

## **22. Tourismusgipfel**

### **Grundsatzrede**

**Dr. Michael Frenzel**

**Präsident des Bundesverbands  
der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)**

**Es gilt das gesprochene Wort!**

**Sperrfrist: Beginn der Rede (Montag, 4. November 2019, 11:00 Uhr)**

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Bareiß, haben Sie herzlichen Dank für Ihre Worte

Tourismus in Zeiten des Wandels. Unter dieser Überschrift sind wir heute zusammengekommen. Es geht um Innovation. Es geht um die mögliche Disruption von Geschäftsmodellen, Vielleicht sogar um die Disruption von gesellschaftlichen Werten. Und natürlich es geht in diesem Jahr auch um den Klimawandel. Und mit diesem Thema möchte ich starten.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

der Klimawandel betrifft uns, betrifft die Tourismuswirtschaft in Deutschland. Trotz der Überhitzung, die die Diskussion über den Klimawandel gerade in Deutschland auszeichnet, müssen wir uns als Branche dem Thema stellen. Wir stecken in einem Dilemma, weil wir Opfer und Täter gleichermaßen sind.

Keine Frage: Durch Tourismus werden unter anderem CO<sub>2</sub>-Emissionen freigesetzt. Tourismus trägt so seinen Teil zum Klimawandel bei. Insbesondere, weil Tourismus auf Mobilität angewiesen ist. Und diese ist im Jahr 2019 schlicht und ergreifend noch nicht CO<sub>2</sub>-neutral möglich. Wir arbeiten daran, besser zu werden, aber haben noch ein gutes Stück zu gehen.

Gleichzeitig sind wir Betroffene im wahrsten Sinne des Wortes. Tourismus basiert auf einer intakten Umwelt. Umweltfolgen im Zuge des Klimawandels sind real und nicht nur vorübergehender Natur. Sie treffen uns und unsere Gäste. Steigende Meeresspiegel, Versteppung, Wintersportgebiete, die zunehmend grün bleiben oder beschneit werden müssen, mehr Extremwetterlagen in Europa, in Asien, in der Karibik. Dieser Entwicklung können wir nicht tatenlos zusehen. Aus ethischer Sicht genauso wenig wie aus wirtschaftlicher.

Wir brauchen Lösungen, die sie bremsen. Wir stehen bereit, diese mit zu erarbeiten. Dafür muss unsere Branche aber beteiligt werden. Dafür müssen unsere Argumente eine Chance in einem lösungsorientierten Diskurs erhalten. Statt über uns zu reden, bieten wir an, verstärkt mit uns zu reden.

Was brauchen wir, was braucht Deutschland, wenn wir wirklich etwas ändern wollen?

**Erstens:** Gesellschaftliche Akzeptanz für einen lösungsorientierten, rationalen Diskurs über Ursachen und Folgen des Klimawandels und was wir dagegen tun müssen. Keine Vorverurteilung ganzer Branchen, keine Untergangsszenarien. Keiner sollte, wie der BDI Präsident kürzlich gesagt hat, aus dem Klimaschutz eine Religion, einen Glaubenskrieg machen.

**Zweitens:** Mut, auf Innovation zu setzen, die ganze Breite unseres Wissens und unserer technischen Fähigkeiten einzusetzen, um den Klimawandel zu stoppen.

**Drittens:** Damit Lösungen und Maßnahmen initiieren, die auch Nachahmer außerhalb Deutschlands finden. Verbote werden **nie** Exportschlager!

Den Ruf nach sofortigen radikalen Lösungen ist das zu wenig. Anders wird es aber nicht gehen. Es ist das gute Recht der Jugend, Extrempositionen einzufordern, zuzuspitzen und Gegenargumente weitestgehend auszublenden. Es ist richtig und wichtig, dass sie Etabliertes in Frage stellt und den Finger in die Wunde legt. Sie hat ein Thema, das zu Unrecht ein Randthema war, in den Mittelpunkt der gesellschaftlichen Debatte gebracht.

Aufgabe und Pflicht der Politik ist nun jedoch, neben Schwarz und Weiß auch Grau zuzulassen - sprich Kompromisse. Symbolpolitik, die einfach die lautesten Stimmen befriedet, ist nicht nachhaltig. Eine durchdachte Gesamtlösung ist unerlässlich.

