

## Stellungnahme zur Anhörung im Tourismusausschuss 10.05.2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Möglichkeit, zur aktuellen Situation im Tourismus Stellung zu nehmen.

Tourismus steht für fast 3 Millionen Beschäftigte, 290 Milliarden Euro Umsatz und 3,9 Prozent Anteil an der Bruttowertschöpfung Deutschlands. Die Tourismuswirtschaft bleibt damit wichtige Wirtschaftskraft und großer Arbeitgeber in unserem Land, auch wenn andere Branchen in den letzten Jahren stärker gewachsen sind. Nach wie vor befindet sich der Tourismus auf Augenhöhe mit anderen wirtschaftlichen Schwergewichten wie der Automobilbranche oder Maschinenbau.

Von den ca. 3 Millionen Menschen, die im Tourismus in Deutschland arbeiten, ist ein Großteil in kleinen und mittelständischen Unternehmen beschäftigt. Jeder 15. Arbeitsplatz in Deutschland ist damit im Tourismus zu finden (6,8 Prozent aller Beschäftigten). Im Vergleich zur Vorgängerstudie 2010 gab es einen leichten Zuwachs von 2,86 auf 2,92 Millionen Beschäftigte.

Bei der Betrachtung des Tourismus ist es wichtig, die gesamte Branche und ihre Komplexität zu berücksichtigen. Das sind einerseits der Inbound- Tourismus, also Touristen, die Deutschland als Urlaubsland besuchen, und andererseits der bedeutende Wirtschaftsfaktor des Outbound-Tourismus, also der Tourismus von Deutschland ins Ausland. Der Outbound-Tourismus wirkt sich positiv auf die deutsche Wirtschaft aus, indem er den Umsatz von Reiseveranstaltern und -büros steigert und Arbeitsplätze in diesem Bereich schafft. Laut Erhebungen des GfK Mobilitätsmonitors betrug der Umsatz der Reiseveranstalter im Jahr 2019 35,4 Milliarden Euro, während der Umsatz in den Reisebüros 26,4 Milliarden Euro erreichte.

Es ist entscheidend, sowohl den Inbound- als auch den Outbound-Tourismus zu berücksichtigen, um eine ganzheitliche Sicht auf die Branche zu erhalten und gezielte politische Maßnahmen zur Förderung des Tourismus zu entwickeln. Deutschland ist zwar das wichtigste Reiseziel Deutscher Urlauber bei Kurzreisen (bis 4 Tage), dennoch gingen 2022 ca. 75% der Urlaubsreisen aller Deutschen ins Ausland (Quelle: FUR). Nach Angaben der Deutschen Bundesbank flossen im Jahr 2022 ca. 80 Mrd. Euro Reiseausgaben ins Ausland. Insgesamt zeigt die globale Betrachtung, dass die Tourismusbranche nach wie vor ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Deutschland ist und sowohl im In- als auch im Ausland Arbeitsplätze schafft und zur wirtschaftlichen Leistung des Landes beiträgt.

Der Outbound-Tourismus hat viele positive Auswirkungen auf das globale Zusammenleben. Hier sind die wichtigsten Aspekte:

1. **Kultureller Austausch:** Durch den Outbound-Tourismus kommen Menschen aus verschiedenen Ländern und Kulturen in Kontakt miteinander. Dies fördert den interkulturellen Dialog, das Verständnis und die Toleranz zwischen verschiedenen Nationen und Kulturen. Touristen lernen neue Sitten, Bräuche und Lebensweisen kennen, während sie gleichzeitig ihre eigene Kultur und Traditionen mit anderen teilen.
2. **Wirtschaftliche Zusammenarbeit:** Der internationale Tourismus fördert die wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen Ländern. Er trägt zur Entwicklung des Tourismus und der damit verbundenen Wirtschaftssektoren wie Gastronomie, Hospitality, Transport und Infrastruktur bei. Der Tourismus kann eine wichtige Einnahmequelle für Länder sein, insbesondere für Entwicklungsländer, und trägt so zur Verringerung der globalen Ungleichheit bei. Zudem stärkt der Tourismus die Wirtschaft der Destinationen, verringert die Notwendigkeit von Entwicklungshilfeleistungen und minimiert das Zahlungsbilanzdefizit im Außenhandel Deutschlands.
3. **Soziale Auswirkungen:** Der Outbound-Tourismus ist sich seiner Verantwortung bewusst, dass Massentourismus auch zu negativen sozialen Auswirkungen führen kann, wie zum Beispiel Überfüllung und Gentrifizierung in Touristenzielen. In vielen Fällen gibt es heute schon erfolgreiche Maßnahmen, um diese Form des Tourismus einzudämmen, so dass lokale Gemeinschaften und ihre Kulturen gestärkt und dennoch die Bedürfnisse der Touristen berücksichtigt werden. Tourismus kann sich aber auch positiv auf den Umweltschutz und das Leben der Einheimischen in den Destinationen auswirken, denn Tourismus erfordert eine intakte Umwelt und zufriedene Gastgeber.
4. **Verantwortungsvoller Tourismus:** Im Zusammenhang mit diesen Herausforderungen wächst das Bewusstsein für nachhaltigen und verantwortungsvollen Tourismus. Dies beinhaltet umweltfreundliche Reisepraktiken, die Unterstützung der Wirtschaft und Kultur und den respektvollen Umgang mit lokalen Gemeinschaften und ihrer Umwelt.

Insgesamt kann der Outbound-Tourismus das globale Zusammenleben durch kulturellen Austausch und wirtschaftliche Zusammenarbeit fördern, solange die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen durch verantwortungsvolles Reisen und nachhaltigen Tourismus minimiert werden.

## Arbeits- und Fachkräftemangel:

Der Arbeits- und Fachkräftemangel wirkt sich nicht nur auf Umsatz und Angebot aus. Er mindert auch die Qualität der Dienstleistungen, die unseren Kunden angeboten werden. Um diesem Problem entgegenzuwirken, möchten wir verschiedene Ansätze und Lösungen vorschlagen.

Laut den uns vorliegenden Zahlen suchen etwa 60% der touristischen Unternehmen aktiv nach Mitarbeitern. Dies zeigt, dass der Arbeits- und Fachkräftemangel nicht nur ein abstraktes Problem ist, sondern sich bereits konkret auf die Geschäftstätigkeit auswirkt. Darüber hinaus können auch viele Ausbildungsplätze in der Branche nicht besetzt werden, was langfristige Auswirkungen auf den Nachwuchs und die Zukunftsfähigkeit des Tourismussektors haben wird.

Ein entscheidender Schritt zur Verringerung des Fachkräftemangels ist, die weltweit hoch angesehene duale Berufsausbildung in Deutschland als attraktiven Bildungsweg und als gleichwertige Alternative oder Ergänzung zu einem Hochschulstudium darzustellen. Etwa 30% der Studienanfänger brechen ihr Studium ab und etwa 90% der Absolventen aus touristischen Studiengängen gehen in andere Branchen. Es ist daher dringend notwendig, eine Kampagne für die duale Ausbildung ins Leben zu rufen.

Um das Werben der Branche für eine Ausbildung im Tourismus zu unterstützen, sind erforderliche Studien seitens der Politik finanziell zu fördern, die uns zielgerichtete Maßnahmen erkennen lassen. Im Fokus sollen diese Themen betrachtet werden:

- Veränderung der Berufsbilder
- Arbeitszufriedenheit in den Betrieben
- Branchenattraktivität
- Haltung von Jugendlichen/jungen Menschen zur Arbeit im Tourismus

Der asr Bundesverband e.V. hat eine Umfrage an mehr als 30.000 Schulen in Deutschland durchgeführt und festgestellt, dass ein überraschend hoher Bedarf an Informationen über die Möglichkeiten einer Ausbildung/eines Studiums im Tourismus sowie über Karrieremöglichkeiten besteht. In Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales sollte eine übergreifende und neutrale Plattform geschaffen werden, die junge Menschen anspricht und niedrigschwellig Informationen und Antworten bietet. Schülerinnen und Schüler ziehen eine Ausbildung im Tourismus oft nicht in Betracht, weil diese attraktiven Berufsbilder in der Berufsberatung nicht vorgestellt oder empfohlen werden.

Ein weiteres Problem ist die unzureichende Bezahlung von Arbeits- und Fachkräften in der Touristik. Unsere Branche ist mit sachfremden Kosten belastet, insbesondere im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie. Unsere Branche steht im weltweiten Wettbewerb. Durch eine hohe Belastung an Steuern, Abgaben oder rechtlichen Einschränkungen ist die Wettbewerbsfähigkeit stark gefährdet und Arbeitsplätze und Wertschöpfung drohen in das Ausland abzuwandern. Die Politik muss in Hinblick auf zukünftige Krisen Verbraucherschutz und Unternehmensschutz gleichrangig gewichten – dann sind auch die Margen vorhanden, um unsere Mitarbeitenden zu halten und angemessen zu bezahlen.



Allianz Selbständiger  
Reiseunternehmen –  
Bundesverband e.V.

Als Verband treten wir für eine aktive Einwanderungspolitik ein, eine Politik, die nicht nur auf Flüchtlingskrisen reagiert. In den Herkunftsländern muss investiert werden, um die Voraussetzungen zu schaffen, dass Arbeitskräfte nach Deutschland kommen und dort arbeiten können. Der sprachlichen Förderung kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Unsere Branche braucht Einwanderung. Am besten wären Schulungsmöglichkeiten vor Ort, in denen Arbeits- und Fachkräfte auch für den Einsatz vor Ort ausgebildet werden, die dann die Möglichkeit haben, sich für einen Job im Ausland zu bewerben und somit aber auch dem heimischen Markt zur Verfügung stehen.

Diese Argumente verdeutlichen die Notwendigkeit, entschieden und zielgerichtet gegen den Arbeitskräftemangel im Tourismus vorzugehen. Durch die Umsetzung der zuvor erwähnten Maßnahmen können wir dazu beitragen, die vorhandenen Arbeits- und Ausbildungsplätze zu besetzen und die Attraktivität der Branche für zukünftige Generationen zu erhöhen. Nur so stellen wir sicher, dass der Tourismussektor auch in Zukunft erfolgreich bestehen und wachsen kann.

Es ist unabdingbar, dass Politik, Bildungseinrichtungen und die Tourismusbranche gemeinsam an der Lösung des Fachkräftemangels arbeiten. Durch die Schaffung einer übergreifenden Plattform, die Förderung der dualen Ausbildung, die Durchführung gezielter Studien und die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Bezahlung können wir den Tourismussektor stärken und attraktiver für junge Menschen gestalten.

### **Situation der Branche nach Corona**

Die Pandemie hat die Branche schwer getroffen, und während es Anfang des Jahres Anzeichen für eine Erholung gab, gibt es noch immer Herausforderungen und Unsicherheiten, mit denen die Branche konfrontiert ist.

Zu Beginn des Jahres verzeichnete die Tourismusbranche eine starke Buchungsnachfrage und eine hohe Anzahl an Reiseabschlüssen. Seit März sind die Neubuchungen jedoch verhalten, was zum Teil auf die Diskussionen über steigende Kosten und die dadurch anhaltende Unsicherheit bei den Verbrauchern zurückzuführen ist. Abhängig vom Zielgebiet ergeben sich für Reiseveranstalter sehr unterschiedliche Situationen. Besonders betroffen sind Länder in Osteuropa und Fernreiseziele, die weniger nachgefragt und gebucht werden.

Die Unternehmen in der Branche sind mit erheblicher Mehrarbeit konfrontiert, um die Kapazitäten an die aktuelle Nachfrage anzupassen. Dabei tragen sie das volle wirtschaftliche Risiko, wenn sie Entscheidungen über die Anpassung der Kapazitäten treffen müssen. Dies führt bspw. zu Flugstreichungen und anderen oft kurzfristigen operativen Änderungen.

Bund und Länder haben es versäumt, in den letzten Jahren die erforderlichen Rahmenbedingungen für den Neustart der Branche zu schaffen. Tarifpolitik und daraus resultierende Streiks behindern den Neustart der Tourismusbranche aktuell entscheidend. Zudem hat die mediale Stigmatisierung der Branche zu einem Vertrauens- und Imageverlust geführt.

Im Ausland ist die Situation nach Corona ebenfalls angespannt. Fehlendes Personal und geschlossene touristische Unternehmen führen dazu, dass der Service nicht auf dem vor der Pandemie bestehenden Niveau angeboten werden kann. Reisepreise sind zwischen 30-50% gestiegen, was zwar zu höheren Umsätzen führt, aber nicht automatisch zu höheren Gewinnen für die Branche.

Die Preiserhöhungen sind nicht nur auf die Inflation zurückzuführen, sondern auch auf die Erhöhung des Mindestlohns und die verringerten Kapazitäten in vielen Bereichen. Hohe Löhne befeuern die Inflation und drohen eine Lohn-Preis-Spirale auszulösen, die es immer schwerer macht, den Steigerungen der Kosten mittelfristig zu entkommen. Insbesondere kleinere Unternehmen sind von der finanziellen Belastung betroffen und könnten diese Last irgendwann nicht mehr tragen.

Insgesamt bedarf es einer konzertierten Anstrengung von Politik, Wirtschaft und der Tourismusbranche selbst, um den Tourismus nachhaltig zu stärken und ihm eine langfristige Perspektive zu geben. Dies schließt die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen, den Abbau bürokratischer Hürden und die Unterstützung von Innovationen und Nachhaltigkeit in der Branche ein.

