

Antrag

der Abgeordneten Sebastian Münzenmaier, Mike Moncsek, Klaus Stöber, Thomas Seitz, Marc Bernhard, René Bochmann, Thomas Dietz, Kay Gottschalk, Dr. Malte Kaufmann, Stefan Keuter, Norbert Kleinwächter, Jörn König, Barbara Lenk, Tobias Matthias Peterka, Kay-Uwe Ziegler und der Fraktion der AfD

Im Tourismus digital durchstarten – Deutschland für modernes Reisen fit machen

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Der Tourismus in Deutschland steht gegenwärtig vor enormen Herausforderungen. Zusätzlich zum Innovationsdruck, dem sich die Branche ohnehin ausgesetzt sieht, um ihre internationalen Marktanteile zu sichern oder auszubauen, hat die Corona-Krise insbesondere den Digitalisierungsdruck im Tourismussektor deutlich erhöht. Weil digitale Lösungen zwischenzeitlich in verschiedenen Bereichen fester Bestandteil des Alltags geworden sind, sehen sich auch die Tourismusunternehmen zunehmend gezwungen, ihr Geschäftsmodell grundlegend digital zu erweitern oder umzugestalten (#impulse4travel, <https://drive.google.com/file/d/1LPhm8vkWOuiOP3F0aEjIbb85qG2ygurr/view>).

Zugleich fehlt aber innerhalb des Tourismussektors an vielen Stellen das erforderliche Know-how oder notwendiges Investitionskapital. Es droht deshalb die wachsende Abhängigkeit von einzelnen Technologien und Anbietern (ebenda).

Die Anforderungen an einen sogenannten Tourismus 4.0 sind hoch und werden aktuell noch längst nicht erfüllt (Weber-Leibrecht, Auswirkungen der Digitalisierung auf den Tourismus, in: Spellerberg, Digitalisierung in ländlichen und verdichteten Räumen, 2021, Seite 114, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/235542/1/1761104853.pdf>).

Eine leistungsfähige technische Infrastruktur und die Befähigung der touristischen Akteure im Umgang mit digitalen Medien sind eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Digitalisierung des Tourismus (Weber-Leibrecht, a. a. O., Seite 120). Hierzu müssen auf Bundesebene die politischen Anstrengungen zur Erfüllung der heutigen Erwartungen von Reisenden deutlich ausgebaut werden. Die Breitband- und WLAN-Versorgung muss in vielen Bereichen Deutschlands mit ausreichenden Fördermitteln des Bundes noch entschlossener vorangetrieben werden. Auch die Internetverfügbarkeit im öffentlichen Raum, insbesondere an touristisch relevanten Orten, muss mit entsprechenden Fördermitteln zeitnah sichergestellt werden.

Die Chancen der digitalen Transformation auf der Grundlage einer modernen Netzinfrastruktur müssen gerade auch im Rahmen des Neustarts des Tourismus in Deutschland besser erkannt und genutzt werden. So sind beispielsweise digitale Systeme zur Besucherlenkung oder Besucherorientierung nicht nur ein zeitgemäßes Instrument zur Steigerung der Wahrnehmbarkeit bislang schwach besuchter Reiseziele. Sie können im Bedarfsfall auch einen wichtigen Beitrag bei der Einhaltung von Abstands- und Hygieneregulungen leisten. Dafür ist es jedoch neben einer leistungsfähigen Netzinfrastruktur ebenfalls erforderlich, in den Reisedestinationen leistungsfähige Datenbanken aufzubauen, die touristische Points of Interest, Veranstaltungen und buchbare Angebote auf Internetseiten und Applikationen durch Schnittstellen miteinander verbinden.

Um die Destinationen in Deutschland bei der Bewältigung der digitalen Herausforderungen bestmöglich durch den Bund zu unterstützen, sollten vorhandene Instrumente der Tourismusförderung des Bundes durch einen bedarfsgerechten Umbau modernisiert werden. Um mit der Tourismusförderung des Bundes einen echten Mehrwert für den Deutschlandtourismus zu erzielen, sollten die Förderinstrumente stärker auf die Bezuschussung überregional nutzbarer digitaler Lösungsansätze ausgerichtet werden.

