wird wohl deutlich länger dauern als bislang angenommen. Wichtige Ertragsquellen wie Bankette, Veranstaltungen sowie Gruppenreisen werden der Gastronomie und den Beherbergungsbetrieben, aller Voraussicht nach, noch



längere Zeit fehlen. Aus diesen Erwägungen empfiehlt sich, die derzeitige Mehrwertsteuersenkung zu verstetigen, damit nicht (sonst) unumgängliche Preiserhöhungen oder erneute Umstellungsaufwände, zum Beispiel für die Umstellung der Kassensysteme, die Erholung der Branche insgesamt gefährden.

Mehrwertsteuersenkung auf Busleistungen analog zur Bahn

Aus Gründen des Klima- und Umweltschutzes hat die Bundesregierung zu Jahresanfang die Mehrwertsteuer für Tickets im Schienenfernverkehr generell von 19 auf sieben Prozent, bis Ende 2020 auf fünf Prozent abgesenkt. Kommuniziertes Ziel der Bundesregierung war, mehr Bürger zum Wechsel vom Auto oder Flugzeug auf klimafreundlichere Transportmittel zu bewegen.

Die dadurch verursachte Veränderung der Wettbewerbsbedingungen zwischen Bus und Bahn hat Fernbusunternehmen unter den Bedingungen der COVID-19-Krise stark getroffen. Während im Rahmen des Corona-bedingten Lockdowns touristische Reisebusfahrten verboten waren, galt dieses Verbot für Fernbusse im Linienverkehr nicht. Auch wenn letztere somit weiterhin operieren konnten, wurden gleichwohl viele Busse aus wirtschaftlichen Gründen zwischenzeitlich stillgelegt, um die laufenden Kosten zu senken. Im Rahmen des zeitweiligen Neustarts wurde häufig nur ein Bruchteil des eigentlichen Streckennetzes befahren. Nachteilig wirken sich auch die neu eingeführten Hygiene- und Abstandsregeln aus, welche einen ertragsoptimierten Betrieb der Busse erschweren.

Vor diesem Hintergrund erscheint eine steuerliche Gleichbehandlung von Bus- und Bahnfahrten, wie seitens des Sektors gefordert, dringend geboten: Nur so können die entstandenen Wettbewerbsnachteile für den Vehrkehrsträger Bus wieder ausgeglichen werden. Damit würde auch ein Impuls für die Wiederbelebung der Reisebranche bei gleichzeitiger Förderung klimafreundlicher Transportangebote geschaffen werden.

Abschreibungsoptionen flexibilisieren

Bedingt durch die Corona-Krise können derzeit erhebliche touristische Kapazitäten keine Umsätze generieren. Als Folge ergeben sich für Reiseunternehmen hohe bilanzielle Verluste, was oftmals die Ausweisung von Unterbilanzen erforderlich macht und damit die Kreditaufnahme erheblich erschwert. Gleichzeitig führt die reduzierte Nutzung im Anlagebestand zu geringerem Verschleiß und mindert so die Attraktivität von Abschreibungen.

Um Insolvenzen aufgrund bilanzieller Überschuldung zu vermeiden und somit Arbeits- und Ausbildungsplätze zu erhalten, erscheint es entsprechend der Branchenforderung erforderlich, Abschreibungserleichterungen in Form von Bewertungshilfen zu schaffen. In diesem Sinne sollten die Paragraphen §253 Absatz 3 HGB und §7 EstG nochmals im Hinblick auf einen vollständigen oder teilweisen Verzicht auf planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen für Geschäftsjahre, die vor dem 1. Januar 2021 enden und nach dem 31. Dezember 2019 beginnen, überprüft werden.

B 3.2.5. Sonderförderprogramme

Zahlreiche Förderprogramme von Bund und Ländern sowie das Konjunkturpaket der Bundesregierung bieten bereits eine Vielzahl an Unterstützungsleistungen für touristische Betriebe.



Zugangsbarrieren zu Fördermitteln absenken

An dieser Stelle ist auf die umfassende Sammlung und Auflistung der Fördermaßnahmen des Kompetenzzentrums des Bundes unter www.foerderwegweiser-tourismus.de zu verweisen, welche für die gesamte Branche Orientierung und Unterstützung bietet. Damit verbindet sich allerdings auch der Appell an die fördernden Institutionen, den Prozess der Beantragung entsprechender Mittel durch die Antragstellerinnen und Antragsteller möglichst einfach zu gestalten.

Auflage eines nationalen Tourismusedlastungsprogramms

Angesichts der Vielfalt länderspezifischer Förderprogramme wird empfohlen, ein nationales Tourismusedlastungsprogramm aufzusetzen, welches Zuschüsse zur Kompensation von Corona-bedingten Verlusten bereitstellt, sofern Zuschüsse durch andere aufgelegte Programme das wirtschaftliche Überleben der betroffenen Tourismusunternehmen nicht sicherstellen. Dies gilt als eine der zentralen und elementaren Forderungen seitens der Tourismuswirtschaft. Aufgrund der überdurchschnittlich starken und voraussichtlich lang andauernden Betroffenheit der Tourismuswirtschaft und der zahlreichen Besonderheiten in den Anforderungen zeigt sich aus Sicht der Branche die bisherige Bemessungsgrundlage anderer Förderprogramme oftmals als unzureichend.

Um etwaige Hemmnisse auszuräumen, die einer sektoralen Förderung entgegenstehen könnten, wird an dieser Stelle nochmals auf die in Kapitel B 3.2.1. angesprochene Möglichkeit einer branchenspezifischen Unterstützung nach Artikel 107 Absatz 2 (b) AEUV hingewiesen.

Fachkräfteförderung

Seit Jahren leidet die gesamte Branche unter Nachwuchsmangel, die Zahl der Auszubildenden in der Touristik ist deutlich rückläufig. Durch die COVID-19-Krise wird diese Entwicklung noch weiter verstärkt. Insbesondere sinkt auch das Ausbildungsangebot. Nach Aussagen des DRV planten die in diesem Verband organisierten touristischen Betriebe im August 2020 nur noch circa halb so viele Ausbildungsplätze anzubieten, wie noch im Jahr zuvor (DRV, 2020c).

Angesichts der Notwendigkeit, auch in der COVID-19-Krise die Weiterentwicklungs- und Zukunftsfähigkeit der Branche sicherzustellen, wird empfohlen, bestehende Förderprogramme zur Sicherung der Ausbildung auszuweiten. Ziel sollte sein, möglichst viele qualifizierte Ausbildungsplätze zu erhalten sowie gegebenenfalls neu zu schaffen. Zum einen ist dabei zu prüfen, inwieweit der finanzielle Rahmen bestehender Förderprogramme erweiterbar ist; zum anderen inwiefern die Ausbildung flexibler gestaltet werden kann, wenn sich zum Beispiel der Ausbildungsbeginn verschiebt.

B 3.3. Direkte operative Maßnahmen

Nachstehend werden die relevanten operativen Maßnahmen im Zuge eines Recovery der deutschen Tourismuswirtschaft dargestellt. Aus der Grafik lässt sich der für die Maßnahmen anzusetzende zeitliche Rahmen entnehmen:

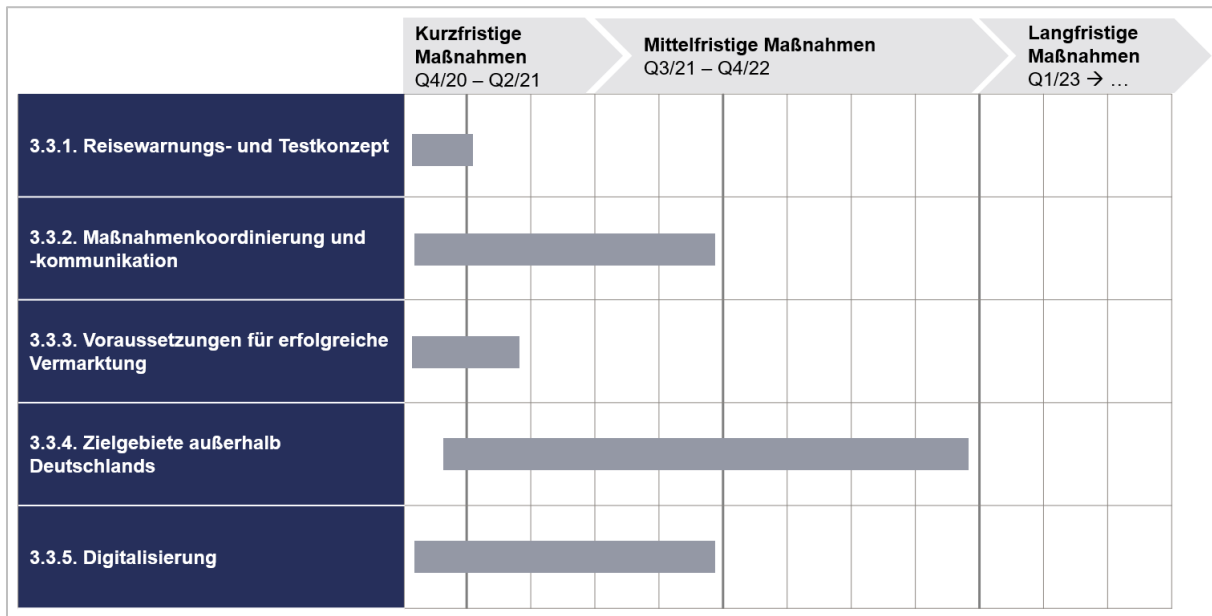


Abbildung 30: Zeitliche Einordnung der direkten operativen Maßnahmen (Stand Oktober 2020, eigene Darstellung)

B 3.3.1. Reisewarnungs- und Testkonzept

Unterschiedlichste Regelungen, Vorgaben und Maßnahmen, auf EU-Ebene wie auch innerhalb Deutschlands, stellen Reisende und die Tourismusbranche vor große Herausforderungen. Aus diesem Grund bedarf es einheitlicher, verhältnismäßiger und differenzierter Konzepte für Reisewarnungen und Tests. Ziel sollte sein, effektive Maßnahmen mit zugleich möglichst geringen wirtschaftlichen Auswirkungen zu entwickeln. Zudem gilt es, die digitale Bereitstellung und Verknüpfung von Kontakt-, Reise- und Gesundheitsdaten verstärkt voranzutreiben.

Einheitliches Vorgehen auf EU-Ebene

Arbeitnehmerfreizügigkeit, grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung sowie unkomplizierte Dienstreisen sind unverzichtbar für einen funktionierenden europäischen Binnenmarkt wie auch für die Tourismusbranche. Der derzeitige „Flickenteppich“ von Quarantäne- und Testpflicht-Regelungen schafft Unübersichtlichkeit, mindert das Vertrauen der Reisenden und hält sie vom Reisen ab. Unterschiedliche Vorschriften steigern zudem den Informations- und Planungsaufwand für touristische Unternehmen in unverhältnismäßigem Umfang. Überdies stellen Quarantänepflichten von mindestens fünf Tagen für Rückkehrer aus Risikogebieten de facto einen sektoralen Lockdown für die deutsche Reisewirtschaft dar. Ein einheitliches Vorgehen mit entsprechenden Indikatoren sollte zumindest ein gewisses Maß an Planbarkeit wiederherstellen, was für Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Reise ausschlaggebend ist.



Um der Reisebranche die Rückkehr zum Geschäftsbetrieb zu ermöglichen, sind mithin mehr Klarheit und Planbarkeit bei der Festlegung von Risikogebieten und Reisewarnungen, am besten auf EU-Ebene, erforderlich. Es bedarf, entsprechend der Forderungen der Branche, einer einheitlichen und verhältnismäßigen Vorgehensweise, was Reisewarnungen sowie Maßnahmen in Einklang von Gesundheitsschutz und wirtschaftlichen Aspekten anbelangt. Aus Branchensicht wird der Ansatz der EU begrüßt, ein einheitliches Farbcode-System, das Risikogebiete kennzeichnet, zu nutzen.

Für den Outbound- wie auch den Inbound-Tourismus ist dabei entscheidend, dass Regionen entsprechend der Datenlage möglichst differenziert betrachtet und pauschale Reisewarnungen für ganze Länder vermieden werden. Neben der Kontrolle der sogenannten 14-Tage-Inzidenz sowie dem Einbezug des Anteils positiv ausgefallener Tests ist zu prüfen, inwieweit weitere Aspekte herangezogen werden können, um Regionen differenziert zu klassifizieren. Ein Beispiel dafür wäre die Leistungsfähigkeit des jeweiligen Gesundheitssystems.

Für die Reisebranche sind zudem einheitliche Regeln basierend auf der gemeinsamen Einordnung von Risikogebieten von hoher Relevanz. In diesem Zusammenhang muss der Fokus auf der Ausweitung von Testkapazitäten und dem Einsatz von Schnelltests liegen – idealerweise vor oder gegebenenfalls bei Reiseantritt. Dies baut Vertrauen bei Reisenden auf und macht eine Quarantänepflicht entbehrlich, welche die Reisebranche weiterhin unverhältnismäßig einschränken würde.

Zudem sollte regelmäßig überprüft werden, ob individuelle Urlaubs- oder Geschäftsreisen tatsächlich ein generelles Risiko darstellen oder ob eher die Nichteinhaltung von Regeln, etwa bei privaten Feiern im In- und Ausland, die Hauptursache für steigende Infektionsraten ist. Beispielsweise zeigt eine Auswertung der Positivitätsrate nach Einreiseland – wie sie etwa die Testfirma Centogene auf Basis von PCR-Tests am Flughafen Frankfurt anbietet – dass die Ansteckungsgefahr bei klassischen Urlaubszielen sehr gering ist, während Länder mit vermehrt ethnischen Reiseverkehr eine höhere Positivitätsrate aufweisen. Statt einer pauschalen Warnung vor Urlaubsreisen in betroffene Länder sollte sich die Aufmerksamkeit eher auf Reisetyp, Art der Beherbergung sowie das Verhalten der Reisenden am Urlaubsort als die relevanten Risikofaktoren konzentrieren.

Nationale Harmonisierung der Vorgehensweisen

Wie auf EU-Ebene sorgt auch auf Bundesebene der „Flickenteppich“ unterschiedlicher Länderregelungen zu den Quarantänepflichten bei Besuchen inländischer Risikogebiete für Verunsicherung bei Reisenden. Damit wird der Binnentourismus für viele touristische Anbieter existenzbedrohend eingeschränkt. Neben einem einheitlichen Vorgehen auf EU-Ebene ist eine verbindliche und einheitliche COVID-19-Rechtssetzung für alle Bundesländer zentral. Diese gilt es zu optimieren und zu koordinieren.

Um hier Fortschritte zu erzielen, bedarf es einer stärkeren und effektiveren Koordinierung der Tourismuspolitik zwischen Bund und Ländern sowie bundeseinheitlicher Indikatoren und Rahmenbedingungen. Auf dieser Grundlage kann dann eine länderübergreifend einheitliche Vorgehensweise entwickelt werden, welche Voraussetzung für eine (Wieder-)Belebung des Reiseverkehrs ist. Damit kann eine durchgängige Reisekette, von der Anreise über Übernachtung und Verpflegung bis hin zur Durchführung von Messen und Kongressen, unter Wahrung des Gesundheitsschutzes durch die Tourismuswirtschaft, ermöglicht werden.



Digitale Bereitstellung und Verknüpfung von Kontakt- und Reisedaten

In engem Zusammenwirken mit der Reisewirtschaft sollte die flächendeckende Digitalisierung aller Corona-relevanten, reisenahen Prozesse forciert werden. Dies reicht von der Erfassung der Einreisenden bis hin zur digitalisierten Information der Gesundheitsämter. Hierbei können die Digitalisierung der Aussteigekarte wie auch die Entwicklung eines EU-weit einheitlichen Registrierungssystems zur Nachverfolgung von Reisenden elementare Bestandteile der Digitalisierungsbemühungen sein.

Die Tourismusbranche verfügt hier bereits über eine Reihe relevanter Daten und Möglichkeiten, um etwa die Entwicklung einer digitalen Einreiseanmeldung unter Einhaltung des Datenschutzes voranzutreiben. So könnten vorliegende und gegebenenfalls anzureichernde Fluggastdatensätze wie der Passenger Name Record (PNR) aus den Reservierungssystemen digital an Gesundheitsämter übermittelt werden, um Kontaktketten leichter und schneller zu ermitteln. Rechtliche Aspekte der Erhebung ergänzender Informationen sowie der automatisierten Übermittlung solcher Daten sind in diesem Kontext zu prüfen.

Ein weiterer Baustein zur Digitalisierung der Reisekette ist die elektronische Informationsverarbeitung des Deutschen Elektronischen Melde- und Informationssystems für den Infektionsschutz (DEMIS). Dessen Rollout in den Gesundheitsämtern sollte mit hoher Priorität weiter vorangetrieben werden, um Infektionsschutz und Reiseprozess optimal digital miteinander zu verzahnen.

Planbarkeit auf Basis von Vorhersagemodellen

Um national und europaweit wieder zu mehr Stabilität und Planungssicherheit für die Reisewirtschaft zurückzukehren, sind einheitliche Vorgehensweisen und Regelungen sowie eine Digitalisierung der Prozesse unabdingbar. Zu prüfen ist hierbei, inwiefern ein Vorhersagemodell für Neuinfektionen mit COVID-19 pro Landkreis in Deutschland, wie es von der Universität Osnabrück und dem Jülich Supercomputing Centre entwickelt wurde, einen Mehrwert dazu liefern kann (Bayesian Monte Carlo approach for predicting the spread of infectious diseases, kurz BSTIM).

Ein funktionierendes Vorhersagemodell würde zu mehr Planbarkeit beitragen. Insbesondere könnte es Unternehmen und Reisenden, aber auch Destinationen, zumindest einen gewissen Handlungsspielraum bieten, gerade im Bereich der Kapazitätssteuerung und des Kundenservice.

B 3.3.2. Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation

Neben einem einheitlichen Reisewarnungs- und Testkonzept, möglichst auf EU-Ebene, bedarf es, wie beschrieben, einer entsprechenden Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation in Deutschland – jeweils in enger Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismusbranche.

Task Force zur Steuerung der Recovery-Maßnahmen

Um die Maßnahmenkoordination und -kommunikation zu verbessern, wird die Einrichtung einer nationalen Task Force unter der Führung des BMWi seitens der Branche als notwendig erachtet. Diese sollte aus Vertreterinnen und Vertretern von Politik und Wirtschaft



beziehungsweise deren Verbänden bestehen und sich darauf konzentrieren, die Folgen der Corona-Krise für den Tourismus zu bewältigen.

Wesentliche Ziele für die Task Force sind die operative Steuerung verabschiedeter Maßnahmen, die Abstimmung zwischen Tourismusbranche und Politik sowie die Sicherstellung eines kontinuierlichen Informationsaustauschs. Überdies dient die Task Force der Koordination erforderlicher Krisenmaßnahmen, um negative Auswirkungen auf die Reisebranche zu minimieren. Um Konsens- und Handlungsfähigkeit sicherzustellen, ist die Task Force hinsichtlich der Mitgliederzahl klein zu halten (etwa 12–15 Mitglieder).

DZT in Krisenkommunikation einbinden

Im Rahmen der Corona-Pandemie hat sich die DZT mehrfach bewährt: Zum einen hat sie ein bereits vor längerer Zeit eingeführtes Kommunikationssystem mit Geschick und Erfolg zur Krisenbewältigung genutzt. Zum anderen ist es insbesondere auch der DZT zu verdanken, dass Deutschland im Ausland als sicheres und nach der COVID-19-Krise sehr schnell zu bereisendes Zielgebiet wahrgenommen wird.

Nach einer so weitreichenden Tourismuskrise hängt ein erfolgreiches, schnelles Recovery auch davon ab, in welchem Maße die erforderliche Kommunikation bereits während der Krise aufgesetzt und ausgerichtet werden konnte. Um ein schlagkräftiges professionelles Krisenkommunikationsmanagement im Bereich der Destinationsvermarktung sicherzustellen, wird daher die konsultatorische Einbindung der DZT als Unterstützer und Moderator empfohlen.

Nationale Informationsplattform über das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Im Sinne einer konsistenten Kommunikation spielt die Schaffung einer gebündelten und verlässlichen Informationsbasis für die Tourismusbranche eine wichtige Rolle. Diese sollte Informationen über Regelungen und Entwicklungen in den verschiedenen Ländern und Reisegebieten für Reisende und Unternehmen bereitstellen und eine Schnittstelle zur Einbindung der relevanten Informationen bereithalten.

Mit dem Kompetenzzentrum Tourismus verfügt der Bund bereits über eine derart geeignete Plattform. Sie kann die Informationsfunktion voll abdecken und von der ganzen Branche genutzt werden.

B 3.3.3. Voraussetzungen für erfolgreiche Vermarktung

Eine Reaktivierung der Reiseströme wie auch eine erfolgreiche Vermarktung von Binnen-, Inbound- und Outbound-Tourismus ist an klare Voraussetzungen geknüpft. Dazu gehören, wie bereits erörtert, ein einheitliches und differenziertes Vorgehen bei der Einstufung von Risikogebieten sowie entsprechende, darauf basierende Test- und Quarantänemaßnahmen.

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie und ihrer Aus- und Folgewirkungen ist es unumgänglich, mit Blick auf die erforderlichen Maßnahmen ein entsprechendes umfassendes Wissen über das Verbraucherverhalten aufzubauen. Zudem ist ein erhöhter Kommunikationsbedarf gegeben.

Stärkung DZT Ressourcen

Wichtigstes Instrument zur Vermarktung der Tourismusdestination Deutschland ist die DZT. Ihren Vermarktungsaktivitäten kommt im Rahmen des Recovery ein besonderer Stellenwert zu, da sie für die relevanten Marktteilnehmer, sowohl für den Deutschlandtourismus als auch mit Blick auf die Quellmarktseite, wesentliche Markt- und Verbraucherinformationen bereitstellt. Zudem bündelt sie mit Erfolg die nationalen Vermarktungskompetenzen und -ressourcen.

Zur Stärkung der DZT sollten aus Sicht verschiedener Branchenverbände die für den erhöhten Kommunikationsbedarf erforderlichen Mittel durch die öffentliche Hand bereitgestellt werden. Dies umso mehr, als sich die DZT krisenbedingt gezwungen sieht, ausbleibende Mitgliederbeiträge und Einnahmen zu kompensieren. Zudem ist sie aktuell einem erhöhtem Wettbewerbsdruck durch Destinationen wie Österreich oder der Schweiz ausgesetzt. Für beide Länder wurden die Marketingbudgets im Zuge der COVID-19-Krise jeweils mit Mitteln aus der Staatskasse deutlich erhöht.

Höchste Priorität für Sicherheit im Geschäftsreise- und MICE-Bereich

Für Deutschland als Exportnation, aber auch als wichtigstes internationales Messeziel in 2019 (DZT, 2020a), haben Geschäftsreisen eine elementare gesamtwirtschaftliche Bedeutung. Im Jahr 2019 wurden insgesamt rund 195 Millionen Geschäftsreisen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern deutscher Unternehmen durchgeführt (Statista, 2020d). Gleichzeitig haben die Europäerinnen und Europäer laut DZT 13,3 Millionen Geschäftsreisen nach Deutschland unternommen. Davon waren 56 Prozent sogenannte Promotable Geschäftsreisen (MICE).

Im Zuge der COVID-19-Krise ist der Markt für Geschäftsreisen gänzlich eingebrochen und wird aller Voraussicht nach auch in den nächsten Jahren nicht das Vorkrisenniveau erreichen. Vielmehr geht die DZT davon aus, dass Geschäftsreisen selbst im Jahr 2023 nur etwa 75 Prozent des Niveaus von 2019 erreichen werden (fww, 2020a).

Um den Geschäftsreisemarkt wiederzubeleben, ist – ähnlich wie bei Urlaubsreisen – ein hohes Maß an Planbarkeit unabdingbar. Zum einen muss es darum gehen, Unternehmen die Möglichkeit zu geben, ihrer Fürsorgepflicht nachzukommen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter guten Gewissens auf Dienstreisen schicken zu können. Zum anderen benötigen Airlines, Hotels und die MICE-Branche die Möglichkeit einer sinnvollen Kapazitätsplanung.

Die deutschen Reiseunternehmen haben, wie auch die MICE-Branche, detaillierte Sicherheitskonzepte zur Reduzierung des Infektionsrisikos entwickelt und deren Funktionsfähigkeit bereits unter Beweis gestellt. Beispielsweise wurde der „Caravan-Salon“ in Düsseldorf im September 2020 als erste Großmesse in Deutschland nach dem Corona-Lockdown mit 107.000 Besucherinnen und Besuchern unter Einhaltung eines entsprechenden Hygiene- und Infektionsschutzkonzepts erfolgreich durchgeführt.

Wichtigster Wunsch der Geschäftsreisebranche an die Politik ist es, Verlässlichkeit und Vertrauen wieder herzustellen als Grundvoraussetzung für die Wiederbelebung des Geschäfts. Konkret heißt das:

- Vertrauen bei Unternehmen und Geschäftsreisenden in die Reise- und Veranstaltungsbranche ganz allgemein zu stärken.



- Pauschale Empfehlungen zum Unterlassen von Reisen zurückzunehmen, da diese bei richtigem Verhalten der Reisenden nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen kein überhöhtes Risiko darstellen (RKI, 2020).
- Arbeitsschutzstandards und -regelungen entsprechend anzupassen. Der Tenor ist bislang, dass bis Sommer 2021 nur Reisen erfolgen sollen, wenn diese unbedingt notwendig sind.

Städtetourismus wiederbeleben

Auch als Städtereiseziel der Europäerinnen und Europäer liegt Deutschland an erster Stelle (DZT, 2020a). Städtische Destinationen sind dabei besonders stark von der aktuellen Krise betroffen. Anders als ländliche beziehungsweise naturnahe Tourismusregionen, die einen Teil ihrer Verluste im Sommer 2020 durch einen starken Binnentourismus kompensieren konnten, gilt dies für städtische Destinationen nicht. Vielmehr wirkt sich hier der Zusammenbruch des Geschäftsreisemarktes sogar doppelt aus. Betroffen sind innerstädtische Beherbergungsbetriebe und Touristenattraktionen als auch Institutionen wie Museen und Kulturbetriebe.

Um auch in diesem Segment ein zügiges und erfolgreiches Recovery zu ermöglichen, werden derzeit von der Reise- und Beherbergungswirtschaft vor allem digitale Lösungen entwickelt, die die Anzahl persönlicher Kontaktpunkte möglichst minimieren sollen. Dies gilt für kontaktloses Reisen und Übernachten ebenso wie für die Möglichkeiten der Besucherlenkung zur Wahrung von Abstands- und Hygieneregeln.

Die Politik ist gefordert, solche Entwicklungsprojekte direkt wie indirekt zu unterstützen. Konkret geht es darum, einen rechtlichen Rahmen zur Datenerfassung und -übermittlung zu schaffen sowie erforderliche finanzielle Unterstützung zu leisten.

Auch gilt es, den Zugang zum kulturellen Angebot in Städten möglichst rasch, unter Einhaltung von Hygiene- und Infektionsschutzkonzepten wiederherzustellen und Beschränkungen zu reduzieren.

Förderung von Kur- und Heilbädern

Das Kur- und Heilbäderwesen hat einen hohen Stellenwert für den Tourismus in Deutschland sowie für die Therapie von COVID-19 Patientinnen und Patienten. Zudem ist für das Jahr 2021 eine übergreifende internationale Vermarktung deutscher Gesundheitsangebote im Tourismus durch die DZT geplant. Vor diesem Hintergrund muss es ein nationales Anliegen sein, Infrastruktur und Leistungsspektrum dieses Bereichs zu erhalten beziehungsweise weiter zu stärken.

Auch unabhängig von diesen aktuellen Erwägungen kommt den Heilbädern und Kurorten eine Schlüsselbedeutung zu, da sie häufig die Gesundheitsversorgung für eine gesamte Region sicherstellen. Über 90 Prozent der in Hessen liegenden Reha-Kliniken befinden sich beispielsweise in Heilbädern und Kurorten (Hessischer Heilbäderverband, 2020). Zudem sind letztere von großer touristischer Relevanz, was etwa in Bayern dazu führt, dass jede vierte touristische Übernachtung in einem derart prädikatisierten Ort erfolgt (Wochenblatt, 2020).

Derzeit sehen sich Heilbäder und Kurorte mit besonderen Belastungen konfrontiert, die nur teilweise durch die bisherigen Fördermöglichkeiten abgedeckt sind. Als Kommunen finanzieren sie sich größtenteils durch Kurtaxe und Fremdenverkehrsbeiträge, die jedoch seit Anfang

des Jahres weitreichend weggebrochen sind. Gleichwohl müssen besondere Zusatzaufgaben eines Kurortes und die damit einhergehende personal- und kostenintensive Gesundheits- und Gästefrastruktur weiterhin finanziert werden. So können etwa die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Thermalbädern aufgrund intensiver, regelmäßig notwendiger (Reinigungs-)Prozesse nur bedingt in Kurarbeit geschickt werden. Zudem droht die Aberkennung des Prädikats "Kur- oder Heilbad", wann immer relevante Betriebe wie etwa Thermen oder Heilquellen aus wirtschaftlichen Gründen geschlossen werden müssen.

Insgesamt wird, mit Blick auf die deutschlandweite Rolle sowie die zum 200. Geburtstag von Sebastian Kneipp geplante internationale Vermarktung, die Prüfung angeregt, inwiefern Sonderförderungsprogramme die 350 deutschen Heilbäder und Kurorte unterstützten können. Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich die Prüfung einer Finanzierung struktureller Maßnahmen, die im Sinne des Corona-Recovery Abstrahleffekte auf den gesamten Deutschlandtourismus haben sollten, wie zum Beispiel eine für den Incoming-Tourismus relevante internationale, datenbankgestützte Vermarktung.

B 3.3.4. Zielgebiete außerhalb Deutschlands

Mit der weltweiten Reisewarnung am 17. März 2020 durch das Auswärtige Amt (AA) kam die deutsche Outbound-Touristik schlagartig zum Erliegen. Seitdem musste die überwiegende Zahl gebuchter internationaler Reisen storniert oder umgebucht werden. Das Volumen von Neubuchungen liegt seit Monaten lediglich bei etwa 20 bis 25 Prozent, gemessen am Vorjahr.

Als Folge leiden die Touristikunternehmen massiv. Beispielsweise hat TUI von April bis Juni einen Umsatzeinbruch von 98,5 Prozent erlitten, was mit Verlusten von circa 1,4 Milliarden Euro zu Buche schlug (Tagesschau, 2020).

Destinationen unterstützen

Neben den Maßnahmen, die vor allem auf die Sicherheit der An- und Abreise zum und vom Zielort einzahlen, wird die Wiederbelebung der Reisewirtschaft umfassend davon abhängen, wie sich das Infektionsgeschehen in den relevanten touristischen Regionen innerhalb der Destinationen entwickelt.

Die deutsche Reisewirtschaft, und hier vor allem der DRV, steht bereit, um die betroffenen Destinationen zu unterstützen. In enger Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und besonders der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) muss es darum gehen, vor allem wirtschaftlich schwache Länder der Dritten Welt zu unterstützen, für die die Einnahmen aus dem Tourismus überlebenswichtig sind. Durch deutsche Touristikunternehmen entwickelte Sicherheits- und Hygienekonzepte könnten in diesen Ländern adaptiert werden und dort gezielt zum Einsatz kommen.

Gemeinsam mit dem BMZ sollte das BMWi derartige Aktivitäten finanziell unterstützen und koordinieren. Entsprechende zusätzliche Mittel seitens des BMWi sind insbesondere für eine engere Verzahnung mit den Zielgebieten in Schwellen- und Entwicklungsländern, die Entwicklung von Hygienekonzepten und deren Auditierung sowie das Etablieren von Reisekorridoren in als sicher eingestufte Destinationen zur Wiederbelebung des Reiseverkehrs aus dem Quellmarkt Deutschland zu verwenden.



Reisekorridore einrichten

Eine erfolgsversprechende Maßnahme ist darüber hinaus die Einrichtung von Reisekorridoren, wie sie in einem bilateralen Vertrag zwischen der Türkei und der Bundesrepublik Deutschland temporär vereinbart wurden.

Dieses Beispiel könnte durchaus zum Modell für andere Destinationen werden, wie es branchenseitig aktuell eingefordert wird. In einem ersten Schritt sollten weitere Urlaubsregionen mit geringem Infektionsgeschehen an den deutschen Quellmarkt angeschlossen werden. Infrage kommen insbesondere für das Winterhalbjahr wichtige Urlaubsregionen wie die Balearen. Ausschlaggebend ist hierfür eine valide und fundierte Informationsbasis zum Infektionsgeschehen vor Ort.

B 3.3.5. Digitalisierung

Digitalisierung ist ein Megatrend der globalisierten Wirtschaft und auch für die Erholung des Tourismus essenziell. Auf EU-Ebene wie auf Bundesebene wird derzeit viel unternommen, um die Digitalisierung parallel zu COVID-19-Hilfsmaßnahmen aktiv voranzutreiben.

Im Rahmen des Programms „Next Generation EU“ (Gesamtvolumen 750 Milliarden Euro) hat die EU als dritte Säule des Programms ein Volumen von 38,7 Milliarden Euro vorgesehen, um vor allem durch Aufstockung laufender EU-Projekte den Binnenmarkt zu stabilisieren und weiter zu stärken. Hauptbestandteil ist die aktive Förderung ökologischer und digitaler Projekte. Auf Bundesebene werden mit dem Programm „Digital Jetzt“ bis Ende 2023 bereits Innovationen und digitale Projekte mit einem Volumen von 203 Millionen Euro gefördert.

Relevante Digitalisierungsprojekte fördern

Die bestehenden Fördermöglichkeiten sollten der Reisebranche nahegebracht werden, um relevante Entwicklungen im Markt aktiv zu unterstützen. Geeignet erscheinen sowohl Branchenaktivitäten für die Lösung Corona-bedingter Herausforderungen als auch Projekte, die für die Weiterentwicklung der Tourismusbranche insgesamt von Nutzen sind. Hierzu gehören unter anderem digitale Entwicklungsprojekte wie:

- Unterstützung von Identifikationsprozessen,
- Digitalisierung der Reiseberatung mit Hilfe von Virtual Reality, Tablets etc.,
- Realisierung von Touchless Travel Ansätzen,
- Lichtleitsysteme für Hotelgäste beziehungsweise Steuerung von Zimmerfunktionen per Smartphone,
- Unterstützende Videotelefonie in allen Phasen der Customer Journey,
- Lenkung von Besucher- und Reisendenströmen,
- Optimierung digitaler Zahlungsprozesse,
- Digitalisierung relevanter Kundenservices wie Buchungsunterstützung, Leistungsbestellung (Speiskarte etc.),
- Wissensvermittlung per QR-Codes, zum Beispiel bei Stadtrundgängen oder Museumsbesuchen.

Living Labs für touristische Startups einrichten

Einen großen Entwicklungssprung für die Tourismusbranche könnte die Einrichtung von „Living Labs“ für touristische Start-ups bringen, die mit öffentlichen Mitteln unterstützt werden. Diese Labs könnten die oben genannten Entwicklungen unterstützen und fördern.

B 3.4. Indirekte Maßnahmen

In diesem Unterkapitel werden die wichtigsten indirekten Maßnahmen zur Unterstützung der deutschen Tourismuswirtschaft aufgezeigt. Die nachstehende Grafik weist den dazu anzusetzenden zeitlichen Rahmen auf:

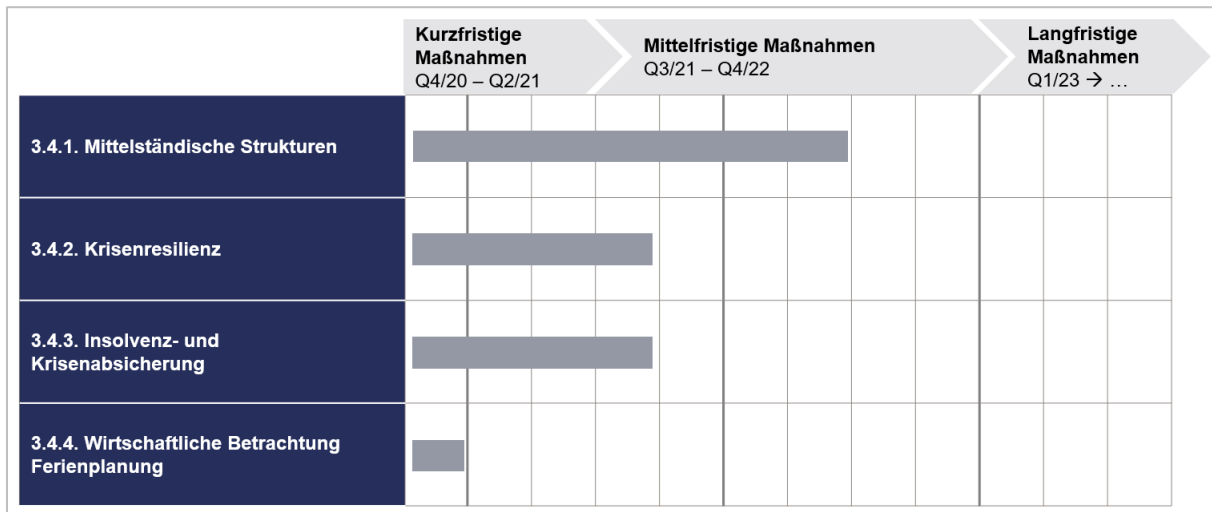


Abbildung 31: Zeitliche Einordnung der indirekten Maßnahmen (Stand Oktober 2020, eigene Darstellung)

B 3.4.1. Mittelständische Strukturen

Der Reisemarkt in Deutschland umfasst etwa 11.000 stationäre Reisebüros, mehr als 50.000 Beherbergungsbetriebe sowie rund 2.500 Reiseveranstalter. Hinzu kommt ein Umfeld von IT-Dienstleistern, Mobilitäts- und Geschäftsreiseanbietern sowie eine Vielfalt weiterer öffentlicher und privater Kultur- und Tourismusangebote. Ziel des Plans zur Regeneration muss sein, neben den KMU die gesamte Tourismuswirtschaft, die sich aus unterschiedlichsten Anbietern und Akteuren zusammensetzt, zu erhalten und krisenresilienter zu gestalten.

Wettbewerbsvorteil “Vielfalt” erhalten

Die Vielfalt und Diversität der deutschen Tourismuswirtschaft schafft eine Angebotsfülle, die das Reiseland Deutschland für ausländische wie inländische Gäste gleichermaßen attraktiv macht und auch eine Vielzahl von Auslandsreisen deutscher Touristinnen und Touristen und Geschäftsleute ermöglicht. Der deutsche, von mittelständischen Reisebüros und Reiseveranstaltern geprägte Outbound-Tourismus in Schwellenländer und Länder der dritten Welt trägt dabei merklich zur Stabilität in diesen Ländern bei.

Das touristische Ecosystem mit seinen vielfältigen Strukturen ist verzahnt entlang der Wertschöpfungskette der Reise. Damit sind die Leistungsträger vielfach miteinander verbunden und oft voneinander abhängig. Somit bedarf es zum Erhalt der mittelständischen Strukturen in der Reisewirtschaft der Stärkung des kompletten Systems.

Ökonomische Nachhaltigkeit priorisieren

Um eine langfristige Entwicklung der Reisewirtschaft sicherzustellen, reichen finanzielle Stützungs- und Stärkungsmaßnahmen nicht aus. Vielmehr bedarf es auch entsprechender Rahmenbedingungen und Leitlinien, um ökonomische und ökologische Ziele miteinander in Einklang zu bringen.

Die aktuell bestehenden Fördermaßnahmen sind wertvoll, um das Überleben möglichst aller Unternehmen zu sichern. Ebenso ist die Verlängerung der Überbrückungshilfe ein wichtiger Schritt. Bei all diesen Maßnahmen gilt es jedoch zu vermeiden, dass für die Unternehmen eine zu hohe Verschuldung durch Kredite entsteht, so dass sie diese nicht mehr abtragen können. Zudem sollte die Krisenresilienz der Branche langfristig gestärkt und eine sinnvolle Insolvenz- und Krisenabsicherung gestaltet werden.

B 3.4.2. Krisenresilienz

Die Tourismusbranche zeichnet sich traditionell durch eine hohe Krisenfähigkeit aus. Wie kaum eine andere Branche ist sie es gewohnt, auf wiederkehrende saisonale, wie auch auf abrupte, krisenhafte Veränderungen jeweils rasch und flexibel zu reagieren. Seit Beginn der COVID-19-Krise werden an die Resilienzfähigkeit der Branche allerdings überdurchschnittlich hohe Anforderungen gestellt.

Resilienzkonzept entwickeln

Es sollte daher ein Resilienzkonzept für die Reisebranche entwickelt werden, das nicht nur aktuell erforderliche Maßnahmen umfasst, sondern auch Notfallplanungen und Risikovorkehrungen für länger anhaltende sowie vergleichbar schwere Krisenfälle bietet.

Das Resilienzkonzept sowie alle dazugehörigen Maßnahmen sollten in enger Abstimmung zwischen Politik und Branchenvertreterinnen und -vertretern erstellt werden, um ein ebenso effektives wie effizientes Kriseninstrumentarium zu schaffen.

Mit geeigneten Maßnahmen Resilienz schaffen

Konkret ist es notwendig, Maßnahmen für den Tourismus zu definieren, die ein hohes Maß an Krisenresistenz auf drei Ebenen sicherstellen:

- *Bewältigung:* Soll-Anforderungen sind hier, die aktuelle COVID-19-Krise zu überdauern sowie akute Stressoren zu überwinden, zum Beispiel durch (finanzielle) temporäre Soforthilfemaßnahmen für die Tourismusbranche. Zudem ist sowohl eine Harmonisierung wie auch eine stringente und eingängige Kommunikation von Maßnahmen wie Reisewarnungen oder Beherbergungsverboten erforderlich, um den Reisenden Sicherheit zu geben und die Branche zu stärken.
- *Adaptivität:* Zentrale Anforderung ist hier, effektive und effiziente Prozesse zu schaffen für die Identifikation, Behebung und Prävention von Schwachstellen. Im Rahmen eines umfassenden touristischen Krisenmanagements sind konkrete Notfallpläne, etwa für das Vorgehen im Falle eines weltweiten neuen Virus-Ausbruchs zu erstellen. Von Bedeutung ist hier beispielsweise die Aufrechterhaltung des Kundenservice von Reiseveranstaltern.



Überdies ist es notwendig, die tourismusbezogene Forschung deutlich zu unterstützen und weiterzuentwickeln. Ziel muss sein, neuralgische Punkte, mögliche Bedrohungen sowie konkrete Ansatzpunkte zum Gegensteuern möglichst frühzeitig zu identifizieren, damit entsprechende Maßnahmen rasch und zielgerichtet entwickelt werden können. Außerdem sollten digitale Lösungen und Angebote prospektiv weiterentwickelt werden, um für die Zukunft besser vorbereitet zu sein.

- *Transformation:* Über die aktuelle Gefährdungssituation hinaus sollte die COVID-19-Krise auch als Chance zur Weiterentwicklung und Transformation der gesamten Branche gesehen und genutzt werden. In diesem Sinne lassen sich die jetzt zur Verfügung stehenden Unterstützungspakete als kluge Investitionen nutzen, nicht nur um die aktuelle Krise zu überstehen, sondern auch um langfristig die Zukunftsfähigkeit der Branche abzusichern.

B 3.4.3. Insolvenz- und Krisenabsicherung

Wie die Krise weiter verläuft, ist maßgeblich von der Entwicklung des Infektionsgeschehen abhängig. Damit ist es derzeit schwierig, verlässliche wirtschaftliche Prognosen zu erstellen. Unklar ist, wann die Tourismuswirtschaft wieder mit Umsätzen rechnen kann, die an die Jahre vor der Corona-Krise anknüpfen. Vor diesem Hintergrund bedarf es einer entsprechenden Insolvenz- und Krisenabsicherung auch im Pandemiefall.

Insolvenzabsicherung zielorientiert überarbeiten

Die drohende, Corona-bedingte bilanzielle Überschuldung trifft die Branche in einer ausgesprochen heiklen Phase. Seit der Insolvenz von Thomas Cook im Jahr 2019 wird nach einer praktikablen und finanzierbaren Form der Kundengeldabsicherung gesucht. Angesichts hoher Unsicherheit und unklarer Zukunftsperspektiven ziehen sich Versicherungsunternehmen jedoch derzeit aus der Insolvenzabsicherung für Touristikunternehmen zurück. Es ist davon auszugehen, dass zum Ende des Jahres auslaufende Verträge zur Kundengeldabsicherung nicht verlängert beziehungsweise die Prämien sowie geforderten Sicherheitsleistungen massiv erhöht werden. So besteht zu Beginn des Jahres 2021 die Gefahr, dass insbesondere mittelständische Reiseveranstalter über keine tragfähige Insolvenzabsicherung mehr verfügen und daher aus dem Markt ausscheiden (müssen).

Deshalb ist es erforderlich, in enger Zusammenarbeit mit der Branche rasch eine geeignete Lösung für die Insolvenzabsicherung zu erarbeiten. Diese Lösung muss einerseits Verbraucherinnen und Verbraucher schützen, andererseits aber auch die Überlebensfähigkeit der Reiseveranstalter sicherstellen. Eine mögliche zu prüfende, Lösung besteht in einem staatlichen Programm zur Bürgschaft für Sicherheiten der Kundengeldabsicherung. Diese Regelung sollte auch Unternehmen berücksichtigen, die bereits eine laufende Kundengeldabsicherung haben. Insgesamt gilt es, neben einer sofortigen Überbrückungslösung für die akute Problemstellung auch langfristig die Insolvenzabsicherung so zu gestalten, dass Krisenfälle wie eine Pandemie berücksichtigt sind.

Pauschalreiserichtlinie an Branchenbedürfnisse anpassen

Die EU-Pauschalreiserichtlinie schreibt derzeit eine Rückzahlungsverpflichtung für Reiseveranstalter im Falle der Absage einer Pauschalreise wegen unvermeidbarer, außergewöhnlicher



Umstände zwingend vor. Als stärkstes Indiz für das berechtigte Vorliegen eines solchen Umstandes gilt eine amtliche Reisewarnung. Im Kontext der aktuellen Pandemiesituation ist für eine kostenfreie Stornierung in aller Regel schon ausreichend, wenn mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eine gesundheitsgefährdende Infektionslage erwartet werden kann.

In Anbetracht der akuten Existenzgefährdung der Reisebranche wird deutlich, dass die Gesetzgebung in diesem Fall zwischen Verbraucherschutz und Wirtschaft nicht ausgewogen ist. Seitens der Branchenverbände wurde dies vermehrt kritisiert. Da davon auszugehen ist, dass heutzutage den Kundinnen und Kunden bei Buchung einer Pauschalreise mögliche gesundheitliche Risiken hinlänglich bewusst sind, ist zu prüfen, inwieweit diese auch in das Risiko einbezogen werden können. Ein Ansatz, der von Reiseveranstaltern zunehmend verfolgt wird, ist das Angebot flexibler Tarife, die einen „Flexibilitätsaufschlag“ beinhalten. Dieser kann bei Umbuchung oder Stornierung durch den Reiseveranstalter einbehalten werden. Für die Zukunft sollte im Rahmen der gesetzmäßigen Evaluierung der EU-Pauschalreiserichtlinie in 2021 eine Anpassung im Hinblick auf den weltweiten Krisenfall geprüft werden. Es gilt, in enger Zusammenarbeit mit der Reisewirtschaft und dem Verbraucherschutz die Erfahrungen aus der jetzigen COVID-19-Krise zu berücksichtigen.

Insolvenzaussetzung verlängern

Die Verlängerung der Insolvenzaussetzung für überschuldete Unternehmen bis zum 31. Dezember 2020 wird in der Tourismusbranche grundsätzlich sehr positiv aufgenommen. Stärker noch als in anderen Bereichen hängt der wirtschaftliche Neustart im Tourismus von externen Faktoren wie der weiteren Ausbreitung des Virus, der (internationalen) Wirksamkeit neuer Maßnahmen sowie der möglichen Verfügbarkeit eines Impfstoff, ab. Berücksichtigt man zudem, dass Januar und Februar jeweils Hauptbuchungszeiten im Tourismus bilden, erscheint eine wirtschaftliche Erholung der Branche bis Jahresende unrealistisch.

Vor diesem Hintergrund sollte eine weitere Verlängerung der Insolvenzaussetzung bei Überschuldung aufgrund COVID-19 bis zum 31. März 2021 sowie die Wirksamkeit weiterer Unterstützungsmaßnahmen – ein Beispiel ist der präventive Restrukturierungsrahmen – wohlwollend geprüft werden. Nur so lässt sich den besonderen Bedarfen der Tourismusbranche Rechnung tragen und eine große Insolvenzwelle zum Jahreswechsel vermeiden.

Miet- und Pachtrecht klarstellen

Bereits zu Beginn der COVID-19-Krise wurden Gesetze zur Abmilderung der Folgen des Virus verabschiedet, welche unter anderem das Miet- beziehungsweise Pachtrecht betreffen. Aufgrund der aktuellen Gesetzeslage lassen sich Mietzahlungen jedoch nur schwer reduzieren, aussetzen oder anpassen. Zwar regelt §313 BGB, dass durch eine schwerwiegende Veränderung von Umständen ein Vertrag angepasst werden kann, dieser Paragraph bezieht jedoch einen Krisenfall wie Corona nicht explizit mit ein.

Angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Lage ist die Geschäftstätigkeit touristischer Betriebe enorm gefährdet. Insbesondere für das Geschäftsmodell von Hotelketten, die vor allem Pachtbetriebe über Franchise führen, ergeben sich enorme Risiken. Selbst bei einer eventuellen Stundung von Mietzahlungen ist es häufig realistischerweise nicht zu erwarten, dass ein touristischer Betrieb die ausstehenden Zahlungen in naher Zukunft leisten kann.



Vor diesem Hintergrund erscheint es angebracht, der Forderung nachzugehen, die bestehende Gesetzeslage zeitnah zu prüfen. So lassen sich am besten notwendige Anpassungen bei Miet- und Pachtverträgen für Krisenzeiten auf den Weg bringen. Empfehlenswert ist insbesondere die Klarstellung in §313 BGB, dass eine externe Krise rechtlich als Störung der Geschäftsgrundlage zu werten ist.

B 3.4.4. Wirtschaftliche Betrachtung Ferienplanung

Im Rahmen der Kultusministerkonferenz (KMK) vom Oktober 2019 wurde die Überarbeitung des Ferienkorridors für die Sommerferien von 2025 bis 2030 besprochen. Über das neue Modell soll voraussichtlich in der KMK im Dezember 2020 entschieden werden. Die Debatte um eine Reform der Ferienregelung ist somit bereits 2019, also vor der Corona-Krise, aufgekommen. Im Lichte der COVID-19-Pandemie gewinnt sie für die Reisewirtschaft jedoch noch weiter an Bedeutung. Neben einer Beibehaltung der aktuellen Regelung mit rollierendem System (ausgenommen Bayern und Baden-Württemberg) und einem Korridor von durchschnittlich 84 Tagen, stehen weitere Optionen zur Diskussion. Dazu gehören eine Verkürzung oder auch Verlängerung des bisherigen Zeitkorridors. Die historische Sonderrolle von Bayern und Baden-Württemberg ergibt sich aus dem Umstand, dass dort früher die Schulkinder während der Ferien oftmals bei der Ernte helfen mussten. Dieses Argument trägt heute nicht mehr.

Eine Verlängerung des Ferienkorridors würde die Besucherströme wie auch das Verkehrsaufkommen entzerren. Damit ließen sich Staus vermeiden, Nachhaltigkeitsaspekte besser berücksichtigen und dem „Overtourism“ entgegenwirken. Unter Corona-Gesichtspunkten gewinnt insbesondere die Option, Besucherströme über einen längeren Ferienkorridor zu strecken, an Bedeutung. Zudem könnten die Erbringer von Touristikleistungen über einen längeren Zeitraum kontinuierlicher ausgelastet werden. Der Einnahmefluss würde sich entsprechend verlängern und harmonischer gestalten, wodurch Umsatzeinbußen und Arbeitsplatzabbau entgegengewirkt werden könnte. Auch der Personaleinsatz könnte durch eine Verlängerung optimiert werden und Höchstbelastungen würden sich reduzieren.

Für die Reisenden könnte sich eine insgesamt stetigere Preisentwicklung ergeben mit tendenziell sinkenden Höchstpreisen. Aufgrund einer geringeren Konzentration von Urlauberinnen und Urlaubern dürfte sich auch der Erholungswert erhöhen.

Abzuwägen sind hier auch die Effekte für den MICE-Sektor. Während der Sommerferien finden in aller Regel keine nationalen Meetings oder Messen statt. Wird der Ferienkorridor allzu sehr verlängert, drohen Einnahmeausfälle aufgrund entfallender Veranstaltungstermine. Diesen Reisesektor, der ebenfalls durch die COVID-19-Krise stark angeschlagen ist, könnte dies weiter belasten. In diesem Kontext sei vor allem die Tagungshotellerie genannt.

Aufgrund der genannten Punkte ist im Sinne der Tourismuswirtschaft eine leichte Ausweitung des Ferienkorridors empfehlenswert. Mit Blick auf die Situation des MICE-Sektors ist dieser in die Überlegungen einer Korridorerweiterung einzubinden. Auf eine Verkürzung des Ferienkorridors sollte gänzlich verzichtet werden.



B 3.5. Institutionelle Maßnahmen

Im Folgenden werden die relevanten institutionellen Maßnahmen zur Wiederbelebung der deutschen Tourismuswirtschaft aufgezeigt. Die nachstehende Grafik stellt den in diesem Kontext anzusetzenden zeitlichen Rahmen dar:

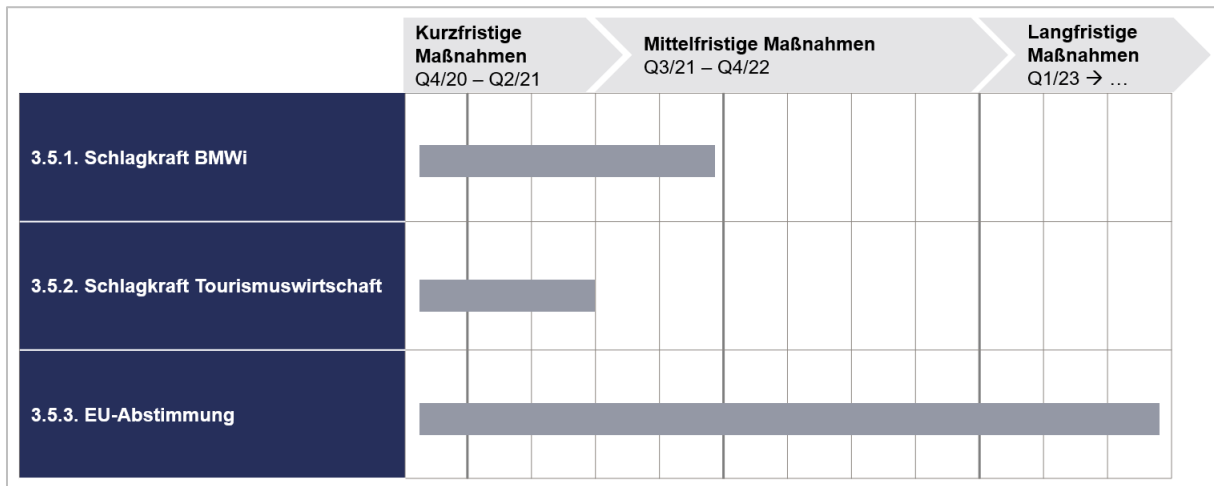


Abbildung 32: Zeitliche Einordnung der institutionellen Maßnahmen (Stand Oktober 2020, eigene Darstellung)

B 3.5.1. Schlagkraft BMWi

Für ein möglichst zügiges Recovery und eine erfolgreiche mittel- und langfristige Branchentwicklung ist eine starke institutionelle Verankerung der Interessen der Touristikbranche auf politischer Ebene essenziell. Mit der Funktion des Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus besteht bereits eine wichtige institutionelle Verankerung, deren weitere Stärkung im Sinne der Tourismuswirtschaft empfehlenswert ist.

Aufstockung Ressourcen im Bereich Tourismus des BMWi

Die Komplexität der wirtschafts- und sozialpolitischen Themen der Querschnittsbranche Tourismus macht eine Aufstockung erforderlich, um die aktuelle Struktur zu einer mit hinreichenden Ressourcen ausgestattete Organisationseinheit innerhalb des BMWi zu erweitern. Ziel sollte es sein, den Aufgaben einer optimalen Begleitung von Gesetzgebungsverfahren, der Vertretung der Branchenbelange über sämtliche legislative Bereiche sowie die aktive Einbindung der Fachkompetenzen aus der Branche noch umfangreicher nachgehen zu können.

Unterabteilung "Tourismus"

Aufgrund der besonderen Struktur der Branche, die eine Vielzahl gesellschaftlicher Themenfelder betrifft und umfassende interdisziplinäre Fragen aufwirft, erscheint eine Verstärkung des Referats innerhalb des BMWi sinnvoll, wie auch aus Sicht der Branche überwiegend gefordert. Mit der Etablierung einer Unterabteilung „Tourismus“ ließe sich eine bessere Verortung innerhalb des Hauses erreichen. Wichtiger noch ist der ressortübergreifende Austausch, da dieser für die Branche essenziell ist.



Die Branche könnte so im interministeriellen Austausch auf Arbeitsebene sichtbarer werden und eine größere fachliche Aufmerksamkeit gewinnen. Zugleich würde die Wahrnehmung des Tourismus als Querschnittsthema ressortübergreifend und auf ministerieller Ebene langfristig verbessert.

Interministerielle Arbeitsgruppe

Um auf die dramatischen Folgen der Corona-Krise für die Reisebranche besser reagieren beziehungsweise diese proaktiv bewältigen zu können, wird empfohlen, eine Interministerielle Arbeitsgruppe (IMAG) zu gründen. Unter Führung des BMWi sollte diese aus Vertreterinnen und Vertretern der für die Wiederbelebung der Reisebranche relevanten Ministerien bestehen:

- Auswärtiges Amt (AA)
- Bundesministerium der Finanzen (BMF)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Die neu geschaffene IMAG sollte eine ressortübergreifende Zusammenarbeit bei der Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Bewältigung der Krise sicherstellen. Zudem soll sie Impulse geben für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Branche mit Fokus auf marktfähigen Strukturen und Rahmenbedingungen. Dabei geht es vor allem darum, einen tragfähigen ordnungspolitischen Rahmen zu schaffen. Dieser soll es der traditionell mittelständisch geprägten Branche ermöglichen, touristische Reisen beziehungsweise Reiseangebote zu wirtschaftlichen Bedingungen anzubieten und durchzuführen, jeweils unter Berücksichtigung der Belange von Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz.

Think Tank zur Zukunftssicherung

Angesichts der generell hohen Komplexität und der zu erwartenden strukturellen Veränderungen aufgrund von Corona in der Tourismusbranche wird empfohlen, einen Think Tank unter der Ägide des BMWi zu gründen. Dieser sollte, stärker als der aktuelle Tourismusbeirat, Trends und Entwicklungen analysieren, Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft erarbeiten und damit als eine Art „Vordenker“ fungieren und wahrgenommen werden.

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes kann dabei in seiner Funktion erhalten bleiben; seine speziellen Aufgaben des Wissenstransfers und der Vernetzung der Branche bleiben von der Einrichtung des Think Tanks unberührt.

Jedoch ist eine klare Trennung von fachlicher Expertise und Lobbyarbeit sicherzustellen. Deshalb sollten im Rahmen der Think-Tank-Arbeit vor allem Tourismusexpertinnen und -experten und branchenübergreifend Expertinnen und Experten aus den Bereichen Data Science, Fin-Tech und Zukunftsforschung eingebunden werden. Aufgabe des Think Tanks ist es, unter professioneller Leitung künftige Chancen und Risiken im Umfeld von Tourismus und Touristik zu analysieren sowie Empfehlungen abzuleiten.

Das breit aufgestellte Expertengremium kann, entsprechend der aktuell zu diskutierenden Themen, variabel herangezogen werden. Breite und Diversität des Expertenpools sollen es ermöglichen, losgelöst von persönlichen Interessen und im Sinne der Branche kreativ und



konstruktiv zusammenzuarbeiten. Der Einsatz verschiedener Methoden und Tools fördert den Innovationscharakter.

Der Think Tank sollte zügig etabliert werden. Damit kann er die Politik bereits bei der aktuellen Tourismuskrise als fachlicher Ratgeber unterstützen und mit Blick auf das Interesse von Anbietern wie Verbraucherinnen und Verbrauchern den Nach-Corona-Entwicklungsprozess proaktiv gestalten. Bei Bedarf kann der Think Tank durch wissenschaftliche Ausarbeitungen sowie die Verfügbarkeit fachlicher Expertise durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes unterstützt werden.

B 3.5.2. Schlagkraft Tourismuswirtschaft

Trotz zahlreicher Bemühungen, die Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit in den vergangenen Jahren zu bündeln, wirkt die Heterogenität der Branche nach wie vor erschwerend auf eine abgestimmte Branchenkommunikation. Bislang gelingt es der Reisebranche nur sehr eingeschränkt, die Wirkungszusammenhänge zwischen den einzelnen Wertschöpfungsbereichen umfassend zu beschreiben sowie Konsequenzen politischer Entscheidungen auf die Branche als Gesamtheit darzustellen.

Aggregierte Kommunikation zur besseren Zielerreichung

Angesichts der Bedrohung durch die COVID-19-Krise haben es die Spitzenverbände im Tourismus geschafft, abgestimmter als in der Vergangenheit zusammenzuarbeiten. Dabei konnte eine Reihe von Schnittstellen identifiziert beziehungsweise neu geschaffen werden. Diese neue Basis der Zusammenarbeit sollte künftig noch entschlossener und effizienter genutzt werden, um die Branche gemeinsam aus der Krise zu führen.

Für ein erfolgreiches Recovery der Branche ist es entscheidend, dass die Wirkungsmechanismen und das Zusammenspiel der verschiedenen Wertschöpfungsstufen im politischen Entscheidungsprozess umfassend berücksichtigt werden. Dabei sollte der Schwerpunkt nicht so sehr auf Partikularinteressen liegen. Vielmehr ist es erforderlich, gestützt auf einem starken Mandat der Gesamtbranche die zur Wiederbelebung anstehenden Gesetzgebungsprozesse, die Allokation von Fördermitteln der EU und des Bundes sowie die Erarbeitung und Umsetzung administrativer Maßnahmen zu begleiten.

Festzuhalten ist in aller Klarheit, dass es hier nicht darum geht, die Verbandslandschaft zu reformieren oder die Aufgaben von, mit öffentlichen Geldern finanzierten, Institutionen neu zu definieren, etwa der DZT oder des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes. Vielmehr könnten bestehende Austauschplattformen wie der Tourismusbeirat oder die Kommunikation mit den Fachverantwortlichen innerhalb des BMWi so gestaltet werden, dass die Branche gefordert ist, unterschiedliche Sichtweisen auf Branchenthemen zu aggregieren und der Politik möglichst geschlossen, dafür aber mit höchstmöglicher Schlagkraft gegenüber zu treten. Eine Stärkung hierzu grundsätzlich gut aufgestellter Verbände wie BTW, DRV oder DTV sollte in Form einer verstärkten Einbindung und Konsultation in Gesetzgebungsverfahren erfolgen.

Selbstregulierung zur Stärkung der Branche

Darüber hinaus sollte sich die Politik mit den führenden Verbänden darüber austauschen, wie diese die Branche auf Grundlage einer besseren Selbstregulierung stärken können.



Instrumente wie der, aus dem Bereich Luftfahrt bekannte, Code of Conduct könnten ein probates Mittel sein, wenn es gelingt, Partikularinteressen zu bündeln und das Wohl der Gesamtbranche in den Mittelpunkt zu rücken. Relevante Empfehlungen an die Politik könnten so besser kommuniziert, ihre branchenweite Bedeutung stärker herausgestellt werden.

Verbraucherschutz wird auch bei der Überwindung der Corona-Krise seine zentrale Rolle behalten. Die damit verbundene Thematik könnte sich sogar als wichtiger Impulsgeber für eine stärkere Selbstregulierung der Branche erweisen. Vor diesem Hintergrund stellen der branchenweit einheitliche Umgang mit Schutzmaßnahmen gegen Corona-Infektionen, die anstehende Evaluierung der Pauschalreiserichtlinie auf EU-Ebene oder das, während dieser Ausarbeitung in Überarbeitung befindliche, Insolvenzrecht für Reiseveranstalter sehr gute Möglichkeiten dar, die Einheit der Branche unter Beweis zu stellen und Initiativen zu wirksamerer Selbstregulierung auf den Weg zu bringen.

B 3.5.3. EU-Abstimmung

Über die letzten 20 Jahre hat sich die EU-weite Zusammenarbeit gerade im Bereich Tourismus deutlich intensiviert. Europaweite Netzwerke, aber auch Veranstaltungen wie das Europäische Tourismusforum und der Europäische Tourismustag fördern Austausch und Zusammenarbeit in der Tourismuswelt, sowohl unter den Akteuren des öffentlichen wie auch des privatwirtschaftlichen Sektors.

Die durch COVID-19 ausgelöste Krise hat erneut verdeutlicht, dass eine enge europaweite Zusammenarbeit unerlässlich ist. Landesweit unterschiedliche Regelungen für Reisewarnungen, Test-, Masken- sowie Quarantänepflichten haben für viel Unsicherheit gesorgt und die Reisefreiheit innerhalb der EU massiv eingeschränkt. Soll sich die europäische Tourismuswirtschaft fortwährend erholen, so ist es existentiell, nationalen Egoismen, wie sie zu Beginn der Corona-Krise aufkamen, entschlossen entgegen zu wirken und stattdessen auf die überlegene Synergiewirkung EU-weiter Regelungen und Initiativen zu setzen.

Im September 2020 hat die Europäische Kommission einen Vorschlag zur Sicherstellung der EU-weiten Koordination von Maßnahmen zur Beschränkung der Freizügigkeit aufgrund des Corona-Virus vorgestellt; er wird auch vom Europäischen Parlament unterstützt. Aus Sicht der deutschen wie auch der europäischen Reisebranche weist er zweifelsfrei in die richtige Richtung. Engere Zusammenarbeit und bessere Vernetzung zwischen den EU-Mitgliedstaaten sind unerlässlich, um künftige Herausforderungen und Krisen schneller und besser bewältigen zu können. Es gilt, europaweit für den Tourismus gute und sinnvolle Lösungen zu entwickeln. So sind gemeinsame und vor allem objektive Entscheidungs- und Handlungsgrundlagen für ein zügiges Recovery von Corona sowie zukünftige Zeiten zu schaffen.



B 4. Schlussbetrachtung Teil B

Mit dem vorliegenden Gutachten liegt ein Handlungsprogramm zum Neustart der gesamten Touristikbranche unter den spezifischen Bedingungen der Corona-Krise sowie ihrer Aus- und Folgewirkungen vor – soweit sie heute schon absehbar sind. Leitziele sind, allen deutschen Tourismusunternehmen wieder die Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit zu ermöglichen und Krisenfolgen abzufedern. Denn nur so lässt sich einer drohenden, möglicherweise branchenweiten Insolvenzwelle umfassend entgegenwirken. Ausgehend von diesem Leitziel wurden insgesamt vier Maßnahmenblöcke beziehungsweise Bausteine identifiziert.

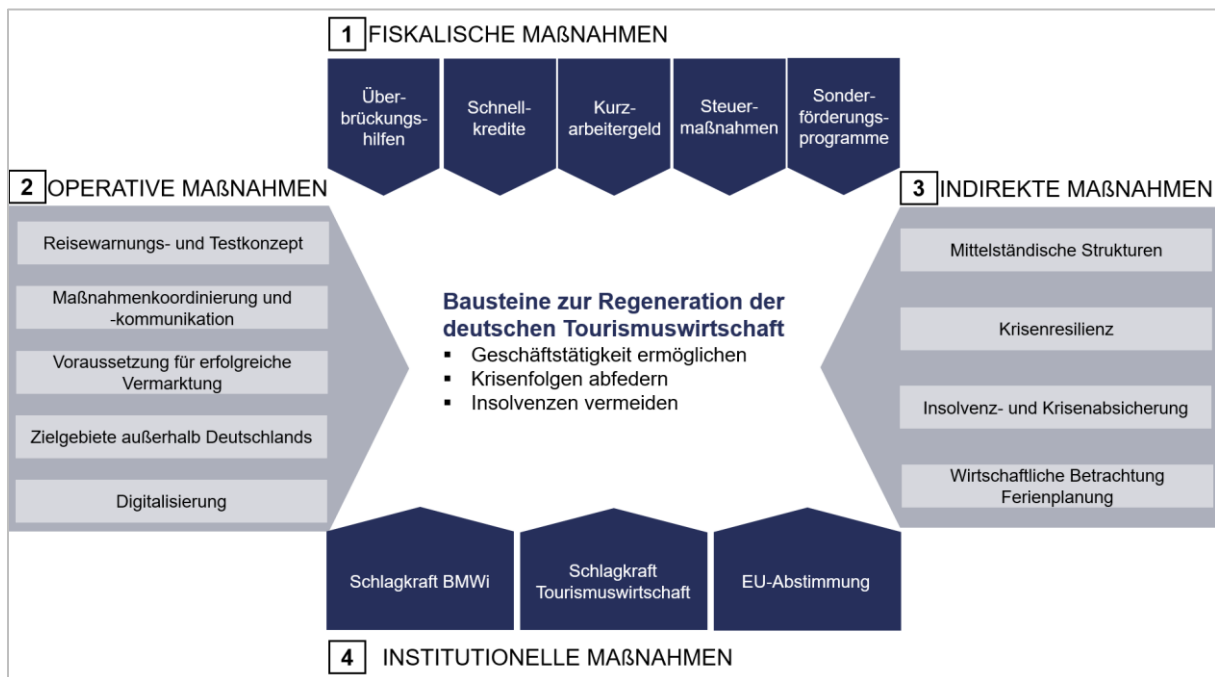


Abbildung 33: Übersicht Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft (eigene Darstellung)

Baustein „Fiskalische Maßnahmen“: Wesentliches Ziel ist es, die Liquidität und Zukunftsfähigkeit der Branche zu sichern. Zentrale Maßnahmen liegen in der Prüfung von Optimierungsmöglichkeiten bei bestehenden Förderprogrammen und Maßnahmen des Konjunkturpaketes, um den massiven, langanhaltenden Belastungen der Branche und ihrer Spezifika Rechnung zu tragen. Insbesondere geht es um Optimierungen bei Überbrückungshilfen, Schnellkrediten sowie beim Kurzarbeitergeld. Zu prüfen sind zudem Anpassungen bei den Steuermaßnahmen, wie Erweiterung des steuerlichen Verlustrücktrags, Entfristung der Mehrwertsteuersenkung auf Speisen in der Gastronomie sowie Sonderförderungsmaßnahmen, explizit für die Tourismusbranche.

Baustein „Operative Maßnahmen“: Hauptziel ist hier, die Geschäftstätigkeiten, insbesondere den Reiseverkehr, über alle beteiligten Branchenebenen wiederzubeleben und zu verstetigen. Wesentliche Voraussetzungen dafür sind eine stabile ordnungspolitische Rahmenseitigung sowie eine verbesserte Planungssicherheit – aus Sicht der Unternehmen wie auch der Reisenden. Der Fokus liegt somit unter anderem auf einheitlichen Reisewarnungs- und Testkonzepten sowie einer gezielten Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation. Eine der zu prüfenden Maßnahmen ist hier die Ausweitung von Reisekorridoren.



Baustein „Indirekte Maßnahmen“: Zentrale Ziele sind hier, die mittelständischen Strukturen der Tourismuswirtschaft zu erhalten, die Überlebensfähigkeit in der Krise, aber auch Krisenprävention und -antizipation zu stärken, sowie die Zukunftsfähigkeit der Branche langfristig abzusichern. Wichtige Maßnahmen liegen darin, die Insolvenz- und Krisenabsicherung bedarfsgerecht auszugestalten sowie ein Resilienzkonzept zu erstellen. Letzteres soll Maßnahmen definieren, mit deren Hilfe die Branche nicht nur die aktuelle Corona-Krise zu überstehen vermag, sondern insgesamt auch in ihrer Widerstandskraft gestärkt und für vergleichbare künftige Krisen besser vorbereitet sein wird. Das Maßnahmenspektrum reicht dabei von finanziellen Sofortmaßnahmen über detaillierte Notfallplanungen bis hin zu Investitionen in Zukunftsthemen.

Baustein „Institutionelle Maßnahmen“: Hier wird ein Doppelziel verfolgt: Einerseits gilt es, eine noch stärkere institutionelle Verankerung der Branche in der Politik sicherzustellen, um die Präsenz und Sichtbarkeit zu verbessern sowie ein erfolgreiches Recovery zu unterstützen. Andererseits müssen die Mechanismen für die brancheninterne Interessenabstimmung sowie Interessenwahrnehmung „nach draußen“ anhaltend verbessert werden; denn nur so lassen sich Schlagkraft und Durchsetzungsvermögen der Branche deutschland- wie auch EU-weit in erforderlichem Maße erhöhen. Eine der zentralen, zu prüfenden, Maßnahmen ist die Verstärkung der Ressourcen beim Thema Tourismus im BMWi. Dazu sollte eine Unterabteilung Tourismus mit entsprechender Aufstockung der personellen Ressourcen geschaffen werden. Auf diese Weise lassen sich eine bessere Verortung innerhalb des Ministeriums, ressortübergreifender Informationsaustausch sowie eine wirkungsvollere Vertretung der Brancheninteressen sicherstellen.

TEIL C – Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen für eine nationale Tourismusstrategie

C 1. Einführung Teil C

Teil C umfasst die strukturierten, gutachterlich bewerteten und priorisierten Vorschläge der im Prozess beteiligten Akteure der deutschen Tourismuswirtschaft zur Operationalisierung der programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie. Den aufgezeigten Vorschlägen liegt deshalb immer die langfristige Entwicklungsperspektive des Tourismus in Deutschland zugrunde. Ergänzt werden die nachfolgenden Vorschläge durch die eher kurz- und mittelfristigen „Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft“ in Folge der COVID-19-Pandemie (Teil B der Studie).