Wir brauchen das klare politische Ziel, Klimaschutz und Freiheit unter einen Hut zu bringen – und damit meine ich auch Reisefreiheit. Für unsere Branche ist das überlebensrelevant.

Aus gesamtgesellschaftlicher Sicht ist es mehr als wünschenswert. Lassen Sie mich auf einige Aspekte eingehen, die wichtig sind:

### **Die Demokratisierung des Reisens ist eine der größten Errungenschaften der letzten Jahrzehnte.**

Es stimmt, dass viele Menschen nach wie vor nicht verreisen können. Es ist aber auch richtig, dass die Zahl derer, die es können, in den vergangenen Jahrzehnten immens gestiegen ist - in Deutschland und auf der ganzen Welt. Man mag 9,99 Euro-Flüge in Frage stellen. Ich halte es jedoch für absolut falsch, Reisen wieder zum Luxusgut für die Elite zu machen.

18 Prozent der Weltbevölkerung sind schon einmal geflogen. Sollte man diese Zahl wirklich mit einem „nur“ versehen, wie es Kritiker gern tun, um zu verdeutlichen wie wenig sozial Fliegen und Tourismus sind? 18 Prozent der Weltbevölkerung sind 1,4 Milliarden Menschen, die schon einmal geflogen sind. Eine ganze Menge, finden Sie nicht? Und es werden mehr werden. Aufgeregtheit und aktionistische Einzelmaßnahmen in Deutschland ändern daran absolut nichts. In vielen Regionen der Welt kommt der Wohlstand gerade erst an. Und mit ihm der Wunsch und die Möglichkeit zu reisen.

„Die gefährlichste aller Weltanschauungen ist die Weltanschauung der Leute, welche die Welt nie angeschaut haben.“ Dieses Zitat von Alexander von Humboldt ist aktueller denn je. Unsere Welt wird zunehmend geprägt von Populismus, extremen Stimmen, vielleicht sogar Fake News. Ist es da nicht das Beste was passieren kann, dass sich jedes Jahr so viele Menschen auf den Weg machen, um als Touristen andere Länder und Kulturen zu erleben? Mein Appell gilt mehr denn je: Lasst uns reisen. Lasst uns die Welt anschauen. Lasst uns einander ganz persönlich kennen- und verstehen lernen!

### **Deutschland ist keine isolierte Insel, wir sind nicht allein auf dieser Welt.**

Tourismus ist eine globale Branche mit vielen Wirkzusammenhängen und teils austauschbaren Produkten. Globale Branchen brauchen globale oder zumindest europäische Lösungen. Das haben wir bereits häufig betont. Trotzdem will die Bundesregierung die nationale Insellösung Luftverkehrsteuer verschärfen. Weil populistisch danach gerufen wurde. Weil Airlines zu einer eher beliebig ausgewählten Zielscheibe geworden sind. Eine höhere deutsche Steuer aufs Fliegen hat aber keinen Nutzen fürs Klima. Im Gegenteil.

Sie nimmt deutschen Unternehmen Substanz, um in Innovationen zu investieren. Die Luftverkehrsteuer verlagert zudem den Verkehr. Das hat sie schon bei ihrer Einführung vor fast zehn Jahren getan. Das wird sie bei einer massiven Anhebung wieder tun. Kunden in Grenzregionen werden noch stärker auf ausländische Flughäfen ausweichen. Und auf Langstrecken geht es für viele eben nicht mehr über Frankfurt oder München, sondern Istanbul oder Dubai.

Auch das Reiseziel Deutschland leidet unter nationalen Alleingängen gegen das Fliegen. Flugzeuge bringen nicht nur Urlauber und Geschäftsreisende aus Deutschland zu ihren Zielen. Sie sorgen auch dafür, dass uns Gäste aus China oder Japan, den USA oder Brasilien besuchen können. 98 Prozent unserer Gäste aus Übersee kamen 2018 mit dem Flugzeug.

Ich bin für die internationalen Tourismusorganisationen viel in Asien unterwegs. Glauben Sie mir: Für asiatische Touristen ist das Ziel Europa, nicht Deutschland. Wird das Reisen nach Deutschland zu teuer oder gar tourismusfeindlich, besuchen sie eben Frankreich, Italien und Spanien - und verzichten auf Neuschwanstein, Kölner Dom und Brandenburger Tor.

Mit nationalen Einzelgängen schneidet sich Deutschland ins eigene Fleisch. Mit teuren Insellösungen destabilisiert die Politik unseren Tourismus- und Wirtschaftsstandort. Deshalb gilt unsere ganz klare Forderung: Verzichten Sie auf die Erhöhung und investieren Sie bestehende Einnahmen aus der Luftverkehrssteuer in die Forschung nach CO<sub>2</sub>-neutralen Treibstoffen!

An die gerade geäußerten Gedanken schließt auch mein nächster Punkt an:

**Verbote und höhere Steuern haben wenig Potential, Exportschlager und Vorbild zu werden.**

Lassen Sie mich einige Jahre zurückblicken: Deutschland beschließt nach der Tragödie in Fukushima, aus der Atomkraft auszusteigen. Das überstürzte Aus für die Atomkraft in Deutschland sollte ein Vorbild für die ganze Welt sein. Die Welt hat nur dummerweise nicht mitgespielt. Keiner hat sich an Deutschland ein Vorbild genommen.

Überraschend ist das nicht. Verbote und höhere Kosten sind keine Exportschlager. Glauben Sie wirklich, dass lokal verordneter Konsumverzicht viel verändern wird? Nein, Politik, die schlicht darauf setzt, Alltag und Freizeit der Bürger zu verteuern, wird das Weltklima nicht retten.

In China sind mehr als 200 Flughäfen in Planung. Dort und in vielen weiteren Regionen dieser Welt findet das touristische Wachstum hauptsächlich statt. Wenn in Deutschland eine Steuer erhöht wird, ist das für die Wachstumsmärkte kein Klimaweckruf. Es ist für sie der berühmte Sack Reis, der am anderen Ende der Welt umfällt.

Anders sieht es aus mit Forschung, mit Innovation, mit Antworten, die modellhaft für die Welt sind. Mit innovativen Produkten und Antriebsformen, deren Einsatz sich für Wirtschaft und Klimaschutz gleichermaßen lohnt. Diesen Lösungen gehört die Zukunft. Deutschland braucht Nachahmer rund um den Globus. Der Klimaweckruf wird sonst keine nachhaltige Wirkung haben. Deshalb gilt unser Appell an die Politik: Deutschland muss technologieoffen bleiben. In Forschung investieren. Auf Innovationskraft und Erfindergeist setzen. Deutschland sollte auch seine Industriekompetenz in die Waagschale werfen. All das ist Grundlage für Fortschritt. Und genau den brauchen wir als Tourismuswirtschaft, als Wirtschaftsstandort und als Gesellschaft: Fortschritt, nicht teuren Stillstand. Auch im Sinne von Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

**Nachhaltigkeit ist mehr als CO<sub>2</sub> einsparen.** Die UN hat zehn Millionen Menschen weltweit befragt, was ihre Prioritäten sind. Gesundheit, Bildung, Arbeitsplätze und Nahrung sind die häufigsten Antworten. Maßnahmen gegen den Klimawandel landen auf Platz 16 von 16 Antwortoptionen. Nicht, weil Klimaschutz unwichtig ist. Für die Menschheit sind nur andere Themen viel dringlicher.

Das erste der UN-Nachhaltigkeitsziele lautet: Armut bekämpfen! 16 weitere folgen. Maßnahmen zum Klimaschutz gehören dazu. Aber auch „Industrie, Innovation und Infrastruktur“. Genauso vielfältig müssen wir denken.

Das heißt nicht, dass wir in Deutschland nichts fürs Klima tun sollten. Die Welt besser zu machen, bedeutet auch, CO<sub>2</sub> zu reduzieren - aber eben nicht nur. Menschen brauchen Arbeit. Menschen brauchen Zugang zu Bildung. Menschen wollen raus aus der Armut. Tourismus trägt genau dazu bei. Tourismus aus Klimaschutzgründen grundlegend in Frage zu stellen, wäre deshalb fatal.

**Tourismus stabilisiert viele Regionen dieser Erde.** Tourismus ist oft Haupteinnahmequelle und Hauptarbeitgeber. Jeder zehnte Arbeitsplatz weltweit hängt am Tourismus! Die Reaktionen aus Spanien oder Griechenland nach der Thomas Cook-Insolvenz zeigen, wie sehr schon europäische Länder leiden, wenn ein einzelner

Reiseveranstalter wegbricht. Das Wegbleiben der Touristen nach Terroranschlägen in Nordafrika hatte massive Auswirkungen auf die wirtschaftliche Stabilität dieser Länder. Was, wenn Tourismus dauerhaft als Arbeitgeber ausfällt? Etwa in Ägypten mit rund 100 Millionen, mehrheitlich jungen Einwohnern, von denen Millionen im Tourismus arbeiten.

Deshalb, meine Damen und Herren,

**Verzicht auf Reisen als Grundfreiheit ist keine Lösung.** Den Menschen ist Klimaschutz wichtig. Den Menschen ist aber auch das Reisen wichtig. Das gilt weltweit und das gilt in Deutschland. Die Zahl der Übernachtungen in Deutschland steigt auch in diesem Jahr. Die Zahl der Passagiere an Flughäfen wächst zwar deutlich verlangsamt. Sie liegt aber immer noch auf oder knapp über Vorjahrsniveau. Trotz Protesten. Trotz Aufruf zur Flugscham. Und ich sage: Es ist gut so. Die Bevölkerung sorgt sich um Klimawandel, die Hysterie aber teilt sie nicht, wie Gabor Steingart in seinem Morning-Briefing richtig feststellt.

Natürlich stehe ich als Vertreter der deutschen Tourismuswirtschaft vor Ihnen. Ich glaube aber auch ganz persönlich an den hohen Wert der Reisefreiheit. In fünf Tagen feiern wir den 30. Jahrestag des Mauerfalls. Die Bürger der DDR sind für Reisefreiheit auf die Straße gegangen und haben sich ihre Reisefreiheit friedlich erkämpft. Diese Errungenschaft sollten wir in diesem Jahr eigentlich gebührend feiern und nicht in Frage stellen.

In einer freiheitlichen Gesellschaft kann es nicht Aufgabe der Politik sein, den Menschen vorzuschreiben, was sie essen dürfen und was nicht, wie viele Stunden sie Serien streamen oder wie sie sich fortbewegen. Wollen wir wirklich, dass der Staat über "richtigen" oder "falschen" Konsum, "guten" oder "schlechten" Tourismus richtet? Ich hoffe nicht. Reisen und dabei auch das Fliegen sind auch integraler Bestandteil der Moderne. Kunst, Wissenschaft und Wirtschaft finden in internationalem Kontext statt. Reisen erlaubt die Teilnahme an diesen Prozessen.

**Doch unsere Appelle an die Politik sind natürlich nur die eine Seite der Medaille. Auch von unserer Seite muss etwas kommen.**

Wir dürfen die Verantwortung für Veränderung nicht auf kommende Generationen abwälzen. Wir müssen Dinge ändern. Wir dürfen nicht so tun als hätten wir verstanden und dann passiert nichts. Bereitschaft dafür wird aus allen Teilen der Branche signalisiert. Mehr noch: **Einiges passiert schon. Teilweise seit Jahren.**

Darüber sollten wir definitiv mehr reden. Luftverkehr und Kreuzfahrt sind zwei Achillesfersen des Tourismus. Angriffsflächen, die von Kritikern bewusst attackiert werden. Das Suchen und Finden nachhaltiger Lösungen spielt aber gerade dort bereits eine große Rolle.

Mit Corsia wird die Luftverkehrsbranche ab 2020 weltweit der erste und bislang einzige Industriesektor mit einem eigenen Klimaschutzinstrument sein. In der Kreuzfahrt wird der LNG-Antrieb zunehmend eingesetzt. Und für Flüge ist Power to Liquid keine Zukunftsmusik mehr. Es hat lediglich noch nicht die Massenproduktion erreicht. Das muss ein nächstes großes Ziel sein. Ein gemeinsames von Wirtschaft und Politik.

Auch andere Teile der Branche sind in Sachen CO2 aktiv – egal ob es um den Einsatz von Ökostrom im Bahnverkehr geht oder die Energiekampagne Gastgewerbe, die seit Jahren dafür sorgt, dass Hoteliers und Gastronomen Energie und damit auch CO2 einsparen. Flughäfen haben angekündigt in den nächsten Jahren klimaneutral werden zu wollen, Hamburg beispielsweise schon 2022. Das Thema ist also durchaus angekommen.

Was können wir noch tun? Wir müssen nachhaltige Angebote sichtbarer machen, damit die Kunden sie auch finden. In den Reisebüros, auf den Buchungsplattformen, in Marketingmaßnahmen. Dafür ist weniger Innovation erforderlich, als vielmehr Bereitschaft.