Zugleich sollte die Tourismusförderung des Bundes im Zuge der digitalen Transformation auch so umgestaltet werden, dass neue technologiebasierte Geschäftsprozesse und Lösungsansätze in einem staatlich finanzierten oder zumindest bezuschussten Laborbetrieb unter Realbedingungen als Projekt getestet werden können.

Deutschland kann im Tourismus aber nur dann digital durchstarten, wenn die kleinen und mittelständischen Tourismusunternehmen bei dieser Entwicklung mitgenommen werden. Gerade viele kleine und mittlere Unternehmen nutzen gegenwärtig die Chancen der digitalen Transformation noch unzureichend. Damit geht die Digitalisierung insbesondere an diejenigen Unternehmen weitgehend vorbei, die für die deutsche Tourismuslandschaft prägend sind. Diese Betriebe müssen in die Lage versetzt werden, digital mitzuhalten, um im veränderten Tourismusmarkt bestehen zu können. Dazu muss die digitale Kompetenz solcher Betriebe systematisch gesteigert werden. Hierzu sollten Bund und Länder unter Einbindung der Industrie und Handelskammern, der Tourismusmarketingorganisationen der Länder und der regionalen Destinationsmanagementorganisationen deutlich enger zusammenarbeiten.

Darüber hinaus benötigt die Tourismuswirtschaft mehr Personal, das anhand der neuen digitalen Anforderungen in der Tourismuswirtschaft ausgebildet worden ist. Hierzu ist es unerlässlich, dass derartige Anforderungen rechtzeitig und vollumfänglich in die Ausbildungsordnungen eingearbeitet werden und moderne Ausbildungsberufe für die Branche geschaffen und bekanntgemacht werden. Für vorhandenes Personal muss dringend eine niederschwellige Möglichkeit zur beruflichen Weiterbildung hinsichtlich der durch die Digitalisierung veränderten Berufsanforderungen ermöglicht werden. Nicht zuletzt sollte auch die Weiterbildung des Lehrpersonals für touristische Berufe als wichtige Voraussetzung begriffen werden, um zukunftsfähige Ausbildungen im Tourismus zu garantieren.

Ferner muss Deutschland beim Aufbau digitaler Vertriebswege für seine Tourismusangebote aufholen. Die Abhängigkeit vieler Tourismusanbieter in Deutschland von häufig im Ausland ansässigen digitalen Such-, Vergleichs- oder Buchungsplattformen wächst ständig (<https://www.tophotel.de/direktbuchungen-ruecklaeufig-abhaengigkeit-von-booking-expedia-co-steigt-weiter-65276/>). Bereits 2016 kam jede vierte Hotelbuchung in Deutschland über Buchungsplattformen (<https://hoteloffice24.de/marktdominanz-der-online-buchungsportale-nimmt-im-hotelvertrieb-weiter-zu/>).

Trotz der Gefahr einer Abhängigkeit haben Online-Plattformen für die deutsche Tourismuswirtschaft auch einen großen Wert. Digitale Plattformen haben das Reisen einfacher gemacht und tragen damit zum Wachstum des Reisemarktes in Deutschland bei.

Gerade für viele kleine und mittelständische Tourismusbetriebe stellen Online-Plattformen einen wichtigen Technologiepartner dar, der ihnen durch die überregionale und sogar internationale Sichtbarkeit völlig neue Kundenkreise erschließen kann. Andererseits verlangen Buchungsplattformen von den Beherbergungsbetrieben hohe Provisionen. Politisches Ziel der deutschen Tourismuspolitik muss es daher sein, die Abhängigkeit inländischer Anbieter von internationalen Plattformen zu reduzieren und mehr Wertschöpfung in Deutschland zu behalten. Dazu sollte von Bund und Ländern geprüft werden, wie in dem für Deutschland sehr wichtigen Binnentourismus die Anbieterinformationen der regionalen Destinationen unter Einbindung der Tourismusmarketingorganisationen der Länder zu einer zentralen Dateninfrastruktur auf Grundlage eines gemeinsamen Datenstandards zusammengefasst werden können. Dadurch könnten im Inland digitale Vertriebsstrukturen entstehen und der Abhängigkeit von internationalen Online-Plattformen entgegengewirkt werden.

