

20. Wahlperiode



Deutscher Bundestag  
Ausschuss für Tourismus

## Redigiertes Wortprotokoll der 46. Sitzung

### **Ausschuss für Tourismus**

Berlin, den 20. September 2023, 15:00 Uhr  
Paul-Löbe-Haus  
4.600

Vorsitz: Jana Schimke, MdB

## Tagesordnung – Öffentliche Anhörung

### **Tagesordnungspunkt 1**

**Seite 4**

Öffentliche Anhörung – „Kulturtourismus und  
Städtereisen“

**Teilnehmende Ausschussmitglieder**

	<b>Ordentliche Mitglieder</b>	<b>Stellvertretende Mitglieder</b>
SPD	Rinkert, Daniel Troff-Schaffarzyk, Anja Yüksel, Gülistan Zierke, Stefan	
CDU/CSU	Brehmer, Heike Donth, Michael Karliczek, Anja Schimke, Jana Wittmann, Mechthilde	Janssen, Anne Vieregge, Kerstin
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	Gastel, Matthias Schmidt, Stefan	
FDP	Tippelt, Nico	
AfD	Moncsek, Mike Münzenmaier, Sebastian	
DIE LINKE.	Lutze, Thomas	



---

**Liste der Sachverständigen**

Öffentliche Anhörung zum Thema

**„Kulturtourismus und Städtereisen“**

am Mittwoch, 20. September 2023, 15:00 – 16:30 Uhr

---

**Petra Hedorfer**

Vorstandsvorsitzende Deutsche Zentrale für Tourismus

**Burkhard Kieker**

Geschäftsführer visitBerlin

**Prof. Dr. Martin Lohmann**

Wissenschaftlicher Berater der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

**Jan Strehmann**

Referatsleiter Mobilität und Wirtschaft beim Deutschen Städte- und Gemeindebund

**Sabine Thiele**

Geschäftsführerin Regensburg Tourismus GmbH

---

Das Gesamtableau der Sachverständigen wurde im Einvernehmen aller Fraktionen vorgeschlagen und beschlossen.



## Tagesordnungspunkt 1

### Öffentliche Anhörung "Kulturtourismus und Städtereisen"

hierzu wurde verteilt: A-Drs. 20(20)117 (**Anlage 1**)  
A-Drs. 20(20)118 (**Anlage 2**)  
A-Drs. 20(20)119 (**Anlage 3**)  
A-Drs. 20(20)120 (**Anlage 4**)  
A-Drs. 20(20)122 (**Anlage 5**)

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU: Meine Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen, ich begrüße Sie sehr herzlich zu unserer öffentlichen Anhörung zum Thema „Kulturtourismus und Städtereisen“ hier im Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages. Unsere heutige Sitzung wird live auf der Webseite des Deutschen Bundestages übertragen.

Meine Damen und Herren, ich möchte zunächst unsere Sachverständigen begrüßen. Zuerst Frau Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus, ich begrüße Herrn Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin, und Herrn Prof. Dr. Martin Lohmann, wissenschaftlicher Berater der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Ebenso dabei sind Herr Jan Strehmann, Referatsleiter Mobilität und Wirtschaft beim Deutschen Städte- und Gemeindebund, und Frau Sabine Thiele, Geschäftsführerin der Regensburg Tourismus GmbH.

Meine Damen und Herren, die Obleute haben sich heute im Vorfeld auf folgendes Vorgehen verständigt. Wir werden einen Redeblock von sechs Minuten je Fraktion haben. In diesen sechs Minuten wird die fragestellende Fraktion ihre Fragen an Sie stellen und innerhalb dieses Zeitfensters haben Sie dann Zeit, darauf zu antworten.

Es beginnt die SPD-Fraktion und Daniel Rinkert stellt seine Fragen, bitte sehr.

Abg. **Daniel Rinkert** (SPD): Ich stelle meine erste Frage an Herrn Kieker von visitBerlin. Herr Kieker, wo sehen Sie die größten Herausforderungen für den Kulturtourismus und die Städtereisen?

Meine zweite Frage geht an Frau Hedorfer. Welche Rahmenbedingungen müssten aus Ihrer Sicht von

der Politik gesetzt werden, um eine positive Entwicklung zu fördern?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Kieker, bitte.

**Burkhard Kieker** (visitBerlin): Meine Damen und Herren, herzlichen Dank für die Einladung. Wie Sie vielleicht gesehen haben, drängen sich auch vor dem Eingang zum Paul-Löbe-Haus des Bundestages wieder die Touristen. Das heißt, der Neustart des Städtetourismus ist gut gelungen, er ist sogar sehr gut gelungen. Im vergangenen Jahr ist Berlin zusammen mit New York und Barcelona am schnellsten wieder an den Start gekommen. Es kamen alle wieder. Man habe sich dessen aber nicht sicher sein können.

Was sind die größten Herausforderungen? Was Übernachtungen und Ankünfte angeht, flacht die Kurve im Moment ab. Wir hatten erstmalig seit langer Zeit im Juli kein Wachstum in diesem Segment. Das ist in gewisser Weise beunruhigend, weil im Juli Hochsaison ist. Auch im August haben die Hotels geklagt. Wir glauben aber, dass der Nachholbedarf nach Corona in gewisser Weise befriedigt ist.

Die Deutschen fahren wieder vermehrt ins Ausland und wir sehen diese wesentliche Verschiebung der Reiseziele als Herausforderung. Eine Verschiebung, die wir begrüßen, ist die Verschiebung hin zur Bahn. Die Deutsche Bundesbahn bringt knapp 180 ICE-Züge mit rund 800 bis 900 Plätzen pro Tag in die deutsche Hauptstadt. Das macht inzwischen über die Hälfte der Berlinreisenden aus.

Berlin ist im europäischen Städtereiseverkehr die Nummer drei nach London und Paris und erstaunlicherweise weit vor Rom. Wir sind daher auch auf das Flugzeug angewiesen und da ist Berlin nach wie vor massiv benachteiligt, was die Langstreckenverbindungen angeht. Das beeinträchtigt auch stark die Wirtschaft dieser Stadt. Wir sehen in erster Linie eine Verantwortung beim Verkehrsministerium, was die Erteilung von Streckenrechten angeht.

Gleichzeitig haben wir einen Einbruch gehabt, was den Mittelstreckenverkehr im Flugverkehr angeht, das heißt, die „Point to Point Carrier“ ziehen sich von Berlin zurück. Allein easyJet hat von 36 stationierten Flugzeugen 25 abgezogen. Das ist ungefähr



so, als wenn die Lufthansa in Frankfurt 70 Prozent ihres Flugverkehrs reduzieren würde, denn easyJet war der Home-Carrier unserer Stadt. Diese Auswirkungen merken wir sehr stark. Es behindert uns auch insbesondere bei der Akquise von Großveranstaltungen und Kongressen. Berlin ist weltweit immer in den „Top Five“ als Kongressstadt. Wir bekommen überall in der „tick box“ einen schönen Haken, was die Attraktivität der Stadt, was das Angebot an Tagungsstätten angeht, nicht so beim Flugverkehr. Also, das ist ein großes Problem.

Eine weitere Herausforderung ist der Fachkräftemangel. Das wissen Sie alle, vielleicht kommen wir darauf noch zu sprechen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Vielen Dank Herr Kieker. Frau Hedorfer, bitte sehr.

**Petra Hedorfer** (DZT): Wir haben in der Tat Rahmenbedingungen, die durch die Politik gestaltet werden. Vor allem die digitale Erschließung von Städten hinsichtlich des Besuchermanagements bedarf einer nachhaltigen, zertifizierten Destinationsentwicklung, die die Balance einerseits zwischen Gästen und Menschen, die dort leben, aber andererseits zwischen Tagesbesuchern und Übernachtungsgästen herstellt.

Besonders wichtig in der heutigen Diskussion ist sicherlich auch die inklusive Teilhabe, das heißt, ein barrierefreier und schwellenloser Zugang für alle Menschen bei kulturtouristischen Angeboten und Sehenswürdigkeiten. Viel zu viele haben Lifte und Hebebühnen, die an den Hintereingängen zu finden sind. Es bedarf hier auch einer adäquaten barrierefreien Erschließung im öffentlichen Raum, um eine Teilhabe für Menschen mit Behinderung möglich zu machen.

Bei der Digitalisierung möchte ich das Stichwort „offene Daten“ nutzen und sagen, dass ich es für eine ganz wichtige Aufgabe halte, dass sämtliche Teilnehmer im Markt sich hier auf den Weg machen. Warum? „Reichweite“, „Erschließung“ und „künstliche Intelligenz“ werden uns nur noch über diesen Weg erreichen und deshalb ist es ganz wichtig, dass wir alle in der föderalen Struktur und in der Förderkulisse entsprechend investieren und miteinander im Destinationsmanagement die Digitalisierung weiterentwickeln.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Hedorfer und Anja Karliczek von der CDU/CSU-Fraktion hat das Wort.

Abg. **Anja Karliczek** (CDU/CSU): Ich will mit Jan Strehmann beginnen und ihm zwei Fragen stellen. Ich habe gelesen, dass das ehrenamtliche Engagement weniger geworden ist, was vielerorts dazu führt, dass kleinteilige Angebote nicht mehr durchgeführt werden können. Was können wir von hier aus dagegen tun? Wie können wir Sie unterstützen, dass vielleicht doch das eine oder andere an dieser Stelle nicht stirbt?

Sie messen bundes- und europaweiten Initiativen, Plattformen, Ferienstraßen, also all dem, was Sichtbarkeit schafft, großen Wert zu. Wie können wir Sie an dieser Stelle unterstützen? Können wir vielleicht bei der Vernetzung oder auch bei Plattforminitiativen einen Teil dazu beitragen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Strehmann, die zwei Fragen sind an Sie gerichtet.

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Ich möchte vorweg über die Mitglieder des Städte- und Gemeindebundes sagen, dass die sehr heterogen sind. Wir haben Großstädte, aber auch viele Klein- und Mittelstädte und ländliche Gemeinden in der Mitgliedschaft. Tourismus in Deutschland ist durch die Vielfalt und auch durch die Breite geprägt. Wir haben nicht nur Metropolen mit vielen Besucherinnen und Besuchern, sondern auch Gäste, die sich in der Fläche die Highlights in Deutschland anschauen und dort einige Tage verbringen möchten.

Für die Klein- und Mittelstädte zeichnet sich – von den Rahmenbedingungen und von der Verwaltungskraft – immer ein bisschen anderes Bild ab als etwa in Berlin oder Hamburg. Tourismus ist auch in der Fläche ein sehr starker Wirtschaftsfaktor und trägt dort sehr stark dazu bei, die Lebensqualität zu steigern. Die touristische Infrastruktur wird zwar hauptsächlich von den Touristen genutzt und möglich gemacht, aber sie kommt auch den Einheimischen zugute. Am Ende geht es auch hier um Lebensqualität, um den Standortfaktor „ländlicher Raum“.



Die erste Frage war zum Thema Ehrenamt. Ich habe mich dazu mit Bürgermeistern und Bürgermeisterinnen im Vorfeld unterhalten. Kleinere Einrichtungen wie beispielsweise Heimatvereine oder Heimatmuseen sind vom Ehrenamt stark geprägt. Die Ehrenamtlichen sind teilweise doch recht betagt und nach der coronabedingten Schließung können diese Einrichtungen ihre Angebote oft nicht mehr anbieten, weil das Ehrenamt dort sozusagen nicht mehr nachbesetzt werden kann. Das wirft Lücken bei diesen Angeboten auf. Auf der anderen Seite gibt es Bereiche, die in den letzten Jahren neu hinzugekommen sind. Alles, was in Richtung naturnaher Tourismus geht, auch in Verbindung mit Kultur, d.h. Angebote aus dem Bereich geführte Kulturführungen, neue Wanderwege und Themenwanderwege, werden sehr gut angenommen. Dies gilt auch für Klein- und Mittelstädte und deren Umland. Das ist etwas, auf das man aufsetzen kann.

Die Bürgermeister und Bürgermeisterinnen haben aber auch berichtet, dass es Schwierigkeiten beim gastronomischen Angebot gibt. Da kommen wir wieder zum Fachkräftemangel, auf den wir heute sicherlich auch noch zu sprechen kommen werden.

Das Thema Ehrenamt ist sicherlich etwas, was gerade in den Klein- und Mittelstädten sehr stark durchschlägt. Was kann man da tun? Ich glaube, es gibt durchaus gute Projekte, über die man sich noch mehr austauschen kann. Die Frage ist, was kann auch der Bund beim Thema Ehrenamt tun? Wir haben die „Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt“, eine Bundesstiftung in Neustrelitz. Sie leistet gute Arbeit und unterstützt uns, indem sie das Thema auf eine andere Bühne hebt und für die Vernetzung der Akteure sorgt. Man kann sicherlich auch über die „Nationale Plattform zur Zukunft des Tourismus“ den Austausch intensivieren.

Die zweite Frage war zu Plattformen und Ferienstraßen. Da geht es um die Vermarktung. Davon profitieren die kleinen Destinationen, die sonst in der Wahrnehmung Schwierigkeiten haben, sehr stark. Hier könnte man die Institutionen und Vereine, die oftmals auch europäisch agieren, gezielt bei der Digitalisierung unterstützen. Die Besucher erwarten heute, dass sie sich im Internet informieren und die Angebote auch digital buchen können. Mit dieser Unterstützung könnte man sehr viel erreichen, um die Sichtbarkeit der Destinationen zu erhöhen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herzlichen Dank. Nächster Fragesteller ist Stefan Schmidt von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Meine Fragen richten sich an Frau Thiele von der Regensburg Tourismus GmbH. Sie haben im Jahr 2020 die Nachhaltigkeitsoffensive für den Regensburger Tourismus ins Leben gerufen. Ich finde das Engagement der Regensburg Tourismus GmbH im Bereich des nachhaltigen Kultur- und Städtetourismus sehr vorbildlich. Diese Nachhaltigkeitsoffensive bietet unterschiedliche Möglichkeiten für touristische Akteure, sich zu beteiligen und sie ist kostenfrei. Trotzdem sprechen Sie von einer eher ernüchternden Resonanz durch die Akteure vor Ort. Können Sie kurz erläutern, was man unter dieser Nachhaltigkeitsoffensive verstehen kann, und aus Ihrer Perspektive schildern, woran es liegt, dass die Tourismusakteure dieses Angebot offensichtlich nicht so stark annehmen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Thiele, bitte sehr.

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Die Nachhaltigkeitsoffensive für den Tourismus ist deshalb ins Leben gerufen worden, weil Regensburg ein starker Wirtschaftsstandort ist und wir auch DAX-Unternehmen am Ort haben. Für DAX-Unternehmen ist es unter der neuen Lieferketten-Gesetzgebung völlig normal, dass man sich die Wirtschaftspartner näher betrachtet und auch schaut, ob diese in das Lieferantenmanagement als BMW AG, als Krones AG, als Vitesco Technologies Group AG oder Continental AG passen. Dies gilt auch für die Hotellerie, die Gastronomie, aber auch für das Marina Forum als Tagungsstandort. Deshalb wollten wir unseren Leistungsträgern die Möglichkeit geben, ein guter Partner für die CSR-pflichtigen Unternehmen (*Corporate Sustainability Reporting, Anm.*) in der Destination zu sein.

Das haben wir lange zu erklären versucht, haben auch den Stadtrat überzeugt, eine kleinere fünfstellige Summe für die Wirtschaftsförderung aufzurufen. Das haben wir im September 2020 dann ausgerollt und den Betrieben angeboten, wir nehmen euch mit auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften. Wir schauen im Unternehmen direkt, was



ist schon nachhaltig, wo kann man Maßnahmen ansetzen, um weiter zu verbessern. Letztlich waren von den 600 angeschriebenen Unternehmen nur 24 bereit, diese Zertifizierung durchzuführen.

Es gibt in anderen Städten „Green Globe“ zertifizierte Unternehmen, gerade im MICE (*Meetings Incentives Conventions Exhibitions, Anm.*) -Business. Es gibt auch die Zertifizierungen EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme, Anm.*) oder ÖKO-PROFIT (*Ökologisches Projekt für integrierte Umwelttechnik, Anm.*). All das gibt es in Regensburg nicht und deshalb wollten wir darauf eine Antwort geben. Wir haben mit den 24 Unternehmen trotzdem weitergemacht, haben gleichzeitig niedrigschwellige Möglichkeiten erprobt und in unserer Offensive auch das Label „Reisen für Alle“ angeboten. Alles kostenfrei für die Unternehmen, aber auch da ist die Resonanz schwierig. Das zu bohrende Brett ist dick.

In Corona-Zeiten führten die Unternehmen Zeitmangel an und jetzt ist es der Fachkräftemangel. Viele Unternehmer stehen in der Tat selbst an der Rezeption oder in der Küche. Die Sensibilisierung für nachhaltige Betriebsführung muss noch weiter voranschreiten, da bleiben wir auch dabei. Wir haben zwei Mitarbeiter, die das bei uns im Team machen. Es wird dann gut, wenn wir in die Betriebe reingehen und vor Ort erklären, was wir wollen. Dann machen die Betriebe auch nach und nach mit. So haben wir derzeit acht Unternehmen, die im Zertifizierungsprozess sind. Es werden mehr, aber es dauert lange. Darauf setzen wir als DMO (*Destination Marketing Organisation, Anm.*).

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich habe Ihre genannten Zahlen überschlagen, es machen nur vier Prozent mit. Wie sehen Sie das vor dem Hintergrund, dass CSR-Berichte in Zukunft wahrscheinlich für DAX-Unternehmen noch eine größere Rolle spielen werden? Vielleicht können auch die anderen Sachverständigen in der zweiten Fragerunde ihre Einschätzung dazu mitteilen.

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Es wäre sicher erwünscht, wenn – speziell in der Tourismusbranche – mehr Unternehmen die „Sustainable Development Goals“ (*Nachhaltigkeitsziele, SDGs, Anm.*) verfolgen würden, so dass die

Menschen mit einem guten Gewissen zu uns reisen können. Das wäre sehr hilfreich.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Nächster Fragesteller ist die FDP-Fraktion mit Nico Tippelt.

Abg. **Nico Tippelt** (FDP): Zuerst wende ich mich an Prof. Dr. Lohmann. Wir sind dankbar, dass wir Ihre wissenschaftliche Einschätzung zur Kenntnis nehmen dürfen. Sie haben in Ihrer Stellungnahme klar gemacht, dass Sie sich auf den deutschen Quellmarkt konzentrieren. Unter anderem beschreiben Sie, dass "das Motiv im Urlaub explizit etwas für Kultur und Bildung zu tun, offenbar an Bedeutung verliert und der Marktanteil reiner Kulturreisen zugunsten weniger bildungsbeflissener Reisearten sinkt". Wie erklären Sie sich das und was bedeutet das Ihrer Meinung nach für den Markt?

In Ihren Zukunftsperspektiven prognostizieren Sie andererseits eine konstante Nachfrage nach Urlaubsreisen in den nächsten zehn Jahren, bei einer leicht wachsenden Zahl für Kurzurlaubsreisen. Dabei erwähnen Sie immer wieder die Bedeutung stabiler relevanter Rahmenbedingungen sowie einer nachfragegerechten Produktentwicklung im touristischen Angebot. Bitte gehen Sie auf die stabilen relevanten Rahmenbedingungen etwas genauer ein und definieren Sie konkret, wie die Produktentwicklung aussehen sollte.

Die nächste Frage geht an Herrn Strehmann vom Deutschen Städte- und Gemeindebund. Herr Strehmann, Sie führen in Ihrem Bericht auf, dass der Wunsch nach mehr Flexibilität bei Reisenden und Veranstaltungsteilnehmenden existiert. Können Sie diese Aussage bitte näher erläutern? Sie sprechen sehr viel über Finanzierung und Förderung. Welche konkreten Pflichten bzw. Verantwortlichkeiten sehen Sie Ihrer Meinung nach beim Bund, bei den Kommunen und bei den Unternehmen angesiedelt?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Prof. Lohmann, bitte sehr.

**Prof. Dr. Martin Lohmann** (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.): Tatsächlich sehen wir bei den Urlaubsreisen eine abnehmende Stärke der Neigung, etwas für Kultur und Bildung oder etwas aus Neugier heraus zu tun, also etwas Neues kennenzulernen beziehungsweise sich mit anderen



Menschen oder anderen Kulturen auseinanderzusetzen. Das ist jetzt nicht so, dass vorher alle das wollten und jetzt keiner mehr, aber es ist eine leicht abnehmende Entwicklung. Vorher war es ein Drittel, jetzt ist es nur noch ein Fünftel. Das ist insofern interessant, als man für gewöhnlich dem Reisen unterstellt, dass es gerade dafür geeignet sei, etwas Neues, neue Landschaften, neue Menschen und neue Kulturen kennenzulernen.

Das bedeutet aber nicht, dass Menschen jetzt keine kulturellen Highlights mehr besuchen, sondern sie machen es mit einem anderen Interessenshintergrund, es ist nicht mehr ihr zentrales Interesse. Ich glaube nicht, dass die Städte sich darüber große Sorgen machen müssen, als Kulturreiseveranstalter würde ich das schon, weil das genau das Produkt dieser Veranstalter ist. Über die Hintergründe will ich jetzt nicht weiter spekulieren, weil das zu viel Zeit beanspruchen würde.

Sie hatten noch einen zweiten Aspekt, den der stabilen Rahmenbedingungen. In einer Destination oder einer Stadt muss es irgendwas zum Anschauen sowie Unterkünfte und Restaurants geben. Die dritte Rahmenbedingung ist die Erreichbarkeit. Tatsächlich ist die Erreichbarkeit eine große Herausforderung, für die man auch auf Bundesebene etwas tun könnte. Erreichbarkeit betrifft jetzt nicht nur die Flüge nach Berlin oder andere Orte in Deutschland, sondern vor allen Dingen Erreichbarkeit mit der Bahn. Erreichbarkeit wäre etwas, was man auf nationaler Ebene sicherstellen müsste.

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Im Bereich „Veranstaltungen“ wird von den Gästen in der Tat „Flexibilität“ gewünscht. Die Leute buchen die Tickets für Veranstaltungen nicht mehr so früh. Sie möchten spontaner buchen können und sich nicht lange binden. Es erschwert die Planbarkeit von Veranstaltungen extrem, wenn man nicht weiß, mit wie vielen Besucherinnen und Besuchern man am Ende rechnen kann. Dann kann man beispielsweise auch gastronomische Angebote schlechter kalkulieren.

Nun zur angesprochenen Rollenverteilung von Bund, Kommunen und Unternehmen: Die Unternehmen sind sicherlich von sich aus motiviert. Das Thema Nachhaltigkeit kam gerade nochmal auf, speziell im Zusammenhang mit Unternehmen.

Im Verantwortungsbereich des Bundes liegt das Thema Erreichbarkeit von Orten. 120 Mittelzentren sind nicht an die Bahn angeschlossen. Wir haben jetzt zwar ein Deutschlandticket, aber wir haben in vielen Regionen noch keine guten Angebote des ÖPNV. Auch bei Ausschusssitzungen des Städte- und Gemeindebundes machen wir oft die Erfahrung, dass Regionen nur schwer mit der Bahn oder dem ÖPNV erreichbar sind. Es fehlen zum Auto oftmals die Alternativen. Das ist ein Thema, bei dem wir eine Bundeszuständigkeit sehen.

Ich habe erläutert, dass der Tourismus auch in der Fläche für Wohlstand sorgen kann und Lebensqualität bedeutet. Die touristischen Infrastrukturen, die die Kommunen vorhalten, sind aber oft nur mit Förderung möglich. Das ist sicherlich ein Thema, bei dem auch der Bund stark unterstützen sollte. Wir haben die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) und die Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes" (GAK). Überlegungen, die Mittel für die GAK zu kürzen, sehen wir sehr kritisch, weil wir gerade die ländlichen Räume – die vielleicht nicht strukturschwach sind, also auch nicht in die GRW-Förderung fallen – benachteiligt sehen. Viele Investitionen in die touristische Infrastruktur, die jetzt getätigt werden, wären dann wahrscheinlich nicht mehr möglich. Das sind aber oft Investitionen, die eine sehr gute Hebelwirkung haben.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Vielen Dank. Herr Mike Moncsek von der AfD-Fraktion stellt seine Fragen.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Meine zwei Fragen gehen an Herrn Strehmann. Sie haben Kritik an der geplanten Kürzung der Bundesförderung bei der ländlichen Entwicklung geäußert. Können Sie uns bitte erläutern, welche Auswirkungen die geplante Kürzung bei den GAK-Mitteln für tourismusrelevante Projekte vieler Landeskommunen haben? Welche Folgen hat es, wenn europäische Fördermittel nicht genutzt werden können oder private Anschlussinvestitionen unterbleiben?

In Ihrer Stellungnahme betonen Sie die Notwendigkeit, die Potenziale des Kulturtourismus auch im ländlichen Raum zu heben. Welche bundespoliti-





schen Maßnahmen sind aus Ihrer Sicht erforderlich, damit der Kulturtourismus im ländlichen Raum sein volles Potenzial entfalten könnte?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Strehmann, bitte schön.

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Ich erläutere gerne ein wenig die Hintergründe zum Thema GAK. Da hatten wir in den vergangenen Jahren einen Mittelaufwuchs, was aus Sicht der ländlichen Räume sehr begrüßenswert war. Man hat sich gewissermaßen darauf eingestellt und Dinge vorbereitet, die jetzt mit gegebenenfalls weniger Mitteln nicht mehr umsetzbar wären. Es gab beispielsweise in Schleswig-Holstein sehr umfangreiche Beteiligungsprozesse in Kommunen, in denen es um die Entwicklung von Ortskernen ging, wo Konzepte erstellt und mit Maßnahmen hinterlegt worden sind, die beim Ausbleiben der Mittel nicht umsetzbar wären.

Ich habe die GRW erwähnt, die sehr stark den Tourismus unterstützt. Sie hat eine andere Förderkulisse und auch eine andere räumliche Kulisse als die GAK. So gibt es ländliche Räume, die nicht strukturschwach, aber förderbedürftig sind. Es gibt eigene touristische Projekte mit einem eigenen Förderstrang. Die Förderung von Infrastrukturen durch die GAK kommt letztlich auch dem Tourismus zugute, das lässt sich nicht immer abgrenzen. Wir hatten gerade das Thema Mobilität, wovon die Einheimischen, aber auch die anreisenden Gäste profitieren. Von daher sehen wir die Diskussion um eine Mittelkürzung bei der GAK sehr kritisch und bekommen auch hier das Feedback aus unseren Mitgliedskommunen, dass dort die Gefahr gesehen wird, dass viele Programme oder viele Projekte dann nicht mehr umgesetzt werden könnten.

Der Bezug zu den europäischen Programmen ist insofern da, weil einige Länder europäische Mittel durch GAK-Mittel kofinanzieren. Dann könnte der Effekt entstehen, dass diese europäischen Mittel nicht mehr abgerufen werden.

Bei der GAK und auch bei der GRW wird geschätzt, dass jeder Euro, den wir investieren, fünf bis sieben Euro an privaten Investitionen nach sich zieht. Das ist ein wunderbarer Hebeleffekt, der dann ausbleiben würde. Von daher warnen wir sehr stark vor

diesen Kürzungen und glauben, dass wir den ländlichen Räumen damit keinen Gefallen tun. Wir sehen dann eine große Förderlücke, weil wir viele Programme haben, die in den kleinen Kommunen kaum ankommen. Sie sind zu komplex, die Antragsfrist ist zu kurz, die Kommunen haben die Projekte nicht in der Schublade und können dann oft nicht entsprechend reagieren. Die GAK ist ein wunderbares Instrument, mit dem wir auch beispielsweise mit den sogenannten Regionalbudgets sehr niedrigschwellig Fördermittel für kleinere Projekte ausgeben können, die aber in den Regionen sehr bedeutend sind.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Ich bitte auch um Beantwortung meiner zweiten Frage, welche bundespolitischen Maßnahmen erforderlich sind, um den Kulturtourismus im ländlichen Raum weiter zu pushen.

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Da sehen wir tatsächlich auch die beiden Programme GRW und GAK. Beim Thema „Kultur im ländlichen Raum“ hatte ich vorhin schon erwähnt, dass wir hier positive Entwicklungen mit den Wanderwegen, der Verknüpfung zu den Kultureinrichtungen, Themenwanderwegen und naturnahe Tourismus haben. Das sind Dinge, die gut funktionieren, weil sie oft über GAK und/oder GRW gefördert werden. Das sind tatsächlich die wichtigsten bundespolitischen Instrumente. Das andere wäre dann sicherlich die Förderung über die Nationale Plattform.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Der nächste Fragesteller ist Thomas Lutze von der Fraktion DIE LINKE.

Abg. **Thomas Lutze** (DIE LINKE.): Meine Fragen gehen an die Deutsche Tourismuszentrale und an den Städte- und Gemeindetag. Wir haben momentan eine Situation, die von Inflation geprägt ist. Vieles wird teurer. Reisen gehört jetzt zwar nicht an der Spitze dazu, aber für bestimmte Bevölkerungsgruppen ist Urlaub kaum noch erschwinglich, insbesondere für Familien mit Kindern.

Meine Frage ist, inwieweit gibt es bei Städte- und Kulturreisen Angebote für Kinder und Jugendliche, die etwa die Hälfte des Erwachsenenpreises kosten? Es gibt andere Länder in der Welt, wie zum



Beispiel die USA, wo ganz viele vergleichbare Angebote für Kinder unter 14 Jahren schlichtweg kostenlos sind. Das findet man in Deutschland ganz selten. Deswegen meine Frage, ob es entsprechende Überlegungen gibt, weil sich gerade Familien mit Kindern solche Reisen, über die wir heute sprechen, kaum noch leisten können.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Hedorfer, bitte sehr.

**Petra Hedorfer** (DZT): In der Tat, das Ausgabeverhalten für Reisen in den verschiedenen Zielgruppen und die Entwicklung ist sehr unterschiedlich. Wir sehen in unseren Befragungen, dass es vor allem um eintrittsfreie Besuche für Familien geht. Wir sind mit den Bundesländern hier im „Content Management“, wie man neudeutsch sagt, und erheben solche Attraktionen. Wir sehen auch, dass Ferienkarten und Städtekarten eine Renaissance erleben, unabhängig von der Diskussion, ob der ÖPNV oder das Deutschland-Ticket nun integriert ist oder nicht. Das Saarland hat beispielsweise eine Besucherkarte, die über die Hotels herausgegeben wird, in der solche Dinge inkludiert sind. Sie ist kostenfrei, inklusive dem ÖPNV und dem Zugang zu ganz vielen Museen. Die Nachfrage im europäischen Nachbarraum ist groß, auch von Veranstalterseite, solche Produkte zu inkludieren. Ja, das ist ein wichtiges Thema.

Auf der anderen Seite sehen wir, dass es nach wie vor einen hohen Nachholbedarf an Reisen gibt und dass auch viele Familien reisen möchten. Erstaunlicherweise sinkt die Aufenthaltsdauer nicht, sie verlängert sich sogar und auch das Ausgabeverhalten sinkt nicht. Warum? Weil alles teurer geworden ist? Wo die Kompensation stattfindet, ergibt meine Marktforschung nicht.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Strehmann, bitte.

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Wie entwickeln sich die Preise im Kulturbereich? Wir sind hier in einem Bereich, in dem wir einen sehr hohen öffentlichen Zuschussbedarf haben, in dem wir nicht von Kostendeckung sprechen können. Die aktuellen Preissteigerungen bei Energie und Personal spielen wahrscheinlich auch

nicht die große Rolle, da es von jeher ein Zuschussgeschäft ist, und ich glaube nicht, dass die Kommunen hier an der Preisschraube drehen möchten. Öffentliche Kultureinrichtungen versuchen, die Leute sehr niedrigschwellig zu erreichen. Von daher glaube ich, dass das sowieso ein großer Unterschied ist zu dem einen oder anderen Event, wenn ich an eine Musickarte für 120 Euro denke oder an ein öffentlich getragenes Theater, in dem ich für die Karte vielleicht nur 20 Euro zahle. Die Kommunen wollen ihre Einrichtungen allen zugänglich machen und bieten ihre Angebote von sich aus möglichst niedrigschwellig an.