C 1.1. Aufbau Teil C

Die Ausarbeitungen zum Projekt „Vorschläge für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie“ sind in vier Teile gegliedert:

- Teil A – Analysebericht
- Teil B – Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft
- Teil C – Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen für eine nationale Tourismusstrategie
- Teil D – Ausblick

Gegenstand der Ausarbeitungen ist die gesamte deutsche Tourismuswirtschaft, die sich aus den Segmenten Inbound-Tourismus, Outbound-Tourismus und Inlandstourismus zusammensetzt.

Die gutachterlichen Vorschläge für einen Aktionsplan zeigen konkrete Handlungsempfehlungen für die Ziele und Handlungsfelder der programmatischen Eckpunkte der Bundesregierung auf und binden alle Akteure der Tourismuswirtschaft in deren Umsetzung ein.

Im Rahmen dieses Prozesses wird zunächst zu den definierten Handlungsfeldern die jeweilige Ausgangssituation skizziert. Die Grundlage hierfür bildet der Analysebericht (Teil A der Studie).

Im Anschluss zeigen Handlungsempfehlungen für die Handlungsfelder aus dem Eckpunktepapier der Bundesregierung auf, welche Maßnahmen ergriffen werden sollten, um den zukünftigen Herausforderungen zu begegnen. Jede Empfehlung wird darüber hinaus durch umsetzungsorientierte Vorschläge zum Aktionsplan operationalisiert. Abschließend erfolgt für jeden Vorschlag eine priorisierende gutachterliche Einordnung. Im Fokus stehen Umsetzungszeiträume, Empfehlungen zu Verantwortlichkeiten für die Umsetzung, Wirkung und Relevanz des Maßnahmenvorschlags und die Kosten-Nutzen-Relation.²

Ergänzende gutachterliche Vorschläge zur Querschnittsaufgabe „Tourismusförderung und -finanzierung“ runden die Empfehlungen aus den Handlungsfeldern ab.³

² Siehe hierzu auch Kapitel C 1.2.

³ Siehe hierzu auch Kapitel C 2.10.



C 1.2. Erläuterungen zur Einordnung und Bewertung der Vorschläge

Der Einordnung und Bewertungen aller Vorschläge zum Aktionsplan liegen folgende Aspekte zugrunde:

Zeitraum

Der Zeitraum gibt Auskunft über die Umsetzungsperspektive eines Vorschlags. Diese bemisst den Zeitraum von der strategisch-konzeptionellen Ausarbeitung eines Vorschlags bis zu seiner vollständigen Integration in der Praxis. Ein dauerhafter Prozess umfasst auch die kontinuierliche Weiterentwicklung, Evaluierung und Anpassung des Vorschlags an die zukünftigen Rahmenbedingungen, Trends und Entwicklungen im touristischen und tourismuspolitischen Umfeld.

| | |
|---------------|---|
| Kurzfristig | Umsetzungsperspektive 12 Monate |
| Mittelfristig | Umsetzungsperspektive 12 Monate bis 3 Jahre |
| Langfristig | Umsetzungsperspektive 3 Jahre und mehr |
| Dauerhaft | Dauerhafter Prozess |

Verantwortlichkeit

Die Verantwortlichkeit für die Umsetzung eines Vorschlags entfallen auf EU, Bund, Länder, Kommunen, Organisationen (Kammern etc.), Verbände, Akteure oder Betriebe. Bei Angabe mehrerer Verantwortlichen wird die empfohlene Federführung in der Umsetzung eines Vorschlags durch Hervorhebung der Schrift angezeigt. Beispielsweise wäre bei Angabe „**Bund**, Länder“ der Bund in der Hauptverantwortung, treibt den Vorschlag jedoch gemeinsam mit den Ländern voran.

| | |
|----------------|---|
| Bund | Bundesministerien und zuständige Abteilungen/Referate der jeweiligen Bundesebene |
| Länder | Landesministerien und zuständige Abteilungen/Referate der jeweiligen Landesbehörde |
| Kommunen | Kommunale Gebietskörperschaften (Stadt-, Kreis- und Gemeindeverwaltungen) |
| Organisationen | Touristische Organisationen wie Destinationsmanagementorganisationen oder touristische Marketingorganisationen (wie die Deutsche Zentrale für Tourismus) |
| Verbände | Touristische Branchenverbände (wie DTV, DRV, DHV, BTW, DEHOGA, VIR, DWV etc.) sowie weitere Verbände (unter anderem BVMW) und Kammern (unter anderem IHK) |
| Betriebe | Betriebe der Tourismus- und Reisewirtschaft (wie Gastgewerbe, Freizeiteinrichtungen, Tagungs-Locations, Mobilitätsanbieter, Reiseveranstalter etc.) |



Wirkung und Relevanz

Mit Wirkung und Relevanz werden die Auswirkungen und die Bedeutung eines Vorschlags auf die politischen und strategischen Ziele der Tourismuspolitik wiedergegeben. Darüber hinaus fließen in die Bewertung die zu erwartenden direkten und indirekten Effekte sowie deren Wirkungsreichweite in sämtliche tourismusrelevante Segmente ein.

| | |
|---------|--|
| Niedrig | (Indirekte) Auswirkungen und Bedeutung für Ziele der Tourismusstrategie. |
| Mittel | Auswirkungen und Bedeutung für Ziele der Tourismusstrategie. Entfaltet direkte Wirkung in zahlreichen Teilsegmenten des Tourismus. |
| Hoch | Hohe Auswirkungen und Bedeutung für Ziele der Tourismusstrategie. Entfaltet direkte Wirkung in allen Teilsegmenten des Tourismus. |

Kosten-Nutzen-Relation

Die Bewertung der Kosten-Nutzen-Relation eines Vorschlags erfolgt anhand des Verhältnisses der zu erwartenden Umsetzungskosten zum erwartenden Nutzen. Der Nutzen beschreibt, inwieweit der Vorschlag zur Verbesserung des Status Quos hinsichtlich herrschender Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen für das Reiseland Deutschland beitragen kann. Dabei wird er nach seinem Beitrag zur Erfüllung der Ziele sowie seiner Zweckdienlichkeit für die Segmente der gesamten Tourismusbranche bewertet. Aus dem Verhältnis beider Kennzahlen berechnet sich ein Quotient, der für die abschließende Bewertung dieses Parameters ausschlaggebend ist.

| Einschätzung der direkten Umsetzungskosten | |
|--|---|
| 1 | bis 1 Mio. Euro |
| 2 | 1 bis 5 Mio. Euro |
| 3 | mehr als 5 Mio. Euro |
| Nutzen | |
| 1 | Allgemeiner, unspezifischer Nutzen im Sinne der Ziele der Tourismusstrategie. |
| 2 | Nutzen für Teilsegmente des Tourismus (spezifisch) im Sinne der Ziele der Tourismusstrategie. |
| 3 | Nutzen für die gesamte Branche im Sinne der Ziele der Tourismusstrategie. |
| Kosten-Nutzen-Relation | |
| Schlecht | Quotient ≥ 2 bis 3 |
| Mittel | Quotient ≥ 1 bis < 2 |
| Gut | Quotient < 1 |



C 2. Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen zur Umsetzung der programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie

Im Folgenden werden die Vorschläge für einen Aktionsplan entlang der im Eckpunktepapier definierten Handlungsfelder der Tourismuspolitik dargelegt. Die Handlungsfelder sind:

- Verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft gestalten
- Am internationalen Wachstum partizipieren
- Tourismus 4.0 erkennen
- Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig gestalten
- Beschäftigung im Tourismus Zukunft und Perspektive geben
- Ländliche Räume stärken
- Auf nachhaltige Entwicklung im und durch Tourismus setzen
- Mit Tourismus zu Stabilität im internationalen Umfeld beitragen
- Koordiniert zusammenarbeiten

Innerhalb dieser Handlungsfelder werden Empfehlungen zur Umsetzung gegeben.

C 2.1. Handlungsfeld 1: Verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft gestalten

Die Gestaltung guter Rahmenbedingungen zur Stärkung des Tourismusstandorts Deutschland ist eine zentrale Aufgabe der Tourismuspolitik. Durch deren Querschnittscharakter liegt die Ausgestaltung der Rahmenbedingungen auf Bundesebene in der Verantwortung mehrerer Bundesministerien.

Die deutsche Tourismuswirtschaft ist in großem Maße von kleinsten, kleinen und mittleren Unternehmen geprägt. Sie benötigt Freiräume, um innovativ und wettbewerbsfähig zu bleiben. Ebenso braucht sie zeitgemäße und verlässliche Rahmenbedingungen, um ihre Leistungsfähigkeit weiter zu entwickeln, national und international wettbewerbsfähig zu bleiben und den Tourismusstandort Deutschland mit Blick auf die sechs strategischen Ziele der Tourismuspolitik für die Zukunft zu stärken.

Wesentlich ist ein effizientes Regulierungsumfeld mit möglichst geringen bürokratischen Belastungen und fairen Rahmenbedingungen, auch hinsichtlich Steuerregelungen. Beispielhaft seien hier die Besteuerung in der Gastronomie, die Luftverkehrssteuer oder die steuerliche Gleichbehandlung bei Bus und Bahn genannt. Dabei sind tourismusspezifische Aspekte und Branchenstrukturen sowie das internationale Wettbewerbsumfeld zu berücksichtigen.

Nicht zuletzt die Corona-Krise hat gezeigt, dass Tourismus eine wichtige politische Querschnittsaufgabe in allen Politikfeldern ist. Beispielsweise bietet ein starker Verbraucherschutz mit verlässlichen Rechten Reisenden Sicherheit, sollte aber auch die Belange der



Reisebranche berücksichtigen. Oder ein anderes Beispiel: Rechtliche Rahmenbedingungen sollten sich bedarfsgerecht an den Interessen von Reisenden und Anbietern orientieren und mittelbare Regelungsfolgen, wie etwa Auswirkungen auf die Marktstrukturen in Deutschland, hinreichend berücksichtigen.

Zur Abschätzung und Evaluierung der Gesetzesfolgen auf nationaler und europäischer Ebene gehören die Auswirkungen auf die Entwicklung des Tourismus bei umfassenden und frühzeitigen Konsultationen der Interessensverbände. Die Bundesregierung setzt sich dafür ein, dass Harmonisierungen und Rahmenbedingungen auf europäischer Ebene mit den mittelständischen Strukturen in Deutschland – dem Erfolgsmodell „German Mittelstand“ – vereinbar sind.

COVID-19 fordert kurzfristige Recovery-Maßnahmen

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie benötigt die deutsche Tourismuswirtschaft mit rund drei Millionen Arbeitsplätzen eine kurzfristige Liquiditätssicherstellung, um eine Insolvenzelle abzuwenden. Zudem zeigt die aktuelle Situation, dass bestehende Rahmenbedingungen, wie Pauschalreiserichtlinie oder Kundengeldabsicherung, den Anforderungen in außergewöhnlichen Krisensituationen nicht gerecht werden.

C 2.1.1. Handlungsempfehlungen

Um verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft zu gestalten, werden folgende Handlungsempfehlungen formuliert.

Handlungsempfehlung 1: Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus verbessern und unnötige Bürokratie abbauen

▪ 1.1. „Bürokratieabbau unterstützen“:

Grundsätzlich ist ein Abbau bürokratischer Belastungen anzustreben. Beispiele hierfür sind: Vereinfachung von Registrierungsprozessen und Aufbewahrungspflichten im Unterkunftsbereich, Reduzierung von Dokumentationspflichten aufgrund der Pauschalreiserichtlinie, Verschlinkung von Genehmigungsverfahren, wie zum Beispiel Streckengenehmigungen im Bus- und Bahnbereich oder von Touren touristischer Anbieter.

Relevante Ansätze zum Bürokratieabbau bietet das Arbeitsprogramm „Bessere Rechtsetzung und Bürokratieabbau 2018“ der Bundesregierung. Diese sollten geprüft und zügig umgesetzt werden. Besonderes Augenmerk ist hier auf die Belange der mittelständischen Unternehmen zu legen, auch bei der Mitwirkung an Regulierungsvorhaben auf Ebene der Europäischen Union, wie zum Beispiel bei der Novellierung der EU-Pauschalreiserichtlinie.

Ein wesentlicher Hebel des Bürokratieabbaus ist die Einhaltung des One-in-one-out-Prinzips sowie die Evaluierung umfassender Gesetzesvorhaben, wie zum Beispiel die Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), auf europäischer Ebene.

Gesetzesvorhaben mit hoher Relevanz für die Tourismuswirtschaft sollten dabei vor der Inkraftsetzung auf ihre Verhältnismäßigkeit getestet werden⁴.

- **1.2. „Prozesse durch Digitalisierung optimieren“:**

- Verwaltungsprozesse digitalisieren***

- Verwaltungsprozesse der öffentlichen Institutionen sind zu digitalisieren und zu optimieren, um Kosten auf Unternehmensseite zu senken und die Investitionsbereitschaft in die Touristik dauerhaft zu steigern. Dies gilt sowohl für touristische Reisen als auch für geschäftliche Aufenthalte, für die zum Beispiel die Abrechnung von Reisekosten-Belegen für Unternehmen zu vereinfachen ist.

- Bundesländer und Kommunen sollten verstärkt mit den Akteuren der Tourismuswirtschaft in den Austausch treten und Lösungen erarbeiten, die eine zielorientierte Verbesserung digitaler Verwaltungsprozesse ermöglichen und unter anderem im Rahmen des Onlinezugangsgesetzes (OZG) berücksichtigt werden. Mit dem im September 2020 im Bundeskabinett beschlossenen Gesetz zur Registermodernisierung wurde ein wichtiger Schritt für die Umsetzung des OZG auf den Weg gebracht und ein für touristische Anbieter und Nachfrager wichtiges Vorhaben in Angriff genommen.

- In diesem Kontext stellt auch das Once-only-Prinzip einen wichtigen Lösungsansatz dar, der in Deutschland und Europa weiter voranzutreiben ist. Das Once-only-Prinzip verfolgt das Ziel, dass Unternehmen sowie Bürgerinnen und Bürger notwendige Informationen nur einmalig an zuständige Verwaltungen oder Behörden übermitteln müssen und diese zentral abgespeichert und bei Bedarf untereinander ausgetauscht werden. Dadurch werden administrative Aufwände reduziert, Verwaltungsleistungen beschleunigt und an Transparenz gewonnen.

- Digitalisierung der Registrierung im Unterakunftssektor***

- Hinter den technologischen Möglichkeiten hinkte bisher die Registrierung im Unterakunftssektor her. Hier wurde mit dem digitalen Meldeverfahren für Beherbergungsbetriebe im Zuge des dritten Bürokratieentlastungsgesetzes reagiert – und damit eine Maßnahme des vorliegenden Aktionsplans erfolgreich umgesetzt. Die Gleichbehandlung von Anbietern innerhalb eines Marktsegments, wie beispielsweise der Vermittlung von Ferienwohnungen (Plattformanbieter gegenüber Direktvermarktung), ist sicherzustellen, unter anderem bezüglich Meldepflichten oder Regulierungen.

- **1.3. „Missbräuchliche Klageindustrie abwenden“:**

- Seit geraumer Zeit stehen Reise- und Touristikunternehmen im Fokus der sogenannten „Klageindustrie“. Sie sollten ausreichend vor missbräuchlichen Klagen geschützt werden, insbesondere vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie. Nach Einigung der Verhandlungsführer zu EU-Sammelklagen im Europäischen Parlament und Europäischen Rat, die auch die Bereiche Tourismus und Reisen inklusive Bahn- und Flugreisende umfassen, ist auch bei der Umsetzung der Richtlinie in den Mitgliedsstaaten darauf hinzuwirken, dass künftig nur qualifizierte Institutionen wie Verbraucher-

⁴ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 9.



verbände stellvertretend für Geschädigte klagen dürfen und somit ad-hoc gegründeten Einrichtungen die Klagebefugnis verweigert wird.

Darüber hinaus sollte vor Zustimmung zur Einigung forciert werden, dass nun ausgeschlossene Sicherheitsmechanismen, wie beispielsweise ein Opt-in- statt einem Opt-out-Prinzip, nochmals evaluiert werden. Bei einem Opt-out-Prinzip müssen Verbraucherinnen und Verbraucher aktiv mitteilen, dass sie nicht klagen möchten, da ansonsten stellvertretend für sie geklagt wird. Bei einem Opt-in-Prinzip wiederum müssen sich potenziell geschädigte Verbraucher aktiv bei dem klagenden Verband melden, um an einer Sammelklage teilzunehmen. Nur durch solche Mechanismen auf EU-Ebene können im international agierenden Tourismus unkalkulierbare Effekte vermieden werden, die eine gesamte Branche über Landesgrenzen hinweg in Mitleidenschaft ziehen können.

▪ **1.4. „Flexibilität und Service von Leistungsträgern verbessern“:**

Im Sinne der Verbraucherinnen und Verbraucher und eines fairen Wettbewerbs sollten Regelungen angepasst werden, damit die Flexibilität und der Serviceumfang der touristischen Leistungsanbieter gesteigert werden können. Hierzu gehört die Möglichkeit zu Sonn- und Feiertagsarbeit in deutschen Call-Centern unter Berücksichtigung der Arbeitnehmerinnen- und Arbeitnehmerinteressen und die Abschaffung des gedruckten Preisteils in Reisekatalogen. Besonders die Corona-Krise hat gezeigt, dass die Reisewirtschaft in der Lage sein muss, flexibel auf dynamische Entwicklungen reagieren zu können. Dies umfasst auch den stark gestiegenen Beratungsbedarf der Kunden, den Krisen wie die Corona-Pandemie mit sich bringen.

Handlungsempfehlung 2: Mit der Ausgestaltung steuerlicher Rahmenbedingungen den Mittelstand stärken, Nachhaltigkeit fördern und Wettbewerbsverzerrungen vermeiden

Im Vordergrund der Ausgestaltung steuerlicher Rahmenbedingungen steht die Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen innerhalb der Branche (beispielsweise ungleiche Besteuerung vergleichbarer Verkehrsträger wie Bus und Bahn) und gegenüber anderen Branchen (wie zum Beispiel Gastronomie gegenüber Lebensmitteleinzelhandel). Dies betrifft die Gleichbehandlung verschiedener Segmente der Branche und die einheitliche EU-weite Ausgestaltung der Rahmenfaktoren.

▪ **2.1. „EU-weit einheitliche und praxistaugliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie forcieren“:**

Es sollte eine EU-weit einheitliche und praxistaugliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie zur Wahrung der Chancengleichheit der Branchenteilnehmer im internationalen Kontext vorangetrieben werden, um den bürokratischen Aufwand zur Erfüllung der Mehrwertsteuerpflicht zu reduzieren. Dies ist vor allem im grenzüberschreitenden Beförderungsverkehr relevant, da hier durch die fehlende einheitliche Umsetzung in den einzelnen europäischen Ländern der bürokratische Aufwand zur Erfüllung der Mehrwertsteuerpflicht stetig gestiegen ist. Hierzu gehört die Erarbeitung von Vorschlägen zur Harmonisierung der Umsetzung in den EU-Mitgliedsstaaten.

- **2.2. „Steuergerechtigkeit auf EU-Ebene vorantreiben“:**

Steuergerechtigkeit sollte, wie in anderen Bereichen, auch im Tourismus gelten und idealerweise auf EU-Ebene sichergestellt werden. Zu klären sind hier unter anderem der Umgang mit der Margenbesteuerung oder die Besteuerung von Incoming-Unternehmen und Destination Management Companies (DMC). Beispielsweise wären die Wiedereinführung der Regelbesteuerung beziehungsweise ein Anwendungserlass zum Umgang mit der Vorsteuer sinnvoll, um Wettbewerbsnachteile beziehungsweise kostenintensive Prüfverfahren zu vermeiden.

Darüber hinaus ist die deutsche Luftfahrtindustrie insoweit zu berücksichtigen, als die nationale Luftverkehrssteuer und Luftsicherheitsgebühren an Flughäfen nicht zu Wettbewerbsverzerrungen auf EU- beziehungsweise internationaler Ebene führen dürfen. Auch die weltweit agierende Plattformökonomie ist bei der Steuergerechtigkeit kritisch zu bewerten. In diesem Kontext wurden in der 2018 veröffentlichten Studie „Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland“ bereits Vorschläge für die Umsetzung sogenannter Reallabore eingebracht, um neue Regulierungsmaßnahmen für mehr Steuergerechtigkeit bei Vermittlungsdiensten für Privatunterkünfte zu erproben (BMW, 2018a).

- **2.3. „Steuerliche Rahmenbedingungen transparent an Nachhaltigkeit ausrichten“:**

Steuerliche Rahmenbedingungen sollten auf Nachhaltigkeit und einem langfristig schonenden Umgang mit touristisch relevanten Ressourcen ausgerichtet sein, wie zum Beispiel ein sparsamer Umgang mit Trinkwasser in Hotels oder die Vermeidung von Belastungen von Flora und Fauna. Die Ziele dabei sind: Die Förderung umweltfreundlicher und klimaschonender Angebote für Reisen und mehr Transparenz in der Abgabenverwendung, um eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu sichern. Realisiert werden könnte dies durch eine steuerliche Bevorzugung von einem mit einem entsprechenden Gütesiegel versehenen Leistungsangebot.⁵

Handlungsempfehlung 3: Rahmenbedingungen für den Vertrieb von Reiseleistungen im Einklang mit Wettbewerbsfähigkeit und Verbraucherschutz verbessern⁶

- **3.1. „Insolvenzabsicherung im Reiserecht validieren und umsetzen“:**

Die Schwächen der bisherigen Insolvenzabsicherung in der Reisewirtschaft wurden durch die Insolvenz von Thomas Cook im Jahr 2019 und die COVID-19-Pandemie offengelegt. Wie bereits in Teil B dargelegt, ist daher eine Neuregelung zur Insolvenzabsicherung im Reiserecht und eine entsprechende Übergangsregelung mit der Tourismuswirtschaft zügig auszugestalten. Zudem soll die Vermeidung neuer Belastungen für klein- und mittelständische Anbieter in einen entsprechenden Gesetzesbeschluss überführt werden. Diese Lösung muss einerseits Verbraucherinnen und Verbraucher schützen, andererseits die Überlebensfähigkeit der Reiseveranstalter sicherstellen.

⁵ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 7.

⁶ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.



Insgesamt gilt es, langfristig die Insolvenzabsicherung so zu gestalten, dass auch besondere Krisenfälle wie eine Pandemie berücksichtigt sind.

▪ **3.2. „EU-Pauschalreiserichtlinie evaluieren und überarbeiten“:**

Die Evaluierung der EU-Pauschalreiserichtlinie ist mit der Neuregelung zur Insolvenzabsicherung zu synchronisieren. Sie sollte die Reduzierung bürokratischer Hemmnisse sowie eine bessere Praxistauglichkeit berücksichtigen. Beispielhaft hierfür seien digitale Dokumente anstelle verpflichtender Ausdrucke genannt.

Besonders vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie ist die Richtlinie zeitgemäß und zukunftssicher weiterzuentwickeln. Die Krise zeigt deutlich auf, dass Gesetzesvorgaben auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden und auf die Sicherung der Leistungsfähigkeit der Wirtschaft ausgerichtet sein müssen. Im Rahmen der Überarbeitung ist auch der Pandemiefall zu berücksichtigen und hinsichtlich der Leistungserbringung und des Haftungsumfangs im Krisenfall zu modifizieren.

▪ **3.3. „Rahmenbedingungen für Unternehmen in Einklang mit Verbraucherschutzgesetzgebung verbessern“:**

Kaum eine Wertschöpfungsstufe in der Touristik ist in den letzten zehn Jahren so umfassenden Veränderungen ausgesetzt wie der Reisevertrieb. Mit zunehmender Bedeutung der Plattformökonomie verlieren langjährige Marktteilnehmer wichtige Elemente ihrer Geschäftsgrundlage. Um den Verbraucherschutz im touristischen Vertrieb aufrecht zu erhalten, ist die Sicherheit und der Datenschutz im Beratungs- und Buchungsprozess auch bei marktbeherrschenden Unternehmen wie Booking oder Google zu gewährleisten.

Eine EU-weite Angleichung der Bedingungen zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen, wie etwa die Überprüfung der Haftungsbegrenzung von Reiseveranstaltern, sollte in Einklang mit der entsprechenden Verbraucherschutzgesetzgebung vorangetrieben werden.

▪ **3.4. „Studie zur Vertriebs- und Veranstalterlandschaft 2030 erarbeiten“:**

Um Marktverwerfungen insbesondere vor dem Hintergrund der COVID-19-Krise frühzeitig erkennen zu können, sollten die Auswirkungen einer zu erwartenden umfassenden Reduzierung der Marktteilnehmer bewertet werden. Marktverwerfungen sind insbesondere zu erwarten, wenn dominante Marktteilnehmer mit noch höheren Marktanteilen aus der Krise gehen als zuvor und gleichzeitig kleinere Wettbewerber aus dem Markt ausscheiden beziehungsweise aufgrund ihrer Fremdkapitalquote massiv geschwächt sind. Das gilt auch für die Etablierung neuer Geschäftsmodelle in den Wertschöpfungsstufen Reisevertrieb und Reiseveranstalter. Hier geht es vor allem um die Konsequenzen einer möglichen Dominanz einzelner Buchungsportale und die Auswirkungen auf den Verbraucherschutz sowie die Vermeidung oligopolistischer Marktstrukturen.

▪ **3.5. „Innovationsfähigkeit der Reisebranche fördern“:**

Innovative Entwicklungen sind auf allen Ebenen der Wertschöpfung anzustoßen: Bei der Förderung von Start-ups über die Etablierung von Reisebüro- und

Reiseveranstalter-Labs bis zur Digitalisierung aller Vertriebsprozesse (zum Beispiel lokale Aktivitäten). Wie bereits in Teil B der Studie hervorgehoben, könnte die Einrichtung von „Living Labs“ für touristische Start-ups, die mit öffentlichen Mitteln unterstützt werden, einen großen Entwicklungssprung für die Tourismusbranche bringen.

Handlungsempfehlung 4: Mit verlässlichen und aussagekräftigen Monitoringinstrumenten und Statistiken Wettbewerbsfähigkeit sichern

Um eine innovative und wettbewerbsfähige Tourismuswirtschaft zu fördern sowie entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen, sollten Entscheidungen in der Tourismus- und Wirtschaftspolitik auf Basis verlässlicher und aussagekräftiger ökonomischer Informationen getroffen werden. Eine evidenzbasierte Tourismuspolitik benötigt daher entsprechende Daten und Grundlagen.

- **4.1. „Monitoringinstrument „Tourismus-Satellitenkonto“ etablieren“:**

Im Rahmen der amtlichen Wirtschaftsstatistik wird die deutsche Tourismuswirtschaft derzeit nicht in ihrer Gesamtheit dargestellt. Befürwortet wird die Aggregation der relevanten Daten und Informationen im Rahmen eines Tourismus-Satellitenkontos (TSA), wie sie bereits inzwischen vom BMWi im Rahmen einer Verwaltungsvereinbarung in Auftrag gegeben wurde. Um verlässliche Entscheidungsgrundlagen zu schaffen und den Erfolg wertschöpfender Maßnahmen kontrollieren zu können, sollte die entsprechende Erhebung regelmäßig durchgeführt werden. Damit kommt das BMWi einer vielfach geäußerten Bitte der Branche nach. Ebenso sind die durch die Tourismuswirtschaft erzielten Einkommens- und Beschäftigungseffekte weiterhin regelmäßig zu messen. In diesem Kontext sind auch die sogenannte Sharing Economy, die Plattformökonomie im touristischen Umfeld sowie der Ferienwohnungsmarkt zu berücksichtigen. Bei der regelmäßigen Evaluierung ist wichtig, dass diese keinen Zielkonflikt mit den Bemühungen um Bürokratieabbau auslöst. Zugleich sollte die Datenbasis um Aspekte der Nachhaltigkeit ergänzt werden.⁷

- **4.2. „Forschung im Tourismus fördern“:**

Angewandte Forschung und Untersuchungen in relevanten Tourismusbereichen bilden ebenfalls eine Entscheidungsgrundlage für die deutsche Tourismuswirtschaft, auch im Hinblick auf die Erfolgskontrolle staatlicher Maßnahmen und ihres Beitrags zur Wertschöpfung und Beschäftigung.

Empfohlen wird daher die Wiederaufnahme beziehungsweise Fortschreibung von Forschungsansätzen durch die Bundesregierung in relevanten Tourismusbereichen, wie etwa dem Wander- oder Fahrradtourismus. Ebenfalls sollte die Bundesregierung darauf hinwirken, dass Erfolgskontrollen staatlicher Maßnahmen und ihrem Beitrag zur Wertschöpfung und Beschäftigung durchgeführt werden. Das gilt auch für Kosten-Nutzen-Analysen in frühen Phasen von Gesetzgebungsverfahren sowie dem Monitoring von verabschiedeten Gesetzen hinsichtlich ihres Einflusses auf die Tourismuswirtschaft.

⁷ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 7.

C 2.1.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung⁸

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|--------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus verbessern und unnötige Bürokratie abbauen | | | | |
| 1.1. „Bürokratieabbau unterstützen“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| 1.2. „Prozesse durch Digitalisierung optimieren“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Mittel |
| 1.3. „Missbräuchliche Klageindustrie abwenden“ | Kurzfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 1.4. „Flexibilität und Service von Leistungsträgern verbessern“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Mit der Ausgestaltung steuerlicher Rahmenbedingungen den Mittelstand stärken, Nachhaltigkeit fördern und Wettbewerbsverzerrungen vermeiden | | | | |
| 2.1. „EU-weit einheitliche und praxistaugliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie forcieren“ | Langfristig | Bund | Hoch | Mittel |
| 2.2. „Steuergerechtigkeit auf EU-Ebene vorantreiben“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Mittel |
| 2.3. „Steuerliche Rahmenbedingungen transparent an Nachhaltigkeit ausrichten“ | Dauerhaft | Bund | Mittel | Mittel |
| Handlungsempfehlung 3: Rahmenbedingungen für den Vertrieb von Reiseleistungen im Einklang mit Wettbewerbsfähigkeit und Verbraucherschutz verbessern | | | | |
| 3.1. „Insolvenzabsicherung im Reise-recht validieren und umsetzen“ | Kurzfristig | Bund | Hoch | Mittel |
| 3.2. „EU-Pauschalreiserichtlinie evaluieren und überarbeiten“ | Kurzfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 3.3. „Rahmenbedingungen für Unternehmen in Einklang mit Verbraucherschutzgesetzgebung verbessern“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 3.4. „Studie zur Vertriebs- und Veranstalterlandschaft 2030 erarbeiten“ | Kurzfristig | Bund | Mittel | Gut |
| 3.5. „Innovationsfähigkeit der Reisebranche fördern“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Mittel |
| Handlungsempfehlung 4: Mit verlässlichen und aussagekräftigen Monitoringinstrumenten und Statistiken Wettbewerbsfähigkeit sichern | | | | |
| 4.1. „Monitoringinstrument „Tourismus-Satellitenkonto“ etablieren“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| 4.2. „Forschung im Tourismus fördern“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |

⁸ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.

C 2.2. Handlungsfeld 2: Am internationalen Wachstum partizipieren

Der Tourismus erlebte bis Eintritt der Corona-Pandemie einen globalen Aufschwung. Das Wachstum übertraf die bereits hohen Erwartungen: 2011 ging die UNWTO davon aus, dass die Zahl der international Reisenden bis ins Jahr 2030 um durchschnittlich 3,3 Prozent auf 1,8 Milliarden jährlich anwachsen werde. Tatsächlich wurden die für das Jahr 2020 prognostizierten 1,4 Milliarden internationalen Reisenden bereits 2018 erreicht.

Auch in Deutschland war der Tourismus in den zurückliegenden Jahren von einem stetigen Wachstum geprägt. Bis 2019 hat sich der Incoming-Tourismus in Deutschland wirtschaftlich positiv entwickelt, wie in Teil A dargestellt. So belief sich laut der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland“ im Jahr 2015 der touristische Konsum ausländischer Gäste auf 39,6 Milliarden Euro (BMW, 2017b).

Ein Treiber dieser Entwicklung ist der Städtetourismus. Hier nahm Deutschland 2019 unter den Städtereisezielen der Europäer den ersten Platz ein (DZT, 2020a). Städtereisen stellen die zweitwichtigste Urlaubsform in- und ausländischer Übernachtungsgäste in Deutschland dar. Neben touristisch motivierten Reisen spielt auch der Geschäftsreiseverkehr im deutschen Incoming eine wichtige Rolle. So waren im Jahr 2019 13,3 Millionen Reisen und somit 22 Prozent der Deutschlandreisen der Europäer Geschäftsreisen. Bei den Auslandsreisen der Europäer generell liegt der Anteil bei zwölf Prozent, was die hohe Relevanz für Deutschland verdeutlicht. Mit Deutschland auf Platz eins weltweit als internationales Messeziel und in Europa als internationales Tagungs- und Kongressziel (DZT, 2020a), rückt vor allem der MICE-Sektor in den Fokus.

Positionierung des Reiseland Deutschland

Die Ausbreitung der COVID-19-Pandemie in Europa Anfang 2020 und die damit einhergehenden Beschränkungen haben den gesamten Reiseverkehr und das Gastgewerbe jedoch in besonderer Weise getroffen. Das Hauptaugenmerk liegt daher aktuell vor allem auf Inlandsreisen sowie Reisen innerhalb Europas. In diesem Kontext ist die starke Position Deutschlands hinsichtlich vorbildlicher Hygiene- und Sicherheitskonzepte besonders hervorzuheben, die die kurz- und mittelfristige touristische Vermarktung unterstützen wird.

Über die Corona-Pandemie hinaus will Deutschland seine starke Position als Urlaubs- und Geschäftsreiseziel in den Quellmärkten behalten beziehungsweise wiederherstellen, unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung weiter ausbauen und neue Zukunftsmärkte erschließen. Die Werbung für das Reiseland Deutschland im Ausland, welche die DZT im Auftrag des Bundes durchführt, sieht die Bundesregierung als ihre Aufgabe, zu deren maßgeblicher Finanzierung sie sich bekennt.

Die Tourismuswerbung im Ausland trägt dazu bei, dass ein positives, freiheitliches und tolerantes Deutschlandbild vermittelt wird. Damit stärkt die Bundesregierung auch die Wahrnehmung Deutschlands als attraktiven Standort, an dem unter verlässlichen wirtschaftlichen und politischen Bedingungen Investitionsentscheidungen ein Gewinn für alle sein können.

Das Reiseland Deutschland und die deutsche Tourismuswirtschaft müssen auch weiterhin wettbewerbsfähig aufgestellt sein, um auch nach der Pandemie am internationalen Wachstum des Tourismus partizipieren zu können. Eine Studie der DZT und Tourism Economics prognostiziert im Oktober 2020, dass das Vorkrisenniveau im Jahr 2024 wieder erreicht wird (DZT,

2020b). International geht die UNWTO von einem Erholungszeitraum von zweieinhalb bis vier Jahren aus (UNWTO, 2021). Umfragen, die eine ungebrochene Reiselust attestieren, wie etwa der European Travel Commission (ETC) (fvw, 2020d), lassen auf ein starkes Wachstum schließen, sobald Reisen wieder unbeschränkt möglich ist.

C 2.2.1. Handlungsempfehlungen

Die im Folgenden aufgeführten Handlungsempfehlungen sind umzusetzen, um Deutschland auch in den kommenden Jahren als starken Tourismusstandort zu positionieren und sein positives Image in ausländischen Märkten weiter zu steigern.

Handlungsempfehlung 1: Internationale Wettbewerbsfähigkeit der Destination Deutschland sichern

- **1.1. „Förderung der DZT verstetigen und Vermarktung Deutschlands als touristische Marke weiter vorantreiben“:**

Die institutionelle Förderung der DZT muss auf hohem Niveau sichergestellt werden, um Deutschland auch zukünftig als starke und attraktive Reisedestination wettbewerbsfähig zu positionieren und langfristig neue Quellmärkte zu erschließen. Insbesondere die aktuelle Situation durch die COVID-19-Pandemie verdeutlicht die Relevanz der Arbeit der DZT für das Reiseland Deutschland.

Für eine wettbewerbsfähige Ausstattung mit Ressourcen sollten die international bedeutendsten Mitbewerber als Benchmarks herangezogen werden, wobei die jeweiligen Strukturen und Zuständigkeiten beachtet werden sollten. Aus dem Corona-bedingten Mehraufwand in Kommunikation und Marketing resultiert zudem aus gutachterlicher Sicht der Bedarf einer kurzfristigen, zusätzlichen Stärkung der DZT-Ressourcen, wie in Teil B dieser Studie bereits hervorgehoben.

- **1.2. „Monitoring fortsetzen, bestehende Vermarktungsstrategie in ausgewählten Quellmärkten vor dem Hintergrund von COVID-19 adaptieren und internationale Touristenströme lenken“:**

Das bestehende Monitoring und die umfassende Marktforschung im Sinne einer evidenzbasierten Vermarktung des Reiselandes Deutschland sollten seitens der DZT fortgesetzt und nach Bedarf weiterentwickelt werden.

Eine mittelfristige Repriorisierung der relevanten Quellmärkte auch in Richtung europäische Länder ist zu verfolgen. Europäische Länder repräsentierten in den vergangenen Jahren 74 Prozent des Touristenaufkommens nach Deutschland. Die bisherige Wachstumsstrategie legt den Schwerpunkt auf Quellmärkte in Übersee und die Erschließung neuer Märkte. Stattdessen sollte aktuell die Ausschöpfungsquote europäischer Quellmärkte gesteigert und das Überseeaufkommen gesichert werden, um dem Inbound-Tourismus Planungs- und Auslastungssicherheit zu geben, wie bereits von der DZT fokussiert. Langfristig gilt weiterhin das strategische Ziel, neue Quellmärkte zu erschließen und Potenziale aus Überseemärkten zu heben.

Weiterhin erforderlich sind die Identifikation von Zielgruppen und Zielgruppenbedarfe und eine darauf basierende Setzung von Anreizen für internationale Touristenströme



nach Deutschland. Den strategischen Fokus muss dabei die Unterstützung von Marktsegmenten bilden, die massiv durch die COVID-19-Pandemie beeinträchtigt sind (Support) sowie die Förderung von Destinationen mit Wachstumspotenzial in der aktuellen Krise (Enabling). Ziel ist auch, frühzeitig „Overtourism“ in touristischen Schwerpunktdestinationen Deutschlands zu vermeiden.

- **1.3. „Der DZT eine konsultierende Rolle im Rahmen der Digitalisierungsansätze in der Tourismusbranche übertragen“:**

Das Ansehen der DZT sowie die fachliche Kompetenz sollte als Treiber für Digitalisierungsansätze in der Tourismusbranche genutzt werden. Bei der zunehmenden Tragweite digitaler und datengetriebener Maßnahmen ist wichtig, dass die Vermarktung des Reiselands Deutschland auf einer relevanten Datenbasis erfolgt. Die Bündelung und offene Bereitstellung touristischer Stammdaten und dynamischer Daten in den Destinationen ist für ihre Verbreitung entscheidend (Open Data). Es gilt, im Kontext der Digitalisierung der deutschen Tourismusbranche schon bestehende Ansätze, wie sie bereits von der DZT vorangetrieben werden, gezielt in Anwendung zu bringen und weiterzuentwickeln.

Handlungsempfehlung 2: Nachfragepotenzial von Auslandsmärkten realisieren

- **2.1. „Visa-Vergaben vereinfachen“:**

Um das Nachfragepotenzial in den ausländischen Quellmärkten besser zu heben, ist die Freizügigkeit des Reiseverkehrs wiederherzustellen, langfristig innerhalb der EU zu bewahren und international weiter auszubauen.

Die Vergabe von Visa für Urlaubs- und Geschäftsreisen ist zu erleichtern, etwa durch Vereinfachung und Verkürzung der Bearbeitungsfristen, das Vorantreiben der Digitalisierung des Antragsverfahrens oder die Einrichtung zusätzlicher Zentren zur Annahme von Visaanträgen.

In diesem Kontext sollten die Möglichkeiten der Digitalisierung stärker genutzt und auf internationaler Ebene forciert werden. Dies betrifft insbesondere entsprechende e-Visa und die Schaffung dafür benötigter Rahmenbedingungen.

- **2.2. „Sportgroßveranstaltungen zur Stärkung der heimischen Ökonomie und zur Förderung des Deutschlandbilds im Ausland nutzen“:**

Sportgroßveranstaltungen bieten weitreichende Potenziale, um ein positives Image Deutschlands in der ganzen Welt zu vermitteln. Events wie die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 oder die Leichtathletik-Weltmeisterschaft im Berliner Olympiastadion 2009 haben Begeisterung bei Millionen Menschen im In- und Ausland entfacht.

Mit der Ausrichtung von Sportgroßveranstaltungen können aus touristischer Sicht mehrere Ziele gleichzeitig erreicht werden: Ökonomische Effekte durch Steigerung des Tourismusaufkommens, das Erreichen neuer Zielgruppen durch entsprechende Multiplikatoreffekte, Imageeffekte durch die weltweiten Medienwerte sowie die Möglichkeit, sich als exzellenter Wirtschaftsstandort oder attraktive Reisedestination zu präsentieren. Darüber hinaus fördern sie Integration, Völkerverständigung, Teilhabe und Inklusion. Auch ihr Beitrag zur lokalen, regionalen und nationalen Wertschöpfung sowie

zur Stadt- und Regionalentwicklung machen Sportgroßveranstaltungen zu einem wichtigen Faktor.

Aus diesem Grund wird empfohlen, Sportgroßveranstaltungen als Beitrag zum Erreichen der strategischen Ziele zu betrachten, die in den Eckpunkten für eine nationale Tourismusstrategie festgelegt wurden. Hier sollte ein Austausch mit dem Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (BMI) erfolgen, in dessen Verantwortung Sportgroßveranstaltungen fallen und das gemeinsam mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) eine nationale Strategie für Sportgroßveranstaltungen erarbeitet hat. Diese wurde im März 2021 veröffentlicht.

Handlungsempfehlung 3: Mittel- und langfristige Effekte der Corona-Pandemie hinsichtlich Städte- und MICE-Tourismus gestalten

▪ **3.1. „Digitalisierung und Hybridformate im MICE-Bereich unterstützen“:**

Der Geschäftsreisetourismus und im Speziellen die MICE-Branche stehen vor umfassenden Veränderungen, die das Nachfragevolumen schmälern werden. Grund dafür ist auch die Digitalisierung, die durch die Corona-Pandemie beschleunigt wurde. Im MICE-Bereich kommen vermehrt digitale und hybride Formate zum Einsatz, die Geschäftsreisen zum Teil substituieren. Dabei dürfte der Substitutionseffekt durch digitale und hybride Formate mit zunehmender Reisedistanz umso stärker ausfallen und folglich den Incoming-Tourismus überproportional betreffen.

Die MICE-Branche ist im Zuge der mittel- und langfristigen Auswirkungen der Corona-Krise in der räumlichen und technologischen Ausrichtung auf digitale Prozesse und hybride Veranstaltungen stärker zu unterstützen. Die zukunftsorientierte Ausrichtung digitaler Innovationen und der MICE-Kapazitäten in den Städten und Regionen ist hierbei zentral. Ziel muss es sein, über digitale Formate zusätzliche MICE-Kundinnen und -Kunden anzusprechen, gleichzeitig aber die Kapazitäten in den Veranstaltungsorten weiterhin auszulasten.

▪ **3.2. „Freizeitorientierten Städtetourismus stärken“:**

Um den freizeitorientierten Städtetourismus zu stärken, ist bei der Ressourcenallokation beziehungsweise Marktbearbeitung der DZT die Bewerbung des Tourismusstandorts Deutschland zumindest temporär mit einem Städteschwerpunkt zu empfehlen.⁹

Darüber hinaus ist die Handlungsfähigkeit der städtischen Destinationsmanagementorganisationen (DMO) in und aus der Corona-Pandemie heraus sicherzustellen. Diesbezüglich sollte eine Umstellung der Finanzierungsgrundlagen geprüft werden: Weg von gästepzahlabhängigen, prozyklischen Systemen wie Tourismusbeiträgen und Bettensteuern, hin zu aufkommensunabhängigen Systemen, die die Finanzierung auch dann sicherstellen, wenn nicht hinreichende Mittel aus Beiträgen und Steuern eingenommen werden können. Die aktuelle Situation der Tourismusfinanzierung in der

⁹ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.



Corona-Pandemie, vor allen Dingen in Städten, verdeutlicht die Notwendigkeit zur Veränderung.¹⁰

Zudem gilt es, die Schaffung neuer Attraktionen und Erlebnisangebote sowie gezielte touristische Inwertsetzung von bislang nicht hinreichend erschlossenen Erlebnisangeboten in den Städten durch Tools der digitalen Besucherlenkung zu forcieren.

C 2.2.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung¹¹

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|---|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Internationale Wettbewerbsfähigkeit der Destination Deutschland sichern | | | | |
| 1.1. „Förderung der DZT verstetigen und Vermarktung Deutschlands als touristische Marke weiter vorantreiben“ | Dauerhaft | Bund , Organisationen | Hoch | Mittel |
| 1.2. „Monitoring fortsetzen und bestehende Vermarktungsstrategie in ausgewählten Quellmärkten vor dem Hintergrund von COVID-19 adaptieren und internationale Touristenströme lenken“ | Mittelfristig | Organisationen , Bund | Mittel | Gut |
| 1.3. „Der DZT eine konsultierende Rolle im Rahmen der Digitalisierungsansätze in der Tourismusbranche übertragen“ | Mittelfristig | Organisationen | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Nachfragepotenzial von Auslandsmärkten realisieren | | | | |
| 2.1. „Visa-Vergaben vereinfachen“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Mittel |
| 2.2. „Sportgroßveranstaltungen zur Stärkung der heimischen Ökonomie und zur Förderung des Deutschlandbilds im Ausland nutzen“ | Dauerhaft | Bund | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 3: Mittel- und langfristige Effekte der Corona-Pandemie hinsichtlich Städte- und MICE-Tourismus gestalten | | | | |
| 3.1. „Digitalisierung und Hybridformate im MICE-Bereich unterstützen“ | Mittelfristig | Bund, Länder, Kommunen, Betriebe | Mittel | Mittel |
| 3.2. „Freizeitorientierten Städte-tourismus stärken“ | Mittelfristig | Bund, Länder, Kommunen | Mittel | Mittel |

¹⁰ Siehe hierzu auch Querschnittsaufgabe Tourismusförderung und -finanzierung.

¹¹ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.

C 2.3. Handlungsfeld 3: Tourismus 4.0 erkennen

Im Tourismus verändert die fortschreitende Digitalisierung das Konsumverhalten, die Geschäftsmodelle und das Wettbewerbsumfeld mit hoher Geschwindigkeit. Nahezu alle Bereiche des Tourismus unterliegen inzwischen Digitalisierungsprozessen.

In einigen Teilsegmenten der Branche liegen jedoch gerade im internationalen Vergleich noch viele unausgeschöpfte Potenziale. Dies betrifft insbesondere touristische Unternehmen in den Teilbranchen, die eine ausgeprägte klein- und mittelständische Prägung haben und in ländlichen Räumen angesiedelt sind, somit weite Teile des Gastgewerbes, inklusive Anbieter von Ferienwohnungen und -häusern, Anbieter von Freizeitleistungen, aber auch weite Teile der kommunalen touristischen Strukturen im Deutschlandtourismus.

Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit setzt Digitalisierung voraus

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. Auch "Seamless Travel", wodurch das individualistische Reiseerlebnis noch bequemer wird, kristallisiert sich als Entwicklungstreiber heraus.

Die Digitalisierung stellt insbesondere kleine und mittlere Betriebe, aber auch die Tourismusorganisationen im Deutschlandtourismus vor große Herausforderungen. Sie müssen sich in einem Umfeld globaler digitaler Player behaupten und benötigen daher die erforderlichen Qualifikationen, technische und infrastrukturelle Voraussetzungen sowie adäquate Wettbewerbsbedingungen. Gerade in ländlichen Räumen ist die Verfügbarkeit von schnellem Internet und flächendeckender Mobilfunkversorgung eine Grundvoraussetzung, ohne die sich der Tourismus nicht digital entwickeln kann.

Digitalisierung bestimmt Arbeitsbedingungen und Arbeitsabläufe

Die Digitalisierung verändert nicht nur die Marktbedingungen, sondern auch die Arbeitsabläufe im Tourismus. Entwicklungen werden transparenter und ermöglichen mehr Partizipation. Die Möglichkeiten zur Nutzung digitaler Kollaborationsformen sind vielfältig. Die Veränderung der Arbeitsinhalte, -prozesse und -formen spielt gerade im Tourismus eine spürbare Rolle. Der Begriff „New Work“ fasst diese neuen Arbeitsweisen und Trends im digitalen Zeitalter zusammen.



Abbildung 34: Veränderungsprozesse im Zuge der digitalen Transformation (Quelle: PROJECT M)

Touristische Betriebe und Organisationen müssen sich dem Wertewandel auf Seiten der Mitarbeiter und sich hieraus ergebenden künftigen Arbeitsweisen in Bezug auf Flexibilität, Agilität, Selbstverwirklichung, Work-Life-Balance und eigenverantwortliches Handeln anpassen. Die klassischen Management- und Arbeitsstrukturen weichen inhaltlich, zeitlich und räumlich flexibleren Arbeitsweisen. Selbstständigkeit, Freiheit und Teilhabe, Freiräume für Kreativität und Entfaltung der eigenen Persönlichkeit, agile Managementmethoden und Zusammenarbeitsprozesse werden von den Beschäftigten im Tourismus erwartet. Gleichzeitig sind die Änderungsspielräume im Tourismus begrenzt, wenn er ein „People’s Business“ bleiben soll.

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung im Tourismus deutlich beschleunigt

In der Corona-Krise wurde auf einen Schlag deutlich, wie wichtig Digitalisierung im Tourismus geworden ist – im Positiven wie im Negativen. Nicht auf Digitalisierung eingestellte Geschäftsmodelle stehen auf dem Prüfstand. Unternehmen, die keinen digitalen Kundenkontakt pflegen, haben die Bedeutung der Digitalisierung unterschätzt. Ein großer Teil der touristischen Betriebe war auf die digitalen Anforderungen nicht ausreichend ausgerichtet und muss nun unter großem Druck die erforderlichen Voraussetzungen schaffen.

In der Folge haben Digitalisierungsprozesse eine deutliche Beschleunigung erfahren – bezogen auf Endkunden und auf die Veränderung interner Arbeitsbedingungen und Arbeitsabläufe. Dadurch wurde in der Tourismusbranche ein Digitalisierungsschub angestoßen, den sie fortgesetzt nutzen und verstetigen sollte.

C 2.3.1. Handlungsempfehlungen

Digitalisierung wirkt sich positiv auf die Marktbearbeitung sowie die Optimierung von Strukturen und Prozessen aus. Touristische Leistungen können im Verbund miteinander dem (potenziellen) Gast zugänglich und automatisiert bedarfsgerecht angeboten werden. Besucherlenkung und Gästemanagement werden digital oft überhaupt erst möglich. Angebote und



Produkte können über Virtual und Augmented Reality angereichert und aufgeladen werden. Interne Prozesse können effizienter gestaltet werden. Arbeitsbedingungen lassen sich optimieren. Für die Realisierung dieser Effekte sind digitale Präsenz und Kompetenz die zentralen Voraussetzungen.

Handlungsempfehlung 1: Digitale Infrastruktur verbessern

Technische Voraussetzung für digitale Veränderungen im Tourismus ist eine adäquate digitale Infrastruktur. Besonders folgende Aspekte sind in diesem Zusammenhang relevant:

- Eine leistungsfähige, flächendeckende Mobilfunkversorgung und schnelles Internet sind die Grundlage für die Ausschöpfung des touristischen Potenzials in Deutschland und entscheidend für die Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Die informatorische Zugänglichkeit, die Buchbarkeit und die Nutzung des touristischen Angebots beispielsweise setzt die Nutzung digitaler Technologien voraus. Diese sind auf entsprechend technische Voraussetzungen angewiesen. Um diese Voraussetzungen zu gewährleisten, gilt es, privatwirtschaftliches Engagement und öffentliche Förderung zu generieren und den Mobilfunk durch eine europaweit koordinierte Frequenzstrategie zu stärken.
- Die Vereinfachung des Ausbaus durch standardisierte Antrags- und Genehmigungsverfahren sowie die Ausschöpfung des Potenzials alternativer Verlegetechniken können die Grundlage für Kostensenkungen und Beschleunigung beim Glasfaserausbau bilden.
- Im öffentlichen Raum, im ÖPNV und entlang wichtiger Mobilitätstrassen ist freies WLAN und mobile Breitbandversorgung international inzwischen Standard. Entsprechend sind Investitionsprogramme für den Ausbau der Glasfasernetze vor allem in tourismusrelevanten ländlichen Räumen erforderlich.

Auch wenn in vielen Regionen im Land in den letzten Jahren Fortschritte erzielt werden konnten, besteht dennoch gerade in ländlichen Räumen nach wie vor erheblicher Nachholbedarf. Investitions- und Modernisierungsentscheidungen werden oft von der Bevölkerungsdichte abhängig gemacht. Die Tourismusintensität, gemessen an der Zahl der Gäste beziehungsweise Übernachtungen pro Einwohner, wird zu wenig als Maßstab herangezogen. Dadurch unterbleiben entsprechend für die touristische Entwicklung notwendige Entscheidungen in ländlichen Räumen mit geringer Bevölkerungs- jedoch ausgeprägter Tourismusintensität.

Darunter leidet in tourismusintensiven ländlichen Räumen die wahrgenommene Servicequalität. Denn ein funktionierendes Netz wird von den Gästen erwartet, seit in vielen internationalen Destinationen selbstverständlich und kostenfrei ein Hotspot im Hochgebirge oder ein mobiles Netz im Unterwasser-Restaurant geboten wird. Zudem wird die Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle für private Leistungsanbieter eingeschränkt oder verhindert. Das gilt auch für digitale Services, Geschäftsmodelle und Konzepte der Besucherlenkung regionaler DMO. Zuletzt werden die digitalen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter maßgeblich eingeschränkt.



- **1.1. „Digitale Infrastruktur verbindlich ausbauen“:**

Der flächendeckende Ausbau der digitalen Infrastruktur in touristischen Räumen für eine mobile Breitbandversorgung und schnelles Internet sollte vorangetrieben werden. Hierfür werden verbindliche, transparente und für die Tourismuswirtschaft verlässliche Planungsgrundlagen benötigt.

- **1.2. „Investitions- und Modernisierungsentscheidungen auch touristisch treffen“:**

Die Belange des Tourismus sollten bei Investitions- und Modernisierungsentscheidungen berücksichtigt werden. Hierzu bedarf es eines veränderten Verständnisses von Gästen als Einwohnerinnen und Einwohnern auf Zeit. Touristische Kennziffern, wie Tourismusintensität oder Tages- und Übernachtungsgäste in Spitzenlastzeiten, sollten in diesem Zusammenhang herangezogen werden.

- **1.3. „Qualitätsstandards um digitale Anforderungen ergänzen“:**

Freies WLAN im öffentlichen Raum und im ÖPNV sollte als Qualitätsstandard in Tourismusregionen eingeführt werden. Forciert werden sollte die Ergänzung digitaler Qualitätsstandards für touristische Destinationen, örtliche Prädikate, Tourist-Informationen und weitere touristische Infrastruktur- und Mobilitätseinrichtungen.

Handlungsempfehlung 2: Digitale Innovationen fördern

Generell ist die Innovationstätigkeit der Tourismusbranche aufgrund ihrer kleinteiligen KMU-Strukturierung und das Erfordernis zur Schaffung unternehmensübergreifender Leistungsketten eher gering. Die Digitalisierung bietet für die Tourismuswirtschaft jedoch das zentrale Innovationspotenzial. Sie ist auf digitale Innovationen mit Blick auf die Effizienzsteigerung bestehender sowie die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle angewiesen.

Für die Steuerung internationaler und einheimischer Touristenströme und damit für die Ausschöpfung der Nachfragepotenziale ist es entscheidend, dass die Kundenbeziehungen entlang der „Customer Journey“ gesteuert werden können: Inspiration, Information, Buchung, Reiseerlebnis und die Phase der Bewertung (Post-trip). Betrachtet man die in diesen Phasen dominierenden Anbieter, zeigt sich, dass zumeist US-amerikanische und zunehmend chinesische Unternehmen den Markt beherrschen. Deutsche Anbieter spielen in der Bearbeitung der Customer Journey keine nennenswerte Rolle.

Deutschland ist zwar immer noch stark im Bereich Innovationsfähigkeit, wurde aber in den letzten Jahren aufgrund schleppender Digitalisierung von anderen Ländern überholt. Bei der Wettbewerbsfähigkeit fiel Deutschland von Platz drei im Jahr 2018 auf Platz sieben im Jahr darauf (World Economic Forum, 2019). Das ist einer der Gründe, warum Deutschland im Zuge der Digitalisierung die Kontrolle über die Steuerung der internationalen Touristenströme verloren zu haben scheint. Zudem verlagert sich die Wertschöpfung im Bereich der Reisevermittlung an diese Plattformen. Börsenwerte, Umsätze und Gewinne von Plattformen wie Expedia, Booking, Airbnb, Facebook, Google oder Ctrip stellen deutsche Touristik-Großkonzerne in den Schatten. In Zeiten der Plattform-Ökonomie hat Deutschland den Anschluss verloren.

Zu unterstützen sind daher die Forderungen, digitale Innovationen in der nationalen touristischen Förderkulisse und erfolgsdruckunabhängige Innovationsbudgets für Unternehmen zu



berücksichtigen sowie die Zusammenarbeit der Tourismuswirtschaft in innovativen Netzwerken zu stärken.

Eine gezielte Förderung von digitalen Innovationen wird empfohlen. Hierzu bedarf es einer gemeinsamen, koordinierten Initiative der Akteure in der deutschen Tourismuswirtschaft.

▪ **2.1. „Open Data-Lösungen unterstützen“:**

Europäische und autonome Datenplattformen und Cloudstrukturen mit Datenverfügbarkeit für KMU im Sinne von Open Data sollten gezielt unterstützt werden.

▪ **2.2. „Förderkulisse für digitale Innovationen weiterentwickeln“:**

Digitale Innovationen sollten auf allen Ebenen besonders gefördert werden. In diesem Zusammenhang sollten auch Investitionsanreize für digitale Technologien geschaffen werden, unter anderem mit der Verbesserung von Abschreibungsbedingungen für digitale Wirtschaftsgüter. Zudem können entsprechende Innovationsbudgets für Betriebe erfolgsunabhängig bereitgestellt werden. Dies betrifft vor allem gezielte und einfache Digitalförderprogramme für KMU.

▪ **2.3. „Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken stärken“:**

Die Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken sollte gestärkt und mit einem Fokus auf Innovationen übergreifend unterstützt und koordiniert werden. „Start-up Hubs“ sollten eingerichtet und unterstützt werden. An der Entwicklung des touristischen Produkts ist oft eine Vielzahl kleiner Unternehmen beteiligt, die sich in Leistungsketten organisieren. Daher sollte die Förderung und Koordination von Innovationen entlang solcher Leistungsketten erfolgen. Zur Nutzung innovativer, technischer Potenziale ist zudem der Austausch mit Digitalunternehmen zu forcieren.

▪ **2.4. „Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen schaffen“:**

Gezielte Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen sollten geboten werden. Dies betrifft insbesondere Open Data-Dienste und die Digitalisierung von kommunalen Tourismusorganisationen in den Bereichen Meldewesen, Gästemanagement, Gästebindung, touristische Mobilität etc.

Handlungsempfehlung 3: Touristische Leistungsanbieter und Arbeitskräfte qualifizieren

Die digitale Kompetenz der touristischen Arbeitskräfte ist, im Vergleich zu anderen Branchen, bislang oft zu gering. Dieser Herausforderung ist durch konzertierte Initiativen auf allen Ebenen, insbesondere jedoch mittels Initiativen touristischer Branchenverbände und Kammern, zu begegnen.

Digitale Kompetenz ist ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor für die Tourismuswirtschaft. Tourismus ist nicht nur ein People´s Business sondern auch eine personalintensive Branche, die vom Arbeits- und Fachkräftemangel in besonderer Weise betroffen ist. Daher sind konkrete Maßnahmen erforderlich, um touristische Arbeitsplätze aufzuwerten. Digitale Inhalte, von der Anwenderebene bis zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle, gehören zur Ausbildung und Weiterbildung. Aktuell gibt es eine Vielzahl von Einzelinitiativen über alle Teildisziplinen der Tourismuswirtschaft hinweg, die darauf ausgerichtet sind, digitale Qualifikationen zu



verbessern. Gleichwohl gibt es signifikante Lücken, die oft darauf beruhen, dass die Einzelinitiativen nicht übergreifend koordiniert sind. Es mangelt somit an Koordination, Abstimmung, Verstetigung und Controlling der Aktivitäten.

- **3.1. „Aus- und Weiterbildung im Tourismus um digitale Inhalte erweitern“¹²:**

Die Aus- und Weiterbildung in Tourismusberufen sollte systematisch um digitale Inhalte und Kompetenzen erweitert werden. Dies umfasst eine stärkere Rolle der Digitalisierung in den Ausbildungsordnungen der Tourismuswirtschaft. Auch eine technische und didaktische Schulung des Lehrpersonals scheint unerlässlich. Zudem sollte die digitale Infrastruktur in den Aus- und Weiterbildungseinrichtungen auf den aktuellen Stand gebracht werden. Dieses Vorgehen macht den Berufseinstieg im Tourismus attraktiver, erhöht die Aufstiegschancen und den Kompetenzausbau und bereitet Fachkräfte auf digitale Anforderungen vor.

- **3.2. „Betriebe der Tourismuswirtschaft und Personal systematisch qualifizieren“:**

Touristische Betriebe und ihr Personal, insbesondere KMU, sollten dabei systematisch unterstützt werden, digitale Qualifikationen zu erlangen und das Know-how im eigenen Unternehmen umzusetzen. Hier gilt es, die Weiterbildungsangebote der Unternehmen, Kammern und anderer Organisationen zu koordinieren sowie den Erfahrungsaustausch zu unterstützen.

- **3.3. „Flexibles Lernen und Arbeiten durch digitale Lösungen unterstützen“:**

Um motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, sollten digitale Maßnahmen gefördert werden. Dazu zählen zum Beispiel flexibles Arbeiten, digitale Dienstplanung, Homeoffice-Optionen, transparente Förderung der Vielfalt und Karrieremöglichkeiten in der Belegschaft sowie die Unterstützung beim Erwerb digitaler Kompetenzen.

- **3.4. „Koordination, Erfahrungsaustausch, Abstimmung fördern“:¹³**

Bundesweit, aber auch auf regionaler Ebene, mangelt es an Koordination, Abstimmung und Austausch. Um diesen Mangel zu beheben, sollten die touristischen Aus- und Weiterbildungsträger vernetzt und bei der systematischen Abstimmung unterstützt werden. Hier könnte das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes perspektivisch eine koordinierende Rolle übernehmen.

Handlungsempfehlung 4: Deregulierung und Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen vorantreiben

Deregulierung und weniger Bürokratie helfen der Tourismuswirtschaft. Dazu müssen sich Verwaltungsprozesse an die Digitalisierung anpassen und rechtliche Rahmenbedingungen justiert werden, um nicht als Bremse zu wirken.

¹² Siehe hierzu auch Handlungsfeld 5.

¹³ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 9.



Rechtliche Rahmenbedingungen und Regulierungen sollen einen Wettbewerb auf der Basis gleicher Chancen sicherstellen. Gleichzeitig soll sich die Tourismuswirtschaft in einem digitalisierten, globalen Markt positionieren.

Hier ist Deutschland, nicht zuletzt aufgrund bestehender Regulierungen und nicht adäquater gesetzlicher Rahmenbedingungen, im internationalen Wettbewerb ins Hintertreffen geraten. Der Einfluss auf die Steuerung internationaler Touristenströme und die Generierung eines angemessenen Wertschöpfungsanteils in der Plattformökonomie sind beim gegenwärtigen Stand der globalen Verteilung von Kompetenzen und Marktmacht nicht gewährleistet.

▪ **4.1. „Rechtliche Hemmnisse der Digitalisierung beseitigen“:**

Rechtliche Rahmenbedingungen und Maßnahmen, wie die DSGVO oder die Pauschalreiserichtlinie, stellen sich als Hemmnis für die Digitalisierung im Tourismus in Deutschland heraus. Ihre Wirkung auf Innovationsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft sollte überprüft, Erleichterungen für die Branche realisiert und Hemmnisse abgebaut werden. Gleichzeitig wirken sich Rechtsunsicherheiten im Bereich der Digitalisierung hemmend aus, insbesondere beim Kundenbeziehungsmanagement und der Personalisierung von Angeboten auf digitalen Plattformen. Hier bedarf es einer verbindlichen Klärung.

▪ **4.2. „Sharing Economy im Bereich Beherbergung regulieren“:**

Wie bereits in Handlungsfeld 1 erwähnt, wurde mit dem 2019 verabschiedeten „Bürokratieentlastungsgesetz III“ die Möglichkeit des digitalisierten Hotelmeldeverfahrens eingeführt. Dies ist ein Schritt in die richtige Richtung, weitere Entlastungen sollten nach den Erfahrungen aus der COVID-19-Pandemie und den Trends des „Touchless Travel“ und „Seamless Travel“ erfolgen. Es bedarf klarer Richtlinien für den Wettbewerb in der Beherbergung, die den Chancen und Risiken der Sharing Economy Rechnung tragen und bei Wohnraumknappheit Verbote wegen Zweckentfremdung ermöglichen.

▪ **4.3. „Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie unterstützen“:**

Auch sollten klassische touristische und webbasierte Geschäftsmodelle gleichbehandelt werden. Es bedarf einer bundesweit einheitlichen Registrierung im Beherbergungsbereich. Dabei ist es sinnvoll, die Meldepflicht an die Plattformökonomie anzupassen. Überholte Regulierungen bei der Meldepflicht für den traditionellen Unterkunftssektor sollten abgebaut werden. In diesem Zusammenhang sind auch die im Zuge von Online-Buchungsprozessen erfassten personenbezogenen Gästedaten als ausreichend im Sinne der Meldepflicht einzustufen. Auch unklare Regelungen bei Geschäftsreisenden sollten vermieden werden, beispielsweise durch die Umsetzung einer digitalen Anpassung der Meldepflicht von Geschäftsreisen oder neue Regelungen für beleglose Reisekostenabrechnungen.

▪ **4.4. „Digitale Workflows erleichtern“:**

Die Nutzung von cloudbasierten Lösungen in der Verwaltung und bei kommunalen Tourismusorganisationen sollte unterstützt werden, um Prozesse effizienter zu managen und Innovationen zu unterstützen.

Handlungsempfehlung 5: Marktbearbeitung digitalisieren

Die Digitalisierung ist einer der wirkmächtigsten Megatrends unserer Zeit. „Industrie 4.0“ beziehungsweise „Wirtschaft 4.0“ umfasst die vollumfängliche Digitalisierung der Wertschöpfungskette und die Durchdringung des Produktes mit digitalen Elementen (DFKI, 2020). In der Ära der Wirtschaft 4.0 wird auch das touristische Produkt immer digitaler. Neben der Qualität des eigentlichen touristischen Angebotes sind auch seine Vermarktung und sein Vertrieb wichtig für die Ausschöpfung des Potenzials.

In der Marktbearbeitung liegen erhebliche Potenziale um das Angebot an die Ansprüche der neuen Konsumentinnen und Konsumenten anzupassen. Die Beispiele sind vielfältig: Unter anderem Serviceroboter an Flughäfen oder in Hotels, 3D-Drucker (unter anderem zum Druck von Wanderschuhen in Freizeithotels), Mobile Payment (unter anderem in der Gastronomie). Markterfahrungen zeigen, dass beispielsweise Gäste aus asiatischen Ländern digital angereicherten Tourismusprodukten hohe Wertschätzung entgegenbringen. Teilweise ist es sogar unerlässlich, bestimmte digitale Services zu bieten, da sie von bestimmten Zielgruppen als unabdingbar vorausgesetzt wird. So erwarten chinesische Kundinnen und Kunden oft mobile Zahlungsmöglichkeiten, da sie unter anderem an Alipay, den mit 520 Mio. Nutzern weltweit größten digitalen Zahlungsdienstleister, gewöhnt sind.

Schlüsselthema der Digitalisierung im Inbound-, Inlands- und Outbound-Tourismus ist auf nicht absehbare Zeit die Beherrschung der künstlichen Intelligenz. Sie kann dazu beitragen, die Produktivität in Unternehmen zu steigern, Gäste- und Kundenbetreuung zu optimieren und Produkte maßzuschneidern.

- **5.1. „Digitalisierung im Bereich der Marketingkommunikation und Distribution unterstützen“:**

Die Verbesserung des Know-hows zu Trends in der Marketingkommunikation und zu Distributionskanälen muss durch den Aufbau von Trendbeobachtungssystemen und den Einsatz digitaler Zukunftstechnologien, wie der künstlichen Intelligenz, verbessert werden.

- **5.2. „Digitale Lösungen in den Bereichen Mobilität und Besucherlenkung unterstützen“¹⁴:**

Digitalisierung und touristische Mobilität sind unmittelbar miteinander verbunden und betreffen die Bereitstellung von Informationen, die Gestaltung der Angebote und die Vernetzung der Angebotselemente untereinander. Die IT-basierten Mobilitätsangebote wurden in den letzten Jahren in den urbanen Räumen ausgebaut und werden von Touristinnen und Touristen auch verstärkt in Anspruch genommen (zum Beispiel Sharing-Mobility-Angebote). Hier besteht insbesondere in ländlichen Urlaubsregionen noch erheblicher Ausbaubedarf. Dies betrifft unter anderem mehrsprachige Mobilitätsangebote mit Buchungs-, Verwaltungs- und Bezahlsystemen sowie Echtzeit-Interaktionen zwischen Gästen und Leistungsträgern.

¹⁴ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 4.



▪ **5.3. „Digital begleitete Angebotsformen nutzen“:**

Im Tourismus sollten Virtual- und Augmented-Reality-Technologien stärker genutzt werden. Dies betrifft vor allem die Angebotsgestaltung, um die Erlebnisintensität während der realen und virtuellen Navigation durch Destinationen zu steigern.

C 2.3.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung¹⁵

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|--|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Digitale Infrastruktur verbessern | | | | |
| 1.1. „Digitale Infrastruktur verbindlich ausbauen“ | Dauerhaft | Bund , Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Mittel |
| 1.2. „Investitions- und Modernisierungsentscheidungen auch touristisch treffen“ | Dauerhaft | Bund , Länder, Städte und Gemeinden | Mittel | Gut |
| 1.3. „Qualitätsstandards um digitale Anforderungen ergänzen“ | Mittelfristig | Länder , Verbände | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Digitale Innovationen fördern | | | | |
| 2.1. „Open Data-Lösungen unterstützen“ | Langfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 2.2. „Förderkulisse für digitale Innovationen weiterentwickeln“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 2.3. „Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken stärken“ | Langfristig | Bund , Länder | Hoch | Mittel |
| 2.4. „Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen schaffen“ | Langfristig | Bund , Länder | Mittel | Mittel |
| Handlungsempfehlung 3: Touristische Leistungsanbieter und Arbeitskräfte qualifizieren | | | | |
| 3.1. „Aus- und Weiterbildung im Tourismus um digitale Inhalte erweitern“ | Mittelfristig | Organisationen | Hoch | Gut |
| 3.2. „Betriebe der Tourismuswirtschaft und Personal systematisch qualifizieren“ | Langfristig | Länder , Organisationen, Verbände | Hoch | Gut |
| 3.3. „Flexibles Lernen und Arbeiten durch digitale Lösungen unterstützen“ | Mittelfristig | Organisationen , Verbände, Betriebe | Mittel | Gut |
| 3.4. „Koordination, Erfahrungsaustausch, Abstimmung fördern“ | Dauerhaft | Bund , Länder, Organisationen | Mittel | Gut |

¹⁵ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.



| Handlungsempfehlung 4: Deregulierung und Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen vorantreiben | | | | |
|--|---------------|--|--------|--------|
| 4.1. „Rechtliche Hemmnisse der Digitalisierung beseitigen“ | Dauerhaft | EU, Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 4.2. „Sharing Economy im Bereich Beherbergung regulieren“ | Mittelfristig | EU, Bund | Mittel | Mittel |
| 4.3. „Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie unterstützen“ | Langfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 4.4. „Digitale Workflows erleichtern“ | Kurzfristig | Bund , Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 5: Marktbearbeitung digitalisieren | | | | |
| 5.1. „Digitalisierung im Bereich der Marketingkommunikation und Distribution unterstützen“ | Kurzfristig | Länder , Gemeinden, Organisationen | Hoch | Gut |
| 5.2. „Digitale Lösungen in den Bereichen Mobilität und Besucherlenkung unterstützen“ | Kurzfristig | Länder , Gemeinden, Organisationen | Hoch | Gut |
| 5.3. „Digital begleitete Angebotsformen nutzen“ | Kurzfristig | Länder , Gemeinden, Organisationen | Hoch | Gut |

C 2.4. Handlungsfeld 4: Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig gestalten

Verkehr und Tourismus stehen in einer engen Wechselbeziehung. Mobilität ist eine konstitutive Voraussetzung für den Tourismus und spielt eine zentrale Rolle bei der Planung und Durchführung touristischer Aktivitäten. So entfallen in Deutschland insgesamt 28 Prozent aller zurückgelegten erdgebundenen Wege beziehungsweise 34 Prozent aller zurückgelegten Personenkilometer auf den Freizeitbereich (BMVI, 2019). Der Flugverkehr geht ebenfalls mehrheitlich auf den Tourismus zurück, insbesondere auf das Segment des Geschäftsreiseturismus. Dieser Bereich verzeichnete im Jahr 2019 195,4 Millionen Geschäftsreisen, die zu Ausgaben in Höhe von 55,3 Milliarden Euro führten. Fast die Hälfte dieser Ausgaben entfiel auf den Transport (VDR, 2020c). Eine bedarfsgerechte und nachhaltige Mobilität ist somit zentral für den Tourismus in Deutschland.