Um Deutschland für modernes Reisen im Zeitalter der Digitalisierung fit zu machen, muss es schließlich auch darum gehen, das Wissensmanagement für die Tourismusbranche als Baustein und Anstoß für eine Selbstoptimierung der Betriebe weiter zu verbessern. Mit dem Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist bereits ein wichtiger Schritt unternommen worden, um das Wissensmanagement auf wissenschaftlicher Basis breitgefächert zu organisieren und zugänglich zu machen. Damit der Mehrwert der dort bereitgestellten Informationen im Bereich Digitalisierung für die einzelnen Branchensegmente des Tourismus noch weiter erhöht wird, sollte das Kompetenzzentrum seine Informationsangebote künftig besser auf die spezifischen Bedürfnisse der einzelnen Segmente der Tourismusbranche ausrichten. So sollten Best-Practice-Beispiele und Digitalisierungsstrategien bereitgestellt werden, die speziell auf die unterschiedlichen Segmente der Branche zugeschnitten sind. Nur Informationsangebote, die dies berücksichtigen, haben Aussicht, ihre Adressaten wirklich zu erreichen und den Digitalisierungsprozess der deutschen Tourismuswirtschaft zu beschleunigen.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. die leitungsgebundene digitale Infrastruktur flächendeckend in Deutschland bereitzustellen, indem der Ausbau des Breitbandnetzes mit Bundesmitteln deutlich stärker und effektiver als bisher gefördert wird;
2. den Ausbau der 5G-Mobilfunknetze in Deutschland flächendeckend deutlich stärker als bisher zu fördern;
3. in Abstimmung mit den Ländern die Internetverfügbarkeit im öffentlichen Raum, insbesondere an touristischen Hotspots, entschlossen voranzutreiben;
4. die Instrumente der Tourismusförderung des Bundes grundlegend umzubauen, um die digitale Transformation der Tourismuswirtschaft effektiver zu unterstützen, indem
 - a. schwerpunktmäßig Projekte mit überregional nutzbaren digitalen Lösungsansätzen für den Tourismus gefördert werden, die einen messbaren Mehrwert für den Deutschlandtourismus erzielen (beispielsweise digitale Besucherlenkung, digitale Informationsbereitstellung am Urlaubsort, Sprachassistenzsysteme, Mobile Payment, Chatbots, digitale Gästekarten),
 - b. neue technologiebasierte Prozesse im Tourismus projektbezogen in einem staatlich geförderten Laborbetrieb unter Realbedingungen getestet werden können;

5. zusammen mit den Ländern die digitale Kompetenz besonders in den kleinen und mittelständischen Betrieben der Tourismuswirtschaft zu steigern, indem
 - a. unter Einbindung der Industrie- und Handelskammern und der Tourismusmarketingorganisationen der Länder sowie der regionalen Destinationsmanagementorganisationen Coaching-Angebote für kleine und mittelständische Beherbergungs- und Tourismusunternehmen bereitgestellt werden,
 - b. dort – wo noch erforderlich – neue, digitale Anforderungen in die Ausbildungsordnungen für Tourismusberufe eingearbeitet werden
 - c. für Ausbildungsberufe mit digitaler Kompetenz im Tourismus, wie beispielsweise dem E-Commerce-Kaufmann IHK oder der Weiterbildung zum E-Tourism-Manager IHK, verstärkt geworben wird,
 - d. niederschwellige berufliche Weiterbildungsmöglichkeiten für Tourismusberufe geschaffen werden, um den durch die Digitalisierung hervorgerufenen neuen beruflichen Anforderungen gerecht zu werden,
 - e. die Weiterbildung der Berufsschullehrer und -lehrerinnen für touristische Berufe verstärkt auf die Vermittlung digitaler Lehrinhalte ausgerichtet wird;
6. gemeinsam mit den Ländern zu prüfen, inwieweit eine landesweite zentrale touristische Dateninfrastruktur auf einem gemeinsamen Datenstandard aufgebaut werden kann, um die Abhängigkeit von internationalen Buchungsplattformen zu verkleinern und mehr Wertschöpfung im Inland zu behalten;
7. die Arbeit des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes darauf auszurichten, bei der Unterstützung der Branche im Bereich Digitalisierung stärker auf den jeweiligen Unterstützungsbedarf der unterschiedlichen Tourismusakteure einzugehen und dadurch beispielsweise Unterschiede im Informationsbedarf von Beherbergungsbetrieben, Reisebüros oder Touristeninformationen stärker zu berücksichtigen.

Berlin, den 3. Juni 2022

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion