

## **Stellungnahme zu den Tourismuspolitischen Leitlinien der Bundesregierung**

Verfasser: Prof. Dr. Mathias Feige, Geschäftsführer dwif-Consulting GmbH, Berlin  
Berlin, 18.5.2009

### **1. Grundsätzliches: Abstimmung mit anderen Zielsystemen**

Die Formulierung von „Tourismuspolitischen Leitlinien der Bundesregierung“ ist uneingeschränkt zu begrüßen. Allerdings ist eine Abstimmung mit anderen Zielsystemen und Strategien wünschenswert; z. B. sektorale Zielsysteme, die fünf zentralen Bereiche der Tourismuspolitik laut Bundeswirtschaftsministerium, den DZT-Leitlinien zur Vermarktung des Tourismusstandortes Deutschlands.

### **2. Grundsätzliches: Gewichtung der Leitlinien**

Die Leitlinien greifen wichtige Themen des Deutschland-Tourismus auf. Diese stehen jedoch ohne Gewichtung nebeneinander. Eine Strukturierung sowie Prioritäten lassen sich nicht erkennen. Derartige Leitlinien müssten daher mit der Formulierung einer Zielstellung / Vision für die Zukunft des Tourismus in Deutschland verbunden werden, um den Eindruck einer „bunten Sammlung“ zu vermeiden. Die vorliegenden Leitlinien sind eine wichtige Grundlage dafür. Angesichts von fundamentalen Einflussfaktoren wie demographischer Wandel, Klimawandel, (inter-) nationalen Rahmenbedingungen und nicht zuletzt immer höheren Investitionsvolumina in der touristischen Infrastruktur, ist die Formulierung von Prioritäten notwendig für einen sinnvollen Einsatz von Ressourcen im Hinblick auf Infrastruktur und Marketing. Die Diskussionen über Prioritäten könnten z. B. entlang folgender Fragen geführt werden:

- Will man sich z. B. aufgrund des diesbezüglich hervorragenden Images vorrangig als weltweite TOP-Destination im Business-tourismus (Messen, Tagungen/Kongresse etc.) weiter profilieren und was bedeutet das dann für die Infrastrukturinvestitionen und das Marketing von Bund, Ländern und Städten?
- Oder will man vorrangig den erfreulicherweise zunehmenden Städte-, Kultur- und Ferientourismus aus dem Ausland in besonderer Weise forcieren?
- Oder soll der Ausbau der Infrastruktur für den Inlandstourismus ein stärkeres Gewicht erhalten als der Incoming-tourismus?

- Welche Prioritäten sollen in Bezug auf einzelne Tourismussegmente (z. B. Rad-, Wasser-, Wandertourismus etc.) bzw. Zielgruppen (Familien, Best Ager, Handicaped etc.) gesetzt werden?
- Oder sollen alle Marktsegmente gleichgewichtig bedient werden und was bedeutet dies dann für die Tourismusförderung?
- Welche Rolle soll dem Tagestourismus als mit Abstand größtem touristischen Marktsegment zukommen und wer soll sich seiner vorrangig annehmen?

#### **4. Leitlinie Wirtschaftsfaktor Tourismus**

Die Bereitstellung von zentralen Basisdaten zu Menge, Struktur und Ausgabeverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen zählt zu den vorrangigen Aufgaben von Bund und Ländern, um Investitionsentscheidungen und das Marketing auf allen Ebenen auf verlässliche Fundamente zu stellen. Leider ist die Datenlage seitens der amtlichen Statistik durch die verständliche Forderung nach Bürokratieabbau immer schlechter geworden, so dass wesentliche Informationen nicht (mehr) zur Verfügung stehen.

#### **2. Leitlinie Rahmenbedingungen**

Angesichts der verschiedenen Ressortzuständigkeiten innerhalb der Bundesregierung sowie der föderalen Struktur in Deutschland reichen Aussagen wie in der Leitlinie „Rahmenbedingungen“ zur Notwendigkeit einer angemessenen Berücksichtigung touristischer Belange in den verschiedenen Politikfeldern nicht aus. Erforderlich sind vielmehr klarere Aussagen über die Zuständigkeiten und Abstimmungen zwischen den verschiedenen Ressorts der Bundesregierung sowie zwischen Bundes- und Landesstrategien zur Vermeidung von Doppelaktivitäten etc. Das beinhaltet auch die Vermeidung von Kannibalisierungseffekten z. B. bei der Planung wichtiger Infrastruktur in benachbarten Bundesländern. Hierzu sollten sich in den Leitlinien Aussagen wiederfinden, wie dies vermieden werden kann, nicht zuletzt in Hinblick auf ihre Umsetzung bzw. von daraus abgeleiteten Maßnahmen.

#### **5. Leitlinien Demographischer Wandel und Qualifizierung**

Aktuelle Untersuchungen zum Demographischen Wandel machen deutlich, dass eine der wesentlichen Herausforderungen nicht nur in der Anpassung der Angebote für ältere Reisende liegen darf, sondern dass auch der damit verbundene Arbeitsmarkt

vor gravierenden Herausforderungen steht. Da die Folgen des demographischen Wandels bereits heute deutlich zu spüren sind, müssen insbesondere in den neuen Bundesländern, aber nicht nur dort, diesbezüglich umgehend intensive Aktivitäten entfaltet werden: Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen für Nachwuchskräfte und junge Familien, Rekrutierung und Qualifizierung älterer Arbeitskräfte für ältere Gäste, Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Gastgewerbes in der Konkurrenz zu anderen Branchen bzgl. Gehalt, Arbeitsbedingungen, Aufstiegschancen etc.

Die Leitlinie erwähnt zurecht den Anpassungsbedarf in der touristischen Infrastruktur. Dieser muss sich aber auch auf die Verkehrserschließung, Gastronomie- und Einzelhandelsversorgung etc. in von Entleerung gefährdeten Räumen beziehen und nicht nur auf das Beherbergungsgewerbe und seine Ausrichtung auf die veränderte Zielgruppenstruktur.

## **6. Qualität**

Ein regelmäßiges und umfassendes Qualitätsmonitoring muss den Erfolg diesbezüglicher Aktivitäten laufend evaluieren. Dies muss sich auch auf das Benchmarking im internationalen Wettbewerb beziehen.

## **7. Ergänzungen**

Angesichts der Struktur und Vielfalt des Tourismusmarktes, der zudem in einem erheblichen Umfang vom Outgoingtourismus und den daran beteiligten Unternehmen geprägt ist, müssten die Leitlinien Aussagen zu folgenden Aspekten bzw. Segmenten enthalten:

- Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Deutschen Tourismuswirtschaft (wie innovativ und konkurrenzfähig ist die deutsche Tourismuswirtschaft?) und Wettbewerbsbedingungen im internationalen Vergleich; dies berührt das Thema Globalisierung, beinhaltet aber viele weitere Aspekte.
- MICE: Messe-, Tagungs- und Kongressstandort Deutschland: Das in der DZT Leitlinie „Geschäftsreisestandort Nr. 1“ zu recht als wichtig angesprochene Thema erfährt eine unzureichende Beachtung durch die Politik. Die vom BMWI unterstützten Aktivitäten der letzten Jahre zu den definitorischen Abgrenzungen dieses Marktes können hier nur ein erster Schritt sein.

- Reiseveranstalter und -mittler, Transportunternehmen, Vertrieb: Diese tragenden Säulen der Tourismuswirtschaft sind bislang nicht erkennbar und sollten in angemessenem Umfang Berücksichtigung finden.