

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft zur nationalen Tourismusstrategie

Bundesweit Fesseln der Tourismuswirtschaft lösen – Nationale Tourismusstrategie zum Konjunkturprogramm ausbauen

1. Die nationale Tourismusstrategie muss Bundeszuständigkeiten betreffen

„Tourismus ist Ländersache“ - dieser Hinweis dient auf Bundesebene allzu oft für Untätigkeit. Dieses Dilemma muss aufgelöst werden, indem Stellschrauben für Wachstumsimpulse auf Bundesebene klar identifiziert und bundespolitische Weichen entsprechend gestellt werden. Denn der Bund hat definitiv eigene Möglichkeiten, Rahmenbedingungen für den Tourismus in Deutschland aktiv zu gestalten.

Eine **nationale** Tourismusstrategie muss daher in allererster Linie

- klar zwischen Bundeszuständigkeiten und Zuständigkeiten der Länder trennen und
- eigene rein bundespolitische Verantwortlichkeiten im Tourismus identifizieren, benennen und wahrnehmen.

Zuständigkeiten zwischen Bund und Ländern in der nationalen Tourismusstrategie zu verschränken ist nicht sinnvoll und wird zum Scheitern der Strategie führen. Die nationale Tourismusstrategie muss sich vielmehr um diejenigen Regelungsbereiche kümmern, die im (ausschließlichen) Aufgabenbereich des Bundes liegen.

Auf Bundesebene müssen sodann Gesetzesvorhaben aus den verschiedensten Ressorts zukünftig unter dem Motto ‚**Tourism Mainstreaming**‘ frühzeitig und konsequent auf ihre Auswirkungen auf Tourismus und Tourismuswirtschaft abgeklopft werden. Ein zu installierender Ausschuss der Staatssekretäre ist eine geeignete Institution, um tourismusrelevante Impulse in die unterschiedlichen Ressorts zu geben sowie zu einer stärkeren Koordination der Teilbereiche beizutragen.

2. Nationale Tourismusstrategie muss Fesseln des Mittelstands lösen

Eine nationale Tourismusstrategie kann aus Sicht der Leistungsträger der Tourismuswirtschaft nur erfolgreich sein, wenn sie zu einem Konjunkturprogramm des touristischen Mittelstands ausgebaut wird und die Wachstumsbremsen in einem sich dem Ende entgegen neigenden Konjunkturzyklus löst.

Denn der Bundesgesetzgeber hat weitaus mehr Möglichkeiten, die Tourismuswirtschaft auf dem Weg zu einer Leitökonomie des 21. Jahrhunderts zu unterstützen als oftmals behauptet. Strukturschwache Regionen und ländliche Räume können zwar durch Förderprogramme unterstützt werden. Wesentlich zielführender ist es jedoch, die kleinen und mittelständischen Unternehmen im Tourismus, wie Reisebüros, Busunternehmer, Veranstaltungszentren, Gaststätten und Hotellerie dabei zu unterstützen, auch in Zukunft Wertschöpfung für die Regionen sicherzustellen und Arbeitsplätze zu erhalten. Daher

muss der Bund endlich seiner Verantwortung gerecht werden und dem Sterben des ländlichen Raumes mit Entschiedenheit entgegenreten!

Leider deuten die aktuellen Entwicklungen in eine andere Richtung: Die über die Maßen erhöhte Luftverkehrssteuer macht deutlich, dass sich der Gesetzgeber noch immer nicht über die elementaren Zusammenhänge der Tourismuswirtschaft im Klaren ist: Der Deutschlandtourismus spielt zweifelsfrei eine große Rolle; Deutschland ist der Deutschen liebstes Reiseziel. Wenn Deutschland als Ganzes, aber auch in der Fläche im Tourismus profitieren will, dann braucht es internationale Gäste und viele von ihnen kommen mit dem Flugzeug zu uns nach Deutschland.

Wer die Wirtschaftsbedingungen für einzelne Segmente dieser vielfältigen und stark miteinander verflochtenen Branche beschneidet, legt Hand an die Leistungsfähigkeit der Tourismuswirtschaft insgesamt. Um beim genannten Beispiel zu bleiben: Wer aus dem Ausland nicht zu uns kommt, weil das Fliegen nach Deutschland zu teuer wird, schläft, isst, reist und konsumiert nicht in Deutschland und kann auch nicht zur Stabilisierung strukturschwacher Regionen beitragen. Und dies ist nur eines von vielen Beispielen.

Eine Stärkung der ländlichen Räume und des dort verorteten touristischen Mittelstandes muss daher zwingend durch die Rücknahme übermäßiger bürokratischer Härten oder durch Steuergleichstellungen für gesellschaftlich wünschenswerte Dienstleistungen wie zum Beispiel die Nahversorgung mit zubereiteten Speisen begleitet werden.

Diese beiden Kernforderungen, die der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft für die zweite Phase der Erarbeitung der Tourismusstrategie erneuert und präzisiert, sind Ausfluss der von DIW econ erstellten [Studie "Ein wirtschaftspolitischer Beitrag zur nationalen Tourismusstrategie"](#), die dem Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages bereits am 28. November 2018 vorgestellt wurde.

Als notwendige Faktoren eines Gelingens einer nationalen Tourismusstrategie wurde darin benannt, **bestehende Wachstumshemmnisse auf Bundesebene zu benennen und abzubauen und neue zu verhindern**. Steuerpolitik, Arbeitsrecht, ordnungspolitische Rahmensetzung, Verbraucherschutz und Bürokratieabbau - all das fällt in Bundeszuständigkeiten und kann und muss somit Inhalt einer Nationalen Tourismusstrategie sein.