

Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Tourismus zum Thema "Lage in kleinen und mittelständischen Betrieben im Tourismusbereich" am 08. Februar 2023

Statement des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)

Sehr geehrte Mitglieder des Deutschen Bundestages,

wir danken Ihnen herzlich für die Einladung zur öffentlichen Anhörung im Tourismusausschuss zur Lage der kleinen und mittelständischen Betrieben im Tourismusbereich und die Möglichkeit zur Stellungnahme.

Die Tourismuswirtschaft als Schlüsselbranche verstehen: Gemessen an Wirtschaftskraft und Arbeitsplätzen wie auch der gesellschaftspolitischen Bedeutung unserer Angebote ist die Tourismuswirtschaft eine Schlüsselbranche in Deutschland. Ca. 4 Prozent der Bruttowertschöpfung in Deutschland gehen auf das Konto der zahlreichen Betriebe und der fast 3 Millionen Mitarbeiter*innen unserer Branche. Millionen weitere Arbeitsplätze hängen mittelbar vom Tourismus ab. Gleichzeitig verkörpert Tourismus zentrale Werte wie Völkerverständigung, Gastfreundschaft, Weltoffenheit und Willkommenskultur. Selten waren diese Werte zentraler als in diesen Zeiten.

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft steht als zentraler Dachverband mit seinen zahlreichen Mitgliedern von Lufthansa und Deutscher Bahn über DER Touristik und Steigenberger Hotels bis hin zu Fachverbänden wie dem DEHOGA Bundesverband und Deutscher ReiseVerband genau für diese Vielfalt und Werte.

Verhaltene Zuversicht bei Unternehmen der Tourismuswirtschaft: Die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft haben extrem herausfordernde Zeiten hinter sich. Im Vergleich zu den besonders schwierigen Coronajahren 2020 und 2021 ging es im vergangenen Jahr branchenweit wieder bergauf, die Vorkrisenergebnisse konnten allerdings noch wieder nicht erreicht werden (so lagen z.B. die nominalen Umsätze im Gastgewerbe bezogen auf das Gesamtjahr 4,7 Prozent unter dem Vorkrisenwert (DEHOGA, 01/23); das Touristikjahr 2021/2022 endet per Ende Oktober 2022 mit 13 Prozent weniger Umsatz (Travel Data + Analytics (TDA), 11/2022). Das vergangene Jahr zeigte auch: Die Menschen haben Lust auf Urlaub im In- und Ausland, neigen aber zu kurzfristigen Buchungen. Zum Jahreswechsel zeigte sich insgesamt eine verhaltene Zuversicht in der Tourismuswirtschaft. So sehen beispielsweise Reiseveranstalter den Start in das Jahr 2023 als durchaus vielversprechend an.

Wirtschaften im dynamischen Umfeld: Trotz Hoffnungen für das laufende Geschäftsjahr 2023 und anhaltender Urlaubslaune, sehen sich die kleinen und mittelständischen Unternehmen weiter mit vielen Unsicherheiten und **multiplen Herausforderungen konfrontiert:** Große Unsicherheit birgt u. a. die Frage, wie sich die immer noch **hohe Inflation** in den nächsten Monaten **auf die Urlaubslaune** bzw. das verfügbare Haushaltseinkommen der Konsument*innen auswirkt. Die für die Betriebe fortwährend **hohen Energiekosten belasten die Ergebnisse** und fordern besonders die kleinen Betriebe heraus, mit gegebenen

Mitteln noch besser zu wirtschaften. Die **verstärkte Neigung zur kurzfristigen Buchung** des Urlaubes/der Aktivität nimmt den Unternehmen zusätzlich Planungssicherheit. Auch der **umfassende Personal- und Fachkräftemangel** hindert eine ungebremste wirtschaftliche Erholung der Betriebe: vermehrte Ruhetage, ausgedünntes Angebot und erneute Sorge der Unternehmer*innen sind die Folge.

Zusammenfassend: Die Lage ist verhalten optimistisch und besser als erwartet, was u.a. auch an der Politik der Regierung liegt. Energiepreisbremsen greifen für einen Großteil der Betriebe. Tourist*innen sehnen sich nach Urlaub und Erholung, werden jedoch preisbewusster und buchen kurzfristiger. Kleine Betriebe haben trotz sich erholender und teils guter Nachfrage eine Vielzahl an Herausforderungen, denen es auch politisch zu begegnen gilt:

Was es für eine gezielte Entlastung der Branche braucht

- 1. Personal- und Fachkräftemangel schnell und stark entgegentreten:** Für die gesamte touristische Wertschöpfungskette ist der umfassende Arbeitskräftemangel eine enorme Herausforderung (bspw. haben über 70 Prozent der Unternehmen der Reisewirtschaft Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen; DRV-Umfrage 10/22). Ob umfassendes und aktives **Anwerben von Menschen aus Dritt-Staaten für den Arbeitsmarkt**, **schnellere Visa-Verfahren** und eine weitere gesellschaftspolitische **Aufwertung der Ausbildung** mit bspw. mehr Vernetzung zwischen Wirtschaft & Schule - die Möglichkeiten der politischen Klaviatur sind bekannt und u.a. mit der Fachkräftestrategie von der Bundesregierung aufgegriffen. Hier brauchen wir Geschwindigkeit in der Umsetzung. 2023 muss das Jahr der Arbeitskräftesicherung und -anwerbung werden, um das vielfältige und attraktive Angebot für Reisende und Ausflüger*innen aufrecht halten zu können.
- 2. Mit Belastungsmoratorium kleine Unternehmen gezielt entlasten:** Es sind vor allem kleine und mittelständige Unternehmen, welche unter überbordender Bürokratie bei überschaubaren Eigenmitteln leiden. Bereits die vergangenen Corona-Jahre schlugen stark auf die Ergebnisse und Seele der Unternehmer*innen, die derzeitigen Herausforderungen und Unsicherheiten kommen nun noch hinzu. Die Sorge, den Anforderungen nicht immer gewachsen zu sein, wächst. Politik kann hier die Hand ausstrecken und auf einem „**Bürokratie Roundtable Tourismus**“ mit den Unternehmen in den direkten Austausch gehen. Was sind für die Betriebe die wichtigsten Drehschauben für einen Bürokratieabbau, der wirklich entlastet? Was kann geleistet werden, um der Branche gezielt zu helfen, um den Aufwärtsschwung 2023 nachhaltig umzusetzen?
- 3. Tourismus-Strategie mit Leben füllen/ Wertschätzung der Branche ausbauen:** Die Tourismuswirtschaft hat als Branche nicht nur eine hohe wirtschaftliche Relevanz, sondern auch einen gesellschaftspolitischen Wert. Dieser Wert muss sich auch durch politisches Handeln bspw. in der Tourismusstrategie und ihrer Ausgestaltung wiederfinden. Auch wenn die Tourismuswirtschaft als Querschnittsbranche schnelles und zielgerichtetes politisches Handeln nicht immer leicht macht, braucht es Planbarkeit und gemeinsame Festlegung von Zielen bspw. über die Nationale Plattform „Zukunft des Tourismus“. Dabei muss die Branche in ihrer Gesamtheit vertreten sein und in einem engen Dialog mit der Politik und Verwaltung realistische Zielsetzungen und etwaigen Unterstützungsbedarf festlegen, um die Strategie zum Erfolg zu führen.