Wir sollten nachhaltige Produkte stärker in unseren Betriebsalltag einbauen. Mit Startups zusammenarbeiten, die manches schneller in den Markt bringen können. Kompensationsangebote müssen ebenfalls sichtbarer werden. Einige Anbieter arbeiten mittlerweile in genau diese Richtung. Es können jedoch noch viel mehr werden. Kompensation wird gern als Feigenblatt abgetan. Sie ist aber definitiv besser als nichts. Eine Schweizer Untersuchung hat jüngst ergeben, dass Aufforstung eine sehr effektive Maßnahme gegen den Klimawandel ist.

Wir sollten mehr mit unseren Kunden kommunizieren, mehr über ihre Wünsche erfahren, mehr darüber welche Form der Nachhaltigkeit ihnen etwas wert ist. Und wir müssen ihnen natürlich zunehmend passende Angebote machen, damit sie auch noch bereiter sind, für Klimaschutz zu zahlen.

Ist das zu wenig, ist das zu langsam, wie Kritiker einwerfen? Vielleicht. Wir sind bereit weiterzudenken. In diesem Zusammenhang begrüßen wir die Bereitschaft von Prof. Schellnhuber, dies mit uns gemeinsam zu tun. In ersten Gesprächen waren wir uns einig, dass einen nicht der Austausch von Maximalforderungen weiterbringt, sondern die Bündelung der Kräfte aus Wirtschaft, Forschung und Politik. Auf dieser Basis wollen wir den Diskurs mit dem PIC weiterführen. Es ist der Anfang eines Dialogs, der uns die nächsten Jahre beschäftigen wird.

Die Nachhaltigkeitsdebatte ist keine Eintagsfliege. Davon bin ich überzeugt. Die Gesellschaft wandelt sich. Und wir müssen uns mitwandeln, wenn wir langfristig relevant bleiben wollen. Vielleicht müssen wir sogar für Dinge eintreten, die vordergründig gegen unsere eigenen Interessen gehen. So wie sich der Luftverkehr durchaus bereit zeigt, Inlandsflüge zunehmend auf die Bahn zu verlagern - sofern deren Kapazitäten und Infrastruktur das zulässt.

Ja, der Klimawandel und der Umgang mit ihm wird in Teilen auch zu Disruption in unserer Branche führen, so schmerzhaft das ist. Und doch haben auch schon ganz andere Themen zu Marktaustritten geführt, wie zuletzt die jüngste Vergangenheit gezeigt hat.

**Der Marktaustritt von Thomas Cook kam einem mittleren Erdbeben gleich.** Der älteste Reiseveranstalter der Welt, dessen Name auf den Gründer der Pauschalreise zurückgeht. Echte und vermeintliche Experten haben viele Gründe ausgemacht. Der Brexit. Die Abwertung des Pfunds. Zu groß und träge für einen schnellen Wandel. Die geringen Margen in der Touristik. Das Setzen aufs falsche Produkt. Die Veränderung des Kundenverhaltens.

Eine Frage, die insbesondere der letzte Punkt aufwirft ist: War und ist die Insolvenz von Thomas Cook Teil der Disruption traditioneller Geschäftsmodelle? Oder kann sie sogar Anlass und Ausgangspunkt einer Renaissance des Pauschalreisegedankens mit garantierten Sicherheiten sein? Dazu gehört eine neue Justierung des Versicherungsschutzes, bei der Kundenschutz einerseits und wirtschaftliche Tragfähigkeit für die Unternehmen andererseits auszubalancieren ist.

Finanzielle Sicherheit ist ein Argument für das Produkt Pauschalreise. Qualitative Sicherheit, gerade im Zuge der aktuellen Nachhaltigkeitsdebatte, ein zweites. Antworten auf Nachhaltigkeitsfragen und -ansprüche sind definitiv ein Aspekt, der dazu beitragen kann aus der klassischen Veranstalterreise ein höchst modernes und zukunftsgerichtetes Produkt zu machen.

Ich spreche hierbei nicht nur über Klimaschutzmaßnahmen, sondern auch über einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Regionen sowie soziale Verantwortung als Arbeitgeber auf der ganzen Erde. Ob und wie schnell solche Ansprüche erfüllbar sind und welche Konsequenzen sich darüber hinaus aus der Insolvenz eines der größten Reiseveranstalter ergeben, diskutieren heute Branchenexperten auf unserer Bühne.

## **Ein Thema, das uns heute ebenfalls beschäftigen wird, ist „Heimurlaub“:**

Ein Drittel der Deutschen verbringt schon heute seine längeren Urlaube im eigenen Land. Betrachtet man die gesamten Reisetage der Deutschen, also auch die auf kürzeren Reisen und Tagesausflügen, hat sogar rund die Hälfte ein Ziel im eigenen Land. Wirtschaftlich gesehen, läuft es weiterhin gut für die heimischen Betriebe. Die Zahl der Übernachtungen in- und ausländischer Gäste steigt das mittlerweile zehnte Jahr in Folge. Das Image des Urlaubs in Deutschland ist positiv. Viele sehen im „Heimurlaub“ eine Antwort auf die aktuelle Klimadiskussion. Kurze Wege, wenig CO<sub>2</sub>-Ausstoß, alles soweit schön.

Doch für die Betriebe ist nicht alles eitel Sonnenschein. Auch für die kleinen und mittelständischen Unternehmen wandelt sich so einiges. Auch sie müssen sich Gedanken machen, wie sie sich am Markt positionieren und behaupten. Der Spagat, den sie dabei bewältigen müssen ist immens. Auf der einen Seite die immer individuelleren Ansprüche der Gäste, gleichzeitig der verstärkte Wunsch der Arbeitnehmer nach mehr Work-Life-Balance. Arbeiten am Abend oder Wochenende passt oft nicht dazu. Auf der anderen Seite eine immer stärkere Abhängigkeit von Buchungsplattformen wie Booking, Quandoo oder FlixBus. Der demografische Wandel mit zunehmendem Fachkräftemangel. Bürokratische Belastungen, die immer mehr Zeit in Anspruch nehmen. Zeit, die für das eigentliche Kerngeschäft fehlt. Es muss sich etwas ändern.

Rahmenbedingungen müssen dringend angepasst werden. Einige Schritte in die richtige Richtung gibt es: Mit dem aktuellen Bürokratieentlastungsgesetz wird der längst überfällige digitale Hotelmeldeprozess endlich Wirklichkeit. Das begrüßen wir außerordentlich. Auch im Datenschutzrecht gab es erste Nachbesserungen, wenngleich das Bürokratiemonster Datenschutz noch reichlich Potenzial für Entlastungen bietet.

Eckpunkte für die nationale Tourismusstrategie sowie die Mittelstandsstrategie, über die wir heute schon einiges gehört haben, liegen auf dem Tisch. Den Worten müssen jetzt weitere Taten folgen. Maßnahmen, die sich im Alltag der Unternehmer niederschlagen.

Wenn die Vorhaben zur Flexibilisierung der Arbeitszeit und Dynamisierung der Minijobverdienstgrenze tatsächlich in die Tat umgesetzt würden, wenn zusätzlich auch noch das Urteil gegen die gewerbesteuerliche Hinzurechnung im Reiseveranstaltergeschäft für allgemein verbindlich erklärt würde, dann würden unsere Hundertausenden kleinen und mittelständischen Unternehmen tatsächlich etwas Licht im Dunkel der Belastungen erkennen.

Im Zuge der Klimaschutzdebatte muss es zudem gehen, das klimafreundliche Verkehrsmittel Reisebus wettbewerbsfähig zu halten. Warum die Mehrwertsteuer für die Bahn gesenkt werden soll, für Reise- und Fernbus jedoch nicht, ist nicht nachvollziehbar. Bus und Bahn sollten steuerlich gleichbehandelt werden.

Meine sehr geehrten Damen und Herren. Die Welt wandelt sich. Die Branche wandelt sich. Der Wert und die Werte von Tourismus jedoch, die bleiben bestehen. Zu häufig wird Tourismus bloß als nette Freizeitbeschäftigung gesehen, deren Verzicht manch einer leichten Herzens einfordern kann. Aber wir sind mehr.

Wir sind Völkerverständiger. Wir sind öffentliches Wohnzimmer für unsere Gesellschaft. Wir sind einer der größten Arbeitgeber. Für 3 Millionen Menschen allein in Deutschland bedeutet Tourismus ihren Arbeitsplatz.

Wollen wir darauf verzichten? Können wir das wirklich leichten Herzens aufs Spiel setzen? Ich glaube nicht.

Herzlichen Dank.