Allerdings haben die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und pauschale Reisewarnungen die internationale Mobilität zeitweise fast zum Erliegen gebracht. Insbesondere der Flugverkehr ist stark betroffen und wird nach aktuellen Prognosen Jahre benötigen, um sich wirtschaftlich zu erholen und wieder das Vorkrisenniveau zu erreichen. Insbesondere der internationale Geschäftsreisemarkt ist praktisch zum Stillstand gekommen.

Generell ist die Mobilitätsinfrastruktur in Deutschland vergleichsweise gut ausgebaut und bietet die Voraussetzungen für eine zügige Wiederaufnahme des Reisegeschehens nach der COVID-19-Krise. Deutschland belegt im weltweiten Vergleich hinsichtlich der Luftfahrtinfrastruktur Platz 16 sowie Platz sechs bei der Straßen- und Hafeninfrastuktur (World Economic Forum, 2019). Während die Mobilitätsangebote in und zwischen den großen Städten in der Regel einen guten Ausbaustand bei hoher Qualität aufweisen, leidet die Erreichbarkeit von strukturschwachen oder ländlichen Räumen oftmals an einem unzureichenden Mobilitätsangebot. Dadurch wird die touristische Wettbewerbsfähigkeit dieser Regionen geschmälert.

Attraktivität von Reisedestinationen setzt Erreichbarkeit voraus

Die Attraktivität von Reisedestinationen und ihre wirtschaftlichen Entwicklungspotenziale hängen entscheidend von ihrer Erreichbarkeit für Reisende ab. Wesentlich für den Tourismus ist daher eine intermodale und zukunftsfähige Verkehrspolitik mit nahtlosen, den Bedürfnissen der Reisenden gerecht werdende Verbindungen der verschiedenen Verkehrsträger im Nah- und Fernverkehr. Das gilt auch für die Anbindung der sogenannten „letzten Meile“ und die bessere verkehrliche Erschließung des ländlichen Raums. Hier sollten der touristische Verkehr und Aspekte des „bequemen Reisens“ berücksichtigt werden.

Zu reibungsloser Mobilität gehört auch eine unbürokratische und effiziente behördliche Abwicklung des internationalen Reiseverkehrs unter Berücksichtigung von sicherheitsrelevanten Aspekten.

Gleichzeitig belasten der weltweit zunehmende Verkehr und daraus resultierende Emissionen Umwelt und Gesundheit. Es bedarf daher ausgewogener Mobilitätslösungen, welche sowohl den Mobilitätsansprüchen von Reisenden gerecht werden als auch die negativen Folgen des Reiseverkehrs für Umwelt und Gesundheit begrenzen.



C 2.4.1. Handlungsempfehlungen

Der Tourismus in Deutschland ist auf bedarfsgerechte, nachhaltige, zukunftsfähige und intermodale Mobilitätsangebote und -infrastrukturen angewiesen. Nachfolgende Handlungsempfehlungen und Vorschläge sind umzusetzen, um die Mobilität für das Reiseland Deutschland zielgerichtet und zukunftsorientiert weiterzuentwickeln.

Handlungsempfehlung 1: Rahmenbedingungen für das Management einer intermodalen und zukunftsfähigen Mobilität und deren Infrastruktur aus touristischer Sicht schaffen

Es bedarf des Ausbaus und der verstärkten Qualitätssicherung der tourismusrelevanten Infrastruktur, um Mobilität zukunftsorientiert, barrierefrei und ökologisch zu gestalten, Bedürfnissen von Gästen sowie Anwohnerinnen und Anwohnern gerecht zu werden und eine bessere verkehrliche Erschließung des ländlichen Raums zu gewährleisten. Die Erreichbarkeit von touristischen Zielen per Schiene, Straße, Luft und Wasser, auch in ländlichen Räumen, muss daher erhalten beziehungsweise ausgebaut und besser miteinander vernetzt werden. Ebenso sind die Rahmenbedingungen für ÖPNV, Fern- und Reisebus sowie On-Demand-Verkehre zu verbessern.

Dabei sind auch die Besonderheiten von Geschäftsreisen zu beachten. Diese unterscheiden sich von Privatreisen unter anderem durch ein gesteigertes Sicherheitsbedürfnis aufgrund der arbeitsrechtlichen Fürsorgepflicht. Im Vergleich zu privaten Reisen wird zudem die Reisezeit bei Geschäftsreisen als Arbeitszeit genutzt und ist somit für die Unternehmen von wirtschaftlicher Bedeutung. Um mobiles Arbeiten auf Reisen zu ermöglichen, ist unter anderem der flächendeckende Ausbau des Breitbandnetzes in Deutschland eine Voraussetzung.¹⁶

Die Freizeitwegeinfrastruktur¹⁷ spielt ebenfalls eine wegweisende Rolle, etwa für Wandern oder Radverkehr als nachhaltige Mobilitätsformen und Tourismusaktivitäten. Das gilt auch für Freizeitwasserstraßen. Das BMVI hat bereits einen Masterplan zur Verbesserung der Sport- und Freizeitschifffahrt auf den Nebenwasserstraßen angekündigt und einen offenen Dialog dazu gestartet.

▪ 1.1. „Stärkung der Infrastruktur vorantreiben“:

Die Umsetzung des Investitionsbeschleunigungsgesetzes sollte vorangetrieben und einem Investitionsstau durch Beschleunigung von Planungs- und Genehmigungsverfahren entgegengewirkt werden. Forciert werden sollten auch Infrastrukturinvestitionen, um eine funktionsfähige, auf die Bedürfnisse der Gäste sowie Anwohnerinnen und Anwohner ausgerichtete Infrastruktur zu entwickeln. Zudem ist auch die Zweckbindung öffentlicher Mittel für die Infrastruktur von Verkehrswegen zu prüfen, um die Flexibilität der Mittelverwendung zu erhöhen.

¹⁶ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 3.

¹⁷ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 6.



▪ **1.2. „Touristische Verkehre in Planungsvorhaben beachten“:**

Es wird empfohlen, die Anforderungen der touristischen Verkehre bei der laufenden Umsetzung des Bundesverkehrswegeplanes 2030, der jährlichen Ausbaugesetze und weiteren verkehrspolitischen Planungsvorhaben stärker zu berücksichtigen.

Relevante Nutzer der Verkehrswegeinfrastruktur sind auch Reisemobile. Diese haben für den Deutschlandtourismus eine zunehmende Bedeutung und benötigen pragmatische, bürokratiearme und bedarfsgerechte Lösungen. Dazu gehört ein ausreichendes Angebot von Stellplätzen in der Umgebung touristisch stark frequentierter Standorte.

▪ **1.3. „Nachhaltige Mobilitätsprojekte fördern“:**

Die Förderung von Mobilitätsprojekten sollte verstärkt an Nachhaltigkeit ausgerichtet werden. Umweltschonende Verkehrsmittel wie Bahn, Bus oder Rad sollten den Vorzug bekommen gegenüber Individual-PKWs oder vermeidbaren (innerdeutschen) Flugreisen. Zudem ist die Förderung nachhaltiger Mobilität auch in ländlichen Räumen und Urlaubsregionen voranzutreiben. Hierzu zählen beispielsweise Fußwege, Radverkehrswege und naturnahe Wege.

▪ **1.4. „Intermodale Mobilität weiterentwickeln und buchbar machen“:**

Um das Ziel einer reibungslosen Mobilität zu erreichen, müssen verkehrsmittelübergreifende intelligente Mobilitätskonzepte entwickelt und ausgebaut werden. Daher sollte der infrastrukturelle Ausbau zentraler Mobilitätsdrehscheiben vorangetrieben werden, die den Umstieg zwischen privatem und öffentlichem Verkehr auf Straße, Schiene, Wasser und Luft vereinfachen. Hier könnte ein Sonderprogramm für Bahnhöfe ansetzen, mit dessen Hilfe ihre Attraktivität durch den Ausbau zu Mobilitätszentralen über die Integration angebundener Mobilitätsangebote gesteigert wird¹⁸.

Zur Förderung von intermodaler Mobilität sollte zudem ein Rahmen geschaffen werden, der die gesamte Reisekette inklusive der „letzten Meile“ synchronisiert, entlang der Customer Journey Informations-, Buchungs- sowie Zahlungs- und Abrechnungsprozesse abbildet und dabei die Möglichkeiten der Plattformökonomie nutzt. Dabei sollten auch die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden, insbesondere bei Abrechnungsprozessen, beachtet werden. Dann können Unternehmen die Mobilitätsangebote in ihre Prozesse integrieren und nachhaltigere Mobilitätslösungen werden für sie attraktiver. Der dazu erforderliche Rahmen ist zu definieren und könnte in einem staatlich und privatwirtschaftlich geförderten „Innovation Lab“ ausgestaltet werden.

▪ **1.5. „Touristische Belange im Rahmen der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes berücksichtigen“:**

Die Rahmenbedingungen für ÖPNV (inklusive Schienenpersonennahverkehr), Fernbus sowie On-Demand-Verkehre sind bei der laufenden Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes aus touristischer Perspektive zu verbessern. Ziel sollte unter anderem sein, Gelegenheitsverkehre mit mehr Flexibilität zu ermöglichen und die Einführung neuer Mobilitätskonzepte („Flächenverkehre“) zu unterstützen.

¹⁸ Siehe auch Vorschlag 3.4. „Infrastrukturausbau, Steigerung der Aufenthaltsqualität und Intermodale Verknüpfung an Busbahnhöfen vorantreiben“ in Handlungsempfehlung 3 dieses Handlungsfeldes.



- **1.6. „Radwegeinfrastruktur stärken“:**

Nicht zuletzt die COVID-19-Pandemie hat den Bedarf an einer entsprechenden Radwegeinfrastruktur, insbesondere in Städten, aufgezeigt. So entstanden in verschiedenen Städten Deutschlands kurzzeitig sogenannte „Pop-up-Radwege“. Daher gilt es, das Radwegenetz inklusive einem entsprechenden Informationsleitsystem auszubauen und die Verbindung mit anderen Verkehrsträgern voranzutreiben. Darüber hinaus sollte eine bedarfsgerechte Ladeinfrastruktur für E-Bikes gewährleistet und eine digital abrufbare Datenbank für Ladesäulen entwickelt werden. Zudem wird empfohlen, das Bike+Ride-Programm des Bundes mit zusätzlichen Abstellanlagen für Fahrräder an Bahnhöfen auszubauen und über 2022 hinaus fortzuführen.

- **1.7. „Qualität der Wanderwegeinfrastruktur sichern und ausbauen“:**

Zu einer zukunftsfähigen Infrastruktur im Tourismus gehören auch die Wanderwege, deren Bedeutung insbesondere in der Corona-Krise deutlich wurde. Hierfür ist das deutschlandweite Wanderwegenetz auszubauen und die Infrastruktur voranzutreiben. Dies bedarf der Förderung qualitätsgeprüfter Wanderwege und entsprechender Informations- und Leitsysteme, wie einer bundeseinheitlichen Beschilderung. Darüber hinaus muss der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur in Einklang mit der Wanderwegeinfrastruktur stehen – und darf nicht zu Lasten von Wanderern gehen. Zudem sollte bei der Verbindung von Verkehrsträgern im Sinne einer intermodalen Mobilität das Wanderwegenetz mit einbezogen werden.

Handlungsempfehlung 2: Mit einem attraktiveren Schienenverkehr zur Förderung nachhaltiger Mobilität und der Erschließung ländlicher Räume beitragen

Dem elektrifizierten Schienenverkehr kommt sowohl aus tourismus- wie auch umweltpolitischer Sicht eine besondere Bedeutung zu, gerade bei der Erschließung ländlicher Räume. Dieser kann auf Basis einer verbesserten Angebotsquantität und -qualität, unter anderem durch Erhöhung von Kapazität und Taktung, seine touristische Attraktivität steigern und gleichzeitig die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung verbessern. Mit der Unterzeichnung des Schienenpakts Ende Juni 2020 und dem „Masterplan Schienenverkehr“ wurden bereits wichtige Weichen hinsichtlich Steigerung von Kapazitäten und Angebotsqualität gestellt (BMVI, 2020).

Auch im Hinblick auf eine zunehmend nachhaltige Gestaltung der touristischen Mobilität im Zusammenhang mit der Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele der Bundesregierung nimmt der Schienenverkehr eine immer wichtigere Rolle ein. Während der Schienenverkehr bei längeren Urlaubsreisen ab fünf Tagen nur bei fünf Prozent als Verkehrsmittel genutzt wird, spielt er bei Kurzurlaubsreisen unter fünf Tagen mit 19 Prozent eine übergeordnete Rolle. Allerdings liegt der deutlich umweltfreundlichere Schienenverkehr immer noch weit hinter den emissionsstärkeren Verkehrsmitteln PKW (63 % der Kurzurlaube und 45 % der längeren Reisen) und Flugzeug mit 41 Prozent der längeren Reisen (NIT, 2019). Ziel sollte es sein, diesen Abstand zu verringern.

- **2.1. „Schienenverkehrsprojekte mit touristischer Bedeutung fördern“:**

Es sollten insbesondere Schienenverkehrsprojekte gefördert werden, die Netz-Engpässe in den Bahnknoten und auf überlasteten Strecken beseitigen. Dazu gehören der



Ausbau der Streckenelektrifizierung, der zweigleisige Ausbau bisher eingleisiger Strecken, die Reaktivierung stillgelegter, aber mit verändertem Mobilitätsverhalten künftig wieder wirtschaftlicher Strecken sowie der flächendeckende Anschluss von Oberzentren und Tourismusgebieten an den ICE/IC-Personenfernverkehr.

▪ **2.2. „Attraktivität an Bord und in Bahnhöfen steigern“:**

Die Aufenthaltsqualität und Barrierefreiheit an Bord der Züge und in Bahnhöfen gilt es zu steigern, insbesondere mit Möglichkeiten zur Mitnahme von Rad, Gepäck und Kinderwagen sowie einer Mobilfunknetzabdeckung auch in IC und Regionalbahnen und einem umfassenden WLAN-Angebot.

Bei der Aufenthaltsqualität an Bahnhöfen wurde seitens des BMVI und der Deutschen Bahn durch das Sofortprogramm für attraktive Bahnhöfe erste Schritte auf den Weg gebracht. In diesem Rahmen sollten noch in 2020 knapp 170 Bahnhöfe aufgewertet und unter anderem der Ausbau der Barrierefreiheit vorangetrieben werden.

▪ **2.3. „Europaweiten Schienenverkehr fördern, um wichtige touristische Quellmärkte weiter zu erschließen“:**

Mit Blick auf die weitere Ausschöpfung touristischer Quellmarktpotenziale ist der grenzüberschreitende Schienenverkehr zu fördern, unter anderem hinsichtlich der Infrastruktur (zum Beispiel Elektrifizierung relevanter Strecken) oder dem Produkt- und Leistungsangebot (zum Beispiel grenzüberschreitende Sparangebote, Gültigkeitsbereiche von Tickets).

Handlungsempfehlung 3: Bustouristik und Reisebusse als umweltschonende und effiziente Verkehrsmittel stärker fördern und Bürokratie reduzieren

Ein wesentlicher Aspekt der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung ist die Förderung umweltschonender und effizienter Verkehrsmittel. Zu diesen gehört neben der Bahn auch der Reisebus, der zur Verringerung des Individualverkehrs beiträgt und zunehmend mit umweltschonender Technologie ausgestattet ist.

▪ **3.1. „Chancen- und Wettbewerbsgleichheit umweltschonender und effizienter Verkehrsmittel forcieren“:**

Für die deutsche Bustouristik steht der Erhalt der Chancen- und Wettbewerbsgleichheit mit anderen Verkehrsmitteln wie der Bahn im Vordergrund. Eine Änderung der Mehrwertsteuersystematik zugunsten von nachhaltiger Mobilität bei Fernreisen mit dem Bus und eine Senkung der Mehrwertsteuer auf Fernbustickets analog zum Schienenfernverkehr sollte daher vorgenommen werden, wie bereits in Teil B der Studie skizziert.

Im Sinne der Gleichberechtigung mit anderen Verkehrsträgern (Bahn, ÖPNV) sowie zur Erhaltung der Attraktivität umweltfreundlicher Fern- und Reisebusse, ist die Zufahrt in die Innenstädte grundsätzlich zu befürworten. Eine Bus-Maut ist wegen der Wettbewerbsgleichheit mit anderen Verkehrsträgern ebenfalls kritisch zu bewerten. Es gilt derartige Verkehrsangebote so attraktiv zu gestalten, dass sie durch Reisende angenommen werden.



▪ **3.2. „Auf EU-weit einheitliche und bürokratieabbauende Regelungen hinwirken“:**

Auch beim Busverkehr sind Bürokratieabbau sowie EU-weit einheitliche Regelungen anzustreben, die dem grenzüberschreitenden Beförderungsverkehr und kleinen und mittelständischen Busunternehmen zugutekommen. Dazu gehören eine einheitliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie, die den bürokratischen Aufwand zur Erfüllung der Mehrwertsteuerpflicht reduziert. Das gilt auch für die Abschaffung des EU-Fahrtenblatts, Verbesserungen bei der Ausstellung einer A1-Bescheinigung, die Anpassung des Entsendebegriffs (mit Klarstellung, dass Transitfahrten und Gelegenheitsverkehrsfahrten vom Geltungsbereich der Richtlinie ausgenommen sind) oder das Beschränken der Dokumentationspflicht von Unterlagen (Arbeitsvertrag und Lohnunterlagen).

Bei der A1-Bescheinigung handelt es sich um ein Entsendeformular, das bescheinigt, welches Sozialsystem für einen Versicherten zuständig ist. Bei Dienstreisen wird dadurch vermieden, dass bei einer Entsendung Sozialversicherungsbeiträge gleichzeitig in zwei EU-Staaten fällig werden. Möglichkeiten, die Ausstellung einer A1-Bescheinigung zu verbessern, sind eine zentrale Anlaufstelle oder eine länger und in allen EU-Staaten gültige Ausstellung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die häufig aber oftmals unplanbar EU-weit tätig sind.

▪ **3.3. „Rahmenbedingungen durch Digitalisierung vereinfachen“:**

Bei der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes sollten die Rahmenbedingungen für den Fernbusverkehr durch ein vereinfachtes und digitales Genehmigungsverfahren verbessert werden.

▪ **3.4. „Infrastrukturausbau, Steigerung der Aufenthaltsqualität und intermodale Verknüpfung an Busbahnhöfen vorantreiben“:**

Die Politik sollte darauf hinwirken, die Aufenthaltsqualität und Barrierefreiheit in Busbahnhöfen und somit die Attraktivität auch für Touristinnen und Touristen zu steigern. Darüber hinaus ist die Infrastruktur von Busbahnhöfen zukunftsgerichtet auszubauen, unter anderem durch die Ausstattung mit Stromanschlüssen zur Förderung der E-Mobilität. Zudem sollte die Verknüpfung von Linienverkehren (ÖPNV und Fernbus) im Zentrum der Städte unterstützt werden, damit attraktive Umsteigeverbindungen entstehen, die ökologische Verkehrsträger zusammenbringen. Auch wenn dies in die Zuständigkeit der Länder fällt, sollte der Bund die ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um entsprechende Anstöße zu geben.

▪ **3.5. „City-Hub-Konzept entwickeln und im Rahmen eines Pilotprojekts in Köln umsetzen“:**

Die Verknüpfung verschiedener Leistungsträger wie Bahn und Bus sollte im Sinne eines intermodalen Verkehrsknotenpunktes (inklusive einer digitalen Plattform zur Reduzierung von Nutzungsbarrieren beziehungsweise Förderung integrierter Leistungsträgernutzung) als Pilotprojekt vorangetrieben werden. In Köln bestehen bereits erste Pilotierungsansätze, weshalb sich die Stadt für ein solches Pilotprojekt anbietet.

Handlungsempfehlung 4: Integriertes ÖPNV-Angebot an Bedürfnissen von Gästen sowie Anwohnerinnen und Anwohnern ausrichten

Mit zunehmendem Ausbau des touristisch motivierten Fernverkehrs per Bahn und Bus gewinnt auch ein auf die Bedürfnisse von Touristinnen und Touristen zugeschnittenes ÖPNV-Angebot an Wert. Auch wenn der ÖPNV in die Zuständigkeit der Länder fällt, sollte der Bund die ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um entsprechende Anstöße zu geben.

▪ 4.1. „Touristische Verkehre im ÖPNV berücksichtigen“:

Auf Länderebene sollte stärker darauf hingewirkt werden, dass touristische Verkehre bei Planungsvorhaben im Bereich des ÖPNV berücksichtigt werden. Dabei gilt es in Abstimmung zwischen den Ländern die Planung des Nahverkehrs und die Entwicklung des Angebots aus touristischer Perspektive zu unterstützen. Hierbei sollte die Attraktivität des nachhaltigen Verkehrs mit Bahn und Bus gefördert beziehungsweise Kapazitäten besser gesteuert werden. Beispielhaft hierfür stehen autonome Busse, Technologien zur Besucherlenkung sowie ÖPNV-Alternativen zum motorisierten Individualverkehr.

▪ 4.2. „Erschließung der „letzten Meile“ vorantreiben“:

Auch der Anschluss an die Fernverkehrsangebote von Bahn und Bus als wesentliches Planungselement im ÖPNV sollte forciert werden, um die sogenannte „letzte Meile“ für Reisende möglichst nutzerfreundlich und in die Reisekette integriert zu gestalten. Auch hier sollten alternative Angebote berücksichtigt werden. Beim Ausbau von Bahnhöfen zu Mobilitätzentren sollte nicht nur der ÖPNV beachtet werden, sondern auch Sharing Angebote, der Verleih von E-Bikes oder neue autonome und On-demand Mobilitätskonzepte.

▪ 4.3. „Modellvorhaben Tourismusticket ÖPNV/SPNV entwickeln und testen“:

Eine weitere Möglichkeit zur Attraktivitätssteigerung des Tourismusstandorts Deutschland ist die Einführung eines bundesweiten Tourismustickets für den öffentlichen Personennahverkehr und den Schienenpersonennahverkehr. Die Praktikabilität eines solchen bundesweiten Tourismustickets sollte anhand eines Modellvorhabens durch die Länder entwickelt und getestet werden.

Handlungsempfehlung 5: Luftverkehr emissionsärmer und wettbewerbsfähiger gestalten

▪ 5.1. „Single European Sky Prozess beschleunigen“:

Mit Fokus auf die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung sollten im Luftverkehr stärkere Anreize zur Entwicklung von emissionsreduzierenden und nachhaltigen Innovationen geschaffen werden. Einer der größten Treiber für Einsparungen von Emissionen ist die Vereinheitlichung des europäischen Luftraumes zu einem „Single European Sky“, wodurch der Emissionsausstoß um bis zu zehn Prozent gesenkt werden könnte (Europäische Kommission, 2020). Die Entwicklung eines solchen europäischen Luftraums ohne Grenzen sollte daher stärker vorangetrieben werden. Der aufgrund der Corona-Krise stark reduzierte Luftverkehr bietet eine Möglichkeit für umfassende



Änderungen, um Verspätungen, Umweltbelastungen, Warteschleifen und vorgegebenen Umwegen entgegenzuwirken.

▪ **5.2. „Nachhaltigkeit durch Innovationen und Kompensation fördern“:**

Die Entwicklung neuer emissionsärmerer Flugzeuge stellt den größten Hebel zur nachhaltigeren Gestaltung des Luftverkehrs dar, der jedoch umfassende Investitionen voraussetzt. Weitere Hebel sind die Entwicklung alternativer Kraftstoffe sowie die Kompensation von Emissionen. Mit der Einführung von CORSIA (Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation) gilt ab 2020 ein globales Klimaschutzinstrument für den internationalen Luftverkehr. Dadurch soll dieser CO₂-neutral wachsen. Das System ist jedoch erst ab 2027 verpflichtend. Mit der freiwilligen Teilnahme ab 2020 setzt Deutschland zusammen mit rund 80 weiteren Staaten ein wichtiges Zeichen.

Es bedarf entsprechender Anreize für die Forschung und Entwicklung neuer emissionsärmerer Flugzeuge und alternativer Kraftstoffe. Dazu kommt eine stärkere Bewerbung der Kompensation von Emissionen seitens der öffentlichen Hand. Da die heutigen Konzepte zur Reduzierung von Emissionen im Flugverkehr nicht ausreichend zielführend sind, sind Alternativen zu entwickeln.

▪ **5.3. „Wettbewerbsverzerrungen auf EU-Ebene reduzieren“:**

Es sollte auf eine Angleichung auf EU-Ebene bei der Luftverkehrssteuer hingewirkt werden, um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden. Die Steuer sollte für die Förderung von Nachhaltigkeit im Luftverkehr eingesetzt werden. Daher ist zu prüfen, ob sie in Form eines Fonds in die Entwicklung emissionsärmerer Innovationen der Luftfahrt investiert werden kann. Zu prüfen ist auch eine Bindung der Höhe dieser Steuer nicht nur an die Entfernung, sondern auch an die Länge des Aufenthaltes, um im Sinne der Nachhaltigkeit auf längere Aufenthalte bei Flugreisen hinzuwirken. Ebenso ist im Zuge des European Green Deal verstärkt auf eine einheitliche nachhaltige Lösung hinzuarbeiten.

▪ **5.4. „Prozessoptimierungen insbesondere an Flughäfen vorantreiben“:**

Die Automatisierung von Prozessen in der Flugsicherung ist voranzutreiben. Das bedarf kompatibler Flugsicherungsdienste sowie entsprechender Schnittstellen mit Bodenprozessen. Darüber hinaus müssen Bodenprozesse an deutschen Flughäfen verbessert werden, etwa durch den Aufbau entsprechender Kompetenzen, den Einsatz einheitlicher und moderner Sicherheitskontrollsysteme, einer Standardisierung der Abläufe sowie durch ausreichend geschultes Personal.

Handlungsempfehlung 6: Umweltstandards im Kreuzfahrtsektor und den Ausbau entsprechender Infrastrukturen vorantreiben

Die Kreuzfahrtbranche hat nicht zuletzt unter dem Druck ihrer Kunden und der Öffentlichkeit den Prozess begonnen, Emissionen zu reduzieren sowie Umweltstandards, wie die Landstromversorgung in Häfen, weiterzuentwickeln. Hier bedarf es einer intensiven Unterstützung der öffentlichen Hand, um im Rahmen von Infrastrukturmaßnahmen die Bemühungen der Branche zu unterstützen. Mit dem Beschluss der „Verordnung über Netzentgelte bei der

Landstromversorgung und zur redaktionellen Anpassung von Vorschriften im Regulierungsrecht“ wurde dieser Prozess begonnen. Er bedarf einer weiteren Intensivierung, um das Angebot von Landstrom in deutschen Häfen weiter auszubauen.

▪ **6.1. „Konzept für eine nachhaltige Kreuzfahrtindustrie entwickeln“:**

Schweröl-Antriebe bei Kreuzfahrtschiffen sollten weiter reduziert werden. Mögliche Maßnahmen wären ein Verbot von Schwerölantrieben, Ankerverbote für Kreuzfahrtschiffe mit Schwerölantrieb in deutschen Häfen, entsprechende Fördermaßnahmen und der Infrastrukturausbau für LNG und der Landstromversorgung.

▪ **6.2. „Anreize zur Entwicklung nachhaltiger Innovationen schaffen“:**

Um im Bereich der maritimen Technologien nachhaltige Innovationen wie Wasserstoffantriebe voranzutreiben, sollten entsprechende Projekte stärker gefördert und gezielt Anreize geschaffen werden.

C 2.4.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung¹⁹

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|--------------------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Rahmenbedingungen für das Management einer intermodalen und zukunftsfähigen Mobilität und deren Infrastruktur aus touristischer Sicht schaffen | | | | |
| 1.1. „Stärkung der Infrastruktur vorantreiben“ | Dauerhaft | Bund , Länder | Hoch | Mittel |
| 1.2. „Touristische Verkehre in Planungsvorhaben beachten“ | Dauerhaft | Bund , Länder | Hoch | Mittel |
| 1.3. „Nachhaltige Mobilitätsprojekte fördern“ | Dauerhaft | Bund , Länder | Hoch | Mittel |
| 1.4. „Intermodale Mobilität weiterentwickeln und buchbar machen“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Mittel |
| 1.5. „Touristische Belange im Rahmen der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes berücksichtigen“ | Kurzfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 1.6. „Radwegeinfrastruktur stärken“ | Mittelfristig | Bund, Länder | Hoch | Mittel |
| 1.7. „Qualität der Wanderwegeinfrastruktur sichern und ausbauen“ | Mittelfristig | Bund, Länder | Hoch | Mittel |
| Handlungsempfehlung 2: Mit einem attraktiveren Schienenverkehr zur Förderung nachhaltiger Mobilität und der Erschließung ländlicher Räume beitragen | | | | |
| 2.1. „Schienenverkehrsprojekte mit touristischer Bedeutung fördern“ | Mittelfristig | Bund , Länder, Betriebe | Hoch | Mittel |
| 2.2. „Attraktivität an Bord und in Bahnhöfen steigern“ | Mittelfristig | Bund, Länder , Betriebe | Hoch | Mittel |

¹⁹ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.



| | | | | |
|---|---------------|--|--------|--------|
| 2.3. „Europaweiten Schienenverkehr fördern, um wichtige touristische Quellmärkte weiter zu erschließen“ | Mittelfristig | Bund , Betriebe | Hoch | Mittel |
| Handlungsempfehlung 3: Bustouristik und Reisebusse als umweltschonende und effiziente Verkehrsmittel stärker fördern und Bürokratie reduzieren | | | | |
| 3.1. „Chancen- und Wettbewerbsgleichheit umweltschonender und effizienter Verkehrsmittel forcieren“ | Kurzfristig | Bund , Länder | Mittel | Mittel |
| 3.2. „Auf EU-weit einheitliche und bürokratieabbauende Regelungen hinwirken“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Gut |
| 3.3. „Rahmenbedingungen durch Digitalisierung vereinfachen“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Mittel |
| 3.4. „Infrastrukturausbau, Steigerung der Aufenthaltsqualität und intermodale Verknüpfung an Busbahnhöfen vorantreiben“ | Mittelfristig | Bund, Länder , Betriebe | Hoch | Mittel |
| 3.5. „City-Hub-Konzept entwickeln und im Rahmen eines Pilotprojekts in Köln umsetzen“ | Mittelfristig | Länder, Kommunen , Betriebe | Hoch | Mittel |
| Handlungsempfehlung 4: Integriertes ÖPNV-Angebot an Bedürfnissen von Gästen sowie Anwohnerinnen und Anwohnern ausrichten | | | | |
| 4.1. „Touristische Verkehre im ÖPNV berücksichtigen“ | Dauerhaft | Länder , Kommunen, Betriebe | Hoch | Mittel |
| 4.2. „Erschließung der „letzten Meile“ vorantreiben“ | Mittelfristig | Länder , Kommunen, Betriebe | Hoch | Mittel |
| 4.3. „Modellvorhaben Tourismusticket ÖPNV/SPNV entwickeln und testen“ | Mittelfristig | Bund, Länder , Kommunen, Betriebe | Hoch | Mittel |
| Handlungsempfehlung 5: Luftverkehr emissionsärmer und wettbewerbsfähiger gestalten | | | | |
| 5.1. „Single European Sky Prozess beschleunigen“ | Kurzfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 5.2. „Nachhaltigkeit durch Innovationen und Kompensation fördern“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Mittel |
| 5.3. „Wettbewerbsverzerrungen auf EU-Ebene reduzieren“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Mittel |
| 5.4. „Prozessoptimierungen insbesondere an Flughäfen vorantreiben“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Mittel | Mittel |
| Handlungsempfehlung 6: Umweltstandards im Kreuzfahrtsektor und den Ausbau entsprechender Infrastrukturen vorantreiben | | | | |
| 6.1. „Konzept für eine nachhaltige Kreuzfahrtindustrie entwickeln“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Mittel |
| 6.2. „Anreize zur Entwicklung nachhaltiger Innovationen schaffen“ | Dauerhaft | Bund | Mittel | Mittel |

C 2.5. Handlungsfeld 5: Beschäftigung im Tourismus Zukunft und Perspektive geben

Die Knappheit an Arbeits- und Fachkräften gilt als eine zentrale Herausforderung der Tourismuswirtschaft. Branchenverbände und Unternehmensvertreter beklagen seit Jahren, dass es sich zunehmend schwieriger gestaltet, geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu halten.

Bis zur COVID-19-Pandemie beurteilten die Unternehmen den Fachkräftemangel als schwerwiegendstes Risiko für die künftige wirtschaftliche Entwicklung (DIHK, 2019a). Fast drei Millionen Menschen sind in der Tourismuswirtschaft beschäftigt, ein Großteil in mittelständischen Unternehmen. Insgesamt ist jeder 15. Arbeitsplatz in Deutschland im Tourismus zu finden (BMW, 2017b). Die Wirtschaftsministerkonferenz hat bereits im Juli 2018 einen Zehn-Punkte-Plan zur Fachkräftesicherung im Gastgewerbe beschlossen.

COVID-19-Pandemie verschärft den Arbeitsmarkt kurz- und mittelfristig für Arbeitnehmende und Arbeitgebende in zwei Richtungen

Die bislang in Deutschland weitestgehend als sicherer Arbeitgeber wahrgenommene Tourismusbranche und der damit verbundene Arbeitsmarkt wurden durch die COVID-19-Pandemie und die starken Beschränkungen für Reisen und Freizeit grundlegend erschüttert. Unternehmen gerieten zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten. Alleine im Hotel- und Gaststättengewerbe sehen sich mehr als 60 Prozent der Betriebe in ihrer Existenz bedroht (DEHOGA Bundesverband, 2020b). Der Deutsche Reiseverband rechnet für die Zeit von März bis zum Jahresende 2020 mit einem Umsatzeinbruch von über 28 Milliarden Euro bei Reiseveranstaltern und Reisebüros. Das entspricht einem Umsatzrückgang von rund 80 Prozent (DRV, 2020d). Gut die Hälfte aller deutschen Reiseveranstalter fürchtet eine drohende Insolvenz.

Durch Überbrückungshilfen, Kurzarbeitergeld und weitere Maßnahmen wird die angeschlagene Branche durch den Bund unterstützt.²⁰ Doch die Zukunft vieler Unternehmen und damit auch Arbeitsplätze im Tourismus ist aktuell ungewiss. Kurz und mittelfristig geht damit eine Entspannung der Arbeits- und Fachkräftesituation für Unternehmen einher. Fluktuation und alternative Arbeitsangebote für Beschäftigte sind schwach ausgeprägt. Bei Eintreten drohender Insolvenzen werden branchenerfahrene Fach- und Arbeitskräfte für die verbleibenden Unternehmen verfügbar. Doch auch das Image der einst beschäftigungssicheren Branche hat unter den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie gelitten. Nach der Krise wird sich der Wettbewerb mit anderen Branchen um Nachwuchskräfte zusätzlich verschärfen.

Deutschland im internationalen Vergleich dennoch insgesamt gut aufgestellt

Der „Travel & Tourism Competitiveness Report 2019“ bescheinigt Deutschland eine überdurchschnittlich positive Situation im Bereich „Personelle Ressourcen & Arbeitsmarkt“. Relevante Faktoren der Bewertung sind hier die Verfügbarkeit hochqualifizierter Fachkräfte sowie die Ressourcenallokation des Faktors Arbeit. Auch die formalen Bildungsabschlüsse, die Beteiligung der Privatwirtschaft, die Flexibilität des Arbeitsmarktes sowie dessen Offenheit und Durchlässigkeit fließen mit in die Bewertung ein. In diesem Bereich liegt Deutschland auf Platz

²⁰ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.



2 der europäischen Länder – lediglich die Schweiz schneidet besser ab (World Economic Forum, 2019).

Allerdings haben immer mehr Betriebe, besonders im Gastgewerbe, Schwierigkeiten, Arbeitskräfte, Auszubildende und insbesondere Fachkräfte zu finden und ihre Unternehmensnachfolge zu sichern (DIHK, 2019b). So sind die bisherigen Maßnahmen zur Sicherung von Fach- und Arbeitskräften im Tourismus gekennzeichnet von einer Vielzahl von Einzelaktivitäten unterschiedlicher Ebenen und Teilbereiche im Tourismus. Regionale Unternehmensnetzwerke oder Öffentlichkeitskampagnen der Branchenverbände gehen aufgrund ihrer Kleinteiligkeit mit zumeist hohem und ineffizientem Ressourceneinsatz einher.

Nicht zuletzt gilt die Tourismusbranche trotz positiver Assoziationen mit dem Produkt Reise als wenig attraktiver Arbeitgeber. Beschäftigte in touristischen Dienstleistungsberufen erfahren oftmals nicht die erwartete oder erwünschte berufliche und gesellschaftliche Wertschätzung. Dieses negative Image wirkt sich auch auf die Verfügbarkeit von Fach- und Arbeitskräften für Unternehmen aus (Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, 2019). Folglich sinkt die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber auf Stellenausschreibungen.

C 2.5.1. Handlungsempfehlungen

Eine dauerhafte und leistungsstarke Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus bedarf gemeinsamer und abgestimmter Anstrengungen der Tourismuswirtschaft, der Verbände und Kammern, der Bundesregierung, der Länder sowie der Bundesagentur für Arbeit. Hierzu werden folgende Handlungsempfehlungen vorgeschlagen.

Handlungsempfehlung 1: Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus unterstützen

- **1.1. „Gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus entwickeln und umsetzen“:**

Auf Basis des Zehn-Punkte-Plans zur Fachkräftesicherung im Gastgewerbe sollten gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung für die gesamte Tourismusbranche formuliert werden. Die Leitlinien sind dabei zwischen den Spitzenverbänden der Tourismuswirtschaft, Bund, Ländern, Bundesagentur für Arbeit, Gewerkschaften sowie der Privatwirtschaft abzustimmen sowie unter Berücksichtigung der Branchenanforderungen zu entwickeln. Zur Umsetzung der Leitlinien bedarf es eine koordinierte und gemeinsam von den Branchenverbänden getragene Vorgehensweise samt einer für alle Partner verpflichtende Umsetzungssteuerung und Erfolgskontrolle. In diesem Zusammenhang sind ebenso die Bündelung und die ergänzende Förderung bestehender Ressourcen zur Fach- und Arbeitskräftegewinnung und -sicherung auf Bundesebene sinnvoll.

Handlungsempfehlung 2: Rechtliche Rahmenbedingung für mehr Beschäftigung im Tourismus bedarfsgerecht weiterentwickeln

Rechtliche Rahmenbedingungen haben erheblichen Einfluss auf die Attraktivität der Tourismusbranche und die Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ihre Verdienst- und Entwicklungsmöglichkeiten und ihren Zugang zum Arbeitsmarkt. Als wichtige Stellschrauben

sind hier unter anderem das Arbeitszeitgesetz, das Mindestlohngesetz oder das Fachkräfteeinwanderungsgesetz zu nennen.

Um Unternehmertum zu fördern und die Chancen der Branche im Wettbewerb um Fach- und Arbeitskräfte zu steigern, sollten rechtliche Rahmenbedingungen regelmäßig überprüft und bedarfsgerecht für den Tourismus weiterentwickelt werden. Denn aufgrund der hohen Abhängigkeit von Service und Dienstleistung wird die Tourismusbranche wie kaum ein anderer Wirtschaftsbereich durch gesetzliche Rahmenbedingungen des Arbeitsrechts beeinflusst. Die Weiterentwicklung des Tourismus und die Förderung von Unternehmertum erfordern deshalb, diese Rahmenbedingungen im Sinne des Branchenbedarfs zu verbessern. Branchenübergreifende Auswirkungen oder gesetzliche Erfordernisse sind dabei abzuwägen.

▪ **2.1. „Bestimmungen des Arbeitszeitgesetzes überprüfen und bedarfsgerecht weiterentwickeln“:**

Übergreifende gesetzliche Rahmenbedingungen müssen zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit auch den besonderen Erfordernissen der Tourismusbranche Rechnung tragen. Insbesondere in klein- und mittelständischen Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie bei vielen touristischen Leistungsanbietern sind flexiblere Arbeits- und Arbeitszeitmodelle zur Anpassung an Spitzen- und Geringauslastungen für eine wettbewerbsfähige Unternehmensführung von zentraler Bedeutung. Die Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf müssen bei Weiterentwicklung der geltenden Regelungen berücksichtigt werden.

▪ **2.2. „Beschäftigung wenig beachteter Arbeitnehmerzielgruppen vereinfachen und stärken“:**

Die Rekrutierung und Beschäftigung bislang weniger beachteter Zielgruppen wie Quereinsteigende, ältere Arbeitskräfte oder Langzeitarbeitslose sollte vereinfacht werden. Insbesondere die Beschäftigung von Menschen aus Nicht-EU-Ländern, Asylbewerberinnen und -bewerbern und Geflüchteten sollte für Unternehmen vereinfacht, langfristig berechenbar und risikoarm ausgestaltet werden. Denn der Tourismus gilt als eine internationale Branche, der es gut gelingen kann, geflüchtete Menschen sowie Migrantinnen und Migranten zu integrieren (Mayer-Bonde, 2018).

▪ **2.3. „Mangelberufe im Tourismus prüfen und anerkennen und gesetzliche Rahmenbedingungen verbessern“:**

Es ist zu prüfen, ob besonders durch Fachkräftemangel betroffene Berufe im Tourismus auf die Liste der Mangelberufe aufgenommen werden können. Die Attraktivitätssteigerung für Mangelberufe könnte durch Festlegung besonderer gesetzlicher Mindeststandards, wie zum Beispiel einer Anhebung des Mindestlohns, der steuerlichen Entlastung in der Einkommenssteuer und bei Sozialabgaben sowie durch vereinfachte Zugänge zum Arbeitsmarkt erfolgen.



Handlungsempfehlung 3: Aus- und Weiterbildung im Tourismus attraktiver gestalten

Ausreichend qualifizierte Fachkräfte können für die Tourismuswirtschaft ebenso nur sichergestellt werden, wenn einer Vielzahl junger Menschen und Weiterbildungsinteressierter Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Tourismus zur Verfügung stehen, die auf die individuelle Leistungsfähigkeit und den Bedarf angepasst werden. Hierfür sind die Aus- und Weiterbildung im Tourismus im dualen System ebenso wie in der akademischen Ausbildung den dynamischen Veränderungen der Branche anzupassen, weiterzuentwickeln und attraktiver zu gestalten.

Insbesondere in der akademischen Tourismusausbildung sind seit einigen Jahren Einschnitte in Lehre und Forschung zu verzeichnen (Mayer-Bonde, 2020). Privatisierte Bildungseinrichtungen können den Ausbildungs- und Forschungsbedarf nur bedingt decken. Gerade Forschung bildet die Grundlage guter Lehre und Ausbildung sowie guter Praxis. Auch ein aussagekräftiges Monitoring basiert auf angewandter Forschung. In Ausbildung wie Forschung sollten die zunehmend ausdifferenzierten Spezifika von Branchensegmenten berücksichtigt werden. So unterscheidet sich Luftverkehr deutlich von Hotelmanagement, Destinationsentwicklung oder Reisevertrieb.

- **3.1. „Duale touristische Berufsausbildungen und Weiterbildungen optimieren und weiterentwickeln“:**

Bestehende Berufsbilder sowie Aus- und Weiterbildungsinhalte im Tourismus sollten regelmäßig auf aktuelle und zukünftige Branchenanforderungen, Inhalte und deren Zukunftsfähigkeit und Attraktivität im Vergleich zu anderen Branchen überprüft und weiterentwickelt werden. Hierzu ist ein regelmäßiger Dialog von Unternehmen, Branchen- und Fachverbänden sowie staatlichen Institutionen und Organisationen der Berufsbildung erforderlich. Auch die Gestaltung optimaler Rahmenbedingungen für die Berufsausbildung muss Teil dieses Dialogs und der Weiterentwicklung sein. Hierzu gehören beispielsweise die Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die Stärkung der beruflichen Bildung in ländlichen Räumen, die breite Vermittlung von Berufsbildern bei der Berufsorientierung in Schulen und Hochschulen, der Ausbau der Kooperationen von Betrieben, Schulen und öffentlichen Institutionen für eine qualifizierte Ausbildung im Tourismus sowie die Steigerung der Qualität der Ausbildung in Betrieben und an dualen Hochschulen. Der Auf- und Ausbau digitaler Kompetenzen sollte auch hinsichtlich neuer digitaler Geschäftsmodelle schneller als bislang in touristische Berufsbilder integriert werden.

- **3.2. „Akademische Forschung und Lehre im Tourismus stärken und ausbauen“:**

In der Förderung von Hochschulstudiengängen mit touristischen Schwerpunkten sind neue und zukunftsgerichtete Impulse zu setzen. Ein zentrales Thema in der zukunftsorientierten Tourismusforschung und -lehre ist Innovation. In einer Querschnittsbranche sollten Kooperationen mit anderen Branchen wie Verkehr, Landwirtschaft, Entwicklung etc. erarbeitet werden. Darüber hinaus sollten Zukunftskonzepte für die akademische Tourismusausbildung erarbeitet und umgesetzt werden, angebotsseitig hinsichtlich Studienstandorten, Studiengängen, Professuren etc. und nachfrageseitig hinsichtlich Studiendauer, Zukunftsperspektiven und Verbleib der Absolventinnen und Absolventen. Um universitäre Tourismusforschung zu erhalten und hinreichende Promotionsmöglichkeiten für den wissenschaftlichen Nachwuchs zu ermöglichen, müssen die Tourismuslehrstühle an den Universitäten finanziell entsprechend ausgestattet sein.

Handlungsempfehlung 4: Image der Tourismusbranche stärken

- **4.1. „Bestehende und zukünftige Imagekampagnen der Branche auf nationaler Ebene fördern und vernetzen“:**

Zur Steigerung der Zielgruppenrelevanz, Erhöhung der Sichtbarkeit sowie für einen effizienten Einsatz der Ressourcen sollten die vielen Imagekampagnen der Tourismusbranche und ihrer Teilbereiche durch die Branchenverbände und Sozialpartner auf nationaler Ebene miteinander abgestimmt, vernetzt und gestärkt werden. Um bestehende Einzelinitiativen und das Engagement der Akteure aus Unternehmen, Verbänden, Politik und Verwaltung zu würdigen, sollte die Bundesregierung entsprechende Kampagnen und Einzelinitiativen bei Integration in ein gemeinsames Konzept auf nationaler Ebene fördern. Die Grundlagen zu gemeinsamen Imagezielen für Beschäftigung und Arbeit in der Tourismusbranche und ein abgestimmtes Vorgehen der Branchenakteure auf nationaler Ebene sollten im Masterplan für Fachkräfte- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus gelegt werden²¹.

²¹ Siehe Vorschlag 1.1. „Gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus entwickeln und umsetzen“ in Handlungsempfehlung 1 dieses Handlungsfeldes.



C 2.5.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung²²

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|-----------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus unterstützen | | | | |
| 1.1. „Gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus entwickeln und umsetzen“ | Mittelfristig | Verbände, Bund | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Rechtliche Rahmenbedingung für mehr Beschäftigung im Tourismus bedarfsgerecht weiterentwickeln | | | | |
| 2.1. „Bestimmungen des Arbeitszeitgesetzes überprüfen und bedarfsgerecht weiterentwickeln“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 2.2. „Beschäftigung wenig beachteter Arbeitnehmerzielgruppen vereinfachen und stärken“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 2.3. „Mangelberufe im Tourismus prüfen und anerkennen und gesetzliche Rahmenbedingungen verbessern“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 3: Aus- und Weiterbildung im Tourismus attraktiver gestalten | | | | |
| 3.1. „Duale touristische Berufsausbildungen und Weiterbildungen optimieren und weiterentwickeln“ | Mittelfristig | Bund, Länder | Mittel | Gut |
| 3.2. „Akademische Forschung und Lehre im Tourismus stärken und ausbauen“ | Mittelfristig | Bund, Länder | Mittel | Mittel |
| Handlungsempfehlung 4: Image der Tourismusbranche stärken | | | | |
| 4.1. „Bestehende und zukünftige Imagekampagnen der Branche auf nationaler Ebene fördern und vernetzen“ | Kurzfristig | Bund | Mittel | Mittel |

²² Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.

C 2.6. Handlungsfeld 6: Ländliche Räume stärken

Tourismus leistet in vielen Regionen Deutschlands schon heute einen relevanten Beitrag zur Lebensqualität der Menschen vor Ort und bietet Einkommens- und Beschäftigungsperspektiven. Die grundlegende Strukturfunktion des Tourismus wird dabei zuerst in ländlichen Räumen erkennbar. Aber auch urbane Räume unterliegen tiefgreifenden strukturellen Veränderungen. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungsprozesse wie der Strukturwandel im Ruhrgebiet oder disruptive Ereignisse wie die COVID-19-Pandemie tragen dazu bei, dass aus Industriestädten strukturschwache Orte werden können. Gleichzeitig sorgt eine starke touristische Nachfrage dafür, dass aus strukturschwachen ländlichen Gebieten gefragte Orte zum Urlauben, Wohnen und Leben werden. Die Liste positiver Beispiele reicht von der Nord- und Ostseeküste bis ins Alpenland. Die touristische Nachfrage hilft außerdem dabei, kulturelle Einrichtungen und Versorgungsstrukturen (unter anderem im Einzelhandel, in der Gastronomie, in der medizinischen Versorgung oder im öffentlichen Personennahverkehr) zu erhalten und barrierefrei zugänglich zu machen. Dies nützt auch der einheimischen Bevölkerung.

Die Bundesregierung hat, wie im Koalitionsvertrag der 19. Legislaturperiode vorgesehen, die Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ eingesetzt. Auftrag der Kommission war es, eine gerechte Verteilung von Ressourcen und Möglichkeiten für alle in Deutschland lebenden Menschen zu untersuchen und Vorschläge zur Stärkung gleichwertiger Lebensverhältnisse zu machen. Hierbei wurden Aspekte der Daseinsvorsorge sowie gezielte Strukturverstärkungen in den Ländern und Kommunen in den Blick genommen. Damit sollte auch ein Beitrag geleistet werden, um die Abwanderung aus vielen Regionen und den Druck auf die Ballungsräume abzumildern (BMI, 2019). Auf Grundlage des Abschlussberichts der Kommission vom Mai 2019 hat die Bundesregierung einen Zwölf-Punkte-Plan zu dessen Umsetzung erarbeitet. Dieser umfasst folgende Punkte:

1. Mit einem neuen gesamtdeutschen Fördersystem strukturschwache Regionen gezielt fördern,
2. Arbeitsplätze in strukturschwache Regionen bringen,
3. Breitband und Mobilfunk flächendeckend ausbauen,
4. Mobilität und Verkehrsinfrastruktur in der Fläche verbessern,
5. Dörfer und ländliche Räume stärken,
6. Städtebauförderung und sozialen Wohnungsbau voranbringen,
7. Eine faire Lösung für kommunale Altschulden finden,
8. Engagement und Ehrenamt stärken,
9. Qualität und Teilhabe in der Kindertagesbetreuung sichern,
10. Barrierefreiheit in der Fläche verwirklichen,
11. Miteinander der Bürgerinnen und Bürger in den Kommunen fördern,
12. Gleichwertige Lebensverhältnisse als Richtschnur setzen.

Der Zwölf-Punkte-Plan stärkt gleichzeitig auch die Tourismusedwicklung und betont dessen strukturbildende Funktion. Er greift Voraussetzungen für eine erfolgreiche und nachhaltige Tourismusedwicklung auf und sollte auch deshalb konsequent umgesetzt werden.

Der Bericht der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ kommt zu dem Schluss, dass insbesondere in vielen ländlichen Räumen noch intensive Anstrengungen zur Erreichung gleichwertiger Verhältnisse und damit einer flächendeckend hohen Lebensqualität zu unternehmen sind. Doch eine Reduzierung allein auf ländliche Räume greift zu kurz. Durch den

vielerorts gravierenden Strukturwandel sowie die Folgen der COVID-19-Pandemie stehen auch viele Städte wachsenden Herausforderungen bei der Aufrechterhaltung bisheriger Strukturen und Angebote gegenüber. Auch für diese müssen entsprechende Konzepte und Strategien entwickelt und umgesetzt werden. Förderung und Investitionen in die touristische Qualität der Städte und Regionen sind deshalb gleichzeitig immer auch Investitionen in die Lebens- und Standortqualität dieser Räume und wirken positiv für Gäste ebenso wie für Anwohnerinnen und Anwohner, Unternehmen und regionale Strukturen.

Attraktive touristische Infrastrukturen sind ein Schlüssel für touristische Entwicklung

Eine wesentliche Säule der touristischen Entwicklung und des touristischen Erfolgs ländlicher und urbaner Räume ist eine attraktive und bedarfsgerechte Tourismus- und Freizeitinfrastruktur sowie ein attraktives Angebot für den Kulturtourismus. Der touristischen Freizeitwegeinfrastruktur wie den Wander- und Radwegen sowie den freizeittouristischen Wasserwegen, aber auch den kulturtouristischen Angeboten kommt in Zukunft eine wachsende Bedeutung zu. Denn der Trend zu Aktivitäten in der Natur in Urlaub und Freizeit hat sich in den vergangenen Jahren und infolge der COVID-19-Pandemie verstärkt. Touristische Infrastrukturen beeinflussen Gäste in ihrer Wahrnehmung des Ortes und der Region. Diese Wahrnehmung fließt in die mündliche und digitale Bewertungen ein, die in vielen Fällen reise- und besuchsauslösend ist.

Die Tourismuswirtschaft ist daher auf eine funktionierende, zeitgemäße und den Gästebedürfnissen entsprechende touristische Infrastruktur und Mobilität²³ angewiesen. Hier ist der Vergleich mit anderen Tourismusregionen und -orten entscheidend. Qualität, Anspruch und Modernität von Infrastrukturen, deren Zielgruppenorientierung sowie Charakter und Atmosphäre von Ortsbildern prägen das Gesamtbild einer Destination. Deshalb müssen auch Freizeitinfrastrukturen, Wegenetze, Mobilitätsinfrastrukturen und weitere Einrichtungen wie gastgewerbliche Betriebe regelmäßig innovativ und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Eine digitale Buchbarkeit der Angebote und die Verfügbarkeit von schnellem, mobilem Internet sowie eine flächendeckende Mobilfunkversorgung sind gerade für den ländlichen Raum wichtige Faktoren, die über Zukunftschancen entscheiden können.²⁴

C 2.6.1. Handlungsempfehlungen

Mit den nachfolgenden Handlungsempfehlungen soll der touristische Beitrag zur Lebensqualität in ländlichen Räumen weiter ausgebaut werden.

Handlungsempfehlung 1: Strukturfunktion des Tourismus stärken, um die Angleichung der Lebensverhältnisse durch touristische Förderung zu unterstützen

- **1.1. „Förderung ländlicher oder strukturschwacher Räume und Tourismusförderung harmonisieren und Synergien nutzen“:**

Touristische und tourismusrelevante Förderinstrumente²⁵ für ländliche und strukturschwache Räume sollten im Kontext der ersten Maßnahme des Zwölf-Punkte-Plans „Mit einem neuen gesamtdeutschen Fördersystem strukturschwache Regionen gezielt

²³ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 4.

²⁴ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 3.

²⁵ Siehe hierzu Querschnittsaufgabe Tourismusförderung und -finanzierung.



fördern“ zur Umsetzung der Ergebnisse der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ stärker harmonisiert und aufeinander abgestimmt werden. Die Kumulierbarkeit von Förderinstrumenten sollte jeweils im Detail geprüft und gegebenenfalls ermöglicht werden. Um Synergien zu nutzen, ist die fachliche Beteiligung von Tourismusexpertinnen und -experten bei übergreifenden Planungen sinnvoll, zum Beispiel in der Regional- und Landschaftsplanung oder der integrierten Mobilitätsplanung, die neben dem Alltagsverkehr auch die touristische Mobilität berücksichtigt.

- **1.2. „Urbane Räume und Stadt-Umland-Beziehungen in der Tourismusentwicklung und -förderung stärker berücksichtigen“:**

Urbane Räume und deren Stadt-Umland-Beziehungen sollten stärker als bisher bei der Ausgestaltung von Förderinstrumenten sowie entsprechender Strategien und Konzepte berücksichtigt werden. Denn auch urbane und stark verdichtete Räume stehen seit Jahren massiven strukturellen Veränderungen gegenüber. Ergänzend zum industriellen und gesamtwirtschaftlichen Strukturwandel verstärken die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie die finanziellen und strukturellen Herausforderungen zahlreicher Städte. Dies wirkt sich auf Angebot und Lebensqualität aus.

- **1.3. „EU- und Bundesfördermittel strukturell vereinfachen und ergänzende Kumulierbarkeit prüfen“:**

Die Zugänglichkeit zu tourismusrelevanten Fördermitteln der EU- und des Bundes sollte weiter vereinfacht sowie Antragsverfahren entbürokratisiert und beschleunigt werden. Die Bündelung europäischer Fördermittel für touristische Zwecke in einem gemeinsamen Förderprogramm sollte ebenso wie die Kumulierbarkeit von Fördermitteln der EU und des Bundes geprüft werden.

Handlungsempfehlung 2: Rahmenbedingungen für die bedarfsgerechte Entwicklung touristischer Infrastrukturen optimieren

Durch übergreifende gesetzliche Regelungen und geeignete Fördermöglichkeiten sollte der Bund die bedarfsgerechte Weiterentwicklung der touristischen Infrastrukturen vorantreiben, um ländliche und urbane Räume zu stärken. Infrastrukturen sind ein zentraler Erfolgsfaktor für die Tourismusentwicklung. Sie machen das natürliche und kulturelle Angebot zugänglich, unter anderem Naturräume, Schlösser oder Denkmäler. Zudem können sie durch entsprechende Inszenierung selbst zur Attraktion werden oder Grundlage für touristische Angebote bilden (beispielsweise Veranstaltungszentren). Regionale Wertschöpfungsimpulse durch touristische Infrastrukturmaßnahmen und ein dauerhaft gesicherter Infrastrukturbetrieb sollten deshalb wesentliche Investitions- und Entscheidungskriterien bilden.

- **2.1. „Förderung und Weiterentwicklung der Wander- und Rad- sowie freizeitbezogenen Wasserwegeinfrastruktur stärken“:**

Bestehende Infrastrukturangebote sollten ausgebaut und weiterentwickelt sowie neue und innovative Leuchtturmangebote in der Fläche entwickelt werden. Der regionale Bedarf und die Verhältnismäßigkeit einzelner Maßnahmen sind auf Grundlage von Bedarfsanalysen zu bewerten. Hierbei sollten die freizeit- und kulturtouristische Perspektive ebenso wie der Beitrag einzelner Maßnahmen zu Lebens- und Standortqualität für eine Bewertung herangezogen werden. Mit dem angekündigten Masterplan zur



Verbesserung der Sport- und Freizeitschifffahrt auf den Nebenwasserstraßen des BMVI verbinden sich deshalb große Hoffnungen.

- **2.2. „Nationale Qualitätsstandards in der Freizeit- und Wegeinfrastruktur entwickeln“:**

In der Planung und Umsetzung, Kennzeichnung und Kommunikation sowie Besucherinformation und -lenkung von freizeittouristischer Wege- und Wasserwegeinfrastruktur sollten nationale Qualitätsstandards und einheitliche Kennzeichnungssysteme gefördert und weiterentwickelt werden. Dies unterstützt Wiedererkennung, Transparenz und Orientierung bei Gästen und Anbietern.

- **2.3. „Kulturelle Angebote von nationaler Bedeutung und kulturtouristische Potenziale in ländlichen Räumen fördern“:**

Kulturelle Angebote von nationaler Bedeutung sollten in ländlichen Räumen gefördert, weiterentwickelt und touristisch in Wert gesetzt werden. Die stärkere Inwertsetzung international relevanter Ziele, zum Beispiel Weltkulturerbestätten oder des immateriellen Weltkulturerbes, ist dazu ein erster Schritt. Auch die Identifikation neuer kulturtouristischer Potenziale der Breitenkultur und des Brauchtums sollte insbesondere in ländlichen Räumen im Zentrum der Entwicklung stehen.

- **2.4. „Deutsche Kur- und Heilbäder als touristische Ankerpunkte für die ländlichen Räume stärken“:**

Die deutschen Kur- und Heilbäder sollten verstärkt als strukturelevante Gesundheitsorte und medizinisch-therapeutische Kompetenzzentren in den ländlichen Räumen Deutschlands gefördert, gesichert und gestärkt werden. Ein Fokus sollte auch auf der Förderung evidenzbasierter gesundheitstouristischer Angebote liegen. Auch die kulturhistorische Bedeutung deutscher Kur- und Heilbäder sollte in die Weiterentwicklung einbezogen werden. Initiativen wie die Bewerbung der „Great Spas of Europe“ zum UNESCO-Weltkulturerbe oder die Aufnahme des „Kneippen als traditionelles Wissen und Praxis nach der Lehre Sebastian Kneipps“ in das bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes belegen deren kulturelle Bedeutung. Auch vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie wird eine Stärkung der Kur- und Heilbäder empfohlen, wie in Teil B dieser Studie skizziert.



C 2.6.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung²⁶

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|---------------------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Strukturfunktion des Tourismus stärken, um die Angleichung der Lebensverhältnisse durch touristische Förderung zu unterstützen | | | | |
| 1.1. „Förderung ländlicher oder strukturschwacher Räume und Tourismusförderung harmonisieren und Synergien nutzen“ | Dauerhaft | Bund | Mittel | Gut |
| 1.2. „Urbane Räume und Stadt-Umland-Beziehungen in der Tourismusentwicklung und -förderung stärker berücksichtigen“ | Dauerhaft | Bund, Länder | Mittel | Gut |
| 1.3. „EU- und Bundesfördermittel strukturell vereinfachen und ergänzende Kumulierbarkeit prüfen“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Rahmenbedingungen für die bedarfsgerechte Entwicklung touristischer Infrastrukturen optimieren | | | | |
| 2.1. „Förderung und Weiterentwicklung der Wander- und Rad- sowie freizeitbezogenen Wasserwegeinfrastruktur stärken“ | Dauerhaft | Bund, Länder | Mittel | Mittel |
| 2.2. „Nationale Qualitätsstandards in der Freizeit- und Wegeinfrastruktur entwickeln“ | Mittelfristig | Organisationen, Verbände | Mittel | Gut |
| 2.3. „Kulturelle Angebote von nationaler Bedeutung und kulturtouristische Potenziale in ländlichen Räumen fördern“ | Dauerhaft | Bund, Länder | Mittel | Mittel |
| 2.4. „Deutsche Kur- und Heilbäder als touristische Ankerpunkte für die ländlichen Räume stärken“ | Dauerhaft | Bund, Länder | Mittel | Mittel |

²⁶ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.



C 2.7. Handlungsfeld 7: Auf nachhaltige Entwicklung im und durch Tourismus setzen

Der Tourismus ist wie kein anderer Wirtschaftszweig auf den Erhalt einer intakten Umwelt und authentischen Kultur angewiesen. Eine nachhaltige touristische Entwicklung trägt dazu bei, lebenswerte natürliche und kulturelle Lebensräume zu bewahren sowie Umwelt und Klima zu schützen. Sie steht im Einklang mit Natur, Landschaft und den Interessen der lokalen Bevölkerung in Deutschland und in internationalen Zielgebieten. Durch eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus wird eine dauerhafte Wertschöpfung ermöglicht, ohne die Ressourcen und Zukunftschancen folgender Generationen zu verbrauchen. Ein gemeinsames Bekenntnis der deutschen Tourismuswirtschaft und -politik zur Agenda 2030 und zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals) ist eine starke normative Richtungsentscheidung.

Mit der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie hat die Bundesregierung die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen in eine nationale Strategie überführt, der sie sich verpflichtet hat. Denn die Auswirkungen nicht nachhaltigen Handelns werden zunehmend sichtbar, unter anderem der fortschreitende Klimawandel sowie aufflammende Konflikte um Ressourcen und Flüchtlingsmigration. Hinzu kommen negative Erfahrungen mit Tourismus vor Ort: sichtbare Flächenversiegelungen oder Overtourism sind Treiber sinkender Tourismusakzeptanz. Die aktuelle COVID-19-Pandemie hat den dringenden Handlungsbedarf zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus noch einmal deutlich gemacht, nachdem insbesondere in ländlichen Zielgebieten die Folgen einer zunehmenden touristischen Übernutzung von Naturräumen und touristischer Hotspots zu beobachten waren.

Trotz aller Erklärungen und Aktivitäten stehen Unternehmen und Tourismusregionen oftmals noch am Anfang ihrer Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit und einer umwelt- und klimaverträglichen Entwicklung des Tourismus. Nur selten gelingt es, die gesamte Reisekette nachhaltig zu gestalten und sowohl ökologische als auch ökonomische und soziale Aspekte zu berücksichtigen. Wichtige Entscheidungen, insbesondere zum Flug- und Bahnverkehr, wurden in diesem Zusammenhang von der Bundesregierung durch das Klimapaket getroffen.

In den zurückliegenden Jahre ist ebenso eine Vielzahl von Nachhaltigkeitszertifikaten für den Tourismus entwickelt worden. Siegel auf internationaler oder nationaler Ebene wechseln sich in der Wahrnehmung der Verbraucherinnen und Verbraucher ab mit regionalen Labels und Regionalmarken mit Nachhaltigkeitsversprechen und den Nachhaltigkeitskennzeichnungen einzelner Produktgruppen, zum Beispiel in der Beherbergung (wie etwa Biohotels). Aus Verbrauchersicht ist die Menge, Komplexität, inhaltliche Aussage und letztlich auch Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitszertifizierungen kaum überschaubar.

Teilhabe als Wettbewerbsfaktor

Wesentliches Element der nachhaltigen Entwicklung ist auch die Teilhabe möglichst aller Menschen am Tourismus. Reisen muss für alle möglich sein. 22 Prozent der deutschen Bevölkerung reisen nicht (FUR, 2020). Etwa die Hälfte davon kann schlichtweg nicht reisen. Finanzielle oder gesundheitliche Gründe sind oft die Ursachen. Menschen mit spezifischen Bedürfnissen haben ein Recht auf selbstbestimmte und umfassende Teilhabe und Gleichstellung. Dabei ist zu beachten, dass sich die Interessen der Zielgruppen im barrierefreien Tourismus in der Regel nicht von den Interessen anderer Reisender unterscheiden: Reisende mit



Einschränkungen haben die gleichen Wünsche an ihre Urlaubszeit. Sie unterscheiden sich lediglich durch den Assistenzbedarf. Mit dem demografischen Wandel steigt die Zahl der Gäste sowie Anwohnerinnen und Anwohner, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind. Nicht nur ältere und eingeschränkte Menschen profitieren von Barrierefreiheit, sondern auch Familien mit Kindern. Barrierefreies Reisen ist daher ein zunehmend relevanter Wirtschaftsfaktor, der noch nicht ausreichend in der Angebotsentwicklung berücksichtigt wird

Eine weitere große Hürde für die Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am Tourismus ist der Mangel an umfassenden und bundesweiten Informationen über barrierefreie Angebote entlang der touristischen Servicekette (BMW, 2020). Zur Beseitigung dieses Informationsdefizites fördert das BMW die Einführung eines bundesweit einheitlichen Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystems („Reisen für Alle“). Dazu gehört auch eine Datenbank, in der barrierefreie touristische Angebote erfasst und bewertet werden können. Das Projekt „Reisen für Alle“, welches auch zum Nationalen Aktionsplan der Bundesregierung in Umsetzung der Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen beiträgt, baut auf einem Förderprojekt des BMW (2011 bis 2014) auf. Seit 2019 ist die „Reisen für alle“-Datenbank in das Online-Informationsangebot der Deutschen Zentrale für Tourismus integriert.

Qualitative Entwicklung vorantreiben

Zugleich wird ein nachhaltiger Tourismus zunehmenden Qualitätsansprüchen der Kundinnen und Kunden gerecht und hilft den Unternehmen, im Wettbewerb bestehen zu können. Nachhaltigkeit ist Kennzeichen einer modernen, erfolgreichen Tourismuswirtschaft. Daher tritt im Deutschlandtourismus qualitatives Wachstum mit mehr Nachhaltigkeit und Wertschöpfung an die Stelle einer rein auf Mengenwachstum ausgerichteten Entwicklung. Qualität beinhaltet die ganze touristische Leistungskette, nämlich die Qualität der Daten und Informationen im Hinblick auf Genauigkeit, Aktualität und Nutzbarkeit, Kommunikation und Information, touristischen und tourismusrelevanten Infrastrukturen sowie der Angebote und Services. Insbesondere durch die Digitalisierung entstandene Transparenz hat Qualität im Tourismus nochmals einen Bedeutungszuwachs erfahren. Vor diesem Hintergrund ist die systematische Unterstützung eines Qualitätstourismus auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit von Bedeutung. Darüber hinaus beeinflusst der von Gastgebern und Gästen praktizierte Tourismus das zukünftige Image der Destination. Damit kann ein praktizierter Qualitätstourismus die Prägung eines positiven Deutschlandbilds auch im Ausland unterstützen.

Die Förderung eines Qualitätstourismus in Deutschland sowie im Outbound-Tourismus ist deshalb eine zentrale Stellschraube in der nachhaltigen Tourismusentwicklung. Qualitätstourismus beachtet Interessen und Bedürfnisse von Reisenden und Bereisten, trägt zu Wohlstand und gleichwertigen Lebensverhältnissen bei und schützt dabei die natürlichen und kulturellen Ressourcen Deutschlands und weiterer Zielländer (Eisenstein, 2020).

C 2.7.1. Handlungsempfehlungen

Im Sinne der Nachhaltigkeit sind Bedürfnisse und Interessen der Gäste und der Bevölkerung mit den Zielen des Natur-, Umwelt- und Klimaschutzes zu vereinbaren und dabei eine langfristig wirtschaftliche sowie sozial verträgliche Entwicklung zu erreichen. Bei EU, Bund und Ländern sowie bei der regionalen und lokalen Tourismusförderung sollten daher mit den richtigen Maßnahmen Anreize für eine nachhaltige Tourismusentwicklung zum Schutz von Klima



und Umwelt gesetzt werden. Dabei liegt nachhaltiges Handeln in der Verantwortung Aller: In der Verantwortung jedes einzelnen Marktteilnehmers und Reisenden. Bund, Länder, Organisationen und Institutionen müssen heute vor allem durch gezielte Gestaltung von Rahmenbedingungen die Weichen zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus stellen und so die Ziele und Maßnahmen der Agenda 2030 auf den Tourismus herunterbrechen. Dazu werden folgende Vorschläge unterbreitet.

Handlungsempfehlung 1: Nachhaltigkeit im Tourismus fördern

- **1.1 „Nachhaltige Reiseangebote bundeseinheitlich kennzeichnen“:**

Für die Transparenz nachhaltiger Angebote und die Sensibilisierung der Reisenden ist eine bundeseinheitliche Kennzeichnung nachhaltiger Angebote auf Basis bestehender Zertifizierungssysteme entscheidend, um Nachhaltigkeit zu einem Kriterium der Reiseentscheidung zu machen. Bestehende Systeme sollten stärker harmonisiert und zusammengeführt werden, um die Orientierung für Verbraucherinnen und Verbraucher zu erleichtern.

- **1.2. „Bundeseinheitliche Nachhaltigkeitsstandards entwickeln, implementieren und monitoren“:**

Entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette sind für alle Segmente des Tourismus zumindest segmentspezifisch gemeinsame Standards für Nachhaltigkeit zu definieren und durch die Branche zu implementieren. Ebenso sollte ein geeignetes Indikatoren- und Monitoringsystem ausgebaut werden, das ermittelt, wie sich der Tourismus auf die nachhaltige Entwicklung auswirkt. Dies ermöglicht eine regelmäßige Evaluierung und den gezielten Einsatz von Steuerungsinstrumenten, zum Beispiel im Hinblick auf Energieeffizienz und Klimaneutralität.

- **1.3. „Nachhaltigkeit als verpflichtendes Kriterium für tourismusrelevante Förderung etablieren“:**

Die systematische Überprüfung, Abstimmung, Weiterentwicklung und Bündelung sämtlicher Fördermechanismen im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte sollten als Voraussetzungen für die Gewährung von Fördermitteln vollzogen werden.

- **1.4. „Best Practices fördern und sichtbar machen“:**

Die Unterstützung und gezielte Sichtbarmachung von Initiativen zur Umwelt- und Klimafreundlichkeit sowie zum Erhalt der Artenvielfalt sollte weiter gefördert werden. Kommunale Initiativen sind ebenso wie touristische Leistungsanbieter zu berücksichtigen. In den Mittelpunkt der öffentlichen Förderung gehören Nachhaltigkeitsinitiativen und innovative Tourismusprojekte hinsichtlich ökologischer touristischer Infrastrukturen, verträglicher ÖPNV-Angebote, Beherbergungsstätten und regionaler Produkte. Öffentliche und private Akteure sollten Anreize erhalten, touristische Angebote und Nachhaltigkeitsbildung stärker miteinander zu verzahnen, Bildungsorte für nachhaltige Entwicklung auch touristisch zu nutzen, touristische Angebote für nachhaltige Entwicklung zu qualifizieren und in bestehende Netzwerke zu integrieren. Nachhaltige Tourismusangebote sollten bei der Vernetzung unterstützt werden.



- **1.5. „Unternehmen und Destinationen bei der nachhaltigen Tourismusedwicklung unterstützen“:**

Touristische Weiterbildungsangebote, beispielsweise von Verbänden und Kammern, aber auch von privatwirtschaftlichen Weiterbildungsträgern, sollten um Qualifizierungsmaßnahmen in nachhaltiger Entwicklung ergänzt und gefördert werden. Auf Nachhaltigkeit fokussierte Beratungsangebote für Unternehmen und Destinationen sollten bundesweit implementiert und gefördert werden. Die Aktualisierung, Harmonisierung und Bündelung sämtlicher Grundlagen, Leitfäden und Handlungshilfen zur Nachhaltigkeit im Tourismus sollte als gemeinsame Wissensgrundlage umgesetzt werden.

- **1.6. „Nachfrageseite für nachhaltiges Reisen sensibilisieren“:**

Auch die Reisenden sollten für mehr Nachhaltigkeit beim Reisen sensibilisiert werden. Die Ausweisung eines „touristischen Klima-Fußabdrucks“, wie ihn beispielsweise der WWF hat, sollte im Hinblick auf den Konsum touristischer Produkte in Qualitätszeichen und -zertifizierungen integriert werden.