Es geht eher darum, wie wir generell die Kulturantrag der Kommunen finanzieren. Da merken wir schon, dass das am Ende mit der allgemeinen kommunalen Finanzausstattung zusammenhängt. Hier haben wir die Sorge, dass mit weniger Handlungsspielräumen der Kommunalfinanzien auch die Spielräume im Bereich der Kultureinrichtungen weniger werden. Vielleicht reden wir heute noch über Tourismusfinanzierung und kommunale Instrumente. Es ist wichtig, solche Einrichtungen quer zu finanzieren und diese Angebote aufrecht zu erhalten, um letztlich auch die Ticketpreise günstig zu halten.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Wir starten in die zweite Runde und die SPD-Fraktion beginnt wieder mit Daniel Rinkert.

Abg. **Daniel Rinkert** (SPD): Herr Kieker, Sie haben schon die Zahlen zum Kultur- und Städtetourismus in Berlin angesprochen. Inwiefern können Sie auch weltweite Zahlen nennen? Wie ist die Entwicklung insgesamt? Mich würde interessieren, auf welche Ursachen Sie diese Entwicklungen zurückführen.

Welche Rolle spielt der Geschäftsreisetourismus auch für den Kulturtourismus, ganz konkret auch hier in Berlin?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Kieker, bitte.

**Burkhard Kieker** (visitBerlin): Kulturtourismus ist für Berlin zunächst einmal sehr, sehr wichtig als kultureller Hub mit über 2.000 Events pro Tag, die man auch auf unserer Internet-Seite findet. Damit meine ich keine Kinovorführung, sondern Dinge, die den Namen auch verdienen. Das hat sich nach



Corona auch nicht verändert. Sieben von zehn der wichtigsten Gründe, nach Berlin zu reisen, haben einen kulturellen Hintergrund. Dazu gehört der Theater-, der Konzert- und der Museumsbesuch, aber durchaus auch das Kennenlernen der sehr lebendigen Gastro-Szene. Deswegen auch hier nochmals der Appell an die Politik, über das Mehrwertsteuerthema nachzudenken, denn die Wiedererhöhung der Mehrwertsteuer auf Speisen würde die Gastro-Szene – nach unserer Schätzung – zur Hälfte reduzieren. Das ist für den Berliner Tourismus ein sehr, sehr wichtiges Thema.

Die Kultureinrichtungen sind in Berlin inzwischen fast auf Vor-Corona-Niveau, also bei 98 Prozent der Besucherzahlen, was wirklich fantastisch ist. Das spricht für die Attraktivität des Angebots. Und was sich während Corona gezeigt hat, ist ein engeres Zusammenrücken zwischen Tourismus und Kultur, durchaus auch der Hochkultur, was man vorher angezweifelt hatte. Heute weiß man – sei es bei Besuchen etwa einer Oper oder einer Gedenkstätte –, dass man zwischen 60 bis 85 Prozent auf Gäste von auswärts angewiesen ist. Das hat man erst wirklich gemerkt, als diese Gäste nicht mehr kommen durften. Die Berliner selbst wären nicht in der Lage gewesen, dieses kulturelle Angebot zu füllen, selbst wenn wir jeden Abend drei verschiedene Veranstaltungen besuchen würden. Berlin ist ein touristisches Schaufenster, was nicht zuletzt von der Bundesregierung über den Bundeskulturfonds finanziell unterstützt wird. Dennoch geht das ohne ein Heranführen von zahlenden Gästen nicht. Apropos zahlende Gäste, das Humboldtforum ist weitgehend noch kostenfrei, bis auf die Berlin-Ausstellung. Der Besuch von Gedenkstätten ist in Berlin fast immer umsonst.

Insgesamt teile ich aber Ihre Sorge, wenn ich mir die Preisentwicklung für touristische Angebote, z.B. an der Ostsee, anschau. Ich habe große Zweifel, ob sich eine Familie aus dem unteren Gehaltsdrittel mit zwei Kindern noch einen Urlaub in der Länge leisten kann wie vor Corona, wenn schon die Pizza nicht mehr unter 20 Euro zu bekommen ist. Hier haben wir ein großes Thema. Berlin setzt auf den Qualitätstourismus und wir versuchen den Kulturtourismus, wo immer es geht, in dieser Stadt zu promoten. Qualität heißt für uns, dass Menschen nach Berlin kommen, weil sie sich für Berlin interessieren, nicht, weil sie irgendwo hinfahren

wollen, wo das Bier gut schmeckt.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Noch eine Nachfrage, Herr Rinkert?

Abg. **Daniel Rinkert** (SPD): Herr Kieker, würden Sie bitte nochmal darauf eingehen, welche Rolle es aus Ihrer Sicht spielt, dass Leute nicht nur hier anreisen, um eine Tagung zu besuchen, sondern gegebenenfalls auch noch weitere Angebote zu nutzen.

**Burkhard Kieker** (visitBerlin): Der Tagungs- und Kongresstourismus ist für Berlin ganz wesentlich. Das wissen wir aus unseren Gesprächen, wenn wir Kongresse ansiedeln. Sie können einen Kongress auch auf einer einsamen Insel machen, aber die Menschen wollen sich inspirieren lassen von der Stadt, in der sie tagen. Das Tägliche, was ein Kongressteilnehmer ausgibt, das „Daily-Spending“, ist doppelt so hoch wie das eines normalen Touristen. Es liegt bei fast 400 Euro pro Tag. Das sind noch Zahlen vor Corona, aber ich glaube nicht, dass sich das verändert hat. Davon profitiert die gesamte „Visitor-Economy“ dieser Stadt. Ein Drittel unserer Gäste sind Geschäftsreisende hier in der Stadt, wenn wir die Kongress- und Messegäste mithinzuziehen. Die Messen müssen übrigens wieder Tritt fassen. Das ist noch nicht ganz so gelungen wie im Kongressbereich. Im Kongressbereich ist Berlin auf Jahre hin ausgebucht. Messen schwächeln noch etwas, das haben wir jetzt gerade bei der Internationalen Funkausstellung (IFA) gesehen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Dann gehen wir über zur CDU/CSU-Fraktion und Anja Karliczek stellt die Fragen.

Abg. **Anja Karliczek** (CDU/CSU): Ich würde meine zweite Frage gerne an Frau Hedorfer stellen, weil ich gelesen habe, dass die Recovery-Rate aus den Überseemärkten noch unter der von europäischen Quellmärkten liegt. Worauf ist das zurückzuführen und was können wir tun, um wieder stärker in den Überseemärkten für den Deutschland-Tourismus zu werben? Vielleicht können Sie uns eine Gesamtschätzung geben.

Die zweite Frage betrifft die Festivalkultur, die wir in Deutschland haben, sei es Oberammergau oder Kieler-Woche oder Karl-May-Festspiele. Sie ist sehr unterschiedlich, aber auch etwas, was Sie unter



Kulturgesichtspunkten mitbewerben. Gibt es aus Ihrer Sicht auch diese Zurückhaltung von der Prof. Lohmann eben gesprochen hat, dass man feststellt, dass die Begeisterung dafür ein bisschen nachlässt?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Hedorfer.

**Petra Hedorfer** (DZT): Die Recovery-Rate aus Übersee ist in der Tat geringer, wobei der Monat Juli allerdings zeigt, dass wir wieder zwei, drei Punkte zugenommen haben. Uns fehlt nach wie vor das komplette asiatische Reisevolumen. Die Chinesen haben uns jetzt auch das Gruppenreisen-Thema ermöglicht und öffnen hier die Türen. Dennoch haben wir im Grunde genommen keinen Verkehr. Die Flüge aus Japan sind immens teuer. Die durch den Ukrainekrieg beeinflussten neuen Flugrouten machen sie nicht günstiger. Wir haben Rahmenbedingungen, die das Ganze erschweren. Die Signale der ITB Asia in Shanghai stimmen hoffnungsvoll, auch wenn sie sich in der Statistik noch nicht abbilden, was Reisen nach Deutschland betrifft.

