

27. Tourismusgipfel des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft

Begrüßungsrede Sören Hartmann, BTW-Präsident:

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Gäste aus Politik, Tourismuswirtschaft, Medien und Wissenschaft,
liebe Freundinnen und Freunde des Tourismus,

ich begrüße Sie sehr herzlich zum **27. Tourismusgipfel des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft**.

Besonders freue ich mich, dass so viele unterschiedliche Perspektiven zusammenkommen: politische Entscheider, Unternehmerinnen und Unternehmer, Experten aus Wissenschaft und Medien. Diese Mischung macht den Tourismusgipfel zu dem, was er ist: einem Ort des offenen Dialogs – manchmal kontrovers, oft konstruktiv, immer relevant.

Viele von Ihnen kennen den Tourismusgipfel seit Jahren. Heute sind wir bewusst **an einem neuen Ort**: moderner, offener, transparenter. Das AXICA steht symbolisch für das, was wir in Zukunft mit dem Gipfel verbinden wollen: **neue Perspektiven, neue Formate, neue Gesprächskultur**.

Die Rahmenbedingungen für Tourismus und Wirtschaft verändern sich. Politik verändert sich. Damit müssen auch unsere Dialogformate Schritt halten. Mit Breakout-Sessions, mehr Raum für Diskussion und direkten Austausch wollen wir genau das abbilden.

Dieser Gipfel wäre ohne starke Partner nicht denkbar. Deshalb möchte ich an dieser Stelle **herzlich Danke sagen** – allen Sponsoren und Unterstützern, die diesen Tag möglich machen.

Mein besonderer Dank gilt unseren **Goldpartnern Coral Travel und AIDA Cruises, lieber Koray, lieber Felix**.

Euer Engagement steht stellvertretend für eine Branche, die Verantwortung übernimmt, investiert und den Dialog aktiv sucht. Vielen Dank für das Vertrauen und die Unterstützung.

Meine Damen und Herren,

wir treffen uns in einer Zeit, die sich als vernetzte Polykrise beschreiben lässt. Krisen begleiten uns seit langem. Zunehmend aber greifen sie ineinander und verstärken sich gegenseitig. Mit der fortschreitenden Globalisierung ist unser Umfeld komplexer und schwerer kalkulierbar geworden: Entwicklungen beschleunigen sich plötzlich oder verlieren unerwartet an Tempo. Vieles entzieht sich unserer direkten Steuerung.

Wir erleben eine Phase, wo Wirtschaft, Gesellschaft und Politik und insbesondere unsere Tourismusbranche im hohen Ausmaß fordert. Krisen und viele Herausforderungen treten nicht mehr isoliert auf. Sie entstehen gleichzeitig, aus unterschiedlichen Richtungen und wirken unmittelbar zusammen.

Der **Krieg im Nahen Osten**, die Fortsetzung des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine und immer wieder außenpolitische Spannungen mit den USA – all das hat auf keine Branche so große mittel- und unmittelbare Auswirkungen wie auf die Tourismuswirtschaft.

Lieferketten werden fragiler. Energie und Treibstoffe verteuern sich rasant. Die Kosten steigen aber nicht nur für die Betriebe. Sie steigen auch für die Bürger. Sie haben immer weniger verfügbares Geld im Portemonnaie, müssen aber mehr zahlen – auch für Mobilität, Urlaub, Genuss, weil Betriebe steigende Kosten zumindest in Teilen weitergeben müssen. Manchen Kunden bringt das an den Rande des finanziell Leistbaren. Das ist ein klarer Kipppunkt.

Und gleichzeitig weiß immer noch niemand: **Wie lange werden diese Konflikte dauern?** Welche weiteren Krisen kommen noch hinzu? Was bedeutet das für die nächsten Monate, vielleicht sogar Jahre? Für Investitionen, für Beschäftigung, für Preise?

Dies alles trifft unsere Branche in einer Phase, in der wir ohnehin gefordert sind: durch wirtschaftliche Schwäche unseres Landes, Nachwirkungen der Pandemie und globale Transformationsprozesse, etwa durch Digitalisierung und Dekarbonisierung. Dies müssen wir als Chance verstehen, wenn wir 3 Aspekte berücksichtigen:

These 1: Echte Kollaboration.

Kollaboration zwischen den demokratischen Parteien, besonders in der aktuellen Bundesregierung.

Kollaboration zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Und auch Kollaboration innerhalb unserer Branche. Und was ist für eine solche Zusammenarbeit geeigneter als ein Dachverband wie der BTW?

Kollaboration funktioniert nur bei einer generellen Offenheit für Veränderungen. Wenn jeder auf seinem Standpunkt und dem Status quo beharrt, dann kommt es zum Stillstand. Das sehen wir aktuell in vielen Punkten und können wir uns nicht leisten! Weder wir als Branche noch als Politik.

Die Herausforderungen, vor denen wir stehen, lassen sich nicht in Ressorts, Legislaturperioden oder Zuständigkeiten aufteilen. Tourismus ist eine Querschnittsbranche: Mobilität, Energie, Digitalisierung, Arbeitsmarkt, internationale Beziehungen. Wer über Tourismus spricht, spricht über mehr als nur Urlaub und Geschäftsreise. Es ist ein komplexes Ökosystem mit vielen Wechselwirkungen.

Mein erstes Thema ist also: Wir brauchen mehr Dialog – nicht weniger. Mehr Zuhören – keine Polarisierung. Und den Mut, auch dort Brücken zu bauen, wo Interessen zunächst unterschiedlich erscheinen. Es gilt, Kompromisse zuzulassen. Und neue Ideen. Für langfristig mehr Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit.

Das leitet gleich in meine zweite These über

Wir dürfen nicht vergessen: Wettbewerbsfähigkeit ist der Garant für Zukunftsfähigkeit.

Wenn wir wirklich wollen, dass Deutschland ein starker Wirtschafts- und Tourismusstandort bleibt, dann müssen sich die Rahmenbedingungen fundamental ändern.

Einer der zentralen Punkte ist die **Energiefrage**. Die aktuellen Entwicklungen zeigen uns schmerzhaft, wie abhängig wir noch immer von fossilen Energieträgern sind – und wie verletzlich uns diese Abhängigkeit macht. Jetzt ist der Zeitpunkt, erstens konsequent daran

zu arbeiten, kurzfristig unsere Kunden und Betriebe zu entlasten und zweitens uns mittelfristig **unabhängig von fossiler Energie** zu machen.

Das gilt nicht nur für Strom und Wärme, sondern konkret in unserer Branche auch für **Kraftstoffe und Ladeinfrastrukturen**, für **neue Antriebe bei Bussen und Campern**, für **nachhaltige Flugkraftstoffe**, für **Kerosin der Zukunft**, für **alternative Mobilitätskonzepte** auf Straße, Schiene, Wasser und in der Luft.

Aber – und das ist wichtig – **das schaffen wir nicht allein**. Unternehmen können investieren, testen, innovieren. Aber ohne klare politische Rahmenbedingungen, ohne verlässliche Förderinstrumente und ohne gezielte Forschungsgelder wird der notwendige Umbruch nicht gelingen.

Hier braucht es echte **Partnerschaft zwischen Wirtschaft, Politik und Wissenschaft**. Energieunabhängigkeit ist kein Selbstzweck. Sie ist die Grundvoraussetzung für Krisenfestigkeit und langfristiges Wachstum im Tourismus.

Und damit zum eigentlichen Motto des Gipfels: Das aktuelle Umfeld erfordert noch etwas anderes – von allen Akteuren:

Mut.

Mut zu investieren, auch wenn die Lage unsicher ist.
Mut pragmatisch zu regulieren, wo klare Leitplanken nötig sind.
Mut, neue Wege zu gehen – auch wenn sie nicht sofort perfekt sind.

Mut bedeutet auch, schonungslose Debatten zu führen: über Preise, über Wachstum, über ökologische Grenzen und soziale Verantwortung und über teils bröckelnde Geschäftsmodelle. Genau diese Debatten gehören hierher.

Auch wenn wir es in Ausnahmesituation wie der aktuellen manchmal schwer glauben können: Man kann tatsächlich noch Mut haben. Die Gäste wollen reisen. Lust auf Urlaub und Genuss ist da. Und wir haben großes Potenzial, gerade im Ausland, gerade in neuen Märkten. Das muss unsere Chance für die Destination Deutschland sein.

Zum Schluss noch ein Gedanke:

Reisen ist mehr als Wirtschaft.

Reisen ist eine gesellschaftliche Errungenschaft mit enormen Wert.

Die **Demokratisierung von Urlaub, von Erlebnissen, von Genuss** ist eine der großen Erfolgsgeschichten der vergangenen Jahrzehnte. Millionen Menschen konnten durch unsere Angebote Horizonte erweitern, Kulturen kennenlernen, sich erholen und teilhaben.

Wir – die Unternehmen der Tourismuswirtschaft – haben dafür ein enormes Angebot geschaffen: vielfältig, innovativ, international. Und wir haben einen der **stärksten Wirtschaftszweige unseres Landes** aufgebaut.

Dieser gesellschaftliche Wert stand vielleicht noch nie so sehr unter Druck wie jetzt.

Steigende Preise und wachsende Unsicherheit werfen die Frage auf:
Wie bleiben Urlaub, Erlebnisse, Genuss und Mobilität **für die Meisten unserer Gesellschaft bezahlbar**? Wie verhindern wir, dass Reisen wieder zum Privileg einiger weniger wird?

Das ist eine zutiefst ökonomische und politische Frage: **Reisen ist eine gesellschaftliche Errungenschaft – und es ist unsere gemeinsame Verantwortung, den Zugang für breite Teile der Bevölkerung langfristig zu sichern.**

Dazu brauchen wir **Rahmenbedingungen**. Für die Betriebe. Für die Beschäftigten. Und vor allem für die Menschen in unserem Land.

Der Tourismuskongress soll heute für all das Raum bieten: für Austausch, auch für Widerspruch, für neue Ideen. Nutzen Sie die Diskussionen, die Breakout-Sessions, die Gespräche in den Pausen.

Lassen Sie uns gemeinsam Antworten suchen – nicht auf alles, aber auf einiges, was wir gemeinsam gestalten können. Mit unseren 2,7 Millionen Beschäftigten ist Tourismus keine Randbranche – er ist ein Spiegel wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen. Und in genau den wollen wir heute blicken.