Handlungsempfehlung 2: Barrierefreiheit und Teilhabe im Tourismus unterstützen

Der Bedarf an barrierefreien Tourismusangeboten wächst nicht zuletzt aufgrund des demographischen Wandels. Barrierefreiheit sollte zu einem Markenzeichen des Tourismus in Deutschland werden. Alle Glieder der Reisekette sind daher auf Barrierefreiheit und Teilhabe aller Reisenden auszurichten sowie Informationen dazu zu optimieren. Service, Komfort und Nutzbarkeit sind unverzichtbare Qualitätsmerkmale, die bei der Angebotsgestaltung für den stark wachsenden Markt berücksichtigt werden müssen. Inzwischen gibt es rund 70 zertifizierte (und weitere nicht-zertifizierte) barrierefreie Hotels in Deutschland. Der Ausbau der Barrierefreiheit und die Förderung weiterer Betriebe sind hierfür erforderlich.

- **2.1. „Barrierefreiheit als verpflichtendes Förderkriterium sicherstellen“:**

Die systematische Überprüfung, Abstimmung, Weiterentwicklung und Bündelung von Förderprogrammen im Hinblick auf Barrierefreiheit, insbesondere bei touristischer und tourismusrelevanter Infrastruktur, sollte als Voraussetzung für die Gewährung von Fördermitteln gelten. Auch wenn Barrierefreiheit in einigen Bundesländern bereits als verpflichtendes Kriterium touristischer Förderung festgelegt wurde, so sollte die Durchgängigkeit in der gesamten touristischen Förderkulisse von Bund und Ländern nochmals überprüft und sichergestellt werden.

- **2.2. „Barrierefreiheit in der öffentlichen touristischen Infrastruktur und Mobilitätsinfrastruktur fördern²⁷“:**

Der barrierefreie Umbau und die Modernisierung touristischer Einrichtungen sowie die Entwicklung eines deutschlandweiten barrierefreien ÖPNVs einschließlich des Umbaus von Bahnhöfen sowie Ein- und Ausstiegspunkten sollte vom Bund gefördert werden.

²⁷ Siehe hierzu Querschnittsaufgabe Tourismusförderung und -finanzierung.



- **2.3. „Initiativen zur Barrierefreiheit bündeln“:**

Initiativen, Kennzeichnungssysteme für Barrierefreiheit und die Weiterentwicklung des Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystems „Reisen für Alle“ sollten bundesweit gebündelt und koordiniert werden.

Handlungsempfehlung 3: Qualität im Tourismus ausbauen

Die Förderung eines Qualitätstourismus setzt die Entwicklungen der Tourismuspolitik vergangener Jahre konsequent fort und operationalisiert die Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung sowie die strategischen Ziele der Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie. Vor allem die touristischen Unternehmen und Dienstleister der Branche setzen Qualitätstourismus um. Bund, Länder, Organisationen und Institutionen sollten durch Gestaltung entsprechender Rahmenbedingungen diese Entwicklungen unterstützen.

- **3.1. „Qualitatives Wachstum monitoren“:**

Ziel- und Messgrößen für qualitatives Wachstum im Tourismus sollten entwickelt sowie in den Monitoring- und Reporting-Systemen der amtlichen Tourismusstatistik verankert werden. Die Messung und das Monitoring qualitativen Wachstums berücksichtigen wirtschaftliche Gesundheit, das subjektive Wohlbefinden der Lokalbevölkerung, Natur- und Ressourcenschutz, Kultur sowie die Befriedigung der Bedürfnisse des Gastes. Geeignete Indikatoren und Monitoringmethoden und -instrumente sollten hierfür entwickelt und flächendeckend umgesetzt werden.²⁸

- **3.2 „Qualitätssysteme als Förderkriterium etablieren“:**

Bestehende Förderinstrumente in den Ländern²⁹ sollten mit Qualitäts-, Klassifizierungs- und Zertifizierungssystemen systematisch verknüpft werden. Insbesondere im Bereich der touristischen und tourismusrelevanten Infrastruktur sollten diese als Voraussetzung für die Gewährung von Fördermitteln gelten.

- **3.3. „Qualitätssysteme auf Bundesebene verzahnen und weiterentwickeln“:**

Von Bund und Ländern sollte daher ein gemeinsamer einvernehmlicher Stufenplan für die Weiterentwicklung und bessere Verzahnung bestehender und zukünftiger Qualitätssysteme entwickelt werden. Denn gegenwärtig stehen verschiedene, oft konkurrierende Qualitäts- und Zertifizierungssysteme zur Verfügung. Dies führt zu einer Vielfalt von Systemen mit der Folge, dass in vielen Bereichen keines der dort verfügbaren Systeme die erforderliche Durchschlagskraft und Sichtbarkeit beim Kunden erreichen kann.

²⁸ Auch hier sollten, ebenso wie in Vorschlag 4.1. „Monitoringinstrument „Tourismus-Satellitenkonto“ etablieren“ des Handlungsfelds 1 hervorgehoben, die Maßnahmen nicht dem weiteren Abbau von Bürokratie entgegenstehen.

²⁹ Siehe hierzu Querschnittsaufgabe Tourismusförderung und -finanzierung.

▪ **3.4. „Qualität im Tourismus sichtbar machen“:**

Unterstützen sollten Bund und Länder Initiativen der Tourismusorganisationen, Verbände oder Unternehmen für Transparenz und Sichtbarmachung der Qualität im Tourismus, gerade bei digitalen und datengetriebenen Vorgehensweisen und Innovationen. Dazu gehören Qualitätssysteme, die simpel und praxisorientiert die Qualität in den touristischen Betrieben bewerten, optimieren und kennzeichnen. Wichtig sind die Entwicklung erforderlicher Datenstandards und Schnittstellen sowie digitale und datenzentrierte Lösungen für Kommunikation und Vertrieb.

C 2.7.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung³⁰

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|---|---------------|--------------------------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Nachhaltigkeit im Tourismus fördern | | | | |
| 1.1. „Nachhaltige Reiseangebote bundeseinheitlich kennzeichnen“ | Mittelfristig | Bund , Länder, Verbände | Hoch | Gut |
| 1.2. „Bundeseinheitliche Nachhaltigkeitsstandards entwickeln, implementieren und monitoren“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 1.3. „Nachhaltigkeit als verpflichtendes Kriterium für tourismusrelevante Förderung etablieren“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 1.4. „Best Practices fördern und sichtbar machen“ | Dauerhaft | Bund , Länder, Organisationen | Mittel | Gut |
| 1.5. „Unternehmen und Destinationen bei der nachhaltigen Tourismusentwicklung unterstützen“ | Dauerhaft | Bund, Länder , Organisationen | Hoch | Mittel |
| 1.6. „Nachfrageseite für nachhaltiges Reisen sensibilisieren“ | Dauerhaft | Bund , Verbände | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Barrierefreiheit und Teilhabe im Tourismus unterstützen | | | | |
| 2.1. „Barrierefreiheit als verpflichtendes Förderkriterium sicherstellen“ | Mittelfristig | Bund | Mittel | Gut |
| 2.2. „Barrierefreiheit in der öffentlichen touristischen und Mobilitätsinfrastruktur fördern“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Mittel |
| 2.3. „Initiativen zur Barrierefreiheit bündeln“ | Kurzfristig | Bund , Länder, Organisationen | Mittel | Gut |
| Handlungsempfehlung 3: Qualität im Tourismus ausbauen | | | | |
| 3.1. „Qualitatives Wachstum monitoren“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |
| 3.2. „Qualitätssysteme als Förderkriterium etablieren“ | Mittelfristig | Bund , Länder | Hoch | Gut |

³⁰ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.

| | | | | |
|--|---------------|---|------|-----|
| 3.3. „Qualitätssysteme auf Bundes- ebene verzahnen und weiterent- wickeln“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 3.4. „Qualität im Tourismus sichtbar machen“ | Dauerhaft | Bund, Län- der, Organisa- tionen | Hoch | Gut |



C 2.8. Handlungsfeld 8: Mit Tourismus zu Stabilität im internationalen Umfeld beitragen

In vielen Ländern der Welt leistet der Wachstumssektor Tourismus wichtige Beiträge zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilisierung. So ist er in über einem Drittel aller Entwicklungs- und Schwellenländer der wichtigste Wirtschaftsfaktor. Die jährlich mehr als elf Millionen Touristinnen und Touristen, die in vergangenen Jahren aus Deutschland in Entwicklungs- und Schwellenländer reisten, waren mit ihren Reisen und Ausgaben vor Ort für fast 740.000 Jobs in Entwicklungs- und Schwellenländern verantwortlich (BTW, 2015). Umgerechnet bedeutet das: 15 deutsche Gäste schaffen einen Arbeitsplatz. Werden indirekte und induzierte Effekte einkalkuliert, sind es umgerechnet sechs Gäste, die einen Arbeitsplatz vor Ort schaffen.

Diesen Ländern zu helfen, ihr touristisches Potenzial auszuschöpfen, schafft Chancen für eine wirtschaftliche, soziale und umweltorientierte Entwicklung und Perspektiven für Arbeit und Einkommen vor Ort. Gleichzeitig kann verantwortungsbewusster Tourismus als Instrument der wirtschaftlichen Zusammenarbeit dazu beitragen, soziale und ökologische Standards in den Zielländern zu stärken. Reisen bedeutet immer auch Erlebnis, Begegnung, Bildung und kann dadurch zu einem besseren Verständnis anderer Länder, Menschen und Kulturen führen und somit einen Beitrag zu Frieden und Völkerverständigung leisten.

Enorme Auswirkungen durch COVID-19

Vor allem Entwicklungs- und Schwellenländer, die oftmals einen sehr geringen Anteil an Inlandstourismus verzeichnen und für die internationaler Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren ist, haben mit enormen Auswirkungen durch die Pandemie zu kämpfen, gesundheitlich und ökonomisch. Insbesondere pauschale Reisewarnungen, die das Infektionsgeschehen in einzelnen Ländern oder Regionen nicht differenziert betrachten und der mit der Pandemie einhergegangene Einbruch des Luftverkehrs haben den internationalen Tourismus quasi zum Erliegen gebracht.

C 2.8.1. Handlungsempfehlung

Handlungsempfehlung: Tourismus als wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilisator in anderen Ländern nachhaltig fördern

Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern sollte so unterstützt werden, dass er nicht nur aufrechterhalten und gesichert wird, sondern auch langfristig wirkt. Im Rahmen dieser Unterstützung müssen die drei Säulen der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch, sozial) und die Entwicklung und Einhaltung entsprechender Standards im Zentrum der Bemühungen stehen.

- „Touristische Destinationen wirtschaftlich unterstützen“:

Es sollten Projekte zur Erhöhung der Wertschöpfung in den Zielgebieten gefördert werden, insbesondere durch eine engere Kooperation zwischen der deutschen Outbound-Touristik und der Reisebranche in den Zielgebieten. Zudem sollte die Beteiligung der lokalen Bevölkerung gesichert und die Förderung von Aus- und Weiterbildung lokaler Arbeitskräfte im Tourismus vorangetrieben werden. Begrüßt werden in diesem Kontext



die verschiedenen Ansätze des BMZ, die eine Zusammenarbeit mit der touristischen Privatwirtschaft ermöglichen, wie etwa das „develoPPP.de-Programm“, das „EZ-Scout-Programm“ oder das „lab of tomorrow“.

Mit dem „EZ-Scout-Programm“ beispielsweise entsendet das BMZ sogenannte EZ-Scouts und stellt diese fachkundigen Beraterinnen und Berater mit entwicklungspolitischem Know-how deutschen Unternehmen zur Seite. Im Tourismus wird dieses Programm bereits durch den DRV genutzt.

Eine noch stärkere Nutzung beziehungsweise ein Ausbau dieser Möglichkeiten im Tourismus sollte sowohl seitens der Politik als auch seitens der Privatwirtschaft geprüft werden.

Mögliche Ansätze bilden die Unterstützung von Roadshows von Destinationen aus Entwicklungs- und Schwellenländern in Deutschland, die Organisation und Durchführung von Delegationsreisen zur Geschäftsanbahnung oder etwa die Beratung bei der Potenzialanalyse zur Entwicklung touristischer Produkte der Zielgebiete für den deutschen Quellmarkt.

▪ **1.2. „Touristische Destinationen ökologisch unterstützen“:**

Die Unterstützung der Entwicklung von Richtlinien zum Umgang mit natürlichen Ressourcen, Klimaschutz und Artenvielfalt in Zielgebieten wird empfohlen.

Der Branchendialog „Tourismus für nachhaltige Entwicklung“ vom BMZ, der im Jahr 2016 ins Leben gerufen wurde und durch die GIZ organisiert wird, sollte dazu deutlich aufgewertet werden. Um die bisherige Arbeit in konkrete Projekte münden zu lassen, sollte geprüft werden, ob explizit Fördermittel für den Branchendialog bereitgestellt werden können.

▪ **1.3. „Touristische Destinationen sozial unterstützen und Schutzmaßnahmen gegen sexuelle Gewalt und Ausbeutung implementieren“:**

Es ist international auf den Schutz von Kindern und Jugendlichen und die verbindliche Einhaltung von Arbeitnehmerrechten hinzuwirken. Touristinnen und Touristen sowie Einheimische sollten für Schattenseiten des Tourismus und für einen interkulturellen Umgang sensibilisiert werden, um zu Frieden, Toleranz und Völkerverständigung beizutragen.

Gemeinsam mit der Branche sollten geeignete Schutzmaßnahmen entwickelt und umgesetzt werden, um sexuelle Gewalt und Ausbeutung von Kindern zu verhindern. Wichtige bereits bestehende Projekte sind die Informationskampagne „Nicht wegsehen“ mit entsprechender Meldeseite (von Tourismusunternehmen, Regierungsbehörden und NGOs) oder die Durchführung von Workshops zum Thema Kinderschutz durch den DRV in Kooperation mit der Kinderschutzorganisation ECPAT. Diese und weitere Projekte und Initiativen sollten weiter unterstützt werden.

▪ **1.4. „Auf einheitliche Prinzipien im Outbound-Tourismus verpflichten“:**

Politik und Outbound-Touristik sind zur Einhaltung der definierten Prinzipien und Leitlinien zu verpflichten, entsprechend dem Nationalen Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den Nachhaltigkeitszielen

der Vereinten Nationen. Die Förderung von Projekten in diesem Kontext sollte an eine verpflichtende Einhaltung dieser Prinzipien geknüpft und durch Monitorings und Qualitätsüberprüfungen sichergestellt werden.

▪ **1.5. „Transparenz und Wissen über relevante Destinationen erhöhen“:**

Durch eine gute Informations- und Faktenlage zur Outbound-Touristik und zu Gegebenheiten und Strukturen in Zielgebieten kann die touristische Zusammenarbeit mit Schwellen- und Entwicklungsländern verbessert werden.

Ein Prozess zur Erstellung einer fundierten Faktensammlung zur Outbound-Touristik sollte etabliert und relevante Informationen zu Zielgebieten mit kontinuierlichem Update gebündelt werden. Informationen zu Entwicklungs- und Schwellenländern bietet zum Beispiel die Publikationsreihe "Neue Märkte – Neue Chancen" von GIZ mit Germany Trade and Invest (GTAI), den Auslandshandelskammern (AHK) und BMZ. Diese sollten um tiefergehende touristische Informationen ergänzt werden.

C 2.8.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung³¹

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|-----------|---------------------------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung: Tourismus als wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilisator in anderen Ländern nachhaltig fördern | | | | |
| 1.1. „Touristische Destinationen wirtschaftlich unterstützen“ | Dauerhaft | Bund, Verbände, Betriebe | Hoch | Gut |
| 1.2. „Touristische Destinationen ökologisch unterstützen“ | Dauerhaft | Bund, Verbände, Betriebe | Mittel | Mittel |
| 1.3. „Touristische Destinationen sozial unterstützen und Schutzmaßnahmen gegen sexuelle Gewalt und Ausbeutung implementieren“ | Dauerhaft | Bund, Verbände, Betriebe | Mittel | Mittel |
| 1.4. „Auf einheitliche Prinzipien im Outbound-Tourismus verpflichten“ | Dauerhaft | Bund, Verbände, Betriebe | Mittel | Gut |
| 1.5. „Transparenz und Wissen über relevante Destinationen erhöhen“ | Dauerhaft | Bund | Mittel | Mittel |

³¹ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.



C 2.9. Handlungsfeld 9: Koordiniert zusammenarbeiten

An der Gestaltung und dem Erfolg des Tourismus ist eine Vielzahl verschiedener Institutionen, Organisationen und Akteure beteiligt. Dabei bilden die Tourismuspolitik auf europäischer und auf Bundesebene, die Bundesländer und Kommunen sowie die touristischen Unternehmen und Leistungsträger, Tourismusorganisationen und Verbände das Rückgrat der Branche.

Tourismus bedarf starker Abstimmung auf vertikaler und horizontaler Ebene

Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe, die in fast allen Bereichen das Zusammenwirken verschiedener Akteure und Ebenen erfordert, um als Ganzes erfolgreich zu sein. Dies gilt für die Tourismuswirtschaft selbst, die sich aus unterschiedlichen Einzelsegmenten und touristischen Leistungsträgern zusammensetzt, die gemeinsam das Bündelprodukt „Reise“ herstellen. Zugleich gilt dies für die Tourismuspolitik, die sich zum einen auf verschiedene Politikbereiche auf Bundesebene und zum anderen auf Kompetenzen zwischen Bund, Ländern und der Europäischen Union aufzweigt.

In der Legislative achtet der Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages darauf, dass die gesamtgesellschaftliche Bedeutung des Tourismus beachtet und er als eigenständiger Wirtschaftsfaktor wahrgenommen wird. Außerdem garantiert er, dass Tourismus als Querschnittsthema in der Bundespolitik angemessen berücksichtigt wird.

In der Exekutive wird die Bundesregierung, die einen Beauftragten für Tourismus ernannt hat, die Abstimmung zu tourismusrelevanten Entscheidungsprozessen auf Bundesebene mit Hilfe der niedergelegten Ziele und Handlungsfelder intensivieren.

COVID-19 fordert stärkeren Schulterschluss zwischen Tourismuspolitik und -wirtschaft

Die Reisewirtschaft, der Geschäftsreisebereich sowie das Gastgewerbe sind durch die Beschränkungen in Folge der Corona-Pandemie in besonderer Weise betroffen. Diese Krise macht die Bedeutung einer abgestimmt agierenden Tourismuswirtschaft und einer effizienten Einbindung dieser in tourismuspolitische Entscheidungsprozesse besonders deutlich. Das verlangt enge Zusammenarbeit zwischen Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft.

C 2.9.1. Handlungsempfehlungen

Um die Zusammenarbeit aller touristischen Akteure und Institutionen im Tourismus künftig effizienter koordinieren zu können, sollten die folgenden Handlungsempfehlungen umgesetzt werden.

Handlungsempfehlung 1: Tourismuspolitik institutionell stärken

Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe betrifft sämtliche staatliche und föderale Ebenen und strahlt darüber hinaus in vielen Einzelfragen in die Zuständigkeitsbereiche anderer Ressorts aus. Neben dem BMWi befassen sich fast alle Bundesministerien beziehungsweise angegliederte Beauftragte mit dem Bereich Tourismus, zum Beispiel im Rahmen von Verbraucherschutz, Finanzpolitik, Mobilitätsmanagement oder Infrastrukturmaßnahmen. Dies bedarf einer dauerhaften koordinierten Zusammenarbeit und Verzahnung sowie einer entsprechenden



Bereitstellung von Ressourcen und Kompetenzen auf Seite des BMWi, um die organisatorischen und inhaltlichen Anforderungen erfüllen zu können.

- **1.1. „Tourismusspezifische institutionelle Kapazitäten auf Ministeriumsebene aufstocken, Unterabteilung „Tourismus“ etablieren und interministerielle Zusammenarbeit stärken“:**

Aufgrund der Komplexität der wirtschafts- und sozialpolitischen Themen der Querschnittsbranche Tourismus wird empfohlen, die personellen und strukturellen Kapazitäten im BMWi zu stärken, wie bereits in Teil B skizziert. Ziel sollte sein, den Aufgaben einer optimalen Begleitung von Gesetzgebungsverfahren, der Vertretung der Branchenbelange über sämtliche legislative Bereiche sowie die aktive Einbindung der Fachkompetenzen aus der Branche noch umfangreicher nachgehen zu können. Zudem sollten hier die Umsetzung des Aktionsplans für eine nationale Tourismusstrategie gesteuert und dafür benötigte Initiativen ressortübergreifend gestartet werden.

Darüber hinaus sollte die Ausweitung des Referats zu einer Unterabteilung geprüft werden. Dies erscheint sinnvoll aufgrund der besonderen Struktur der Branche, die eine Vielzahl gesellschaftlicher Themenfelder betrifft und umfassende interdisziplinäre Fragen aufwirft.

Um die ressortübergreifende Zusammenarbeit zu stärken und eine intensivere Koordination der Tourismuspolitik sowie tourismusrelevanter Vorhaben und Belange zwischen den Ministerien zu erreichen, wird an dieser Stelle die Empfehlung zur Gründung einer Interministeriellen Arbeitsgruppe (IMAG) aus Teil B dieser Studie wiederholt. Sie sollte, wie dort beschrieben, Impulse geben für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Branche, mit Fokus auf wettbewerbsfähigen Strukturen und Rahmenbedingungen in einem globalen Tourismusmarkt. Dabei geht es vor allem darum, einen tragfähigen ordnungspolitischen Rahmen zu schaffen unter Berücksichtigung der Belange von Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz. Die empfohlene IMAG sollte politische Entscheidungen in ihren Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft kritisch beleuchten und zwischen den Ministerien abstimmen.

- **1.2. „Think Tank zur Zukunftssicherung gründen“:**

Angesichts der generell hohen Komplexität und der zu erwartenden strukturellen Veränderungen in der Tourismusbranche aufgrund von Corona wird empfohlen, einen Think Tank unter der Ägide des BMWi zu gründen (wie bereits in Teil B dargelegt). Dieser sollte, stärker als der aktuelle Tourismusbeirat, Trends und Entwicklungen analysieren, Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft erarbeiten und damit als eine Art „Vordenker“ fungieren und wahrgenommen werden.

Jedoch ist eine klare Trennung von fachlicher Expertise und Lobbyarbeit sicherzustellen. Deshalb sollten im Rahmen der Think-Tank-Arbeit vor allem Tourismusexpertinnen und -experten und branchenübergreifend Expertinnen und Experten aus den Bereichen Data Science, FinTech und Zukunftsforschung eingebunden werden. Aufgabe des Think Tanks ist es, unter professioneller Leitung künftige Chancen und Risiken im Umfeld von Tourismus und Touristik zu analysieren sowie Empfehlungen abzuleiten.



- **1.3. „Etablieren einer digitalen, nationalen Plattform zur Zukunft des Tourismus“:**

Vergleichbar der „Nationalen Plattform Zukunft der Mobilität“, die unter anderem zur Bewältigung der letzten Automobilkrise durch die Bundesregierung etabliert wurde, sollte eine Plattform zur Zukunft des Tourismus das wesentliche Kommunikationsmedium zur Veröffentlichung von Ergebnissen aus dem zu gründenden Think Tank sein. Diese sollte die zur langfristigen Zukunftssicherung relevanten Themenfelder strukturiert und lösungsorientiert sichtbar machen.

- **1.4. „Zusammenarbeit und Interessensvertretung auf EU-Ebene stärken“:**

Vor dem Hintergrund einer Vielzahl vorgeschlagener Maßnahmen in dieser Studie wird eine stärkere Rolle der Bundesrepublik Deutschland in tourismuspolitischen Fragen auf EU-Ebene empfohlen. Hier geht es um Maßnahmen zur Stärkung eines nachhaltigen Tourismus in den europäischen Destinationen sowie zur Sicherstellung fairer Marktbedingungen im globalen Wettbewerb der touristischen Unternehmen. Dies umfasst insbesondere die Bereitstellung finanzieller Ressourcen für europäische Tourismusdestinationen sowie steuerliche und rechtliche Rahmenbedingungen für touristische Unternehmen in der EU.

Handlungsempfehlung 2: Zusammenarbeit von Bund und Ländern stärken und koordinieren

In der Vergangenheit haben neben den Dachverbänden auf nationaler Ebene die Länder die Entwicklung des Deutschlandtourismus durch ihre länderspezifischen Aktivitäten maßgeblich getragen und gestaltet. Zunehmend wird deutlich, dass die Rahmenbedingungen und Herausforderungen der von globalen Entwicklungen beeinflussten Tourismusentwicklung ein stärker zielbestimmtes sowie gemeinsames und konzertiertes Agieren von Bund und Ländern erforderlich machen. Dies betrifft inhaltliche Themen, wie Wissensmanagement, Digitalisierung und Datenmanagement, Qualitätsentwicklung und Qualifizierung, touristische Mobilität und Infrastruktur, die Entwicklung landesgrenzenübergreifender Potenziale (zum Beispiel Flusslandschaften, Mittelgebirge), Nachhaltigkeit und Klimawandel, Krisenmanagement, Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie für den Tourismus und andere mehr. Hier kommen länderspezifische Initiativen zunehmend an die Grenzen des landesspezifisch Machbaren. Gleichzeitig stellt sich die Frage nach der erforderlichen Nutzung von Synergien durch mehr Abstimmung und die gemeinsame Umsetzung von Maßnahmen.

Vor diesem Hintergrund hat eine zielgerichtete Abstimmung der Tourismuspolitik und der Zusammenarbeit zwischen den Ressorts sowie zwischen Bund, Ländern, Kreisen und Kommunen einen besonderen Stellenwert. Das gilt auch für die Verabredung nationaler Handlungsfelder und Maßnahmen.

Um den Tourismusstandort Deutschland im globalen Wettbewerb und seine Wettbewerbsfähigkeit abzusichern, ist ein abgestimmtes, übergreifendes Handeln bedeutsam. Dies gilt gerade in Zeiten der Corona-Pandemie. Im globalen, aufgrund der Digitalisierung deutlich verschärften, Wettbewerb ist oftmals schnelles, abgestimmtes und entschlossenes Handeln erforderlich. Dies kann in föderalen Strukturen nur sichergestellt werden, wenn es klare Zuständigkeiten, definierte Bereiche sowie zwischen Bund und Ländern umfassende Mechanismen und Prozesse zur Abstimmung gibt. Mit dem Bund-Länder-Ausschuss sowie der



Wirtschaftsministerkonferenz stehen entsprechende Plattformen zur Verfügung. Sowohl das in der gemeinsamen Durchführung von Maßnahmen steckende Potenzial, als auch die Notwendigkeit der erforderlichen gemeinsamen Maßnahmen zur Umsetzung der vorliegenden Empfehlungen zum Aktionsplan zur Nationalen Tourismusstrategie machen es aus gutachterlicher Sicht notwendig, nicht nur die Abstimmung, sondern auch die gemeinsamen Aktivitäten, Maßnahmen und Projekte deutlich auszubauen. Dies gilt in besonderem Maße für die Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie.

Auch wenn Tourismuspolitik bisher vorrangig als Aufgabe der Länder galt, weisen die Vorschläge für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie auf Erfordernisse hin, die sich aus den veränderten Markt- und Wettbewerbsbedingungen ergeben. Es erscheint angemessen und verhältnismäßig, die Rolle des Bundes durch eine neu gefasste Festlegung von Aufgaben, der gemeinsamen und abgestimmten Aufgabenwahrnehmung und einer Veränderung der Kompetenzverteilungen zwischen Bund und Ländern vorzunehmen. Im ersten Schritt gilt es insbesondere mit Blick auf die Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie Aufgaben und Schnittmengen zu definieren, die übergreifend koordiniert werden müssen.

- **2.1. „Landestourismusstrategien unter Einbindung der Inhalte des Aktionsplans für eine nationale Tourismusstrategie fortschreiben“:**

Um eine Passung zwischen dem Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie und den Tourismusstrategien der Länder herzustellen, wird empfohlen, seitens der Bundesländer Vorschläge aus dem Aktionsplan zur Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie auf der Maßnahmenebene bereits unmittelbar umzusetzen. Darüber hinaus sollte die nächste Runde der Fortschreibung der Landestourismusstrategien dafür genutzt werden, die Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie einzubinden.

- **2.2. „Handlungsplan beziehungsweise Themen- und Aufgabenliste entwickeln und fortschreiben, die länderübergreifend entweder in Abstimmung miteinander oder durch den Bund bearbeitet werden kann“:**

Gegenstand dieses Handlungsplans sind Maßnahmen, die der Krisenprävention und -bewältigung, zum Beispiel im Zuge der Corona-Pandemie und ihrer Folgen, oder auch weiteren zentralen Themen der Tourismuspolitik, wie beispielsweise Strategien und Maßnahmen zum Klimawandel und seinen Folgen, dienen. Ebenso sollte der Handlungsplan Maßnahmen umfassen, bei denen eine abgestimmte beziehungsweise öffentlichkeitswirksame tourismuspolitische Position von Bund und Ländern erforderlich ist sowie gemeinsame Interessen von Bund und Ländern verfolgt werden, wie zum Beispiel bei der Regelung der Ferienkorridorzeiten. Die Maßnahmen sollten ebenso der Erschließung von Landesgrenzen übergreifenden touristischen Angebotspotenzialen mit nationaler Relevanz (zu nennen sind hier die gemeinsame Erschließung des Potenzials der Mittelgebirge, der großen Ströme, allen voran des Rheins und die Entwicklung von Initiativen für einzelne Marktsegmente, wie zum Beispiel für den Städte-tourismus) zuträglich sein. Auch sind Maßnahmen der übergeordneten Koordination, die zu Synergien und wirtschaftlichen Vorteilen für alle Beteiligten führen, zu berücksichtigen. Denkbar sind hierbei beispielsweise Einkaufskooperationen im Bereich Marktforschung und Beratungsdienstleistungen.



Handlungsempfehlung 3: Tourismuswirtschaft effizient in tourismuspolitische Entscheidungsprozesse einbinden

Eine gemeinsam agierende Tourismuswirtschaft zur Artikulation von Anliegen gegenüber der Politik und die effiziente Einbindung dieser in tourismuspolitische Entscheidungsprozesse sind elementar, um erfolgreiche Tourismuspolitik zu unterstützen. Dies wird insbesondere im Zuge der Corona-Krise deutlich.

Grundsätzlich ist darauf hinzuwirken, dass zu starke Überschneidungen von Tourismusgremien und deren Mitgliedern auf Bundesebene vermieden und klare Kompetenz- und Profilbeschreibungen sichergestellt werden.

- **3.1. „Tourismusbeirat mit dem Ziel einer aktiveren Beteiligung der relevanten Wirtschafts- und Branchenvertreter weiterentwickeln“:**

Eine zeitgemäße Ausrichtung im Sinne von fachlicher Beteiligung wird empfohlen. Der Tourismusbeirat sollte für einen kontinuierlichen Informationsaustausch sorgen mit dem Ziel, politischen Entscheidungen zu aktuellen Fragestellungen und Entwicklungen im Tourismus ein tragfähiges Fundament zu liefern. Dies sollte in Form der Bereitstellung der fachlichen Expertise durch Ausarbeitungen und Stellungnahmen erfolgen. Dies gilt insbesondere für die Evaluierung von gesetzlichen Regelungen hinsichtlich Praktikabilität und wirtschaftlicher Effekte noch vor Gesetzgebung durch die Mitglieder des Beirats. Zu diesem Zweck sollte der Tourismusbeirat fallbezogen unabhängige Expertinnen und Experten beziehungsweise Gutachterinnen und Gutachter hinzuziehen, um Interessenskollisionen aufzulösen.

- **3.2. „Wissenschaft bei grundsätzlichen Fragestellungen verstärkt einbinden“:**

Nicht zuletzt die durch die Corona-Pandemie ausgelöste Krise hat gezeigt, wie notwendig es wäre, wissenschaftliche Erkenntnisse für gelungene politische Entscheidungen zu berücksichtigen. Hierzu gehört der wissenschaftliche Nachweis, dass Reisen explizit nicht als Pandemietreiber gesehen werden kann. Ebenso wäre der Einbezug von Konzepten sinnvoll, die darauf wirken das Infektionsgeschehen durch Reiseprozesse nicht negativ zu beeinflussen oder die Effekte einer intelligenten Besucherlenkung in touristischen Regionen zum Wohle der erholungssuchenden Gesellschaft aufzeigen.

- **3.3. „Stakeholder systematisch in Entscheidungs- und Gesetzgebungsprozesse einbinden“:**

Touristische Stakeholder sollten bei der Einholung fachlicher Expertise und der Einbindung in Entscheidungs- und Gesetzgebungsprozesse stärker involviert werden. So kann sichergestellt werden, dass die Belange der KMU aus der Tourismuswirtschaft Beachtung finden.

Auf regionaler und lokaler Ebene bedarf es darüber hinaus einer neuen Systematik zur Einbindung der Einwohnerinnen und Einwohner. Hier sollten Lösungs- und Partizipationsprozesse zur Vorbereitung von Entscheidungen systematisch unterstützt werden.

Dies bedeutet die Nutzung von Möglichkeiten der Information bis zur Mitentscheidung der Bürgerinnen und Bürger, zum Beispiel durch zentrale Transparenzportale,



Bürgerforen, Bürgerpanels oder auch die Onlinekommentierung von Regelungsentwürfen. Ein Schwerpunkt sollte zukünftig auf die digitale Vernetzung im Sinne der e-Partizipation gelegt werden (Deutscher Bundestag, 2018).

C 2.9.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung³²

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|---|-------------|------------------------------------|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Tourismuspolitik institutionell stärken | | | | |
| 1.1. „Tourismusspezifische institutionelle Kapazitäten auf Ministeriumsebene aufstocken, Unterabteilung „Tourismus“ etablieren und interministerielle Zusammenarbeit stärken“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| 1.2. „Think Tank zur Zukunftssicherung gründen“ | Langfristig | Bund | Hoch | Gut |
| 1.3. „Etablieren einer digitalen, nationalen Plattform zur Zukunft des Tourismus“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| 1.4. „Zusammenarbeit und Interessensvertretung auf EU-Ebene stärken“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Zusammenarbeit von Bund und Länder stärken und koordinieren | | | | |
| 2.1. „Landestourismusstrategien unter Einbindung der Inhalte des Aktionsplans für eine nationale Tourismusstrategie fortschreiben“ | Langfristig | Länder | Hoch | Gut |
| 2.2. „Handlungsplan beziehungsweise Themen- und Aufgabenliste entwickeln und fortschreiben, die länderübergreifend entweder in Abstimmung miteinander oder durch den Bund bearbeitet werden kann“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 3: Tourismuswirtschaft effizient in tourismuspolitische Entscheidungsprozesse einbinden | | | | |
| 3.1. „Tourismusbeirat mit dem Ziel einer aktiveren Beteiligung der relevanten Wirtschafts- und Branchenvertreter weiterentwickeln“ | Dauerhaft | Bund | Hoch | Gut |
| 3.2. „Wissenschaft bei grundsätzlichen Fragestellungen verstärkt einbinden“ | Dauerhaft | Bund, Länder | Hoch | Mittel |
| 3.3. „Stakeholder systematisch in Entscheidungs- und Gesetzgebungsprozesse einbinden“ | Dauerhaft | Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Mittel |

³² Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan sind in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden.



C 2.10. Gutachterliche Vorschläge zur Querschnittsaufgabe „Tourismusförderung und -finanzierung“

Aus den vorherigen Handlungsfeldern geht ein übergreifender Bedarf hervor, die Tourismusförderung und -finanzierung neu auszurichten.

Die öffentliche Hand kann die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus durch eine Optimierung der Infrastruktur, durch Bereitstellung von optimalen Bildungsbedingungen sowie durch die Förderung von Innovationen verbessern. Rahmenbedingungen wie staatliche Regulierungen, Steuern und Abgaben, die Freiräume einschränken, sind ebenfalls politisch gestaltbar.

Tourismusförderung und -finanzierung als Gestaltungsparameter der Tourismuspolitik

In vielen anderen Ländern hat Tourismuspolitik eine hohe politische Bedeutung, die sich in eigenen Tourismusministerien ausdrückt. Das World Economic Forum untersucht im jährlich erscheinenden „Travel & Tourism Competitiveness Report“, welche Priorisierung Tourismus bei Regierungen auf der ganzen Welt hat. Hier landet Deutschland lediglich im Mittelfeld. Höher gelistet werden Länder, die mehr Ressourcen für Tourismus zur Verfügung stellen oder umfangreiche nationale Marketingkampagnen durchführen (World Economic Forum, 2019).

Der Dienstleistungsbereich stellt in Deutschland heute rund drei Viertel der Arbeitsplätze (Statistisches Bundesamt, 2020b). Fast ebenso hoch ist der Beitrag zur Wertschöpfung (circa 70 %) (BMW, 2018b). Im Tourismus, einer der wichtigsten Dienstleistungsbranchen, sind die politischen Strukturen weitgehend unverändert geblieben, vor allem die Aufgliederung in die verschiedenen Ministerien. Wichtig ist daher die Reorganisation der politischen Verantwortungs- und Entscheidungsebenen. Hier gilt es, insbesondere gemeinsam mit den Ländern einen Diskussionsprozess in Gang zu setzen. Die Ziele sind, eine adäquate Position des Tourismus im Gefüge der Ministerien auf Bundes- und Landesebene zu etablieren und die nachfolgenden tourismuspolitischen Ebenen neu zu organisieren.

Tourismusförderung und -finanzierung wird durch viele Akteure von der Europäischen Union über den Bund und die Bundesländer bis hin zu Regionen und Kommunen geleistet. Das Thema beschäftigt die Branche stark. Es gibt einen vielstimmigen Chor an Forderungen zu weiteren Finanzierungen, neuen Förderprogrammen und staatlichen Hilfen. Bislang fehlen allerdings wissenschaftliche Standards, um das umfangreiche Förderwesen im Tourismus im Detail zu überwachen und den Erfolg im Verbund der Maßnahmen zu messen und erkennen zu können.

Finanzierungs- und Förderungsstrukturen im Tourismus in Deutschland

Der Tourismus in Deutschland ist geprägt von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie von kommunalen und öffentlich finanzierten Strukturen in Ländern, Regionen und Kommunen. Daher ist der Tourismus in Deutschland auf öffentliche Fördermittel und den Zugang zu gesetzlich geregelten Finanzierungsinstrumenten angewiesen. Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen anlassgebundenen Fördermitteln und der dauerhaften Finanzierung der touristischen Strukturen im Deutschlandtourismus.



Fördermittel zur temporären, projektgebundenen Finanzierung einzelner Maßnahmen und Prozesse

Fördermittel dienen in der Regel einer temporären, projektgebundenen Finanzierung in einem definierten Zeitraum mit genauer Leistungsbeschreibung. Der öffentlichen und privaten Tourismuswirtschaft in Deutschland steht eine Vielzahl an Förderungsmöglichkeiten zur Verfügung. Hier stellen sich zwei Fragen: Ist die Ausrichtung der Förderprogramme im Hinblick auf die Zukunftsherausforderungen des Tourismus in Deutschland zielführend? Wie sollte auf die Erkenntnisse im Rahmen der Vorschläge für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie reagiert werden?

Daneben stellen sich auch organisatorische Fragen zur Zugänglichkeit der Fördermittel: Die Ausrichtung der Förderinstrumente unterliegt unterschiedlichen Programmen und richtet sich auf unterschiedliche Anlässe und Zielsetzungen aus. Diese sind für die zu Fördernden schwer überschaubar. Sie wirken im Hinblick auf die gewünschte und erforderliche Unterstützungs- und Steuerungswirkung nicht ausreichend aufeinander abgestimmt und sind im Beantragungs- und Abwicklungsverfahren zu aufwändig.

Sowohl die inhaltliche Ausrichtung der Förderung als auch die Zugänglichkeit von Fördermitteln und -programmen ist gerade mit Blick auf die Corona-Pandemie und ihre Folgen von größter Bedeutung. Im Mittelpunkt stehen die Veränderung beziehungsweise inhaltliche Nachjustierung von Förderprogrammen und ein unbürokratischer und schneller Zugang zu Fördermitteln.

Dauerhafte Finanzierung der Strukturen im Deutschlandtourismus

Die Finanzierung der öffentlichen Strukturen im Deutschlandtourismus erfolgt durch dauerhafte und institutionelle Instrumente. Die Strukturen im Deutschlandtourismus sind dabei in den meisten Bundesländern nach einem sogenannten Drei-Ebenen-Modell aufgebaut: Auf Landesebene wirken die Landestourismusorganisationen, die auf dauerhafte Zuwendungen der Länder angewiesen sind. Die regionale Ebene umfasst DMO, zum Beispiel im Schwarzwald, der Rhön oder der Nordsee. Auf lokaler Ebene finden sich in den touristisch ausgerichteten Städten und Gemeinden Deutschlands unterschiedliche, jedoch immer in relevanten Teilen öffentlich finanzierte Tourismusorganisationen.

Die Finanzierung des touristischen Systems ist mit erheblichen und für die Leistungsfähigkeit des Deutschlandtourismus entscheidenden Problemen behaftet, die in Kapitel C 2.10.1. verdeutlicht werden. Diese Probleme bestanden bereits vor der Corona-Pandemie, werden jedoch durch diese erheblich verstärkt. Die Verfügbarkeit von Mitteln für die freiwillige Aufgabe Tourismus ist in den Kommunen in Folge der Corona-Krise stark eingeschränkt.

C 2.10.1. Handlungsempfehlungen

Im Folgenden werden gutachterliche Handlungsempfehlungen und Vorschläge zur Neuausrichtung der Tourismusfinanzierung und -förderung formuliert.



Handlungsempfehlung 1: Inhaltliche Ausrichtung der Tourismusförderung justieren

Förderung ist ein zentrales Gestaltungs- und Entwicklungsinstrument für die Zukunftsfähigkeit der Tourismuswirtschaft und gleichzeitig Mittelstandsförderung. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Vorschläge für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie sind die Digitalisierung und die digitale Transformation für mehr Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit sowie die Nachhaltigkeit bei der Umsetzung eines ökologisch, sozial und ökonomisch ausgewogenen Qualitätstourismus.

Beide Schwerpunkte werden auch bei der Fokussierung der Förderprogramme für die Zukunft empfohlen. Hinzu kommen zwei Aspekte, die die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandortes beeinflussen: die Gewährleistung einer hochwertigen touristischen Infrastruktur und Mobilität sowie die Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen. Daher ergeben sich vier für die künftige Ausrichtung der Tourismusförderung relevante Schwerpunkte:

- Digitalisierung und digitale Transformation,
- Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsmanagement, insbesondere im Hinblick auf die Auswirkungen des Klimawandels,
- touristische und tourismusrelevante Infrastruktur und Mobilität sowie
- die Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen.

Die Relevanz dieser vier Schwerpunkte ergibt sich aus den Bewertungen der entscheidenden Einflussfaktoren für die touristische Zukunftsfähigkeit im Rahmen der inhaltlichen, wissenschaftlich fundierten Arbeit an den Vorschlägen für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie. Dazu kommen die Ergebnisse des Dialog- und Beteiligungsverfahrens im Rahmen des Projektes. Nicht zuletzt leitet sich die Relevanz der inhaltlichen Schwerpunkte auch aus den Folgen der Corona-Pandemie und der Bewältigung ihrer Folgen ab.

Die Finanzierung und Förderung des Tourismus ist eine Aufgabe, die eine hohe Lebens- und Standortqualität für verschiedene Ziel- und Anspruchsgruppen gewährleistet: Anwohnerinnen und Anwohner, touristische und nicht-touristische Unternehmen am Standort sowie Gäste und Besucherinnen und Besucher von außerhalb. Dieses Verständnis von Tourismus rechtfertigt die Rolle der öffentlichen Hand bei der Förderung und Finanzierung des Tourismus – nicht nur aus ökonomischen Gründen, sondern auch zur Steigerung der Lebens- und Standortqualität insgesamt. Hinzu kommt, dass die Kleinteiligkeit der Tourismuswirtschaft, der hohe Anteil der KMU und die Abhängigkeit von touristisch relevanter Infrastruktur und Angeboten (zum Beispiel Wegeinfrastruktur, Thermen und Bäder, Kulturangebote) ein starkes finanzielles Engagement der öffentlichen Hand bei der Gewährleistung der touristischen und tourismusrelevanten Infrastruktur erforderlich macht.

- **1.1. „Projekte fördern, die im Zuge der Digitalisierung auf die strategischen Ziele der Tourismuspolitik einzahlen“³³:**

Vier Stoßrichtungen sollten hier verfolgt werden: Die Förderung der digitalen Infrastruktur, der digitalen Innovationen, der digitalen Qualifizierung und der digitalen Marktbearbeitung. Förderinstrumente für digitale Tourismusinnovationen, wie die Fördermaßnahme LIFT, sollten aufgrund ihrer nationalen Bedeutung umfassend und konsequent ausgebaut werden.

³³ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 3.



So wird der bundesweite, branchen- und länderübergreifende Wissenstransfer unterstützt. Förderung mit Tourismusrelevanz sollte auch ansetzen an der Unterstützung innovativer Geschäftsmodelle, erfolgsunabhängiger Innovationsbudgets für Betriebe, der Verbesserung von Abschreibungsbedingungen für digitale Wirtschaftsgüter und damit an einer veränderten Innovationskultur im Tourismus insgesamt.

Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang auch die wichtige Rolle der deutschen Hochschulen und Forschungseinrichtungen mit Tourismusbezug. Diese sollten gezielt und systematisch in die Innovationsforschung, das Innovationsmanagement und den Wissenstransfer hinsichtlich der Digitalisierung und der digitalen Transformation eingebunden werden.

▪ **1.2. „Nachhaltigkeit im Tourismus fördern“³⁴:**

Über die Förderung auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Projekte und Maßnahmen, insbesondere im Bereich Klima- und Umweltschutz, hinaus ist ein ganzheitlicher Förderansatz mit Blick auf einen nachhaltigen Qualitätstourismus notwendig. Um eine Implementierung eines Qualitätstourismus im Deutschlandtourismus und im Outbound-Tourismus zu erreichen, bedarf es einer systematischen Verankerung der Nachhaltigkeit als übergreifendes Förderkriterium. Sämtliche Förderprogramme sollten darauf geprüft werden, inwiefern sie der Nachhaltigkeit Rechnung tragen und gegebenenfalls weiterentwickelt werden.³⁵

Dabei sollten zu den ökonomischen Aspekten bei der Bewertung von zu fördernden Maßnahmen ökologische und soziale Kriterien ergänzt werden. Die Empfehlung im Rahmen der Vorschläge für einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie lautet, Nachhaltigkeit nicht nur übergreifend in den Rahmenbedingung zu verankern, sondern in die Förderkriterien einzuarbeiten, mit konkreten Anforderungen zu hinterlegen und bei Förderprüfungen und Verwendungsnachweisen die Einhaltung der Nachhaltigkeitskriterien anhand von Kennzahlen zu überprüfen. Beispiele sind Kennziffern zu Klimaschutz, wie etwa der ökologische Fußabdruck des Tourismus, oder auch Kennziffern zu Tourismusakzeptanz und -bewusstsein der einheimischen Bevölkerung.

Dieser Anspruch gilt besonders auch für Fördermaßnahmen des Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern. Eine herausragende Rolle spielt neben der ökologischen Nachhaltigkeit (Förderung von Klima- und Umweltschutzmaßnahmen) auch die soziale Nachhaltigkeit inklusive der Bewusstmachung des Nutzens touristischer Entwicklungsaktivitäten.³⁶

▪ **1.3. „Touristische und tourismusrelevante Infrastruktur und Mobilität fördern“³⁷:**

Erhalt und Pflege touristischer und tourismusrelevanter Infrastruktur sollten auch weiterhin als Förderkriterien verankert werden, wenn Verbesserungen der Struktur, Qualität und Nachhaltigkeit zu erwarten sind. Das Augenmerk sollte auf Besucherinformation und -lenkung sowie auf den Ausbau der Förderung zur Weiterentwicklung von

³⁴ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 7.

³⁵ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 7.

³⁶ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 8.

³⁷ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 4.



Wander- und Radwegen sowie freizeitbezogenen Wasserwegeinfrastrukturen gerichtet werden.³⁸

Auch der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) sollte zukünftig weiterhin die Möglichkeit bieten, Tourismusprojekte und touristische Infrastrukturen zu fördern. Darüber hinaus sollten die Tourismus-Fördertatbestände der GRW (Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur") überprüft und angesichts der im vorliegenden Aktionsplan benannten Erfordernisse gegebenenfalls angepasst werden. Angesichts der Corona-Pandemie und ihrer wirtschaftlichen Folgen ist auch eine Neubewertung der Förderbedarfe, beispielsweise für urbanen Tourismus, unumgänglich.³⁹ Maßgeblich für die neuen Bedarfe sind die sich aus den Auswirkungen der Corona-Pandemie ergebenden Folgen für die Tourismuswirtschaft.

Der Bedarf an „neuen“ Infrastrukturen, zum Beispiel im Bereich der Bahnhöfe, Zentralen Omnibusbahnhöfe und anderer Ankommenspunkte, sollte geprüft werden. Geänderte Anforderungen mit Blick auf Nachhaltigkeit sollten in die Förderkriterien eingehen⁴⁰. Bei Vergabe von GRW-Mitteln sollten vor allem langfristig wirkende, synergetische Maßnahmen berücksichtigt werden, die sowohl der Lebensqualität der Einwohnerinnen und Einwohner als auch den Gästen zugutekommen. Angesichts der Corona-Pandemie und ihrer Folgen ist es wichtig, der eingeschränkten Fähigkeit zur Finanzierung der Eigenanteile bei Förderprojekten stärker Rechnung zu tragen. Vielerorts fließen Fördermittel wegen der mangelnden Co-Finanzierbarkeit auf kommunaler Ebene nicht mehr ab.

Ein zweites Problem entsteht durch die geforderte Zweckbindung der Fördermittel über einen langen Zeitraum. Diese kann in den Haushalten der Kommunen oft nicht verbindlich abgebildet werden. Daher sollte überprüft werden, inwiefern und unter welchen Umständen eine Reduzierung der Zweckbindung von Fördermitteln umgesetzt werden kann.

▪ **1.4. „Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen für den Tourismus“⁴¹:**

Die Corona-Pandemie und ihre Folgen werden die Tourismuswirtschaft über die kommenden Jahre in erheblichem Maße beeinträchtigen. Medizinerinnen und Mediziner sowie Virologinnen und Virologen sind sich einig, dass die Corona-Pandemie nicht mit Vorliegen eines Impfstoffs und einer geeigneten Medikation beendet ist.

Um das Bestehen weiter Teile der Tourismuswirtschaft in Deutschland zu gewährleisten, bedarf es nicht nur kurz- sondern auch langfristig ausgerichteter Fördermaßnahmen, die schnell eingesetzt und bürokratiearm abgerufen werden können. Kurzfristige Maßnahmen zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft werden bereits in Teil B dieser Studie skizziert.

Unter allen Umständen ist zu vermeiden, die Fördermittel für den Tourismus abzusenden, auch angesichts der zu erwartenden finanziellen Herausforderungen infolge der Corona-Pandemie. Befürwortet wird die Verlängerung von Überbrückungshilfen aller Art und die Verlängerung des Kurzarbeitergeldes. Das gilt auch für ein mittel- und

³⁸ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 6.

³⁹ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.

⁴⁰ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 7.

⁴¹ Siehe hierzu auch Handlungsfeld 4.

langfristig ausgelegtes Sonderförderprogramm für den Tourismus auf europäischer, nationaler und Landesebene mit nicht oder flexibel rückzahlbaren Zuschüssen zur Kompensation von Corona-bedingten Verlusten.⁴²

Wichtig sind auch Normreduzierungen bei Durchführungsverordnungen sowie bei delegierten Verordnungen und Leitlinien. Ebenso sollte auf Verfahrenserleichterungen und die Beschleunigung bei Anträgen und Abrechnungen von EU-Fördermitteln hingewirkt werden.

Gleichfalls sollte eine Verlängerung der Möglichkeiten erwirkt werden, die in den Vorschriften zu staatlichen Beihilfen vorgesehene volle Flexibilität zur Unterstützung der Wirtschaft zu nutzen.

Handlungsempfehlung 2: Tourismusförderung effizienter ausgestalten und umsetzen

Reisegebiete und touristische Unternehmen können öffentliche Fördermittel aus unterschiedlichen Quellen (Länder, Bund, EU) in Anspruch nehmen. Nicht zuletzt angesichts der COVID-19-Pandemie und ihrer Folgen kommt es auf die Koordinierung der beteiligten Programme, die Fördertransparenz und die Nutzbarkeit für die zu Fördernden an.⁴³ Dies kann dazu beitragen, dass der Tourismus an den Fördermöglichkeiten künftig noch besser partizipieren kann.

Viele Positionspapiere der Verbände der Tourismusbranche fordern, die Fördermöglichkeiten zu vernetzen und zu verzahnen. Dazu gehört auch eine bessere und zielgruppenorientiertere Kommunikation von Förderprogrammen. Angesichts der Folgen der Corona-Pandemie kommt es auf Abstimmung, Transparenz, Zugänglichkeit, Schnelligkeit und bürokratiearme touristische Förderprogramme an. Die Erfahrungen in der Corona-Pandemie haben verdeutlicht, dass hier ein erheblicher Handlungs- und Nachsteuerungsbedarf vorliegt. Ein zentraler Schritt wurde mit dem „Förderwegweiser Tourismus“ des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Auftrag des BMWi getan.

▪ **2.1. „Förderinstrumente stärker miteinander verzahnen“:**

Wichtig sind die effizientere Ausgestaltung, stärkere synergetische Nutzung und engere Verzahnung tourismusrelevanter Förderinstrumente von EU, Bund und Ländern sowie die Entwicklung von gemeinsamen Indikatoren für die Messbarkeit des Erfolgs der Tourismusförderung. Landesprogramme sollten bestehende Bundesprogramme sinnvoll ergänzen. Bei der konkreten Ausgestaltung relevanter Förderprogramme sollten Maßnahmen zur Unterstützung des Tourismus durch alle beteiligten Bundesressorts in allen relevanten Programmen berücksichtigt, aufeinander abgestimmt, aufbereitet und kommuniziert werden. In diesem Zusammenhang sollten die möglichen Synergieeffekte zwischen Förderung ländlicher Räume und der Tourismusförderung noch stärker entwickelt und genutzt werden. Diese beiden Förderbereiche sind trotz unterschiedlicher Ressortzuständigkeiten im Hinblick auf Ziele, Strategien und Fördermaßnahmen zu harmonisieren.

Bildung, Forschung und Innovation sind die zentralen Handlungsfelder für Deutschlands Zukunft. Dafür investiert die Bundesregierung zusätzliche Mittel in

⁴² Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.

⁴³ Siehe hierzu auch Teil B - Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft.



Milliardenhöhe. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert umfangreich Forschungsprojekte in verschiedenen Wirtschaftsbereichen. Bis heute findet der Tourismus dabei wenig Beachtung. So wird der Tourismus, auch aufgrund seines Querschnittscharakters, in den Ausgaben-Übersichten des BMBF beispielsweise nicht als eigener Förderbereich beziehungsweise Förderschwerpunkt ausgewiesen. Es ist unbedingt erforderlich, den Tourismus hier künftig stärker zu berücksichtigen.

▪ **2.2. „Transparenz, Zugänglichkeit und Koordination der Förderinstrumente verbessern“:**

Insbesondere für kleinteilige und überregionale Tourismusakteure sowie KMU ist die Förderlandschaft auf den verschiedenen Ebenen unübersichtlich. Daher ist eine zielgruppenorientierte Förderungsberatung wichtig. Das gilt auch für die Entwicklung von Maßnahmen zur Vereinfachung der Beantragung, Abwicklung und Abrechnung von Fördermitteln und die Schaffung zentraler Anlaufstellen auf Landesebene, die mit den Wirtschaftsförderungsstellen auf regionaler und lokaler Ebene vernetzt sind. Auch die Unterstützung der Anlaufstellen durch eine bundesweite Institution, die gleichzeitig als erste nationale Anlaufstelle fungiert, ist anzustreben. Gerade angesichts der Corona-Pandemie wird es auf eine verbesserte Transparenz, Zugänglichkeit und Koordination ankommen, um die Tourismuswirtschaft bei der Bewältigung der Folgen zu unterstützen.

▪ **2.3. „Fördermitteleinsatz monitoren und evaluieren“:**

Ein weiterer zentraler Punkt ist das Monitoring sowie die Evaluierung und Erfolgsmessung touristischer Förderung. Hier ist der Aufbau von Instrumenten notwendig, um zu einer effizienten und effektiven Tourismusförderung und -finanzierung zu kommen. Auch wenn bereits viele Förderprogramme individuell evaluiert werden, reicht dies noch nicht aus. Entscheidend ist es, den Fördermitteleinsatz im Verbund der Instrumente zu bewerten und zu programmübergreifenden Schlussfolgerungen zu kommen.

▪ **2.4. „Aufgaben des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Bereich der Tourismusförderung erweitern“:**

Bei der Evaluierung und Weiterentwicklung des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes sollte die Verbesserung von Transparenz und Zugänglichkeit von Förderprogrammen einen stärkeren Platz einnehmen. Einen wesentlichen Beitrag hierfür leistet das Kompetenzzentrum mit dem Förderwegweiser schon heute. Hier wurde ein digitaler Informationsdienst maßgeschneidert für die Bedürfnisse der Tourismuswirtschaft konzipiert, der das vorhandene Informationsangebot über Förderoptionen im Internet ergänzt. Touristische Unternehmen, Organisationen und Gründerinnen und Gründer erhalten so Orientierung und Hilfe bei der Auswahl geeigneter Förderprogramme.

▪ **2.5. „Zugänglichkeit von Förderprogrammen verbessern“:**

Förderprogramme sollten auf einer zentralen, online verfügbaren Übersichtsplattform sichtbar sein – insbesondere für KMU. Hierzu sollte der seit Ende 2019 verfügbare Förderwegweiser des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes weiterhin an Sichtbarkeit hinzugewinnen und kontinuierlich aktualisiert werden.

Handlungsempfehlung 3: Das System der Tourismusfinanzierung im Deutschlandtourismus weiterentwickeln

Im Deutschlandtourismus finanzieren die Kommunen die in der Regel öffentlich finanzierten Tourismusstrukturen. Sie fördern damit jenseits der im vorliegenden Kapitel C 2.10. beschriebenen anlassbezogenen Förderung den Tourismus oft institutionell oder ermöglichen die Erhebung von Abgaben.

Hier gibt es große Herausforderungen bei der das touristische System tragenden Tourismusfinanzierung. Bereits vor der Corona-Pandemie, aber besonders angesichts ihrer weitreichenden Folgen, wurde deutlich, dass das aktuelle System der Tourismusfinanzierung an seine Grenzen gerät, wie in den folgenden Ausführungen verdeutlicht wird. In den meisten Regionen ist der Tourismus über ein sogenanntes „Drei-Ebenen-Modell“ des Destinationsmanagements aufgebaut. In diesem arbeiten Länder, Regionen und Kommunen mit funktionalen Partnern und Leistungsanbietern zusammen.

Betrachtet man die Finanzierungsquellen der drei Ebenen, steht auf Landesebene und lokaler Ebene ein grundsätzlicher Zugang zu Finanzierungsquellen zur Verfügung. Die Landesebene finanziert sich über Zuwendungen der Bundesländer und in begrenztem Maße über eigene Einnahmen.

Die lokale Ebene, die Städte und Gemeinden, verfügt über verschiedene Finanzierungsquellen: Tourismus-, Kur- und Fremdenverkehrsabgaben, kommunale Zuwendungen und die Erzielung von Einnahmen. Grundsätzlich regeln die Kommunalabgabengesetze der Länder (KAG) die Erhebung von tourismusrelevanten Abgaben.

Regionale DMO dagegen sind auf die Finanzierung über Einnahmen angewiesen und in der Regel abhängig von der freiwilligen Finanzierung durch die Landkreise, Städte und Gemeinden. Regionale DMO sind in den letzten Jahren erheblich unter Finanzierungsdruck geraten. Die Corona-Krise und ihre Folgen verstärken diese Entwicklung zusätzlich.

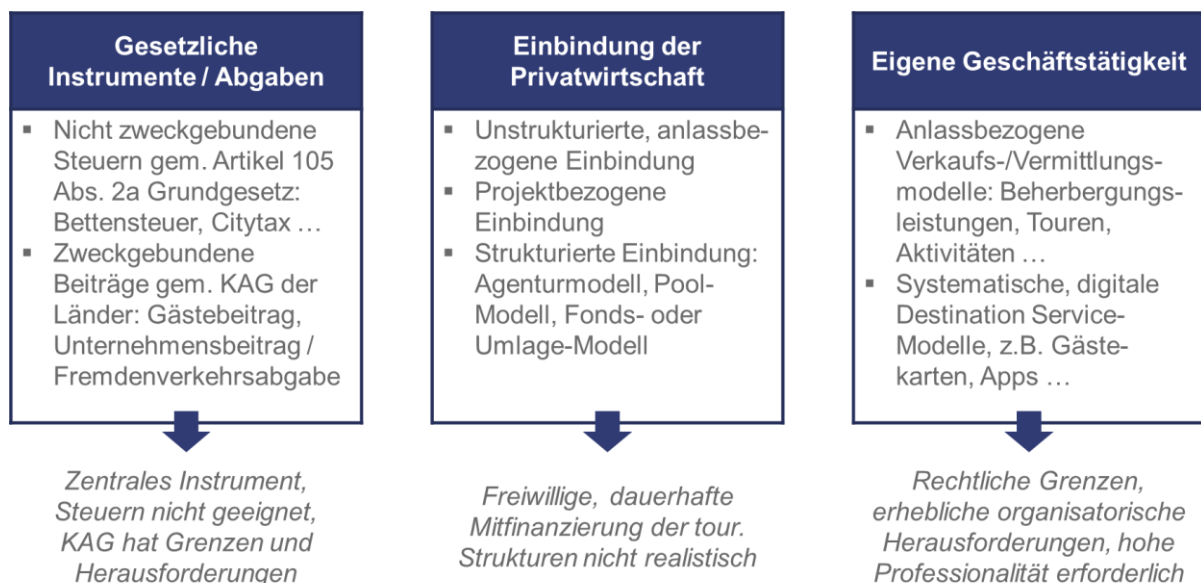


Abbildung 35: Möglichkeiten der Tourismusfinanzierung im Deutschlandtourismus (eigene Darstellung)



Die meisten Länder haben in den letzten Jahren ihr KAG verändert und die Tourismusfinanzierung für nicht kurörtlich prädikatisierte Orte geöffnet. Hierzu wurde häufig die Kategorie „Tourismusort“ als Grundlage für die Erhebung von Tourismusbeiträgen geschaffen.

Das System setzt ein gewisses Mindestvolumen der Abgaben voraus, da sich die Erhebung ansonsten als nicht rentierlich erweist. Eine einheitliche, flächendeckende Erhebung von Abgaben in interkommunalen touristischen Zusammenschlüssen beziehungsweise touristischen Regionen stellt aus vielen Gründen eine Herausforderung dar. In der Folge werden kleine beziehungsweise tourismusschwächere Städte und Gemeinden gerade in ländlichen Räumen von der Abgabenerhebung quasi abgeschnitten.

Im Unterschied zu relevanten Wettbewerbern, allen voran Österreich, gibt es in Deutschland kein adäquates Finanzierungssystem für die kommunal geprägten Tourismusstrukturen. Die Corona-Pandemie verschärft die bereits seit langem vorhandenen Probleme, denn die Mittel für die freiwillige Aufgabe Tourismus werden voraussichtlich in den kommenden Jahren auf allen Ebenen weniger. Aufgabenadäquate und dauerhaft gesicherte Finanzierungsstrukturen stehen somit im Deutschlandtourismus nicht zur Verfügung. Dies wirkt sich für die Tourismuswirtschaft als Wettbewerbsnachteil gegenüber anderen Ländern, wie zum Beispiel Österreich, aus.

Die vorliegenden gesetzlichen Modelle erweisen sich als nicht hinreichend tragfähig und sollten auf Landesebene, beispielsweise auf Basis von Tourismusgesetzen, verändert werden.

Modelle der freiwilligen Tourismusfinanzierung durch die Privatwirtschaft wurden in den letzten Jahren erprobt. Selbst in den wenigen Fällen, bei denen diese Modelle systematisch eingesetzt wurden, waren sie nicht in der Lage, die touristische Förderung durch die Kommunen zu ersetzen.

- **3.1. „Bisherige Tourismusfinanzierung der Länder evaluieren und konzeptionell weiterentwickeln“:**

Die Systeme der Tourismusfinanzierung der Länder unterscheiden sich. In vielen Bundesländern ist bereits eine Anpassung der kommunalen Abgabengesetze im Hinblick auf die Erhebung von Gäste- und Unternehmensbeiträgen erfolgt. Dabei verfolgen die Bundesländer unterschiedliche Ansätze, deren Wirkungen und Erfolge unterschiedlich ausgeprägt sind. Es fehlt an Transparenz über die Wirkung der unterschiedlichen Vorgehensweisen sowie über die Erfolgs- und Misserfolgskriterien. Das gilt auch für Erfahrungsaustausch, Lerneffekte und einen konvergierenden Prozess der unterschiedlichen Ansätze zu Best-Practices-Lösungen. Um den erforderlichen, systematischen Veränderungsprozess der Tourismusfinanzierung voranzutreiben, wird eine länderübergreifende Evaluierung und konzeptionelle Weiterentwicklung der bisherigen Tourismusfinanzierung empfohlen.

- **3.2. „Einführung eines Tourismusgesetzes in einem tourismusintensiven Bundesland überprüfen“:**

Angesichts der Erfahrungen der letzten Jahre mit der bestehenden Tourismusfinanzierung in den Bundesländern und den positiven Erfahrungen anderer Länder mit anderen Finanzierungssystemen sollten Alternativen geprüft werden.

Zentral ist ein gesetzlicher Rahmen sogenannter Tourismusgesetze, die die Finanzierung des Tourismus in den Ländern zentral organisieren. Mehrere Bundesländer setzen sich bereits in unterschiedlicher Intensität mit den Möglichkeiten der Einführung eines Tourismusgesetzes auseinander, scheuen jedoch oftmals bereits die Prüfung eines solchen Vorgehens angesichts möglicher Widerstände der Kammern und Verbände. Auch aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Tourismusfinanzierung wird die Prüfung von Tourismusgesetzen durch die Länder empfohlen. Sinnvoll wäre die Prüfung in einem besonders tourismusintensiven Bundesland, wie zum Beispiel in Mecklenburg-Vorpommern.

C 2.10.2. Zeiträume, Verantwortlichkeiten & Bewertung⁴⁴

| Vorschläge zum Aktionsplan | Zeiträume | Verantwortlichkeit | Wirkung & Relevanz | Kosten-Nutzen-Relation |
|--|---------------|--|--------------------|------------------------|
| Handlungsempfehlung 1: Inhaltliche Ausrichtung der Tourismusförderung justieren | | | | |
| 1.1. „Projekte fördern, die im Zuge der Digitalisierung auf die strategischen Ziele der nationalen Tourismusstrategie einzahlen“ | Langfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| 1.2. „Nachhaltigkeit im Tourismus fördern“ | Langfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| 1.3. „Touristische und tourismusrelevante Infrastruktur und Mobilität fördern“ | Langfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| 1.4. „Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen für den Tourismus“ | Langfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 2: Tourismusförderung effizienter ausgestalten und umsetzen | | | | |
| 2.1. „Förderinstrumente stärker miteinander verzahnen“ | Mittelfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| 2.2. „Transparenz, Zugänglichkeit und Koordination der Förderinstrumente verbessern“ | Mittelfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| 2.3. „Fördermitteleinsatz monitoren und evaluieren“ | Kurzfristig | Bund, Länder | Hoch | Gut |
| 2.4. „Aufgaben des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Bereich der Tourismusförderung erweitern“ | Mittelfristig | Bund | Hoch | Gut |

⁴⁴ Die Erläuterung zur Bewertung der Vorschläge zum Aktionsplan, die in Kapitel C 1.2. auf Seite 79 zu finden sind, treffen auch auf die gutachterlichen Vorschläge zur Querschnittsaufgabe „Tourismusförderung und -finanzierung“ zu.

| | | | | |
|--|---------------|--|--------|-----|
| 2.5. „Zugänglichkeit von Förderprogrammen verbessern“ | Mittelfristig | EU, Bund, Länder, Städte und Gemeinden | Hoch | Gut |
| Handlungsempfehlung 3: Das System der Tourismusfinanzierung weiterentwickeln | | | | |
| 3.1. „Bisherige Tourismusfinanzierung der Länder evaluieren und weiterentwickeln“ | Mittelfristig | Länder | Mittel | Gut |
| 3.2. „Einführung eines Tourismusgesetzes in einem tourismusintensiven Bundesland überprüfen“ | Mittelfristig | Länder | Hoch | Gut |

C 3. Vorschläge zum Aktionsplan im Überblick

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|---|---|---|---|--|
| Strategische Ziele der Tourismuspolitik | <p align="center">Politische Ziele Inländische Wertschöpfung erhöhen Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig heben Zu internationaler Stabilität beitragen</p> | | | | | | | | |
| | <p align="center">Strategische Ziele 1. Wir schöpfen die vielfältigen Potenziale des Tourismus weiter aus. 2. Wir stärken die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland und der mittelständisch geprägten Tourismuswirtschaft und belassen ihr Freiräume, sich zu entfalten. 3. Wir gestalten eine moderne, barrierefreie, verlässliche sowie nachhaltige Mobilität und digitale Infrastruktur, die die Bedürfnisse der Reisenden und die Herausforderungen durch eine Zunahme des Verkehrs berücksichtigen. 4. Wir streben einen Qualitätstourismus an, der im Einklang mit Natur und Kultur lebenswerte Räume schafft und erhält, zur Lebensqualität aller Menschen – Besucher wie Einheimische – beiträgt und das Deutschlandbild im Ausland positiv prägt. 5. Wir nutzen das Potenzial des Tourismus, um die wirtschaftliche Entwicklung in anderen Teilen der Welt nachhaltig zu stärken und zu Frieden, Toleranz und Völkerverständigung beizutragen. 6. Wir unterstützen eine umwelt- und klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus.</p> | | | | | | | | |
| | Handlungsfeld 1 | Handlungsfeld 2 | Handlungsfeld 3 | Handlungsfeld 4 | Handlungsfeld 5 | Handlungsfeld 6 | Handlungsfeld 7 | Handlungsfeld 8 | Handlungsfeld 9 |
| | Verlässliche, bürokratiearme und wettbewerbsfördernde Rahmenbedingungen für den Tourismusstandort Deutschland und die nationale Tourismuswirtschaft gestalten | Am internationalen Wachstum partizipieren | Tourismus 4.0 erkennen | Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig gestalten | Beschäftigung im Tourismus Zukunft und Perspektive geben | Ländliche Räume stärken | Auf nachhaltige Entwicklung im und durch Tourismus setzen | Mit Tourismus zu Stabilität im internationalen Umfeld beitragen | Koordiniert zusammenarbeiten |
| Vorschläge für einen Aktionsplan mit Handlungsempfehlungen | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 | Handlungsempfehlung 1 |
| | Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Tourismus verbessern und unnötige Bürokratie abbauen Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Bürokratieabbau unterstützen 1.2. Prozesse durch Digitalisierung optimieren 1.3. Missbräuchliche Klageindustrie abwenden 1.4. Flexibilität und Service von Leistungsträgern verbessern | Internationale Wettbewerbsfähigkeit der Destination Deutschland sichern Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Förderung der DZT verstetigen und Vermarktung Deutschlands als touristische Marke weiter vorantreiben 1.2. Monitoring fortsetzen und bestehende Vermarktungsstrategie in ausgewählten Quellmärkten vor dem Hintergrund von COVID-19 adaptieren und internationale Touristenströme lenken 1.3. Der DZT eine konsultierende Rolle im Rahmen der Digitalisierungsansätze | Digitale Infrastruktur verbessern Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Digitale Infrastruktur verbindlich ausbauen 1.2. Investitions- und Modernisierungsentscheidungen auch touristisch treffen 1.3. Qualitätsstandards um digitale Anforderungen ergänzen | Rahmenbedingungen für das Management einer intermodalen und zukunftsfähigen Mobilität und deren Infrastruktur aus touristischer Sicht schaffen Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Stärkung der Infrastruktur vorantreiben 1.2. Touristische Verkehre in Planungsvorhaben beachten 1.3. Nachhaltige Mobilitätsprojekte fördern 1.4. Intermodale Mobilität weiterentwickeln und buchbar machen 1.5. Touristische Belange im Rahmen der Novellierung des Personen- | Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus unterstützen Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus entwickeln und umsetzen | Strukturfunktion des Tourismus stärken, um die Angleichung der Lebensverhältnisse durch touristische Förderung zu unterstützen Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Förderung ländlicher oder strukturschwacher Räume und Tourismusförderung harmonisieren und Synergien nutzen 1.2. Urbane Räume und Stadt-Umland-Beziehungen in der Tourismusentwicklung und -förderung stärker berücksichtigen 1.3. EU- und Bundesfördermitteln strukturell vereinfachen und ergänzende Kumulierbarkeit prüfen | Nachhaltigkeit im Tourismus fördern Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Nachhaltige Reiseangebote bundeseinheitlich kennzeichnen 1.2. Bundeseinheitliche Nachhaltigkeitsstandards entwickeln, implementieren und monitoren 1.3. Nachhaltigkeit als verpflichtendes Kriterium für tourismusrelevante Förderung etablieren 1.4. Best Practices fördern und sichtbar machen 1.5. Unternehmen und Destinationen bei der nachhaltigen Tourismusentwicklung unterstützen | Tourismus als wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilisator in anderen Ländern nachhaltig fördern Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Touristische Destinationen sozial unterstützen 1.2. Touristische Destinationen ökologisch unterstützen 1.3. Touristische Destinationen sozial unterstützen und Schutzmaßnahmen gegen sexuelle Gewalt und Ausbeutung implementieren 1.4. Auf einheitliche Prinzipien im Outbound-Tourismus verpflichten | Tourismuspolitik institutionell stärken Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Tourismusspezifische institutionelle Kapazitäten auf Ministeriumsebene stärken, Unterabteilung „Tourismus“ etablieren und interministerielle Zusammenarbeit stärken 1.2. Think Tank zur Zukunftssicherung gründen 1.3. Etablieren einer digitalen, nationalen Plattform zur Zukunft des Tourismus 1.4. Zusammenarbeit und Interessensvertretung auf EU-Ebene stärken |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|--|--|--|
| | in der Tourismusbranche übertragen | | beförderungsgesetzes berücksichtigen 1.6. Radwegeinfrastruktur stärken 1.7. Qualität der Wanderwegeinfrastruktur sichern und ausbauen | | | 1.6. Nachfrageseite für nachhaltiges Reisen sensibilisieren | 1.5. Transparenz und Wissen über relevante Destinationen erhöhen | |
| <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Mit der Ausgestaltung steuerlicher Rahmenbedingungen den Mittelstand stärken, Nachhaltigkeit fördern und Wettbewerbsverzerrungen vermeiden</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. EU-weit einheitliche und praxistaugliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie forcieren 2.2. Steuergerechtigkeit auf EU-Ebene vorantreiben 2.3. Steuerliche Rahmenbedingungen transparent an Nachhaltigkeit ausrichten</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Nachfragepotenzial von Auslandsmärkten realisieren</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Visa-Vergaben vereinfachen 2.2. Sportgroßveranstaltungen zur Stärkung der heimischen Ökonomie und zur Förderung des Deutschlandbilds im Ausland nutzen</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Digitale Innovationen fördern</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Open Data-Lösungen unterstützen 2.2. Förderkulisse für digitale Innovationen weiterentwickeln 2.3. Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken stärken 2.4. Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen schaffen</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Mit einem attraktiveren Schienenverkehr zur Förderung nachhaltiger Mobilität und der Erschließung ländlicher Räume beitragen</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Schienenverkehrsprojekte mit touristischer Bedeutung fördern 2.2. Attraktivität an Bord und in Bahnhöfen steigern 2.3. Europaweiten Schienenverkehr fördern, um wichtige touristische Quellmärkte weiter zu erschließen</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingung für mehr Beschäftigung im Tourismus bedarfsgerecht weiterentwickeln</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Bestimmungen des Arbeitszeitgesetzes überprüfen und bedarfsgerecht weiterentwickeln 2.2. Beschäftigung wenig beachteter Arbeitnehmerzielgruppen vereinfachen und stärken 2.3. Mangelberufe im Tourismus prüfen und anerkennen und gesetzliche Rahmenbedingungen verbessern</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Rahmenbedingungen für die bedarfsgerechte Entwicklung touristischer Infrastrukturen optimieren</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Förderung und Weiterentwicklung der Wander- und Rad- sowie freizeitbezogenen Wasserwegeinfrastruktur stärken 2.2. Nationale Qualitätsstandards in der Freizeit- und Wegeinfrastruktur entwickeln 2.3. Kulturelle Angebote von nationaler Bedeutung und kulturtouristische Potenziale in ländlichen Räumen fördern 2.4. Deutsche Kur- und Heilbäder als touristische Ankerpunkte für die ländlichen Räume stärken</p> | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Barrierefreiheit und Teilhabe im Tourismus unterstützen</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Barrierefreiheit als verpflichtendes Förderkriterium sicherstellen 2.2. Barrierefreiheit in der öffentlichen touristischen Infrastruktur und Mobilitätsinfrastruktur fördern 2.3. Initiativen zur Barrierefreiheit bündeln</p> | | <p>Handlungsempfehlung 2</p> <p>Zusammenarbeit von Bund und Ländern stärken und koordinieren</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>2.1. Landestourismusstrategien unter Einbindung der Inhalte des Aktionsplans für eine nationale Tourismusstrategie fortschreiben 2.2. Handlungsplan beziehungsweise Themen- und Aufgabenliste entwickeln und fortschreiben, die länderübergreifend entweder in Abstimmung miteinander oder durch den Bund bearbeitet werden kann</p> |
| <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Rahmenbedingungen für den Vertrieb von Reiseleistungen im Einklang mit Wettbewerbsfähigkeit und Verbraucherschutz verbessern</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Insolvenzsicherung im Reiserecht validieren und umsetzen 3.2. EU-Pauschalreiserichtlinie evaluieren und umsetzen 3.3. Rahmenbedingungen für Unternehmen in Einklang mit Verbraucherschutzgesetzgebung verbessern</p> | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Mittel- und langfristige Effekte der Corona-Pandemie hinsichtlich Städte- und MICE-Tourismus gestalten</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. „Digitalisierung und Hybridformate im MICE-Bereich unterstützen“ 3.2. „Freizeitorientierten Städtetourismus stärken“</p> | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Touristische Leistungsanbieter und Arbeitskräfte qualifizieren</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Aus- und Weiterbildung im Tourismus um digitale Inhalte erweitern 3.2. Betriebe der Tourismuswirtschaft und Personal systematisch qualifizieren 3.3. Flexibles Lernen und Arbeiten durch digitale Lösungen unterstützen 3.4. Koordination, Erfahrungsaustausch, Abstimmung fördern</p> | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Bustouristik und Reisebusse als umweltschonende und effiziente Verkehrsmittel stärker fördern und Bürokratie reduzieren</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Chancen- und Wettbewerbsgleichheit umweltschonender und effizienter Verkehrsmittel forcieren 3.2. Auf EU-weit einheitliche und bürokratieabbauende Regelungen hinwirken 3.3. Rahmenbedingungen durch Digitalisierung vereinfachen</p> | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Aus- und Weiterbildung im Tourismus attraktiver gestalten</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Duale touristische Berufsausbildungen und Weiterbildungen optimieren und weiterentwickeln 3.2. Akademische Forschung und Lehre im Tourismus stärken und ausbauen</p> | | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Qualität im Tourismus ausbauen</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Qualitatives Wachstum monitoren 3.2. Qualitätssysteme als Förderkriterium etablieren 3.3. Qualitätssysteme auf Bundesebene verzahnen und weiterentwickeln 3.4. Qualität im Tourismus sichtbar machen</p> | | <p>Handlungsempfehlung 3</p> <p>Tourismuswirtschaft effizient in tourismuspolitische Entscheidungsprozesse einbinden</p> <p>Vorschläge zum Aktionsplan</p> <p>3.1. Tourismusbeirat mit dem Ziel einer aktiveren Beteiligung der relevanten Wirtschafts- und Branchenvertreter weiterentwickeln 3.2. Wissenschaft bei grundsätzlichen Fragestellungen verstärkt einbinden 3.3 Stakeholder systematisch in Entscheidungs- und Gesetzgebungsprozesse einbinden</p> |

| | | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|--|--|--|
| <p>3.4. Studie zur Vertriebs- und Veranstalterlandschaft 2030 erarbeiten 3.5. Innovationsfähigkeit der Reisebranche fördern</p> | | | <p>3.4. Infrastrukturausbau, Steigerung der Aufenthaltsqualität und intermodale Verknüpfung an Busbahnhöfen vorantreiben 3.5. City-Hub-Konzept entwickeln und im Rahmen eines Pilotprojekts in Köln umsetzen</p> | | | | | |
| <p>Handlungsempfehlung 4 Mit verlässlichen und aussagekräftigen Monitoringinstrumenten und Statistiken Wettbewerbsfähigkeit sichern Vorschläge zum Aktionsplan 4.1. Monitoringinstrument „Tourismus-Satellitenkonto“ etablieren 4.2. Forschung im Tourismus fördern</p> | | <p>Handlungsempfehlung 4 Deregulierung und Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen vorantreiben Vorschläge zum Aktionsplan 4.1. Rechtliche Hemmnisse der Digitalisierung beseitigen 4.2. Sharing Economy im Bereich Beherbergung regulieren 4.3. Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie unterstützen 4.4. Digitale Workflows erleichtern</p> | <p>Handlungsempfehlung 4 Integriertes ÖPNV-Angebot an Bedürfnissen von Gästen sowie Anwohnerinnen und Anwohnern ausrichten Vorschläge zum Aktionsplan 4.1. Touristische Verkehre im ÖPNV berücksichtigen 4.2. Erschließung der „letzten Meile“ vorantreiben 4.3. Modellvorhaben Tourismusticket ÖPNV/SPNV entwickeln und testen</p> | <p>Handlungsempfehlung 4 Image der Tourismusbranche stärken Vorschläge zum Aktionsplan 4.1. Bestehende und zukünftige Imagekampagnen der Branche auf nationaler Ebene fördern und vernetzen</p> | | | | |
| | | <p>Handlungsempfehlung 5 Marktbearbeitung digitalisieren Vorschläge zum Aktionsplan 5.1. Digitalisierung im Bereich der Marketingkommunikation und Distribution unterstützen 5.2. Digitale Lösungen in den Bereichen Mobilität und Besucherlenkung unterstützen 5.3. Digital begleitete Angebotsformen nutzen</p> | <p>Handlungsempfehlung 5 Luftverkehr emissionsärmer und wettbewerbsfähiger gestalten Vorschläge zum Aktionsplan 5.1. Single European Sky Prozess beschleunigen 5.2. Nachhaltigkeit durch Innovationen und Kompensation fördern 5.3. Wettbewerbsverzerrungen auf EU-Ebene reduzieren 5.4. Prozessoptimierungen insbesondere an Flughäfen vorantreiben</p> | | | | | |
| | | | <p>Handlungsempfehlung 6 Umweltstandards im Kreuzfahrtsektor und den Ausbau entsprechender Infrastrukturen vorantreiben</p> | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|--|--|--|--|
| | | | Vorschläge zum Aktionsplan 6.1. Konzept für eine nachhaltige Kreuzfahrtindustrie entwickeln 6.2. Anreize zur Entwicklung nachhaltiger Innovationen schaffen | | | | | |
| Querschnittsaufgabe Tourismusförderung und -finanzierung | | | | | | | | |
| Handlungsempfehlung 1 Inhaltliche Ausrichtung der Tourismusförderung justieren | | | Handlungsempfehlung 2 Tourismusförderung effizienter ausgestalten und umsetzen | | | Handlungsempfehlung 3 Das System der Tourismusfinanzierung weiterentwickeln | | |
| Vorschläge zum Aktionsplan 1.1. Projekte fördern, die im Zuge der Digitalisierung auf die strategischen Ziele der Tourismuspolitik einzahlen 1.2. Nachhaltigkeit im Tourismus fördern 1.3. Touristische und tourismusrelevante Infrastruktur und Mobilität fördern 1.4. Bewältigung der Corona-Pandemie und ihrer Folgen für den Tourismus | | | Vorschläge zum Aktionsplan 2.1. Förderinstrumente stärker miteinander verzahnen 2.2. Transparenz, Zugänglichkeit und Koordination der Förderinstrumente verbessern 2.3. Fördermitteleinsatz monitoren und evaluieren 2.4. Aufgaben des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Bereich der Tourismusförderung erweitern 2.5. Zugänglichkeit von Förderprogrammen verbessern | | | Vorschläge zum Aktionsplan 3.1. Bisherige Tourismusfinanzierung der Länder evaluieren und konzeptionell weiterentwickeln 3.2. Einführung eines Tourismusgesetzes in einem tourismusintensiven Bundesland überprüfen | | |

TEIL D – Ausblick

D 1. Einordnung Teil D

Bereits vor der Corona-Pandemie erwiesen sich Strategien mit mehrjährigen, aber begrenzten Umsetzungs- und Aktionsplänen als nicht mehr hinreichend. Ihnen gelingt es nicht, der zunehmenden Veränderungsdynamik und Komplexität im Tourismus Rechnung zu tragen. Mit den durch die Corona-Pandemie ausgelösten weitreichenden Veränderungen funktionieren Mehrjahrespläne erst recht nicht mehr. Dies gilt umso mehr, wenn ihr strategisches Fundament, die Ziele und Handlungsfelder, vor der Pandemie entwickelt wurden.

Diese Veränderungen führen zwingend dazu, den Gedanken eines Aktionsplans im Sinne einer mehrjährigen begrenzten Umsetzungsplanung hinter sich zu lassen. Vielmehr wird es in den kommenden Jahren darum gehen, die Ausrichtung der Tourismuspolitik und die Umsetzung des Aktionsplans kontinuierlich weiterzuentwickeln und im Sinne eines Umsetzungs- und Reflexionsprozesses zu gestalten.

Mit dem vorliegenden Ausblick geben Dr. Fried & Partner GmbH und PROJECT M GmbH Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Tourismuspolitik auf Grundlage der 2019 beschlossenen „Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie“ und des vorliegenden Aktionsplans. Diese sollen einen wichtigen Impuls zur Umsetzung des Aktionsplans und für die dauerhafte Weiterentwicklung einer starken und nachhaltig wirtschaftenden Tourismusbranche in Deutschland setzen. Hierzu werden drei grundsätzliche Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Tourismuspolitik und des Aktionsplans formuliert:

- Empfehlung 1: Überführung des Aktionsplans in einen dauerhaften Umsetzungs- und Reflexionsprozess
- Empfehlung 2: Mittelfristige Veränderungen in Folge der Corona-Pandemie gestalten
- Empfehlung 3: Langfristige Veränderungen des Systems Tourismus beachten



D 2. Empfehlung 1: Überführung des Aktionsplans in einen dauerhaften Umsetzungs- und Reflexionsprozess

Die vorliegenden Vorschläge zum Aktionsplan basieren auf den sechs strategischen Zielen und den neun Handlungsfeldern der vom Bundeskabinett am 30. April 2019 beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie. Die Ziele und Handlungsfelder wurden somit vor der Konsultation und Diskussion mit der Branche festgelegt. Das Konsortium, das diese Studie bearbeitet, hatte den Auftrag einen Aktionsplan zu entwickeln, der die festgelegten Ziele und Handlungsfelder der Bundesregierung mit Maßnahmenvorschlägen und -plänen unterlegen soll.

In der vorliegenden Ausarbeitung werden diese strategisch relevanten Aspekte aufgenommen und einer kritischen Würdigung unterzogen beziehungsweise in strategische Maßnahmen und Handlungsempfehlungen überführt. Sowohl die Verlinkung dieser strategischen Maßnahmen, als auch die umfassende Berücksichtigung der aktuellen strategischen Ausgangssituation, kann mit der vorliegenden Ausarbeitung nur zu einem Teil erreicht werden. Eine abschließende Berücksichtigung von Ausgangslage und erforderlichen Maßnahmen erfordert eine kritische Reflexion und gegebenenfalls Adaption nach Abklingen der Corona-Krise.

Umgang mit der Corona-Pandemie und ihren Folgen

Die derzeitige durch die Corona-Pandemie und ihre Folgen ausgelöste schwere Krise hat zu vielfältigen Herausforderungen der Tourismusbranche geführt. Manche Probleme, die bereits vor der Pandemie bestanden, wurden offengelegt. Dies führt an vielen Stellen dazu, dass die vor der Krise bestehenden Herausforderungen nicht mehr zum alleinigen Maßstab des Handelns gemacht werden können und neue Prioritäten gesetzt werden müssen. Einige Beispiele machen dies deutlich:

Vor der Corona-Pandemie wurde der ländliche Raum als eine der größten Herausforderungen im Deutschlandtourismus gesehen. Inzwischen wird deutlich, dass der Städtetourismus sich in den kommenden Jahren in vergleichbarem Maße mit schwerwiegenden Problemen konfrontiert sieht. Der Incoming-Tourismus, ein langjähriger, verlässlicher Wachstumstreiber, wird Jahre brauchen, um wieder zu alter Stärke zurück zu finden. Im Reiseveranstaltermarkt sind neue Geschäftsmodelle gefordert. Das Verbraucherrecht bedarf einer Überarbeitung. Bei den angeführten Beispielen handelt es sich nur um eine unvollständige, nicht gewichtete Auswahl.

Angesichts der Dynamik der Corona-Pandemie und ihrer Folgen sind die vorliegenden Vorschläge zum Aktionsplan als eine Momentaufnahme zu verstehen. Die Bundesregierung sollte diese Handlungsempfehlungen auswerten und für sich mit Prioritäten versehen. Diese Prioritäten ergeben sich dabei aus politischen Überlegungen, aber auch aus den Erfordernissen im Umgang mit den Folgen der Corona-Pandemie. Der Aktionsplan kann auf dieser Basis weiterentwickelt und fortgeschrieben werden.

Ausgerichtet an den in einschlägigen Modellen definierten Erholungsphasen während und nach der Corona-Krise sollte der Aktionsplan in diesem Kontext in einen Umsetzungs- und Reflexionsprozess überführt werden. Die Phasen werden beschrieben als „Lockdown“, „Vitalisierung“ und „Normalisierung“.

Während Teil B die erforderlichen Maßnahmen zur Bewältigung der Lockdown-Phase umfassend skizziert, beziehen sich die in Teil C beschriebenen strategischen Maßnahmen insbesondere auf eine mögliche Ausgangssituation der Reisewirtschaft nach Überwindung der COVID-19-Krise. Die heute nicht vorhersehbaren Veränderungen der Branche in der Vitalisierungs- und Normalisierungsphase und die daraus bedingten Auswirkungen werden mehr oder weniger große Effekte auf den Aktionsplan haben. Einen besonders hohen Grad der Veränderung werden nach aktuellem Wissensstand die Marktstrukturen im touristischen Anbieter- und Vertriebsumfeld, der Geschäftsreiseverkehr inklusive dem MICE-Segment sowie in direkter Folge auch der Städtetourismus erfahren.

Es wird daher empfohlen einen Umsetzungs- und Reflexionsprozess zu initiieren, um die zu erwartenden Diskontinuitäten in der Entwicklung der Tourismuswirtschaft fortlaufend zu identifizieren und die strategische Zieldefinition, vor allem aber den strategischen Entwicklungsprozess den identifizierten Erfordernissen entsprechend anzupassen.

Entscheidend für diese Empfehlung ist das zu erwartende schwierige „Hochfahren“ der Tourismuswirtschaft. Insbesondere in der Vitalisierungsphase bedarf es zum einen einer gewissen Planungssicherheit für die Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer. Zum anderen wird es immer wieder Verwerfungen geben, die eine Anpassung der empfohlenen Maßnahmen erfordert.

Konkret sollte sich hierbei der Umsetzungs- und Reflexionsprozess an einem Phasenmodell orientieren, das auf eine regelmäßige Überprüfung und Adaption relevanter Entscheidungen und Maßnahmen fokussiert:



Abbildung 36: Umsetzungs- und Reflexionsprozess (eigene Darstellung)

Die Phasen des vorgeschlagenen Umsetzungs- und Reflexionsprozesses umfassen, ausgehend vom Aktionsplan, die Phasen der Umsetzung, der Beurteilung der Umsetzungserfolge und der Adaption beziehungsweise Weiterentwicklung.

Mit der Umsetzung des Aktionsplans ist die Akzeptanz auf Seiten der Marktteilnehmerinnen und -teilnehmern sowie die Erreichung der strategischen Ziele zu überprüfen. Dies sollte bevorzugt im Rahmen einer strukturierten Wirkungsanalyse bei gleichzeitig fortlaufender



Überprüfung der Steuerungsinstrumente erfolgen. Mit der Analyse und Dokumentation der Abweichungsursachen ist die Grundlage für die nachfolgende Beurteilung zu schaffen.

Umsetzung und „Quick Wins“ durch mögliche Starterprojekte

Im Rahmen des Konsultationsprozesses zum Projekt konnten mögliche Starterprojekte zur Initialisierung, Umsetzung und Unterstützung des Aktionsplans durch Branchenakteurinnen und -akteure identifiziert werden. Diese könnten zeitnah umgesetzt werden und liegen in den Händen der Tourismusakteurinnen und -akteure. Sie könnten den Umsetzungsprozess zum Aktionsplan initialisieren und durch Sichtbarkeit und schnelle Erfolge wichtige „Quick Wins“ für den Umsetzungsprozess erzielen. Dabei zahlen die Starterprojekte direkt auf die Handlungsfelder des Aktionsplans ein.

| Starterprojekt | Information | Handlungsfeld |
|---|---|-----------------|
| Reaktivierung Reiseströme | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufsetzen einer Task Force zur Steuerung der in Teil B vorgeschlagenen Recovery-Maßnahmen, um die Sicherheit des Reisens zu gewährleisten und das Vertrauen bei Marktakteurinnen und -akteuren sowie Gästen zurückzugewinnen ▪ Kurz- und mittelfristige Reaktivierung der Reiseströme Outbound wie Inbound (Fokus Reisekorridore, Reise-warnung, Einreiseverbote, Teststrategie) | Corona-Recovery |
| Masterplan für mittel- bis langfristig betroffene Bereiche | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erarbeitung einer Grundlagenstudie inklusive Handlungsempfehlungen zum Umgang mit besonders betroffenen Bereichen, deren Recovery voraussichtlich keine 100 Prozent erreichen wird beziehungsweise eine sehr langsame Wiederherstellung erfahren wird (wie beispielsweise der Geschäftsreisebereich, MICE, Städtetourismus) | Corona-Recovery |
| Vorschlag 3.4. „Studie zur Vertriebs- und Veranstalterlandschaft 2030 erarbeiten“ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufzeigen von Strukturveränderungen in der deutschen Outbound-Touristik und den Auswirkungen ▪ Ausblick auf die Vertriebs- und Veranstalterlandschaft 2030 ▪ Entwicklung eines mittel- bis langfristigen Masterplans zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für Produktion und Vertrieb von Reiseleistungen | 1 |
| Innovationsprojekt touristischer Vertrieb (Vorschlag 3.5. „Innovationsfähigkeit der Reisebranche fördern“) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitaler Vertrieb lokaler Aktivitäten im Hotelumfeld ▪ Etablierung eines Hubs für touristische Start-ups ▪ Entwicklung von Reiseveranstalter-/Reisebüro-Labs | 1 |
| Open Data Germany (Vorschlag 1.3. „Der DZT eine konsultierende Rolle im Rahmen der Digitalisierungsansätze in“) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vermarktung des Reiseland Deutschland auf Grundlage einer relevanten Datenbasis ▪ Bündelung sowie freie und gemeinwohlorientierte Bereitstellung von touristischen Stammdaten und dynamischen Daten in den Destinationen (Open Data) | 2 |



| | | |
|--|---|---|
| der Tourismusbranche übertragen“) | <ul style="list-style-type: none"> Knowledge Graph als Ansatz zur Initialisierung von Open Data im deutschen Tourismus | |
| Vorschlag 2.2 „Förderkulisse für digitale Innovationen weiterentwickeln“ | <ul style="list-style-type: none"> Schaffung von Investitionsanreizen für digitale Technologien mithilfe der Verbesserung von Abschreibungsbedingungen für digitale Wirtschaftsgüter Bereitstellung erfolgsunabhängiger Innovationsbudgets für Betriebe, insbesondere gezielte und einfache Digitalförderprogramme für KMU | 3 |
| Vorschlag 4.3 „Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie unterstützen“ | <ul style="list-style-type: none"> Definition einer bundesweit einheitlichen Registrierung im Beherbergungsbereich Anpassung der Meldepflicht an die Plattformökonomie Personenbezogene Daten, die im Zuge von Buchungsprozessen erfasst werden, als ausreichend im Sinne der Meldepflicht einstufen Vermeidung unklarer Regelungen bei Geschäftsreisenden, zum Beispiel digitale Anpassung der Meldepflicht von Geschäftsreisen sowie Regelungen für beleglose Reisekostenabrechnungen | 3 |
| Vorschlag 3.5. „City-Hub-Konzept entwickeln und im Rahmen eines Pilotprojekts in Köln umsetzen“ | <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines City-Hub-Konzepts zur Verknüpfung unterschiedlicher Verkehrsträger wie Bahn und Bus im Sinne eines intermodalen Verkehrsknotenpunktes Ergänzend hierzu Entwicklung einer digitalen Plattform zur Verknüpfung der Reiseangebote eines City Hubs sowie Reduzierung von Nutzungsbarrieren | 4 |
| Integrierte Bodenprozesse Flughäfen (Vorschlag 5.4. „Prozessoptimierungen insbesondere an Flughäfen vorantreiben“) | <ul style="list-style-type: none"> Ausrichtung zukunftsorientierter und auf den Gesundheitsschutz ausgerichteter Bodenprozesse im Luftverkehr (Einsatz einheitlicher und moderner Sicherheitskontrollsysteme, Standardisierung der Abläufe auch im Rahmen eines „Touchless Travel“, ausreichend Personal, Klärung Kompetenzübertragung) Konnektivität der Verkehrsträger Flug und Bahn; Bahn und Bus; Flug und Bus | 4 |
| Vorschlag 1.1. „Gemeinsame Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung im Tourismus entwickeln und umsetzen“ | <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Leitlinien zur Fach- und Arbeitskräftesicherung für die gesamte Tourismusbranche auf Grundlage des 10-Punkte-Plans zur Fachkräftesicherung im Gastgewerbe Bündelung und ergänzende Förderung bestehender Ressourcen zur Fach- und Arbeitskräftegewinnung und -sicherung auf Bundesebene | 5 |
| Vorschlag 4.1. „Bestehende und zukünftige Imagekampagnen der Branche auf nationaler Ebene fördern und vernetzen“ | <ul style="list-style-type: none"> Abstimmung und Vernetzung der vielzähligen Imagekampagnen der Tourismusbranche durch die Branchenverbände und Sozialpartner auf nationaler Ebene Steigerung der Zielgruppenrelevanz und Erhöhung der Sichtbarkeit zur Sicherstellung eines effizienten und effektiven Ressourceneinsatzes | 5 |



| | | |
|---|---|----------|
| <p>Vorschlag 1.1. „Förderung ländlicher oder strukturschwacher Räume und Tourismusförderung harmonisieren und Synergien nutzen“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Harmonisierung und Abstimmung touristischer und tourismusrelevanter Förderinstrumente für ländliche und strukturschwache Räume im Kontext der Ergebnisse der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ | <p>6</p> |
| <p>Vorschlag 1.1. „Nachhaltige Reiseangebote bundesweit einheitlich kennzeichnen“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bundeseinheitliche Kennzeichnung nachhaltiger Angebote auf der Basis bestehender Zertifizierungssysteme ▪ Entwicklung eines Indikatoren- und Monitoringsystems zur Ermittlung der Wirkung des Tourismus auf die nachhaltige Entwicklung | <p>7</p> |
| <p>Vorschlag 1.3. „Nachhaltigkeit als verpflichtendes Kriterium für tourismusrelevante Förderung etablieren“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Systematische Überprüfung, Abstimmung, Weiterentwicklung und Bündelung sämtlicher Fördermechanismen im Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte als Voraussetzung für die Gewährung von Fördermitteln | <p>7</p> |
| <p>Entwicklungshilfe für touristische Destinationen (Vorschläge 1.1. – 1.3.)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenzialanalyse von touristischen Produkten für staatliche Institutionen der Zielgebiete in Bezug auf den deutschen Quellmarkt ▪ Touristische Netzwerkbildung und Interessenvertretung der relevanten Protagonisten, vor allem in den tourismuspolitischen (Bundestag) als auch in den ministeriellen Raum ▪ Unterstützung ausgewählter Zielgebiete beim Recovery mit Unterstützung deutscher Tourismuspartner | <p>8</p> |
| <p>Vorschlag 1.2. „Think Tank zur Zukunftssicherung gründen“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gründung eines Think Tanks unter der Ägide des BMWi mit Tourismusexpertinnen und -experten und branchenübergreifenden Expertinnen und Experten aus den Bereichen Data Science, FinTech und Zukunftsforschung ▪ Aufgabe des Think Tanks ist es, unter professioneller Leitung künftige Chancen und Risiken im Umfeld von Tourismus und Touristik zu analysieren sowie Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft abzuleiten | <p>9</p> |
| <p>Vorschlag 2.1. „Landestourismusstrategien unter Einbindung der Inhalte des Aktionsplans für eine nationale Tourismusstrategie fortzuschreiben“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherstellen der Passung zwischen dem Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie und den Tourismusstrategien der Länder durch unmittelbare Umsetzung des Aktionsplans ▪ Fortschreibung der Landestourismusstrategien unter Einbindung der Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie im Zuge der nächsten Fortschreibungsrunde | <p>9</p> |



| | | |
|--|---|---|
| <p>Vorschlag 2.2. „Handlungsplan beziehungsweise Themen- und Aufgabenliste entwickeln und fortschreiben, die länderübergreifend entweder in Abstimmung miteinander oder durch den Bund bearbeitet werden kann“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erarbeitung eines länderübergreifend bearbeitbaren Handlungsplans unter Berücksichtigung von Maßnahmen zu zentralen Themen der Tourismuspolitik (unter anderem Krisenprävention und -bewältigung, Erschließung von Landesgrenzen übergreifenden touristischen Angebotspotenzialen mit nationaler Relevanz, Regelung der Ferienkorridorzeiten) | <p>9</p> |
| <p>Vorschlag 2.2 „Transparenz, Zugänglichkeit und Koordination der Förderinstrumente verbessern“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung von Maßnahmen zur Vereinfachung der Beantragung, Abwicklung und Abrechnung von Fördermitteln ▪ Schaffung zentraler Förderanlaufstellen für die zu Fördernden auf Landesebene, die mit den Wirtschaftsförderungsstellen auf regionaler und oder lokaler Ebene vernetzt agieren | <p>Querschnittsaufgabe „Tourismusförderung und -finanzierung“</p> |



D 3. Empfehlung 2: Mittelfristige Veränderungen in Folge der Corona-Pandemie gestalten

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie verstärken Veränderungen im Tourismus, die schon länger andauern. Der Trend zum Naturtourismus, die Entwicklung nachhaltiger Tourismusformen oder die zunehmende Digitalisierung sind entsprechende Beispiele, die den Blick auf die Veränderung von Märkten lenken. Der Geschäftsreisetourismus und speziell der MICE-Bereich sind konkrete Beispiele für den Wandel. Sie machen die Vulnerabilität bestimmter Tourismusformen, vor allem des Städte- und Incoming-Tourismus, nochmals überdeutlich.

Diese mittel- und langfristigen Effekte der Corona-Pandemie gilt es zu gestalten. Hierzu bedarf es einer Weiterentwicklung der diesem Bericht zugrundeliegenden und durch die Bundesregierung beschlossenen tourismuspolitischen Ziele und Handlungsfelder.

D 3.1. Veränderungen im Deutschlandtourismus

Das vorliegende Kapitel beschreibt die zu erwartenden Veränderungen im Deutschlandtourismus und gibt Hinweise zu weiteren, bereits zu erkennenden mittel- und langfristigen Handlungsfeldern. Da die Folgen der Corona-Pandemie allerdings noch nicht vollständig überschaubar sind, erhebt das Kapitel keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Bisheriger Wachstumstreiber Städtetourismus wird zur Herausforderung

Städtedestinationen waren in den vergangenen Jahren die Wachstumstreiber im Deutschlandtourismus, allen voran Berlin, Hamburg, München, Frankfurt am Main. Aber auch viele andere Großstädte entwickelten sich sehr gut. Maßgeblich war ein starker Trend zum Städtetourismus, der im Wesentlichen auf sechs Gründen beruhte:

- Dynamische Entwicklung des Incoming-Tourismus,
- positive gesamtwirtschaftliche Lage, die den Kurzreise- und Geschäftstourismus begünstigte,
- herausragende Entwicklung der organisierten Geschäftsreisen im MICE-Bereich, vor allem bei Kongressen und Messen,
- starke Attraktivierung der Städte, insbesondere der Innenstädte, mit herausragenden und im Nachfragetrend liegenden Erlebnisangeboten,
- massiver Kapazitätsausbau im Beherbergungsbereich, sowohl quantitativ als auch qualitativ,
- deutliche Professionalisierung der städtetouristischen Marktbearbeitung, nicht zuletzt auch unter Nutzung von Finanzierungsquellen wie Tourismussteuern und -beiträgen.

All diese Gunstfaktoren geraten mit der Corona-Pandemie und ihren Folgen zur gleichen Zeit massiv unter Druck:

- Der Incoming-Tourismus wird Jahre benötigen, um sich wieder zu erholen. Die Gründe hierfür liegen zum einen in den internationalen Quellmärkten selbst. Hier sind Aspekte wie eine veränderte Erwartungshaltung an eine Reisedestination hinsichtlich Sicherheits- und Hygieneaspekten, die Impfquoten in den Quellmärkten sowie die generelle Freizügigkeit des Reisens in dem jeweiligen Land relevant. Zum anderen wirken sich



auch die verminderten Fluglinien und -kapazitäten auf die Erreichbarkeit Deutschlands aus internationalen Märkten aus.

- Angesichts der weitreichenden negativen Veränderungen der wirtschaftlichen Lage wird ein wesentlicher Gunstfaktor für Städtereisen deutlich eingeschränkt.
- Der Geschäftstourismus und im Speziellen die MICE-Branche stehen vor weitreichenden Veränderungen, die das Nachfragevolumen auf Jahre hinaus deutlich schmälern werden (siehe nächster Abschnitt).
- Die Attraktivität der Innenstädte droht angesichts des möglichen Einzelhandels- und Gastronomiesterbens, aber auch aufgrund der negativen Folgen der Corona-Pandemie auf die Kultur- und Eventszene, deutlich zu leiden. Der schon länger anhaltende Trend zur sogenannten Verödung der Innenstädte wird beschleunigt. Zu beachten sind auch die Auswirkungen des Klimawandels auf Städtedestinationen, die im Sommer zu maßgeblichen Beeinträchtigungen der Aufenthaltsqualität führen können.
- Der auf das Wachstum der Vergangenheit ausgerichtete massive Kapazitätsausbau im Beherbergungsbereich führt angesichts des dauerhaften Nachfragerückgangs zu erheblichen Überkapazitäten. Hieraus sind ein preisaktiver Wettbewerb und das Ausscheiden vieler Anbieter aus dem Markt zu erwarten – mit der Folge langfristig sinkender Kapazitäten.
- Das Finanzierungssystem vieler städtischer Tourismusorganisationen beruht auf der Nutzung von Finanzierungsquellen wie Tourismussteuern und -beiträgen. Es ist damit prozyklisch auf „gute Zeiten“ ausgerichtet. Eine deutlich reduzierte Nachfrage führt zu entsprechenden Einnahmeverlusten, die die Spielräume für die Marktbearbeitung enger werden.

Vor diesem Hintergrund bedarf der Städtetourismus insgesamt einer deutlich stärkeren Beachtung, als dies mit den bisher beschlossenen Zielen und Handlungsfeldern der Fall war. Wesentliche Handlungsbereiche dürften hierbei die Entwicklung der Innenstädte, der Abbau von Überkapazitäten, die Perspektiven der städtischen Tagungs- und Kongresszentren sowie die Tourismusfinanzierung sein.

MICE-Bereich steht vor weitreichenden Umbrüchen

In noch stärkerem Maße als der Städtetourismus insgesamt steht die MICE-Branche vor gravierenden Veränderungen. MICE ist vor allem ein Thema der Städtedestinationen. Die bisherigen Gunstfaktoren dieses Marktsegments waren:

- Dynamische Entwicklung des Incoming-Tourismus, dadurch auch viele internationale Tagungen, Kongresse und Messen,
- positive gesamtwirtschaftliche Lage, die die Ausrichtung von Tagungen, Kongresse und Messen begünstigte,
- starke Attraktivierung der Städte als ergänzender Anziehungsfaktor für Tagungen, Kongresse und Messen,
- massiver Kapazitätsausbau im Beherbergungsbereich mit attraktivem Tagungs- und Kongressangebot,
- deutliche Professionalisierung der städtetouristischen Marktbearbeitung, nicht zuletzt im MICE-Bereich.



Wie bereits in Zusammenhang mit dem Städtetourismus erläutert, sind die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf dieses Marktsegment erheblich.

Hinzu kommt mit der Digitalisierung ein weiterer Veränderungstreiber. Dieser wirkte zwar bereits vor der Corona-Pandemie. Jedoch haben die Unternehmen in der Pandemie notgedrungen die Möglichkeiten für Videokonferenzen und andere digitale Veranstaltungen erheblich ausgebaut. Unternehmen stellen ihre Firmenreise- und Veranstaltungsrichtlinien oft dauerhaft um.

Dies führt insgesamt zur Substitution von Geschäftsreisen, im Besonderen aber auch von Tagungen, Kongressen und Messen durch digitale und hybride Formate. Dementsprechend gehen viele Branchenkenner davon aus, dass es mittelfristig zu einem Rückgang der Nachfrage um bis zu einem Drittel kommen wird, gepaart mit einer deutlichen Verschiebung der Veranstaltungsart und -struktur. Veranstaltungshäuser und -einrichtungen können gestärkt aus dem Veränderungsprozess hervorgehen, wenn sie sich inhaltlich deutlich stärker auf einzelne Kundensegmente sowie deren Bedürfnisse spezialisieren und sich räumlich und technologisch auf digitale Prozesse und hybride Veranstaltungen ausrichten. Neue Anbieter und Angebote werden in den Markt eintreten.

Substanzielle Veränderungen auch für den Tourismus in ländlichen Räumen

Die speziellen Herausforderungen des Tourismus in ländlichen Räumen wurden im Rahmen der Vorschläge zum Aktionsplan umfassend betrachtet. Die getroffenen Einschätzungen und die eingebrachten Vorschläge haben langfristige Gültigkeit. Auch wenn sich erkennen lässt, dass einige Regionen und Angebotssegmente im ländlichen Raum zu den „Profiteuren“ der Corona-Pandemie und ihrer Folgen zählen, sollten die langfristigen Perspektiven im Blick bleiben. Die zunehmende Nachfrage nach Angeboten im ländlichen Raum wird sich nach einer Übergangsphase verstärkter Binnennachfrage nach deutschen Reisezielen, insbesondere an Nord- und Ostsee und im Alpenraum, voraussichtlich wieder „normalisieren“. Die Herausforderungen und Probleme der ländlichen Räume bleiben damit relevant, vor allem in drei Bereichen:

- **Besucherlenkung:** Sonne- und Strandtourismus boomen, ebenso der Wander- und Radtourismus. Konzepte zur Kanalisierung der Nachfrage und zur digitalen Besucherlenkung sind in der Pandemie unmittelbar gefragt. Die teils bereits eingeführten digitalen Lösungen werden die Pandemie jedoch überdauern und zum Standard in hochfrequentierten Destinationen werden.
- **Verzahnung mit Städtedestinationen:** Städtedestinationen werden ihr Angebot zunehmend stärker mit dem Umfeld in ländlichen Räumen verzahnen. Dies geschieht in Folge der Corona-Pandemie in wohlweislichem Eigeninteresse der Städte, muss sich doch das städtetouristische Angebot wesentlich naturnäher und regionaler präsentieren, um wettbewerbsfähig zu sein. Um anschlussfähig zu werden, müssen ländliche Räume ihre Infrastruktur und ihr Angebot qualitativ oft weiterentwickeln.
- **Tourismusfinanzierung:** Dass die Tourismusfinanzierung eines der drängendsten Probleme der ländlichen Räume ist, hat Teil C des vorliegenden Berichts bereits beschrieben. Die geringere Verfügbarkeit von Mitteln wird die Kommunen in ländlichen Räumen dazu zwingen, ihre Ausgaben für die freiwillige Aufgabe Tourismus noch stärker auf den Prüfstand zu stellen. Lösungen, die die Tourismusfinanzierung in ländlichen



Räumen sicherstellen, werden in Folge der Corona-Pandemie zu einer immer drängernden Herausforderung.

D 3.2. Veränderungen im Outbound-Tourismus

Vor der COVID-19-Krise wuchs der Outbound-Tourismus in fast allen Bereichen:

- Der Markt für organisierte touristische Reisen, und hier insbesondere die klassische Veranstalterreise, hat sich solide weiterentwickelt.
- Die nicht organisierte Reise hat, getrieben durch große Portale wie Booking oder Airbnb sowie den Direktvertrieb der großen Airlines und Hotelgesellschaften, einen wahren Boom erlebt.
- Die weitestgehend konstante Zahl von rund 11.000 Reisebüros weist auf eine insgesamt auskömmliche Geschäftstätigkeit in diesem Segment über die letzten Jahre hin.
- Mobilitätsanbieter auf Straße und Schiene konnten mit einer kontinuierlichen Ausweitung ihres internationalen Streckennetzes neue Kundengruppen erschließen.
- Ein stetig zunehmendes Geschäftsreisevolumen hat positiv zur erfolgreichen Entwicklung von Leistungsträgern wie Flug und Bahn, der MICE-Wirtschaft wie auch der Hotellerie und Gastronomie beigetragen.

Mit Ausbruch der COVID-19-Pandemie und den hiermit verbundenen Reisewarnungen, Übernachtungsverboten und Grenzschließungen wurden diese Entwicklungen jäh gestoppt. Vielmehr ist der gesamte Outbound-Reisemarkt zusammengebrochen.

Outbound-Geschäftsreisemarkt verliert an Volumen

Wie die Analyse in Teil A aufzeigt, halten es laut einer Konjunkturumfrage des ifo Instituts (durchgeführt im Juni 2020) 57 Prozent der Unternehmen für wahrscheinlich, dass sie ihre Geschäftsreisen als Folge der Corona-Krise dauerhaft einschränken. Zudem sagen verschiedene Szenarien ein sehr langsames Recovery für dieses Segment voraus und halten ein schnelles Erreichen des Vorkrisenniveaus für nicht realistisch. Konkret bedeutet dies:

- Geschäftsreisen, die zu einem guten Teil durch digitale Formate substituiert werden, wirken sich in Überkapazitäten im Transport- und Unterkunftsbereich aus und werden die Leistungsanbieter dazu zwingen, diese Kapazitäten mittelfristig abzubauen.
- Verbunden mit krisenbedingtem Homeoffice sowie einem generell zunehmenden Verschmelzen von Beruf und Privatleben wirkt sich das sogenannte „Work-Life-Blending“ auf künftiges Reiseverhalten und zu entwickelnde Angebotsformen aus. Die reine Geschäftsreise wird voraussichtlich angereichert um private Leistungselemente. Diese sind aus haftungs- und steuerrechtlichen Aspekten künftig neu zu bewerten.
- Die bis dato höherwertigen geschäftsspezifischen Leistungsangebote von Airlines und Hotelanbietern haben in der Vergangenheit das touristische Leistungsangebot dieser Unternehmen zu einem Teil „mitgetragen“ (zum Beispiel teure Business Class ermöglicht aufgrund Mischkalkulationen günstige Tourist Class) – diese Art der Quer-



subventionierung wird schwieriger und Preissteigerungen für touristische Kunden sind zu erwarten.

- Der erwartete Geschäftsreiserrückgang wird zu einer Vielzahl von Geschäftsaufgaben und einer entsprechenden Marktkonsolidierung im Bereich der Geschäftsreisebüros führen. Branchenexpertinnen und -experten gehen in diesem Sektor von einer Reduzierung der Agenturen um bis zu einem Drittel aus.
- Im Luftverkehr sind vor dem Hintergrund des internationalen Wettbewerbs weitere Marktkonsolidierungen wahrscheinlich – neue, stärker touristisch geprägte Airlines befinden sich in der Entstehung, wie beispielsweise „Eurowings Discover“ als neue touristische Langstreckenplattform der Lufthansa.
- Um die seitens der EU und der Bundesregierung gesteckten Klimaziele zu erreichen, wird auch der Outbound-Tourismus herausgefordert sein. Basis hierfür ist insbesondere die Umsetzung des Single European Sky Abkommens, mit dem ein nachhaltiger Umwelt- und Effizienzbeitrag geleistet werden kann.
- Mit dem Digitalisierungsschub im Jahr 2020 gewinnen hybride Geschäftsmodelle im MICE-Bereich massiv an Bedeutung und erfordern Investitionen sowohl bei den zu großen Teilen in öffentlicher Hand befindlichen Messe- und Kongressgesellschaften als auch im stärker privatwirtschaftlichen Bereich des Incentive- und Eventbusiness.

Marktstrukturen in der Outbound-Touristik verändern sich

Neben dem Geschäftsreisemarkt ist auch im Leisure-Segment mit nachhaltigen Veränderungen in Folge der Corona-Krise zu rechnen:

- Die Stützung des Marktführers TUI über staatlich gesicherte Kredite wird sich auf die Marktstrukturen auswirken. Dies kann entweder durch den Verkauf von Unternehmensteilen zur Begleichung der Kredite und/oder durch eine noch stärkere Stellung des Marktführers im Wettbewerbsumfeld erfolgen.
- Internationale Anbieter aus dem Umfeld der Plattformökonomie wie Booking oder Airbnb werden voraussichtlich gestärkt aus der Krise hervorgehen und die mittelständisch geprägte Touristik in Deutschland verstärkt unter Druck setzen.
- Aspekte wie Hygiene und Sicherheit werden von einem Differenzierungsmerkmal zur Normalität, da sie von Reisenden vorausgesetzt werden.
- Die in der Corona-Krise etablierte Flexibilisierung der Leistungsangebote in Form von Stornobedingungen oder Zahlungsmodalitäten haben vor dem Hintergrund von Verbraucherschutz und Datenschutz Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle vieler Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer und werden diese weiter unter Druck setzen. Insbesondere die Sicherung der Liquidität wird hierbei zu einer besonderen Aufgabe, da diese in einem stark saisonalen Geschäft über besondere Wirkungsmechanismen verfügt.
- Die nach wie vor nicht final geklärte Sachlage zur Insolvenzabsicherung kann zu einer Vielzahl von Geschäftsaufgaben vor allem bei mittelständischen Reiseveranstaltern führen. Grund hierfür sind zum einen der Marktaustritt von relevanten Versicherungs-



anbietern wie auch die drastisch gestiegenen Kosten für die Absicherung des Insolvenzrisikos bei den verbliebenen Anbietern.

- Neben den beschriebenen Veränderungen im Veranstalter- und Vertriebsmarkt wird es mittel- bis langfristige Auswirkungen auf die Zielgebiete geben. Wie bereits skizziert, wurden insbesondere Schwellen- und Entwicklungsländer mit hoher Abhängigkeit vom Tourismus durch die Pandemie stark getroffen und benötigen als Zukunftsmärkte der deutschen Outbound-Touristik Unterstützung bei der Wiederaufnahme des Reisegeschehens.
- Regionaler Tourismus hat im Kontext von COVID-19 an Bedeutung für die Reisenden gewonnen. Er wird, wie auch der Wunsch nach klima- und umweltfreundlichen touristischen Angeboten, zu einem veränderten Nachfrageverhalten, weg vom so genannten Massentourismus, führen.
- Das bereits im Zusammenhang mit der Geschäftsreiseentwicklung angesprochene „Work-Life-Blending“ wird durch die beschleunigte Digitalisierung und die erhöhte Akzeptanz seitens Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern wie auch Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber weiter voranschreiten. Dies erfordert zunehmend kombinierte Geschäfts- und Urlaubsreiseangebote.
- Aufgrund der schwierigen Lage der Branche wird sich auch der Fachkräftemangel – insbesondere hinsichtlich dringend benötigter Talente im Tech-Bereich – weiter verschärfen, obwohl gerade im Bereich von Systemnachrüstungen, Automatisierung und Schnittstellen ein hoher Bedarf zur Innovation besteht, um gegenüber der Plattformökonomie nicht komplett ins Hintertreffen zu geraten.

Wie auch in den vorangegangenen Teilen der Studie dargelegt, wird sich die Outbound-Touristik auf große Veränderungen einstellen müssen. Die Politik ist dabei gefordert, die relevanten Rahmenbedingungen zu schaffen, um Geschäftsmodelle und Prozesse auf die geänderten Erwartungen von Reisenden auszurichten und weiterzuentwickeln.

D 4. Empfehlung 3: Langfristige Veränderungen des Systems Tourismus beachten

Die Corona-Pandemie und ihre Folgen haben langfristig das Potenzial, das System Tourismus weitreichend zu verändern. Überdeutlich wird nochmals die Anfälligkeit der Tourismuswirtschaft für Krisen aller Art. Dementsprechend sollte es zu einer grundsätzlichen Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle im Tourismus kommen, um die Zukunft des Tourismusstandortes Deutschland zu sichern sowie die vom Kabinett beschlossenen übergeordneten Ziele zu erreichen. Wesentliche Aspekte der deutschen Tourismuspolitik sollten daher Nachhaltigkeit, Qualität, Wettbewerbsfähigkeit und Innovation sein.

Nachhaltigkeit als übergeordnetes Prinzip

Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie und die Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung in Deutschland sind wichtige Leitlinien deutscher Politik. Um ökologische Nachhaltigkeit für zukünftige Generationen erfolgreich und umwelt- sowie klimaverträglich umsetzen zu können, muss sie in allen Wirtschafts-, Politik- und Lebensbereichen gelebte Überzeugung sein. Nur so können eine zukunftssichere und resiliente wirtschaftliche Grundlage mit starken Unternehmen sowie eine von Zusammenhalt geprägte Gesellschaft gelingen.

Nachhaltigkeit sollte das übergeordnete Prinzip der Tourismusentwicklung in Deutschland sein. Die UNWTO hat für nachhaltigen Tourismus eine klare Definition erarbeitet, die auch für das Nachhaltigkeitsverständnis im Tourismus in Deutschland prägend sein sollte. Es handelt sich dabei um einen „Tourismus, der den derzeitigen und zukünftigen ökonomischen, soziokulturellen und ökologischen Auswirkungen umfassend Rechnung trägt und dabei die Bedürfnisse der Gäste, der Tourismuswirtschaft, der Umwelt sowie der heimischen Bevölkerung berücksichtigt.“

Eine nachhaltige Tourismuspolitik muss sich, auch wenn diese Herausforderung aktuell durch die Corona-Pandemie überdeckt wird, künftig maßgeblich dem Klimawandel und seinen Folgen zuwenden. Der Klimawandel wird für den Tourismus die nächste große Herausforderung bedeuten. Die Folgen des Klimawandels werden als noch größere Herausforderung als die Corona-Pandemie bewertet.

Hierbei gilt es, ganz konkrete Auswirkungen zu beachten. Ein Beispiel ist der angestrebte Green Deal der EU und seine Konsequenzen für die Tourismuswirtschaft, insbesondere für Flugverkehr und Schifffahrt. Nachhaltigkeit bedeutet jedoch auch, die ökonomische Tragfähigkeit von niedrigpreisigen Geschäftsmodellen mit Minimalmargen unter dem Blickwinkel der ökonomischen, aber auch der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit zu bewerten. Oftmals sind hier negative Effekte auf soziale und ökologische Aspekte nicht berücksichtigt.

Umsetzung eines ganzheitlichen Qualitätstourismus

Tourismus gestaltet Lebensräume. Dieser Ansatz stellt einen Paradigmenwechsel dar, geht er doch deutlich über das bisherige Verständnis des Tourismus als eine Wirtschaftsbranche von vielen hinaus. Neben dem Gast rücken damit auch die einheimische Bevölkerung und somit nicht touristische Unternehmerinnen und Unternehmer sowie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Anspruchsgruppen in den Fokus. Die Entwicklung qualitätsvoller Lebensräume für



Anwohnende, Gäste und Unternehmen gleichermaßen steht im Zentrum der Tourismuspolitik. Qualitätstourismus bedeutet die Umsetzung eines ganzheitlichen Tourismus, der

- auf Grundlage wettbewerbs- und leistungsfähiger Einrichtungen und Unternehmen die Wertschöpfung in den touristischen Zielgebieten in den Vordergrund stellt,
- die Befriedigung der vielfältigen Bedürfnisse der verschiedenen Anspruchsgruppen, Einwohnerinnen und Einwohner, Gäste sowie Unternehmen gewährleistet,
- einen adäquaten Beitrag zum wirtschaftlichen Wohlstand in den Zielgebieten und zum Abbau regionaler Disparitäten zur Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse in Deutschland leistet,
- im übergeordneten und eigenen Interesse den Schutz der ökologischen Ressourcen sichert,
- auf dem individuell-subjektiven Wohlbefinden der Einwohnerinnen und Einwohner basiert, deren kulturelle Praktiken respektiert und das Gestaltungsrecht der gegenwärtigen und zukünftigen einheimischen Bevölkerung anerkennt.

Qualitätstourismus ermöglicht es so auch, auf authentischer Basis ein positives Deutschlandbild im Ausland mitzuprägen und wird damit auch der globalen Verantwortung Deutschlands gerecht.

Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit: Retten – Sichern – Weiterentwickeln.

Der Erfolg und die Zukunftschancen der touristischen und tourismusnahen Unternehmen in Deutschland sind ebenfalls im Fokus deutscher Tourismuspolitik. Nur wirtschaftlich gesunde Unternehmen können langfristig im Wettbewerb bestehen.

Die Tourismusbranche in Deutschland ist eine Schlüssel- beziehungsweise Leitbranche für das Land, wenn man direkte und indirekte Beschäftigungseffekte und die daraus resultierende Wertschöpfung betrachtet. Dieser Bedeutung der Branche wird auch politisch Rechnung getragen. Eine zwischen den Ressorts und den Ebenen von der Europäischen Union über die Bundes- und Landesebene bis in die Kommunen abgestimmte und konzertierte Tourismuspolitik ist ein elementarer Erfolgsfaktor. Die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland und der mittelständisch geprägten Tourismuswirtschaft hängt von individuellen, unternehmensinternen Faktoren und dem Zusammenspiel der Verbände und Interessenvertretungen ab, aber auch von den politischen Rahmenbedingungen.

Gleichzeitig und nach Jahren stetigen Wachstums der Branche bringen die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie viele Unternehmen und Akteurinnen und Akteure im Inlands- wie im internationalen Tourismus unvorbereitet und unverschuldet in existenzielle Not. Orientierung, Unterstützung und Perspektive für die Branche sind deshalb wichtiger denn je.

Es gilt, die Auswirkungen dieser Pandemie für die Branche abzumildern („Retten“), wie Teil B erläutert. Mittel- und langfristig geht es auch darum, Unternehmertum zu sichern, Wirtschaftskreisläufe zu stärken und die Resilienz der Branche gegen Krisen zu erhöhen („Sichern“). Auch wenn die Folgen der Corona-Pandemie gegenwärtig im Mittelpunkt der Diskussion stehen, stellt sich eine nachhaltige Tourismuspolitik für Deutschland jedoch gleichzeitig weiteren und überdauernden zukünftigen Herausforderungen („Weiterentwickeln“).



Innovation und Zukunftsorientierung

Deutschland als führende Industrienation und Treiber technologischer Innovationen hat auch im Tourismus die Aufgabe, zukunftsorientierte und innovative Ansätze im Sinne der Nachhaltigkeit zu verfolgen. Nur auf Grundlage einer digitalen und modernen Infrastruktur lassen sich Mobilität und Freizeitgestaltung umweltschonend gestalten. Ineinandergreifende und effiziente Mobilitäts- und Prozessketten, Technologieinnovationen im Kreuzfahrtbereich sowie ressourcenschonende Entwicklungen im Flug- und Fahrzeugbereich sind Grundlage für einen nachhaltigen Tourismus.

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 technologiegetriebene touristische Start-ups und die Mitgestaltung einer kundenorientierten Plattformökonomie zählen ebenfalls dazu.

In besonderer Weise ist Mobilität bedarfsgerecht und nachhaltig zu gestalten. Es gilt, innovative und effiziente Prozesse als Treiber der Nachhaltigkeit zu realisieren. Eine gute Konnektivität an Verkehrsknotenpunkten wie Flughäfen und Bahnhöfen wirkt ebenso ressourcenschonend wie die zügige Umsetzung des Ansatzes „Single European Sky“, um den Flugverkehr über Europa effizienter und umweltschonender zu gestalten.

Um dem Problem „Overtourism“ in Deutschland frühzeitig entgegenzuwirken, erfordert es unter anderem innovativer Ansätze der Besucherlenkung. „Smart-Destination-Ansätze“ können hierzu auf Grundlage einer guten Daten- und Informationslage, digitaler Prozesse und intelligenter Verknüpfung Touristenströme steuern.

ANHANG I – Stellungnahme des Wissenschaftsbeirats zu den „Eckpunkten der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie“ und dem vorliegenden Aktionsplan



Dem Wissenschaftsbeirat, gestellt durch das Center for Innovation & Sustainability in Tourism (C.I.S.T.), gehören folgende Mitglieder an:

- Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde, Duale Hochschule Baden-Württemberg
- Prof. Dr. Roland Conrady, Hochschule Worms
- Prof. Dr. Bernd Eisenstein, Fachhochschule Westküste
- Prof. Dr. Hans Hopfinger, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
- Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Leuphana Universität Lüneburg
- Prof. Dr. Jürgen Schmude, Ludwig-Maximilians-Universität München

Der vorliegende Bericht mit Vorschlägen für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen gibt umfassend Hinweise zur Umsetzung der vom Kabinett beschlossenen “Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie”. Hierbei sind nach Auffassung des Wissenschaftsbeirates folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- **Auftrag zur Erstellung eines Aktionsplans und nicht zur Formulierung einer Strategie:**

Der Kabinettsbeschluss mit den “Eckpunkten der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie” erfolgte am 30. April 2019. Im Rahmen der Bundestagsdebatte am 27. Juni 2019 und weiterer Parlamentsdebatten wurden ergänzende Aspekte vorgetragen. Sowohl die Einbindung der Stakeholder durch die im Projekt durchgeführten Zukunftsdialoge als auch die für eine Strategieentwicklung grundsätzlich notwendigen Analysen konnten in den vergangenen Monaten umgesetzt werden. Die gewonnenen Erkenntnisse flossen auftragsgemäß in die Formulierung von Handlungsempfehlungen zur Erstellung eines Aktionsplanes ein. Die letzten eineinhalb Jahre haben jedoch gezeigt, dass sich die Tourismusbranche nicht nur kurzfristig, sondern auch langfristig weiteren wesentlichen Anforderungen stellen muss. Einige Themen haben eine neue Bedeutung erlangt, andere sind hinzu gekommen. Beispiele sind: Beschleunigung der Digitalisierung, Programme der Europäischen Union (zum Beispiel Green Deal), neue Hygiene- und Gesundheitsanforderungen, verändertes Krisenmanagement, Besucherlenkung. Das war 2019 nicht in dem Maße absehbar. Entsprechend wird empfohlen, über den Aktionsplan hinaus eine Überarbeitung beziehungsweise Ergänzung der Eckpunkte der Bundesregierung für eine nationale Tourismusstrategie vorzunehmen.

- **Wesentliche veränderte Ausgangssituation durch die Corona-Krise:**

Neue, auf der Corona-Pandemie basierende Erkenntnisse verdeutlichen zusätzlich die Notwendigkeit einer Strategie, die sich den aktuellen Gegebenheiten anpasst. Die Pandemie zeigte eindringlich auf, wie anfällig die Branche für Krisen ist. Erforderlich scheint eine grundsätzliche Weiterentwicklung beziehungsweise Veränderung von Geschäftsmodellen. Ein “Weiter wie vorher” würde dazu führen, dass die Branche bei weiteren Krisen in gleicher oder ähnlicher Weise verwundbar bliebe.



Aus Sicht des Wissenschaftsbeirats ist es deshalb zwingend notwendig, die von der Bundesregierung vorgelegten strategischen Ziele weiterzuentwickeln, eine die Zukunftsfähigkeit sichernde Strategie zu formulieren und die Handlungsfelder sowie den hierauf basierenden Aktionsplan kontinuierlich anzupassen. Dabei ist ein partizipativer Prozess, der alle relevanten Stakeholder einbindet, zu gewährleisten. Nicht nur Konzepte sind gefragt, sondern auch eine konsequente Umsetzung der erarbeiteten Handlungsempfehlungen mit entsprechenden Maßnahmen. Es sollte eine Diskussion in Gang gebracht werden, die sich mit der Wende hin zu einem zukünftigen Tourismus beschäftigt, der sich ebenso durch umfassende Resilienz wie Nachhaltigkeit auszeichnet. Ein zukunftsfähiger Tourismus ist sowohl widerstandsfähig gegen Krisen als auch gleichwertig auf alle drei Säulen der Nachhaltigkeit auszurichten.

Unabhängig davon und zusätzlich ist die Umsetzung der erarbeiteten und im vorliegenden Abschlussbericht dargestellten Handlungsempfehlungen sicherzustellen. Neben der konsequenten Umsetzung des Aktionsplans bedarf es dessen kontinuierlicher Evaluierung. Der Wissenschaftsbeirat empfiehlt deshalb dringend die Vorhaltung entsprechender finanzieller und personeller Ressourcen.

Bei der aus Sicht des Wissenschaftsbeirates notwendigen Überarbeitung und Anpassung der strategischen Ziele der Tourismuspolitik und der Formulierung einer entsprechenden Strategie sollten folgende fünf Aspekte umfassend berücksichtigt werden:

1. Nachhaltigkeit als Leitprinzip der zukünftigen Tourismusedwicklung

Kernpunkt einer zukunftsorientierten nationalen Tourismusstrategie muss nach Meinung des Wissenschaftsbeirates das Prinzip der Nachhaltigkeit sein. Nachhaltigkeit ist dabei nicht als ein eigenständiges oder alleinstehendes Handlungsfeld zu verstehen. Vielmehr muss sie als übergeordnetes Leitprinzip der gesamten Tourismusedwicklung gelten. Auch wenn das Nachhaltigkeitsprinzip bei den strategischen Zielen und im vorliegenden Aktionsplan in Teilen bereits aufgegriffen wird, sollte bei der notwendigen Überarbeitung der Ziele und der Ausformulierung der Strategie die Gleichwertigkeit der drei klassischen Säulen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Ökologie, Sozio-Kulturelles) allorts beachtet werden. Keine der drei Säulen sollte priorisiert werden, so dass sich in Folge die Chance einer konsequenten Neuorientierung auf Basis des Prinzips der Nachhaltigkeit ergibt.

2. Herausforderung Klimawandel im Zentrum einer Nachhaltigkeitsstrategie

Obwohl die Europäische Union als auch die Bundesregierung es als das wichtigste und vorrangigste Ziel beschreiben, wird das Thema Klimawandel bei den Eckpunkten der Bundesregierung nicht entsprechend berücksichtigt. Auch das „Klimaschutzprogramm 2030 der Bundesregierung zur Umsetzung des Klimaschutzplans 2050“ enthält leider keine Aussagen zum Tourismus. Ebenso sind Flug- und Schiffsverkehr ausgespart, angestrebt werden lediglich Regelungen auf europäischer Ebene. Umso mehr ist es Aufgabe einer nationalen Tourismusstrategie, klare Aussagen zu einer klimaverträglichen Entwicklung des Tourismus zu treffen und die Aktivitäten auf europäischer Ebene zu verstärken. Der angestrebte Green Deal der EU ist explizit zu berücksichtigen, zumal er höchstwahrscheinlich enorme Konsequenzen für Flugverkehr und Schifffahrt haben wird. Eine nachhaltige Tourismusstrategie ohne umfassende Aussagen zu Konsequenzen aus dem Klimawandel ist nicht denkbar, zumal der Klimawandel als die nächste und noch größere Herausforderung nach der Corona-Pandemie einzuschätzen ist.



3. Stärkere Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig wissenschaftliche Erkenntnisse für die politische Entscheidungsfindung sind. Elementare Voraussetzung für richtige Entscheidungen sind zuverlässige Informationen. Dies gilt auch im Hinblick auf touristische Entwicklungen und die Tourismuspolitik. Die entscheidungsunterstützende Rolle der Wissenschaft und touristischen Forschung sollte gestärkt werden. Eine zukunftssichernde Strategie des Tourismusstandorts Deutschland umfasst damit notwendigerweise zum einen die Sicherung der gefährdeten Tourismusforschung an deutschen Universitäten und Hochschulen, die Verstärkung der unverzichtbaren, bisher nur rudimentär erfolgten Forschungsförderung der Tourismuswissenschaft sowie deren Ausbau zu einem Leistungsträger am Wissenschaftsstandort Deutschlands. Erforderlich ist zudem die Definition verbesserter Rahmenbedingungen für den Transfer aus der Tourismusforschung in anwendungsorientierte Handlungsansätze für Tourismuspolitik und Tourismuspraxis.

4. Neuorganisation der politischen Verantwortungs- und Entscheidungsebenen

Wie bereits an verschiedenen Stellen des Aktionsplans verdeutlicht, empfiehlt auch der Wissenschaftsbeirat eine Weiterentwicklung der politischen Verantwortungs- und Entscheidungsebenen für den Tourismus. Das Querschnittsthema Tourismus betrifft Aktivitäten mehrerer Ministerien, die Koordination liegt beim Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus. Zur Unterstützung der Zukunftsfähigkeit empfehlen die Mitglieder des Wissenschaftsbeirates die Einrichtung einer interministeriellen Arbeitsgruppe. Darüber hinaus bedarf es nach Erachten des Wissenschaftsbeirats einer deutlich verbesserten Ausstattung des Tourismusreferats und insgesamt einer präzentieren Einordnung des Themas Tourismus im Ministerium. Zudem werden eine Aufwertung des Bundestagsausschusses für Tourismus sowie eine verstärkte Zusammenarbeit der Tourismuspolitik mit der EU-Ebene empfohlen. Im Sinne einer Neuordnung zur entscheidenden Verbesserung der politischen Verantwortungs- und Entscheidungsebenen wäre es ebenso denkbar, einen Prozess zur Etablierung eines eigenen Bundesministeriums für Tourismus zu initiieren. Neben einer besseren horizontalen Koordinierung ist auch eine intensivere Abstimmung des Bundes mit den Bundesländern und der Tourismuspolitik der Bundesländer und Regionen untereinander notwendig.

5. Neubestimmung eines resilienten Tourismus

Die Corona-Pandemie hat deutlich gemacht, wie krisenanfällig die Branche ist. Nicht nur wirtschaftlich ist der Tourismus stark betroffen, auch die sozialen Folgen sind erheblich. Der Verlust von Arbeitsplätzen ist nur ein Beispiel. Bei allen tourismuspolitischen und tourismustrategischen Überlegungen muss die Bedeutung der Resilienzfähigkeit mitgedacht werden. Hierbei sind allerdings nicht nur Aspekte der Pandemieprävention zu berücksichtigen. Vielmehr muss es auch um die digitale Transformation und Mitigation- und Anpassungsstrategien des Klimawandels und der Steuerung von Besucherströmen zur Vermeidung von „Overtourism“ gehen. Daher ist die Erarbeitung eines Konzeptes zur Neubestimmung eines nicht nur nachhaltigen, sondern auch resilienten Tourismus dringend erforderlich.

ANHANG II – Beteiligung am Dialogprozess



Beteiligung am Dialogprozess

Im Rahmen des Dialogprozesses zum Projekt „Vorschläge für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie“ bedanken wir uns für den Input in Form von Stellungnahmen, Teilnahmen an Zukunftsdialogen und weiteren Beiträgen bei den folgenden Akteuren:

- Aachen Tourist Service e.V.
- ADFC Bett+Bike Service GmbH
- AIDA Cruises – German Branch of Costa Crociere S.p.A.
- Airbnb
- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC)
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (ADFC)
- Allianz selbständiger Reiseunternehmen - Bundesverband e.V. (asr)
- Ameropa-Reisen GmbH
- atmosfair GmbH
- Ausschuss für Tourismus im Bundestag
- Auswärtiges Amt (AA)
- aventerra e.V.
- B.A.U.M. e.V.
- Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
- Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Energie und Technologie
- Bayern Tourismus Marketing GmbH
- Beauftragter der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen
- BEST-RMG Reisen Management AG
- Brot für die Welt - Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V.
- Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.
- Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V.
- Bundesarchitektenkammer (BAK)
- Bundesministerium der Finanzen (BMF)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)
- Bundesministerium der Verteidigung (BMVg)
- Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
- Bundesministerium für Gesundheit (BMG)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI)
- Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi)
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
- Bundestagsfraktion Bündnis90/Die Grünen
- Bundestagsfraktion der Alternative für Deutschland (AfD)
- Bundestagsfraktion der Christlich Demokratischen Union (CDU) und Christlich-sozialen Union (CSU)
- Bundestagsfraktion der Freien Demokratischen Partei (FDP)
- Bundestagsfraktion der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD)



- Bundestagsfraktion Die Linke
- Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD)
- Bundesverband der Deutschen Incoming-Unternehmen e.V. (DIU)
- Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e.V. (BDL)
- Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)
- Bundesverband der Gästeführer Deutschland e.V.
- Bundesverband Deutsche Mittelgebirge e.V.
- Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V. (bdo)
- Bundesverband IG Klettern e.V.
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (bitkom)
- Bundesverband mittelständische Wirtschaft e.V. (BVMW)
- Bundesverband Wassersportwirtschaft e.V. (BVWW)
- Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
- BWH Hotel Group Central Europe GmbH
- Caravaning Industrie Verband e.V. (CIVD)
- Condor Flugdienst GmbH
- DB Fernverkehr AG
- DER Touristik Group GmbH
- DERPART Reisevertrieb GmbH
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
- Deutsche Initiative Mountainbike e.V. (DIMB)
- Deutsche Lufthansa AG
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
- Deutscher Alpenverein e.V.
- Deutscher Ferienhausverband e.V. (DFV)
- Deutscher Heilbäderverband e.V. (DHV)
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (DIHK)
- Deutscher Landkreistag e.V.
- Deutscher Naturschutzring e.V. (DNR)
- Deutscher Olympischer Sportbund e.V. (DOSB)
- Deutscher ReiseVerband e.V. (DRV)
- Deutscher Städte- und Gemeindebund e.V. (DStGb)
- Deutscher Städtetag
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- Deutscher Wanderverband e.V. (DWV)
- Deutscher Wanderverband Service GmbH
- Deutsches Jugendherbergswerk - Hauptverband für Jugendwandern und Jugendherbergen e.V.
- Deutsches Seminar für Tourismus e.V. (DSFT)
- DIGIHUB Südbaden
- Dorint GmbH
- ECPAT Deutschland e.V.
- Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC)
- Fahrtziel Natur - Kooperation von BUND, NABU, VCD und Deutscher Bahn
- Flixbmobility GmbH



- forum anders reisen e.V.
- Freie Hansestadt Bremen - Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa
- Freie und Hansestadt Hamburg - Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation
- Futouris e.V.
- Global Partnership Hannover e.V.
- Green Tiger Travel GmbH
- Hamburg Tourismus GmbH
- HanseMercur Reiseversicherung AG
- Hauptverband für Jugendwandern und Jugendherbergen e.V.
- Hessischer Heilbäderverband e.V.
- Hessischer Tourismusverband e.V.
- Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen
- HNEE - Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
- Hochschule Anhalt
- Hochschule Harz
- Hochschwarzwald Tourismus GmbH
- Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)
- IHK Flensburg
- IHK für Bremen und Bremerhaven
- IHK für Ostfriesland und Papenburg
- IHK Lüneburg-Wolfsburg
- IHK Nordschwarzwald
- IHK Ruhr
- IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum
- Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)
- Internationaler Bustouristikverband e.V. (RDA)
- INTOURA e.V.
- Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH
- Klimapatenschaft Tourismus GmbH
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes
- Kuratorium Sport und Natur e.V.
- Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft, München Tourismus
- Landestourismusverband Brandenburg e.V.
- Landestourismusverband Sachsen e.V.
- Landesverband Bayern der deutschen Gebirgs- und Wandervereine e.V.
- Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg
- Leuphana Universität Lüneburg
- Lippe Tourismus & Marketing GmbH
- Marketing & Tourismus Konstanz GmbH
- Messe Frankfurt GmbH
- Midoco GmbH
- Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr Saarland
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung Niedersachsen



- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen
- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Schleswig-Holstein
- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz
- Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung Sachsen-Anhalt
- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus Schleswig-Holstein
- Mountainbike Tourismusforum Deutschland e.V.
- MSC Cruises GmbH
- Nationale Naturlandschaften e.V.
- Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung
- Naturpark Schönbuch e.V.
- Naturpark Stromberg-Heuchelberg e.V.
- Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)
- ReNatour
- REWE Group
- Roundtable Human Rights in Tourism - Ventura TRAVEL GmbH
- Ruhr Tourismus GmbH
- Saale-Unstrut-Tourismus e.V.
- Saarschleifenland Tourismus GmbH
- Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
- Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus
- Schwäbische Alb Tourismusverband e.V.
- Schwarzwald Tourismus GmbH
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin
- Spessart Tourismus und Marketing GmbH
- Studiosus Reisen München GmbH
- Stuttgart-Marketing GmbH
- TA.SH Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH
- Thüringer Tourismus GmbH
- Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und digitale Gesellschaft
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
- TMN TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
- TMV Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
- TourCert gGmbH
- Tourismus Initiative München (TIM) e.V.
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- Tourismus NRW e.V.
- Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH
- Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
- Tourismusverband Erzgebirge e.V.
- Tourismusverband Fläming e.V.
- Tourismusverband Hamburg e.V.



- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.
- Tourismuszentrale Fichtelgebirge e.V.
- Touristikverband Siegerland-Wittgestein e.V.
- TraSo GmbH
- Travel to Life GmbH & Co. KG
- TSS - Touristik Service System GmbH
- TVSH Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.
- Umweltbundesamt (UBA)
- Verband der Studienreiseleiter e.V.
- Verband der Zoologischen Gärten e.V. (VdZ)
- Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V. (VDFU)
- Verband Deutscher Naturparke e.V.
- Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)
- Verband Internet Reisevertrieb e.V. (v.i.r.)
- Verband unabhängiger selbständiger Reisebüros e.V. (VUSR)
- Verein Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.)
- W.I.R. gewinnt! GbR
- WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

Eingaben auf einen Blick

Die nachfolgende Tabelle ist eine zusammenfassende Übersicht, welche die im Rahmen des Projektes "Vorschläge für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine nationale Tourismusstrategie" eingereichten Forderungen bündelt. Sie enthält sehr unterschiedliche Forderungen und Vorschläge, teilweise allgemein und teilweise konkret, teilweise identisch und teilweise konträr zueinander, die schriftlich wie mündlich in Form von Eingaben oder im Rahmen des durchgeführten Dialogprozesses bis zum 31.07.2020 eingebracht wurden.

Die Tabelle baut auf einer Vorarbeit des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes auf, welche dem Projektteam seitens des BMWi zur Verfügung gestellt wurde.

ZD = Zukunftsdiallog

| Ziel | Forderung/ Eingabe | Eingabequelle(n) | Zuordnung Handlungsfeld |
|------------------------------|---|--|-------------------------|
| Bürokratieabbau vorantreiben | Bürokratieabbau soll vorangetrieben werden. | DTV, BTW, DEHOGA, DFV, FDP; Bündnis90/Die Grünen, BVMW; Wasserverbände; ZD 1, VUSR | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Verbesserungen sollen im Bürokratienteilungsgesetz III aufgenommen werden. | DTV | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Gesetze mit besonderen Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft sollen im Vorfeld einem Praxistest unterzogen werden. Bestehende Regelungen sollen zeitnah evaluiert werden. | DTV | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Bürokratiekosten: Kosten-Nutzen-Analysen, mit besonderer Berücksichtigung der Bürokratiekosten von KMU, sollen schon im Gesetzgebungsverfahren durchgeführt werden. | BTW, DEHOGA | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Schwellenwerte für Kleinst- und Kleinbetriebe zur Senkung der Belastungen durch Bürokratie sollen eingeführt werden. | DEHOGA | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Verwaltungszuständigkeiten (generell) sollen stärker gebündelt werden. | DEHOGA | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Bürokratieabbau soll als Instrument der Mittelstandsförderung gesehen und Nutzen und Interessen der KMU berücksichtigt werden. | DFV | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Schnelle und unbürokratische Registrierung von Ferienwohnungen soll ermöglicht werden. | DFV | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Verhältnismäßige und effektive Regeln für Registrierungssysteme sollen im Unterkunftsbereich entwickelt werden. Der Bund sollte darauf hinwirken, dass die Bundesländer und Kommunen mit den Akteuren in den Austausch treten. Dabei sollte definiert werden, unter welchen Voraussetzungen Registrierungsverpflichtungen überhaupt notwendig sind und diese sollten zudem dahingehend geprüft werden, dass Mehrwerte lokal generiert werden können. Weiterhin ist zu definieren, wie sie konform mit dem europäischen Rechtsrahmen sein können und wie sie ausgestaltet werden müssen, um die gewünschte Wirkung zu entfalten. | Bitkom | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Meldepflicht sollte noch für Besucher aus dem Ausland gelten. Verringerte Aufbewahrungspflicht für Meldescheine. | FDP | 1 |



| | | | |
|---|---|-----------------------------|---|
| Bürokratieabbau vorantreiben | Unklare Regelungen bei Geschäftsreisenden sollen vermieden werden. Dazu zählen z. B. die digitale Anpassung der Meldepflicht von Geschäftsreisen sowie die Regelungen für beleglose Reisekostenabrechnungen zu digitalisieren. | Bitkom | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Digitaler Meldeschein soll zügig umgesetzt werden (Digitales Hotelmeldeverfahren seit 1.1.20 in Kraft). | ADAC | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Administrative Belastung in der Hotellerie soll durch die gänzliche Abschaffung von Meldescheinen (und somit auch des digitalen Meldescheins) verringert werden. Bei Sharing-Angeboten ist ein Meldeschein ebenfalls nicht verpflichtend. | VDR | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Es soll sich auch weiter für einen Abbau unnötiger bürokratischer Belastungen – auch hinsichtlich von EU-Richtlinien und -Verordnungen – u. a. im Rahmen eines dritten Bürokratienteilungsgesetzes eingesetzt werden. | CDU/CSU und SPD | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Im Rahmen der bis zum 1. Januar 2021 vorgesehenen Evaluierung der EU-Pauschalreiserrichtlinie im Dialog mit der Tourismuswirtschaft soll geprüft werden, inwieweit die Praxistauglichkeit verbessert werden kann und eine Reduzierung des erhöhten bürokratischen Aufwandes für Reisebüros und Reiseveranstalter möglich ist. | CDU/CSU und SPD, VUSR, ZD 6 | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Es soll gewährleistet werden, dass RV die vorvertraglichen Informationen gemäß den Anforderungen des neuen Pauschalreiserechts den RBs zur Verfügung stellen. Bei vielen RV fehlen solche Informationen ganz oder sind unvollständig. Einige RV stehen auf dem Standpunkt, RBs müssten die vorvertraglichen Informationen selbst erstellen. Das stationäre RB wird als Mittler durch den Gesetzgeber in die Pflicht genommen, diese Informationen an den Kunden auszuhandigen. Hier sollte eindeutig formuliert werden, was RV den RBs zur Verfügung zu stellen haben und Verstöße müssen durch Sanktionen geahndet werden können. Darüber hinaus sollten im Rahmen der anstehenden Evaluierung der PRRL die Interessen des stationären Vertriebs ausreichend Berücksichtigung finden und auf die Beseitigung bereits erkannter Mängel hingewirkt werden. | VUSR | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Es soll ein Tourismusedlastungsprogramm durch den Bund zur Entlastung einzelner Tourismusbetriebe und -akteure aufgelegt werden. Z.B. zeitweise steuerfreie Übertragung von Betriebseigentum an Nachfolger, die Absenkung der Versicherungssteuer bei Betriebs-schließungsversicherungen bzw. die staatliche Unterstützung durch Zuschüsse zur Versicherungsprämie oder bessere Rahmenbedingungen im Planungsrecht bei der Schaffung von Übernachtungskapazitäten im Außenbereich. | DTV | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Der Zugang zu Fördermitteln für die Tourismusbranche soll vereinfacht und ein Konzept für eine gut strukturierte, übersichtliche und besser zugänglich gemachte institutionelle Förderpolitik am Beispiel der österreichischen Tourismusbank GmbH (ÖHT) vorgelegt werden. Dafür sollen Konzepte einer gebündelten Förderpolitik für die Touristik im Rahmen der Nationalen Tourismusstrategie ausgearbeitet und die Bündelung aller existierenden Fördermöglichkeiten auf EU-, Bundes- und Landesebene auf einer Plattform vorgenommen werden. Auch ist durch die Vereinfachung der Antragsverfahren die breite Teilhabe der kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie der Kommunen zu ermöglichen sowie Qualitätsstandards für nachhaltige Entwicklungen aufzustellen. | Bündnis90/Die Grünen | 1 |
| Modernisierung der amtlichen Tourismusstatistik | Bund und Länder sollen sich auf eine regelmäßige einheitliche Erhebung des Wirtschaftsfaktors | DTV, SPD | 1 |



| | | | |
|---|--|-----------|---|
| | Tourismus nach einer festgelegten Methodik und zu abgestimmten Stichtagen einigen. | | |
| Modernisierung der amtlichen Tourismusstatistik | Ein verbindliches Monitoring der durch den Tourismus erzielten Einkommens- und Beschäftigungseffekte soll etabliert werden. | DTV, SPD | 1 |
| Modernisierung der amtlichen Tourismusstatistik | Die amtliche Tourismusstatistik soll angepasst und die durch die Tourismuswirtschaft erzielten Einkommens- und Beschäftigungseffekte regelmäßig evaluiert werden. Weder neue Entwicklungen wie die Sharing Economy, noch der traditionelle Vermietungs- markt für Ferienwohnungen werden aktuell abgebildet und in politische Überlegungen angemessen mitein- bezogen. | DFV | 1 |
| Modernisierung der amtlichen Tourismusstatistik | Integration von Ferienhäusern und Privatunterkünften (Betriebe mit weniger als zehn Betten) in die amtliche Übernachtungsstatistik soll erfolgen. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Rechtliche Rahmenbedingungen sollen optimiert werden (generelle Forderung) - Hürden abbauen, Entbürokratisierung, Arbeitsflexibilisierung, steuerliche Erleichterungen. | ZD1 | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Um Wanderheimen, landwirtschaftlichen Betrieben, einfachen Einkehrmöglichkeiten oder Straußen- oder Besenwirtschaften eine Zukunftsperspektive zu bieten, sollen die Auflagen für „nicht dauerhafte“ Gastbetriebe vereinfacht werden. | DTV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Befristete Fortgeltung von Konzessionen im Falle eines Betriebsübergangs soll sichergestellt werden. | DSTGB | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Insolvenzabsicherung von Flugreisenden bei Airlines soll eingeführt werden (SPD). Aber wenn, dann ausschließlich im internationalen Maßstab. Keine Benachteiligung der deutschen Luftverkehrswirtschaft (DRV). | SPD; DRV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Rechtsdurchsetzung durch Digitalisierung, insbesondere bei Smart Contracts, soll erleichtert werden. | SPD | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Im Arbeitsprogramm der Bundesregierung zur besseren Rechtsetzung sollen konkrete Vereinfachungen für die Tourismuswirtschaft geprüft und umgesetzt werden. | DTV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Entwicklung der automatisierten Vertragsentschädigung soll gefördert und rechtssicher gestaltet werden (Smart Contracts). | SPD | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Sonn- und Feiertagsarbeit in Call-Centern soll gewährleistet werden. | DRV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Europäische Sammelklagen sollen verhindert werden. | DRV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Preisteil von Reisekatalogen soll abgeschafft werden. | DRV; ZD 1 | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Maßnahmen für eine effektive Unternehmensnachfolge sollen entwickelt werden. | FDP | 1 |
| Rechtliche Forderungen | DWV-Gesundheitswandern soll als Präventionsleistung anerkannt werden. | DWV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Unklarheiten bei der Margenbesteuerung sollen geklärt werden, um die Aufwände bei den touristischen Unternehmen zu verringern. Ein Anwendungserlass soll hier Rechtsicherheit und Entlastung für die Unternehmen schaffen. | VDR | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Handhabung von Reisekosten-Belegen soll vereinfacht werden: Unternehmen brauchen gesetzliche Regelungen, die einen einfachen Prozess zur Digitalisierung von Reisekostenbelegen und deren Speicherung bei Gewährleistung der Vorsteuerabzugsfähigkeit ermöglichen. Z.B. Ermöglichen des "Abfotografierens" von Reisekosten-Belegen bis 250 Euro ohne weitere Vorgaben. | VDR | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Touristische Vielfalt soll erhalten werden und den Individualtourismus fördern, d.h. Verbote, Überregulierungen und Einschränkungen sollen vermieden werden, die eine Ausübung der Ferienwohnungsvermietung kaum mehr möglich machen. Bestandsschutz | DFV | 1 |



| | | | |
|-----------------------------------|--|----------------------|---|
| | und Erhalt von touristischen Strukturen, unter Berücksichtigung des ökonomischen Werts von privaten und gewerblichen Ferienwohnungen sowie der Sharing Economy für einzelne Regionen und für Deutschland als Ganzes, als Sinnbild für eine freie und gastfreundliche Gesellschaft und zum Ausbau eines positiven Images. | | |
| Rechtliche Forderungen | Bundesregierung soll bei Gesetzesvorhaben und Regulierungen die Interessen der KMU stärker berücksichtigen. Insbesondere bei Regulierungsvorgaben durch die EU ist es dringend notwendig, dass Deutschland die besondere unternehmerische Situation vermittelt und Regulierungen verhindert, die zu Lasten der KMU gehen und die gewachsene wirtschaftliche Kultur in Deutschland gefährden. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Regulierung von Kurzzeitvermietungen auf EU- wie auch auf kommunaler Ebene sollen nicht wie bisher hauptsächlich an der Sharing Economy ausgerichtet werden, da die Einschränkungen bisher vornehmlich traditionelle Vermieter von Ferienwohnungen treffen, die zudem von Ausnahmeregelungen nicht profitieren können. Verbote und Regulierungen sollen daher nur angemessen und evidenzbasiert erfolgen. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Bestehenden Ferienwohnungen soll bei Regulierung ein großzügiger Bestandschutz gewährt werden, so wie es bei anderen Branchen gang und gäbe ist und die Baunutzungsverordnung sollte um eine Rückwirkung der Neuregelung ergänzt werden. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Für selbst genutzte Zweitwohnungen soll die zwischenzeitliche Vermietung an Feriengäste generell erlaubt werden, denn diese Wohnungen werden nicht dem Wohnungsmarkt entzogen. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Flexible Regelungen für reine Wohngebiete sollen etabliert werden, um Ferienwohnungen zu genehmigen. Statt einer generellen Schwellenregelung von 50% der Wohnfläche sollten die betroffenen Kommunen darüber entscheiden, ob sie in Einzelfällen eine Nutzung als Ferienunterkunft für mehr als 50% zulassen. | DFV | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Klarstellung im Miet- und Pachtrecht hinsichtlich Störung der Geschäftsgrundlage durch COVID-19-Maßnahmen soll erfolgen. | DEHOGA | 1 |
| Rechtliche Forderungen | Die Bundesregierung soll einen sozialverträglichen Tourismus fördern, indem sie Rahmenbedingungen schafft, die sicherstellen, dass die Menschen aus einer Region in die Planungen größerer, touristischer (Bau-)Vorhaben miteinbezogen werden. | Bündnis90/Die Grünen | 1 |
| Verbraucherschutzgesetzte stärken | Bundesregierung sollte sich für einen besseren finanziellen Schutz für nur-Flugreisende auf EU und ICAO-Ebene einsetzen. Bis zur Verabschiedung einer europäischen bzw. internationalen Lösung sollte den Reisenden auf nationaler Ebene die Möglichkeit einer individuellen Absicherung geben werden. Hierzu könnten die Fluggesellschaften verpflichtet werden, den Kunden eine entsprechende Versicherung beim Ticketkauf als freiwillig buchbare Extraleistung mit anzubieten. | ADAC | 1 |
| Verbraucherschutzgesetzte stärken | Überprüfung und ggf. Anpassung der Haftungsbegrenzung von Reiseveranstaltern soll durchgeführt werden, inkl. Beachtung möglicher Auswirkungen einer Erhöhung der Haftungsbeschränkungen auf die Reisepreise und den Versicherungsmarkt. | ADAC | 1 |
| Verbraucherschutzgesetzte stärken | Der Verbraucherschutz im Tourismus ist zu stärken, indem die Passagierrechte im Bahn-, Bus-, Flug- und Schiffsverkehr bekannter gemacht, ihre Durchsetzung verbessert und dabei insbesondere die Entschädigungsverfahren digitalisiert werden. | Bündnis90/Die Grünen | 1 |



| | | | |
|---|--|---|---|
| Verbraucherschutzgesetz stärken | Die Insolvenzschutzpflicht für Fluggesellschaften soll eingeführt werden, die alle Flugreisenden für den Falle der Insolvenz absichert. | Bündnis90/Die Grünen | 1 |
| Verbraucherschutzgesetz stärken | Bei der Insolvenzschutzpflicht im Pauschalreise-recht soll die vorgeschriebene Sicherungssumme an-gehoben werden, um die Absicherung aller Ansprü-che sicherzustellen. | Bündnis90/Die Grünen | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | EU-weit einheitliche praxistaugliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie für Reiseunterneh-men. | SPD, bdo | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Steuerverzerrungen im Wettbewerb sollen abgebaut werden. | CDU/CSU | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | KMU und Unternehmen der Tourismus-Branche sol-len steuerlich entlastet werden. | DRV; ZD 1 | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Besteuerung des internationalen Wettbewerbs: Aus-gestaltung steuerlicher Rahmenbedingungen, die wettbewerbliche Auswirkungen auf alle Teilbranchen haben, abschätzen und eine Ex-Post-Evaluierung der bereits umgesetzten Steuern. | BTW | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Steuerliche Gleichbehandlung von Essen, Absenkung der Mehrwertsteuer in der Gastronomie soll sicherge-stellt werden. | DEHOGA | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Es soll keine nationalen Inzellösungen bei der Flug-steuer geben. Keine erhöhte Flugsteuer für Inlands-flüge. | VDR | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Wirtschaftliche Nachhaltigkeit soll gefördert werden: mehr Transparenz in Abgabenverwendung. Transparentere Gestaltung und Offenlegung von Ein-nahmen und Verwendung der Kulturförderabgabe; Abschaffung des Solidaritätszuschlages; Überdenken des Konzeptes "Meldeschein" (Verhältnis von Auf-wand und Nutzen nicht gerechtfertigt). | BVMW | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Mehrwertsteuer für den Fernverkehr der Bahn soll ge-senkt werden (bereits umgesetzt). | VDR | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Steuerlichen Verlustrücktrag soll über 30.6.2021 hin-aus erweitert werden (Corona-bedingte Liquiditäts-hilfe). | DEHOGA | 1 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Mehrwertsteuersenkung auf Gastronomieleistungen soll entfristet werden (Corona-bedingte Liquiditäts-hilfe). | DEHOGA | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der gewerbesteuerli-chen Hinzurechnungen von Hotelleistungen | Allgemein: Thema soll erörtert und aufgenommen werden (s. Rechtssprechung 2019). | Wirtschaftsminister Schleswig-Holstein, Sachsen-Anhalt, Hes-sen, Bayern, Baden-Württemberg, NRW, Saarland | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der gewerbesteuerli-chen Hinzurechnungen von Hotelleistungen | Rechtssicherheit für Veranstalter soll durch Klarstel-lung geschaffen werden, dass Einkauf von Beherber-gungsleistungen nicht der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung unterliegt (s. Rechtssprechung 2019). | CDU/CSU | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der gewerbesteuerli-chen Hinzurechnungen von Hotelleistungen | Klarheit für die Reisebranche bei der Gewerbesteuer-hinzurechnung soll geschaffen werden, um klein- und mittelständische Busunternehmen, von der Steuer-last, die durch die unsachgemäße Auslegung des § 8 Nr. 1 e GewStG durch die Finanzverwaltung verur-sacht wird, zu befreien (s. Rechtssprechung 2019). | bdo | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der gewerbesteuerli-chen Hinzurechnungen von Hotelleistungen | Gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Zimmerkon-tingenten soll abgeschafft werden (s. Rechtsspre-chung 2019). | DRV | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der gewerbesteuerli-chen Hinzurechnungen von Hotelleistungen | Misstände durch die gewerbesteuerliche Hinzurech-nung sollen geprüft und behoben werden (s. Rechts-sprechung 2019). | FDP | 1 |
| Evaluierung und Weiterent-wicklung der Pauschalreise-richtlinie | Rahmenbedingungen zur Absicherung der Pauschal-reise sollen verbessert werden. | ZD 1 | 1 |



| | | | |
|---|--|-------------------------|---|
| Evaluierung und Weiterentwicklung der Pauschalreise-richtlinie | Evaluierungen der Pauschalreiserichtlinie soll im intensiven Kontakt mit den Reisevermittlern, Reiseveranstaltern und Verbraucherschutzorganisationen begleitet werden. | SPD | 1 |
| Evaluierung und Weiterentwicklung der Pauschalreise-richtlinie | Praxistauglichkeit der EU-Pauschalreiserichtlinie soll im Sinne von Reiseveranstaltern und dem Reisevertrieb herbeigeführt werden. | DRV, VUSR | 1 |
| Evaluierung und Weiterentwicklung der Pauschalreise-richtlinie | DSGVO und PRRL haben viele RBs vor große praktische Probleme gestellt. Es sollte aktiv in die Förderung von digitalen Konzepten und Projekten für den Tourismus investiert werden. Zudem sollte auch weiter gegen den Abmahnmissbrauch in diesem Zusammenhang vorgegangen werden. | VUSR | 1 |
| Berücksichtigung der Belange des Mittelstands und von Familienbetrieben | Berücksichtigung der Belange des Mittelstands und von Familienbetrieben soll sichergestellt werden. | FDP | 1 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Insbesondere im Steuerrecht dürfen deutsche Incoming-Unternehmen und DMC nicht benachteiligt werden. Ansonsten ist zu befürchten, dass ein erheblicher Teil der Wertschöpfung ins Ausland verlagert wird. Diese dürfen keinen Wettbewerbsnachteil gegenüber ausländischen Unternehmen haben. Gilt insbesondere in Bezug auf Steuern, Regularien sowie Visa-Bestimmungen. | BVDIU | 1 |
| Bürokratieabbau vorantreiben | Bestandsschutz und Erhalt von gewerblichen Ferienimmobilien, Abbau von Verboten und Überregulierung soll sichergestellt werden. | DFV | 1 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Meldepflicht soll an die Plattformökonomie im Tourismus angepasst werden. Für Betreiber von Ferienwohnungen oder für Homesharer sollten daher z. B. die Buchungsprozesse über Online-Plattformen, bei denen sich Gäste im Voraus identifizieren müssen, ebenfalls als ausreichend im Sinne der Meldepflicht eingestuft werden. | Bitkom | 1 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Digitale Meldepflicht soll eingeführt werden. | Airbnb | 1 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Studie TSA und DWIF Wirtschaftsfaktor soll auf Bundes- und Landesebene ausgeweitet werden. Regelmäßiger Turnus soll erfolgen zur Erfolgskontrolle wertschöpfender Maßnahmen. | ZD 1 | 1 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Die Förderung von Grundlagenuntersuchungen durch die Bundesregierung in besonders relevanten Tourismusbereichen soll wieder aufgenommen werden. | DTV | 1 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Insbesondere soll eine Grundlagenuntersuchung zu den Auswirkungen von Corona auf den Deutschlandtourismus erfolgen. | DTV | 1 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Fortschreibung wissenschaftlicher Grundlagen, um touristischen Kernmärkten, wie es der Wandermarkt für Deutschland ist, eine regelmäßige Absicherung zu geben. | DWV | 1 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Es soll auf Entlastungen bei Luftverkehrssteuer und Luftsicherheitsgebühren an Flughäfen hingewirkt werden, um Wettbewerbsverzerrungen gegenüber anderen Märkten entgegenzuwirken. | ZD 3 | 1 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Besonders umweltfreundliche und klimaschonende Angebote für Reisen, wie z.B. die Gästecard mit kostenfreiem ÖPNV sollen steuerlich gefördert werden. | DTV | 1 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Es sollen keine nationalen Alleingänge beim Insolvenzschutz für Airlines, internationale Standards vorangetrieben werden. | DRV | 1 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Bewerbungen um und Ausrichtung von internationalen Sportgroßevents sollen finanziell unterstützt werden, auch im Hinblick darauf, dass der Sport sich zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt hat, der Deutschland auch als Tourismusdestination dank der medialen Reichweite von Sportgroßevents promoted, bzw. dass die Tourismusbranche direkt von den nationalen und internationalen Übernachtungsgästen der | CDU/CSU und SPD; ZD1 | 2 |



| | | | |
|---------------------------------|---|--|---|
| | Sportevents profitiert. Allgemein soll Sport, der für Tourismus relevant ist, unterstützt werden. | | |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Etat für die DZT soll auf hohem Niveau verstetigt werden. Auch wird eine angemessene Erhöhung gefordert. | DTV, SPD, DEHOGA, CDU/CSU, ZD 4 | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Der Etat für die DZT soll aufgrund der Coronakrise um 20 Millionen Euro erhöht werden, damit die DZT Deutschland auch zukünftig erfolgreich als gastfreundliches und weltoffenes Reiseziel bewerben kann. | DTV | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Um die bestehenden Potenziale der Auslandsmärkte besser zu erschließen, sollen Erleichterungen bei der Visa-Vergabe für Urlaubs- und Geschäftsreisen umgesetzt werden. Das betrifft insbesondere die Vereinfachung und Verkürzung der Bearbeitungsfristen. | DTV | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Eine zentrale Datenbank/ Liste der Incoming-Unternehmen in Deutschland soll etabliert werden, um die Auffindbarkeit der Unternehmen zu steigern. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Die speziellen Kenntnisse der Incomer/DMC in Bezug auf Sprache, Mentalität und besondere Erfordernisse im deutschen touristischen Auslandmarketing sollen gezielt einbezogen und gefördert werden. Hierzu wird eine intensivere Kooperation aller relevanten Stakeholder angeregt. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Im Geschäftstourismus sollen die Bereiche MICE und Messereisen als Kerngeschäft der Destination Management Companies hervorgehoben werden. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Die Wettbewerbsfähigkeit der Reisedestination Deutschland im europäischen Umfeld soll gestärkt und die Wettbewerbsfähigkeit auch im Vergleich zu anderen europäischen Destinationen sichergestellt werden. Wichtig in diesem Zusammenhang ist es, Freiräume zur Entfaltung zu schaffen bzw. zu erweitern. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Gezielte Förderung und Unterstützung von Incoming-Unternehmen und DMC (privat geführte Kleinunternehmen und Mittelständler) als aktive Markenbotschafter für Deutschland in ihren ausländischen Quellmärkten soll sichergestellt werden. Nachhaltige und langfristige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Der Etat der DZT für das Auslandsmarketing soll aufgestockt werden, damit diese auch die Teilnahme von Incoming-Agenturen und DMC an B2B Aktivitäten im Ausland zu Konditionen ermöglichen kann, die nicht der kompletten Refinanzierung durch die Teilnehmer unterliegen. | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Für die Weiterentwicklung des wichtigen Segments Geschäftsreiseturismus ist der Erhalt der Infrastrukturen (Kongresszentren, Tagungsfacilitäten etc.) unverzichtbare Rahmenbedingung und sollte daher gefördert werden. | Deutscher Städtetag | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Ein nationaler Leitfadens, der auf die bisherigen Länderinitiativen aufbaut und über den Ansatz „Internationalisierung als Chance“ weit hinausgeht, soll erstellt werden, der praxisorientierte Modelle für das relevante Destinationsmanagement liefert. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Geeignete Formate sollen identifiziert werden, die die Interaktion interessierter Leistungsträger und den bundesweiten Know-How Austausch im Bereich "Internationalisierung" fördern. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | DZT, die im Destinationsmarketing eine ausgezeichnete Arbeit leistet, über internationale Marktexpertise aus erster Hand verfügt und geeignete Formate, wie die Knowledge Sharing Days veranstaltet, soll mit einem weiteren Geschäftsfeld des „Destinationsmanagement Internationalisierung“ betraut werden. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 2 |



| | | | |
|------------------------------------|--|--|---|
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Auslobung eines Internationalisierungspreises, z. B. als Kategorie des Deutschen Tourismuspreises des DTV. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Für die zunehmende Internationalisierung soll die Fremdsprachigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft vorangetrieben werden - z. B. mithilfe von Übersetzungsapps, die Live-Dialoge mit ausländischen Gästen ermöglichen. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 2 |
| Stärkung des Incoming-Tourismus | Grundsätzliche Vereinfachung und Beschleunigung im Visavergabeverfahren für ausländische Geschäftsreisende und Touristen durch die deutschen Auslandsvertretungen sollen vorangetrieben werden. | BVDIU | 2 |
| Neue Auslandsmärkte erschließen | Kommunen sollen bei der Bewerbung ausländischer Gäste etwa durch Qualifizierung und Schaffung entsprechender Netzwerke unterstützt werden. | DSTGB | 2 |
| Neue Auslandsmärkte erschließen | Potenziale von Städtepartnerschaften sollen für den Tourismus genutzt werden. | DSTGB | 2 |
| Neue Auslandsmärkte erschließen | Neue Auslandsmärkte sollen erschlossen und Bundesförderung der DZT zur Auslandsvermarktung verstetigt werden. | CDU/CSU und SPD | 2 |
| Neue Auslandsmärkte erschließen | Förderinstrumente des Bundes zur finanziellen Beteiligung an Messeteilnahmen in Ausland für Incoming-Agenturen und DMCs sollen bereitgestellt werden (auch für Messen, an denen die DZT nicht beteiligt ist). | BVDIU | 2 |
| Stärkung des Outgoing-Tourismus | Mehrwerte der Pauschalreise sollen stärker kommuniziert werden (z.B. Sicherheitsaspekt bei Pauschalreisen). | ZD 4 | 2 |
| Stärkung des Outgoing-Tourismus | Offene Grenzen sollen erhalten und Freizügigkeit des Reisverkehrs innerhalb der EU bewahrt und ausgebaut werden. | DRV | 2 |
| Stärkung des Outgoing-Tourismus | Touristische Visa-Vergabe soll vereinfacht und verkürzt werden, etwa durch Vorantreiben der Digitalisierung des Verfahrens. Mehr Visumantrags-Akzeptanzzentren (z.B. in China) sollen eröffnet und die Bearbeitung vereinfacht werden. Visa-Bestimmungen sowie Visa-Prozesse sollen vereinfacht werden. | SPD; ZD 1 | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Es soll sichergestellt werden, dass die Produktvielfalt im Deutschlandtourismus durch ein gutes Zusammenspiel mit den Mitgliedsorganisationen und den Landesmarketingorganisationen repräsentiert wird. | DTV | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Es sollen neue und kreative Arbeitsfelder und Produkte im Tourismus entwickelt und die inhaltliche Neugestaltung der Bedeutung des Tourismus vorangetrieben werden. | Privat | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Vermarktung und zielgerichtete Entwicklung von touristischen Produkten im deutschen Quellmarkt. | ZD 1 | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | DZT-Mittel zur verstärkten Bearbeitung der Inlandsmärkte sollen aufgestockt werden. | DEHOGA | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Profilierung und Schärfung der Marke "Deutschland" inkl. Entwicklung der Story zum Reiseland Deutschland. | ZD 1 | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Sogenannte "Second Cities" oder Regionen rund um Ballungsräume sollen intensiver beworben werden. | ZD 4 | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Aufgrund der großen Bedeutung des Städtetourismus müssen die Städte trotz Einbindung in die so genannten Destinationen ihre touristischen Potenziale auch eigenständig unter Berücksichtigung der Aktivitäten auf Destinationsebene vermarkten können. In diesem Zusammenhang sind unter anderem Städtekooperationen, die bundesländer-übergreifend wirken, ebenfalls zu unterstützen. | Deutscher Städtetag | 2 |
| Vermarktung und Produktentwicklung | Große Veranstaltungen und Events (Sportveranstaltungen, Weihnachtsmärkte, Stadtfeste) bedeuten Imagegewinn, Wirtschaftsfaktor und Refinanzierungspotenziale für Städte und sollten deshalb gefördert werden. Dabei ist unbedingt auf die Wertigkeit zu | Deutscher Städtetag | 2 |



| | | | |
|---|--|--|---|
| | achten. Oft leiden die Städte unter einer Beliebigkeit der stattfindenden Ereignisse. | | |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Komprimierte Marktforschungsdaten und ein verstärkter Wissensaustausch zur Untersuchung der Wirkung des Deutschlandbilds in ausländischen Märkten. | ZD 4 | 2 |
| Offene Grenzen erhalten und ausbauen | Zielgerechte Erleichterung der VISA-Vergabe in wichtigen ausländischen Quellmärkten soll vorangetrieben werden. | CDU/ CSU und SPD | 2 |
| Offene Grenzen erhalten und ausbauen | Offene Grenzen sollen erhalten, Schengen-Abkommen nicht zur Disposition gestellt werden. | DRV | 2 |
| Verbraucherschutzgesetze stärken | Kundenfreundliche Lösung für die Geltendmachung von Ansprüchen bei Zugverspätungen für Bahnreisende sollen etabliert werden. Insbesondere das Anmeldeverfahren von Entschädigungszahlungen sollte digitalisiert werden. | ADAC | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Potenziale der Digitalisierung sollen genutzt werden, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen und eine flächendeckende und gut ausgebaute digitale Infrastruktur geschaffen werden. | BTW, Bitkom | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Monitoring sollte etabliert werden, um Regulierungsbedarfe frühzeitig erkennen zu können. | BTW | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Abbau von Regulierung (z. B. DSGVO, Pauschalreiserrichtlinie) als Hemmnis für Digitalisierung im Mittelstand, Regulierung allein auf Basis klarer Fakten und Grundlagen, Abbau des häufigen „Generalverdachts der Politik“ gegen digitale Unternehmen. | VIR | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Es soll besonderen Wert auf die Daten- und Informationsqualität gelegt werden, besonders auf Genauigkeit, Aktualität und Nutzbarkeit als Maßstab. Qualität soll um die Aspekte der Datenqualität und Informationsqualität erweitert werden. Daten sammeln zu Herkunft und Motivation der Gäste und Besucher, Bedürfnisse, Konsumverhalten. | DWV; ZD 1; ZD 2 | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Potenzialanalyse des Bundes zu den Chancen der Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette in der Tourismuswirtschaft und Prüfung der Regulierungserfordernisse soll durchgeführt werden. | DTV, SPD | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | KMU sollen unterstützt werden, auch bei der Entwicklung digitaler Inhalte für die innovative Produktpräsentation. | CDU/CSU | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Know-how sollte mittels Informationshubs zum Thema Digitalisierung im eigenen touristischen Unternehmen vermittelt werden. | bdo | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Stärkerer Fokus und Ausbau der Plattformökonomie zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit sollte forciert werden. Spielt zurzeit in Deutschland kaum eine Rolle, muss vorangetrieben werden. | ZD 1 | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Die Digitalisierung der Geschäftsprozesse und des Vertriebs sollten auch Incomer & DMC hoch priorisieren und den Entwicklungen hier noch mehr Aufmerksamkeit schenken. | BVDIU | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Förderprogramme und Fonds zur Unterstützung der Digitalisierung touristischer KMU's sollten aufgelegt werden, insbesondere in weniger erschlossenen Gebieten Deutschlands. | Airbnb | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Bargeld- und kontaktloses Bezahlen sollte seitens der Politik für den Einsatz im Tourismus und Geschäftsreisebereich aktiv unterstützt werden. | VDR | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Potenziale des Einsatzes neuer Technologien wie Big Data sollen im Sinne einer verstärkten Kundenzentrierung ausgeschöpft werden. Im Bereich der Geschäftsreisen ist es wichtig, dass eine Trennung privater und geschäftlicher Daten gewährleistet ist. | VDR | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Einsatz digitaler Zahlungsmittel sollte gestärkt werden, u.a. Online-Ticketing, "Kontaktloses Bezahlen", Mobile Payment, aber auch internationale Zahlungssysteme wie Alipay und WeChat. | Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) | 3 |



| | | | |
|---|---|--|---|
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Sonderförderprogramm für die Open-Data-Offensive im Deutschlandtourismus sollte aufgelegt werden, um touristische Daten ohne Einschränkung und Hemmnisse zugänglich und nutzbar zu machen. | DTV | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Die Bundesregierung sollte die Digitalisierung in der Tourismusbranche vorantreiben und die digitale Anbindung gerade auch von kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Tourismusbranche in entlegeneren Regionen sicherstellen. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Einfluss der Sharing Economy auf den Tourismus begünstigen | Fairer Wettbewerb von klassischen Anbietern und Sharing Economy sowie Buchungs- und Bewertungsplattformen soll gewährleistet werden; „level playing fields“ bei Auflagen für Hotellerie und Privatvermietung und private Bewirtung auch unter Berücksichtigung wettbewerbsbeschränkender Klauseln. | SPD, DSTGB, DEHOGA, FDP, ZD 6 | 3 |
| Einfluss der Sharing Economy auf den Tourismus begünstigen | Maßnahmen zum Abbau von Wettbewerbsverzerrungen von Sharing-Anbietern gegenüber regulären Anbietern sollen etabliert werden, ebenso wie eine bundesweit einheitliche Registrierung im Beherbergungsbereich. Unnötige Regulierungen für traditionellen Unterkunftssektor sollen abgebaut werden. | CDU/CSU und SPD | 3 |
| Einfluss der Sharing Economy auf den Tourismus begünstigen | Die Bundesregierung sollte sich auf EU-Ebene dafür einsetzen, die Regeln des europäischen Binnenmarktes so zu gestalten, dass die gesetzlichen Regeln der Bundesländer und der Kommunen gegen die Zweckentfremdung von Wohnraum durch Vermietungsplattformen wie Airbnb nicht unterlaufen werden können. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Einfluss der Sharing Economy auf den Tourismus begünstigen | Chancen und Risiken der Sharing Economy sollen beachtet und im Falle von Wohnraumknappheit Zweckentfremdungsverbote ermöglicht werden. | DSTGB | 3 |
| Ausbau der digitalen Infrastruktur unter Berücksichtigung der Entwicklung der Tourismuswirtschaft | (generell) | ADAC, DEHOGA; VIR, DTV, SPD, | 3 |
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | (generell) | ADAC, DTV, VIR, SPD, DSTGB, DEHOGA, DFV, FDP; Wasserverbände; ZD 1 | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Europäische und autonome Datenplattform und Cloudstrukturen sollen gefördert werden; Datenverfügbarkeit für KMU; Open Data (Hackathons, Überprüfung der touristischen Relevanz der GAIA-X-Initiative). | ZD 1 | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Verwaltungsprozesse sollen weitgehend digitalisiert werden, beispielsweise durch eine gezielte E-Government-Strategie zur elektronischen Abwicklung von Verwaltungsvorgängen sowie eine Open-Government-Strategie mit dem Ziel Verwaltungsverfahren bürgernäher, schneller, transparenter und barrierefreier zu gestalten, so dass insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen stärker entlastet werden. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | Flächendeckende Grundversorgung bei schnellem Breitband soll sichergestellt werden. | DTV, VIR, SPD | 3 |
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | Vereinfachung des Ausbaus des Mobilfunknetzes durch standardisierte Antrags- und Genehmigungsverfahren sowie die Ausschöpfung des Potenzials alternativer Verlegetechniken sollten zur Kostensenkung und Beschleunigung beim Glasfaserausbau gefördert werden. | Bitkom | 3 |
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | Öffentliche Fördermittel für den Netzausbau sollen bereitgestellt werden. | Bitkom | 3 |
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | Akzeptanz des Ausbaus von Festnetz und neuen Mobilfunkstandorten in der Bevölkerung soll erhöht werden. | Bitkom | 3 |



| | | | |
|---|--|--|---|
| Breitbandausbau fördern und vorantreiben | Flächendeckender Ausbau mit Gigabit-Netzen bis 2025 und Netzinfrastrukturwechsel zur Glasfaser sollen erfolgen. | SPD | 3 |
| Mobiles Internet fördern und ausbauen | (generell) | DTV, SPD, DSTGB, VIR, FDP | 3 |
| Mobiles Internet fördern und ausbauen | Flächendeckendes Schließen der Funklöcher im Mobilfunknetz soll sichergestellt und 5G-Versorgung ausgebaut werden. | DTV, SPD, VIR, FDP, VDR, ZD 3, Bitkom, DFV | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | (generell) | SPD, DEHOGA, DEHOGA, DFV | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Freies WLANs an Bahnhöfen und im gesamten SPNV, in ICE sowie mobile Breitbandversorgung entlang Bahn und in Fernreisebussen sollen ausgebaut werden. | SPD | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Sonderinvestitionsprogramm sollte aus Einnahmen der LKW-Maut die Errichtung eines durchgehenden öffentlichen WLAN-Netzes entlang der Bundesautobahnen bis zum Jahr 2022 finanzieren. | DTV | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Bund-Länder-Investitionsprogramm zum Ausbau der öffentlichen WLAN-Versorgung in den Kommunen. | DTV, SPD | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Kostenfreie WLAN-Hotspots in öffentlichen und touristischen Einrichtungen sollen etabliert werden. | SPD | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | WLAN und eine durchgehende Mobilfunknetzabdeckung sollen auch in IC und Regionalbahnen sichergestellt werden. | DTV | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Der Ausbau der Glasfasernetze soll vor allem im ländlichen Raum im Sinne einer Grundversorgung vorangetrieben werden. | DTV | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Der flächendeckende Ausbau der Mobilfunkversorgung und des Breitbandes soll erfolgen, sodass digitale Tools & Apps während der Reise genutzt werden können. | Airbnb | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Der Breitbandausbau soll seitens der Bundesregierung im Rahmen der Daseinsvorsorge, vor allem in den ländlichen Regionen, flächendeckend realisiert werden und alle bundesdeutschen kleinen und mittleren Unternehmen einen Rechtsanspruch auf einen schnellen Breitband-Internetanschluss bekommen. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Ausbau von WLAN-Netzen in touristischen Gebieten | Beim Ausbau des schnellen 5G-Mobilfunknetzes soll eine verpflichtende Regelung zum National Roaming sowie eine diskriminierungsfreie Dienstanbieterverpflichtung eingeführt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Digitalen Innovationen sollen in der nationalen touristischen Förderkulisse besonders berücksichtigt werden. | SPD, VIR, DTV, bdo, CDU/CSU; ZD 1 | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Es sollen Investitionsanreize für digitale Technologien mithilfe der Verbesserung von Abschreibungsbedingungen für digitale Wirtschaftsgüter geschaffen werden. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Es sollten gezielte Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen zur Schaffung von Open Data Diensten und zur Digitalisierung von Tourismuseinrichtungen (Schnittstellen für Kurkarten, ÖPNV-Tickets für Touristen etc.) geschaffen werden. Dies sollte mit Vereinheitlichung der Tourismusabgaben und Kurtaxen einhergehen. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Die Nutzung von cloud-basierten Lösungen sollte verstärkt gefördert werden. Dies könnte helfen, Prozesse zu verschlanken und Innovationen zu unterstützen, z. B. durch eine rechtliche Neuerung zum Einsatz von webbasierten und lokalen Systemen mit gleichzeitiger Einführung klarer Hinweise zur Umsetzung. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Stärkung der Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken. Mit Hinblick auf die Heterogenität der Tourismusbranche sollten Kollaborationen mit einem Fokus auf Innovationen übergreifend gefördert und koordiniert werden. Zum Beispiel sollte die Rolle des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes geschärft und | Bitkom | 3 |



| | | | |
|---|--|-----------|---|
| | verstärkt auf den Auf- und Ausbau innovativer Netzwerkzusammenarbeit ausgelegt werden. | | |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Akteure des Deutschlandtourismus (z.B. DTV, DZT) sollten in ihren Bemühungen zur Zusammenarbeit mit innovativen Akteuren im Tourismus unterstützt werden, um das geänderte Nutzungsverhalten der Reisenden in ihren Marketingaktivitäten besser berücksichtigen zu können. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Digitale Lösungen sollten für Nachhaltigkeit eingesetzt werden. Durch Hervorheben von nachhaltigen Angeboten auf Websites oder in touristischen Apps sowie durch Plattformen, Filter oder Suchen kann z. B. die Auswahl von nachhaltigen Reiseoptionen, -zielen, -unterkünften und -routen unterstützt werden. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Sharing-Lösungen sollten technisch gefördert werden. Mithilfe von Daten und Algorithmen können Erkenntnisse gewonnen und für Effizienzgewinne genutzt werden. Zum Beispiel ermöglichen Apps Touristen, sich zusammenzuschließen und im Sinne der Nachhaltigkeit Transportmittel etc. zu teilen. Auch am Urlaubsort sollten daher Sharing-Lösungen gefördert werden. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Digitale Aufklärungsarbeit soll geleistet und Transparenz erhöht werden. Chancen und Potenziale der Digitalisierung für Nachhaltigkeit sichtbarer machen und Hotels z. B. zur Foodwaste Vermeidung motiviert werden. | Bitkom | 3 |
| Digitalisierung als zentrales Handlungsfeld auch der Tourismuspolitik | Digitale Plattformen sollen zur Besucherlenkung eingesetzt werden. Beherbergungsplattformen ermöglichen Unterkünften abseits der touristischen Hotspots oder im ländlichen Raum, sich besser zu vermarkten und für ein Publikum auf der ganzen Welt sichtbar und buchbar zu sein. Somit unterstützen die Digitalisierung und die Plattformökonomie eine Besucherlenkung, sowohl in Ballungsgebieten als auch in ländlichen Räumen. | Bitkom | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Mit einer Potenzialanalyse soll der Bund die Chancen der Digitalisierung entlang der Wertschöpfungskette in der Tourismuswirtschaft untersuchen und Regulierungserfordernisse prüfen. | DTV | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Eine Förderung touristischer Kleinbetriebe sowie Erlebnisanbieter durch gezielte Schulung und Unterstützung bei der Digitalisierung soll eingeführt werden. | DTV | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Ein nationales Innovationsmanagement im Tourismus soll geschaffen werden. Bündelung von Initiativen der Länder und anderer Akteure; Vernetzung der Akteure; Etablierung einer positiven Fehlerkultur; Wissensdiffusion optimieren; Best Practice Beispiele bundesweit teilen. | ZD 1 | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Automatisierung manueller Passkontrollen soll ermöglicht werden, wozu jedoch entsprechende legislative Voraussetzungen geschaffen werden müssen. Eine Möglichkeit wäre hier zum Beispiel der Einsatz von Blockchain oder anderer Technologien. | ZD 4 | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Bei der konkreten Ausgestaltung eines gesamtdeutschen Fördersystems für strukturschwache Regionen sollen Maßnahmen zur Unterstützung des Tourismus durch alle beteiligten Bundesressorts in allen relevanten Programmen berücksichtigt werden. | CDU/CSU | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Test-Reisebüro zur Entwicklung innovativer Technologien soll finanziert werden. | VIR, VUSR | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Damit der stationäre Vertrieb die Anforderungen der Digitalisierung meistern kann, sollten Reisebüros modernste Techniken zur Verfügung gestellt werden. | VUSR | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Ressourcen in der IT-Entwicklung in den Destinationen bei der Entwicklung einheitlicher IT-Systeme sollen gebündelt werden mit dem Ziel, ein IT-System für alle Regionen zu nutzen. | VIR | 3 |



| | | | |
|---|--|----------------------|---|
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Start-Ups als Innovationstreiber sollen stärker gefördert werden. | VIR | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Open Data: Strukturierung von Content und Bereitstellung für Alle. Berücksichtigung der grundsätzlichen Klärung der Rechtssicherheit auf zentraler Ebene. | VIR | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Mögliche Unterstützungsmaßnahmen für kleine und KMU Tourismusanbieter bzgl. Digitalisierung sollen geprüft werden (Erfüllung von Anforderungen und Nutzung von Chancen). | CSU/CDU und SPD | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Es soll sich für die stärkere Nutzung der sich durch die Digitalisierung ergebenden Potenziale in der Tourismuswirtschaft eingesetzt werden. | CSU/CDU und SPD | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Zur Förderung der Innovationsfähigkeit der Tourismuswirtschaft sollten entsprechende Innovationsbudgets für Betriebe erfolgsunabhängig bereitgestellt werden; inklusive Prüfung der beihilferechtlichen Vorgaben. | ZD 6 | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Stärkere Innovationsorientierung der etablierten touristischen Akteure durch den Austausch mit innovativen Start-ups und digitalen Plattformen. Kooperationen beispielsweise mit der Digital Hub Initiative, der Deutschen Zentrale für Tourismus, dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Bitkom, dem Bundesverband Deutscher Startups. | Airbnb | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Digitale Plattformen sollen in Recovery-Initiativen eingebunden werden. Städte und Regionen sollten die Reichweite und Diversität von Zielgruppen, die über Online-Plattformen erreicht werden können für sich nutzen. | Airbnb | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Etablierung stabiler, verhaltenmäßiger und evidenzbasierter Rahmenbedingungen für digitale Plattformen im Rahmen des digital Services Acts. | Airbnb | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Eine einfache Lösung zum Teilen von Daten zwischen Infrastrukturdienstleistern und Vertriebsplattformen und anderen Marktteilnehmern soll geschaffen werden. | Omio | 3 |
| Förderung von digitalen Innovationen im Tourismus | Es sollen durch die Bundesregierung Innovationen gefördert und eine kohärente Digitalisierungsstrategie vorgelegt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Modernisierung der Ausbildung im digitalen Umfeld | Weiterbildungsangebote insb. der Unternehmen, Kammern und weiterer Organisationen hinsichtlich der Digitalisierung im touristischen Betrieb sollen verstärkt und Know-how-Transfer unterstützt sowie die Medienkompetenz ausgebaut werden. | SPD | 3 |
| Verbesserung des Datenschutzes | Rechtliche Hürden beim Datenschutz zur Nutzung neuer Nachfragepotenziale sollen abgebaut werden. | ZD1 | 3 |
| Verbesserung des Datenschutzes | Aufnahme von Sensibilisierungsmaßnahmen zu Datenschutz und Datensicherheit bei (Urlaubs-)Reisen in die geforderte Aufklärungskampagne des BMI. | SPD | 3 |
| Verbesserung des Datenschutzes | Es sollte seitens der Bunderegierung in die Sicherheit der IT-Infrastruktur investiert und die dazu gehörenden Kompetenzen weiter fortentwickelt werden, um im Hinblick auf technologische Entwicklungen, den Schutz von Inhalten und Metadaten gewährleisten zu können. | Bündnis90/Die Grünen | 3 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Eine Untersuchung zur Entwicklung der unterschiedlichen Übernachtungsformen unter besonderer Berücksichtigung privater Anbieter soll erstellt werden. | CDU/CSU und SPD | 3 |
| Mobiles Internet und Breitbandausbau fördern und ausbauen | Lücken im Mobilfunknetz sollen geschlossen und ein zügiger Ausbau des Breitbandnetzes forciert werden. | ADAC, ZD 3 | 3 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Mobilitätsangebote sollten durch digitale Angebote optimiert werden, um Innovationen mehr Raum zu geben. E-Laboren sowie Hackathons für die Touristik sollen initiiert werden. | ZD 3 | 3 |
| Rechtliche Forderungen | Es soll eine Grundlage für einfaches Reisen in Form von Passagierrechten geschaffen werden - innerhalb | Omio | 4 |



| | | | |
|--|---|--|---|
| | Europa grenzenlos und unabhängig vom Beförderungsmittel. | | |
| Rechtliche Forderungen | Schaffung der Verpflichtung einer angemessenen Vergütung für den Verkauf von Beförderungsscheinen. | Omio | 4 |
| Steuerrechtliche Forderungen | Steuerrechtliche Anreize für E-Mobilität (im Fuhrpark) sollen geschaffen werden, wie steuerrechtliche Förderung des Stromtankens beim Arbeitgeber; Senkung der Dienstwagensteuer für E-Autos. | VDR | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Maßnahmen zur Stärkung des Tourismus sollten durch Infrastrukturinvestitionen (Verkehrs- und Digitalinfrastruktur) ergriffen werden. | BTW, DSTGB, DEHOGA, DTV DFV, CDU/CSU, SPD, ZD 3; ZD 1, Deutscher Städtetag | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Touristische Verkehre sollen bei der Umsetzung des Bundesverkehrswegeplanes 2030 im Zuge der jährlichen Ausbaugesetze berücksichtigt werden. | DTV | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Infrastrukturelle Rahmenbedingungen zur Verbesserung der Erreichbarkeit von Zielgebieten sollen angepasst werden (auch im ländlichen Raum). | ADAC, DFV, ZD 3, ZD 4 | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Eine Analyse (Erhebungen) des spezifischen touristischen Mobilitätsbedarf soll durch die Bundesregierung durchgeführt werden. Erhebungen sollen durchgeführt und verstetigt werden. | ADAC | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Eine funktionsfähige, auf die Bedürfnisse der Gäste und Einheimischen ausgerichtete Infrastruktur soll entwickelt werden. Die Grundlagen sollen hierfür mithilfe gezielter Forschungsvorhaben geschaffen werden, um eine möglichst integrative Planung der Vor-Ort-Infrastruktur sicherzustellen. | ZD 3 | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Erreichbarkeit per Schiene, Straße, Luft und Wasser zu touristischen Zielen vor allem auch in ländlichen Räumen soll erhalten, ausgebaut und stärker miteinander vernetzt werden. Zügige Umsetzung der Maßnahmen im Bundesverkehrswegeplan 2030. | DTV, ZD 3 | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Ländlicher Räume sollen stärker durch Bahn und ÖPNV erschlossen werden. | DFV | 4 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Touristische Ziele und relevante Einrichtungen sollten möglichst mittels eines Leitsystems weiträumig ausgeschildert werden. Für den Bereich der Fußgängerzonen und Innenstädte sollte dieses in Form einer fußgängertauglichen Citybeschilderung erfolgen, die es ermöglicht, sich auch ohne Ortskenntnisse und anderer Hilfsmittel zu orientieren und führen zu lassen. | Deutscher Städtetag | 4 |
| Kreuzfahrt: Nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur | Unterstützung bei der Reduzierung von Emissionen und Weiterentwicklung von Umweltstandards - insbesondere bei der nutzergerechten Stromversorgung in Häfen. | CDU/CSU | 4 |
| Kreuzfahrt: Nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur | Entwicklung der LNG-Infrastrukturen in den Seehäfen sollen vorangetrieben, die Nutzung von Landstrom für Fahrgastschiffe attraktiver gemacht und Kreuzfahrtbranche bei Reduzierung von Schadstoffemissionen weiter unterstützt werden (LNG in Häfen, nutzergerechte Stromversorgung etc.). | SPD, CDU/CSU; BMWi | 4 |
| Kreuzfahrt: Nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur | Forschung und Entwicklung für schadstoffarme Kreuzfahrt- und Flusskreuzfahrtschiffe sowie die Förderung von Landstromversorgung und die Schaffung von Infrastruktur zur Flüssiggasversorgung in Häfen sollen unterstützt werden. | DTV | 4 |
| Kreuzfahrt: Nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur | Das Nationale Hafenkonzept soll weiter umgesetzt werden. Gezielter Ausbau der hafenbezogenen Infrastrukturen, die touristisch nutzbar sind (Bsp. Kreuzfahrtterminals). | SPD | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Investitionen in Schienenprojekte für eine bessere Anbindung touristischer Ziele in ländlichen Regionen sollen gefördert werden. | SPD, VDR | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Kapazität des Schienennetzes soll erhöht, zweigleisiger Ausbau von bisher eingleisigen Strecken unter | SPD | 4 |



| | | | |
|--|---|---|---|
| | Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeitskriterien gefördert und Elektrifizierung vorangetrieben werden. | | |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Durch Reaktivierung stillgelegter Strecken soll eine touristische Angebotserweiterung und -verbesserung erfolgen. | DTV | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Bahnfernverkehr und Nahverkehr sollen besser verknüpft werden, v.a. durch Einführung des Deutschlandtaktes. Hier soll die Anbindung touristischer Ziele durch die Bahn v.a. in ländlichen Regionen verbessert und der Zielfahrplan des Deutschland-Takts in einzelne Realisierungsschritte aufgliedert werden (Halbstundentakt auf wichtigsten Hauptachsen bis 2030 einführen). | SPD, CSU/CDU, ZD 3, DTV, Kuratorium Sport & Natur | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Nah- und Fernverkehr der Deutschen Bahn soll ausgebaut werden. | forum andersreisen | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Oberzentren sollen bis 2030 flächendeckend an den ICE/IC-Personenfernverkehr angeschlossen werden. | SPD | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Sicherstellung der Schienenfernverkehrerschließung von Mittel- und Oberzentren. | Deutscher Städtetag | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Trassenpreise sollen reduziert werden. | SPD | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Nutzerfreundlichere Vertriebspolitik der Bahn soll geschaffen werden. | ZD 3 | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Die Fahrradmitnahme im Fernverkehr und im SPNV soll ausgebaut werden. | DTV | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Rad-, Gepäck-, Kinderwagenmitnahmemöglichkeiten auf Bahnstrecken, zumindest saisonal, soll ermöglicht werden. | ADAC, ZD 3 | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Mehr Kapazitäten und höhere Taktung des Verkehrs, speziell am Tagesrand, sollen geschaffen werden. | VDR | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Möglichst umsteigefreie Fernverbindungen werden mit dem Personennahverkehr intelligent vernetzt. | DTV | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Durch einen zügigen Ausbau der Streckenelektrifizierung soll ein maßgeblicher Beitrag zum Erreichen der Klimaschutzziele und zur Erreichbarkeit der Reiseziele geleistet werden. | DTV | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | WLAN und eine durchgehende Mobilfunknetzabdeckung auch in IC und Regionalbahnen soll gewährleistet werden. | DTV | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Nachtzugsystem soll etabliert werden. | Kuratorium Sport & Natur | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Es sollen klare Verantwortlichkeiten und transparente Finanzierungsinstrumente für Ausbau und Instandhaltung des Bahnverkehrs geschaffen werden. | VDR | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Mehr Kapazitäten/höhere Taktung zu bestimmten Tageszeiten – speziell am Tagesrand (zu "Rush Hour" Zeiten morgens und abends). | VDR | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Es sollen Lösungen an das Schienennetz für die „Letzte Meile“ angeschlossen werden (bessere Verknüpfung mit anderen Verkehrsmitteln). | VDR | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Ein nachhaltiges europaweites Mobilitätskonzept unter besonderer Berücksichtigung des grenzübergreifenden Schienenverkehrs und insbesondere eine Erhöhung der über die Deutsche Bahn buchbaren Verbindungen ausländischer Bahngesellschaften soll geschaffen werden. | VDR | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Der Mehrwertsteuersatz auf Bahnfahrkarten sollte auf den ermäßigten Steuersatz gesenkt werden (bereits erfolgt). | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Optimierung des Bahnverkehrs (operativ) | Ein Bahnhofssanierungsprogramm soll initiiert werden, mit dem Bahnhöfe und Stationen wieder zu „Visitenkarten“ der Städte und Gemeinden werden und das Ziel flächendeckender Barrierefreiheit deutlich schneller erreicht wird als nach derzeitigen Planungen vorgesehen. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Die Sicherheit und Sauberkeit auf allen Bahnhöfen soll verbessert werden. | DTV | 4 |



| | | | |
|--|--|----------------------|---|
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Mit einem Bahnhofssonderprogramm soll die Attraktivität der Bahnhöfe im Hinblick auf den Ausbau zu Mobilitätszentralen und die Integration angebundener Mobilitätsangebote sowie Abstellanlagen verbessert werden. | DTV | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Netz-Engpässe in den Bahnknoten und auf überlasteten Strecken sollen umgehend zu beseitigt werden. | DTV | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Bis 2030 soll in definierten Ausbaustufen der Deutschland-Takt bundesweit eingeführt werden, der für den Fahrgast kurze Fahrzeiten, günstige Umsteigebeziehungen in Bahnhöfen und einen dichten, leicht merkbaren Takt bringt. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Es soll ein Streckenreaktivierungsprogramm aufgelegt werden, mit dem bis 2030 mindestens 2.000 Kilometer stillgelegter Bahnstrecke reaktiviert werden. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Auf europäischer Ebene sollte der Aufbau eines europäischen Nachtzugkonzepts initiiert werden, das die Hochgeschwindigkeitsstrecken einbezieht und so im Nachtsprung Distanzen von bis zu 2.000km ermöglicht. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Ausbau des Bahn-Schienennetzes sowie beschleunigte Verfahren neuer Bahninfrastruktur-Projekte. | VDR | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Der Luftverkehrsmarkt soll liberalisiert werden. | ZD 3 | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Air Passenger Rights - ausreichender Schutz der Unternehmen gegenüber missbräuchlicher Klagen; Klageindustrie soll vermieden werden. | ZD 3; ZD 1 | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Luftverkehr sollte in ein nationales integriertes Mobilitätskonzept eingebunden werden (bessere infrastrukturelle Anbindung des Luftverkehrs). | SPD | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Kostenlose Trinkwasserspender sollen an allen Flughäfen bereitgestellt werden. | SPD | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Vernetzung mit internationalen Destinationen soll ausgebaut werden. Gezielter Ausbau der Flugkapazitäten auf Langstrecke dringend nötig für Deutschland als Reise- & Wirtschaftsstandort (insb. Asien-Pazifik). | DRV | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Rahmenbedingungen für Luftverkehrsunternehmen sollen verbessert werden. | FDP | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Single European Sky soll umgesetzt werden, um die Vereinheitlichung des europäischen Luftraumes voranzutreiben und Verspätungen, Umweltbelastungen, zusätzlich geflogenen Warteschleifen und vorgegebenen Umwegen entgegenzuwirken. | VDR | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Einheitliche und moderne Sicherheitskontrollsysteme sollen an den Flughäfen eingeführt werden. Ziel sollte eine Wartezeit von maximal 15 Minuten sein – dafür bedarf es zeitgemäßer Technologien, einer Standardisierung der Abläufe und ausreichendes Personal. | VDR | 4 |
| Stärkung des Luftverkehrs | Neues Bezahlmodell "Pay-as-you-check-in" soll eingeführt werden, da Fluggesellschaften bei größerer Anzahl an Annullierungen nicht in der Lage sind, den Kunden die zustehenden Gelder zu erstatten. Das Modell bietet zudem Rechtssicherheit, da keine Ansprüche im Nachgang durchgesetzt oder erfüllt werden müssen. | VDR | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Touristische Bedürfnisse sollen in Abstimmung mit den Ländern stärker in den Nahverkehrsplänen und bei der Angebotsentwicklung berücksichtigt werden. | DTV; ZD 1 | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Ein bundesweites Tourismus-Ticket für den ÖPNV/SPNV soll eingeführt werden (dazu Einberufung eines Runden Tisches von Verkehrs- und Tourismusverbänden und Ministerien, um Möglichkeiten und Perspektiven auszuloten). | SPD | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Die Einführung eines Tourismus-Tickets soll durch Modellvorhaben getestet werden. | DTV | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | ÖPNV-Angebot in touristischen Regionen soll zu Hauptreisezeiten aufgestockt werden. | ADAC | 4 |



| | | | |
|---|---|----------------------------|---|
| Ausbau von ÖPNV | ÖPNV (insb. SPNV) in touristische Ziele soll ausgebaut werden. | DSTGB, Deutscher Städtetag | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Der öffentliche Verkehr soll stabilisiert und als attraktive Alternative zum Auto gestärkt werden. | DTV, Deutscher Städtetag | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Die städtische Verkehrsinfrastruktur soll generell verbessert werden; dies gilt nicht nur für den vielerorts schon beklagenswerten Zustand der Stadtstraßen, sondern auch und gerade für die Finanzierung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV). | Deutscher Städtetag | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Die Länder sollen sich an der wirtschaftlichen Stabilisierung und Liquiditätssicherung für den ÖPNV und SPNV der im Koalitionsausschuss am 3. Juni 2020 beschlossenen einmaligen Erhöhung der Regionalisierungsmittel durch den Bund in Höhe von 2,5 Mrd. beteiligen. | DTV | 4 |
| Ausbau von ÖPNV | Die Verbindung von Eintrittskarten für Sehenswürdigkeiten und Events mit ÖPNV-Tickets soll vorgenommen werden sowie attraktive Zeit- und Gruppenkarten in touristischen Destinationen die Nutzung des örtlichen ÖPNV attraktiv machen. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Entwicklung und Vernetzung nachhaltiger touristischer Angebote. Konkretisierung der Angebote ist erforderlich; Kommunikation zu nachhaltigen Reiseangeboten soll verstärkt und diese Angebote als Qualitätsmerkmal aufgezeigt werden. | CDU/CSU, ZD 3; ZD 2 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Integration touristischer Vor-Ort-Mobilität in den ÖPNV. | CDU/CSU | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Alternative Antriebe für Verkehrsträger (insb. im Flug- und Kreuzfahrtverkehr) sollen gefördert werden. | ZD 3 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Digitale und nachhaltige Mobilitätsangebote in der Touristik sollen gestärkt werden. Umweltschonende Verkehrsmittel wie Zugverkehr oder Busreisen sowie Sharing-Angebote sollten gegenüber den Individual-PKWs oder vermeidbaren Flugreisen gefördert werden. | Bitkom | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Maßnahmen für saubere Luft sollen weiter vorangetrieben werden. | SPD | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Verkehrsübergreifende intelligente Mobilitätskonzepte sollen ausgebaut werden. | SPD, VDR | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Umweltschonende und effiziente Verkehrsmittel wie der Reisebus sollen gefördert werden, um gleichzeitig den Individualverkehr zu verringern. | bdo | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Forschungsförderung für nachhaltige Kraftstoffe/ Antriebssysteme, Investition der Luftverkehrsabgabe in entsprechende Innovationen. | ZD 3 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Der Individualverkehr soll mit mit alternativen Antrieben sowie weiteren bestehenden und künftigen Möglichkeiten (Technologieoffenheit) umweltverträglicher gestaltet werden. | ZD 3 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Förderung und Weiterentwicklung einer klimafreundlichen Reisekette (Schwerpunkt Mobilität). Nachhaltige Angebote befördern u.a. durch Rabatte, Priority Lanes etc. | ZD 2 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Nachhaltige Mobilität in ländlichen Räumen soll gefördert werden. | ÖTE | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Carsharing-Angebote sollen insb. mit E-Autos in Städten und ländlichen Regionen ausgeweitet werden. | SPD | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Alternative Antriebe im Bereich der E-Mobilität sollen gefördert werden. | DFV | 4 |



| | | | |
|---|--|---------------------------|---|
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Schaffung von Parkplatzflächen außerhalb der Städte sowie deren Anbindung an den ÖPNV für die Erreichbarkeit der Stadtzentren (inkl. eines aktiven Parkleitsystems). | ADAC, Deutscher Städtetag | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Ausbau von E-Ladesäulen: Infrastrukturplanung soll an den Gesichtspunkten des touristischen Bedarfs angepasst werden. | ADAC, Airbnb | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Vergünstige BahnCard100 für Mitarbeiter, CO2-Kompensationszahlungen sollen für Endkunden attraktiver gemacht werden; Versorgungsnetz für Ladestationen der Elektro-Fahrzeuge soll ausgebaut werden. | BVMW | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Zur Reduzierung der Emissionen an der Quelle soll die Entwicklung klimafreundlicher Technologien und Kraftstoffe stärker gefördert werden. | ADAC | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Instrumente zur Kompensation von CO2-Emissionen (z.B. atmosfair, myClimate) sollten ausgebaut und stärker in Buchungsprozesse eingebunden werden. | ADAC | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Infrastrukturplanung von E-Ladesäulen und Tankstellen für alternative Kraftstoffe soll unter dem Gesichtspunkt des touristischen Bedarfs erfolgen. | ADAC | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Förderung der Elektromobilität in Stadt und Land durch ausreichende Finanzierung von Bund und Ländern. | DSTGB | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | AnrufSammelTaxis zur Bedienung der ersten und letzten Meile sollen eingerichtet werden. | ZD 3 | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Es soll eine nachhaltige touristische Mobilität im Sinne der gesetzten Klimaziele und die Erreichbarkeit aller Regionen gefördert sowie eine vom eigenen PKW unabhängige Mobilität in den Destinationen verbessert werden. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Ausbau alternativer und nachhaltiger Verkehrsangebote | Die Vernetzung zwischen Tourismusanbietern und nachhaltigen Verkehrsträgern in Kooperationen wie „Fahrziel Natur“ soll gefördert und ausgebaut werden. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Integrierte Intermodalität (generelles Ziel) | Intermodalitätsangebote sollen entwickelt werden. | ZD 1 | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Nahtlose Buchungs-, Bezahl- und Ticketprozesse sollen für alle Verkehrsträger sichergestellt werden. Mit einem Ticket von Tür zu Tür, Nutzung aufgrund unterschiedlicher Tarifsysteme und des Einsatzes uneinheitlicher Fahrkartenautomaten zu kompliziert. | VDR | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Bahnhöfe sollten außerhalb von Großstädten und in die Nähe von Airports platziert und an die Innenstädte durch ein Straßenbahnsystem mit hoher Frequenz angebunden werden, um Wohnraum zu schaffen und den Verkehrsfluss in die Städte zu entlasten. | VDR | 4 |
| Integrierte Intermodalität | „Switch-Points“ (Mobilitätsstationen, Mobilitäts-Hubs) sollen in den Zielgebieten eingerichtet werden zur Vereinfachung des Verkehrsmittelwechsels. | ZD 3 | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Zentrale Mobilitätsdrehscheiben sollen ausgebaut werden, die den Umstieg zwischen Reisebus, Fernbus, Bahn, ÖPNV und Carsharing vereinfachen. | bdo | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Verfügbarkeit barrierefreier digitaler Bezahlmöglichkeiten in den Verkehrsmitteln soll sichergestellt werden zur Vereinfachung der Bezahlvorgänge bei Nutzung verschiedener Verkehrsmittel, z.B. Zahlung via Kreditkarte im ÖPNV. | ZD 3 | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Meta-App für ÖPNV Angebote soll entwickelt werden. | ZD 3, ZD 6 | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Eine bundesweite intermodale, digitale Plattform, die alle Mobilitätsangebote des öffentlichen Verkehrs vereint, soll gefördert und eingeführt werden. Ziel ist es, die verschiedenen Verkehrsmittel zu vernetzen, vom ÖPNV über den Radverkehr bis hin zu Sharing-Modellen. Für die bundesweite intermodale, digitale Plattform, die alle Mobilitätsangebote des Umweltverbundes vereint, ist es erforderlich, dass | DTV | 4 |



| | | | |
|---|---|-------------------------------|---|
| | flächendenkend die Buchbarkeit der Angebote grundsätzlich auch über Drittanbieterplattformen möglich ist. | | |
| Integrierte Intermodalität | Mobilitätsplattformen auf nationaler, idealerweise auf europäischer Ebene, inklusive einer einheitlichen Buchungsstrecke und verbundübergreifender Tarifsysteme. | ZD 3 | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Die Entwicklung einer bundesweiten intermodalen Plattform für Reisende soll vorangetrieben werden. | CDU/CSU und SPD | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Die Einführung eines bundesweiten Tourismustickets für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) soll in Absprache mit den Verkehrs- und Tourismusverbänden geprüft werden. | CDU/CSU und SPD | 4 |
| Integrierte Intermodalität | Mit dem Mobilpass soll ein verkehrsträgerübergreifendes bundesweites und perspektivisch europaweites Fahrkartensystem eingeführt werden, dass Mobilität im Nah- und Fernverkehr mit einem Ticket ermöglicht und auch die Nutzung von Sharing- und Poolingangeboten über dieselbe App möglich wird. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Stärkere Verknüpfung Bahn und Flug | Nahtlose Anbindung der Flughäfen an ICE-Netz; Check-In am und durchgehender Gepäcktransport ab Bahnhof. | VDR | 4 |
| Stärkere Verknüpfung Bahn und Flug | Die intermodale Nutzung „Flug-Schiene-ÖPNV“ soll durch inkludierten ÖPNV bei Flugtickets gefördert werden. | VDR | 4 |
| Stärkere Verknüpfung Bahn und Flug | Bahn-Flug-Verbindungen sollen durch Check-In am Bahnhof und durchgehendem Gepäcktransport ab Bahnhof vereinfacht werden. | VDR | 4 |
| Stärkere Verknüpfung Bahn und Flug | Der Ausbau der direkten Anschlüsse von Flughäfen an das ICE-Netz über Flughafenbahnhöfe soll vorangetrieben werden. | VDR | 4 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Fahrradmitnahme soll in Bus und Bahn ausgebaut werden. | SPD, Kuratorium Sport & Natur | 4 |
| Ausbau von Freizeitwegen | Der Freizeitverkehr soll als eigenständiger Bedarfsträger in die Verkehrs- und Infrastrukturplanung integriert werden, inklusive regelmäßiger Potenzialanalysen. | DOSB | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Zusatzqualifikation für das Fahren schwerer Wohnmobile prüfen. | SPD | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Erweiterung des B-Führerscheins für Reisemobile auf bis zu 4,25 Tonnen, der europaweit Gültigkeit besitzt. Änderung der Regelung zur Klasse B über die Einführung von ausdrücklichen Ausnahmemöglichkeiten für Reisemobile im Rahmen einer Überarbeitung der EU-Führerscheinrichtlinie. Deutschland sollte sich im Prozess zur Novellierung auf EU-Ebene frühzeitig einbringen. | ADAC | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Ausnahmeregelungen für Busse bei Dieselfahrverboten sollen festgelegt werden; Bussen muss weiterhin Zugang zu Innenstädten gewährt bleiben. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Reform des Personenbeförderungsgesetzes zur Lösung der Konflikte bei Konzessionsverfahren zwischen verschiedenen Gebietskörperschaften. | ZD 3 | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Bei der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes sollen die Rahmenbedingungen für den ÖPNV, den Fernbus sowie On-Demand-Verkehre weiter verbessert werden. | DTV | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Bundesweiter kostenloser ÖPNV (Luxemburger Modell) | ZD 3 | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Die Rahmenbedingungen für den ÖPNV & SPNV sollen durch gesetzliche Normierung und zukunfts wirkende Finanzausstattung (z.B. Regionalisierungsmittel, GVFG-Bundesprogramm, Entflechtungsmittel) weiter verbessert werden. | DTV | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Durch eine Zweckbindung öffentlicher Mittel für die Infrastruktur von Verkehrswegen sowie die Beschleunigung von Planungs- und Genehmigungsverfahren | DTV | 4 |



| | | | |
|--|--|----------------------|---|
| | (Schiene, Straße, Wasserwege) soll der Investitionsstau aufgelöst werden. | | |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Genehmigungs- und Umsetzungsprozesse bei Mobilitätsprojekten sollen beschleunigt werden, um eine schnellere Anpassung der Mobilität auf Bedürfnisse von Gästen und Einheimischen zu ermöglichen. | ZD 3 | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Bei der Umsetzung des Bundesverkehrswegeplanes 2030 sowie weiteren verkehrspolitischen Planungsvorhaben sollen auch Anforderungen der touristischen Verkehre angemessen berücksichtigt werden. | CDU/CSU und SPD | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Die Mobilitätsgarantie bei An- und Abreise soll bundesweit gewährleistet werden. Diese stellt sicher, dass bei möglichen Verkehrsmittelausfällen das Weiterkommen gesichert ist. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Durch die Novelle des PBefG sollte den Kommunen ein rechtlicher Baukasten für die Genehmigung des ÖPNV und die Gelegenheitsverkehre sowie Fahrzeug-Verleihdiensten zur Verfügung gestellt werden, aus dessen Elementen sich bedarfsgerechte regionale Mobilitätslösungen rechtssicher genehmigen bzw. vergeben lassen. | Bündnis90/Die Grünen | 4 |
| Steuerrechtliche Rahmenbedingungen | Revision der Mehrwertsteuersystematik zugunsten von nachhaltiger Mobilität bei Fernreisen. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Aus Gründen des fehlenden Kontrollzwecks soll das EU-Fahrtenblatt abgeschafft werden. Die Streichung stellt eine Entbürokratisierung dar und wird damit eine erhebliche Erleichterung gerade für kleine und mittelständische Busunternehmen zur Folge haben. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Eine EU-weit einheitliche Umsetzung der Mehrwertsteuer-Systemrichtlinie ist zwingend notwendig, um dem derzeit undurchsichtigen, komplizierten und unverhältnismäßig aufwendigen System, das für kleine und mittelständische Reisebusunternehmen kaum zu bewältigen ist, ein Ende zu bereiten. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Es bedarf unbedingt einer Vereinfachung der Regelung mit EU-weit einheitlichen Bestimmungen für die (Bus)Touristik-Branchen, deren Mitarbeiter regelmäßig, jedoch häufig unplanbar und kurzfristig EU-weit tätig sind. Eine einmalige (bzw. für einen längeren Zeitraum) Ausstellung einer A1-Bescheinigung für alle EU-Mitgliedstaaten wäre bei diesem Berufsbild die einzige logische Schlussforderung. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Der bdo sieht dringenden Handlungsbedarf bei der Anpassung des Entsendebegriffs mit Klarstellung, dass Transitfahrten und typische Gelegenheitsverkehrsfahrten vom Geltungsbereich der vorliegenden Richtlinie ausgenommen sind. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Der administrative Aufwand soll für betroffene Unternehmen reduziert und vereinheitlicht werden. Die Dokumentationspflicht von Unterlagen sollte sich auf das Nötigste beschränken: Lohnunterlagen und Arbeitsvertrag. Diese sollten nicht in zahlreiche Landessprachen übersetzt werden müssen und nur bei der jeweiligen Ansprechperson im Entsendeland anzufordern sein. Die Benennung von Repräsentanten ist unnötig und verursacht unverhältnismäßige Kosten. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Fahrer sollten grundsätzlich keine Lohnunterlagen im Fahrzeug mitführen müssen. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Klein- und mittelständische Busunternehmen sollen von der Steuerlast, die durch die unsachgemäße Auslegung des § 8 Nr. 1 e GewStG durch die Finanzverwaltung verursacht wird, befreit werden. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Es sollen bessere rechtliche Rahmenbedingungen für Busfahrer geschaffen werden (mehr Flexibilität bei der Wochenruhezeit; Anwendbarkeit der 12-Tage-Regelung auch auf nationalen Gelegenheitsverkehr; eine flexiblere Handhabung der Pausenzeiten). | bdo | 4 |



