

## **Unterrichtung**

durch die Bundesregierung

**Strategiebericht zur Fortschreibung der Nationalen Tourismusstrategie**

**Destination Zukunft – Tourismus gemeinsam gestalten**

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

**Bildnachweis**

AdobeStock

WavebreakMediaMicro/S. 5

iStock

AleksandarNacic/Titel

simonkr/S. 11

martin-dm/S. 13

SolStock/S. 14

sanjeri/S. 15

Dimensions/S. 17

elenabs/S. 19

tarras79/S. 21

Vadym Ivanchenko/S. 22

drmkkoy/S. 24

FootToo/S. 25

VladimirTyurin/S. 29

DOERS/S. 29

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

# Inhalt

## Vorwort

Gemeinsam ambitioniert in die Zukunft .....	4
---	---

## Ausgangslage

Tourismusbranche stellt sich neuen Herausforderungen .....	6
--	---

## Nationale Tourismusstrategie

Politik stellt die Weichen für einen zukunftsfähigen Tourismus .....	7
--	---

## Die Nationale Plattform Zukunft des Tourismus

Akteure im Schulterschluss .....	8
----------------------------------	---

## Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz

Initialzündung für die nachhaltige Transformation im Tourismus .....	11
--	----

## Arbeitskräftesicherung und -gewinnung

Motivierte Mitarbeitende sind entscheidend für Erfolg im Tourismus .....	15
--	----

## Digitalisierung

Chancen der Digitalisierung im Tourismus bestmöglich nutzen .....	19
---	----

## Wettbewerbsfähigkeit

Wettbewerbsfähigkeit auf breiter Basis sicherstellen .....	23
--	----

## Ausblick/Schlussfolgerung

Die Zukunft des Tourismus: Wie es weitergeht .....	28
--	----

## Anhang

Aktuelle Initiativen .....	31
Mitglieder der Gremien .....	49
Abkürzungs- und Quellenverzeichnis .....	54

## VORWORT

# Gemeinsam ambitioniert in die Zukunft

*Die Bundesregierung will die Tourismuswirtschaft Deutschlands auf ihrem Weg in eine tragfähige, vielversprechende Zukunft begleiten: eine Zukunft, die den Herausforderungen der Zeit konstruktiv und lösungsorientiert begegnet und gleichermaßen sicherstellt, dass touristische Unternehmen erfolgreich, nachhaltig und wettbewerbsfähig wirtschaften können.*

Dazu hat sie bisher 130 Expertinnen und Experten aus Bund, Ländern, Reisebranche und Wissenschaft in der Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus (NPZT) versammelt, die jetzt seit gut einem Jahr gemeinsam daran arbeiten, strategische Ziele für den Bereich Tourismus zu erarbeiten und gleichzeitig in praxisorientierten Lösungen umzusetzen. Die Herangehensweise erweist sich als Erfolgsmodell: Die auf der Plattform Mitwirkenden haben sich über alle Ebenen vernetzt, auf ambitionierte Ziele geeinigt und bereits 27 vielversprechende, zielführende Initiativen auf den Weg gebracht, die schon gute Fortschritte verzeichnen. Tourismus ist ein heterogener Wirtschaftsbereich, und die vielschichtige Zusammensetzung der NPZT ist Garant dafür, dass die relevanten Akteure zueinander finden, damit neue, bereichernde Impulse gesetzt werden. Der partizipative Prozess steigert die Qualität der erarbeiteten Maßnahmen und deren Akzeptanz. Er stellt sicher, dass Strategie und Anforderungen aus der Praxis möglichst passgenau miteinander in Einklang gebracht werden. Er sorgt auch für eine große Breitenwirkung von Maßnahmen und Initiativen – eine der zentralen Aufgaben der NPZT. In ihrer Arbeit fokussiert sich die Plattform auf die folgenden zentralen strategischen Zukunftsthemen der Tourismuswirtschaft:

- **Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz:** Der Schutz von Umwelt und Klima ist die langfristige Existenzgrundlage der Tourismuswirtschaft. Die Branche muss ihren ökologischen und klimatischen Fußabdruck mindern und damit ihren Beitrag zu den nationalen, europäischen und internationalen Klimazielen leisten.
- **Arbeitskräftesicherung und -gewinnung:** Die Dienstleistungsbranche Tourismus ist in besonderem Maße auf hohe Servicequalität angewiesen. Gute Arbeits- und Ausbildungsbedingungen sind essenziell, um motiviertes Personal zu gewinnen und langfristig im Unternehmen zu halten.
- **Digitalisierung:** Die Digitalisierung bietet enorme Chancen zur Effizienzsteigerung und Innovation. Besonders für die mittelständisch geprägte Tourismuswirtschaft sind digitale Technologien ein Schlüssel zum Erhalt oder zum Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit.
- **Wettbewerbsfähigkeit:** Die Tourismusstrategie zielt darauf ab, die touristischen Regionen attraktiv zu gestalten und sowohl den Tourismusstandort Deutschland als auch die deutsche Reisewirtschaft zu stärken. Dabei nimmt sie die Entlastung der Unternehmen von Bürokratie ebenso in den Blick wie die Weltoffenheit Deutschlands und seiner Destinationen, die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen von Reisenden oder eine kluge Tourismusfinanzierung.

Das erste Resümee nach gut einem Jahr stimmt positiv: Viele Lösungsansätze und -ideen sind erfolgsversprechend auf den Weg gebracht. Mit der NPZT sind Dynamik, Gestaltungswille und Umsetzungsstärke in die zukunftsweisende Ausgestaltung des Tourismus gekommen. Vieles bleibt aber auch noch zu tun, um die Herkulesaufgabe zu stemmen. „Nichts ist so beständig wie der Wandel“, hat schon der griechische Philosoph Heraklit vor mehr als 2000 Jahren festgestellt. Die gesamte deutsche Tourismuswirtschaft hat die Herausforderungen angenommen und den Wandel eingeleitet.

Soweit konkrete Maßnahmen zu Ausgaben im Bundeshaushalt sowie im Klima- und Transformationsfonds (KTF) führen, stehen sie unter Finanzierungsvorbehalt und sind innerhalb der geltenden Haushalts- und Finanzplanung der jeweils zuständigen Ressorts gegenzufinanzieren. Auch die Haushalte der Sozialversicherungen werden durch die Nationale Tourismusstrategie nicht präjudiziert.



Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

## AUSGANGSLAGE

# Tourismusbranche stellt sich neuen Herausforderungen

Tourismus steht für Erlebnis und Erholung, er fördert den kulturellen Austausch, überwindet Grenzen und ermöglicht friedliche Begegnungen zwischen Menschen aus aller Welt. In Deutschland ist Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Die vorwiegend kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Tourismusbranche erwirtschafteten im letzten Vor-Covid-Jahr 2019 nach Angaben des Statistischen Bundesamts circa 124 Milliarden Euro und damit knapp vier Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung Deutschlands. Gleichzeitig ist der Tourismus ein bedeutender Arbeitgeber. So waren vor der Pandemie 4,1 Millionen Menschen direkt und indirekt in der Branche erwerbstätig, das sind rund neun Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland. Nach einem wirtschaftlichen Einbruch in den Jahren der Pandemie hat sich die Tourismuswirtschaft nach aktuellen statistischen Daten wie Übernachtungszahlen und Umsätzen inzwischen wieder relativ gut erholt. Dazu trägt auch bei, dass mit den Corona-Hilfen der Bundesregierung, von denen die Tourismuswirtschaft wie keine andere Branche profitiert hat, die vielfältigen Strukturen im Tourismus durch die Covid-19-Pandemie hindurch gerettet werden konnten.

Bei all dem steht die Tourismuswirtschaft nicht nur für sich allein. Sie ist vielmehr Teil einer Wertschöpfungskette über verschiedene Branchen hinweg und damit Ausgangspunkt für zahlreiche Impulse in andere Wirtschaftsbereiche – u. a. in den Verkehr, den Handel, das Handwerk, die Landwirtschaft, die Gesundheit sowie die Freizeit-, Kultur- und Kreativwirtschaft. Bezieht man die indirekte touristische Produktion mit ein, dann weist das Statistische Bundesamt für das Jahr 2019 sogar eine tourismusbedingte Bruttowertschöpfung von 216 Milliarden Euro und damit rund sieben Prozent aus. Daneben ist der Tourismus oft Treiber für

den Ausbau der regionalen Infrastruktur. Das ist besonders wichtig in ländlich geprägten und strukturschwächeren Räumen, in denen die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Tourismus diesen Sektor zum Entwicklungsmotor macht.

Da die Tourismuswirtschaft eng in die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und darüber hinaus weltweit eingebunden ist, reagiert sie besonders sensibel auf Krisen – so in den letzten Jahren auf die Covid-19-Pandemie und die hiermit verbundenen Beschränkungen, die den Tourismus zeitweilig zum völligen Erliegen brachten. Auch der russische Angriffskrieg auf die Ukraine, der zu hohen Lebensmittel- und Energiepreisen geführt hat, beeinflusste die touristische Nachfrage. Hinzu kommt, dass die Branche sich zukunftsicher in einer sich wandelnden Welt aufstellen muss, um mit innovativen Angeboten und gutem Service weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Gleichzeitig muss sie ihren Beitrag zu Klima- und Umweltschutz leisten, damit ihre Existenzgrundlagen auch langfristig gesichert sind.

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, braucht sie ein Umfeld, in dem sich motivierte und qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen lassen, innovative, persönliche und digital unterstützte Reiseangebote und Services entwickelt werden können, unbeschwerte Reiseerlebnisse mit Klima- und Umweltschutz vereinbar sind und erfolgreiches Wirtschaften nicht von unnötigen bürokratischen Regelungen und Vorgaben behindert wird.

**NATIONALE TOURISMUSSTRATEGIE**

# Politik stellt die Weichen für einen zukunftsfähigen Tourismus

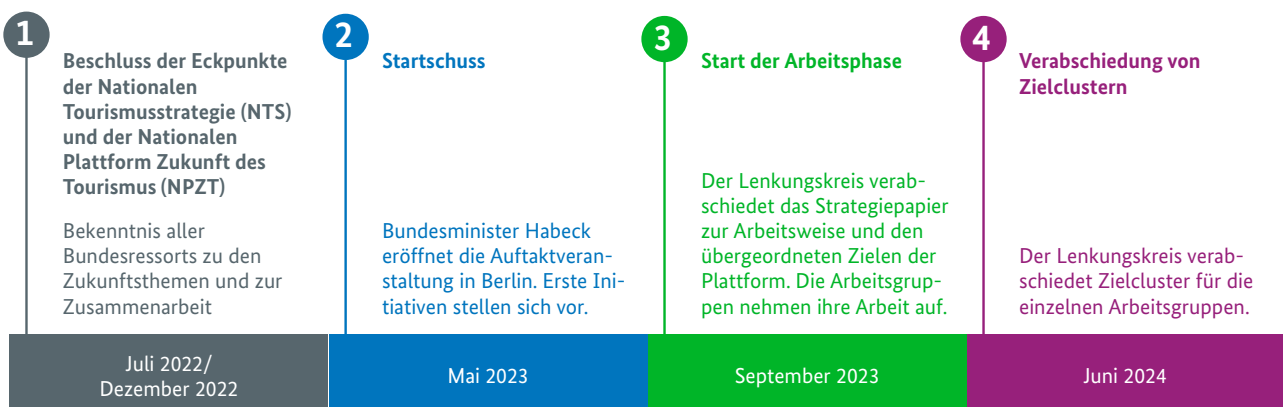
Die Bundesregierung hat sich in ihrem Koalitionsvertrag darauf verständigt, die Nationale Tourismusstrategie fortzuentwickeln. Dabei knüpft sie an die Vorarbeiten aus der 19. Legislaturperiode an. Bereits damals hat der Bund gemeinsam mit den Stakeholdern wichtige Ziele für einen zukunftsfähigen Tourismus identifiziert, wie Umwelt- und Klimafreundlichkeit, eine moderne, barrierefreie, verlässliche und nachhaltige Mobilität, die adäquate Gestaltung der digitalen Infrastruktur, Qualität im Tourismus und eine stabile wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in anderen Teilen der Welt.

Nach der Covid-19-Pandemie und angesichts der aktuellen Herausforderungen gilt es, die NTS klar auf die im Koalitionsvertrag vereinbarten Zukunftsthemen Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz, Arbeitskräftesicherung und -gewinnung, Digitalisierung und Wettbewerbsfähigkeit auszu-

richten. Ein erster Orientierungsrahmen für diesen neu zugeschnittenen Prozess sind die Eckpunkte zur NTS und zur Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus, auf die sich die Bundesressorts 2022 verständigt haben<sup>1</sup>.

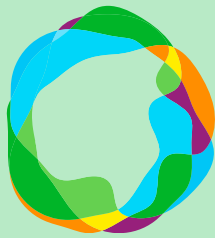
Zudem hat die Bundesregierung ein Arbeitsprogramm mit Maßnahmen und Projekten aus allen tourismusrelevanten Bereichen der Bundesressorts vorgelegt, die dazu beitragen, den Tourismusstandort Deutschland nach der Covid-19-Pandemie nachhaltig, klimafreundlich, sozial gerecht und innovativ zu gestalten<sup>2</sup>. Darin finden sich verschiedenste Maßnahmen, u. a. auch Förderprogramme wie die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) oder die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK), die häufig auch touristischen Betrieben und Infrastrukturen zugutekommen.

## Meilensteine der Fortschreibung der Nationalen Tourismusstrategie (NTS)



1 Vgl. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-zur-weiterentwicklung-der-nationalen-tourismusstrategie.html> und <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/S-T/zukunft-tourismus.html>  
 2 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022c): Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten.

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.



# Nationale Plattform ZUKUNFT DES TOURISMUS

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

## DIE NATIONALE PLATTFORM ZUKUNFT DES TOURISMUS

### Akteure im Schulterschluss

Um die Zukunftsthemen mit neuen Impulsen aus allen Bereichen des Tourismus voranzubringen, sieht der Koalitionsvertrag einen Dialog aller wichtiger Tourismus-Akteure vor. Dieser Dialog wird in der Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus (NPZT) organisiert und gesteuert, die die Bundesregierung im Mai 2023 ins Leben gerufen hat.

Die Plattform eröffnet neue Chancen und eine neue Herangehensweise an die vielschichtigen Herausforderungen der Tourismuswirtschaft in

Deutschland. Sie schafft erstmals ein zentrales Forum, in dem sich Expertinnen und Experten aus Bund, Ländern, Branche und Wissenschaft in kreativer und konstruktiver Arbeitsatmosphäre an einem Tisch versammeln und über Ebenen und Disziplinen hinweg einen Mehrwert für die Tourismuswirtschaft als Ganzes schaffen.



Dabei setzt die Plattform auf vier wesentliche Prinzipien:

- **Vielfalt**  
Die NPZT bildet die Vielfalt der gesamten Tourismuswirtschaft ab. Bis dato haben sich rund 130 Vertreterinnen und Vertreter von Branche und Verbänden, Bundesministerien und Hochschulen auf der NPZT zusammengeschlossen. Die Plattform ist darüber hinaus flexibel, weitere Teilnehmende aufzunehmen oder externe temporäre Expertinnen und Experten einzubeziehen, wenn die Themenstellungen dies nahelegen.
- **Vernetzung**  
Die Akteure identifizieren in der Plattform Schnittstellen und Anknüpfungspunkte für gemeinsame Aktivitäten, tauschen Erfahrungen, Informationen, Expertise und unterschiedliche Perspektiven aus und erarbeiten gemeinsam tragfähige, praktische Lösungen für die Herausforderungen der Tourismuswirtschaft.
- **Konkrete Initiativen**  
Die Mitglieder der NPZT bringen konkrete Initiativen und Projekte aus ihren Bereichen in die Arbeit der Plattform ein, die jeweils bestimmte Herausforderungen rund um die Zukunftsthemen adressieren. Sie wollen diese Initiativen gemeinsam weiterentwickeln, mit anderen Maßnahmen und Projekten sinnvoll vernetzen und ihnen eine breite Sichtbarkeit verschaffen, damit sie eine größtmögliche Breitenwirkung entfalten können.

- **Beständigkeit**  
Über den Dialogprozess entwickeln sich mittelfristig beständige Netzwerke, die auch aus sich heraus fortbestehen können.

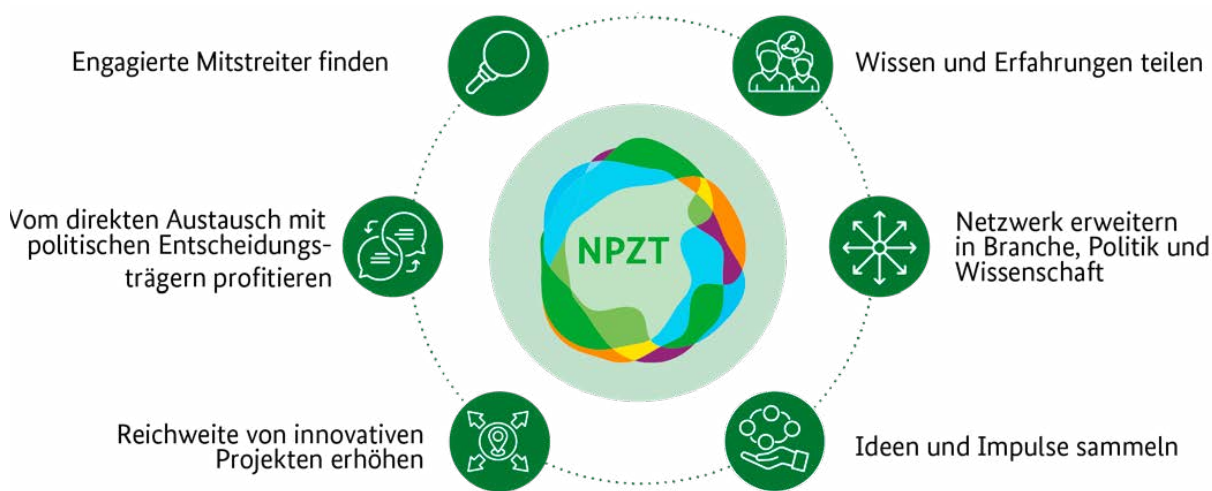
Die NPZT hat mit der konstituierenden Sitzung ihres Lenkungskreises im September 2023 ihre Arbeit aufgenommen. Seitdem kommen die beteiligten Akteure regelmäßig zweimal im Jahr im Lenkungskreis zusammen. Ebenfalls im Schnitt zweimal im Jahr treffen sich die entsprechenden Expertinnen und Experten in vier Arbeitsgruppen zu den Zukunftsthemen „Klimaneutralität/ Umwelt- und Naturschutz“, „Arbeitskräftesicherung und -gewinnung“, „Digitalisierung“ und „Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus“. Dort speisen sie Ergebnisse aus Projekten, Initiativen und Best Practices ein und finden neue Partnerschaften und Kooperationsmöglichkeiten. Durch den Austausch entstehen auch neue Ansätze und Ideen über bestehende Initiativen hinaus, die sich mit den in der Plattform versammelten Kompetenzen oft direkt in die Tat umsetzen lassen. So bietet die NPZT die Möglichkeit, sowohl bewährte Praktiken zu verbreiten als auch Innovationen in der Tourismuswirtschaft zu unterstützen. 27 Initiativen sind aktuell erfolversprechend in der Umsetzung, weitere können jederzeit eingebracht werden.

Die zu bearbeitenden Initiativen sind über die Arbeitsgruppen einem der vier Zukunftsthemen zugeordnet und adressieren jeweils einzelne Aspekte dieser breit aufgestellten Themen.

### Die vier Prinzipien der Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus



## Die Mehrwerte der Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus



Daneben hat sich der Lenkungskreis auf übergeordnete Ziele verständigt, die für einen zukunftsfähigen Tourismus zentral sind und die den Handlungsrahmen der NPZT definieren:

- Nachhaltige Wirtschaftskraft touristischer Unternehmen stärken
- Relevanten Beitrag der Tourismusbranche zur Klimaneutralität bis 2045 sicherstellen
- Bedarfsgerechten Ausbau und Vernetzung der touristischen Mobilität forcieren
- Auf Qualitätsführerschaft im touristischen Produkt, in Infrastruktur und Service im internationalen Kontext hinwirken
- Höchstmögliche Effizienz in Leistungserstellungs- und Verwaltungsprozessen erreichen
- National und international soziale und ökologische Verantwortung übernehmen: Tourismus integrativ und inklusiv (barrierefrei) gestalten
- Resilienz im nationalen und internationalen Tourismus stärken
- Tourismusakzeptanz steigern
- Umwelt und Natur als Grundlage für den Tourismus stärken
- Natürliche Ressourcen schonen
- Regionale Wertschöpfung stärken
- Stärkung von Barrierefreiheit und Inklusion, die für einen zukunftsfähigen Tourismus übergreifend von Bedeutung sind

Um diese übergeordneten und themenübergreifenden Ziele für die einzelnen Arbeitsgruppen handhabbarer zu machen, wurden für jede Arbeitsgruppe konkrete Zielcluster definiert – beispielsweise zu klimafreundlichen Mobilitätskonzepten, guten Arbeitsbedingungen in der Tourismuswirtschaft, intelligenter Nutzung von digitalen Daten und Tools oder zum Abbau übermäßiger und überflüssiger bürokratischer Lasten.

## KLIMANEUTRALITÄT/UMWELT- UND NATURSCHUTZ

# Initialzündung für die nachhaltige Transformation im Tourismus

Tourismus ist nur im Einklang mit der Umwelt und der Natur denkbar. Denn attraktive Destinationen und unbeschwerte Reiseerlebnisse gibt es nur dort, wo Klima und Natur intakt sind. Viele Reisende haben deshalb ebenso wie die Tourismusanbieter ein wachsendes Interesse an einem klimafreundlichen und umweltbewussten Tourismus. Um diesem Bedürfnis Rechnung zu tragen, haben sich die Mitglieder der AG Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz folgende Zielcluster gesetzt:

- Wir schaffen mehr Vergleichbarkeit und Transparenz bei tourismusbezogenen Emissionsdaten und entwickeln gemeinsame Standards, die möglichst breit anerkannt und in der Fläche genutzt werden. Sie erleichtern es, Reisende für die Emissionen touristischer Aktivitäten zu sensibilisieren, Reiseunternehmen, ihr Angebot klimafreundlicher zu gestalten, und Leistungsträgern sowie Destinationsmanagementorganisationen die Grundlage für ein einheitliches Reporting zu geben.
- Regionale Destinationen sollen bis 2030 zu klimaneutralen Reiseregionen werden oder auf dem Weg dahin sein und das touristische Angebot auf die veränderten klimatischen Bedingungen anpassen. Sie sollten Klimaanpassung mitdenken und sich in dem Bereich zukunftsfähig aufgestellt haben.
- Wir sensibilisieren für umweltfreundliche Mobilitätskonzepte bei An- und Abreise sowie bei der Mobilität vor Ort (einschließlich Anbindung an Wanderwege) und bauen diese aus. Dabei berücksichtigen wir alle Mobilitätsformen und analysieren verschiedene Infrastrukturbedarfe. Ein besonderes Augenmerk legen wir auf den ländlichen Raum und auf die Stärkung von klimafreundlichen Mobilitätsformen, insbesondere das Wandern.
- Die Tourismusbranche ergreift umfassende Energiespar- und Effizienzmaßnahmen.
- Wir stärken die Attraktivität und die Vielfalt von Naturdestinationen im ländlichen Raum und verbinden in innovativer Weise touristische Angebote mit Naturangeboten.



Mit diesen Zielen übernimmt die Tourismuswirtschaft aktiv Verantwortung für die Transformation hin zur Klimaneutralität und zu mehr Umwelt- und Naturschutz. Zur Seite gestellt sind ihr dabei auch die vielfältigen Maßnahmen der Bundesregierung aus dem Arbeitsprogramm – von der Stärkung des Radverkehrs über die Reduktion der Lebensmittelverschwendung hin zu nachhaltigen Tourismuskonzepten in den Regionen<sup>3</sup>. Sie werden durch die Arbeit in der Arbeitsgruppe mit Initiativen aus der Branche verzahnt und in die Breite getragen. Aktuell sind folgende Initiativen in der Umsetzung:

### Tourismusbezogene Emissionsdaten: Vergleichbarkeit, Transparenz und gemeinsame Standards schaffen

Verlässliche Daten sind die Basis, um Treibhausgasemissionen in den verschiedenen Bereichen des Tourismus identifizieren zu können, passgenaue Maßnahmen zur Reduktion der Emissionen zu entwickeln und die Reduktionen letztlich auch zu dokumentieren. In der NPZT haben sich deshalb der Deutsche Klimafonds Tourismus (DKT), Futouris/KlimaLink und die Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele/reCET zusammengeschlossen, um verschiedene Ansätze und Projekte zur Erfassung von Emissionen zusammenzubringen und hierfür gemeinsame Standards zu entwickeln. Eines dieser Projekte ist das im Rahmen des DKT vorgesehene Treibhausgasinventar für den Tourismus, das in dieser umfassenden Form erstmals erstellt und als wichtige Datengrundlage für die gesamte Branche dienen wird. Mit dem Abgleich der verschiedenen Ansätze und der Etablierung von Standards legt die Initiative einen Grundstein für übersichtliche Daten und vergleichbare Berechnungen – mit dem Mehrwert eines letztlich wesentlich effektiver gestalteten Klimaschutzes. Über die NPZT können wir auch weitere Projekte und Akteure in diesem Bereich miteinbeziehen und die Initiative so möglichst breit aufstellen.

### Transformation klimaneutraler Reise- regionen: Anpassung des touristischen Angebots an veränderte klimatische Bedingungen

Wandern ist eine klimaneutrale Form des Reisens. Deshalb leistet ein gutes Wanderangebot einen wichtigen Beitrag zur Klimaneutralität von Reise- regionen. Gleichzeitig schafft es Perspektiven für Destinationen, ihr Angebot an Reisende zu diversifizieren und unabhängig von klimatischen Gegebenheiten ganzjährig attraktiv zu bleiben. Die Qualitätsinitiative Wanderbares Deutschland, an der neben dem Deutschen Wanderverband auch die Deutscher Wanderverband Service GmbH, der Deutsche Tourismusverband, Landesmarketingorganisationen sowie Destinationsmarketingorganisationen mitwirken, will deshalb für hochwertige, nachhaltige und transparente Wandermöglichkeiten sorgen, die die aktuellen Herausforderungen rund um Klimaanpassung und Digitalisierung mitberücksichtigen. Durch Bewertungssysteme „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“, „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ trägt die Initiative Wünschen und Vorlieben der Wanderinnen und Wanderer wie auch den Belangen des Naturschutzes Rechnung. Sie setzt hohe Standards für Wanderwege und wanderfreundliche Unterkünfte, stärkt die lokale Teilhabe und unterstützt den Wertschöpfungsprozess entlang der Wanderwege. Für die Bewertung von Wegen, Gastgebern oder Regionen stehen nützliche Erfassungsmethoden zur Verfügung, die nun weiterentwickelt werden müssen, um den Sprung in die digitale Welt zu schaffen. Letztlich gibt die Initiative auch Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit von Regionen. Über die NPZT machen wir sie bekannter und sorgen dafür, dass sie in den Wanderregionen verankert wird.

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

3 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022c): Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten, Ziffer III 1.C.



### Für umweltfreundliche Mobilitätskonzepte sensibilisieren und Infrastrukturbedarfe analysieren

Wer reist, bewegt sich – mit dem Zug, Bus oder Auto, per Schiff oder Flugzeug, mit dem Fahrrad oder zu Fuß – und nutzt häufig mehrere Verkehrsmittel. An- und Abreisen sind besondere Treiber bei den im Tourismus anfallenden Treibhausgasemissionen. Die Bundesregierung legt daher im Bereich Mobilität einen Schwerpunkt ihres Arbeitsprogramms auf die umweltfreundlichen Verkehre – von der Schiene über den klima- und umweltverträglichen Straßenverkehr, die Wasserstraßen, die Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) und der Fahrradinfrastruktur bis hin zur perspektivisch klimaneutralen Luftfahrt.

Auch die NPZT legt einen Schwerpunkt auf das Thema Mobilität: Die Initiative des ADAC „Laden in Tourismusregionen“ überprüft die Ladeinfrastruktur für Elektroautos in touristischen Urlaubsregionen mit ihren saisonalen Spitzenzeiten, sodass Handlungsoptionen und -empfehlungen entwickelt werden können. Diese wollen wir über die NPZT und ihre Akteure in die Fläche tragen und in den einzelnen Destinationen bekannt machen. Auf diese Weise kann die Initiative die Nutzung von

Elektrofahrzeugen fördern und damit einen spürbaren Beitrag leisten zu mehr Nachhaltigkeit und Attraktivität von Urlaubsregionen, weil Reisende weiterhin häufig mit dem eigenen PKW an- und abreisen.

Die Stärkung des touristischen Bahnverkehrs haben sich der Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL) und die Deutsche Bahn in ihrer Initiative „Verbesserung der Intermodalität im innerdeutschen Reiseverkehr“ auf die Fahne geschrieben: Durch bessere Kooperation und Vernetzung der Verkehrsträger sowie den Ausbau von Bahnverbindungen und -infrastruktur sollen Reisende mehr Möglichkeiten bekommen, auf die Bahn umzusteigen und innerdeutsche Flüge zu vermeiden. Diese Initiative hat das Potenzial, den ökologischen Fußabdruck des Reiseverkehrs in Deutschland spürbar zu verringern, und wird von der NPZT kommunikativ, medial und politisch unterstützt.

## Energiespar- und Effizienzmaßnahmen umsetzen

Die NPZT verhilft Initiativen für nachhaltige Praktiken und Energiesparmaßnahmen zu mehr Breitenwirkung. Über die Energiekampagne Gastgewerbe des DEHOGA erhalten Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie kostenlos Informationen und Hilfestellungen rund um das Thema Energiesparen. Dazu gehören u. a. Leitfäden und Checklisten zu den verschiedenen Betriebsbereichen, Merkblätter, Best-Practice-Beispiele, ein Fördermittelwegweiser sowie verschiedene Wirtschaftlichkeitsrechner. Die NPZT unterstützt dabei, die innerhalb der Kampagne bereits erarbeiteten Angebote weiter auszubauen und aufzuwerten. Zudem soll sie zusammen mit weiteren vom Bund geförderten branchenbezogenen Klimainitiativen bekannter gemacht und enger verknüpft werden.

Das „Projekt klimaschonende Freizeitgastronomie (FreiGast)“ zielt auf deutlich weniger Treibhausgasemissionen bei der Verpflegung in der Freizeitgastronomie und will damit das Bewusstsein für die Umweltfolgen von Ernährung schärfen. In diesem Projekt hat sich das Institut für Nachhaltige Ernährung (iSuN) an der FH Münster mit dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, der TU Berlin, der Hochschule Osnabrück, Futouris e.V. und Reisetour e.V. (Deutscher Fachverband für Jugendreisen) zusammengeschlossen.

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.



## ARBEITSKRÄFTESICHERUNG UND -GEWINNUNG

# Motivierte Mitarbeitende sind entscheidend für Erfolg im Tourismus

Der Tourismus lebt von Menschen und Begegnungen. Motivierte und qualifizierte Mitarbeitende sind entscheidend für ein Willkommensgefühl, Kundenzufriedenheit und den Erfolg von Unternehmen. Deshalb ist die Sicherung und Gewinnung von Arbeitskräften ein strategisches Zukunftsthema im Tourismus.

Arbeitskräfte gehen vor allem dorthin und bleiben langfristig, wo sie ein attraktives Arbeitsumfeld vorfinden. Diese Rahmenbedingungen müssen in erster Linie die Tourismusunternehmen schaffen. Aber auch andere Faktoren sind Pluspunkte im Wettbewerb der Unternehmen um die besten Mitarbeitenden – beispielsweise ein ansprechendes Lebensumfeld und moderne Ausbildungsinhalte. Zudem bietet es sich an, die Internationalität und Vielfalt des Tourismus für eine vielschichtige Rekrutierung zu nutzen: Zuwanderung von Arbeitskräften aus dem Ausland kann das Personal ebenso bereichern wie die Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen. Bereits heute zeichnet es die

Tourismusbranche aus, dass in besonders hohem Maße Menschen mit unterschiedlicher Herkunft hier ihre Arbeit tun.

Mit all diesen Aspekten befassen sich die Akteure der Arbeitsgruppe Arbeitskräftesicherung und -gewinnung und haben sich folgende konkrete Zielcluster für ihre Aktivitäten definiert:

- Bund, Länder, Kommunen und Branche arbeiten gemeinsam daran, die zusätzlichen Instrumente des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes optimal zu nutzen und die Gewinnung, Integration und den Erhalt von Arbeitskräften aus dem Ausland, insbesondere auch im ländlichen Raum, zu erleichtern. Sie setzen dabei auf Qualifizierung einschließlich Weiterbildung, Kooperation, bürokratiearme Prozesse und Weltoffenheit.
- Bund, Länder, Schulträger und Branche arbeiten gemeinsam daran, die duale Berufsausbildung zu stärken. Dafür werden die Rahmenbedingungen für Berufsschulen und Ausbildungsbetriebe verbessert.



- Die Tourismusbranche schafft attraktive, familienfreundliche und inklusive Arbeits- und Ausbildungsbedingungen und verbessert das Image der Branche bei möglichen Arbeitskräften.
- Wir arbeiten gemeinsam daran, dass Unterstützungsinstrumente und Fördermaßnahmen der Bundesregierung zur Gewinnung ausländischer Fachkräfte in der Fläche bekannt sind und dass sich Akteure vor Ort zielgerecht vernetzen.
- Wir wollen bürokratische Prozesse im Hotel- und Gaststättengewerbe so vereinfachen, dass für die Mitarbeitenden der Service am Gast im Vordergrund steht.

Die NPZT kann an vom Bund geförderte Initiativen wie die „Allianz für Aus- und Weiterbildung“, das „Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung“ oder die „Nationale Weiterbildungsstrategie“ anknüpfen. Auch bei der Gewinnung ausländischer Fachkräfte hat die Bundesregierung mit dem Chancen-Aufenthaltsrecht und vor allem mit dem neuen Gesetz und der Verordnung zur Weiterentwicklung der Fachkräfteeinwanderung bereits eine gute Basis geschaffen; sie arbeitet aktuell weiter daran, Visa- und Verwaltungsverfahren und Integrationsprozesse zu verbessern. Die Akteure in der Arbeitsgruppe setzen darüber hinaus vielversprechende Initiativen um, die an vielen Stellen die vom Bund gesteckten Rahmenbedingungen so ausgestalten, dass Unternehmen im Tourismus vom Potenzial an inländischen und ausländischen Arbeitskräften auch wirklich profitieren können:

### Fachkräfteeinwanderungsgesetz zur Gewinnung und Integration von Fach- und Arbeitskräften aus dem Ausland

Die Gewinnung ausländischer Fachkräfte stellt einen unter mehreren Bausteinen dar, um den Fachkräftemangel in Deutschland zu bewältigen und die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft langfristig zu sichern. Das Gesetz und die Verordnung zur Weiterentwicklung der Fachkräfteeinwanderung, die 2023/2024 schrittweise in Kraft getreten sind, erleichtern qualifizierten Fachkräften aus

Nicht-EU-Ländern die Einwanderung und Arbeitsaufnahme. Das eröffnet auch für den Tourismus Perspektiven. Prozesse zur Gewinnung von Auszubildenden oder Fachkräften aus dem Ausland sind jedoch bisher nur vereinzelt etabliert; Unternehmen fehlen häufig Zeit und Wissen, um die umfangreichen Anforderungen selbst zu stemmen. Deshalb arbeiten drei Initiativen der NPZT daran, effiziente Strukturen zur Fachkräfteeinwanderung zu etablieren, die Rekrutierung auf neue Zielländer auszuweiten und bisher ungenutzte Fördermittel zu erschließen.

Mit der Initiative „Fachkräftegewinnung durch Kooperation“ möchte der Deutsche Reiseverband (DRV) gemeinsam mit den Partnern BMZ, DIHK, GIZ, Bundesverband der Tourismuswirtschaft (BTW), Goethe-Institut und Denkfabrik Zukunft der Gastwelt die Berufsbildung in ausgewählten Zielländern so ergänzen, dass sich Absolventinnen und Absolventen parallel für die Anforderungen der deutschen Tourismuswirtschaft qualifizieren. Die unterschiedlichen Akteure haben sich mit Unterstützung der NPZT zusammengeschlossen und bauen aktuell eine Kooperation mit dem Zielland Usbekistan auf. Das Ziel: die touristische Ausbildung vor Ort um Deutsch-Kurse und Hospitationen in deutschen Unternehmen zu ergänzen, damit die Fachkräfte nicht nur vor Ort, sondern auch in Deutschland eingesetzt werden können.

Nicht nur die Bundesregierung, auch die EU-Kommission hat Unterstützungsinstrumente und Fördermöglichkeiten für die Fachkräfteeinwanderung geschaffen. Die Akteure der NPZT haben jedoch festgestellt, dass Unternehmen und Verbände die bestehenden Angebote von Bund und EU häufig nicht kennen oder dass sie nicht die Kapazität haben, sich diese zunutze zu machen. Hier setzt die Initiative zur „Gewinnung von Auszubildenden aus Bangladesch“ des DEHOGA Thüringen an. Sie plant, zusätzlich zu ihren bisherigen Zielländern auch aus Bangladesch junge Menschen für die Ausbildung im Thüringer Gastgewerbe zu rekrutieren – inklusive umfassender Betreuung der Auszubildenden bei Einreise, Integration und alltäglichen



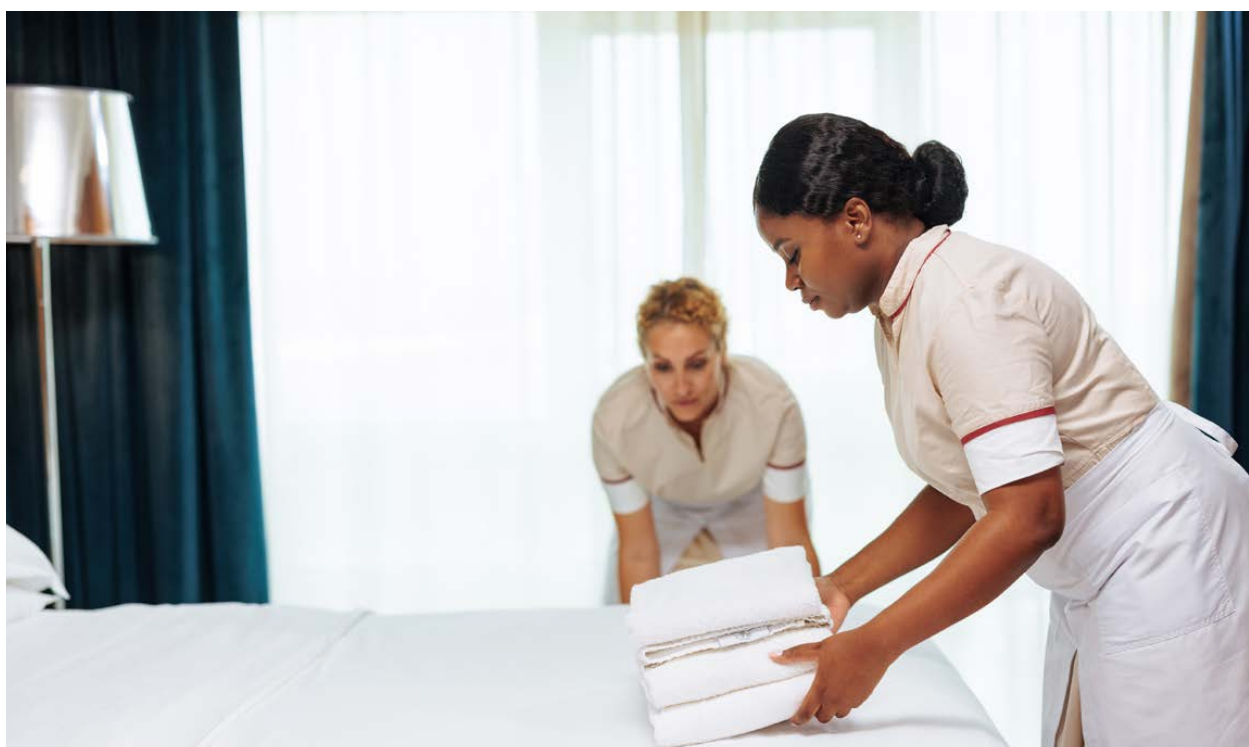
Herausforderungen. Im Rahmen der NPZT setzt sich die Bundesregierung unter Federführung des BMWK dafür ein, in einer Art Musterverfahren EU-Mittel zur Förderung legaler Migration für die Initiative nutzbar zu machen. Erfahrungen aus diesem Musterverfahren dienen allen Akteuren der Branche bei Projekten zur Fachkräfteeinwanderung und können helfen, solche Projekte zu sichern und auszuweiten.

Dritte im Bunde ist die Initiative „Hand in Hand for International Talents“ des DIHK. Sie koordiniert den gesamten Einwanderungs-, Integrations- und Vermittlungsprozess qualifizierter, internationaler Fachkräfte mit mindestens zweijähriger Berufserfahrung aus Vietnam, Brasilien und Indien. Neben anderen Berufsgruppen wird die Initiative auch bis Ende 2025 für das Hotel- und Gaststättengewerbe rekrutieren. Dabei arbeitet die Initiative mittels Praxis- und Handlungsempfehlungen an einer erfolgreichen Umsetzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes, erprobt Rekrutierungs- und Einwanderungsprozesse, etabliert Netzwerke sowohl in Deutschland als auch in den jeweiligen Drittstaaten und informiert insbesondere KMU über die Möglichkeiten des neuen Fachkräfteeinwanderungsgesetzes.

Die NPZT bietet für diese Initiative wichtige Vernetzungsmöglichkeiten und Anknüpfungspunkte in der Branche; als Partner sind bereits BMAS, DRV, DEHOGA und die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) dazugestoßen.

### Berufsausbildung stärken/Rahmenbedingungen für Berufsschulen und Ausbildungsbetriebe verbessern/Matching erleichtern

Eine gute Berufsausbildung ist eine wesentliche Grundlage der Fachkräftesicherung und damit der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland. Um Qualität und Attraktivität der Ausbildung zu erhöhen, bedarf es innovativer Initiativen und verbesserter Rahmenbedingungen für Berufsschulen und Ausbildungsbetriebe. Um auch an- und ungelernenen Arbeitskräften den Weg in die Berufsausbildung zu erleichtern, unterstützt die Initiative der DIHK Service GmbH „Chancen Nutzen! Mit Teilqualifikation Richtung Berufsabschluss“ gemeinsam mit der NGG, dem INQA (Initiative Neue Qualität der Arbeit)-Netzwerkbüro und der Allianz



selbständiger Reiseunternehmen (asr) die Industrie- und Handelskammern dabei, diese Arbeitskräfte zu Fachkräften weiterzubilden – bis hin zum Berufsabschluss. In Regionen wie Neubrandenburg und Flensburg feiert die Initiative bereits sichtbare Erfolge, etwa durch das Modell der Saisonqualifizierung. Die NPZT erschließt innerhalb der Branche geeignete Kommunikationskanäle für diese und ähnliche Initiativen, um sie bei den Unternehmen vor Ort bekannter und damit nutzbar zu machen.

Auf der Suche nach ausgebildeten Fachkräften und Ausbildungsinteressierten unterstützt die Initiative „Herzogs Gastgeber“ unter der Federführung der Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH touristische Unternehmen in der ländlichen Region Herzogtum Lauenburg. Angesichts begrenzter Personalressourcen bei vielen KMU setzt sich die Destinationsmarketingorganisation (DMO) mit großem Engagement dafür ein, dass KMU vor Ort trotzdem Lösungen zur Personalgewinnung und -bindung finden können. Sie etabliert Netzwerke, bietet Veranstaltungen und Weiterbildungen an und bringt sich bei Berufsorientierungsangeboten ein. Die NPZT hat dieses innovative Projekt mit seinem niedrigschwelligen Vorgehen unter ihren Mitgliedern verbreitet. Auf diese Weise bietet sie DMOs, die einen ähnlichen Ansatz verfolgen möchten, einen Ansprech- und Sparringspartner. Hier zeigt sich der Mehrwert der NPZT in besonderer Weise: Gerade solche regional wirksamen, praxisorientierten Initiativen sorgen dafür, dass vor Ort zwar kleine, aber konkrete Schritte zur Arbeits- und Fachkräftegewinnung getan werden. Wenn sie über die NPZT mehr Breitenwirkung erhalten, können sie leicht und kurzfristig auf andere Regionen übertragen werden und insgesamt eine spürbare Wirkung erzielen.

### Attraktive, familienfreundliche und inklusive Arbeits- und Ausbildungsbedingungen schaffen und Image der Branche verbessern

Die Tourismusbranche hat sich in den letzten Jahren zunehmend darauf konzentriert, attraktive und familienfreundliche Arbeits- und Ausbildungsbedingungen zu schaffen, um für Arbeits- und Fachkräfte interessant zu sein. Dabei handelt es sich um mehr als eine bloße strategische Anpassung an die Bedürfnisse potenzieller Arbeitskräfte: Im Tourismus wächst das Bewusstsein, dass Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen und mit unterschiedlichen Voraussetzungen eine Bereicherung für die unternehmerische Tätigkeit darstellen, dass sie Kreativität und persönliches Engagement mitbringen. Die Branche macht sich auf den Weg, ihr Bekenntnis zu Inklusion und Vielfalt innerhalb der Arbeitswelt in die Tat umzusetzen. Sie sucht nach vorbildlichen Maßnahmen und Programmen, mit denen moderne Arbeitsbedingungen gestaltet werden. Das Ziel: Tourismus als moderne Berufswelt, in der Arbeits- und Fachkräfte ein motivierendes Umfeld und auf Wunsch langfristige Karrieremöglichkeiten vorfinden.

Um dieses Ziel zu erreichen, spielt die Unterstützung durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) eine entscheidende Rolle. Im Rahmen der Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) initiiert das BMAS gemeinsam mit Partnern und Institutionen Förderprojekte (INQA-Experimentierräume), die Lösungen insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) erarbeiten, um gute Arbeitsbedingungen und eine mitarbeiterorientierte Arbeitskultur zu schaffen. Zusätzlich helfen die „Zukunftszentren“ des BMAS Unternehmen durch Analyse-, Beratungs- und innovative Qualifizierungsangebote dabei, den Veränderungsprozessen in der Arbeitswelt gerecht zu werden.

## DIGITALISIERUNG

# Chancen der Digitalisierung im Tourismus bestmöglich nutzen

Die Arbeitsgruppe Digitalisierung möchte gerade auch KMU die Nutzung digitaler Daten und Lösungen näherbringen, denn Digitalisierung steht für Zukunftsfähigkeit und Innovation und hilft Unternehmen dabei, neue Geschäftsmodelle und Effizienzpotenziale zu erschließen. Gerade die Covid-19-Pandemie hat den Digitalisierungsbedarf im Tourismus noch einmal besonders deutlich vor Augen geführt. So waren Unternehmen ohne digitalen Kundenkontakt besonders großen Schwierigkeiten ausgesetzt. Gleichzeitig können digitale Prozesse Unternehmen zu mehr Krisenresilienz verhelfen, indem sie an vielen Stellen innovative Lösungen für aktuelle Herausforderungen anbieten, beispielsweise bei der digitalen Planung von umweltfreundlicher Mobilität und Mobilität im ländlichen Raum, bei individuell zugeschnittenen, vernetzten Reiseangeboten, bei der Automatisierung von Arbeitsprozessen oder bei der Lenkung von Besucherströmen. Entsprechend hat sich die Arbeitsgruppe folgende Zielcluster gesetzt:

- Wir bringen die Digitalisierung der Reisekette und ihrer verschiedenen Prozesse voran und sorgen damit für weniger bürokratischen Aufwand und schlankere Prozesse für touristische Anbieter und Reisende. Dabei nehmen wir insbesondere Meldeprozesse, Visaverfahren und digitale Zahlungen in den Blick.
- Akteure aus Bund, Ländern, Branche und Wissenschaft erhöhen den Anteil an offenen und strukturierten touristischen Daten und fördern ihre Nutzung für touristische Zwecke (z. B. klimafreundliche touristische Mobilität, Besucherlenkung); gleichzeitig sorgen sie für größtmögliche Datenqualität und Datensicherheit.
- Wir machen neue und bestehende digitale Lösungen für die Unternehmen und insbesondere für KMU in der Praxis bekannter. Dafür

schaffen oder nutzen wir zentrale Anlaufstellen, Beratungs- und Vernetzungsstrukturen und Bedarfsanalysen.

- Durch gezielte Abfragen in der Branche identifizieren wir tatsächliche Lücken bei digitalen Instrumenten und unterstützen dadurch, dass Investitionen gezielt in Projekte fließen, die einen echten Mehrwert für den Markt bieten.

Digitalisierung betrifft nahezu sämtliche Bereiche des Tourismus und bietet innovative Antworten auf aktuelle Herausforderungen für Anbieter sowie neue Möglichkeiten und Impulse für Nachfragende. Maßnahmen der Bundesregierung legen ein besonderes Augenmerk auf eine flächendeckende, hochleistungsfähige digitale Infrastruktur sowie auf Förderprogramme, die insbesondere KMU bei der digitalen Transformation unterstützen. Bei dieser notwendigen Transformation setzen auch die Akteure der NPZT an. Sie wollen helfen, digitale Kompetenzen der Branchenakteure zu stärken, Angebote durch den Einsatz moderner digitaler



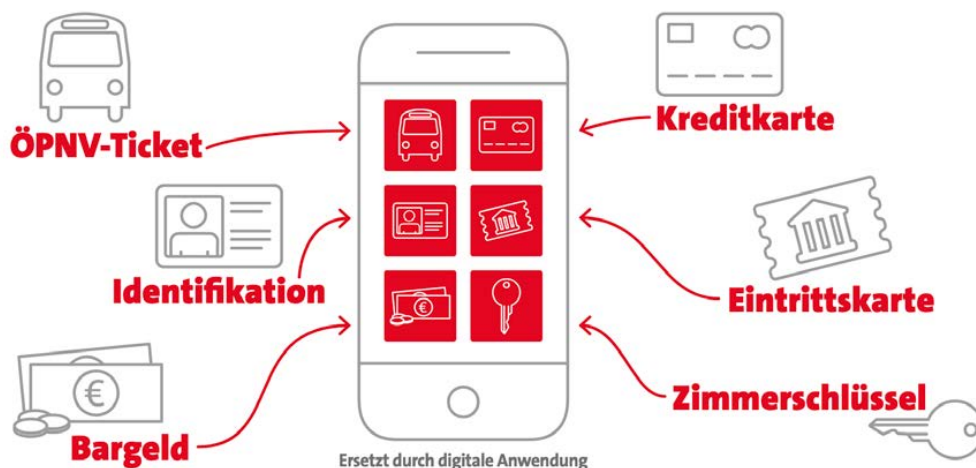
Plattformen und datengestützter Lösungen zu optimieren, Arbeitsprozesse zu verschlanken und passende, zeitgemäße und einzigartige Erlebnisse für Reisende zu schaffen. Die Arbeitsgruppe konzentriert sich aktuell auf folgende Initiativen:

### Offene und strukturierte Daten zur Nutzung für touristische Zwecke

Die Verfügbarkeit von aktuellen touristischen Daten in hoher Qualität ist essenziell, damit der Tourismusstandort Deutschland im internationalen Wettbewerb langfristig seine Position halten und ausbauen kann. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) hat mit der Einführung des Knowledge Graphen im Juni 2023 einen bedeutenden Schritt erreicht: Der Knowledge Graph stellt mehr als 500.000 aktuelle Datensätze zur Verfügung. Darunter sind ca. 200.000 touristische Objekte (POIs, Touren, Veranstaltungen, Gastronomie, Hotels u. Ä.) sowie weitere 310.000 Infrastrukturdaten. Dies stellt die Grundlage für ein offenes und strukturiertes Datenmanagement für den Deutschlandtourismus in allen 16 Bundesländern dar. Die Daten sind öffentlich zugänglich und bilden die Basis für den digitalen Wandel hin zu künstlicher Intelligenz im Tourismussektor. Das Projekt wächst stetig durch neue Partner und Anbindungen, die über die NPZT erleichtert werden. So können immer mehr relevante Datenquellen integriert werden, und es entsteht eine umfas-

sende und präzise Datenbasis für zukünftige Entwicklungen im Tourismussektor. Verschiedene Akteure, darunter Mobilitätsanbieter, die Hotellerie sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Forschung und Wissenschaft, arbeiten dabei eng zusammen. Die Initiative „DIANA-T“ knüpft direkt daran an: Sie zeigt Anwendungsoptionen für die Nutzung von Open Data für touristische Anbieter auf und will über eine sichere, cloud-basierte Infrastruktur die kombinierte Nutzung offener und nicht-offener Daten ermöglichen. Dies kann verschiedene datenbasierte Aktivitäten erleichtern – beispielsweise die Analyse von Besucherdaten oder die Planung nachhaltiger Ausflüge.

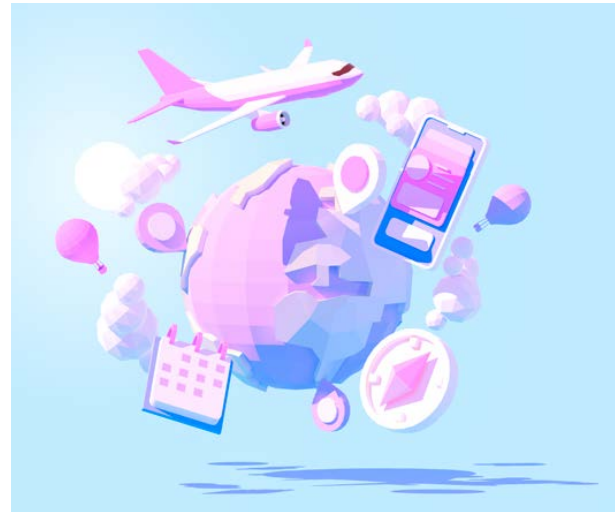
Parallel dazu arbeitet die über die BMWK-Fördermaßnahme LIFT Transformation geförderte Initiative der Nationalen Naturlandschaften e.V. und des Verbands Deutscher Naturparke e.V. an der Digitalisierung der Naturerlebnisinfrastruktur einschließlich einer digitalen Besucherlenkung. Ziel ist, die Nationalen Naturlandschaften zukunftsfähig aufzustellen, sie im digitalen Umfeld zu vermarkten, reibungsloser erlebbar zu machen und eine naturverträgliche Nutzung zu unterstützen. Die NPZT ermöglicht, Kooperationspartner zu finden und weitere digitale Technologien und Daten zu erschließen. Eine Schnittstelle zum Knowledge Graphen ist bereits vorgesehen. Zudem hält sie engen Kontakt mit den Bundesländern, die bislang beim Thema Open Data zum Teil eine eher restriktive Strategie verfolgen.



## Digitalisierung der Reisekette und ihrer verschiedenen Prozesse voranbringen

Besonders bei Visa-Verfahren und Meldepflichten kann die digitale Transformation Bürokratie abbauen und Arbeitsabläufe vereinfachen. So war die geplante Aufhebung der Meldepflicht für Inländer in Beherbergungsbetrieben im Vierten Bürokratienteilungsgesetz (BEG IV) ein guter Anlass für den Hotelverband Deutschland (IHA), zusammen mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV), der Allgemeine Verwaltungs- und Service GmbH (AVS) und dem Hotel-Technologieanbieter Hotelbird GmbH, die Gastanmeldung und die damit verbundene Datenweitergabe zur Erfüllung statistischer oder kommunaler Berichtspflichten neu zu gestalten. Um unnötige Bürokratie zu vermeiden, müssen die bisherigen regionalen Verfahren vereinheitlicht und digitalisiert werden. Ziel ist ein schlankes System, das Synergien zwischen verschiedenen Meldeprozessen in den Betrieben schafft und durch digitale Lösungen wie Self-Check-ins und eine zentrale Gast-ID die Arbeit in den Übernachtungsbetrieben erleichtert. Damit sich das System an den Bedürfnissen der Branche und der Kommunen orientiert, werden mit Hilfe der NPZT die relevanten Akteure aus Verwaltung und Branche zusammen mit den Technologieanbietern eng in die Arbeit eingebunden, beispielsweise über gemeinsame Workshops.

Im Rahmen der Initiative „Digitale Registrierungsverfahren für die Kurzzeitvermietung“ will der Deutsche Ferienhausverband gemeinsam mit Beteiligten aus Bund, Ländern und Plattformen für Ferienunterkünfte ein bundesweit einheitliches, digitales Registrierungssystem etablieren. Das dient der Umsetzung einer EU-Verordnung und eröffnet eine Perspektive für mehr Markttransparenz bei gleichzeitig einfachen und effizienten Verwaltungsprozessen. Über die NPZT wird das zu etablierende System eng mit den betroffenen Akteuren – insbesondere den Ländern – abgestimmt, damit es eine breite Anwendung findet und entsprechend bundesweit einen Mehrwert schaffen kann.



Die Initiative „Digitale IDs & Brieftaschen“ unter dem Dach des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und Amadeus identifiziert Potenziale innerhalb der Tourismuswirtschaft für die Nutzung von eIDs, setzt dazu Use Cases auf und trägt die Erkenntnisse in die Branche. Reisende aller Nationalitäten sollen eine digitale ID nutzen können, auch wenn sie nicht Teil des europäischen Systems (EUDI-Wallet) sind. Die NPZT hilft den Akteuren, sich zu wichtigen Aspekten der Initiative abzustimmen – z. B. mit dem BMI zu notwendigen Sicherheitsanforderungen –, konkrete Anwendungsfälle zu erarbeiten und mittelfristig Pilotprojekte umzusetzen.

Die Initiative Camino Network rund um den Verband Internet Reisevertrieb (VIR) und Chain4Travel will Reiseunternehmen in großem Stil den Zugang zur Blockchain-Technologie erschließen. Blockchain-Datennetzwerke können relevante Daten zu Reiseprozessen direkt an alle beteiligten Akteure weitergeben und auf diese Weise den Reisevorgang reibungsloser gestalten – z. B. wenn eine Flugverspätung direkt von der Airline an Kundinnen, Kunden und gleichzeitig an weitere betroffene Dienstleister wie Mietwagenanbieter, Hotel etc. gemeldet wird. Über die NPZT lassen sich zahlreiche weitere Anwendungsfälle identifizieren, und die Technologie kann den Reiseunternehmen über eine geeignete Kommunikation nähergebracht werden.



### Digitale Lösungen für die Unternehmen, insbesondere KMU, in der Praxis bekannter machen

Die digitale Transformation ist in der Tourismusbranche zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für die Unternehmen geworden. Das vom BMWK geförderte Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus (MDZT) der TU Berlin und seinen Partnern Bundesverband für den Mittelstand BVMW, Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen, Fraunhofer-Institut für Bauphysik und weiteren Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft ist als Teil des Netzwerks Mittelstand-Digital zentrale Anlaufstelle für KMU im Tourismus und unterstützt sie bei dieser Transformation. Es bietet den Unterneh-

men dazu bundesweit und segmentübergreifend Zugänge zu Informationen, Fachwissen, digitalen Technologien und Lösungsansätzen, die ganz praktische Fragen adressieren: Wie digitalisiere ich Betriebsabläufe einschließlich der Kommunikation? Wie nutze ich Digitalisierung zur Arbeitskräftegewinnung und -bindung? Worauf muss ich bei der IT-Sicherheit und Datenverarbeitung achten? Was bringt die Nutzung künstlicher Intelligenz meinem Unternehmen? Das Angebot ist kostenlos und umfasst neben gezielten Informationen über die Website auch Veranstaltungen, Workshops und Mentoring-Programme. Über die NPZT werden die konkreten Bedarfe der Unternehmen identifiziert und die Angebote des MDZT bei den KMU vor Ort bekannter gemacht.

## WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

# Wettbewerbsfähigkeit auf breiter Basis sicherstellen

Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus baut auf viele Einzelfaktoren: eine gute Infrastruktur in städtischen wie in ländlichen Gebieten, eine hohe Servicequalität, attraktive, barrierefreie Angebote zu wettbewerbsfähigen Preisen für Reisende aus dem In- und Ausland, möglichst geringe bürokratische Belastungen für die Unternehmen und nicht zuletzt einen Wissensfundus, der es erlaubt, Situationen zu analysieren und Trends abzuleiten, damit die Weichen für die Zukunft in Politik und Branche richtig gestellt werden. Die Zielcluster der Arbeitsgruppe sind entsprechend breit gefächert:

- Wir stärken die deutschen Destinationen als wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusstandorte. Ein besonderes Augenmerk legen wir dabei auf die ländlichen Räume.
- Wir arbeiten gemeinsam daran, übermäßige bürokratische Belastungen abzubauen und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im Gastgewerbe und im Reiseverkehr zu stärken. Dabei fokussieren wir auf konkrete Fallkonstellationen und Unternehmenssituationen – beispielsweise die Unternehmensnachfolge.
- Wir verbessern die Attraktivität Deutschlands als Reiseziel und Tourismusstandort und wirken darauf hin, die Aufenthaltsdauer zu verlängern.
- Die Branche zeigt Haltung zum Thema Welttoffenheit und kommuniziert dies in geeigneten Foren.
- Wir setzen auf eine barrierefreie touristische Infrastruktur, damit Menschen mit Behinderungen, Seniorinnen, Senioren und Familien mit Kindern eine erholsame Urlaubserfahrung

haben können. Daher wollen wir das Bewusstsein in der Tourismusbranche und der Politik, besonders in den Regionen, weiter schärfen und die Rahmenbedingungen verbessern.

- Wir stimmen die Instrumente der Tourismusfinanzierung und -förderung noch besser aufeinander ab und sorgen dafür, dass sie bürokratiearm gestaltet und effizient eingesetzt werden und passgenau ineinandergreifen.
- Wir analysieren die Voraussetzungen für bedarfsgerechte Forschung und Lehre im Bereich Tourismus an deutschen Hochschulen und Universitäten.

Bei diesen vielfältigen Herausforderungen profitiert der Tourismus auch und gerade von branchenübergreifenden Maßnahmen und Programmen. Ein wichtiges Beispiel sind die Fördermittel aus der GRW, die die bedeutende wirtschaftliche und gesellschaftliche Rolle des Tourismus in ländlichen, strukturschwachen Regionen stärken und diesen Regionen Wachstumsimpulse geben. Daneben kommen Förder- und Finanzierungsprogramme für den Mittelstand der von kleinen und mittleren Unternehmen dominierten Tourismusbranche zugute.<sup>4</sup> Die Akteure der Arbeitsgruppe Wettbewerbsfähigkeit bilden ihrerseits ein breites Spektrum der Querschnittsbranche Tourismus ab und sind deshalb prädestiniert, über weitere vielfältige Initiativen die verschiedenen Facetten der Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus anzugehen, das touristische Angebot noch besser zur Geltung zu bringen und dabei sowohl den nationalen als auch den internationalen Reiseverkehr einzubeziehen:

<sup>4</sup> Eine Datenbank mit mehr als 500 tourismusspezifischen Förderoptionen aus der Vielfalt an Förderangeboten des Bundes, der Bundesländer und der Europäischen Union findet sich im Förderwegweiser Tourismus des Kompetenzzentrums Grüne Transformation unter <https://foerderwegweiser-tourismus.de/>.

## Bürokratische Belastungen abbauen

Effiziente, schlanke Prozesse sind entscheidend, damit touristische Betriebe erfolgreich wirtschaften und den Gast in den Mittelpunkt stellen können. Dafür müssen bürokratische Anforderungen wie Dokumentations- und Kennzeichnungspflichten im Hotel- und Gaststättengewerbe auf ein Mindestmaß reduziert werden. Mit dem Entwurf für ein viertes Bürokratienteilungsgesetz (BEG IV) strebt die Bundesregierung einen spürbaren Bürokratieabbau für die gesamte Wirtschaft an und hat dies in ihrer am 17. Juli 2024 beschlossenen Wachstumsinitiative noch einmal bekräftigt.

Häufig können die bestehenden Pflichten jedoch nicht schlichtweg entfallen, weil der Gesetzgeber mit ihnen wichtige Zwecke verfolgt. Hier setzen die Praxischecks des BMWK an: Gemeinsam identifizieren die beteiligten Akteure in Workshops Lösungen, wie die Abläufe und der Vollzug so vereinfacht

werden können, dass sie für Unternehmen besser handhabbar sind. Aktuell bereitet das BMWK in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA einen thematisch breit angelegten Praxischeck vor, mit dem Dokumentations- und Kennzeichnungspflichten rund um das Speisenangebot auf Verbesserungen hin überprüft werden. Daneben plant das BMWK einen weiteren Praxischeck mit dem Ziel, behördliche Genehmigungen der Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe zu vereinfachen. Über die NPZT finden die richtigen Partner auf Bundes- und Landesebene, aus IHKs und aus der Branche zusammen, sodass ein Austausch bis hinein in die lokale Vollzugsebene stattfinden kann. Erst mit dieser multidimensionalen Verknüpfung ist das gesamte relevante Wissen für einen erfolgreichen Praxischeck versammelt.

## Attraktivität Deutschlands als Reiseziel und Tourismusstandort verbessern

Deutschland hat viel touristisches Potenzial: im Norden die Küstenregionen, im Süden die Berge, bundesweit reichhaltige Natur- und Seenlandschaften, romantische Städte und attraktive Metropolen. Eine der NPZT-Initiativen, die die Attraktivität deutscher Reiseziele steigern soll, ist die stärkere Nutzung des Prädikats „Kurort“ als Nachhaltigkeitslabel für eine moderne Vermarktung von Kurorten. In dieser bundesländerübergreifend vernetzten Initiative des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Kultur und Tourismus zusammen mit der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS), dem Sächsischen Heilbäderverband und dem Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit in Mecklenburg-Vorpommern rücken Aspekte wie Gesundheit, Erholung, Umweltschutz und Qualitätstourismus ins Zentrum. Die Initiative trägt nicht nur zur Aufwertung der Kurorte selbst bei, sondern sie kann gleichzeitig zum Image Deutschlands als Reiseland beitragen, das Wert auf Nachhaltigkeit und Qualität legt. Die NPZT kann in der Initiative dazu beitragen, das Prädikat Kurort bekannter zu machen und im länderübergreifenden Marketing zu etablieren.





## Für barrierefreie touristische Angebote werben

Barrierefreiheit ist für die Attraktivität und Zugänglichkeit touristischer Angebote wesentlich. Sie ist Voraussetzung für die Teilhabe am Tourismus für Menschen mit Behinderungen, aber auch Familien mit Kleinkindern und ältere Menschen profitieren davon. Mit „Reisen für Alle“ besteht seit 2014 ein etabliertes bundesweit einheitliches Kennzeichnungs- und Informationssystem für barrierefreie touristische Angebote. Die NPZT begleitet die vom BMWK initiierte organisatorische Neuaufstellung von „Reisen für Alle“. Inzwischen ist es gelungen, das bis Ende 2023 durch die Bundesregierung geförderte Projekt in ein wirtschaftlich tragfähiges System zu überführen. Letztlich ist es das Ziel, die Nachfrage touristischer Anbieter nach dem Prädikat zu erhöhen. Um neben der organisatorischen auch eine inhaltliche Neuausrichtung zu erreichen, streben die relevanten Akteure im Rahmen der Bundesinitiative Barrierefreiheit des BMAS eine Überarbeitung der Qualitätskriterien von „Reisen für Alle“ an. Landesmarketingorganisationen, Erheber, Behindertenverbände und Branchenvertreter stimmen sich dabei eng ab, um das System für alle Nutzerinnen und Nutzer handhabbarer zu gestalten. Der Austausch in der NPZT setzt hier positive Impulse.

## Destinationen als wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusstandorte stärken

Die Initiative „Jugendreise Destinationszertifizierung – erfolgreich mit jungen Zielgruppen“ der Partner Reisenetz e.V., Jugendreise-Akademie, Ostfalia Hochschule und DJH nimmt speziell das Segment der Kinder- und Jugendreisen in den Blick, um Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit in den Destinationen voranzubringen. Denn Kinder und Jugendliche gehören zu den reiseaktivsten Gruppen und sind diejenigen, die den Tourismus von morgen prägen werden. Die Initiative zielt darauf ab, Deutschland als führenden Standort für



qualitätsgeprüfte Jugendreisedestinationen zu positionieren, dabei insbesondere ländliche Regionen zu stärken und die Bedeutung dieses Segments für die Tourismuswirtschaft zu unterstreichen. Das geht am besten mit vielen Partnern, die über die NPZT erreicht werden können.

Die Initiative „Ökonomische Bedeutung des Ferienhausmarkts in Deutschland“ des Deutschen Ferienhausverbandes schafft Transparenz, indem sowohl der gewerbliche als auch der private Markt der Ferienhausvermietung, der bisher nicht in amtlichen Beherbergungsstatistiken erfasst wird, mit einbezogen wird. Gerade der „graue Markt“ der Privatvermietungen birgt Konfliktpotenzial, wie die europaweit wieder aufflammenden Proteste der einheimischen Bevölkerung gegen Overtourism offenbaren. Die Initiative entwickelt eine bestehende Transparenzstudie weiter, in der die Angebotsstruktur, ökonomische Auswirkungen in Bund, Ländern und ausgewählten Tourismusgebieten sowie direkte und indirekte Effekte auf den Arbeitsmarkt bis hin zu den erzielten Steuereinnahmen untersucht werden. Neben der Erfassung des wirtschaftlichen Potenzials wird mit der Initiative auch eine Basis für regulative Maßnahmen, wo nötig, geschaffen. Die NPZT ist ein Vehikel, um die Ergebnisse der Studie möglichst breit zu streuen, damit sie von der Branche und politischen Entscheidungsträgern weitreichend genutzt werden können.

Der Deutsche Reiseverband (DRV) möchte gemeinsam mit Vertretern der deutschen Reisewirtschaft – aktuell DER Tourismus, TUI-Group und OLIMAR Reisen – sowie NGOs im Rahmen der Plattforminitiative „Beitrag zur Destinationsentwicklung und Produktverbesserung“ nachhaltige touristische Produkte im Ausland entwickeln und diese für den deutschen Markt erschließen. In Zusammenarbeit mit dem WWF und Partnern vor Ort ist Brasilien als Pilotdestination ausgewählt worden. Besonderes Augenmerk gilt der Entwicklung von nachhaltigen Amazonas-Safaris. Die großen Reiseveranstalter sowie deren Nachhaltigkeitsbeauftragte sind eng in das Vorhaben eingebunden, und die Kooperation mit dem WWF zielt darauf ab, Naturschutzprojekte in die Entwicklung neuer Urlaubspakete zu integrieren. Damit stärkt die Initiative sowohl die deutsche Reisewirtschaft als Vorreiter bei nachhaltigen Reiseangeboten als auch die ausländischen Destinationen.

### Forschung und Lehre im Bereich Tourismus an deutschen Hochschulen und Universitäten

Die Tourismusforschung und -lehre an deutschen Hochschulen und Universitäten ist im europäischen Vergleich zurückgefallen: Tourismuslehrstühle und -professuren wurden abgebaut und die Studierendenzahlen sind zurückgegangen. Dem daraus resultierenden Mangel an Grundlagenforschung und Heranbildung von wissenschaftlichem Nachwuchs will eine Initiative des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) entgegenwirken. Als erste wichtige Schritte sind eine umfassende Bestandsaufnahme, ein europäischer Vergleich, eine detaillierte Bedarfsanalyse sowie die Identifikation von Barrieren und geeigneten Anreizsystemen geplant. Dazu ist die NPZT mit ihrem Pool an Expertinnen und Experten aus Praxis und Wissenschaft ein gut geeignetes Forum. Die Initiative kann den Grundstein für gezielte Maßnahmen legen, durch die deutsche Universitäten wieder eine führende Rolle in der internationalen Spitzenforschung im Tourismus spielen.

### Instrumente der Tourismusfinanzierung und -förderung besser aufeinander abstimmen

Die Initiative des DTV zur Stabilisierung der Tourismusfinanzierung und -förderung zielt darauf ab, den Deutschlandtourismus als bedeutenden Wirtschaftsfaktor zu stärken. Angesichts der Herausforderungen und der Notwendigkeit einer auch wirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung erarbeitet die Initiative Vorschläge, um die Finanzierungs- und Förderbedingungen gezielt zu verbessern, bürokratische Hürden zu reduzieren und den Zugang zu Finanzierungen zu erleichtern. Gegenstand ist die gesamte Förderkulisse von EU, Bund und Ländern. Außerdem ist die Initiative darauf gerichtet, zweckgebundene Einnahmequellen wie Kurtaxen oder Tourismusabgaben zu stärken und Modelle zu einer gleichmäßigen Verteilung der finanziellen Mittel zu entwickeln. Die NPZT bietet für diese Initiative eine Schnittstelle zu Akteuren aus Bund und Ländern, ohne die eine Umsetzung nicht machbar wäre.

### Haltung zum Thema Weltoffenheit zeigen

Im Zuge einer zunehmend von Konflikten geprägten Welt rückt das Thema Weltoffenheit im touristischen Kontext mehr denn je in den Fokus. Es liegt in der DNA der Tourismusbranche, Reisenden aus aller Welt Gastfreundschaft zu bieten. Angesichts aktueller gesellschaftlicher Debatten, beispielsweise rund um das Thema Migration, ist sie jedoch darüber hinaus gefordert, aktiv für ein Klima der Offenheit und Toleranz, für Vielfalt und Integration einzutreten. In diesem Sinne hat sich die in der NPZT vereinte Tourismusbranche hinter der Idee versammelt, ein starkes Signal für Weltoffenheit und interkulturellen Austausch zu setzen. Dazu erarbeitet sie innerhalb der Plattform eine geeignete Kommunikationsstrategie.

Die sehr breit und über die Grenze Deutschlands hinaus vernetzte Initiative „Jüdisches Rothenburg“ der Stadt Rothenburg mit den Netzwerkpartnern Kulturerbe Bayern e.V., RothenburgMuseum, Joods Museum Amsterdam, „Begegnung Christen und Juden. Bayern e.V.“, Verein zur Förderung des christlich-jüdischen Gesprächs in der Ev. Landeskirche Bayern, Maestro Tours Israel, Erfurter Netzwerk Jüdisches Leben, MiQua Köln, Landschaftsverband Rheinland, Mikwe Speyer und SchUM Städte e.V. engagiert sich aktiv gegen Intoleranz, Vorurteile und Antisemitismus. Zentrale Standorte sind das RothenburgMuseum und die Judengasse 10, die durch partizipative Ausstellungsformate, kulturelle Veranstaltungen und spezielle Führungen Besuchern ein tiefes Verständnis für jüdische Bräuche vermitteln sollen. Unterstützt wird dies durch ein Netzwerk mit verschiedenen Initiativen und digitalen Angeboten wie der Rothenburg App. Ziel ist es, durch diese Maßnahmen das interkulturelle Verständnis zu fördern und Diskriminierung entgegenzuwirken. Die regionale Initiative trägt zum Gedanken der Weltoffenheit bei, indem sie sich mit lokal verankerten, aber weltweit bedeutsamen Themen auseinandersetzt und so ein Bewusstsein für Vielfalt und Toleranz schafft. Die NPZT kann dieses Bewusstsein noch weitertragen, indem sie Aufmerksamkeit für die Initiative schafft und andere Orte und Akteure zu ähnlichen Aktivitäten inspiriert.

## AUSBLICK/SCHLUSSFOLGERUNG

# Die Zukunft des Tourismus: Wie es weitergeht

Die Nationale Tourismusstrategie (NTS) fußt auf einem gut aufeinander abgestimmten Dialogprozess mit gemeinsam vereinbarten, übergeordneten Zielen und spezifischen Zielclustern für die Arbeitsgruppen. Durch den Fokus der Arbeit auf konkrete, vielversprechende Initiativen ist die Umsetzung der strategischen Ziele der NTS bereits fest im Prozess ihrer Weiterentwicklung verankert und wird zusätzlich durch Maßnahmen des Bundes flankiert.<sup>5</sup>

Die Nationale Plattform Zukunft des Tourismus (NPZT) bietet den Akteuren ein in seiner Art und Zusammensetzung einmaliges Forum zum Austausch und zur Vernetzung über alle Ebenen hinweg – zwischen Branche, politischen Entscheidungsträgern, Verwaltung und Wissenschaft. Erste Erfolge sind bereits sichtbar: Für die meisten Initiativen konnten zusätzliche Mitstreiter gewonnen werden, die sie mit neuen Aspekten bereichern und dafür sorgen, dass Sichtbarkeit und Wirkung der Initiativen größer werden. Es bleibt aber noch einiges zu tun, um die ehrgeizigen Ziele der Nationalen Tourismusstrategie mithilfe der NPZT zu erreichen:

Die Arbeitsgruppe Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz setzt bereits einen Fokus auf den Aspekt der Mobilität und hat einige Initiativen dazu in Umsetzung. Da dem Thema Mobilität jedoch eine so große Bedeutung bei der Reduktion von THG-Emissionen wie auch bei der Anbindung ländlicher Räume zukommt, wären weitere Initiativen wichtig und notwendig – so z. B. Konzepte zum Ausbau und zur Vernetzung von ÖPNV-Angeboten, die sowohl auf touristische Bedarfe als auch auf die Bedürfnisse der Anwohnerinnen und Anwohner zugeschnitten sind. Ziel ist, dass der PKW sich in Urlaubszeiten seinerseits ausruhen

darf und Reisende alternativ ein lückenloses Mobilitätsangebot bis in die „letzte Meile“ nutzen können. Daneben rufen die zunehmenden Extremwetersituationen alle Akteure auf, ihr Augenmerk auf das Thema Klimaanpassung zu lenken und hierzu in der NPZT aktiver zu werden. Ein gutes Beispiel ist die LIFT-geförderte Qualitätsinitiative Wanderbares Deutschland aus der Arbeitsgruppe Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz, die den Aspekt der Klimaanpassung bereits mitdenkt.

Die Arbeitsgruppe Arbeitskräftesicherung und -gewinnung arbeitet bereits mit mehreren Initiativen erfolgreich daran, Fachkräfte aus dem Ausland zu gewinnen; Maßnahmen des Bundes wie die Plattform „Make it in Germany“ unterstützen den Prozess zusätzlich. Es bleibt allerdings eine Herausforderung, die vielen guten Instrumente, mit denen Bund und Länder die Unternehmen bei der Fachkräftegewinnung unterstützen, bei den Unternehmen bekannt zu machen. Die Arbeitsgruppe möchte daher ein niedrigschwelliges und gleichzeitig schlagkräftiges Marketingkonzept entwickeln. Es werden noch Mitstreiter gesucht, die diese Idee aktiv umsetzen helfen – insbesondere die Länder und Kommunen einschließlich der Landes- und Destinationsmarketingorganisationen sowie weitere vor Ort ansässige Einrichtungen, beispielsweise die IHKs, wären hier geeignet. Mit der Initiative „Herzogs Gastgeber“ gibt es bereits ein gutes Beispiel in der NPZT, wie Unterstützungsangebote direkt und schnörkellos die Unternehmen erreichen.

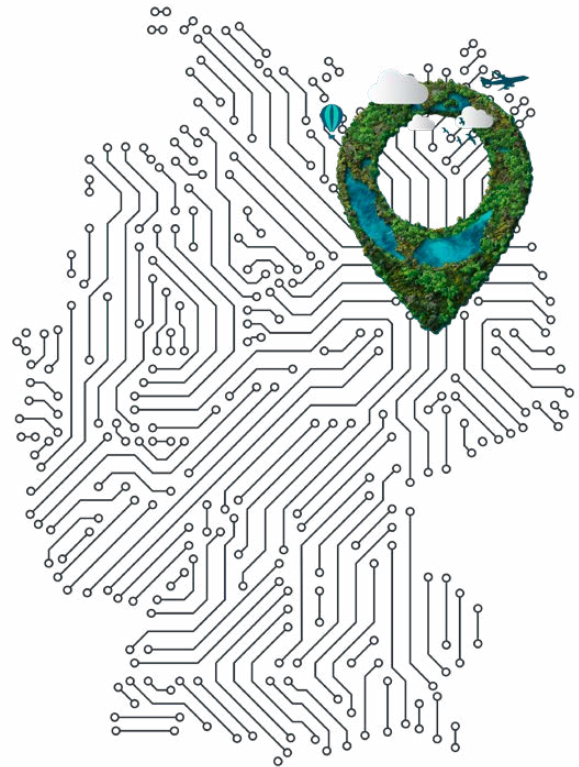
Die Arbeitsgruppe Digitalisierung sieht besonderen Handlungsbedarf bei der Verbesserung des digitalen Datenmanagements in kleinen und mittleren Unternehmen. Denn gutes Datenmanagement ist

5 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022c): Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten.

eine entscheidende Voraussetzung, um gegenüber den großen Playern wettbewerbsfähig und sichtbar bzw. digital auffindbar zu bleiben. Aufgabe wird es zunächst sein, den Nutzen von Datenmanagement wirksam in die Fläche zu kommunizieren – die Initiativen Camino Network und Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus eignen sich besonders gut als Ausgangspunkt für eine entsprechende Kommunikationsstrategie. Daran anknüpfend sollen Unternehmen noch stärker für praktische Anwendungsmöglichkeiten und den konkreten Nutzen digitaler Lösungen sensibilisiert werden. Denkbar wäre z. B., zunächst für ganz bestimmte Aufgaben im Gastgewerbe digitale Lösungsmöglichkeiten systematisch und verständlich zusammenzustellen. Neben den Akteuren, die im Wesentlichen die technologische Seite im Blick haben, sollte sich auch die Verwaltungsebene in Ländern und Kommunen an den künftigen Aktivitäten der Arbeitsgruppe beteiligen. So kann sichergestellt werden, dass ein passender Regulierungsrahmen für gelungenes Datenmanagement und Digitalisierung direkt mitgedacht wird. Gezielte Abfragen zu Lücken und Bedarfen bei digitalen Lösungen in der Branche finden in einigen Initiativen bereits statt und werden auch in Zukunft durchgeführt werden.

Mit der Beschleunigung und Digitalisierung von Visaprozessen will sich vor allem der Bund einem für einen zukunftsfähigen, bürokratiearmen Tourismus besonders relevanten Aspekt widmen. Dieses Thema muss allerdings arbeitsgruppenübergreifend angegangen werden, denn es betrifft nicht nur die Digitalisierung, sondern auch weitere touristische Zukunftsthemen – die Arbeitskräftegewinnung ebenso wie die Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Tourismus.

Aus der breit aufgestellten Arbeitsgruppe Wettbewerbsfähigkeit will die NPZT künftig einige Aspekte aus den Zielclustern arbeitsgruppenübergreifender betrachten – insbesondere den Aspekt der Barrierefreiheit. Es gilt, diesen Aspekt in der gesamten Arbeit der Plattform grundsätzlich mitzudenken – von der Barrierefreiheit und Inklusion



am Arbeitsplatz bis hin zur Barrierefreiheit im Bereich Daten und Digitalisierung. Als Daueraufgabe in der Arbeitsgruppe Wettbewerbsfähigkeit wird der Bürokratieabbau verankert werden. Ziel muss es sein, effiziente, schlanke Prozesse zu schaffen und mit einem unverzichtbaren Maß an notwendigen, bürokratischen Anforderungen zu verbinden. Um dies in für die Unternehmen besonders belastenden Prozessen möglichst praxisnah umzusetzen, wird die Arbeitsgruppe helfen, die Praxischecks weiterzuentwickeln und auszuweiten. Ebenfalls arbeitsgruppenübergreifend muss der Aspekt der Vermarktung und Sichtbarkeit der verschiedenen Initiativen auf der NPZT angegangen werden. Er ist nicht nur relevant für das Thema der Arbeits- und Fachkräftegewinnung, sondern grundsätzlich für alle Themen und Maßnahmen. Die Akteure der Arbeitsgruppe werden sich gemeinsam mit allen NPZT-Akteuren der Herausforderung widmen, eine Kommunikationsstrategie zu entwerfen, die die Unternehmen vor Ort wirklich erreicht. Wenn Unternehmen auf diese Weise einen besseren Zugang zu guten Unterstützungsmaßnahmen des Bundes und anderer Ebenen bekommen, kann das ihrer Wettbewerbsfähigkeit einen zusätzlichen Schub geben.

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

Last but not least wird die NPZT auch das Thema Tourismusakzeptanz und die Interessen der lokalen Bevölkerung arbeitsgruppenübergreifend im Blick behalten. Entscheidend ist hier die Balance zwischen einem attraktiven Angebot für Touristinnen und Touristen bei gleichzeitig guten Lebensbedingungen für die Einheimischen. Auch wenn deutsche Reiseziele noch nicht in dem Maße von Overtourism betroffen sind wie einige internationale Destinationen, so gilt es doch, rechtzeitig negativen Auswirkungen von Tourismus wie z. B. Mangel an bezahlbarem Wohnraum entgegenzuwirken. Hier ist vor allem die Politik vor Ort gefragt. Initiativen aus verschiedenen Arbeitsgruppen können dies unterstützen, beispielsweise durch Nutzung von digitalen Lösungen für die Besucherlenkung, Verbesserung der Markttransparenz oder besseres Neben- bzw. Miteinander von touristischen Angeboten und intakter Natur.

Schon jetzt können alle an der Nationalen Tourismusstrategie Beteiligten sagen: Gemeinsam haben wir mit der Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus die NTS erfolgreich weiterentwickelt.

Zu vielen Zielclustern sind Initiativen im Gange, zu anderen in Planung. Oft stößt das, was wir erreicht und erarbeitet haben, weitergehende Herausforderungen und zugleich manchmal schon passende Lösungswege an. In Zukunft wollen wir weiterhin Lösungen für die zahlreichen Herausforderungen des Tourismus in die Umsetzung bringen und den Informationsfluss untereinander und zwischen den verschiedenen Ebenen noch weiter intensivieren, damit die vielfältigen Lösungswege und Best Practices sichtbarer und besser zugänglich werden. Auf diese Weise lässt sich mit den vielen scheinbar kleinen Schritten, die wir zunächst mit den Initiativen gehen, der Tourismus wirkungsvoll gestalten und in der Gesamtschau ein großer Mehrwert für einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismus in Deutschland erreichen.

## ANHANG

# Aktuelle Initiativen

## Finanzierungsvorbehalt

Soweit konkrete Maßnahmen zu Ausgaben im Bundeshaushalt sowie im Klima- und Transformationsfonds (KTF) führen, stehen sie unter Finanzierungsvorbehalt und sind innerhalb der geltenden Haushalts- und Finanzplanung der jeweils zuständigen Ressorts gegenzufinanzieren. Auch die Haushalte der Sozialversicherungen werden durch die Nationale Tourismusstrategie nicht präjudiziert.

## Die aktuellen Initiativen im Überblick

### Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz

---

#### THG-Berechnung in der Tourismuswirtschaft

---

##### ZIEL

Erstmaliges Zusammenführen aller relevanten Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft und staatlichen Organisationen zur Schaffung von mehr Transparenz hinsichtlich klimaschädlicher Emissionen im Tourismus und der Abstimmung möglichst einheitlicher Berechnungsgrundlagen.

##### KURZBESCHREIBUNG

Die Initiativen von Futouris/KlimaLink, des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft/Deutscher Klimafonds Tourismus (DKT) und der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele/reCET haben sich im Rahmen der NPZT zusammengefunden, um gemeinsame Grundlagen für die Berechnung von Treibhausgasemissionen im Tourismus zu erarbeiten.

##### UMSETZUNG

Einzelne Initiativen:

- **Futouris und KlimaLink:** Entwicklung und Bereitstellung einer einheitlichen Berechnungsgrundlage für Reise-Emissionen ab 2024 über die KlimaLink Plattform
- **BTW und DKT:** Erstellung einer Klimabilanz der gesamten deutschen Tourismuswirtschaft und Pilotierung eines Finanzierungsinstruments für Reduktionsprojekte in Zusammenarbeit mit dem Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK)
- **Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele/reCET:** Durchführung eines Pilotprozesses zur Messung von Treibhausgasemissionen in zehn Destinationen zur Entwicklung eines systematischen Managements für das Klimaschutzbewusstsein

Gemeinsam im Initiativenbündel:

- Kontinuierlicher Austausch (interdisziplinär zwischen Wirtschaft, Wissenschaft & öffentlichen Einrichtungen) zu vorhandenen und in Entwicklung befindlichen Berechnungsmethoden
- Abstimmung von einheitlichen Grundlagen für die Berechnungsmethoden bei Überschneidungspunkten
- Gemeinsames Engagement für eine bessere Datenverfügbarkeit und Datenqualität als Basis für die verlässliche Berechnung
- Bekenntnis der Politik zu den gemeinsam erarbeiteten Grundlagen bzw. Methoden

**BETEILIGTE**

- Initiativenbündel-Leitung: Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft/Deutscher Klimafonds Tourismus, Futouris/KlimaLink, Exzellenzinitiative/reCET u.v.m.
- Breiter Kreis der Teilnehmenden aus Wirtschaft, Wissenschaft & staatlichen Organisationen

---

**Qualitätstransformation Wanderbares Deutschland**

---

**ZIEL**

- Das Kernelement der „Qualitätsoffensive Wandern“ ist die Verbesserung und Förderung eines nachhaltigen Wandertourismus in Deutschland.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Qualitätsinitiative Wanderbares Deutschland vor gut 20 Jahren entwickelt
- Inhalte: Vermittlung von Wissen zur selbstständigen Analyse und Bewertung von Wanderangeboten sowie Bereitstellung von transparenten und nützlichen Instrumenten für die Auswertung vor Ort; Ausbildung von lokalen Akteuren und Förderung des Ehrenamts sowie der Teilhabe
- Für die Bewertung von wanderfreundlichen Wegen, Gastgebern oder Regionen stehen nützliche Erfassungsmethoden zur Verfügung, die einfach in der Anwendung sind, denen aber der vollumfängliche Sprung in die digitale Welt bisher noch fehlt. Hier sind Weiterentwicklungsmöglichkeiten nötig.

**UMSETZUNG**

- Die Qualitätsinitiative wird mit der digitalen Weiterentwicklung die technischen Weichen für ein zukunftsfähiges Qualitätsmanagement im Wandertourismus stellen.
- Technischer Transformationsbedarf besteht u.a. für:
  - die Entwicklung einer Anwendung zur mobilen, georeferenzierten Erfassung
  - die Einbettung neuer Nachhaltigkeits-Indikatoren in den Erfassungs- und Bewertungsprozess
  - den Aufbau einer digitalen Qualitätsanalyse, die eine fundierte Situationsbewertung und die Entwicklung evidenzbasierter Handlungsoptionen ermöglicht

**BETEILIGTE**

- Deutscher Wanderverband

---

**Erfassung touristischer Mobilität**

---

**ZIEL**

- Um die touristische Mobilität in Deutschland umwelt- und sozialverträglicher zu gestalten, sollte man die Ausgangslage kennen und Entwicklungen dokumentieren können.
- Erfassung existierender empirischer Datenquellen zur touristischen Mobilität auf regionaler Ebene sowie die Erstellung einer datenbasierten Übersicht zu diesen Quellen.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Benötigt werden Informationen zur touristischen Mobilität – insbesondere auf regionaler Ebene.
- Das Projekt wird eine öffentlich zugängliche Übersicht über existierende Studien und Datensätze zur touristischen Mobilität erarbeiten.



- Die daraus ableitbaren Erkenntnisse werden als Grundlage für politische und strategische Entscheidungen zur Einführung bzw. Etablierung innovativer Mobilitätsangebote im Tourismus benötigt. Zudem könnten die Daten genutzt werden, um Erkenntnisse über schädliche Auswirkungen des Verkehrs zu gewinnen und mögliche Umweltentlastungen durch eine Veränderung des Modal Split zu ermitteln. (Quelle vgl. UBA-Dokumentationen 05/2019 Nachhaltige Reisemobilität, S. 36ff)

#### UMSETZUNG

- Die Initiative wurde initiiert auf Basis der Erkenntnisse zu den Hemmnissen einer nachhaltigen Reisemobilität (UBA 05/2019) und den Fortschrittsberichten der Fahrtziel Natur-Gebiete 2022/23.
- Sie wurde vom Umweltbundesamt (UBA) aufgegriffen und unter dem Titel „Erfassung touristischer Mobilität und Mobilitätsdaten“ als Projekt ausgeschrieben. Die Umsetzung ist im Zeitraum September 2024 bis August 2025 geplant.
- Das Projekt gliedert sich in zwei Arbeitspakete:
  - 1. Entwicklung und Abstimmung eines Gliederungsrasters
  - 2. Sammlung von Informationen über relevante Studien und Datensätze zur touristischen Mobilität
- Die Übersicht wird im Internet für interessierte Nutzerinnen und Nutzer zur Verfügung gestellt.

#### BETEILIGTE

- Auftraggeber: Umweltbundesamt (UBA)
- Projektbearbeitung: Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) in Kooperation mit reCET
- Initiator: Fahrtziel Natur/Deutsche Bahn

---

#### Laden in Tourismusregionen

---

##### ZIEL

- Handlungsempfehlungen entwickeln, die den tourismusgerechten Ausbau der Ladeinfrastruktur in Deutschland anregen

##### KURZBESCHREIBUNG

- Die Handlungsempfehlungen sollen sowohl die Herausforderungen als auch Ansätze aufzeigen, um passende Lösungen für die Vorbereitung der deutschen Tourismusregionen auf den Hochlauf der Elektromobilität zu entwickeln. Sie richten sich bewusst an die Breite der beteiligten Akteure: egal ob staatlich oder privatwirtschaftlich, ob auf Bundesebene oder in der Kommune.

##### UMSETZUNG

- Der ADAC präsentiert als Ausgangspunkt für das Projekt die Ergebnisse des ADAC Projektors Ladebedarf in Tourismusregionen in der Nationalen Plattform.
- Interessierte Stakeholder werden von der Nationalen Plattform über die Geschäftsstelle zur Mitarbeit an einer Weiterentwicklung der Schlussfolgerungen aus dem ADAC-Projekt eingeladen.
- In einer gemeinsamen Arbeitsgruppe werden in mehreren Sitzungen (Präsenz und digital), gemeinsame Handlungsempfehlungen, moderiert vom ADAC, entwickelt.
- Die Ergebnisse werden dem Lenkungskreis der Nationalen Plattform vorgestellt und anschließend über die Plattform und die Projektpartner veröffentlicht.

**BETEILIGTE**

- ADAC e.V., Deutscher Ferienhausverband, BVCD, DStGB, DTV, IHA, NOW

---

**Verbesserung der Intermodalität im innerdeutschen Reiseverkehr**

---

**ZIEL**

- Durch ein verbessertes Zusammenwirken der Verkehrsträger und eine daraus resultierende Veränderung der Verkehrsmittelwahl eine Verringerung der durch Mobilität verursachten Treibhausgase erreichen
- Inlandsflüge durch attraktivere Bahnverbindungen ergänzen

**KURZBESCHREIBUNG**

- Die Initiative zwischen BDL (Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft) und Deutsche Bahn zielt darauf ab, die Zusammenarbeit entlang der Reisekette zu fördern und die Verbindung zwischen Metropolen zu stärken.
- Die Maßnahmen umfassen Kooperationsangebote zwischen Flug- und Bahnreisen, ein verbessertes Schienenangebot zwischen Metropolen und einen Ausbau der Schieneninfrastruktur für höhere Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit.

**UMSETZUNG**

- Die Aktivitäten von Luftverkehr und Deutsche Bahn sollen im Rahmen der NPT aufgegriffen und kommunikativ/medial und politisch unterstützt werden.

**BETEILIGTE**

- Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, Deutsche Bahn

---

**Ausbau und Aufwertung der Energiekampagne Gastgewerbe**

---

**ZIEL**

- Die in den Jahren erarbeiteten Angebote und Tools der Energiekampagne Gastgewerbe sollen mit Unterstützung der NPZT weiter aufwertet und ausgebaut werden.
- Es wird eine Verknüpfung mit anderen Klimaschutzinitiativen angestrebt.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Die Webseite [www.energiekampagne-gastgewerbe.de](http://www.energiekampagne-gastgewerbe.de) fungiert als zentrale Informations- und Interaktionsplattform für Betriebe in Hotellerie und Gastronomie und bietet kostenlos umfangreiche Ressourcen und Hilfestellungen zum Thema Energiesparen.
- Die Webseite bietet eine breite Palette von Inhalten, darunter Leitfäden, Checklisten, Merkblätter, Best-Practice-Beispiele und Wirtschaftlichkeitsrechner, um Betriebe in der Branche bei der Umsetzung von Energiesparmaßnahmen zu unterstützen.

**UMSETZUNG**

- Es sollten die schon bestehenden und vom Bund geförderten Klimaschutzinitiativen besser transparent gemacht und beworben werden. Hierzu bedarf es einer Übersicht über die bestehenden branchenspezifischen Initiativen zum Klimaschutz (z. B. die Initiativen des Einzelhandels, des Groß- und Außenhandels etc.), um die Unternehmen noch stärker zu erreichen.

- Die vom BMWK initiierte Kampagne „80 Millionen gemeinsam für Energiewechsel“ kann hier als übergreifende Plattform für die Energiesparinitiativen von Unternehmen dienen.

#### BETEILIGTE

- DEHOGA Thüringen

---

#### Projekt klimaschonende Freizeitgastronomie (FreiGast) | *Projekt in Planung, Finanzierung ausstehend*

---

#### ZIEL

- Für Urlaubende werden klimaschonende Rezepte und Speisepläne entwickelt, Zielwert: 800 g CO<sub>2</sub>-Äq. pro Portion für eine warme Mahlzeit.
- Köchinnen und Köche werden geschult und setzen das Gelernte in der Praxis um.
- Es werden Strategien zur Gästeansprache entwickelt, vermittelt und umgesetzt.

#### KURZBESCHREIBUNG

- Unsere Ernährung ist für ca. 15 Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich.
- Die touristische Verpflegung ist oftmals besonders klimabelastend (große Portionen, viel Fleisch, hohes Abfallaufkommen).
- Einige Aspekte wie „bio“ oder „regional“ werden mitunter beworben, Klimaschutz oder eingesparte Treibhausgasemissionen werden in der Breite aber nicht kommuniziert.

#### UMSETZUNG

- 1,5-tägige Schulung für nachhaltige Verpflegung und Gästekommunikation
- Partnerschaft mit regionalen Betrieben zur Gästeansprache mit Nudging und Narrativen
- Umgang erlernen mit dem NAHGAST-Rechner zur Nachhaltigkeitsbewertung
- Beratung bei der Umsetzung der nachhaltigen Speisen und der Gästeansprache
- Auszeichnung der Teilnahme für Kommunikation nach innen und außen

#### BETEILIGTE

- Reisenetz e.V., Futouris, iSuN

### Arbeitskräftesicherung und -gewinnung

---

#### Fachkräftegewinnung durch Kooperation

---

#### ZIEL

- Sicherung des touristischen Fachkräftebedarfs in den Zielgebieten und Deutschland

#### KURZBESCHREIBUNG

- GIZ leistet in einigen touristischen Destinationen einen Beitrag zur Stärkung des berufsbildenden Sektors.
- Einer großen Zahl an jungen Menschen mit Interesse an der Touristik wird die Chance gegeben, auf dem „Dualen Weg“ eine Zukunft in der Branche zu erlangen.
- Häufig findet an den Fachschulen eine Sprachschulung statt, meist wird Englisch angeboten.
- Es gilt, aktiv zu unterstützen, dass Deutsch als ergänzende Sprache angeboten und gelehrt wird. Die Kosten für die Sprachvermittlung könnten möglicherweise von der Privatwirtschaft übernommen werden.

**UMSETZUNG**

- Prüfung, inwiefern bestehende und von der Bundesrepublik Deutschland unterstützte Initiativen zur Sicherung des lokalen Fachkräftebedarfs in der Touristik (insbes. im Dualen System) durch ein Angebot zum Erlernen der deutschen Sprache ergänzt werden können und inwieweit einem Teil der Absolventinnen und Absolventen die Hospitation/reguläre Beschäftigung in einem in Deutschland ansässigen Unternehmen angeboten werden kann.
- Die Finanzierung eines entsprechenden Deutschlernangebots müsste sichergestellt werden. Möglicherweise ließe sich dies über deutsche Unternehmen erreichen, die im Gegenzug für ihr finanzielles Engagement bei der Suche nach entsprechenden Fachkräften unterstützt werden.

**BETEILIGTE**

- DRV, GIZ

---

**Fachkräftegewinnung aus Bangladesch**

---

**ZIEL**

- Ziel des Projektes ist zusätzliche Fachkräftegewinnung und Fachkräftesicherung für den Freistaat Thüringen.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Mit dem Vorhaben sollen Auszubildende aus Bangladesch für die Ausbildung im Gastgewerbe gewonnen werden. Die Jugendlichen sollten eine Affinität zum Gastgewerbe aufweisen und eine berufliche Laufbahn in der Hotellerie bzw. Gastronomie anstreben.
- Die Auszubildenden werden während ihrer dreijährigen Ausbildung umfassend von dem Projektteam betreut und unterstützt. Die Betreuung umfasst dabei die Akquisition, Vermittlung und Organisation der Einreise sowie die Beratung zu allen lebenspraktischen Fragen, die sich aus dem Zuzug ergeben, einschließlich von Angelegenheiten in Bezug zum Ausbildungsbetrieb, soweit diese nicht Gegenstand des Ausbildungsverhältnisses sind.
- Neben der Beratung wird den Auszubildenden auch eine Begleitung etwa bei Behördengängen und vergleichbare Hilfe zur Orientierung geboten.
- Das Projekt soll als Musterverfahren dienen, wie EU-Mittel zur Förderung legaler Migration nutzbar gemacht werden können. Erfahrungen aus Prozess dienen allen Akteuren der Branche bei Projekten zur Fachkräfteeinwanderung und können helfen, solche Projekte zu sichern und auszuweiten.

**UMSETZUNG**

- Akquise von Teilnehmenden und Präsentation der Ausbildung im Gastgewerbe durch Veranstaltungen
- Sichtung der Bewerbungsunterlagen und Einladung der Jugendlichen
- Steuerung aller Prozesse von der Anreise bis zur Vermittlung sowie laufende Unterstützung vor Ort (u. a. bei Behördengängen, Unterkunftssuche, kultureller Integration)
- Akquirierung Ausbildungsbetriebe

**BETEILIGTE**

- DEHOGA Thüringen e.V.

---

## Hand in Hand for International Talents

---

### ZIEL

- Begleitung der Umsetzung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes in der Praxis durch die Gewinnung und Vorbereitung internationaler Fachkräfte aus Vietnam, Brasilien und Indien mit anschließender Vermittlung an IHK-Unternehmen in Deutschland

### KURZBESCHREIBUNG

- Das Projekt koordiniert den gesamten Einwanderungsprozess qualifizierter Fachkräfte für Unternehmen in Deutschland und bietet sich als Lotse an: von der Rekrutierung interessierter Bewerberinnen und Bewerber, der sprachlichen Qualifizierung im Drittstaat über die Organisation der Einreise nach Deutschland bis hin zur Unterstützung bei der gesellschaftlichen und betrieblichen Integration.
- Fachkräfte mit mindestens zwei Jahren Berufserfahrung werden gewonnen und lernen über das Projekt Deutsch bis zum Niveau B1 nach Europäischem Referenzrahmen und durchlaufen das Anerkennungsverfahren. Auch erhalten sie Unterstützung bei der anfänglichen Integration in Deutschland.

### UMSETZUNG

- Erkenntnisse zu Qualifikationsanforderungen von HoGA-Fachkräften aus den Drittstaaten
- Austausch zu Erfahrungen beim digitalen Rekrutierungsprozess
- Kooperationspotenziale bei der Vermittlung von Fachkräften aus dem bestehenden Bewerber/innenpool

### BETEILIGTE

- DIHK, Industrie -und Handelskammern, Auslandshandelskammern, Bundesagentur für Arbeit

---

## Chancen Nutzen! Mit Teilqualifikation Richtung Berufsabschluss

---

### ZIEL

- Seit Oktober 2017 unterstützt das bei der DIHK Service GmbH angesiedelte Projekt in dritter Laufzeit mit veränderter Zielsetzung die Industrie- und Handelskammern (IHKs) bei der Umsetzung eines bundeseinheitlichen Teilqualifikationsangebots.
- Ein wesentliches Ziel der aktuellen Projektlaufzeit ist die bundesweite Standardisierung von TQs.

### KURZBESCHREIBUNG

- Aufgrund der zunehmenden Fachkräftengpässe greifen Betriebe zunehmend auch auf Instrumente der Nachqualifizierung von Mitarbeitenden bzw. potenziellen Mitarbeitenden zurück.
- Mit Teilqualifikationen können an- und ungelernete Kräfte zu Fachkräften qualifiziert werden – bis hin zum Berufsabschluss (Zielgruppe: Beschäftigte oder Arbeitssuchende).
- Teilqualifikationen sind aus staatlich anerkannten Ausbildungsberufen abgeleitet.
- Sie werden zum überwiegenden Teil von der Arbeitsverwaltung mit bis zu 100% finanziert.

**UMSETZUNG**

- Noch keine ausreichende Bekanntheit in Betrieben
- Einige Regionen, wie z. B. Neubrandenburg und Flensburg, können durch Teilqualifikationen jedoch bereits Erfolge verbuchen und nutzen das Instrument seit Jahren.
- Bewährt hat sich z. B. das Modell Saisonqualifizierung, wo Arbeitskräfte in der Nebensaison qualifiziert werden und in der Hauptsaison in der Praxis eingesetzt werden können.

**BETEILIGTE**

- DIHK Service GmbH

---

**Herzogs Gastgeber**

---

**ZIEL**

- „Herzogs Gastgeber“ ist eine Fachkräfte-Initiative für den lauenburgischen Tourismus mit den folgenden Zielen: Netzwerken, Qualität nach innen, Außenwirkung.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Touristische Leistungsträger im Herzogtum Lauenburg sind KMU, häufig inhabergeführte Familienunternehmen. Vor dem Hintergrund begrenzter Personalressourcen fehlen ihnen die Kapazitäten, sich aktiv um Maßnahmen der Personalgewinnung und -bindung zu bemühen.
- Netzwerken: touristische Leistungsträger mit den beteiligten Institutionen und Schulen zusammenbringen, um Angebote, Bedürfnisse und Synergien sichtbar zu machen
- Qualität nach innen: Ausbildernetzwerk, Veranstaltungs- und Weiterbildungsangebote für Fachkräfte und Auszubildende
- Außenwirkung: Berufskundetage (Mini-Praktika); Präsentation auf Elternversammlungen, Berufsmessen, praxisorientiertem Fachunterricht und anderen Formaten der Berufsorientierung; Social Media, Pressearbeit, Webitemanagement

**UMSETZUNG**

- Chance, dass diese niederschwellige und regional wirksame Initiative leicht und kurzfristig von DMOs kopiert werden kann
- Angebot des Austauschs und des Erfahrungsberichtes durch die Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH
- Austausch der AG-Mitglieder über Erfahrungen und Entwicklungen in ihrer Arbeit

**BETEILIGTE**

- Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH

## Digitalisierung

---

### Digitalisierung im Tourismus-Open-Data und künstliche Intelligenz

---

#### ZIEL

- Betrieb eines Knowledge Graphen
- Kooperationen zur Erhöhung des touristischen Contents und der Reichweite

#### KURZBESCHREIBUNG

- Mit dem Open-Data-Projekt wird die Voraussetzung für den Digitalen Wandel in Richtung künstliche Intelligenz geschaffen, um den Tourismusstandort Deutschland wettbewerbsfähig zu gestalten.
- Als zentrale Datenbasis für den Deutschlandtourismus nutzt der Knowledge Graph touristische Daten aus allen 16 Bundesländern.
- Der Knowledge Graph wurde im Juni 2023 in Betrieb genommen.
- Aktuell rund 500.000 Datensätze in hoher Qualität für den öffentlichen Datenauf Ruf
- Anknüpfung des Projekts „DIANA-T“: zeigt Anwendungsoptionen für die Nutzung von Open Data für touristische Anbieter auf und will über eine sichere, cloud-basierte Infrastruktur die kombinierte Nutzung offener und nicht-offener Daten ermöglichen

#### UMSETZUNG

- Sensibilisierung des Tourismus hinsichtlich neuer digitaler Entwicklungen insbesondere der Akteure auf lokaler und regionaler Ebene
- Miteinbeziehung von Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten
- Wissenschaftliche Begleitung von Modellprojekten durch Einbeziehung von Hochschulen
- Anknüpfung an das Lift-Projekt „Klimafreundliche Partner-Angebote bundesweit digital“. Ziel des Projektes ist es, die nachhaltigen und klimafreundlichen Angebote der „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ zentral digital zu erfassen und zugänglich zu machen. Übergeordnetes Ziel des Projektes ist es, dass die Daten aller Partner der NNL über die jeweiligen Landeshubs der LTOs als Open Data in den Knowledge Graph integriert werden und dort für verschiedenste Ausspielkanäle und Projekte zur Verfügung stehen. Das Projekt steht für die beispielhafte Integration unterschiedlicher Partner von den Leistungsträgern über die Verbände und LTOs bis hin zum Knowledge-Graph-Projekt der DZT zur Förderung der Sichtbarkeit klimafreundlicher Angebote.

#### BETEILIGTE

- Deutsche Zentrale für Tourismus, German Convention Bureau

---

### Digitalisierung der Naturerlebnisinfrastruktur in den NNL und Etablierung einer digitalen Besucherlenkung

---

#### ZIEL

- Die Initiative hat das Ziel, die vorliegende Naturerlebnisinfrastruktur in den NNL nach offenen Standards zu digitalisieren und durch diesen Schritt deren Vermarktung als nachhaltige und naturverträgliche Tourismusangebote zu stärken sowie durch eine digitale Besucherlenkung den Schutz der Natur zu fördern.

**KURZBESCHREIBUNG**

- Digitale Besucherlenkung in Naturlandschaften: Minimierung der Umweltauswirkungen des Besucheransturms, Verbesserung der Besuchererfahrung angesichts steigender Besucherzahlen und verstärkter individueller Vorbereitung auf den Besuch in Naturlandschaften
- Anpassung an verändertes Informationsverhalten: zunehmende Nutzung von Outdoor-Plattformen und Social Media zur Informationsbeschaffung durch Besucherinnen und Besucher, was traditionelle analoge Informationsquellen seltener in Anspruch nimmt

**UMSETZUNG**

- Unterstützung der Verwaltungs- und Geschäftsstellen der NNL durch konzeptionelle Erschließung von digitaler Besucherlenkung in Nationalen Naturlandschaften bundesweit
- Z. B. über: Schulungen, Bearbeitung von OpenStreetMap-Daten, Identifikation von geeigneten Kooperationspartnern und digitalen Plattformen, Erschließung von neuen digitalen Technologien zur Unterstützung der digitalen Besucherlenkung

**BETEILIGTE**

- Nationale Naturlandschaften e.V., Verband Deutscher Naturparke e.V., 141 Verwaltungs- und Geschäftsstellen der NNL, DZT, LTOs und DMOs

---

**Vernetzung und Digitalisierung von Gastbeitragssystemen**

---

**ZIEL**

- Grundlegende Überprüfung der zugrundeliegenden betrieblichen Prozesse der Gastanmeldung und der Weitergabe ebendieser Daten zur Erfüllung statistischer Berichtspflichten und der Bedienung kommunaler Gastbeitragssysteme

**KURZBESCHREIBUNG**

- Auch etablierte Systeme und Abläufe bedürfen einer fortschreitenden Entwicklung und stoßen zugleich auf ein zusehends inhomogenes Feld an Anwendenden und Marktplayern. Insofern geht es nicht um eine disruptive Neuinitiative, sondern um die Fortführung und Optimierung von Bestandsstrukturen.
- Sowohl im Bereich touristischer Akteure (Beherbergungsbetriebe, Hotelprogramme, Anwendende in Touristinformationen und Verwaltungen) als auch seitens der Gäste und Konsumierenden selbst, liegen auseinanderklaffende Einstellungen zu Digitalität und Zielgruppen vor.
- Dies bedarf einer systematischen und regionsindividuellen Akzeptanzförderung und technologischer Adaptionen. Zudem lassen sich eingesetzte Grundsystematiken, wie im Feld befindliche GästeCards, für neue Anwendungen (ÖPNV-Nutzung) und Zielgruppen nutzen.

**UMSETZUNG**

- Verschlinkung der Gastregistrierung und Meldevorgänge, digitaler Self-Check-in, APIs (Programmierschnittstellen) zu Bestandssystemen im ÖPNV, APIs zu Statistischen Landesämtern, APIs in touristische Informationssysteme, Zusammenführung bestehender Regionalstrukturen in übergreifende Cardplattformen etc.

**BETEILIGTE**

- IHA, DTV, Deutscher Heilbäderverband, AVS, Hotelbird



---

## Digitale Registrierungsverfahren für die Kurzzeitvermietung zur Umsetzung der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung

---

### ZIEL

- Effektive und erfolgreiche Umsetzung der neuen EU-Verordnung
- Nutzung der Chancen der neuen EU-Regulierung
- Einwicklung eines technisch einheitlichen Rahmens für Registrierungsverfahren
- Nutzung der Potenziale der Digitalisierung, um Markttransparenz zu schaffen, Verwaltungsprozesse zu verschlanken und Bürokratie abzubauen
- Nutzung von Synergien durch die Zusammenarbeit und Koordinierung aller relevanten Akteure

### KURZBESCHREIBUNG

- Hintergrund: neue EU-Verordnung für Kurzzeitvermietungen zur höheren Transparenz für Administration, nationale Umsetzung soll bis 2026 erfolgen
- Die Initiative soll die Arbeit der Länder-Fachkommission Recht im Wohnungswesen durch die Branche begleiten und diese dabei unterstützen, ein einheitliches, leicht zugängliches digitales Registrierungssystem umzusetzen.