Uns fehlen aus Südamerika nach wie vor Gäste und vor allem aus Südostasien. Sie wissen, dass wir als DZT Südamerika und auch Südostasien seit dem Beginn der Corona-Krise nicht bearbeiten. Wir wünschen uns sehr, dort wieder aktiv werden zu können. Sie kennen unsere Zahlen und Rahmenbedingungen. Um dort Markteintritte und auch wieder Standortwerbung für das Reiseland Deutschland zu machen, benötigen wir eine entsprechende finanzielle Ausstattung. Wir kämpfen, wie alle, in diesem Zusammenhang mit veränderten Kostenstrukturen. Unsere Mietentwicklung beträgt 30 Prozent plus weltweit. Energiepreiserhöhungen belaufen sich insgesamt auf 22 Prozent mehr. Der Personalkostenanteil ist um 16 Prozent im Vergleich zu 2019 gestiegen. Bei diesen Perspektiven zum Budget ist es schwierig, die Märkte Südamerika und Südostasien intensiv zu bewerben.

Wir haben andererseits eine fantastische Entwicklung des Deutschland-Tourismus aus Europa und ich möchte auch erwähnen, dass der US-Markt, vor allem durch Oberammergau, eine Recovery von 90 Prozent zeigt. Die Festivals, die Sie angesprochen haben, sind Impulsgeber, sie sind imagebildend und spiegeln eine emotionale Erlebnisqualität wider. In unserem Monitoring sehen wir in diesem Festspielsommer keine nachlassende Gästestruktur

aus dem Ausland, Stand August. Wir klammern mal Bayreuth aus, aber es gab dort auch eine gute Auslastung, obwohl es kurzfristig noch Tickets gab.

**Burkhard Kieker** (visitBerlin): Darf ich noch ganz kurz zu China ergänzen? Ich war gerade in Shanghai auf der ITB Asia und bin vor drei Tagen zurückgekommen. Hier haben wir ein eklatantes Problem, dessen Lösung in den Händen der Bundesregierung liegt, nämlich das Thema der Visaerteilung. Dort gibt es ein Backlog zwischen 50.000 bis 70.000 unerledigter Visaanträge. Mein Eindruck der Reise war, ich hätte sie mir eigentlich sparen können. Alle wollen zu uns, sie finden es toll, Gruppenreisen sind möglich. Lufthansa fliegt in der Economy wirklich fast leer zurück. Ich bin über Zürich geflogen mit Swiss, sie gehört auch zur Lufthansa, da waren in der Economy zwölf Personen, vorne alles voll. Der gesamte Geschäftsreiseverkehr funktioniert und alle raufen sich die Haare, weil der Tourismus nicht funktioniert. Die Fachleute sind im Moment nicht ganz sicher, ob es die neue China-Strategie oder eine Unterbesetzung der Konsulate oder beides ist. Jedenfalls kann ich die Zahlen von Frau Hedorfer nur bestätigen. China-Tourismus oder südostasiatischer Tourismus findet derzeit nicht statt.

Abg. **Anja Karliczek** (CDU/CSU): Herr Strehmann, mögen Sie vielleicht nochmal etwas zu den kleineren Festivals erzählen, ob Sie das unterstreichen, was Herr Prof. Lohmann gesagt hat, dass Sie vielleicht innerdeutsch und europäisch so ein bisschen nachlassende Begeisterung sehen?

**Jan Strehmann** (Deutscher Städte- und Gemeindebund): Zu kleineren Festivals haben wir keine Rückmeldung, dass diese nicht im gewünschten Umfang wieder angelaufen wären. Sie haben einen kleineren Rahmen und andere Zielgruppen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Herr Stefan Schmidt von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN stellt seine Fragen.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich fange mit Frau Hedorfer an, mit der Bitte um eine möglichst kurze Antwort. Wir haben gerade gehört, dass Frau Thiele beschrieben hat, dass die Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit noch nicht so stark ins Angebot nehmen, wie sie sich das



wünschen würde. Wie ist es denn hinsichtlich der Nachfrage bei den Privatreisenden, die aus dem Ausland nach Deutschland kommen? Ist dort das Thema Nachhaltigkeit eines der Argumente für eine Reise nach Deutschland bzw. welche Rolle spielt es bei ausländischen Touristen?

**Petra Hedorfer (DZT):** Ich glaube, insgesamt spielt das Thema „Nachhaltigkeit“ für viele Konsumenten eine große Rolle im Tourismus. Das zeigt unser Panel, allerdings haben wir eine Lücke zwischen dem Wunsch, Nachhaltigkeitsziele anzustreben, und diese dann tatsächlich zu realisieren. Deutschland gilt allgemein als sehr nachhaltige Reisedestination. Vor allem die Tour Operator, die Deutschland vermarkten, sehen Deutschland ganz vorne in seinen Bemühungen um nachhaltiges Reisen, sie sehen aber auch, dass das heute verfügbare Angebot nicht breit genug gefächert ist. Man wünscht sich vor allem nachhaltige Angebote, die nicht teurer sind.

Das heißt, wir haben alle die Kommunikationsaufgabe, den Mehrwert zu erklären, der mit einem „nachhaltigen Reisen“ verbunden ist. Ein reines Zertifikat spricht wenig, sondern es geht um ein Storytelling rund um diese Themen. Das ist eine Aufgabe, die wir im Tourismus haben, aber Deutschland liegt mit seinen Ergebnissen hier mit vielen Indizes vorne und die Kunden wissen es.

Allerdings möchte ich auch sagen, nicht jeder internationale Gast hält nachhaltiges Reisen für das, was wir in den SDGs und konkreten Messungen und Umsetzungen definieren. Der Verbraucher ist vor allem international in vielen Märkten - ich nehme Skandinavien aus - , schon noch etwas gelassener. Lassen Sie mich es so formulieren.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich habe noch eine Frage an Frau Thiele. Sie nennen in Ihrer Stellungnahme ein paar Beispiele von Kulturangeboten, die im Bereich der Nachhaltigkeit aus Ihrer Sicht in die richtige Richtung gehen. Vielleicht können Sie da ein, zwei Beispiele erläutern, warum Sie die als „Best Practice“ betrachten, also was diese Angebote aus Ihrer Sicht richtig machen.

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Es gibt hier keine Liste, die Vollständigkeit beanspruchen könnte. Ich finde alles dann nennenswert,

wenn sich eine Institution, eine Kultureinrichtung, ein Hotel, eine Gastronomie überhaupt mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt.

Für mich stehen die SDGs als Weltthema im Raum und im Global Compact sind Handlungsempfehlungen für Wirtschaftsunternehmen gegeben. Ich zähle die Tourismuswirtschaft und auch die Kultureinrichtungen dazu. Die Handlungsempfehlungen sollten es eigentlich leicht machen, eine Story zum Thema Tourismus und Beitrag Deutschlands zum nachhaltigen Wirtschaften zu erzählen. Im „Leisure“ (*Freizeitbereich, Anm.*) mag es noch so sein, dass „Booking“ (*Buchung, Anm.*) und Anspruch auseinandergehen, im „MICE“ (*Tourismus- und Kongressindustrie, Anm.*) ist das nicht mehr so. Dort haben zum Beispiel große Anbieter wie Booking.com nicht umsonst ein Drei-Blatt-Label-System, innerhalb dessen sich Unternehmen ganz schnell im Rahmen dieser Lieferantenzertifizierung einordnen können. Ich glaube, dass das in der Tourismuswirtschaft noch nicht überall angekommen ist.

Wir können aber auch nicht warten, bis die Nachfrageseite meint, nachhaltiges Reisen wäre jetzt nötig. Wenn wir das zum Beispiel beim Bio-Essen so gemacht hätten, dann hätten wir heute überhaupt kein Angebot von Bio-Essen. Wenn ich an meinen ersten Bioladenbesuch in den 80ern denke, der sah deutlich anders aus als das, was es im Biolebensmittelangebot heute gibt. Wenn wir darauf warten, dass das im Tourismus auch so lange dauert, dann finde ich das zu lang. Wir müssen daher ein bisschen sanft schieben, um die Tourismuswirtschaft an den Punkt zu bekommen, dass sie im Sinne der SDGs im Tourismusgeschehen mitwirkt.

Abg. **Stefan Schmidt** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Nochmal gezielt die Nachfrage nach Kulturangeboten, wie sieht da der nachhaltige Aspekt aus?

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Es gibt eine herausragende Initiative aus Dresden, in der sich wirklich viele Kulturanbieter in der Kulturcharta zusammengeschlossen haben. Sie setzen sich gemeinsam Kriterien, was für Dresden im Tourismus für die Bürgerinnen und Bürger, aber auch für die Gäste Sinn macht. Das finde ich eine gute Kombination. Ich finde aber auch zum Beispiel, dass ein ganz einfacher „Wacken-Song“ zum



Thema ein Schritt in die richtige Richtung ist. Viele kleine Schritte ergeben dann etwas Größeres. So haben wir bei Regensburg Tourismus auch angefangen und das ist ein Erfolgsmodell.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Nico Tippelt von der FDP-Fraktion.

Abg. **Nico Tippelt** (FDP): Sehr geehrte Frau Hedorfer, vielen Dank für Ihren doch insgesamt positiven und ermutigenden Bericht. Andererseits haben Sie auch einige Punkte herausgearbeitet, wo Wunsch und Wirklichkeit auseinanderfallen.

Sie beschreiben, dass die Kunden von Kultur- und Städtereisen tendenziell mehr Geld pro Aufenthalt ausgeben und höherwertige Hotels buchen als andere Reisende. Können Sie auch Aussagen darüber treffen, ob Kultur- und Städtereisende insbesondere aus den Quellmärkten in Übersee dazu tendieren, längere Aufenthalte in Deutschland zu buchen als andere Gäste? Dafür werben Sie in den Fernmärkten gezielt, unter anderem mit dem Slogan "Stay a little bit longer".

Zudem sprechen Sie an, dass die Kombination aus Städtereisen und Zielen im ländlichen Raum bei ausländischen Touristen immer beliebter wird. Gerade in diesem Bereich sehe ich auch große Potenziale und dazu möchten wir gerne wissen, welche Voraussetzungen es bedarf, damit gerade solche Produkte noch besser nachgefragt werden. Was muss da auf der Angebotsseite Ihrer Meinung nach passieren?

Sie sind bereits ein Stück darauf eingegangen, aber können Sie das noch ein wenig vertiefen oder einen Überblick geben, welche wichtigen Länder, deren Reisende Deutschland vor 2019 empfangen durfte, zum jetzigen Zeitpunkt noch zurückhaltend sind und welche Ursachen das hat.

Eine kurze Nachfrage an Frau Thiele. Auf Ihrer Website [www.regensburg-nachhaltig.de](http://www.regensburg-nachhaltig.de) präsentieren Sie sehr schön Ihre Nachhaltigkeitsoffensive für den Regensburger Tourismus. Können Sie konkrete Zahlen nennen, wie viele Touristen es in Anspruch nehmen? Und ist eine Tendenz diesbezüglich bei den Touristen von morgen zu erkennen?

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Hedorfer, bitte sehr.

**Petra Hedorfer** (DZT): Ich fange mit den Ursachen an, warum möglicherweise die Recovery noch nicht wieder dort ist, wo wir sie gerne hätten. Es geht sicherlich um Rahmenbedingungen. Wir haben über Visa gesprochen. Es geht aber auch darum, dass das Gesamtsitzplatzangebot der Airlines nach Deutschland im ersten Halbjahr 2023 nur bei 75 Prozent im Vergleich zu 2019 ist. Sowohl ADV (*Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen, Anm.*) wie BDL (*Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, Anm.*) sagen, dass es um das Thema Gebühren geht, die Erhöhung der Flugsicherungsgebühren in Deutschland ist exorbitant, Post-Corona 67 Prozent mehr. Kein anderes Land hat diese Erhöhung. Burkhard Kieker hat es angesprochen. Wir hören auch von Carriern, die aufgrund dieser Entwicklung nicht mehr nach Deutschland fliegen.

Wir haben auf der einen Seite eine Nachfrage-Situation, die stärkere Werbemaßnahmen nahelegt. Wir haben auf der anderen Seite, Herr Tippelt, aber eben auch Rahmenbedingungen und das Gebühren-thema. Es ist schon erschreckend zu sehen, wo wir heute im internationalen Vergleich stehen. Unabhängig vom innerdeutschen Aufkommen sehen wir diese Problematik im Hinblick auf Flugreisen in vielen Ländern in Europa, es geht um Intercontinental-Anbindungen, es geht um das Gebühren-thema.

Sie haben mich gefragt, was auf der Angebotsseite noch getan werden kann. Ich glaube, wir brauchen ganz massive Investitionen in die Digitalisierung von Content- und von Reise-Informationen entlang der ganzen Customer Journey, wir brauchen digitale Identitäten. Ich bin sehr froh, dass die Nationale Tourismusstrategie und Nationale Plattform sich diesem Thema jetzt auch mit Ideen- und Projektskizzen widmen wird. Deutschland muss anschlussfähig bleiben, was diese Themen angeht. Wir haben sehr anspruchsvolle Reisende, die die Welt bereisen und von Singapur bis Skandinavien diese Form von Angebot erleben. Dort kann längst alles cashless bezahlt werden. Da brauchen wir ganz dringend eine schnelle Digitalisierung, Open Data ist im Infrastrukturbereich von Datentechnik nur ein Stichwort.



Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Frau Thiele, bitte.

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Es gibt 25.000 Besucher pro Jahr auf der Seite „www.regensburg-nachhaltig.de“. Das ist ein Bruchteil von dem, was wir auf „regensburg.de“ haben. Das ist so. Sie haben mich aber auf die Idee gebracht, nochmal nachzufragen und in der nächsten Erhebung die Partner zu fragen, wie deren Resonanz ist. Meistens wird auf „regensburg.de“ begonnen und fünf Prozent klicken dann zu „regensburg-nachhaltig.de“ durch. Es ist mir wichtig zu sagen, dass es jetzt noch kein sehr großes Buchungsaufkommen ist, aber es ist eine Antwort für die Menschen, die nachhaltige Angebote in der Stadt suchen.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Die nächste Frage stellt Mike Moncsek von der AfD-Fraktion.

Abg. **Mike Moncsek** (AfD): Frau Hedorfer, Sie haben in Ihrer schriftlichen Stellungnahme betont, dass die DZT das Segment Städte- und Kulturreisen in Deutschland bereits durch Kampagnen bewirbt. Mit einer speziellen Initiative setzt sich die DZT auch für längere Reiseaufenthalte in Deutschland ein. Dieses Ziel unterstütze ich ausdrücklich. Können Sie uns sagen, ob es bereits messbare Erfolge dieser Kampagne gibt und wie sie ausfallen?

Ferner gehen Sie in Ihrer schriftlichen Stellungnahme darauf ein, dass mit ganzjährigen Kulturangeboten auch die Marktchancen für Reisen in und nach Deutschland außerhalb der Hochsaison wachsen. Können Sie uns sagen, welche Städte oder Regionen besonders erfolgreich mit Ihren ganzjährigen Kulturangeboten auch für Aufenthalte in der Nebensaison werben? Vielleicht haben Sie auch Beispiele aus Ostdeutschland dafür?

**Petra Hedorfer** (DZT): In der Tat, die Aufenthaltsdauer der Deutschland-Reisenden wird länger. Das ist messbar durch das Bundesamt für Statistik, durch den Qualitätsmonitor, durch verschiedene Panels, die wir nutzen. Wir publizieren das für alle auf unserem Dashboard. Sie können monatlich diese Entwicklung verfolgen.

Die Aufenthaltsdauer verlängert sich sogar für internationale Gäste, Amerikaner bleiben im Schnitt sieben Tage. 70 Prozent der Übersee-Gäste machen

längst nicht mehr im Schwerpunkt Europa-Reisen, sondern sie bleiben in Deutschland und sie bleiben länger. Sie verzeihen mir, dass ich jetzt nicht präzise die Zahl mitbringen kann, aber es ist belegbar. Die Aufenthaltsdauer verlängert sich, und da arbeiten wir dran.