Ein wesentlicher Aspekt ist die Schaffung eines besseren Verständnisses für die Tourismusbranche und die Herausforderungen, denen sie gegenübersteht. Dazu gehören die Förderung von Transparenz und eine sachliche Berichterstattung in den Medien. Es ist wichtig, dass die Branche nicht allein gelassen, sondern von der Politik aktiv unterstützt wird.

Dazu gehören auch die Investition in Infrastruktur und die Verbesserung von Rahmenbedingungen in den Bereichen Verkehr, Sicherheit und Umweltschutz. Es müssen Maßnahmen ergriffen werden, um bspw. die Sicherheitskontrollen an Flughäfen zu optimieren und den Betrieb reibungsloser zu gestalten.

Es ist entscheidend, dass die Politik und die Tourismusbranche gemeinsam an einer langfristigen Strategie arbeiten, um die Branche nach der Corona-Pandemie nachhaltig zu stärken und ihr eine sichere Zukunft zu ermöglichen. Dies erfordert Offenheit für Veränderungen, Zusammenarbeit und eine klare Vision für den Tourismus in einer Welt nach Corona.

In dieser Hinsicht ist es wichtig, den Fokus auf Qualität, Nachhaltigkeit und Kundenzufriedenheit zu legen und somit das Vertrauen der Verbraucher in die Branche wiederherzustellen. Nur so kann die Tourismusbranche langfristig erfolgreich sein und einen wertvollen Beitrag zur wirtschaftlichen Erholung und zum Zusammenleben auf globaler Ebene leisten.

### **Mit welchen Strategien kann der Deutschlandtourismus trotz Inflation und Energiepreisplosion erfolgreich sein?**

Angesichts der aktuellen Herausforderungen, mit denen der Deutschlandtourismus sowie der Outbound-Tourismus konfrontiert sind, müssen wir gemeinsam innovative Strategien entwickeln, um die Branche erfolgreich für die Zukunft aufzustellen. Die hohen Energiekosten und die Inflation stellen besondere Belastungen für alle touristischen Unternehmen, auch für Reisebüros und Reiseveranstalter dar.

Kurzfristige Unterstützung energieintensiver Branchen: Energieintensive Bereiche der Tourismuswirtschaft brauchen kurzfristig finanzielle Unterstützung, um die hohen Energiekosten abzufedern und im internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Dies kann durch staatliche Förderprogramme oder steuerliche Entlastungen erfolgen.



Allianz Selbständiger  
Reiseunternehmen –  
Bundesverband e.V.

**Förderung von Energieeffizienz und Dekarbonisierung:** Um die Kosten langfristig zu senken und nachhaltiger zu handeln, sind Investitionen in Energieeffizienz und Dekarbonisierung zu fördern. Dies kann durch gezielte Förderprogramme, Beratungsangebote und Anreize für Unternehmen erreicht werden.

Eine weitere wichtige Maßnahme zur Unterstützung von Reiseveranstaltern im Outbound-Tourismus ist die Anpassung der gesetzlichen Regelungen hinsichtlich der Haftung. In der Vergangenheit haben Reiseveranstalter immer wieder immense Zusatzkosten in Kauf nehmen müssen, weil sie für Ausfälle von beispielsweise Fluggesellschaften oder der Bahn in die Haftung genommen werden, obwohl sie keinen Einfluss auf diese Situationen haben. Die alleinige Haftung von Reiseveranstaltern bei außergewöhnlichen unvorhersehbaren Umständen, wie beispielsweise einer pandemischen Situation, ist dringend zu verändern. Hier muss der Kunde am Schaden beteiligt werden.

**Aus- und Weiterbildung von Fachkräften:** Der persönliche Service und gut ausgebildete, motivierte Mitarbeiter sind entscheidend für den Erfolg im Tourismus. Daher sollte die Politik gezielte Maßnahmen zur Förderung der Aus- und Weiterbildung von Fachkräften ergreifen. Dies kann durch Investitionen in Bildungseinrichtungen, die Stärkung der dualen Ausbildung, die Schaffung von Anreizen für Arbeitgeber und Mitarbeiter sowie die Verbesserung der Arbeitsbedingungen erreicht werden.

**Förderung von nachhaltigem und verantwortungsvollem Tourismus:** Im internationalen Wettbewerb ist es entscheidend, sich durch nachhaltige und verantwortungsvolle Angebote abzuheben. Die Branche sollte die Entwicklung von Angeboten verstärken, die einen geringeren ökologischen Fußabdruck hinterlassen und lokale Gemeinschaften unterstützen.

Berlin, 03.05.2023,

Anke Budde  
Präsidentin

asr Allianz selbständiger Reiseunternehmen - Bundesverband e.V.