| | | | |
|--|---|---------------------|---|
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Eine sektorspezifische Unterscheidung der EU-Richtlinie 96/71/EG mit eigenen Rechtsvorschriften, die an die Gegebenheiten der Busreisebranche angepasst ist (Entsenderichtlinie). | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Bei der Novellierung des Personenbeförderungsgesetzes sollen die Rahmenbedingungen für den Fernbusverkehr durch ein vereinfachtes und digitales Genehmigungsverfahren verbessert werden. | DTV | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Durch Bundesförderungen (z.B. in Form des GVFG – Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz) soll die Verknüpfung von Linienverkehren (ÖPNV und Fernbus) im Zentrum der Städte unterstützt werden. So entstehen attraktive Umsteigeverbindungen, die ökologische Verkehrsträger zusammenbringen. | DTV | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Bussen soll weiterhin Zugang zu Innenstädten gewährt bleiben. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Ausnahmeregelungen für Busse sollen bei Dieselfahrverboten festgelegt werden. | bdo | 4 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Verhinderung der Verbannung von Busbahnhöfen aus deutschen Innenstädten. | bdo | 4 |
| Steuerrechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Die Mehrwertsteuer auf Fernbusickets soll analog zur Steuersenkung beim Fernverkehr auf der Schiene reduziert werden. | DTV | 4 |
| Steuerrechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Dem Reisebus soll die gleiche steuerliche Behandlung zuteil werden wie der Schiene, da er im Fernverkehr pro Personenkilometer weniger Treibhausgase ausstößt als die Bahn und auch weniger Umweltkosten verursacht. | DTV | 4 |
| Steuerrechtliche Rahmenbedingungen (Bustouristik) | Steuerliche Gleichbehandlung bei Nutzung von Reisebussen. Eine Revision der Mehrwertsteuersystematik zugunsten von nachhaltiger Mobilität bei Fernreisen wird benötigt. | bdo | 4 |
| Bustouristische Infrastruktur | Die bustouristische Infrastruktur an Autobahnraststätten soll ausgebaut werden. | DTV | 4 |
| Bustouristische Infrastruktur | Besonders für Reisebusse sollten an den touristisch relevanten Orten geeignete Ein- und Ausstiegsmöglichkeiten und nahegelegene Busparkplätze mit Grundver-/entsorgung bereit gehalten werden. | Deutscher Städtetag | 4 |
| Bus-Maut | Verhinderung der Bus-Maut auf deutschen Straßen. Bus nicht gegenüber dem motorisierten Individualverkehr benachteiligen und Einkommensschwächere für die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel bestrafen. | bdo | 4 |
| Bus-Maut | Prüfung der Einführung einer Fernbus-Maut. | SPD | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Reisemobiltourismus soll im Zuge der Coronakrise als Urlaubsform maximaler Autarkie verstanden und im Zuge der Rückkehr zur Normalität erlaubt werden. | Privat | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Der wachsenden Nachfrage nach Park- und Stellplätzen für Wohnmobile sollte durch die Einrichtung bzw. Erweiterung entsprechender kostenpflichtiger Einrichtungen begegnet werden. | Deutscher Städtetag | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Die Führerscheinklasse B sollte den tatsächlichen Bedürfnissen angepasst und bis 4.250 kg zul. Gesamtmasse angehoben werden. | DTV, Privat | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Infrastruktur sollte mit erlebnisnahen Reisemobil-Stellplätzen (nicht Campingplätze) ausgebaut werden, so dass die Touristen die Angebote von Handel und Gastronomie wahrnehmen können. | Privat | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Die unterschiedlichen Regelungen zu Überholverböten von Reisemobilen auf deutschen Autobahnen und Kraftfahrstraßen sollten durch eine bundeseinheitliche Lösung ersetzt werden. Im Hinblick auf die gute Verkehrssicherheit und starke spezifische | DTV | 4 |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | Motorleistung von Reisemobilen, die selbst bei Steigungen ein problemloses Überholen ermöglicht, sollte eine Freistellung von schweren Reisemobilen über 3,5 bis 7,5 Tonnen von der Gültigkeit des Verkehrszeichens 277 erfolgen. Hierzu sollte die notwendige Fortentwicklung der 12. Ausnahmeverordnung der Straßenverkehrs-Ordnung angestrebt werden. | | |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Ausnahmeregelung soll für Reisemobile bezüglich der Dieselfahrverbote geschaffen werden. | ADAC | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Reisemobile sollen vom LKW-Überholverbot ausgenommen werden (analog zu Bussen). | ADAC | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Bereitstellung bedarfsgerechter ausreichender Stellplätze für Reise- und Wohnmobile. Pragmatische Anforderungen an deren Ausgestaltung und Betrieb. | ADAC | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Stärkere Förderung des Neu- und Ausbaus von Reisemobilstellplätzen. | CIVD | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Verbesserung der administrativen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bei der Planung und Errichtung von Reisemobilstellplätzen. Abbau von bürokratischen Hürden bei den Genehmigungszeiten von Reisemobilstellplätzen, Zeiträume von fünf bis acht (manchmal noch länger) Jahren sind nicht akzeptabel. | CIVD | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | Reisemobilstellplätze sollten deutlich weniger Planungs- und Genehmigungsaufwand als Campingplätze aufweisen. | CIVD | 4 |
| Verbesserte Bedingungen für Reise-/Wohnmobiltourismus | "Atmende Stellplätze": Um in besonders gefragten Gegenden (Hot Spots) auf Auslastungsspitzen reagieren zu können, sollten vorhandene, nicht genutzte Flächen zu Behelfsstellplätzen ausgebaut werden können (z. B. Marinas, Volksfestplätze, Sportflughäfen). | CIVD | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Buchungs- und Informationsprozesse sollten verbessert werden. | ZD 3 | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Verbundübergreifende Vertriebs- und Preispolitik der Verkehrsträger soll sichergestellt werden. | ZD 3 | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Regionale Entwicklungskonzepte sollen erstellt werden. | SPD | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Städtische und Hinterland-Anbindung von Häfen sollen (Kreuzfahrtterminals) ausgebaut werden. | SPD | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Einführung einer bundesweiten Mobilitätsprobleme-App mit dem Ziel einer verbesserten Verzahnung des ÖPNV mit alternativen Sharing-Angeboten und zur verbesserten Information über Verbindungen, Verspätungen und alternativer Routen. | SPD | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Ein funktionierendes öffentliches Verkehrsangebot mit einem angemessenen Fernverkehrsanschluss soll geschaffen werden. | Ministerium für Wirtschaft, Arbeit Energie und Verkehr Saarland | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Der spezifische Mobilitätsbedarf Deutschlands soll aus touristischer Sicht analysiert werden. | ADAC | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Der boomende Wohnmobiltourismus soll bei Infrastrukturausbau und straßenverkehrsrechtlichen Aspekten berücksichtigt und pragmatische und bedarfsgerechte Lösungen erarbeitet werden. | ADAC | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Ermöglichung Gelegenheitsverkehren mit mehr Flexibilität bzw. die Einführung neuer Mobilitätskonzepte im Rahmen des PBefG („Flächenverkehre“). | ADAC | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Anwendungen/Plattformen zur digital gestützten Erstellung lückenloser Reiseketten und Echtzeit-Infos zu Verkehrsinformationen und -mitteln sollen gefördert werden. | ADAC | 4 |



| | | | |
|---|--|--------------|---|
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Zentrale Mobilitätsdrehscheiben, die den Umstieg zwischen emissionsarmen Verkehrsträgern wie Reisebus, Fernbus, Bahn, ÖPNV und Carsharing vereinfachen, sollen geschaffen werden. | bdo | 4 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Multimodale Verkehrskonzepte sollen unter Berücksichtigung von ÖPNV, Radverkehr, Carsharing ausgebaut werden. | DSTGB | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Bundesweite Cloudlösung („Daten-Navi“), welche sämtliche tourismusrelevante Mobilitätsdaten bündelt. | ZD 3 | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Weiterentwicklung der touristischen Mobilitätsdatenlage via Open-Data-Standards sowie die Einrichtung geeigneter Schnittstellen. | ZD 3 | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Der Austausch von Daten zwischen verschiedenen Verkehrsträgern und Anbietern soll vorangetrieben werden (Pooling der Daten öffentlicher Verkehrsanbieter). Es sollen Anreize für private Mobilitätsanbieter zur Bereitstellung ihrer Daten geschaffen werden. | ZD 3 | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Teilnahme am Projekt GAIA-X zur Entwicklung einer sicheren und vernetzten Dateninfrastruktur im Bereich Mobilität. | ZD 3 | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Mobilitätsdaten sollen deutschlandweit zur Verbesserung des Mobilitätsangebots in Destinationen standardisiert erhoben werden. | ZD 3 | 4 |
| Qualität der Mobilitätsdaten verbessern | Die Qualität der Mobilitätsdatenlage soll verbessert werden. | ZD 6 | 4 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die Nutzung klimafreundlicher Verkehrsmittel für Reisen über größere Distanz soll gefördert werden. | CDU/CSU | 4 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Förderung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote in Urlaubsregionen; v.a. in der Umgebung von Ballungszentren sollen öffentliche Verkehrsmittel Wanderangebote für bislang nicht wanderaffine Bevölkerungsgruppen schaffen. U.a. Förderung von Fußwegen, Radverkehr und naturnahen Wegen; Beispiel Schweiz und Frankreich: bundes- und länderweite finanzielle Unterstützung der Wanderwegeinfrastruktur. | CDU/CSU; DWV | 4 |
| Modernisierung der Ausbildung im digitalen Umfeld | Die touristischen Ausbildungsberufe sollen hinsichtlich Anforderungen der Digitalisierung modernisiert werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Bündelung der Aktivitäten der Tourismuswirtschaft, der Bundesregierung und der Bundesagentur für Arbeit zur Fachkräfte- und Arbeitskräftesicherung in einem Masterplan. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Weiterentwicklung der Berufsbilder im Tourismus. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Einigung der Bundesländer auf einen Maßnahmenplan für mehr Forschung und Lehre im Tourismus. Der Bund soll den Anteil der gesamtdeutschen staatlichen Forschungsaufwendungen für den Tourismus von 0,022 Prozent auf mindestens 2,5 Prozent steigern. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Die Bundesregierung soll analog zur Förderung von Radverkehrs-Professuren ein Förderprogramm zur Förderung von Tourismus-Professuren auflegen. Sie sollen bis zu fünf Jahre lang mit einem jährlichen Höchstbetrag bis zu 400.000 Euro je Professur gefördert werden. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Die Länder sollen ihre Maßnahmen zur sozialen Wohnraumförderung für Fach- und Arbeitskräfte in Regionen mit besonders angespanntem Wohnungsmarkt harmonisieren. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Der steuerliche Bewertungsabschlag für Mitarbeiterwohnungen soll beibehalten werden. | DTV | 5 |



| | | | |
|---|---|-----------------------------------|---|
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Bei der Unternehmensnachfolge soll eine befristete Fortgeltung bestehender Konzessionen bei Betriebsübergängen eingeführt werden. | DTV | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Universitäre Forschung soll stärker gefördert werden. | ZD 6 | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Heraufsetzung und Dynamisierung der Verdienstgrenze für Minijobber. | DEHOGA | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Es soll geprüft werden, ob bei der Bewertung von Mietvorteilen aus der Überlassung von Wohnraum durch den Arbeitgeber an seine Arbeitnehmer neue Regelungen zum Bewertungsabschlag eingeführt werden können. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Bei der Umsetzung des Aufenthaltsgesetzes in Bezug auf die Ausbildungsduldung (sogenannte 3+2-Regelung) soll auf eine konsequente Anwendung durch die Bundesländer hingewirkt werden. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Optimierung der rechtlichen Rahmenbedingungen (generelle Ziele) | Es sollen geeignete Maßnahmen ergriffen werden, um die Tarifbindung im Tourismus und insbesondere im Gastgewerbe zu stärken. | DTV | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | In Abstimmung mit den Tarifpartnern soll eine Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle erfolgen. Ziel muss es sein, dass touristische Berufe attraktiver werden und gleichzeitig dem Fachkräftemangel in den touristischen Berufen begegnet wird. | DTV | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | Flexibilisierung von Arbeitszeiten und -gesetzen. | DSTGB, DEHOGA, CDU/CSU, FDP; ZD 1 | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | Flexibilisierung von Arbeitszeiten und -gesetzen.: Z. B. Höchstarbeitszeit von 12 Stunden pro Woche soll bei besonderen Anforderungen an zwei Tagen pro Woche ermöglicht werden, was durch entsprechende freie Zeit wieder ausgeglichen werden muss. | CDU/CSU | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | Lockerung der Dokumentationspflichten der Arbeitszeiten sowie Erhöhung der Verdienstgrenzen im Mindestlohngesetz. | FDP | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | Der Mindestlohn soll auf 12 Euro pro Stunde erhöht werden. | LINKE | 5 |
| Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle | Leiharbeit soll strikt begrenzt werden. | LINKE | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Die Chancen des Tourismus in den Regionen sollen durch Stärkung der beruflichen Bildung im ländlichen Raum, insbesondere auch für das Gastgewerbe, u.a. durch Mobilitätshilfen und betriebsnahe Unterkunftsmöglichkeiten, genutzt werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es soll ein Bildungs- und Kompetenzzentrum mit Schwerpunkt Marketingkommunikation und Distribution aufgebaut werden (Vermittlung von Expertenwissen und Know-How, bundesweit; Ausbildung erforderlicher Kompetenzen und Unterstützung relevanter Zukunftsforschung). | ZD 1 | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es sollten Mindestanforderungen an die Qualifizierung von Reisevermittlern eingeführt werden. Ein Mindestmaß an Kenntnissen im Reiserecht, insb. in Bezug auf die Unterschiede zw. den drei Reisekategorien der PRRL sowie die ordnungsgemäße Verwendung der Formblätter sollten zum Standard-Wissen eines Reisevermittlers gehören. Darüber hinaus muss die Technik, die im RB eingesetzt wird, vom Vermittler beherrscht werden. Außerdem sollte eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung Pflicht werden. Ein Kunde, der im RB bucht, muss sicher sein, dass er bei einem Fachmann bucht. | VUSR | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es soll eine breite Vermittlung von Berufsbildern bei der Berufsorientierung in den Schulen und Universitäten stattfinden. | SPD | 5 |



| | | | |
|--|---|--------------------------------|---|
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Die Kooperationen von Betrieben, Schulen und Kommunen für eine qualifizierte Ausbildung im Gastgewerbe und anderen tourismusrelevanten Betrieben, gerade auch für KMU, u.a. in Form überbetrieblicher Ausbildung, sollen gestärkt werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Qualität und Attraktivität der Ausbildung in den Betrieben sollen verbessert werden durch höhere Ausbildungsvergütung, Tarifverträge, Allgemeinverbindlichkeit und betriebliche Mitbestimmung. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es soll auf eine verstärkte Forschung und Lehre auf dem Gebiet des Tourismus hingewirkt werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Fortentwicklung moderner Berufsbilder insbesondere im Gastgewerbe durch die Sozialpartner. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Eine bundeseinheitliche Auszeichnung für gute Ausbildung mit hohem Qualitätsstandard soll eingeführt werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Der Entzug der Ausbildereignung bei wiederholten gravierenden Verstößen in der Ausbildung soll konsequenter angewandt werden. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Aufnahme von Barrierefreiheit in Lehrpläne bei tourismusrelevanten Studiengängen (insb. Architektur und Bauwesen) und Vermittlung bei Berufsbildern. | SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Hochschulstudiengänge mit Tourismusschwerpunkt (insb. Duale Studiengänge) sollen gefördert werden. | DRV | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Eine qualitativ hochwertige Ausbildung und attraktive Arbeitsbedingungen sollen sichergestellt werden (adäquates Verhältnis der Anzahl von Auszubildenden zur Anzahl der regulär Beschäftigten; Ausbildung der Ausbilder; überbetriebliche Azubi-Netzwerke; Mobilitätshilfe; Möglichkeit anbieten, Ausbildungsteile im Ausland zu absolvieren; Anbieten von ausreichender Anzahl an Praktikumsplätzen; einheitliche Qualitätssicherung der Ausbildung durch IHKs; bundeseinheitliches Gütesiegel für Qualität). | AG zum Fachkräftemangel im H&G | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Kooperationen zwischen dem Lernort, Betrieb und Berufsschule sollen intensiviert werden. | AG zum Fachkräftemangel im H&G | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Duale Ausbildung soll gestärkt werden. | DEHOGA | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Digitale Bildungspolitik im Tourismus soll gefördert werden, um dem Fach- und Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken. Digitale Inhalte und Kompetenzen sollten eine stärkere Rolle in den Ausbildungsordnungen der Tourismuswirtschaft spielen – von Beherbergungsbetrieben bis zur Gastronomie. Dies macht den Berufseinstieg im Tourismus attraktiver, erhöht die Aufstiegschancen und den Kompetenzausbau und bereitet die Fachkräfte auf zunehmend dynamische und digitale Anforderungen vor. | Bitkom | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Ausbildung von Mitarbeitern an modernen Systemen soll gefördert werden. In den Bildungseinrichtungen ist dies dringend notwendig, um Digitalisierung als elementaren Aspekt in die Ausbildung zu integrieren. | Bitkom | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Lehrpläne sollen mit digitalen Inhalten angereichert werden. Neben diesem langfristigen Ziel einer digitalen Ausbildungsstrategie im touristischen Bildungssystem sollte auf dem Weg dahin besonders das Lehrpersonal aller Ausbildungsstufen entsprechend technisch und didaktisch geschult werden. | Bitkom | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Stärkung der digitalen Ausbildung insbesondere in touristischen Berufsfeldern. | Airbnb | 5 |



| | | | |
|--|---|---|---|
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Qualitätsoffensive für Berufsausbildung soll mit Branchenverbänden entwickelt werden. | FDP | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Schulwandern und Unterricht im Freien im Bildungswesen sollen etabliert und ausgebaut werden. | DWV | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Modernisierung und Weiterentwicklung von touristischen Berufsbildern sollen unterstützt und Digitalisierung und aktuelle Erfordernisse in Ausbildungsordnungen integriert werden. | CDU/CSU und SPD; AG zum Fachkräftemangel im H&G; ZD 1 | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es soll sich zusammen mit den Bundesländern für eine Stärkung von Forschung und Lehre im Tourismus eingesetzt und Grundlagenforschung zu ausgewählten touristischen Segmenten sichergestellt werden. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Die qualifizierte Ausbildung von Fachkräften soll vorangetrieben werden. | ZD1 | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Die Nationale Weiterbildungsstrategie soll umgesetzt werden, um die Chancen zu nutzen, die Weiterbildungsbeteiligung in der Tourismuswirtschaft zu intensivieren und den Herausforderungen von Digitalisierung und Automatisierung gerecht zu werden sowie dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Zur Vermeidung von Ausbildungsabbrüchen vor allem in der Gastronomie und Hotellerie soll ein bundesweites Modellprogramm für Auszubildende in touristischen Ausbildungsberufen aufgelegt werden. Besondere Berücksichtigung sollen dabei auch Menschen mit Migrationshintergrund oder Fluchterfahrung finden. | DTV | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Einstiegschürden sollen mit Hilfe von finanziellen Förderungen, Sonderprogrammen aber auch einer adäquaten Qualität der Betriebe optimiert werden. | ZD 6 | 5 |
| Optimierung der touristischen Bildung und Berufsausbildung | Es sollte ein Fokus auf die Steigerung der Attraktivität von Berufsausbildungen gelegt werden, beispielsweise mit Blick auf Familienfreundlichkeit, Weiterbildungsperspektiven und eine Mindestausbildungvergütung, die allen Auszubildenden ein eigenständiges Leben ermöglichen soll. | Bündnis90/Die Grünen | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Tarifbindung soll v. a. im Gastgewerbe gestärkt werden. | SPD | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Weiterbildungsaktivitäten sollen erweitert werden (Weiterbildungsberatungen, Weiterbildungsangebote; besonders digitale Weiterbildungsplattformen nutzen (z.B. von Kammern oder Ländern); Länder sollen Weiterbildungsaktivitäten von KMU nach Möglichkeit fördern). | AG zum Fachkräftemangel im H&G; BVMW | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | „Employer Branding“ für attraktive Arbeitgeber. | SPD | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | „Springerpool“-Modelle von Betrieben für wechselnden Fachkräfte-Einsatz je nach Bedarf. | SPD | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie betriebliches Gesundheitsmanagement sollen in der Tourismusbranche ausgebaut werden. | SPD | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe durch den Tourismus durch Einrichtung dezentraler Ausbildungsstätten für Tourismusfachkräfte. | ZD 4 | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Im Rahmen der Nationalen Weiterbildungsstrategie und des Qualifizierungschancengesetzes soll sowohl die Weiterbildungsbeteiligung in der Tourismuswirtschaft gesteigert als auch der drohende Personalabbau im Zuge des digitalen Strukturwandels vermieden werden. | DTV | 5 |



| | | | |
|--|---|---|---|
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Eine bundesweite Wissensplattform für Lehrmaterialien soll unterstützt werden. | DTV | 5 |
| Ausbau von Beschäftigungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten | Der Bund sollte das Projekt „NETZWERK Q 4.0 – Netzwerk zur Qualifizierung des Berufsbildungspersonals im digitalen Wandel“ für innovative Qualifizierungsmaßnahmen von Ausbildern, Lehrkräften in Berufsschulen sowie Prüfern speziell für das Tourismusgewerbe verstetigen. | DTV | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Mit einem Leitfaden "Leben mit dem Fachkräftemangel" sollen Best Practice zur Optimierung von Betriebsabläufen vorgestellt werden, die zur Senkung des Personalaufwandes geführt haben. | DTV | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die rechtlichen Rahmenbedingungen zum Einstellen ausländischer Arbeitskräfte sollen vereinfacht werden, beispielsweise durch eine Ergänzung der Liste der sog. "Mangelberufe" bei der Bundesagentur für Arbeit. | DTV, DSTGB, DEHOGA | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Begegnung des Fachkräftemangels als generelles Ziel auch in der Tourismuspolitik. | DSTGB, BTW DEHOGA, DTV, CDU/CSU, SPD | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Rekrutierung von Fachkräften und Qualifizierung von Quereinsteigern und Älteren sollen unterstützt werden. | CDU/CSU | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Gewinnung junger Fachkräfte soll durch öffentliche Förderprogramme und Entlastung bei Unterkunft und Verpflegung unterstützt werden. | CDU/CSU | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Qualifizierung von Langzeitarbeitslosen, lebensälteren Arbeitskräften und qualifizierten Flüchtlingen. | DSTGB | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Weiterbildungsberatungen und digitale Bildungsplattformen der IHKs sollen verstärkt werden. | SPD | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Nationale Weiterbildungsstrategie soll umgesetzt werden. | SPD | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Berücksichtigung des Beschlusses sowie des 10-Punkte-Plans aus der Wirtschaftsministerkonferenz und die Ergebnisse der Fachtagung im Oktober 2018 als Grundlage. | Ministerium für Wirtschaft, Arbeit Energie und Verkehr Saarland | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Es sollen Konzepte, Strategien und Maßnahmen zur Förderung von neuem Fachpersonal entwickelt werden. | bdo | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Touristische Netzwerke sollen ins Leben gerufen werden, die dem Austausch dienen und zur Streuung von Erfahrungen und Best Practice Beispielen führen - Vernetzung im Tourismus soll unterstützt werden. | bdo | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Mittels Informationshubs lässt sich Wissen vermitteln. Know-how zu „Mitarbeiter finden und binden“. | bdo | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Stärkere Ansprache von Zielgruppen wie ältere Fachkräfte, ausländische Fachkräfte, Geflüchtete. | BTW | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Attraktivität des Berufsfeldes sollte hinsichtlich Gestaltung der Arbeitszeiten, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gesundheitsmanagement, Weiterbildungsmöglichkeiten gesteigert werden. Die Tourismusstrategie sollte die Unternehmen mit flankierenden Maßnahmen unterstützen. | BTW | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Es sollte eine faire Bezahlung für Beschäftigte im Tourismus geben, um Qualitätstourismus und Daseinsvorsorge vor Ort zu erhalten. | Kuratorium Sport & Natur | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Ausbildungsprämie sollte auf Betriebe außerhalb der KMU-Grenzen erweitert werden. | DEHOGA | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Kommunikations- und Marketingkampagnen sollten gemeinsam durchgeführt werden, u.a. zu Fach- und Arbeitskräfteinitiativen, Erfahrungsaustausch und gegenseitige Hilfeleistungen. | ZD 6 | 5 |
| Begegnung des Fachkräftemangels | Die Bundesregierung sollte die Attraktivität ländlicher Regionen durch eine verlässliche Daseinsvorsorge sowie Mitsprache- und Teilhabemöglichkeiten steigern, um somit Fachkräfte anzuziehen und zu halten. | Bündnis90/Die Grünen | 5 |



| | | | |
|---|---|---|---|
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Verfahren zur Anerkennung ausländischer Qualifikationen, schnellerer Visa-Verfahren und eine leistungsfähigere Vermittlungstätigkeit der Bundesagentur für Arbeit. | DTV | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Die Ausbildungsduldung auf Grundlage des Aufenthaltsgesetzes (Drei-plus-zwei-Regelung) muss bundeseinheitlich Anwendung finden und für die Ausbildungsbetriebe bürokratiekostenarm geregelt sein. | DTV | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Sowohl im Berufsorientierungsprogramm als auch im Programm „Berufsorientierung für Flüchtlinge (BOF)“ werden die touristischen Berufsausbildungen verstärkt berücksichtigt. | DTV | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Bei der Umsetzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes sind die Chancen zur Nutzung für Tourismusbetriebe/ Gastgewerbe zu berücksichtigen, u.a. durch Anerkennung ausländischer Qualifikationen und ausgeweitetes Bleiberecht. | CDU/CSU und SPD, DTV, DEHOGA, FDP; AG zum Fachkräftemangel im H&G; Wasserverbände, ZD 6 | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Der Fachkräftemangel sollte durch Einstellen ausländischer Arbeitskräfte bekämpft werden. Hierzu sind rechtliche Rahmenbedingungen zu optimieren, die Einstellung von ausländischen Arbeitskräften zu vereinfachen, die Zuerkennung der fachlichen Eignung durch Behörden zu vereinfachen sowie Überbrückungsprogramme für Saisonarbeitskräfte zu schaffen. | Wasserverbände | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Flexibles Arbeiten sollte durch digitale Lösungen ermöglicht werden, z. B. durch flexibles Arbeiten, digitale Dienstplanung, Homeoffice-Optionen, transparente Förderung der Vielfalt und Karrieremöglichkeiten in der Belegschaft oder digital erfasste Trainingskontingente. | Bitkom | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Es sind Perspektiven zu schaffen, die dem Arbeits- und Fachkräftemangel mit automatisierten Standardprozessen entgegenwirken. Zur Nutzung solcher und weiterer innovativer, technischer Potenziale sollte der Austausch mit Digitalunternehmen gefördert werden. | Bitkom | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Die Erteilung von Visa und Aufenthaltserlaubnisse für Fachkräfte aus Drittstaaten sollte verbessert werden. | DEHOGA | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Es sollte eine Förderung von Job-Lotsen eingeführt werden, die vor Ort Betrieben bei der Suche und Integration von Langzeitarbeitslosen und Geflüchteten helfen. | SPD, bdo | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Sprachförderung im Ausland durch Ausbau der Angebote an den Goethe-Instituten vorantreiben und Hilfe zum Aufbau des deutschen dualen Systems im Ausland anbieten. | SPD | 5 |
| Rekrutierung ausländischer Fachkräfte | Es ist intensiver über Beschäftigungschancen in Deutschland zu informieren (v. a. über Außenhandelskammern). | SPD | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Imagekampagnen der Tourismusbranche sollten unterstützt werden. | SPD | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Das Image der Tourismusbranche als Arbeitgeber sollte verbessert und gestärkt werden. Dies betrifft u.a. die Kooperation und Kommunikation zwischen Touristikern, jungen Menschen und Kunden. Die Erfolgsgeschichten sollten auf entsprechenden Plattformen kommuniziert und ein enger Kontakt zu Schulen gepflegt werden. | BVMW, bdo, ZD 6 | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Auf berufliche Perspektiven sollten durch Kommunikationsoffensiven und Broschüren hingewiesen werden. | DRV | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Mittels Informationshubs Wissen vermitteln. Know-how zu „Mitarbeiter finden und binden“. | bdo | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Es sollten Job-Lotsen vor Ort eingeführt werden, um Unternehmen bei der Suche und Integration von (Langzeit-) Arbeitslosen, Quereinsteigern und Flüchtlingen zu helfen. | bdo | 5 |



| | | | |
|---|---|----------------------|---|
| Image der touristischen Berufe verbessern | Touristische Netzwerke sollten ins Leben gerufen werden, die dem Austausch dienen und zur Streuung von Erfahrungen und Best Practice Beispielen führen sowie die Vernetzung im Tourismus unterstützen. | bdo | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Die Berufe des Tourismus, insbesondere des Gastgewerbes, sollten im Rahmen des Berufsorientierungsprogramms und des Programms „Berufsorientierung für Flüchtlinge (BOF)“ des Bundes intensiver thematisiert werden. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Im Rahmen eines Sonderprogramms „Tourismus: Schule - Wirtschaft“ sollte eine digitale Plattform für die bundesweite Vermittlung von Praktika und Praxiskontakten errichtet und Angebote zur Berufsorientierung in Schulen und Universitäten transparent gemacht werden. | DTV | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Der Bund sollte gemeinsam mit der Branche eine Kampagne für die Ausbildung in touristischen Berufen starten. | DTV | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Es sollte sich in Zusammenarbeit mit den Bundesländern für eine intensivere Vermittlung von Berufsbildern der Tourismuswirtschaft im Rahmen der Berufsorientierung in Schulen und Universitäten eingesetzt werden, auch hinsichtlich der Vermittlung von Praktika und Praxiskontakten. | CDU/CSU und SPD | 5 |
| Image der touristischen Berufe verbessern | Die Bundesregierung sollte auf die Sozialpartner einwirken, damit prekäre Beschäftigung in der Hotel- und Gaststättenbranche abgebaut und durch tarifliche Bezahlung abgelöst wird. | Bündnis90/Die Grünen | 5 |
| Aus- und Weiterbildung Mobilität | Die Aus- und Weiterbildung ist auszubauen, insbesondere im Bereich E-Commerce, Kombination aus touristischer und technologischer Ausbildung mit hoher digitaler Kompetenz. | ZD 3 | 5 |
| Rechtliche Forderungen | Es sind verlässliche Rahmenbedingungen für die Übernachtung an Bord sowie ihre offenbar inhomogene lokale Auslegung zu schaffen. Eine parlamentarische Klarstellung ist herbeizuführen, dass die Übernachtung an Bord als Urlaubsform willkommen ist und als Teil der Freizeitschiffahrt keinen gesonderten behördlichen Genehmigungserfordernissen unterworfen wird. | DOSB | 6 |
| Rechtliche Forderungen | Die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Wassersportwirtschaft sind zu verbessern. Dies betrifft u.a. konkrete Vereinfachungen für Wassertourismus und -sport prüfen und umsetzen, Verankerung des Begriffs schwimmende Häuser und Eintragung in Grundbuch, Genehmigungspraxis für wassersportliche Veranstaltungen vereinfachen. | Wasserverbände | 6 |
| Rechtliche Forderungen | Die Bundesregierung sollte auf die Förderung und Anerkennung von Teilqualifikationen hinwirken, damit Kompetenzen auch ohne formalen Berufsabschluss nachvollzogen werden können und keine Leistung ohne Anerkennung bleibt. | Bündnis90/Die Grünen | 6 |
| Rechtliche Forderungen | Die Bundesregierung soll ein modernes, transparentes und faires Einwanderungsrecht mit Punktesystem einführen, das den Zuzug von Fachkräften vereinfacht und beschleunigt und ein Aufenthaltsrecht für Geflüchtete in Arbeit ohne Stichtag enthält, um die Talente und Potenziale von bereits in Deutschland lebenden Geflüchteten zu fördern. | Bündnis90/Die Grünen | 6 |
| Rechtliche Forderungen | Stärkung der Gebietskörperschaften, um die Wertschöpfung im Wandertourismus zu steigern und so die Lebensqualität vor Ort erhöhen zu können. | DWV | 6 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismuswirtschaft | Schaffung einer Koordinierungsstelle für eine zentrale Koordination des Wissensmanagement für das Wandern in Deutschland. Hierzu braucht es gesicherte Finanzstrukturen und gesetzliche Rahmenbedingungen. | DWV | 6 |



| | | | |
|--|--|---|---|
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Wirtschaftseffekte und Potenziale des Wassertourismus bei Investitionsentscheidungen einbeziehen und Sicherung der Unterhaltung überwiegend freizeitleich genutzter Wasserstraßen. Hierfür ist eine Identifikation der "überwiegend" freizeitleich genutzter Wasserstraßen notwendig. | DTV, SPD, CDU/CSU, DOSB; Wasserverbände | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Es sollen mindestens 500 Mio. Euro Etat zur Sicherung der Nebenwasserstraßen beginnend ab 2019 bereitgestellt werden. | SPD | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Das im Eigentum des Bundes liegende Wasserstraßennetz soll erhalten werden. | SPD | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Das Wassertourismuskonzept sollte evaluiert und überarbeitet werden. | CDU/CDU | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Die Funktionsfähigkeit von Schleusen und nutzgerechten Betriebszeiten soll sichergestellt werden. Hierfür sind nutzgerechte Betriebszeiten zu konkretisieren. | DTV, SPD, CDU/CSU, DOSB | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Anlegestellen und Infrastruktur am Land sollen erhalten und ausgebaut werden. | DOSB, SPD | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Es sollte eine gezielte Förderung ländlicher Regionen zum Ausbau ihrer Wassersportinfrastruktur erfolgen. | DOSB | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Bündelung der Verwaltung für Nebenwasserstraßen innerhalb der Wasserstraßen- und Schifffahrtsverwaltung des Bundes (WSV), Personelle Aufstockung des WSA. | SPD, DOSB | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Bundesweite Kooperationsplattform für die Entwicklung von Wassersport und Wassertourismus schaffen. | DOSB | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Binnenwasserstraßen sollen auch der Sport- und Freizeitschifffahrt dienen. Berücksichtigung des Ziels bei anstehender Novelle des Bundeswasserstraßengesetzes. | CDU/CSU und SPD | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Beim Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ und der damit angestrebten Renaturierung von Bundeswasserstraßen weiterhin eine touristische und wassersportliche Nutzung ermöglichen. | CDU/CSU und SPD, bdo, ADAC | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Es sollte auf die Entwicklung eines wassertouristischen Informationssystem hingewirkt werden. | CDU/CSU und SPD | 6 |
| Wasser: Erhalt und Ausbau von Wasserwegen für touristische Nutzung | Das Wassertourismuskonzept des BMVI soll überarbeitet und die Funktionsfähigkeit von Schleusen mit nutzgerechten Betriebszeiten für eine möglichst durchgängige Befahrbarkeit des Wasserstraßennetzes verbessert werden. Schleusenbetriebszeiten sollen entsprechend den wassertouristischen Anforderungen bemessen sowie der Einsatz privaten Schleusenpersonals ermöglicht werden. | CDU/CSU und SPD; Wasserverbände | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Das Nationale Radtourismusangebot wird ausgebaut. Das Radnetz Deutschland in der Verantwortung des Bundes wird mit einheitlicher Wegweisung, einheitlichen Qualitätskriterien und zentraler Vermarktung gestärkt. Nach bundeseinheitlichen Kriterien qualitativ ausbauen, bundeseinheitlich koordinieren und eine Grundlagenuntersuchung, Monitoring und Trendforschung fördern. | DTV; CDU/CSU und SPD | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Radwege des Bundes sowie Radfernwege und Radschnellwege sollen ausgebaut werden. | SPD | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Eine Neuauflage der Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus soll vorgenommen werden. | SPD | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Der Bund wird finanzielle Anreize für Innovationen im Radtourismus schaffen. Bestehende Förderinstrumente werden an die fahrradtouristischen Bedürfnisse angepasst. | DTV | 6 |



| | | | |
|------------------------------------|--|---------------------|---|
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Die finanziellen Mittel für den Radverkehr sollten aufgestockt sowie gesetzliche Grundlagen für investive Maßnahmen unabhängig vom Verlauf der Bundesstraßen geschaffen werden. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Eine bedarfsgerechte Ladeinfrastruktur für E-Bikes soll gewährleistet werden. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Das nationale Radtourismusangebot (Radwegenetz, Informationsleitsystem und Radmitnahme) sollte ausgebaut werden. | SPD | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Der Ausbau des Radnetz Deutschland mit einer komfortablen Infrastruktur unter Festschreibung von übergreifenden Qualitätsstandards (u.a. einheitliche Beschilderung) sollte in der Verantwortung des Bundes liegen. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Umweltgerechte Mobilitätsketten von Fahrrad und öffentlichem Verkehr sollten gefördert und realisiert werden. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Es sollte eine kontinuierliche Datenbasis durch Grundlagenforschung, Monitoring und Trendforschung sichergestellt werden, z.B. durch Neuauflage der Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus durch das BMWi. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Alltagsradverkehr und touristischer Radverkehr bedingen und beeinflussen sich gegenseitig. Akteure, Prozesse und Projekte beider Radverkehrsarten gilt es zu verzahnen. Untersuchungen zu den Synergieeffekten beider Verkehre müssen initiiert und gefördert werden. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Nutzungskonflikte (u.a. von Waldgebieten) sollten vermieden sowie der Einsatz und Empfehlungen für ein zeitgemäßes Miteinander auf der Basis von gegenseitiger Anerkennung, Toleranz und Rücksichtnahme forciert werden. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Ein Sofortprogramm für Ausbau & Qualifizierung der radtouristischen Infrastruktur sollte eingeführt werden. | ADFC | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Die schnelle Realisierung flächendeckender, lückenloser Radverkehrsnetze und radtouristischer Infrastruktur soll durch die Verstärkung finanzieller Mittel wie das Sonderprogramm „Stadt und Land“, die „Erweiterung Radnetz Deutschland“ auch über 2023 hinaus gefördert und die notwendigen Rahmenbedingungen (Abschluss Verwaltungsvereinbarungen) geschaffen werden. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Das Bike+Ride-Programm des Bundes zur Schaffung zusätzlicher Fahrradabstellanlagen an Bahnhöfen soll ausgebaut und über 2022 hinaus fortgeführt werden, da aktuell ein Bedarf an über eine Million weiterer Abstellanlagen in Deutschland besteht. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Die E-Ladestruktur im Fahrradtourismus soll gefördert werden. Ein bundesweit digital abrufbares Kataster der Ladesäulen sollte durch eine Anzeigepflicht beim Bau einer Ladesäule geschaffen und in eine Datenbank mit Ladesäulen eingespeist werden. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Radwege in Städten sollten stets die Möglichkeit bieten, Abzweige zur Innenstadt und zu touristischen Einrichtungen aufzuzeigen. Das Vorhalten von Radmietstationen und Serviceeinrichtungen zeigt eine ausgeprägte Gästeeorientierung. | Deutscher Städtetag | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Fortschreibung der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern sollte durchgeführt werden. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Sicherung und der Ausbau des Wanderwegenetzes und der zugehörigen Infrastruktur (u.a. bundeseinheitliche Beschilderung) sollte sichergestellt werden. | DWV, SPD | 6 |



| | | | |
|---|--|----------|---|
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Es sollte eine nationale Wandertourismuskonzeption entwickelt werden, die eine fortschreitende Grundlagenuntersuchung, Monitoring und Trendforschung beinhaltet. (Enthält Möglichkeiten für die Koordination von ehrenamtlichen Leistungen; nationales Wissensmanagement für Wandertourismus, zentral koordiniert, schafft bundeseinheitliche Standards zur Förderung von Wissensaustausch auf örtlicher, regionaler und Landesebene; auch mit Hilfe digitaler eLearning-Ansätze). | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Förderung qualitätsgeprüfter Wanderwege und begleitender Infrastrukturen sowie Informations- und Leitsysteme wird gewährleistet. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Eine nationale Wandertourismuskonzeption wird erarbeitet, die eine bundeseinheitliche Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Wanderwegeangebotes in Deutschland zum Ziel hat, die Integration der ehrenamtlichen Leistungen für den Wandertourismus koordiniert und forciert und dazu eine fortschreitende Grundlagenuntersuchung, Monitoring und Trendforschung fördert. | DTV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Ein Wanderwissensmanagement wird aufgebaut, um bundeseinheitliche Standards weiterzuentwickeln, zu bündeln und zu kommunizieren. Dies wird auch bedingt durch die Erfahrungen aus der Coronakrise nochmals verstärkt notwendig. | DTV, DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Eine stärkere finanzielle Unterstützung des Ehrenamts der Wandervereine zur Pflege der Wanderwege ist vorzunehmen. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Naturnahe Wanderwege sollen erhalten werden. Naturnahe Wege fördern die biologische Vielfalt, oftmals werden naturnahe Wege durch asphaltierte Böden ersetzt mit der Folge, dass Nährstoffe und Regen nicht mehr aufgenommen werden können. Des Weiteren wird die Zertifizierung etwa von Qualitätswegen erschwert und gerade im ländlichen Raum können durch Asphaltierungen Leuchtturmprojekte verloren gehen. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Wanderinfrastruktur und das Qualitätsangebot soll gestärkt werden, z. B. Qualitätswege „Wanderbares Deutschland“, Top-Wanderprodukte werden benötigt, Voraussetzung ist eine verlässliche Grundfinanzierung, die über die freiwilligen Aufgaben der Kommunen hinausgeht. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Sicherung und Weiterentwicklung wandertouristischer und zugleich erholungsfördernder Angebote sollte unbedingt gestärkt werden. Dazu bedarf es auch der Stärkung der Gebietskörperschaften. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Das Thema Wandern soll aufgrund seiner hohen gesellschaftlichen und gesundheitlichen Bedeutung stärker in den Fokus genommen werden. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Sicherung und Weiterentwicklung von Leuchtturm-Wanderwegen sollte mit der Voraussetzung geschaffen werden eine verlässliche Grundfinanzierung zu schaffen, die über die freiwilligen Aufgaben der Kommunen hinausgeht. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Wandern) | Die Einrichtung einer Koordinierungsstelle Wandern zum Ausbau, Sicherung und Vermarktung der Wanderwege sollte forciert werden. | DWV | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Mountainbiking) | Die Aufklärung zur positiven Wahrnehmung des Mountainbikesportes in der Gesellschaft sollte vorangetrieben werden. | DIMB | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Mountainbiking) | Ein bundeseinheitlicher Zugang zum bestehenden Mountainbike-Wegenetz soll geschaffen werden. | DIMB | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Mountainbiking) | Verbesserung der Qualität der Wegeinfrastruktur für Tourenmountainbiker. | DIMB | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Mountainbiking) | Die Schaffung attraktiver MTB Abfahrtsstrecken und Anlagen (bei Bedarf) sollte vorangetrieben werden. | DIMB | 6 |



| | | | |
|---|--|-------------------------------|---|
| Ausbau von Freizeitwegen (Mountainbiking) | Eine Erleichterung der Genehmigungsverfahren für Touren gewerblicher Anbieter sollte forciert werden. | DIMB | 6 |
| Ausbau von Freizeitwegen | Bedarfsgerechte Infrastruktur soll bereitgestellt werden, insbesondere die Durchgängigkeit sowohl im übergreifenden Wegenetz als auch auf Binnenwasserstraßen und insbesondere all die Freizeitinfrastrukturen, die problemlos gemeinsam genutzt werden können. | Kuratorium Sport & Natur | 6 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Ein Gesetz für Langsamverkehr (Wandern, Rad, Wasser, Reiter, etc.) sollte erarbeitet werden. | ZD 3 | 6 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Sicherung des Betretensrecht - ein faires Betretensrecht mit abgestimmten Regelungen und eine naturverträgliche Sportausübung. Flächendeckende und neutrale Bereitstellung der digitalen Information über alle Schutzgebiete in Deutschland als öffentliche Aufgabe der Ministerien und Behörden von Bund und Ländern. | Kuratorium Sport & Natur | 6 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Das Haftungsrecht soll modernisiert werden, um eine gesetzliche Regelung, die Eigentümer*innen und Berechtigte von der Haftung für Sportunfälle grundsätzlich freistellt und um den Druck in den Gemeinden rund um Wegenutzung etc. zu reduzieren. | Kuratorium Sport & Natur | 6 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Befahrungsregelungen für Natursportarten über Landes- oder Kreisgrenzen und Bundeslandgrenzen hinaus wirksam gestalten, um zu verhindern, dass Natursportler*innen versehentlich gegen Vorschriften verstoßen. | Kuratorium Sport & Natur | 6 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Radwege auf Betriebswegen an Bundeswasserstraßen sollten weiter ausgebaut werden. | SPD | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Der Wert ländlicher Räume für den Tourismus soll berücksichtigt werden. | CDU/CSU, DTV, SPD | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Beratungs- und Coaching-Angebote für Kommunen sollen gefördert werden, ebenso die Förderung des regionalen Einsatzes und die Integration von Tourismus in Dorfentwicklungsprogramme. | CDU/CSU | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Für die strukturpolitischen Begleitmaßnahmen soll in der Kommission „Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung“ eine Expertengruppe „Tourismus“ eingesetzt werden, die konkrete Vorschläge zur touristischen Entwicklung der vom Strukturwandel betroffenen Braunkohleregionen erarbeitet. | DTV | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Die Förderkulisse für die Förderung und Sicherung von Wanderwegen soll verbessert werden, da naturnahe und naturbelassene Wegeformate einen hohen Beitrag zum Klimaschutz und zur Stärkung der ländlichen Räume leisten. | DTV | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Die Förderung der Infrastruktur in National- und Naturparks sowie der Einrichtungen der Landschafts- und Kulturgeschichte (Naturparkinfozentren, Museen) sollen weiterhin gezielt unterstützt werden. | DTV | 6 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Es sollte eine stärkere Fokussierung und Kommunikation für die strukturstabilisierende Bedeutung des Tourismus gerade für die ländlichen Räume erfolgen. | DTV; SPD | 6 |
| Förderung strukturschwacher ländlicher und urbaner Räume | Eine Kampagne zur Stärkung lokaler EH- und Gastronomiestrukturen soll durchgeführt werden. | DEHOGA | 6 |
| Förderung strukturschwacher ländlicher und urbaner Räume | Ein kohärentes Konzept für die Unterstützung von Destinationen bei der Entwicklung und Umsetzung von zukunftsfähigen Tourismuskonzepten soll vorgelegt werden und regionale Wirtschaftskreisläufe fördern. | Bündnis90/Die Grünen | 6 |
| Nebenwasserstrassen erhalten (verschiedene) | Nebenwasserstraßen sollen dauerhaft erhalten werden, um die positiven Effekte des Wassertourismus | SPD, ADAC, CDU/CSU, bdo, DSOB | 6 |

| | | | |
|---|--|---------------------|---|
| Maßnahmen, siehe Handlungsfeld 2.1 Mobilität) | insbesondere für strukturschwache Regionen zu bewahren. | | |
| Landtourismus fördern | Der Ausbau des Landtourismus und Urlaub auf dem Bauernhof sollte durch ganzheitliche Maßnahmen u. a. durch Bewusstseinsbildung, Entwicklungsprogramme, Tourismusstrategien, Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaftsförderung, gefördert werden. | CDU/ CSU | 6 |
| Landtourismus fördern | Planungsrecht für die touristische Nutzung landwirtschaftlicher Fläche sollte so geändert werden, dass für die Schaffung von Übernachtungskapazitäten auf Bauernhöfen die bisher notwendige B-Planänderung entfällt. | DFV | 6 |
| Landtourismus fördern | Förderung von Investitionen in wassertouristische Infrastruktur zur Stärkung von strukturschwachen Regionen und des ländlichen Raums. | Wasserverbände | 6 |
| Landtourismus fördern | Die Bereitstellung von Mitteln im Rahmen des „Bundesprogramms Ländliche Entwicklung“ sollte verstetigt und mit Blick auf touristische Bedürfnisse, z.B. Berücksichtigung der touristischen Mobilität im Rahmen des Bausteins LandMobil, weiterentwickelt werden. | ADAC | 6 |
| Landtourismus fördern | Gäste legen zunehmend Wert auf regionale Produkte und Angebote in der Gastronomie. Deshalb sind Maßnahmen zum Aufbau und zur Etablierung dieser Angebote zu unterstützen. Neben Nachhaltigkeitseffekten können so Alleinstellungsmerkmale für das gesamte touristische Angebot entwickelt werden. | Deutscher Städtetag | 6 |
| Landtourismus fördern | Die Zertifizierung regionaler Traditionsbetriebe mit Repräsentationsfunktion samt Einführung einer Förderung (z. B. steuerrechtlich) zum Schutz der Traditionsbetriebe sollte forciert werden. | Airbnb | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Es sollte eine breite und umfassende Förderung kultureller Angebote durch Bund, Länder und Gemeinden erfolgen. | DSTGB | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Potenziale von Kulturangeboten (auch der Industriekultur) für die touristische und wirtschaftliche Entwicklung sowohl im ländlichen Raum als auch in den Metropolen besser ausschöpfen. | SPD | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Der Bund sollte auch weiterhin über Sonderinvestitionsprogramme für kulturelle Vorhaben von nationaler Bedeutung sowie den Kulturtourismus im ländlichen Raum unterstützen. | DTV | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Ein Wettbewerb zur Prämierung von kleinen und mittelständischen Betrieben und Kulturstätten sollte durchgeführt werden, sodass lokale Traditionen publikumswirksam präsentiert werden können, auch in weniger touristischen Regionen. | Airbnb | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Geförderte Kampagne der Bundesregierung um lokale Traditionen und Kulturen, im In- und Ausland besser zu vermitteln. | Airbnb | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Förderpreis für Projekte, Selbstständige und KMUs einführen, die Traditionen und Brauchtum erhalten oder neu interpretieren. Durch den Förderpreis sollen Anreize zum Erhalt und zur Erschließung geschaffen werden. | Airbnb | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Erstellung einer zentralen und interaktiven Deutschlandkarte um unter anderem Museen und Feste mit Traditionen herauszustellen, insbesondere im Umkreis touristischer Ballungsräume. | Airbnb | 6 |
| Kulturtourismus fördern | Eine „Ereigniskultur“, die um Touristen wirbt, sollte in einem angemessenen Verhältnis zur dauerhaften kulturellen Infrastruktur einer Stadt stehen. Kulturförderung muss vorrangig auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten der Bürgerinnen und Bürger eingehen sowie die kulturelle Identität der Stadt sichern. Die Beachtung dieses Grundsatzes dient letztlich auch dem Tourismus, dessen dauerhafter Erfolg von der | Deutscher Städtetag | 6 |



| | | | |
|--------------------------------------|--|-----------------|---|
| | Individualität und dem Erhalt besonderer Alleinstellungsmerkmale einer Stadt abhängt. | | |
| Heilbäder und Kurorte schützen | Es sollen keine überhöhten Anforderungen an Anerkennung der Heilbäder und Kurorte gestellt werden. | DSTGB | 6 |
| Heilbäder und Kurorte schützen | Maßnahmen für eine intensivere Nutzung des Potentials und der Infrastruktur von Heilbädern und Kurorten sollen geprüft werden. Denkbar wäre z.B. die Erhöhung des nationalen und internationalen Bekanntheitsgrades der medizinischen und therapeutischen Angebote der prädikatisierten Heilbäder und Kurorte. | CDU/CSU und SPD | 6 |
| Heilbäder und Kurorte schützen | Eine Grundlagenstudie zur Nutzung von Kur- und Heilbäder soll erstellt werden. | ZD 2 | 6 |
| Heilbäder und Kurorte schützen | Der Bund sollte die Heilbäder und Kurorte unterstützen. Ziel muss es sein, diese zu erhalten, zu schützen und weiterzuentwickeln. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Wassertourismus soll als "Städtetourismus auf dem Wasser" verstanden und auch entsprechend entwickelt werden. Die Federführung der Entwicklung soll bei anrainenden Kommunen liegen. | Privat | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Angebote sollen digital vernetzt und im In- und Ausland beworben werden. | DOSB | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die Verankerung des Wassertourismus in regionalen Entwicklungskonzepten, in der Regionalplanung und eine vereinfachte Genehmigungsplanung sollte erfolgen. | DOSB | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Wassersportliche Nachfolgenutzung von Tagebau sollen geprüft werden. | DOSB | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Wassertourismus müssen vereinfacht und in einer Sportfahrzeug-Verordnung zusammengeführt werden. | ADAC | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Für den Erhalt des Nebenwasserstraßennetzes müssen die erforderlichen Mittel bereitgestellt werden. Hierzu zählt auch die Einrichtung eines eigenen Haushaltstitels für Nebenwasserstraßen, der eine auskömmliche Finanzierung gewährleistet. | ADAC | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Entwicklungspotenzial eines Gewässers sollte zusätzlich zur Nutzungsintensität in Investitionsentscheidungen einfließen. Hierfür sollte eine neue Bewertungsmethodik Anwendung finden, die den volkswirtschaftlichen Nutzen einer Investition ganzheitlich erfasst. Ziel muss ein mit allen Akteuren abgestimmter Masterplan für die Sport- und Freizeitschiffahrt sein (Weiterentwicklung des Wassertourismuskonzepts). | ADAC | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Verkehrsaufkommen auf den Nebenwasserstraßen mittels regelmäßiger Erhebungen statistisch erfassen (zur besseren Planung). | ADAC | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Masterplan erarbeiten für Rechts- und Planungssicherheit bei Investitionsentscheidungen in Sport- und Freizeitschiffahrt. | Wasserverbände | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Chancen der Digitalisierung nutzen, Risiken minimieren; Informationssysteme für den Betrieb von wassertouristischer Infrastruktur einführen (z.B. Entwicklung einer Meta-Plattform mit Informationen über Häfen, Fahrtiefen, Schleusenzeiten etc.). | Wasserverbände | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die Bundesregierung soll unter Einbeziehung aller Betroffenen einen Masterplan Sport- und Freizeitschiffahrt erarbeiten, der eine klare Perspektive für die weitere Entwicklung aufzeigt und damit Wassersporttreibenden und Wirtschaftsakteuren, aber auch Ländern, Regionen, Landkreisen und Kommunen die erforderliche Rechts- und Planungssicherheit für ihre Investitionsentscheidungen gibt. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Im Bundeswasserstraßengesetz soll verankert werden, dass Binnenwasserstraßen auch der Sport- und Freizeitschiffahrt dienen. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Das bestehende Netz an Binnenwasserstraßen des Bundes soll in Gänze erhalten bleiben - die | DTV | 6 |



| | | | |
|--|---|--------------------------|---|
| | durchgängige Befahrbarkeit für alle touristischen Nutzungsarten soll sichergestellt werden. | | |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Beim Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ und der damit angestrebten Renaturierung von Bundeswasserstraßen sollte auch weiterhin eine touristische und wassersportliche Nutzung ermöglicht werden. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Der Bund soll eine umfassende, einheitliche Bestandsaufnahme zu Nutzung und Zustand der Nebenwasserstraßen erarbeiten und auf dessen Grundlage einen Investitionsplan entwickeln. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Der Bund sollte durch eine jährliche, einheitliche Statistik das Verkehrsaufkommen auf den Nebenwasserstraßen erfassen. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Der Bund soll bei Investitionsentscheidungen eine neue Bewertungsmethodik anwenden, mit der der volkswirtschaftliche Nutzen für Investitionen in touristisch genutzte Wasserstraßen (Nebenwasserstraßen) adäquat abgebildet werden kann und berücksichtigt bei solchen Entscheidungen neben der Nutzungsintensität auch das Entwicklungspotenzial eines Gewässers im Zusammenhang mit den angrenzenden Landesgewässern. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Der Bund sollte für Erhalt und Ausbau der touristischen Wasserstraßen erforderlichen Finanzmittel im Rahmen eines gesonderten Haushaltstitels zur Verfügung stellen und diesen verstetigen. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die finanziellen und personellen Voraussetzungen für ausreichende Planungskapazitäten sollen umgehend geschaffen werden. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Schleusenbetriebszeiten sollen entsprechend den wassertouristischen Anforderungen bemessen werden. Auch der Einsatz von privaten Schleusenpersonals soll ermöglicht werden. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Ausbaggerungsarbeiten in den Nebenfahrwassern und Hafeneinfahrten an der Küste sollen bedarfsgerecht vorgenommen werden, um den zunehmend größeren Yachten auch aus dem Ausland eine Zufahrt zu erlauben. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Der Bund soll die Entwicklung eines wassertouristischen Informationssystems fördern, das Informationen über Häfen, Anlegestellen, Fahrtiefen, Brückenhöhen, Schleusenzeiten etc. zur Verfügung stellt und eine Routenplanung ermöglicht. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Sogenannte „Schwimmende Häuser“ und ihre genehmigungsrechtlichen Voraussetzungen sollen in der Musterbauordnung berücksichtigt werden. Die Möglichkeit zur Eintragung von schwimmenden Häusern in das Grundbuch wird geschaffen. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Im Arbeitsprogramm der Bundesregierung zur besseren Rechtssetzung sollen konkrete Vereinfachungen für die Wassersportwirtschaft geprüft und umgesetzt werden. Die rechtlichen Grundlagen für die Vermietung von Wasserfahrzeugen sollen zusammengefasst und vereinfacht werden. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die Charterscheinregelung (Befahren von bestimmten Wasserstraßen ohne Sportbootführerschein) soll ausgebaut werden. | DTV | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Die Durchgängigkeit der Gewässer auch nach Renaturierungsmaßnahmen für die Ausübung sanfter wassersportlicher Aktivitäten soll erhalten werden. | Kuratorium Sport & Natur | 6 |
| Wassertourismus fördern und ausbauen | Standorte für Strand- und Flussschwimmbäder sollen ausgewiesen und zugänglich gemacht werden. | DOSB | 6 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der Potenziale der Kurorte und Heilbäder für touristische Nutzung sollte eine höhere Wertschätzung entgegen werden. | SPD | 6 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der | Die Anlegung von Wasserwanderrastplätzen in ausgesuchter Lage sollte erfolgen. | DOSB | 6 |



| | | | |
|--|--|------------------------|---|
| Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | | | |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Das Bundesprogramm „Blaues Band“ soll unter Berücksichtigung touristischer und nachhaltiger Ziele umgesetzt werden. | DOSB | 6 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Naturnahe Wanderwege sollten für die Gewährleistung eines hochwertigen Angebots gefördert werden; entsprechende Planungsvorschriften durch den Bund sind vorzusehen, damit die Wanderwege naturnah bleiben bzw. gebaut werden (weniger asphaltieren, weniger schottern). Der Ausbau von Verkehrsinfrastruktur darf dabei nicht zu Lasten der Wanderer/Fußgänger gehen. | DWV | 6 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Deutschlandweit sollen einheitliche Mindestkriterien für Qualitätsinitiativen im Wandertourismus definiert werden. Die Qualitätskriterien sollen den Bedürfnissen von Wandernden angepasst werden. Die Zertifizierung soll in regelmäßigen Abständen ausschließlich durch geschulte Prüfer erfolgen und die Zertifikate zeitlich begrenzt werden. | DWV | 6 |
| Rechtliche Forderungen | Ferienzeiten sollten (inter-)national abgestimmt werden, um das Verkehrsaufkommen innerdeutsch besser zu verteilen und die klassischen Ferienstaus mit hoher Emissionsbildung zu vermeiden sowie resultierenden Umweltschäden vorzubeugen. | forum andersreisen | 7 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Die Förderung des Ausbaus der Barrierefreiheit sollte durch die Förderung des Projekts „Reisen für Alle“ weiterverfolgt werden. | SPD, CSU/CDU, ADAC | 7 |
| Erhalt und Ausbau des Schienenverkehrsnetzes | Der Umbau barrierefreier Bahnhöfe bzw. Ein- und Ausstiegspunkte - auch im Fernbusverkehr – soll vorangetrieben werden. | SPD | 7 |
| Ausbau von ÖPNV | Deutschlandweit sollte ein barrierefreier ÖPNV umgesetzt werden, v.a. durch mehr finanzielle Förderung von Baumaßnahmen. | SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Definition des Terminus "Klimaschutz" sollte bundesweit erfolgen (nicht nur Reduzierung CO2-Emissionen). | ZD 2 | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Bei Tourismusförderung sollte auf Qualität gesetzt und qualitatives Potenzial gestärkt werden (Fokus auf Qualität, nicht auf rein quantitativem Wachstum). | ZD1; ZD 2 | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Förderung im Bereich Nachhaltigkeit sollte gestärkt und gebündelt werden (siehe Handlungsfeld 1). | DEHOGA; BVMW | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die für den Tourismus relevanten Nachhaltigkeitsförderprogramme der Bundesregierung sollen in einem zentralen Nachhaltigkeitsprogramm gebündelt werden. | DTV; SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der innerdeutsche Tourismus sollte durch Herausstellung der Vielfältigkeit von Destinationen in der eigenen Region gestärkt werden. Ziel sollte es sein, klimaverträglicher zu reisen und die inländische Wertschöpfung zu stärken. | Airbnb | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der bestehende Handlungsleitfaden/Praxisleitfaden für Touristiker mit Checklisten sowie Best-Practice-Beispielen für Tourismusdestinationen wird weiterentwickelt. | DTV; SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Förderung von Bundeswettbewerben zur weiteren Angebotsentwicklung im nachhaltigen Tourismus sollte fortgesetzt werden. | DTV, SPD, CDU/CSU | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Es sollte ein Bekenntnis der Bundesregierung zu den Zielen der Agenda 2030 und explizit zu den darin genannten Zielen für einen nachhaltigen Tourismus erfolgen. | Brot für die Welt; SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der Tourismus im ländlichen Raum und auf dem Bauernhof soll gestärkt werden (wg. Nachhaltigkeit). | CDU/CSU | 7 |



| | | | |
|--|---|---|---|
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Nachhaltigkeit sollte entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette klar definiert werden. Auch sollte ein geeignetes Indikatoren- und Monitoringsystem zur Ermittlung der Wirkung des Tourismus auf nachhaltige Entwicklung entwickelt werden. | Brot für die Welt | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der Tourismussektor soll als treibende Kraft bei der dringend notwendigen Verkehrs- und Mobilitätswende erkannt werden und Emissionsziele definieren. | Brot für die Welt | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Reiserichtlinien von Behörden sollen umgestellt werden, so dass Nachhaltigkeit ein zentrales Auswahlkriterium wird (klimafreundliche Transportmittel und Hotels; Kinderschutz). | Brot für die Welt, SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Das Bekenntnis der Reisebranche zum Globalen Ethik-Kodex der UNWTO soll durch die Einführung von zertifizierbaren und regelmäßig zu überprüfenden CSR-Managementsystemen verstärkt werden. | SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Gemeinsam mit der Reiseindustrie soll der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung durch Reisende weiter intensiviert werden. | Brot für die Welt, SPD; CDU/CSU | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Einbeziehung lokaler bzw. regionaler Produkte und Dienstleistungen in die Wertschöpfungskette des Tourismus soll gestärkt werden. | SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Umwelt-/Naturschutzbildung in Schutzgebieten soll gefördert werden. | SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Es sollte eine stärkere Wertschätzung von Kinder- und Jugendreisen für Bildung, Weltoffenheit, demokratisches Werteverständnis, Persönlichkeitsentwicklung und gesellschaftliche Teilhabe sowie die konsequente Einführung von Konzepten zum Schutz vor Gewalt gegen Kinder und Jugendliche erfolgen. Es sollte eine unbürokratische Beantragung von Zuschüssen bzw. Kostenübernahme für Kita- und Schulausflüge sowie Klassenfahrten für bedürftige Familien forciert werden. Auch die Angebote für Familienerholung und Freizeiten für Familien mit kleinem Einkommen und Sozialleistungsempfänger sollen gefördert und gestärkt werden (nach §16 Abs. 2 Nr. 3 SGB VIII). | SPD | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Es sollte ein umfassendes landes- und bundesweites Monitoring zur Tourismusakzeptanz in Deutschland durchgeführt werden (Regelmäßige repräsentative Erhebungen mit Benchmarking). | ZD 4 | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Akteure, Anspruchsgruppen und Partner vor Ort sollen stärker in die Tourismusentwicklung vor Ort einbezogen werden, um Tourismusakzeptanz zu schaffen. | ZD 4 | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Bedürfnisse der Menschen vor Ort sollten mit Blick auf Auswirkungen und die Teilhabe am Tourismus vor Ort mit Hilfe einer repräsentativen, deutschlandweiten Umfrage erhoben und analysiert werden. Die Ergebnisse sollen in die Tourismusstrategie mit einfließen. | Airbnb | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Akteure vor Ort sollen frühzeitig in die Planung von Maßnahmen im Zuge größerer Projekte im Bereich Natursport miteinbezogen werden. | Kuratorium Sport & Natur | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Die Kommunikation und Förderung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) sollte gestärkt werden. | Ministerium für Wirtschaft, Arbeit Energie und Verkehr Saarland | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Nachhaltiger Tourismus im ländlichen Raum sollte durch Ausbau entsprechender Angebote und Schaffung von Netzwerken zwischen Tourismuswirtschaft und Natur- und Umweltschutz gefördert werden. | ÖTE | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Es sollten einheitliche Tourismuskonzepte für Nachhaltigkeit als essentieller Faktor für die Tourismuswirtschaft entwickelt werden. | VIR | 7 |



| | | | |
|---|---|-------------------------------------|---|
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Kampagnen zur ganzheitlich nachhaltigen Vermarktung touristischer Zielgebiete sollen gefördert werden. | DSTGB | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Es sollte eine regelmäßige Evaluierung und öffentliche Berichterstattung der Einflüsse des Tourismus auf Natur, Umwelt und Soziales in Deutschland und der Steuerungsoptionen durchgeführt werden. | DTV | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Der Diskriminierungsschutz sollte ausgeweitet werden, sodass alle im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) genannten Personengruppen umfasst sind. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Stärkung Nachhaltigkeit im Tourismus (generelle Forderungen) | Das Positionspapier "Klimaschutz in den Städten" des Deutschen Städtetags sollte im Rahmen der Nationalen Tourismusstrategie berücksichtigt werden. | Deutscher Städtetag | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Nachhaltige touristische Angebote sollen entwickelt und vernetzt werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Zertifizierungsprogramme mit Siegel für Nachhaltigkeit sollten gefördert werden. | CDU/CSU; ZD 2 | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Familienfreundliche Angebote sollen entwickelt werden. | CDU/CSU, DIE LINKE | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Prüfsysteme sollen gefördert werden (z.B. LED Technologien). | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Ein globaler Mindeststandard für nachhaltigen Tourismus (auf EU-Ebene) sollte eingeführt werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Emissionsminderungspotenziale sollen genutzt werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Umweltbildung bei Auszubildenden soll gefördert werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Verlässliche Datengrundlagen für Energie- und Ressourcenverbrauch sollen geschaffen werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Klimafolgewirkungen des Tourismus sollten vollständig analysiert werden. | CDU/CSU | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Es sollte eine Strategie für Umweltschutz und geringen Flächenverbrauch im Tourismus entwickelt werden. | DIE LINKE | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Es sollen Anreizsysteme zur Verbesserung der vorhandenen Initiativen geschaffen werden. | ZD 2 | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Der Tourismus sollte derart nachhaltig entwickelt werden, dass er seine natürlichen Grundlagen sicher und dauerhaft schützt und erhält und mittelfristig komplett klimaneutral umgestaltet wird. Klimaneutrale Gestaltung des Tourismus sollte vor allem im Handlungsfeld Mobilität erfolgen. Auch der Schutz der Wälder und des Baumbestandes soll erfolgen. | Bundesverband IG Klettern e.V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern | Lebenswerte natürliche und kulturell geprägte Lebensräumen sollen bewahrt werden, z.B. in | Nationale Naturlandschaften e. V. & | 7 |



| | | | |
|---|--|--|---|
| (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Kooperation mit verschiedensten Partnern wie den Landnutzern. | Verband Deutscher Naturparke e. V. | |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die biologische Vielfalt in besonders stark durch Besucher frequentierten Bereichen der Nationalen Naturlandschaften soll geschützt werden, z.B. durch Besucherlenkung. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die Entwicklung eines nachhaltigen, naturverträglichen und klimaschonenden Tourismus soll in Kooperation mit touristischen Leistungsträgern vorangetrieben werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Nachhaltige Tourismusangebote sollen unter der Voraussetzung der Teilhabe aller Menschen entwickelt und gefördert werden. Die Politik soll hierzu alle Rahmenbedingungen gestalten und finanzieren, die für eine gelingende Inklusion notwendig sind. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Der Klimaverantwortung sollte insbesondere durch nachhaltige Mobilitätskonzepte in ländlichen Räumen gerecht gemacht werden. Hiervon soll auch die einheimische Bevölkerung profitieren. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Klimaschutz und Biodiversität sollten in der zukünftigen Tourismuspolitik zwingend berücksichtigt werden. | Kuratorium Sport & Natur | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Der Flächenverbrauch und touristische Übernutzungen sollten begrenzt werden - unnötiger flächenintensiver Baumaßnahmen in Kombination mit verbindlichen Richtlinien und gesetzlichen Höchstgrenzen bietet nicht nur dringend nötigen Schutz für Arten, sondern bewahrt auch das für den Tourismus wichtige Landschaftsbild. | Kuratorium Sport & Natur | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Für angebotene Flugreisen soll eine Mindestaufenthaltsdauer festgelegt werden, um Anreise, Entfernung und Reisedauer in ein vertretbares Verhältnis zu bringen. Unter einer Distanz von 800 km sollen keine Flüge zur Anreise angeboten werden. Bei einer Reiseflughöhe zwischen 800 und 3800 km (Mittelstrecke) soll die Mindestaufenthaltsdauer der Reise eine Woche betragen. Auf der Langstrecke in Zielgebiete mit mehr als 3800 km Entfernung sollte die Aufenthaltsdauer mindestens zwei Wochen betragen. | forum andersreisen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Das Verständnis beim Kunden für die Zusammenarbeit mit den Partnern in den Reisegebieten sollte erhöht und Sichtbarkeit für die vielfältige Wirkung des Tourismus aufgezeigt werden. | forum andersreisen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Eine Kennzeichnungspflicht von CO2-Emissionen wird benötigt, um Verbrauchern klimagerechte Entscheidungen für ihre Urlaubsplanungen zu ermöglichen. | forum andersreisen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Fossile Treibstoffe sollten steuerlich gleichbehandelt werden. Kerosin, Flugbenzin und Schweröl sollten einheitlich wie andere fossile Treibstoffe besteuert werden. Dass ausgerechnet die schadstoffreichsten Brennstoffe steuerlich begünstigt werden, ist gesellschaftlich nicht tragbar und führt zu falschen Anreizen und ausbleibender Innovation. | forum andersreisen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Eine CO2-Abgabe mit Zweckbindung soll eingeführt werden. Klimaschädliche Emissionen sollen einen Preis bekommen, der die Folgekosten für die Umwelt mitdenkt. Dieses sollte in Form einer zweckgebundenen CO2-Abgabe insbesondere auch für den Flugverkehr erfolgen. | forum andersreisen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Es sollen öffentliche Fördermittel vorrangig für Tourismusprojekte sowie für die Erstellung und Umsetzung von Tourismuskonzepten vergeben werden, die sich zentral an Umwelt- und Klimaschutz orientieren. Konzepte des sanften Tourismus sind dabei bevorzugt zu behandeln. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |



| | | | |
|--|--|----------------------|---|
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Der Ausbau von nachhaltigen Tourismusangeboten durch gezielte Bundesmittel soll gefördert werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die finanziellen Rahmenbedingungen für energetische Sanierungen, die zum Einsparen von Betriebsmitteln führen, sollen verbessert, die Unternehmen beim ökologischen Wandel unterstützt und somit der Klima- und Ressourcenschutz vorangetrieben werden, indem attraktive Investitionsbedingungen für energieeffiziente und CO2 - mindernde Investitionen und erneuerbare Energien eingeführt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Es soll eine intakte Natur und Naturschutz als Beitrag zur Tourismusqualität sowie allgemein zur Lebensqualität manifestiert werden und Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate sollen entsprechend besser geschützt und gefördert werden, um die daraus erwachsene Chance für den Erholungs- und Gesundheitstourismus zu stärken, und damit einen Beitrag für die nachhaltige Entwicklung von Regionen zu leisten. Dies soll sowohl durch Projektförderung, als auch durch finanzielle Stärkung ihrer Dachorganisationen wie den Nationalen Naturlandschaften oder Verband der Naturparke gewährleistet werden. Dabei soll angestrebt werden, Destinationen oder Förderkulissen mit Schutzgebietsabgrenzungen zu harmonisieren. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Maßnahmen und Unterstützungsangebote zur Vermeidung von Flächenverbrauch durch die Tourismuswirtschaft sollen vorgelegt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | In den einzelnen Aktionsplänen der Nationalen Tourismusstrategie sollen die Herausforderungen benannt werden, die durch die Klimakrise jetzt schon entstanden sind und die Tourismusbranche betreffen, und Lösungswege entwickelt werden, die aufzeigen, wie mit den veränderten Verhältnissen umgegangen wird und inwiefern spezifische regionale und saisonale Tourismusangebote auf die veränderte Situation anzupassen sind, damit dem Umweltschutz gegenüber Rechnung getragen wird. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Flugreisen | Veranstalter sollen ihre Produkte in Hinblick auf Emissionsreduktion der Flugreisen und Transporte optimieren, z.B. durch entsprechende Routenplanung (Bevorzugung von point to point-Flügen), durch die Auswahl der Airlines nach dem atmosfair-Airline-Index sowie die Auswahl emissionsarmer Transporte im Land (z.B. Bus, Bahn, Fahrrad, Kanu). | forum andersreisen | 7 |
| Flugreisen | Eine CO2-Abgabe sollte ebenso selbstverständlich werden wie eine Kurtaxe an den Stränden von Nord- und Ostsee. Sie stellt einen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz dar und trägt durch die Förderung von erneuerbaren Energien zur weltweiten Energiewende bei. Dabei müssen klare Standards gewährleistet sein, um einen glaubwürdigen Klimaschutzbeitrag zu leisten. | forum andersreisen | 7 |
| Flugreisen | Eine jährlichen Kompensationsquote für verkaufte Flugreisen sollte definiert werden. | forum andersreisen | 7 |
| Flugreisen | Die Reisegäste sollen über den Zusammenhang von Flugemissionen und deren Klimawirkung informiert werden, um das Bewusstsein für das Thema zu schärfen und dies in ihre Reiseplanung selbstverantwortlich einfließen zu lassen. | forum andersreisen | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Es sind Alternativen zum wenig nachhaltigen Wintersport in Alpen und Mittelgebirgen zu schaffen. | ÖTE | 7 |



| | | | |
|--|--|--|---|
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Der Sport in den Bergen und an der See sollte unter Berücksichtigung von ökologischen Herausforderungen gefördert werden. | SPD | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Kinder- und Jugendreisen sowie Reisen für Familien mit Kindern sollten gefördert werden. | DIE LINKE | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Initiativen für ökologisches Handeln im Tourismus sollten gefördert werden. PtX (Power to X) sollte für eine klimaneutrale Energieversorgung gefördert werden, ebenso sollte der CO2-Rechners für touristische Angebote stärker genutzt werden. | ZD 2 | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Im Sinne regionaler Wertschöpfungsketten und für einen funktionierenden nachhaltigen Tourismus sollten die Versorgungsstrukturen im Einzelhandel, besonders im ländlichen Raum, sichergestellt werden. | DTV | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Es sollte eine kontinuierliche Förderung des Regionalmarketings und der regionalen Wirtschaftskreisläufe auf der Ebene der Reisegebiete zur Entwicklung bzw. Sicherung spezifischer und unverwechselbarer Produkte und Leistungen erfolgen. | DTV | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | In den Schutz und Erhalt der biologischen Vielfalt sowie in eine nachhaltige, klimaschonende Entwicklung der Nationalen Naturlandschaften sollten entsprechende Investitionen getätigt werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Die Tourismusentwicklung in Deutschland sollte nachhaltig erfolgen, d. h. sie sollte zur Bewahrung lebenswerter natürlicher und kultureller Lebensräume sowie zum Schutz von Umwelt, Natur und Klima beitragen, im Einklang mit den Interessen der lokalen Bevölkerung stehen und somit eine dauerhafte Wertschöpfung ermöglichen. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Partnernetzwerke in den Biosphärenreservaten, Naturparks und Nationalparks sollen gestärkt werden, um den Naturtourismus als Wirtschaftsfaktor zu fördern. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks sollten personell und finanziell gestärkt werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Einnahmen aus dem Tourismus sollen in den Erhalt von Natur und lokaler Infrastruktur fließen, sodass alle Bürger vom Tourismus direkt oder indirekt profitieren. | DFV | 7 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 3.2) | Stadterneuerung und Stadtbildpflege sind wesentliche Elemente, die Städte als ökonomisches System zu stabilisieren und sie gleichzeitig als lebenswertes und touristisch attraktives Umfeld für die Bewohnerinnen und Bewohner zu gestalten. Dabei gilt es, die wirtschaftlichen Interessen der Bevölkerung, der Immobilienwirtschaft und der Investoren mit den kulturellen Belangen im Hinblick auf eine Verbesserung der Baukultur und der Bewahrung des bauhistorischen Erbes zu verzahnen. Die Instrumente, die der öffentlichen Verwaltung in planerischer, denkmalpflegerischer und förder technischer Hinsicht zur Verfügung stehen, sind vom Bund bzw. den Ländern zu erhalten und auszubauen. Der Bund selbst sollte sich weiterhin in der gemeinschaftlichen Initiative Baukultur engagieren. | Deutscher Städtetag | 7 |
| Qualitäts- und Zertifizierungssysteme | Betriebe sollten Erleichterungen erhalten passende Qualitätssysteme praxisnah und zielgruppengerecht anzuwenden. Bund und Länder einigen sich auf einen Stufenplan, wie bestehende Qualitätssysteme besser verzahnt und weiterentwickelt werden können. | DTV, ZD 4 | 7 |
| Qualitäts- und Zertifizierungssysteme | Bestehende oder neue Förderinstrumente sollen konsequent mit anerkannten nationalen Qualitätssystemen verknüpft werden. | DTV | 7 |

| | | | |
|---|--|--|---|
| Qualitäts- und Zertifizierungssysteme (SQD) | Die Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland, die durch die Länder getragen wird, und vor allem in touristischen Unternehmen durch ein leicht verständliches Qualitätsmanagementsystem die Betriebsabläufe optimieren sowie die Kunden- als auch die Mitarbeiterzufriedenheit steigern soll, sollte langfristig gesichert werden. | DTV | 7 |
| Qualitäts- und Zertifizierungssysteme (SQD) | Bund und Länder sollen gemeinsam eine Neuausrichtung der Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland in Bezug auf Organisationsstruktur und Finanzierung der Initiative sowie eine inhaltliche Weiterentwicklung wie auch eine Image- bzw. Marketingkampagne innerhalb der Branche begleiten. | DTV | 7 |
| Qualitäts- und Zertifizierungssysteme (SQD) | Der Bund soll seinen Fokus gezielt auf Qualitätssteigerungen im Deutschlandtourismus richten und insbesondere aufgrund der vielfältigen betrieblichen Herausforderungen durch die Corona-Krise unter Federführung des Deutschen Tourismusverbandes die Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland fördern, um vor allem in touristischen Unternehmen Betriebsabläufe zu optimieren und sowohl die Kunden als auch die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern. Auch eine Verzahnung mit dem Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem „Reisen für Alle“ für barrierefreies Reisen sollte geprüft werden. | DTV | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Es sollte eine staatlich getragene CO2-Zertifizierung mit klar definierten Mindestanforderungen an bestehende Siegel etabliert und durch Kommunikations- und Sensibilisierungsstrategien flankiert werden. | Brot für die Welt | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Eine staatlich getragene Zertifizierung für Mindestanforderungen an nachhaltiges Reisen sollte eingeführt werden. | SPD; ZD 2 | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Es sollte ein aktives Marketing für nachhaltige Angebote und stärkere Sensibilisierung der Gesellschaft für umweltverträglichen Tourismus betrieben werden, z.B. durch die Angabe der CO2-Emissionen der Reisekette bei Reisebuchungen (vgl. Effizienzkennzeichnung). | SPD | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Barrierefreiheit soll „Markenzeichen“ des Tourismus in Deutschland werden. | CDU/CSU | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Qualitätsprädikate wie „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ oder „Aktiv für Naturparke“ sollen gefördert werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Attraktive Erlebnisangebote wie Führungen, Infozentren und Wegesysteme sollen qualitätsorientiert weiterentwickelt und angeboten werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Partnerbetrieben sollen in qualifizierten Partnernetzwerken bei der Weiterentwicklung ihrer Angebote und deren Kommunikation gegenüber den Gästen unterstützt werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Qualifizierung und Zertifizierung von nachhaltigem Tourismus schaffen | Die Motivation von Betrieben, die Partner der Nationalen Naturlandschaften sind oder werden wollen sollte erhalten, anerkannt und gefördert werden. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Barrierefreiheit sollte bereits im Planungsprozess touristischer Infrastrukturen bzw. touristischer Angebote kompetent mitgedacht, verankert und seitens der Politik - bspw. durch Anreizsysteme - flankiert werden. | ADAC | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Barrierefreiheit sollte zur Bedingung einer Zubilligung von Fördermitteln gemacht werden. | ADAC | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Barrierefreiheit sollte in der gesamten Tourismuskette ausgebaut werden. | CDU/CSU, ZD 4 | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Baurechtlichen Anforderungen der Barrierefreiheit sollen stärker an wirtschaftliche Kriterien angepasst werden. | DEHOGA | 7 |



| | | | |
|-----------------------------------|---|--|---|
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Soziale Leistungen durch zentrale Koordination der Maßnahmen über das BMAS sollten stärker anerkannt werden. | DEHOGA | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Die Teilhabemöglichkeiten am Tourismus sollten gestärkt werden. Das soll insbesondere durch Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen, für ältere Menschen und für Familien mit Kindern erreicht werden. | DTV | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Das neue Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem „Reisen für Alle“ wird weiter unterstützt. | DTV | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ für barrierefreie Angebote soll bundesweit umgesetzt und bekannter gemacht werden. Zudem sollte eine öffentliche Förderung gewährleistet werden. | CDU/CSU, SPD, DSTGB, DEHOGA, DIE LINKE, ADAC | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Bestehende Qualitätssysteme sollen besser miteinander verzahnt und die Tourismuswirtschaft intensiver für die Schaffung barrierefreier Angebote sensibilisiert werden. | SPD | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Barrierefreier Umbau bzw. Modernisierung touristischer Einrichtungen sowie barrierefreien Zugang zu Veranstaltungsorten für Kultur, Sport und Gesellschaft soll gefördert werden. | SPD | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Eine aktuelle Grundlagenuntersuchung zum barrierefreien Tourismus soll durchgeführt werden. | SPD | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Barrierefreiheit sollte zum Markenzeichen im Tourismus gemacht werden. | CDU/CSU | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Es sollte eine nationale Kompetenzstelle Barrierefreiheit im Tourismusbereich geschaffen und langfristig finanziert werden, um die Einbindung der Behindertenverbände und die Sensibilisierung und Fortbildung der touristischen Leistungsträger dauerhaft sicherzustellen. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Private Dienstleister sollten grundsätzlich zur schrittweisen Herstellung von Barrierefreiheit verpflichtet werden, wenn sie für die Allgemeinheit bestimmte kommerzielle Dienstleistungen anbieten und dabei einen gestaffelten Kriterienkatalog zu verwenden, der sicherstellt, dass die privaten Anbieter möglichst viele Barrieren abbauen bzw. vermeiden, aber kleine und mittlere Unternehmen bzw. Organisationen nicht überfordert werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Die Verweigerung angemessener Vorkehrungen im Sinne der UN-Behindertenrechtskonvention als Tatbestand der Benachteiligung sollte in das AGG aufgenommen werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Barrierefreiheit fördern ausbauen | Der Abbau von Barrieren für mobilitätseingeschränkte Menschen auf Bahnhöfen und in Zügen sollte deutlich beschleunigt werden. Dies muss auch die Ausweitung des Mobilitätsservices der Deutschen Bahn AG auf alle im Fahrplan vorgesehenen Verbindungen umfassen. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Overtourism begegnen | Die Besucherlenkung in Zielgebieten ist zu optimieren. | CDU/CSU; ZD 1 | 7 |
| Overtourism begegnen | Besucherlenkung in Zielgebieten soll durch koordinierende Stabsstelle auf Bundesebene optimiert werden. | ZD 4 | 7 |
| Overtourism begegnen | Schutzgebiete und naturnahe Rückzugsräume (auch barrierefrei) sollen mithilfe einer Open-Data-Plattform ausgewiesen werden. | ZD 4 | 7 |
| Overtourism begegnen | Den schädlichen Auswirkungen des Tourismus soll entlang der gesamten Wertschöpfungskette entgegengewirkt und gleichzeitig die strukturstabilisierenden Potenziale des Tourismus für nachhaltige Entwicklung genutzt werden, vor allem für strukturschwache Regionen; Auch eine stärkere Förderung eines zukunftsorientierten Tourismus, Schutz des natürlichen und kulturellen Erbes für und vor dem Tourismus sollte gewährleistet werden. | SPD | 7 |



| | | | |
|---|--|----------------------|---|
| Overtourism begegnen | Intelligente Lenkung von Besucherströmen sollen lokale Verbote ersetzen. | DFV | 7 |
| Overtourism begegnen | Es sollen Strategien zur Vermeidung von „Overtourism“ an besonders frequentierten Tourismusstandorten entwickelt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Tourismusförderung sollte grundsätzlich im Interessenausgleich zwischen nachhaltig sozialen und wirtschaftlichen sowie klima- bzw. umwelt- und naturschutzbezogenen Zielen gestaltet werden, dies gilt auch für Sporttourismus. | SPD; ZD 2 | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Es sollten Wettbewerbe um nachhaltige Tourismusregionen ausgeschrieben werden. | CDU/CSU | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Tourismusförderung und touristisch relevante Infrastrukturmaßnahmen sollen unter der Prämisse eines Interessenausgleiches zwischen wirtschaftlichen und klima- bzw. naturschutzbezogenen Zielen gestaltet werden. | ADAC | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Die Förderung des Tourismus ist insb. im ländlichen Raum in Einklang mit der Nachhaltigkeit in Ökologie, Ökonomie und Soziales zu bringen. | ÖTE | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Rechtliche Rahmenbedingungen der Barrierefreiheit sollten bei Existenzgründungsberatung beachtet werden. Es sollten mehr Informationen über Förder- und Vermarktungsmöglichkeiten barrierefreier Angebote gegeben werden und die barrierefreie Gestaltung von Neu- und Umbauten (bereits in Planungsphase) gewährleistet werden. | CDU/CSU | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Tourismusförderung sollte im Sinne der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung unter Berücksichtigung der nachhaltig sozialen und wirtschaftlichen sowie klima- bzw. umwelt-, naturschutz- und baukulturell bezogenen Ziele gestaltet werden. | CDU/CSU und SPD | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Der Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ sollte wieder aufgenommen werden. | CDU/CSU und SPD | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Die Weiterbildung und Ausbildung zu Nachhaltigkeit sollte gefördert werden, um dem Aufklärungsbedarf zu begegnen. | ZD 2 | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Bund und Länder sollen durch die Förderung von Kampagnen, das Sammeln von Good Practice-Beispielen und die Vernetzung der Akteure nachhaltige Destinationen und Angebote unterstützen. | DTV | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Ein staatlicher Unterstützungsfonds sollte aufgelegt werden, damit Kinder und Jugendliche unabhängig von wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Umständen bessere Teilhabemöglichkeiten beim Reisen haben. | DTV | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die Förderung von Bundeswettbewerben zur weiteren Angebotsentwicklung im nachhaltigen Tourismus soll fortgesetzt werden. Insbesondere der Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ wird wieder aufgenommen. | DTV | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Die für den Tourismus relevanten Nachhaltigkeitsförderprogramme der Bundesregierung sollen zu einem zentralen Nachhaltigkeitsprogramm gebündelt werden. | DTV | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Es soll eine jährliche Auszeichnung einer deutschen Nachhaltigkeits-Destination vorgenommen werden, ähnlich des Programms "Kulturhauptstadt Europa". | Airbnb | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Destinationen und regionale Aktivitäten mit pädagogischem Mehrwert sollen z.B. durch das BMBF in Kooperation mit der DZT gefördert und beworben werden, z. B. Bildungsreisen von Schulklassen in innerdeutsche Naturschutzgebiete, freiwilliges Ökologisches Jahr etc. | Airbnb | 7 |



| | | | |
|---|--|--|---|
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Klimafreundliche touristische Aktivitäten und soziale Tourismusangebote sollten gefördert werden. | Airbnb | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Nachhaltige Tourismusangebote sollen unter der Voraussetzung der Teilhabe aller Menschen entwickelt und gefördert werden. Dafür ist es seitens der Politik notwendig, alle Rahmenbedingungen zu gestalten und zu finanzieren, die für eine gelingende Inklusion notwendig sind. | Nationale Naturlandschaften e. V. & Verband Deutscher Naturparke e. V. | 7 |
| Umweltfreundlichen Tourismus fördern (Stichwortkatalog, exakte Zuordnung z. T. nicht möglich) | Energiewandel und Nachhaltigkeitsengagement der Wirtschaft sollten gefördert werden: Engagierte zertifizierte Unternehmen, die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsstandards über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus erfüllen, sollten dauerhaft gefördert werden. | forum andersreisen | 7 |
| Nachhaltige Tourismusförderung (siehe auch Handlungsfeld 1, Tourismusförderung) | Der vom Bundesamt für Naturschutz geförderte bestehende Praxisleitfaden für Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus soll weiterentwickelt werden. | CDU/CSU und SPD, DTV | 7 |
| Tourismus als Beitrag zur Stabilität im internationalen Umfeld nutzen (generelle Forderungen) | Der Tourismus sollte als Stabilisator in fragilen Regionen genutzt und gefördert werden. | DRV | 8 |
| Tourismus als Beitrag zur Stabilität im internationalen Umfeld nutzen (generelle Forderungen) | Die Potenziale eines nachhaltigen Tourismus zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Stabilisierung in Least Developed Countries (LDCs) sollen stärker genutzt werden. | SPD; CDU/CSU | 8 |
| Tourismus als Beitrag zur Stabilität im internationalen Umfeld nutzen | Der Tourismus sollte in Entwicklungs- und Schwellenländern gefördert werden sowie ein klarer Bezug zum Nationalen Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte hergestellt werden. | Brot für die Welt | 8 |
| Tourismus als Beitrag zur Stabilität im internationalen Umfeld nutzen | Es soll eine umfängliche Koordination der Politik stattfinden, um die Rahmenbedingungen für einen ökologisch verträglichen Tourismus zu erhalten und zu fördern sowie die wirtschaftliche Entwicklung in Zielgebieten voranzutreiben. Hierfür ist die Erstellung einer fundierten Faktengrundlage zur Outbound-Touristik sowie Bündelung von Informationen über einzelne Zielgebiete und deren Strukturen und Gegebenheiten durch Außenhandelskammern nötig. | ZD 5 | 8 |
| Tourismus als Beitrag zur Stabilität im internationalen Umfeld nutzen | Die Abhängigkeit von Destinationen gegenüber dem Tourismus soll minimiert werden (z.B. Saisonalitäten verringern und alternative Einnahmequellen vor Ort fördern). | ZD 6 | 8 |
| Schutz und Ausbau von Menschenrechten und sozialen Sicherungen | Der Schutz von Kindern und Jugendlichen, Arbeitnehmerrechte sowie gesetzliche Standards sollen gewährleistet werden. | ZD 5 | 8 |
| Schutz und Ausbau von Menschenrechten und sozialen Sicherungen | Die verbindliche Einhaltung von Arbeitnehmerrechten in der Tourismusbranche insbesondere auch in Schwellen- und Entwicklungsländern sollte stärker eingefordert werden. | SPD | 8 |
| Schutz und Ausbau von Menschenrechten und sozialen Sicherungen | Großprojekte der Tourismusbranche sollen nicht zu Zwangseignung und Vertreibung führen. | SPD | 8 |
| Schutz und Ausbau von Menschenrechten und sozialen Sicherungen | Voluntourismus, der gekennzeichnet ist durch kurze Aufenthaltsdauer, mangelnde Vor- und Nachbereitung sowie unzureichende Betreuung vor Ort, soll abgelehnt werden. | SPD | 8 |
| Einbindung der lokalen Bevölkerung in den Zielgebieten | Die lokale Bevölkerung sollte in die Entwicklung von Tourismus eingebunden werden. Auch sollen Touristen in die lokale Kultur mit eingebunden werden ohne Infrastrukturen nachhaltig zu schädigen. | ZD 5 | 8 |
| Einbindung der lokalen Bevölkerung in den Zielgebieten | Kritische Aspekte des Tourismus sollten vermittelt werden, um Transparenz zu schaffen und die Sensibilisierung sowohl von Einheimischen als auch von Reisenden gegenüber dem Tourismus voranzutreiben. | ZD 5 | 8 |



| | | | |
|--|--|--|---|
| Förderung von internationalen Tourismusprojekten | Branchenübergreifende Projekte sollen gefördert werden, um einen Beitrag zur Völkerverständigung zu leisten (z.B. Roadshows deutscher Destinationen mit Veranstaltern und Vertriebsorganisationen). | ZD 4 | 8 |
| Förderung von internationalen Tourismusprojekten | Transnationale Kooperationen sollen mit dem Ziel des Wissens- und Erfahrungsaustauschs eingegangen und gefördert werden. Zusätzlich sollten diese Kooperationen für die Bewältigung von Entwicklungen und Herausforderungen wie bspw. den Fachkräftemangel genutzt werden. | ZD 5 | 8 |
| Förderung von internationalen Tourismusprojekten | Die Qualitätsstandards sollten durch langfristige Projekte gesichert werden, um die Wertschöpfung in den Destinationen zu erhöhen. Diese sollten anhand von Monitorings und Qualitätsüberprüfungen seitens der Politik sichergestellt werden. | ZD 5 | 8 |
| Anpassung der Förderung | Die Förderkulisse in Entwicklungs- und Schwellenländern sollte an den Bedarf von Reiseveranstaltern angepasst werden. | FDP | 8 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | (Sollte generell erfolgen.) | CDU/CSU, SPD, DSTGB, DTV, DEHOGA, DRV; ZD1; ZD 2 | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Zur Bündelung von relevanten Themen und gezielter Lobbyarbeit für den Tourismus soll ein Tourismusministerium installiert werden. | ZD 2, ZD 6 | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Förderdatenbank des Bundes soll ergänzt werden sowie die Übersicht aller touristischen Förderprogramme durch die jeweiligen Länder (EU, Bund, Länder) inkl. Förderung, wie in etwa touristischer Infrastruktur und saisonverlängernder Maßnahmen, angestrebt werden. Hierzu sollte eine Übersicht über alle tourismusrelevanten Förderprogramme erarbeitet und bereitgestellt werden. | SPD, DTV, DRV, CDU/CSU, FDP, Bitkom | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Um die Zugänglichkeit zu den einzelnen Programmen zu verbessern und den Mittelabfluss zu sichern, soll durch Bund und Länder im Sinne einer Lotsenfunktion die professionelle Förderberatung sichergestellt werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Transparenz über die Fördermittel sollte deutlich erhöht werden. Umfassende, strukturierte Informationen über alle tourismusrelevanten öffentlichen Förderinstrumente von Bund, EU und Ländern sollten vollständig auf Basis der Förderdatenbank des Bundes (http://www.foerderdatenbank.de) über ein eigenständiges Tourismusförderportal bereitgestellt werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Eine allgemeine erste nationale Anlaufstelle, die Auskunft über jegliche auf das Unternehmen/die Situation passende Förderungen geben kann (für Förderungen der EU, Bund und Länder), sollte eingerichtet werden. | bdo | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die tourismusrelevanten Förderinstrumente von EU, Bund und Ländern sollen effizienter ausgestaltet werden. | CDU/CSU; ZD1 | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die EU-Förderpolitiken, GWR und GAK sollten enger verzahnt sowie die Synergieeffekte bestehender Förderprogramme besser genutzt werden, ggfs. durch die Zusammenfassung der verschiedenen Förderstellen. | BTW | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Bei der Vergabe von GWR-Mitteln (Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur) sollten v.a. langfristig wirkende, synergetische Maßnahmen berücksichtigt werden, die sowohl Lebensverhältnisse der Bewohner ländlicher Gebiete, als auch Besuchern/Touristen zugutekommen (z.B. verkehrliche Anbindung, Ausbau Radwege). | ADAC | 9 |



| | | | |
|--|--|-----------------|---|
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die finanzielle Ausstattung der Kommunen zum Ziel der Tourismusförderung soll verbessert werden. | DSTGB | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Der Einsatz zur Verbesserung der Förderberatung und Vereinfachung der Förderverfahren (v.a. bei für Tourismusentwicklung zuständigen Bundesländern) sollte verstärkt werden. | CDU/CSU und SPD | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Im gesamtdeutschen Fördersystem sollen strukturschwache Regionen mit Maßnahmen zur Unterstützung des Tourismus berücksichtigt werden. | CDU/CSU und SPD | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Bei der konkreten Ausgestaltung eines gesamtdeutschen Fördersystems für strukturschwache Regionen sollten Maßnahmen zur Unterstützung des Tourismus durch alle beteiligten Bundesressorts in allen relevanten Programmen berücksichtigt werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Der in der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ identifizierte finanzielle Mehrbedarf für ein gesamtdeutsches Fördersystem für strukturschwache Regionen soll im Bundeshaushalt gesichert werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Höherwertung der demografischen Komponente im Indikatorensystem der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) soll nicht zu einer Absenkung der förderfähigen Regionen führen. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Kofinanzierung der Bund-Länder-Mischfinanzierungsinstrumente GRW und GAK soll durch die Länder garantiert werden. Bund und Länder sollen sicherstellen, dass ausreichend Fördermittel aus den Programmen des gesamtdeutschen Fördersystems für den Klein- und Mittelstand sowie für Infrastrukturvorhaben zur Verfügung stehen und nicht durch wenige Großunternehmensförderungen aufgebraucht werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die für das Jahr 2020 vorgesehene Anhebung der Bundesmittel für die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) um 500 Mill. € soll vollständig von den Ländern kofinanziert und für die Folgejahre verstetigt werden. Damit wird dem in der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ identifizierten finanziellen Mehrbedarf für ein gesamtdeutsches Fördersystem für strukturschwache Regionen Rechnung getragen. Auf Basis der Vorjahreswerte könnten so allein bundesweit jährlich rund 300 Millionen Euro an Zuschüssen für die touristische Infrastruktur oder das touristische Gewerbe mit einem enormen Hebeleffekt für Folgeinvestitionen angestoßen werden. In den Länderprogrammen zur GRW werden die anerkannten und transparenten Qualitätssysteme verankert. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Fördermaßnahmen von nationaler Bedeutung (z.B. LNG-Terminal an den Überseehäfen an Nord- und Ostsee) sollten maßgeblich durch den Bund getragen werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Nicht abgerufene Fördermittel bei der GRW sollen für Regionalprojekte im Tourismus überjährig gebündelt werden. Darüber hinaus soll eine Übertragung nicht ausgegebener Mittel auf das Folgejahr ermöglicht werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Programme des Bundes und der Länder sollten Tourismusvorhaben sowohl infrastrukturell als auch im einzelbetrieblichen Bereich weiterhin unterstützen und darüber hinaus künftig auch einen Schwerpunkt auf touristische Innovationen legen. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Landesprogramme sollten wo notwendig bestehende Bundesprogramme sinnvoll ergänzen. | DTV | 9 |



| | | | |
|--|---|-----------------|---|
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Die Kofinanzierung der Bund-Länder-Mischfinanzierungsinstrumente soll durch die Länder garantiert werden. | DTV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Gesicherte Finanzierungsstrukturen und (wenn es nicht anders geht) ein gesetzlicher Rahmen für Bund, Länder und Kommunen zum Erhalt der Wegeinfrastruktur soll zur Verfügung gestellt werden. | DWV | 9 |
| Verzahnung und Vernetzung der touristischen Förderung von Bund und Ländern an zentraler Stelle | Im Zusammenwirken mit den Bundesländern sollte die Förderung jugend- und familientouristischer Angebote fortgesetzt und auf eine einheitliche Förderpraxis der Bundesländer für Urlaub in Familienferienstätten hingewirkt werden. | CDU/CSU und SPD | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Das aktuelle finanzielle Gesamtvolumen der Förderinstrumente für touristische Vorhaben sollte mindestens auf dem aktuellen Niveau verstetigt werden. | DTV | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Die Fortschreibung der Bundesmittel für die Städtebauförderung soll auch in den kommenden Jahren mindestens auf aktuellem Niveau verstetigt werden. | SPD | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Das Programm „Nationale Projekte des Städtebaus“ soll weitergeführt sowie die gemeinsame Städtebauförderung von Bund und Bundesländern mindestens auf dem bisherigen Niveau fortgesetzt und damit auch weiterhin in Quartieren die historische Bausubstanz und regionale Baukultur erhalten werden sowie zur Erhöhung der touristischen Attraktivität von Orts- und Stadtkernen beitragen. | CDU/CSU und SPD | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Der Erhalt und die Pflege touristischer Infrastruktur sollten als Förderkriterien verankert werden, von denen auch Einheimische profitieren sollen. | SPD | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Der Tourismus soll in der Kommission „Gleichwertige Lebensverhältnisse“ der Bundesregierung berücksichtigt werden. | DEHOGA | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Förderlücken sollen geschlossen werden. | CDU/CSU | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Ein positives Investitionsklima sollte durch vereinfachte Finanzierungen von KMUs geschaffen werden. | FDP | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Aufbewahrungsfristen von Berichten für behördliche Prüfungen sollen verringert werden. | FDP | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Es soll geprüft werden, ob der Erhalt und die Pflege touristischer Infrastrukturen sowie ökologischer, sozialer und ökonomisch nachhaltig saisonverlängernder Maßnahmen als Kriterien tourismusrelevanter Förderprogramme aufgenommen werden können. | CSU/CDU und SPD | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Die Innovationsförderung im Tourismus sollte im gesamtdeutschen Fördersystem deutlich gestärkt werden. Das Förderprogramm „LIFT“ zur Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus, mit dem der Bund innovative Modellprojekte im Tourismus im Jahr 2019 einmalig mit 1,5 Millionen Euro gefördert hat, soll verstetigt werden. Besonders kleine und mittelständische Unternehmen sollen dadurch gestärkt werden. Die Verstetigung des Programms sollte mit mindestens jährlich 50 Millionen Euro erfolgen. | DTV | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Für touristische Innovationen sollte ausreichend Wagniskapital zur Verfügung gestellt werden (beispielsweise durch ein ERP-Tourismus-Sonderprogramm). | DTV | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Der Erhalt und die Pflege touristischer Infrastruktur sowie saisonverlängerter Maßnahmen sollte als förderfähig gelten, wenn besondere strukturverbessende, qualitäts- sowie nachhaltigkeitssteigernde Effekte nachgewiesen werden können. Die Förderkriterien sollen verbessert werden und künftig auch der Erhalt und die Pflege touristischer Infrastruktur als förderfähig aufgenommen werden. | DTV | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | In Abstimmung mit den Ländern soll die GAK-Förderung "Diversifizierung" gestärkt werden, damit | DTV | 9 |



| | | | |
|---|---|--|---|
| | Anbieter mehr in den Bereichen Sanierung, Modernisierung, Erweiterung des Angebotes und Qualitätssteigerung investieren. Der bürokratische Aufwand in der Fördermittelabwicklung soll gesenkt werden. | | |
| Ausbau der Tourismusförderung | Das Programm für Überbrückungshilfen soll verlängert werden. | DEHOGA | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Das Kurzarbeitergeld soll verlängert werden. | DEHOGA | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Die Förderung des Tourismus bei der Ausgestaltung künftiger EU-Förderinstrumente soll ab 2021 gestärkt und gebündelt werden. | DEHOGA | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Die gesamte touristische Infrastruktur - ebenso wie in 2007 - 2013 - soll als förderfähiger Tatbestand in die EU-Verordnung des EFRE Förderprogramms wieder aufgenommen werden. | Ministerium für Wirtschaft, Arbeit Energie und Verkehr Saarland, CDU/CSU | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Ein Sofort-Investitionsprogramm des Bundes in touristische Radwegeinfrastruktur soll eingerichtet werden. U.a. sollte eine sichere Routenführung abseits des motorisierten Verkehrs auf breiten Radwegen, sichere Kreuzungen (Umwandlungen von Straßen in Fahrradstraßen, Pop-up-Bike-lanes, Warnhinweise etc.), eine lückenlose, einheitliche Beschilderung zur Orientierung und Lenkung der Besucher, hochwertige digitale Daten zur Ausweisung aktueller Routenverläufe, Streckenverlegungen einerseits und Tools zur Erfassung von Besucherströmen andererseits erfolgen. | ADFC | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Finanzielle Mittel zum Ausbau einer Schulungs- und Beratungsplattform für den Fahrradtourismus sollten bereitgestellt werden. | ADFC | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Eine Sofort-Förderung von Beratungspaketen für Tourismusakteure zum Radtourismus (nach dem Vorbild der BAFA-Förderung für den Reisevertrieb) soll bereitgestellt werden. | ADFC | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Eine kurzfristige finanzielle Unterstützung zum Aufbau wettbewerbsneutraler Informationsangebote für den Radtourismus sollte eingerichtet werden. | ADFC | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Eine besondere Förderung im Rahmen des Sofort-Investitionsprogramm für innovative digitale Projekte zur Lenkung von radtouristischen Besucherströmen und Entwicklung passender Planungstools soll bereitgestellt werden. | ADFC | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Mehrere Städte haben bereits eine örtliche Aufwandssteuer auf entgeltliche Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (Übernachtungs- bzw. Bettensteuer) eingeführt bzw. beabsichtigen diese einzuführen. Aus touristischer Sicht sollten die daraus resultierenden Mehreinnahmen möglichst der Tourismus- und Kulturwirtschaft zugeführt werden. | Deutscher Städtetag | 9 |
| Ausbau der Tourismusförderung | Die finanzielle Planungssicherheit für Kommunen soll unter Anbetracht der freiwilligen Aufgabe Tourismus sichergestellt werden. Hierfür sind Lösungen zu finden. | Deutscher Städtetag | 9 |
| Förderung von Innovationen im Tourismus | Haushaltstitel zur Förderung der Leistungssteigerung im Tourismusgewerbe sollte dauerhaft auf höherem Niveau verstetigt werden. | SPD | 9 |
| Förderung von Innovationen im Tourismus | Gezielte und einfache Digitalförderprogramme sollen für kleine und mittelständische Unternehmen geschaffen werden (Nach Vorbild des Digitalbonus in Bayern, welcher kleine und mittelständische Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützt). | Bitkom | 9 |
| Förderung von Innovationen im Tourismus | Digitale Konzepte und Projekte am Vorbild LIFT (Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes) sollten gefördert werden. | VIR | 9 |
| Förderung von Innovationen im Tourismus | Ein ERP-Tourismus-Sonderprogramm soll eingerichtet werden. | DTV | 9 |
| Förderung von Innovationen im Tourismus | Die Start-Up-Förderung im Tourismussektor sollte verbessert werden. (z. B. über ERP- | SPD, ZD 4 | 9 |



| | | | |
|--|---|-------------------|---|
| | Sonderprogramm); Es sollen hier auch insbesondere Frauen angesprochen und gefördert werden. | | |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Förderberatung und Hilfestellungen bei der Antragstellung (Schließung von Förderlücken) sollen eingerichtet werden. | ZD | 9 |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Zentrale Förderanlaufstellen für den Tourismus (One-Stop-Agency) sollten aufgebaut werden. Beratung und Hilfestellung bei der Antragstellung sollten umfassend und aus einer Hand erfolgen. | DTV, bdo, CDU/CSU | 9 |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Es sollen zentrale Anlaufstellen in den Ländern für Förderprogramme im Tourismus eingerichtet werden. | SPD | 9 |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Die Kofinanzierung der Bund-Länder-Mischfinanzierungsinstrumente soll durch die Länder garantiert werden. | DTV | 9 |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Die Antragsverfahren sollten generell vereinfacht werden (z.B. durch Entbürokratisierung und Digitalisierung der Antragstellung). | DTV, bdo; BVMW | 9 |
| Optimierung der Förderberatung und des Antragsverfahrens | Unnötige Bürokratie soll sowohl bei der Antragstellung als auch bei der Abrechnung abgebaut werden. Insbesondere sollte man die KMU mit Problemen bei Antragsstellungen unterstützen. | DTV, bdo, ZD 6 | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Bund und Länder sollen bei den Verhandlungen für die neue EU-Förderperiode dafür sorgen, dass der Tourismus auch weiterhin aus den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESIF) gefördert wird. Insbesondere sollte der Tourismus auch weiterhin im EFRE förderfähig sein. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die Programme der ESIF sollen so gestaltet werden, dass sowohl die Infrastrukturförderung als auch die einzelbetriebliche Förderung und Innovationen touristischer Vorhaben förderfähig sind. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Bei den ESIF sollte eine auskömmliche Mittelausstattung mindestens auf dem bisherigen Niveau sichergestellt werden. Die ESIF-Mittel sollen weiterhin allen Ländern und Regionen in Deutschland zur Verfügung gestellt werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die Reduzierung der EU-Kofinanzierungssätze auf 50% in den Übergangsregionen (bisher 85%) und 40% in den stärker entwickelten Regionen (bisher 50%) sollte durch eine Kombination mit anderen Förderprogrammen oder andere Unterstützungsmaßnahmen des Bundes und der Länder kompensiert werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Beim Übergang auf die nächste Förderperiode soll es nicht zu Förderlücken kommen. Im Falle eines verzögerten Beginns der nächsten Förderperiode sollte rechtzeitig eine Übergangsregelung auf Basis des derzeitigen Fördersystems beschlossen werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die Konzentration der EU auf das Politikziel Innovationen („Ein intelligenteres Europa - innovativer & intelligenter wirtschaftlicher Wandel“) mit mindestens 60% Anteil am Gesamtfördervolumen soll nicht zu einer Absenkung des Fördervolumens für dringend notwendige Infrastrukturförderung bzw. einzelbetriebliche Förderung führen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Vor diesem Hintergrund sollte auf der EU-Ebene eine Verankerung des Tourismus als Motor für intelligenten wirtschaftlichen Wandel erfolgen. Ggf. sollen Kompensationsmaßnahmen über nationale Programme erfolgen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die Förderung touristischer Projekte sollte angesichts des großen Investitionsbedarfs sowohl in Städten als auch in ländlichen Regionen möglich sein. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die vom EU-Parlament bei den Beratungen über den mehrjährigen Finanzrahmen vorgeschlagene neue Förderlinie für nachhaltigen Tourismus soll nicht zu | DTV | 9 |

| | | | |
|---------------------------------|---|-----|---|
| | Lasten der Tourismusförderung in den anderen ESIF-Programmen führen. | | |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Bei der Ausgestaltung der EU-Förderinstrumente in der kommenden EU-Förderperiode sollten die Fördermöglichkeiten für den Tourismus insgesamt vereinfacht, gebündelt und verstärkt werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Es soll zu deutlichen Normreduzierungen bei Durchführungsverordnungen, Delegierten Verordnungen und Leitlinien sowie zu deutlichen Verfahrenserleichterungen und Beschleunigungen bei Anträgen und Abrechnungen von EU-Fördermitteln kommen, um den Zugang und die Attraktivität der Förderprogramme zu erhalten. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Für Regionen mit besonderem strukturellem Anpassungsbedarf, besonderer Lage oder besonderer wirtschaftlicher Strukturschwäche (Kohleausstieg, Demografischer Wandel, Grenzregionen) sollten die ESIF die nationalen Maßnahmen sinnvoll ergänzen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die Länder sollten die künftige EU-Förderung des Tourismus sichern und dazu zeitnah regionale Innovationsstrategien zur Vorbereitung auf die Erarbeitung der Operationellen Programme entwickeln und den Tourismus als Motor der Regionalentwicklung und zur Stärkung der ländlichen Räume einbinden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Die drohende deutliche Absenkung der Fördermittel für den Tourismus aus den Europäischen Struktur- und Investitionsfonds soll durch das gesamtdeutsche Fördersystem für strukturschwache Regionen kompensiert werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Bund und Länder sollten sich gemeinsam auf Leistungsindikatoren für die Messbarkeit des Erfolgs der EU-Tourismusförderung einigen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Bund und Länder sollten sich wegen der mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Corona-Krise auf der EU-Ebene für einen „EU-Sonderfonds Tourismus“ einsetzen, der die nationalen Soforthilfeprogramme durch nicht rückzahlbare Zuschüsse auch der EU für existenzbedrohte Tourismusakteure flankiert. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Im Mehrjährigen Finanzrahmen (MFR) sollte ein eigenständiges Tourismus-Budget für Investitionen in betriebliche und kommunale Infrastruktur und zum Marktanreiz verankert werden. Hierzu sollen die Förderinstrumente der europäischen Strukturfonds neu gebündelt und mit einer klaren Zuweisung an den Tourismus versehen werden, um so seine Bedeutung für die Wertschöpfung und Wirtschaftskraft in ländlichen Regionen und Städten zu unterstreichen und noch zielgerichteter touristische Fördermaßnahmen zu ermöglichen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Mit der Auflage eines EU-Sonderprogramms für Städtetourismus und für die Förderung der Stadt-Umland-Beziehungen soll der besonderen Situation der Ballungsräume Rechnung getragen werden. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Statt der geplanten Absenkung sollten die bisherigen EU-Kofinanzierungssätze von 85% in den Übergangsregionen und 50% in den stärker entwickelten Regionen beibehalten werden, um den Folgen der Corona-Krise durch zielgerichtete und nachhaltige Investitionen zu begegnen. | DTV | 9 |
| Tourismusförderung auf EU-Ebene | Auf EU-Ebene sollte die übergangsweise Aussetzung des Beihilferechts durch Anwendung des Artikels 107 (2) b) des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEV), wonach „Beihilfen zur Beseitigung von Schäden, die durch Naturkatastrophen oder sonstige außergewöhnliche Ereignisse entstanden sind“, mit dem Binnenmarkt vereinbar sind, aufgrund der Coronakrise weiterhin bestehen bleiben. Darüber hinaus soll eine Aufnahme des Tourismus in die Allgemeine Gruppenfreistellungsverordnung erfolgen. | DTV | 9 |



| | | | |
|--|--|--|---|
| Rechtliche Forderungen | Der Ferienkorridor der Bundesländer sollte auf 90 Tage angehoben werden für die bessere Verteilung von Touristen, Vermeidung von Staus etc. | DRV | 9 |
| Rechtliche Forderungen | Die Kultusministerkonferenz (KMK) soll bei der anstehenden Festlegung der Sommerferientermine bis 2031 den vorhandenen Spielraum von 90 Tagen ausschöpfen. Alle Bundesländer sollten am rollierenden System teilnehmen. | DTV | 9 |
| Rechtliche Forderungen | Die Gesetzesfolgeabschätzung und -evaluierung sollte unter Einbeziehung der Stakeholder auf nationaler und europäischer Ebene erfolgen. Der Vorgang bei Thematik "Margenbesteuerung" sollte als negatives Beispiel dienen. | BVDIU | 9 |
| Ordnungspolitische Forderungen | Die Feiertage bzw. Ferientage in Deutschland sollen zur Steigerung der Wertschöpfung erhöht werden. Die Ferienzeiträume sollten zur besseren Auslastung der vorhandenen Kapazitäten insgesamt neu gedacht werden. | ZD 1 | 9 |
| Ordnungspolitische Forderungen | Die Schulferien sollen entzerrt werden. | DSTGB, ZD 4 | 9 |
| Sicherung der kommunalen Leistungserbringung im Tourismus nach EU-Wettbewerbsrecht | Die Voraussetzungen einer verlässlichen Finanzierung auf Europäischer Ebene soll geklärt werden; Die Tourismusfinanzierung sollte in die Allgemeine Gruppenfreistellungsverordnung (AGVO) aufgenommen werden. | DSTGB | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Die Zusammenarbeit im Kontext des Tourismus soll gestärkt werden. | DEHOGA, DTV, BTW, SPD, DFV, CDU/CSU, SPD, Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Energie und Technologie | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Allgemein soll die Koordinierung zwischen Bund und Ländern über den Bund-Länder-Ausschuss intensiviert werden; Die Regelmäßigkeit des Bund-Länder-Ausschusses soll gestärkt werden - eine gegenseitige Unterrichtung und vermehrte Übernahme von Koordinierungsaufgaben soll erfolgen. | DTV, SPD, Bayerische Staatsminister für Wirtschaft, Energie und Technologie, BTW | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Die Koordination soll sowohl auf horizontaler Ebene der Ressorts als auch auf vertikaler Ebene zwischen Bund, Ländern, Kreisen und Kommunen intensiviert werden. | DTV; ZD1 | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Die Koordinierung der Tourismuspolitik sowie tourismusrelevanter Vorhaben zwischen den Bundesressorts sollen verstärkt werden. Dafür sollte auch ein Staatssekretärsausschuss zur Koordinierung der tourismuspolitischen Aktivitäten innerhalb der Bundesregierung eingerichtet werden. | CDU/CSU und SPD, DTV, SPD, ADAC, DIHK | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Eine interministerielle Arbeitsgruppe sollte zur proaktiven Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie über einen ständigen Staatssekretärsausschuss hinaus eingerichtet werden. | DTV; DFV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Interministerielle Gesprächsrunden für den Tourismus sollen auf oberer Ebene, d.h. im Rahmen eines Staatssekretärsausschuss, stattfinden. | ZD 6 | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Der Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundeswirtschaftsministerium soll durch Vertreter des Individualtourismus erweitert und zu einer Nationalen Task Force aufgewertet werden. Diese Task Force sollte die Steuerung und Abstimmung zwischen Tourismus und Politik übernehmen und für einen kontinuierlichen Informationsaustausch sorgen, mit dem Ziel, politischen Entscheidungen zu aktuellen Fragestellungen und Entwicklungen im Tourismus ein tragfähiges Fundament zu liefern. | DTV | 9 |



| | | | |
|--|--|----------------------|---|
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Das Kompetenzzentrum Tourismus sollte evaluiert werden. Die Struktur zur Abwicklung tourismusnaher Fördermaßnahmen soll weiterentwickelt werden. | DTV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Von Bund und Ländern soll eine gemeinsam getragene Einrichtung zur Beobachtung und Analyse wirtschaftlicher, technischer und gesellschaftlicher Entwicklungen im Tourismus eingerichtet werden. | DTV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes sollte, als eine von Bund und Ländern gemeinsam getragene Einrichtung, zu einem "Nationalen Tourismus-Innovations- und Zukunftszentrum" weiterentwickelt werden. | DTV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Eine auskömmliche Finanzausstattung der Städte und Gemeinden soll durch Bund und Länder mittels einer gerechten Steueraufteilung dauerhaft gesichert und verbessert sowie durch zeitgemäße Regelungen in den Finanzausgleichs- und Kommunalabgabegesetzen flankiert werden. Die Herausforderungen der Tourismusfinanzierung als freiwillige Aufgabe in den Kommunen ist enorm. | DTV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Es soll eine intelligentere und effizientere Abstimmung von regionalen Aktivitäten erfolgen. Hierzu braucht es eine Neujustierung der Arbeitsteilung, eine bessere Einbindung und Unterstützung regionaler und lokaler Akteure in der Umsetzung übergeordneter Prozesse sowie die Aufhebung der Grenzen von Zuständigkeiten und Verwaltungseinheiten. | ZD 1 | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Die Koordination der Tourismuspolitik sowie tourismusrelevanter Vorhaben von Bund und Bundesländern sollte über die jeweiligen Bund-Länder-Ausschüsse intensiviert werden. | CDU/CSU und SPD | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Ein dauerhafter Austausch zwischen den Ministerien soll gewährleistet werden, in dem Querschnittsbelange vor allem der naturraumbezogenen Aktivtourismusarten eine Abstimmung erhalten. Wandern ist nachhaltiger Tourismus. Diesen zu sichern heißt, querschnittsorientiert zu handeln. | DWV | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Der vom Tourismusbeauftragten der Bundesregierung angekündigte Staatssekretärsausschuss soll so schnell wie möglich konstituiert und als Planungsgremium bis zur Verabschiedung der Nationalen Tourismusstrategie eingesetzt werden. | Bündnis90/Die Grünen | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Der zuständige Ausschuss für Tourismus soll in den Prozess der Erarbeitung der Aktionspläne einbezogen werden. | Bündnis90/Die Grünen | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Die Bundesregierung sollte den zuständigen Bund-Länder-Ausschuss Tourismus für die nötigen Abstimmungen als Koordinationsgremium regelmäßig einberufen. | Bündnis90/Die Grünen | 9 |
| Bündelung der Zusammenarbeit Bund, Länder, Kommunen in Legislative und Exekutive | Regionale Planungsforen im Sinne von Runden Tischen oder Regionalkonferenzen sollen zur Ausarbeitung der Aktionspläne eingesetzt werden, an denen sowohl Vertreterinnen und Vertreter der Branche als auch der entsprechenden Regionalpolitik teilnehmen. | Bündnis90/Die Grünen | 9 |
| Personelle Stärkung des Referates Tourismuspolitik im BMWi | Es sollte eine Kompetenzausweitung des Referats Tourismus sowie eine personelle Aufstockung erfolgen. | DTV, SPD, BTW | 9 |
| Personelle Stärkung des Referates Tourismuspolitik im BMWi | Das Referat für Tourismus im Bundeswirtschaftsministerium sollte personell substanziell aufgestockt und gestärkt werden, um der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Deutschland gerecht zu werden. | DTV | 9 |
| Aufwertung des Amt des Tourismusbeauftragten | Die Aktivitäten sollen über den Tourismusbeauftragten der Bundesregierung gestärkt werden, der sich als Parlamentarischer Staatssekretär vorrangig dem Bereich Tourismuspolitik widmen soll. | BTW | 9 |



| | | | |
|--|---|----------|---|
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Die Akteure im Tourismus in den Gremien für Tourismuspolitik auf Bundes-, Landes- und Kommunalebene (u. a. im Beirat des Kompetenzzentrums für Tourismus beim Bund sowie als Sachverständige bei Gesetzgebungsprozessen) sollen sich stärker beteiligen. | SPD | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Möglicher Überschneidungen zwischen dem BMWi-Tourismusbeirat und dem Beirat beim Kompetenzzentrum für Tourismus beim Bund sollen aufgelöst werden; Die Überschneidung von Tourismusgremien auf Bundesebene soll vermieden werden. | DTV; SPD | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Die Koordination der Tourismuspolitik und Förderprogramme sollen verbessert werden - konterkarierende Effekte sollen vermieden & Synergieeffekte genutzt werden. | BTW | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Die Agilität in touristischen Strukturen soll hinsichtlich Vergabeanforderungen, Fehlertoleranz in öffentlichen Projekten sowie bei der Entwicklung zu mehr Agilität in der Zusammenarbeit optimiert, gefördert und gestärkt werden. | ZD 1 | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Der Beirat für Fragen des Tourismus beim BMWi soll gestärkt werden. Die Möglichkeit für Gutachten und Stellungnahmen soll gegeben werden. | DTV | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Das Zusammenspiel des Bundes mit den Mitgliederorganisationen, der LMO's, dem Verband der Incoming-Unternehmen und den DMCs soll erfolgen. Die Erfahrungen in der Corona-Krise haben die enorme Bedeutung der Einbeziehung der Kompetenzen der unterschiedlichsten Akteure in die politischen Entscheidungs- und Gestaltungsprozesse gezeigt. | BVDIU | 9 |
| Generelle Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus-wirtschaft | Eine verbindliche und einheitliche COVID-19-Rechtssetzung für alle Bundesländer soll koordiniert und optimiert werden. | DEHOGA | 9 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Die Auswirkungen von staatlichen Maßnahmen (z. B. im Umwelt-, Verbraucher, Arbeitsschutz etc.) als Kosten-Nutzen-Analyse für das Gesamtsystem Tourismus und die Auswirkung auf Teilbranchen soll untersucht werden. | BTW | 9 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Andere "Geschäftsbereiche" sollten bei der Lösung von Problemen (z. B. Verbraucherschutz und Finanzpolitik) eingebunden werden. | DRV | 9 |
| Evidenzbasierte Tourismus- und Wirtschaftspolitik | Gesetzlichen Regelungen sollen noch vor Gesetzgebung mit der Tourismuswirtschaft kurzfristig evaluiert werden; Das Monitoring von Gesetzgebungsprozessen auf Bundes- und Landesebene soll eingerichtet werden. Der Austausch mit betroffenen Verbänden soll angeregt werden. Gesetzliche Regelungen sollten auf ihre Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft überprüft werden. | DFV, DRV | 9 |
| Stärkung des Individual-Tourismus | Der Individualtourismus und Ferienhausmarkt sollte in der tourismuspolitischen Arbeit (gemäß seiner Größe) stärker berücksichtigt werden. | DFV | 9 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Mobilitätsmanagement in städtischen Destinationen und in den Tourismusregionen sollen sowohl ressort- als auch verwaltungsgrenzenübergreifend gestaltet werden. | ZD 3 | 9 |
| Ausbau und Optimierung von Infrastruktur (generelle Ziele) | Die interministerielle Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Verkehr sollte weiter vorangetrieben werden. | ZD 6 | 9 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Fahrradtourismus ist eine Querschnittsaufgabe und soll auf Bundes- und Landesebene ressortübergreifend gedacht und geplant werden. Fahrradtourismus sollte daher ein fester Bestandteil (inter-)ministerieller Arbeitsgruppen werden. | ADFC | 9 |



| | | | |
|--|--|--------------------|---|
| Ausbau von Freizeitwegen (Fahrrad) | Permanente Fördermöglichkeiten für bundesland-übergreifende radtouristische Projekte sollten geschaffen werden. | ADFC | 9 |
| Ausbau von Freizeitwegen (Rad+Wandern) | Die Infrastruktur für Rad- und Wandertourismus mit zentraler bundespolitischer Verantwortung in einem Ressort (z. B. BMVI) sowie die bundespolitische Förderung sollte ganzheitlich ausgebaut werden. | ÖTE, DWV | 9 |
| Allgemeine rechtliche Rahmenbedingungen | Die landes- und kreisgrenzenüberschreitende Gestaltung der Mobilitätsangebote soll verstärkt werden. | ZD 3 | 9 |
| Integrierte Verkehrsplanung und multimodale Verkehrskonzepte | Landkreis- bzw. destinationsübergreifende Mobilitätsangebote sollen entwickelt werden. | SPD | 9 |
| Fördermittel Mobilität | Die digitale Beantragung von Fördermitteln im Bereich Mobilität soll vereinfacht werden. | ZD 3 | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Beim Mittelfristigen Finanzrahmen der EU und der Ausgestaltung der EU-Förderinstrumente in der kommenden EU-Förderperiode ab dem Jahr 2021 sollen die Fördermöglichkeiten für den Tourismus vereinfacht, gebündelt und verstärkt werden. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | In der GRW sollen überregionale und landesübergreifende Kooperationen bei tourismusnahen Infrastrukturmaßnahmen gestärkt werden. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | In den vom Strukturwandel besonders betroffenen Kohleregionen sollen von Bund und Ländern Masterpläne zur touristischen Entwicklung verabredet werden. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Die einzelbetriebliche Tourismusförderung im ländlichen Raum in der GAK soll gestärkt werden. Künftig sollten auch Erweiterungsinvestitionen möglich gemacht werden. Darüber hinaus soll die Begrenzung auf 25 Gästebetten bei der Förderung von Investitionen im Bereich „Urlaub auf dem Bauernhof“ entfallen. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Die zusätzliche Bereitstellung von Mitteln im Rahmen des Sonderrahmenplans „Ländliche Entwicklung“ 2019 – 2021 soll verstetigt werden. Bei der Fortentwicklung sollte insbesondere die Förderung von Kleinstunternehmen des Gastgewerbes sowie gewerbliche Anbieter im Bereich „Urlaub auf dem Bauernhof“ besser berücksichtigt werden. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Bei der Ausgestaltung der Agrotourismusförderung in der neuen Förderperiode ab 2021 sollte die unverzichtbare qualitative Bedeutung agrartouristischer Betriebe berücksichtigt werden. | DTV | 9 |
| Förderung der ländlichen Räume durch politische Rahmenbedingungen (generelle Forderungen) | Synergieeffekte zwischen Förderung ländlicher Räume und der Tourismusförderung sollten genutzt werden. Das geplante Programm sollte z. B. durch Förderung der Mobilität in ländlichen Räumen oder die Kommission zur Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse berücksichtigt werden; Gleichwertige Lebensverhältnisse sollen hergestellt werden; Dabei sollten anerkannte Qualitätssysteme besonders berücksichtigt werden. | ADAC; SPD, CSU/CDU | 9 |
| Ausbau von Infrastruktur und Wirtschaft im Sinne der Nachhaltigkeit (siehe auch Handlungsfeld 7) | Kindergarten- und Schulfahrten mit Förderung von Kindern aus einkommensschwachen Familien sollten bundesweit gefördert werden. | DIE LINKE | 9 |
| Förderung von internationalen Tourismusprojekten | Die Abstimmung mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sollte festgeschrieben werden. | Brot für die Welt | 9 |



Literaturverzeichnis

- ADV. (2020a). Entwicklung des Passagierverkehrs. Berlin. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.adv.aero/wp-content/uploads/2015/11/ADV-Verkehrsentwicklung-Juni-2020.pdf>
- ADV. (2020b). Pressemitteilung. Berlin. Abgerufen am 07. August 2020 von <https://www.adv.aero/adv-flughaefen-erholen-sich-nur-langsam-wegfall-tausender-arbeitsplaetze-durch-kurzarbeit-begrenzen/>
- BDL. (2020a). Pressemitteilung. Berlin: BDL. Abgerufen am 06. August 2020 von <https://www.bdl.aero/de/presse/pressemitteilungen/luftverkehrsangebot-im-juli-verdoppelt-sich-gegenueber-juni/>
- BDL. (2020b). Passagierluftverkehr läuft nur sehr langsam wieder an. Reisebeschränkungen blockieren weiterhin fast 70 Prozent des Luftverkehrs. Abgerufen am 12. August 2020 von <https://www.bdl.aero/de/presse/pressemitteilungen/passagierluftverkehr-laeuft-nur-sehr-langsam-wieder-an-reisebeschraenkungen-blockieren-weiterhin-fast-70-prozent-des-luftverkehrs/>
- BDL. (o.J.). Luftfahrt sichert mehr als 800.000 Arbeitsplätze. Berlin. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.bdl.aero/de/themen-positionen/bedeutung-des-luftverkehrs/luftfahrt-sichert-mehr-als-800-000-arbeitsplaetze-in-deutschland/>
- Berliner Zeitung. (2020). Insolvenzmeldung. Berlin. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.berliner-zeitung.de/news/erste-deutsche-kreuzfahrt-marke-insolvent-alle-reisen-abgesagt-li.94294>
- BMI. (2019). Maßnahmen der Bundesregierung zur Umsetzung der Ergebnisse der Kommission "Gleichwertige Lebensverhältnisse" .
- BMVI. (2019). Mobilität in Deutschland (MiD). Abgerufen am 25. Dezember 2019 von <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/mobilitaet-in-deutschland.html>.
- BMVI. (2020). Masterplan Schienenverkehr. Abgerufen am 29. September 2020 von https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Anlage/E/masterplan-schienenverkehr.pdf?__blob=publicationFile
- BMWi. (2014). Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus. Abgerufen am 27. September 2020 von https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/zukunftsprojekt-kinder-und-jugendtourismus.pdf?__blob=publicationFile&v=5
- BMWi. (2017a). Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung. 18. Legislaturperiode. Berlin.
- BMWi. (2017b). Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland.
- BMWi. (2018a). Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland. Berlin. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von



https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland.pdf?__blob=publicationFile&v=3

- BMWi. (2018b). Bruttowertschöpfung in Deutschland 2018: Anteil der verschiedenen Sektoren. Abgerufen am 26. Oktober 2020 von <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/Industriestrategie%202030/Module/bruttowertschoepfung-in-deutschland.html>
- BMWi. (2019). Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie. Berlin.
- BMWi. (2020). Barrierefreiheit. Abgerufen am 15. September 2020 von <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Tourismus/tourismuspolitik-schwerpunkte-barrierefreiheit.html>
- BTW. (2015). Entwicklungsfaktor Tourismus - Studie zum Beitrag des Tourismus zur regionalen Entwicklung und lokalen Wertschöpfung in Entwicklungs- und Schwellenländern.
- BTW. (2020). Pressemitteilung. Berlin: BTW. Abgerufen am 11. August 2020 von <http://www.btw.de/presse-publikationen/pressemitteilungen/1004-12-millionen-arbeitsplaetze-in-der-tourismusswirtschaft-sind-akut-gefaehrdet-schnelle-und-unbuerokratische-beihilfen-notwendig.html>
- Bundesregierung. (2020). Unterstützung für Tourismus und Kulturbranche. Berlin: Bundesregierung. Abgerufen am 10. August 2020 von <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/gutschein-statt-erstattung-1738860>
- CDC. (2020). No Sail Order extended. USA: CDC. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.cdc.gov/media/releases/2020/s0716-cruise-ship-no-sail-order.html#:~:text=The%20Centers%20for%20Disease%20Control,waters%20subject%20to%20U.S.%20jurisdiction.>
- CIVD. (2020). Run auf Reisemobile und Cravans. Abgerufen am 04. August 2020 von www.civd.de/news/run-auf-reisemobile-und-caravans/
- DEHOGA Bundesverband. (2020a). Das Gastgewerbe kämpft ums Überleben - PM 20/25. Abgerufen am 18. August 2020 von https://www.dehoga-corona.de/fileadmin/user_upload/PM_20_25_Aktuelle_DEHOGA-Umfrage_-_Das_Gastgewerbe_kaempft_ums_Ueberleben.pdf
- DEHOGA Bundesverband. (2020b). DEHOGA zieht Corona-Zwischenbilanz - Gastgewerbe weiterhin in großer Not. Abgerufen am 27. Oktober 2020 von https://www.dehoga-bundesverband.de/presse-news/pressemitteilungen/detail/news/dehoga-pm-2027-dehoga-zieht-corona-zwischenbilanz-gastgewerbe-weiterhin-in-grosser-not/?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=156d8a2867f2531e4f
- DESTATIS. (2020a). Zahlen zur COVID-19-Pandemie. Abgerufen am 11. August 2020 von https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Corona/Downloads/dossier-covid-19.pdf?__blob=publicationFile

- DESTATIS. (2020b). Reiseanbieter: 23 % weniger Umsatz im 1. Quartal 2020 gegenüber dem Vorquartal. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt. Abgerufen am 10. August 2020 von https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/06/PD20_N028_474.htm
- DESTATIS. (2020c). Gästeübernachtungen August 2020. Abgerufen am 08. Oktober 2020 von https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/10/PD20_393_45412.html;jsessionid=FAE322EFD82A68F6922FB1B8A053F830.internet8731
- Destinet. (2020a). ReisePuls Deutschland 2020: Bayern vor MV und dem echten Norden, aber ... Abgerufen am 07. August 2020 von <https://www.destinet.de/reisepuls-deutschland/8154-reisepuls-deutschland-2020-bayern-vor-mv-und-dem-echten-norden,-aber>
- Destinet. (2020b). Zurück zur Natur: Corona beschert Nationalpark Schwarzwald Besucherrekorde - und neue Konflikte. Abgerufen am 13. August 2020 von <https://www.destinet.de/meldungen/themen-leistungstraeger/natur-aktivtourismus/8367-zur%C3%BCck-zur-natur-corona-beschert-nationalpark-schwarzwald-besucherrekorde-und-neue-konflikte>
- Destinet. (2020c). ReisePuls Deutschland 2020: Ferienwohnungen und Hotels sind Favoriten. Abgerufen am 07. August 2020 von <https://www.destinet.de/reisepuls-deutschland/8179-reisepuls-deutschland-2020-ferienwohnungen-und-hotels-sind-favoriten>
- Deutscher Bundestag. (2018). Wissenschaftliche Dienste; Neue Formen demokratischer Beteiligung von Bürgern.
- DFKI. (2020). Industrie 4.0. Abgerufen am 5. Januar 2020 von <https://www.dfki.de/web/technologien-anwendungen/anwendungsfelder/industrie-40/>
- DHV. (2020). *Jahresbericht 2019*. Abgerufen am 13. August 2020 von https://www.deutscher-heilbaederverband.de/fileadmin/user_upload/themen/PDF-Dateien/geschaeftsberichte/DHV_Jahresbericht_2019.pdf
- DIHK. (2019a). DIHK-Saisonumfrage Tourismus Frühjahr / Sommer 2019. Abgerufen am 1. September 2019 von <https://www.dihk.de/resource/blob/10282/3089df1c4c9057ad96f214d928fde69e/dihk-tourismusreport-1-hj-2019-data.pdf>
- DIHK. (2019b). DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2019. Berlin.
- Dr. Fried & Partner. (2020). Der Touristische Vertriebsklima-Index - Juli 2020. Abgerufen am 12. August 2020 von <https://www.fried-partner.de/2020/07/21/der-touristische-vertriebsklima-index-juli-2020/>
- DRV. (2019). Der Deutsche Reisemarkt - Zahlen und Fakten 2018.
- DRV. (2020a). Der Deutsche Reisemarkt - Zahlen und Fakten 2019.



- DRV. (2020b). Überbrückungshilfen sichern das Überleben von Reisebüros und Reiseveranstaltern. Abgerufen am 16. Oktober 2020 von <https://www.driv.de/newsroom/detail/ueberbrueckungshilfen-sichern-das-ueberleben-von-reisebueros-und-reiseveranstaltern.html>
- DRV. (2020c). Maßnahmen aus Konjunkturpaket für Ausbildungsbetriebe reichen nicht aus - DRV-Umfrage zeigt dramatische Lage in den Betrieben / Fachkräftemangel in der Branche droht sich zu verschärfen. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von <https://www.driv.de/newsroom/detail/massnahmen-aus-konjunkturpaket-fuer-ausbildungsbetriebe-reichen-nicht-aus.html>
- DRV. (2020d). Dramatischer Umsatzeinbruch von rund 80 Prozent in der Reisewirtschaft. Abgerufen am 02. November 2020 von <https://www.driv.de/anzeigen/txnews/dramatischer-umsatzeinbruch-von-rund-80-prozent-in-der-reisewirtschaft.html>
- dwif. (2019a). dwif-Tagesreisenmonitor 2019.
- dwif. (2019b). Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2019.
- dwif. (2020a). dwif-Corona-Kompass. Abgerufen am 28. Juli 2020 von <https://www.dwif.de/news-events/corona-kompass.html>
- dwif. (2020b). Tagesreiseverhalten der Deutschen in Zeiten der Corona-Krise: Aktuelle Daten & Fakten. Abgerufen am 30. Juli 2020 von <https://www.dwif.de/news/item/corona-kompass-tagesreisenmonitor-halbjahr.html>
- DZT. (2015). DZT-Prognose 2030 für das Deutschland-Incoming - Chancen für Wachstum erkennen! Abgerufen am 13. Juli 2020 von https://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Prognose_2030_836x297_DE_Screen.pdf
- DZT. (2020a). Zahlen Daten Fakten 2019. Abgerufen am 6. Oktober 2020 von https://www.germany.travel/media/pdf/dzt_marktforschung/DZT_ZahlenFlyer_Mai2020_DE.pdf
- DZT. (2020b). Corona dämpft deutschen Incoming-Tourismus längerfristig. Abgerufen am 09. Februar 2021 von https://www.germany.travel/media/content/presse/de/2020_pm_de/PM__DZT_Studie_TE_Oktober.pdf
- Eisenstein, B. (2020). Vortrag im Rahmen des Zukunftsdialogs zum Aktionsplan, Strategisches Ziel 4.
- EITW. (2020). Auswirkungen des Corona-Virus auf den deutschen Veranstaltungsmarkt: Anbieter-Befragungen & Szenarien-Modelle. Abgerufen am 09. August 2020 von <https://gcb.de/de/download-anfordern.html?sdHash=a2f6fa92be57c946150c7bf93f911fea0d16909f>
- Europäische Kommission. (2020). Single European Sky: for a more sustainable and resilient air traffic management. Abgerufen am 22. September 2020 von



https://ec.europa.eu/transport/modes/air/news/2020-09-22-ses-more-sustainable-and-resilient-air-traffic-management_en

- FAZ. (2020). Deutsche Bahn in Corona-Krise. Frankfurt: FAZ. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/deutsche-bahn-in-corona-krise-so-puenktlich-wie-lange-nicht-16857211.html>
- FUR. (2020). Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Reiseanalyse 2020.
- FUR; IMT; NIT. (2019). RA Reiseanalyse Business - Erste Ergebnisse zu den Übernachtungsgeschäftsreisen der Deutschen 2019.
- fww. (2020a). Geschäftsreise-Minus schadet Deutschland massiv. Abgerufen am 14. Oktober 2020 von <https://www.fww.de/biztravel/news/deutsche-zentrale-fuer-tourismus-geschaeftrisemarkt-aendert-sich-grundlegend-211449>
- fww. (2020b). Überbrückungshilfen Reisebüros. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von <https://www.fww.de/reisevertrieb/news/200-faelle-ausgewertet-so-viel-ueberbrueckungshilfe-kassierten-reisebueros-im-schnitt-212472>
- fww. (2020c). 325.900 Minijobs im Gastgewerbe verloren. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von <https://www.fww.de/destination/news/pandemie-folgen-325.900-minijobs-im-deutschen-gastgewerbe-verloren-212126>
- fww. (2020d). Die Europäer wollen trotz Corona verreisen. Abgerufen am 09. Februar 2021 von <https://www.fww.de/touristik/destination/etc-umfrage-die-europaeer-wollen-trotz-corona-verreisen-213498>
- GCB. (2020). Meeting- und Eventbarometer Deutschland 2019/2020. Abgerufen am 23. Juli 2020 von https://gcb.de/fileadmin/GCB/Information/Trends_and_Studies/MeBa/MEBa_ManagementInfo_2020.pdf
- GfK SE. (2020). GfK DestinationMonitor Deutschland 2019.
- Handelsblatt. (2020a). Streitfall Jobabbau: Lufthansa streicht nach historischem Verlust 22.000 Vollzeitstellen. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/dienstleister/alarmierende-quartalszahlen-streitfall-jobabbau-lufthansa-streicht-nach-historischem-verlust-22-000-vollzeitstellen/26070954.html>
- Handelsblatt. (2020b). Booking steicht jeden vierten Job. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/dienstleister/buchungsplattform-booking-com-streicht-jeden-vierten-job/26065222.html?ticket=ST-4051746-hO7riTeylpC6SFbdctuY-ap3>
- Hessischer Heilbäderverband. (2020). Dramatische Folgen der Corona-Pandemie für die Heilbäder und Kurorte in Hessen. Abgerufen am 14. Oktober 2020 von <https://www.hessische-heilbaeder.de/pressemitteilungen/dramatische-folgen-der-corona-pandemie-fuer-die-heilbaeder-und-kurorte>
- ICCA. (2020). Statistics Report 2019 - Country & City Rankings - Public Abstract.



- ifo. (2020a). ifo Institut: Unternehmen planen auch nach Corona weniger Dienstreisen. Abgerufen am 23. Juli 2020 von www.ifo.de/node/56292
- ifo. (2020b). ifo Institut: Kurzarbeit sinkt weiter langsam. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von <https://www.ifo.de/node/57756>
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. (2019). Tourismus 2030. Abgerufen am 18. September 2020 von https://www.kompetenzzentrum-tourismus.de/images/aktuelles/Tourismus2030_Web.pdf
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. (2020). Recovery-Check #3: Die Vitalisierung des Tourismus hat begonnen. Abgerufen am 28. Juli 2020 von <https://www.kompetenzzentrum-tourismus.de/wissen/insights/388-recovery-check-3-die-vitalisierung-des-tourismus-hat-begonnen>
- Mayer-Bonde, C. (2018). Zur Arbeitsplatzperspektive und zum Arbeitskräftepotential syrischer Flüchtlinge und Einwanderer in Hotellerie und Gastronomie. (T. Ehlen, & K. Scherhag, Hrsg.) *Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie, Schriften zu Tourismus und Freizeit*, 22, S. 301-314.
- Mayer-Bonde, C. (2020). Vortrag im Rahmen des Zukunftsdialogs zum Aktionsplan, Strategisches Ziel 2.
- NIT. (2019). Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung Grundlagenstudie auf Basis von Daten der Reiseanalyse 2019. Abgerufen am 30. September 2020 von https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um18_16_502_nachhaltigkeit_reiseanalyse_2019_bf.pdf
- RKI. (2020). Die Pandemie in Deutschland in den nächsten Monaten - Ziele, Schwerpunktthemen und Instrumente für den Infektionsschutz. Strategie-Ergänzung, Stand 13.10.2020. Abgerufen am 13. Oktober 2020 von https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Strategie_Ergaenzung_Covid.html
- Statista. (2020a). Wohin soll Ihre erste Reise nach Ende der Corona-Reisebeschränkungen gehen? Abgerufen am 06. August 2020 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1131786/umfrage/vergleich-der-reiseziele-vor-der-corona-krise-zum-april-und-mai-2020/#professional>
- Statista. (2020b). Anzahl der durch die Coronavirus (COVID-19) verschobenen und abgesagten Messen in Deutschland im Jahr 2020. Abgerufen am 10. August 2020 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1105238/umfrage/status-der-messen-coronavirus-deutschland/>
- Statista. (2020c). Kreuzfahrt-Industrie erleidet Schiffbruch. Abgerufen am 17. Oktober 2020 von <https://de.statista.com/infografik/22556/umsatz-der-groessten-kreuzfahrt-reedereien/>
- Statista. (2020d). Anzahl der Geschäftsreisen seit 2004. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72112/umfrage/anzahl-der-geschaeftsreisen-seit->



- WiWo. (2020). Kurzarbeit Betroffene. Abgerufen am 11. August 2020 von <https://www.wiwo.de/blick-hinter-die-zahlen/blick-hinter-die-zahlen-14-kurzarbeit-10-millionen-deutsche-in-kurzarbeit-wer-betroffen-ist/25776426.html>
- Wochenblatt. (2020). „Viele Kurorte kämpfen ums Überleben“. Abgerufen am 14. Oktober 2020 von <https://www.wochenblatt.de/gesundheit/kelheim/artikel/337117/viele-kurorte-kaempfen-ums-ueberleben>
- World Economic Forum. (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.
- YOURCAREERGROUP. (2020). So steuert das Gastgewerbe durch die Corona Krise - Exklusive Ergebnisse der aktuellen Studie zu zentralen Fragen rund um die Arbeitswelt in Zeiten von COVID-19. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.hotelcareer.de/download/1/DE_Studie_So_steuert_das_Gastgewerbe_durch_die_Corona_Krise.pdf