Der ländliche Raum hat sehr viele Feste anzubieten, speziell kulturelle Feste. Dazu zähle ich ausdrücklich auch Weinfeste und andere Veranstaltungen, die eine hohe Reiseattraktivität haben. Ich möchte den Blick auf Chemnitz lenken, die europäische Kulturhauptstadt 2025, und sagen, wir sind in enger Kooperation mit den zuständigen Stellen. Ich werde am Freitag in Chemnitz sein, dort findet die Auftaktveranstaltung für die Kooperation zwischen unserem Haus, Sachsen-Tourismus und den Chemnitzer Partnern statt. Dort ist auch der ländliche Raum mit seinen 58 kulturtouristischen Attraktionen, der sogenannte „PURPLE PATH“, einbezogen. Das Erzgebirge wird gemeinsam mit Chemnitz beworben. Wir sind nächstes Jahr im April 2024 zum GTM (*Germany Travel Mart, Anm.*) in Chemnitz. Warum machen wir das? Weil wir international sehen, dass hier Bedarf ist, die Destination zu präsentieren, die Sichtbarkeit zu vergrößern, aber vor allem auch die Tradition, das Welterbe und die kulturellen Sehenswürdigkeiten, angefangen von der Industriekultur bis hin zur modernen Kunst, zu präsentieren.

Abg. **Sebastian Münzenmaier** (AfD): Frau Thiele, Sie haben vorhin im Zusammenhang mit den SDGs gesagt, dass man für nachhaltiges Verhalten „sanft schieben müsse“. Das ist interessant, weil wir alle wissen, dass viele Menschen in Umfragen zum Beispiel sagen, dass sie selbstverständlich für Klimaschutz seien, dass sie selbstverständlich umweltbewusst reisen wollten, aber wenn es an den eigenen Geldbeutel geht, sieht die Realität dann doch oft anders aus. Für viele ist es auch gar nicht möglich. Deswegen interessiere ich mich immer für die Pläne, wenn es um „Sanft Schieben“ oder um Zwang oder ähnliches geht. Vielleicht können Sie uns ausführen, was Sie genau darunter verstehen? Welche Maßnahmen schweben Ihnen konkret vor?

**Sabine Thiele** (Regensburg Tourismus GmbH): Ich darf den Fokus auf den unteren Abschnitt meiner Stellungnahme lenken, wo ich praktikable Lösungen anführe, und möchte nochmal zurückkommen



auf das Marketinggeld, was einer *DMO (Destination Marketing Organisation, Anm.)* zur Verfügung steht. Wir sind alle subventioniert, das heißt, wir arbeiten alle mit öffentlichem Geld. Wir müssen aber in den GmbH-Strukturen Einnahmen erwirtschaften. Das ist etwas, was in der heutigen Zeit gar nicht mehr ins Portfolio passt.

Das „Anchieben“, von dem ich sprach, würde dann so aussehen, dass wir Unternehmen, die zu den *SDGs (Nachhaltigkeitszielen, Anm.)* etwas zu sagen haben, im Marketing voranstellen. Ich sage bewusst voranstellen. Wir würden auch Kulturförderungen und Veranstaltungsförderungen an die *SDGs* knüpfen. Auf welche *SDGs* zahlt zum Beispiel so ein Festival ein? Oder dass wir obligatorisch sagen, wie sieht das mit der *CO2-Neutralität* aus, zum Beispiel beim Weihnachtsmarkt XY oder beim Festival Z. Solche „sanften Schiebemaßnahmen“ könnte ich mir vorstellen. Ich wiederhole, dieses "Wir müssen als *DMO* Geld verdienen" ist auch an dieser Stelle kontraproduktiv. Wir machen es inzwischen so, dass wir unsere Regensburger Marketingpartner, die wollen, kostenfrei mitnehmen und stellen die, die ein nachhaltiges Angebot haben, besonders heraus. Ich traue mich das einfach.

**Petra Hedorfer (DZT):** Ich darf noch die Zahl der Aufenthaltsdauer von Deutschlandbesuchern aus Europa nachreichen. Im ersten Halbjahr 2023 ist die Aufenthaltsdauer von 4,4 Tagen auf 5,2 Tage gestiegen.

Vors. **Jana Schimke (CDU/CSU):** Vielen Dank. Thomas Lutze von der Fraktion DIE LINKE. stellt die nächsten Fragen.

Abg. **Thomas Lutze (DIE LINKE.):** Meine Frage geht sowohl an die *DZT* als auch an *visitBerlin*. Bei Städte- und Kulturreisen kommt bei mir nach der sozialen Frage jetzt noch die Frage der Barrierefreiheit. Sie ist ein Thema, was wir im Bundestag in verschiedenen Ausschüssen immer öfter auf der Tagesordnung haben. Es geht dabei nicht ausschließlich um Rollstuhlfahrer oder um Menschen mit anderen Behinderungen, sondern auch um den nach wie vor zunehmenden Anteil an Senioren, die zum Glück deutlich älter, aber in ihrer Mobilität eingeschränkter werden und die oftmals relativ viel Geld zur Verfügung haben. Diese Zielgruppe finde

ich in der Werbung oder in der Kommunikation relativ wenig. Hierzu würde mich Ihre Einschätzung interessieren, wie sich das aus Ihrer Sicht darstellt.

Vors. **Jana Schimke (CDU/CSU):** Frau Hedorfer.

**Petra Hedorfer (DZT):** In der Tat haben wir bei barrierefreien Reisen und Reisen für Senioren Entwicklungsbedarf. Wir setzen uns dafür ein, dass hier Dateninformation über offene Datenstandards jetzt zertifiziert und weiterentwickelt werden. Das heißt, dass das Thema „Reisen für Alle“ mit seinen Zertifizierungen auch über den Weg der Dateninfrastruktur weiterentwickelt wird. Ich darf sagen, dass das Wirtschaftsministerium dem gegenüber sehr aufgeschlossen ist. Ich sehe hier Frau Wehrmann und Frau Dr. Kollmann aus dem Ministerium. Es ist ein Teil der Beratung, dass diese Form von Dateninformation entsprechend integriert und in die digitale Infrastruktur und Strategie einbezogen wird. Diese Daten müssen dort genauso inklusiv abgebildet werden. Sie müssen auch zugänglich sein, was Maschinenlesbarkeit oder künstliche Intelligenz angeht, damit sich daraus zusätzliche Geschäftsmodelle und Angebote für diese Zielgruppe entwickeln können. Ich glaube, der Weg ist vorgezeichnet und da gibt es eine große Einigkeit, dass das auch vorangebracht werden kann.

Vors. **Jana Schimke (CDU/CSU):** Herr Kieker.

**Burkhard Kieker (visitBerlin):** Dem kann ich mich anschließen. Es wäre nicht nur sozial ein No-Go, sondern auch geschäftlich dumm, diese wachsende Zielgruppe auszuschließen. Wir rechnen damit, dass sie auf bis zu acht Prozent aller Reisenden innerhalb der nächsten 20 Jahre ansteigen wird. Wir sind deswegen auch schon vom Berliner Senat verpflichtet worden, unsere Webseite komplett barrierefrei zu machen, also leicht lesbar, leicht navigierbar auch für Menschen, die nicht mehr gut sehen.

Wir arbeiten zudem seit fünf Jahren daran, in Berlin eine touristische „Vorzeigestrecke“ zu entwickeln, die komplett barrierefrei zugänglich ist. Sie erstreckt sich über die ganze Straße „Unter den Linden“. Dazu gehören alle Museen und alle öffentlichen Einrichtungen entlang der Straße. Viel ist in diesem Bereich umgebaut worden, deswegen haben wir auch dort angefangen. Es ist die klassische – wenn Sie so wollen – „Rennstrecke“ für Leute auch





mit Behinderungen, die also mit einem Rollator oder einem Rollstuhl unterwegs sind. Alle Angebote auf der „Vorzeigestrecke“ sind gut zugänglich und im Internet zu finden.

Vors. **Jana Schimke** (CDU/CSU): Meine Damen und Herren, wir sind am Ende unserer öffentlichen Anhörung angelangt. Ich möchte mich ganz herzlich bedanken für Ihre Zeit, die Sie sich genommen haben, und Ihre Bereitschaft, uns heute Rede und Antwort zu stehen. Wir haben wieder eine Menge erfahren. Ich wünsche Ihnen alles Gute.

Schluss der Sitzung: 16:15 Uhr

Jana Schimke, MdB  
**Vorsitzende**



## **Verweis auf Stellungnahmen der Sachverständigen im Anlagenkonvolut**

**Sabine Thiele**

A-Drs. 20(20)117

**Prof. Dr. Martin Lohmann**

A-Drs. 20(20)118

**Petra Hedorfer**

A-Drs. 20(20)119

**Jan Strehmann**

A-Drs. 20(20)120

**Burkhard Kieker**

A-Drs. 20(20)122