### UMSETZUNG

1. Datenerhebung
2. Anbindung an die Arbeit der Fachkommission/Analyse
3. Begleitung der Entwicklung und Bereitstellung einer einheitlichen Software-Lösung, die von den Ländern für digitale Registrierungssysteme genutzt werden kann

### BETEILIGTE

- Deutscher Ferienhausverband, Verband Internet Reisevertrieb

---

## Schaffung der Voraussetzungen für Digitale IDs & Brieftaschen in der Reisebranche

---

### ZIEL

- Abstimmung der relevanten Stakeholder (Tourismus, Politik, Verwaltung) auf die gemeinsamen Vorteile und die Notwendigkeit einer koordinierten Anstrengung
- Vereinfachung & Beschleunigung existierender Prozesse & Abläufe für Endkundinnen, Endkunden und Anbieter
- Validierung von Anwendungsszenarien und die Implementierung von Pilotprojekten

### KURZBESCHREIBUNG

- Digitale IDs und EUDI-Briefftasche: zwei der neuesten Innovationen, die dazu beitragen werden, das gesamte Reiseerlebnis zu verbessern
- Validierung von Anwendungsfällen, Aufbau von Prototypen und Piloten, Kommunikation
- Anwendungsbereiche (Auswahl): Check-in Hotels, Reisevereinfachung, Integration mit Reisedienstleistungen
- Gesundheitsnachweise

### UMSETZUNG

- Koordination und Kommunikation zwischen vielen verschiedenen Akteuren und Berücksichtigung einer Vielzahl von technischen, rechtlichen und sozialen Faktoren

- Workshops, Befragungen und Studien zur Identifizierung von Potenzialen innerhalb der Tourismuswirtschaft für die Nutzung einer digitalen Identifizierung
- Erfassung und Validierung der Anwendungsfälle; ggf. Ableitung der Rahmenbedingungen (rechtlich, technisch, Sicherheit, politisch)
- Infrastruktur Prototypen und Pilotierung von priorisierten Anwendungsfällen

#### BETEILIGTE

- Amadeus, BTW, DRV

---

### Camino Network

---

#### ZIEL

- Dieses dezentrale Netzwerk erleichtert es Reiseunternehmen, in die Blockchain-basierte Welt einzusteigen, und bildet eine gemeinsam verwaltete Infrastruktur für die Transformation der derzeit fragmentierten Reisebranche hin zu einer einheitlicheren Kommunikation und effizienterem Handel über Länder- und Technologiegrenzen hinweg.

#### KURZBESCHREIBUNG

- Durch die Integration in das Camino-Netzwerk erhalten Reiseunternehmen die Möglichkeit, ihre Wettbewerbsfähigkeit durch digitale Innovationen und die Zusammenarbeit mit zukunftsweisenden Technologien wie Blockchain und künstlicher Intelligenz zu stärken.
- Diese Integration ermöglicht es den Reiseunternehmen, ihre Kosten zu senken und ihren Umsatz zu steigern, wodurch die wirtschaftliche Entwicklung der Branche gefördert wird.
- Darüber hinaus können durch den Eintritt in das Internetzeitalter Web3 neue Produkte und Lösungen entwickelt werden, die Kundinnen und Kunden ein nahtloses und personalisiertes Reiseerlebnis ermöglichen.

#### UMSETZUNG

- Weiterentwicklung – erste Anwendungsfälle sind live (z. B. Sleaf.io (die erste Blockchain-OTA, die auf Web3-affine Reisende weltweit ausgerichtet ist), EUROSH (stabiler Euro, der von SH Digital auf Camino gelauncht wurde, und Reiseunternehmen sofort Einsparungen bei den Kosten des Zahlungsverkehrs ermöglicht)
- Besprechung konkreter Umsetzungs-Use Cases mit Interessierten

#### BETEILIGTE

- Chain4Travel, VIR, Camino Network Foundation

---

## Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus

---

### ZIEL

- Verbreitung und Multiplikation

### KURZBESCHREIBUNG

- Bundesweite Anlaufstelle für KMU aus der deutschen Tourismusbranche für die digitale Transformation
- Bietet praktische Zugänge zu Information, Fachwissen, digitale Technologien, Tools und Mentoring
- Vernetzung von Akteuren
- Maßgeschneiderte Angebote für unterschiedliche Nutzergruppen

### UMSETZUNG

- Den beteiligten Akteuren die Transferangebote über NPZT bekannt machen, sodass diese als Multiplikatoren in Richtung KMU-Zielgruppe wirken können

### BETEILIGTE

- C.I.S.T., TU Berlin, BTW
- Projektpartner: Fraunhofer Gesellschaft, BVMW, RWTH Aachen

## Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus

---

### Praxischeck zum Bürokratieabbau im Gastgewerbe

---

#### ZIEL

- Bürokratieabbau im Gastgewerbe

#### KURZBESCHREIBUNG

- Untersuchung von bürokratischen Hindernissen bei Dokumentations- und Berichtspflichten im Gastgewerbe, insb. aus den Bereichen Lebensmittelhygiene, Allergenkennzeichnung, Arbeits-/Gesundheitsschutz und Brandschutz, gemeinsam mit Unternehmen und (Vollzugs-) Behörden, sowie Erarbeitung geeigneter Lösungsansätze
- Partnerland des Praxischecks im Gastgewerbe ist Bayern. An dem Praxischeck beteiligt sind neben dem Beauftragten für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung: BMEL, das Statistische Bundesamt, die BAY StMin für Umwelt und Verbraucherschutz, Gesundheit, Pflege und Prävention sowie für Familie, Arbeit und Soziales, DEHOGA Bundesverband, DEHOGA BAY, DIHK und IHK München/Oberbayern.

#### UMSETZUNG

Schritt 1: Vorbefragung (online und telefonisch) von Unternehmen durch das Statistische Bundesamt  
Schritt 2: Praxisworkshop u. a. mit Unternehmen und (Vollzugs-) Behörden zu den zehn Bürokratiepflichten mit der größten Belastung am 07.10.2024 in München  
Schritt 3: Realisierung der Handlungsempfehlungen aus dem Praxischeck

#### BETEILIGTE

- BMWK, BTG

---

## Kurort als Nachhaltigkeitslabel

---

### ZIEL

- Ziel der Initiative ist die Erhöhung der Bekanntheit der Kurort-Prädikate als amtliche Qualitätsgarantie sowie Marketingeffekte für die Kurorte und für die touristischen Unternehmen in den Kurorten.

### KURZBESCHREIBUNG

- Kurort-Prädikate sind Alleinstellungsmerkmale der Kurorte – als staatliche Siegel beinhalten sie valide, amtliche und neutrale Qualitätsaussagen.
- Die Prädikate werden von allen Leistungsträgern – vom „Netzwerk Kurort“ – gemeinsam erreicht.
- Nachhaltigkeit entsteht durch gemeinsam abgestimmtes Handeln der Leistungserbringer des Kurortes als Destination. Das nachhaltige Handeln dieser kooperativen Angebotseinheit bringt Win-win-Lösungen in alle Richtungen, für alle Leistungsträger einzeln und als Summe und für den Kurort als Destination.
- Die Wertigkeit eines Labels wird aber auch vom Marketing aller beteiligten Unternehmen geprägt, woraus sich der große Handlungsbedarf für die Initiative ableitet.

### UMSETZUNG

#### Start der Initiative in Sachsen

- Gründung einer landesweiten Arbeitsgruppe (SMWK, SHBV, LTV, TMGS, LFULG, Kurorte, Touristinformationen, Hotels, Kurärzte)
- Fachveranstaltung (TMGS, SMWK, DMO, Kurorte, Erholungsorte)
- PR-Arbeit, Informations- und Erfahrungsaustausch im Rahmen der staatlichen Prädikatisierungsverfahren
- Innenmarketingaktivitäten in Kurorten, insb. Wissens- und Informationsmanagement über Offline- und Online-Kanäle und Veranstaltungen, um bspw. ein einheitliches Begriffsverständnis zu erreichen und Anforderungen, Besonderheiten und Nutzen der Prädikate zu kommunizieren und intern dafür zu begeistern

#### Öffnung der Initiative – Bundeslandübergreifende Kooperation

- Beginn im Rahmen der Kooperationsvereinbarung Tourismus von Sachsen und Mecklenburg-Vorpommern
- Kooperation im Rahmen der Länder-Arbeitsgruppe Prädikatisierung
- Kooperation mit Vertretern der Tourismuswirtschaft der Bundesländer

### BETEILIGTE

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMWK) in Kooperation mit

- Sächsischer Heilbäderverband (SHBV)
- Landestourismusverband (LTV)
- Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS)
- Deutscher Heilbäderverband (DHV)

#### Weitere Bundesländer

- Länder-Arbeitsgruppe Prädikatisierung (Ministerien)
- Bäderverbände, Marketinggesellschaften, Tourismusverbände, Kurorte

---

## Neuausrichtung von „Reisen für Alle“

---

### ZIEL

- Überführung von „Reisen für Alle“ von einem Förderprojekt des BMWK in ein dauerhaft wirtschaftlich tragfähiges System mit stärkerer Verbreitung bei touristischen Anbietern

### KURZBESCHREIBUNG

- „Reisen für Alle“ ist das bundesweit einzige Informations- und Kennzeichnungssystem für barrierefreie touristische Angebote.
- Zum 1. Januar 2024 wurde die Organisations- und Kostenstruktur grundlegend reformiert; kurzfristig sind weitere organisatorische, technische und rechtliche Optimierungen des Systems geplant. Daneben sollen die für den Zertifizierungsprozess maßgeblichen Erhebungskriterien inhaltlich überarbeitet werden.

### UMSETZUNG

- Organisationsuntersuchung
- Übergang des Systems auf neuen Träger/Vergabe einer Dienstleistungskonzession
- Ausspielung der Daten/Betrieb des IT-Systems durch institutionellen Zuwendungsempfänger
- Modernisierung des IT-Systems
- Inhaltliche Überarbeitung des Kriterienkataloges im Rahmen der Bundesinitiative Barrierefreiheit
- Vereinfachung des Lizenzsystems; Neuordnung Stakeholdermanagement

### BETEILIGTE

- BMWK, Bayern Tourismus GmbH

---

## Potenziale des jungen Reisens – erfolgreich mit jungen Zielgruppen

---

### ZIEL

- Steigerung der Attraktivität, Sichtbarkeit und Erkenntnis des Jugendreisens und Verdeutlichung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung
- Schärfung des Bewusstseins der Fachöffentlichkeit und Politik
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades und Verdeutlichung des Potenzials von Kooperationen mit Destinationen

### UMSETZUNG

- Einrichtung einer zentralen Plattform auf [www.jugendreisen.info](http://www.jugendreisen.info) und Entwicklung einer Keynote zur Präsentation auf Fachtagen und Veranstaltungen von Akteuren aus der Tourismuswirtschaft etc.
- Entwicklung von Printmaterialien zu Informationszwecken

### BETEILIGTE

- Reisetz Fachverband für Kinder- und Jugendreisen e.V., Deutsches Jugendherbergswerk e.V., BundesForum Kinder- und Jugendreisen e.V.

---

## Ökonomische Bedeutung des Ferienhausmarkts in Deutschland

---

### ZIEL

- Die Studie soll den touristisch bedeutsamen Ferienhaus-/Ferienwohnungsmarkt transparent machen, indem nicht nur der gewerbliche, sondern auch der private Markt, der nicht in amtlichen Beherbergungsstatistiken erfasst wird, untersucht wird.

### KURZBESCHREIBUNG

- Untersuchung u. a. Anzahl der Betten, (erstmalig) Einheiten, Anzahl der Übernachtungen, Anbieterstruktur und Vertriebswege, ökonomische Auswirkungen in Bund, Ländern und ausgewählten Tourismusgebieten sowie direkte und indirekte Effekte auf den Arbeitsmarkt und die erzielten Steuereinnahmen
- Die Studie (Ergebnisse 2024 am 17.01.2024 veröffentlicht) stellt ein Update zur Studie von DFV und FeWo-direkt aus dem Jahr 2015 dar. Gleichzeitig wurde der Scope erweitert, indem nicht nur die Zahl der Betten/Übernachtungen bundesweit und regional, sondern auch die Anzahl der Objekte betrachtet werden. Darüber hinaus werden Online-Verfügbarkeit, Online-Buchbarkeit und Vermarktungsformen erhoben.

### UMSETZUNG

- Es soll geprüft werden, inwieweit es möglich ist, eine solche Markterhebung in kürzeren Zeiträumen zu verstetigen. Dazu sollen Daten aus dem Plattformtransparenzgesetz (seit 01/23 in Kraft, erster Auswertungszeitraum 2024, hier allerdings Datenschutzhindernisse) und der Short-Term-Rental-Initiative (nationale Umsetzung bis 2026) sowie dem Monitoring durch Eurostat sowie weitere Datenquellen herangezogen werden.
- Ein regelmäßiges Update der Ferienhausmarktstudie in geeigneten Intervallen kann dabei helfen, ergänzend für weitere Transparenz auf dem Markt zu sorgen.

### BETEILIGTE

- Deutscher Ferienhausverband, Deutscher Tourismusverband

---

## Beitrag zur Destinationsentwicklung und Produktverbesserung

---

### ZIEL

- Die Initiative zielt darauf ab, die Unterstützung von Destinationen bei der Zielgebietenentwicklung zu systematisieren und proaktiver zu gestalten. Zudem soll geprüft werden, ob durch Einbeziehung externer Akteure (BMWK, Wissenschaft, Zivilgesellschaft...) das Angebot für das Zielgebiet effektiver gestaltet werden kann.

### KURZBESCHREIBUNG

- Es gibt Informationsdefizite hinsichtlich der touristischen Bedarfe des deutschen Quellmarktes. Ein Schulterschluss mit ausgewählten Destinationen soll gesucht werden, um innovative und nachhaltige Produkte zu pushen, die sich auf dem deutschen Quellmarkt gut verkaufen lassen. Der DRV organisiert mehrfach im Jahr Delegationsreisen in Zielgebiete, um Assessments durchzuführen. Hier gibt es aus Kapazitätsgründen jedoch lange Wartezeiten und es wird daher Unterstützung beispielsweise vom BMWK gesucht.

### UMSETZUNG

1. **Potenzialanalyse:** Analyse der Zielgebiete basierend auf vorhandenem Erfahrungswissen
2. **Kontaktanbahnung:** Initiierung von Kontakten

3. **Bildung von Delegation:** Zusammenstellung einer Delegation mit externen Expertinnen und Experten aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft
4. **Assessment und Rückkopplung:** Durchführung einer Bewertung mit Rückmeldung von lokalen Interessengruppen
5. **Zielsetzung:** Vereinbarung von Zielen für das Vorhaben

#### BETEILIGTE

- DRV

---

### Tourismusforschung und Tourismuslehre

---

#### ZIEL

- Erstellung eines Konzeptansatzes für die Sicherung und Weiterentwicklung der Tourismusforschung und Tourismuslehre an den Universitäten/Hochschulen

#### KURZBESCHREIBUNG

Bei der Expertenanhörung des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages (11.10.23) zum Thema „Tourismusforschung als Grundlage für eine zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus“ wurde deutlich, dass:

- Deutschland bei der universitären Forschung und Lehre an den öffentlichen Hochschulen im europäischen Vergleich deutlich zurückfällt,
- Tourismuslehrstühle an den Universitäten vielfach abgebaut und Tourismusprofessuren kaum noch vorhanden sind und die Studierendenzahlen sinken,
- Tourismus-Promotionen in Deutschland kaum noch möglich sind und der wissenschaftliche Nachwuchs ins Ausland abwandert,
- Grundlagenforschung im Tourismus eine längerfristige finanzielle Ausstattung erfordert,
- Interdisziplinäre Ansätze an den Universitäten erforderlich sind.

#### UMSETZUNG

Bei der Umsetzung sollen folgende Aspekte berücksichtigt werden: Bestandsaufnahme, europäischer Vergleich, Bedarfsanalyse, Identifikation von Barrieren und Hindernissen sowie Anreizsystemen

#### BETEILIGTE

- DTV

---

### Stabilisierung der Tourismusfinanzierung und Tourismusförderung

---

#### ZIEL

- Erarbeitung von Vorschlägen zur Stabilisierung der Tourismusförderung und Tourismusfinanzierung

#### KURZBESCHREIBUNG

- Der Deutschlandtourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.
- Für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit benötigt der Tourismus passende Rahmenbedingungen bei Finanzierung und Förderung.

- Für die anstehenden Herausforderungen des Tourismus im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung ist es wichtig, Finanzierung und Förderung passgenau zu gestalten und den Finanzierungs- und Förderrahmen zielgenau zu gestalten. Mögliche Hindernisse und Barrieren sind zu identifizieren.

#### UMSETZUNG

Bei der Umsetzung sollen folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- Möglichkeiten der Förderkulisse von EU, Bund und Ländern passgenau gestalten und nutzen
- Bürokratische Hürden erkennen und abbauen, um dadurch den Zugang zu erleichtern
- Zweckgebundene Einnahmequellen zur Tourismusfinanzierung stärken (z. B. Kurtaxe, Tourismusabgabe, Gästekarten) und Anreize zu Finanzierungsbeiträgen für Anbieter und Konsumierende verbessern
- „Kirchturmdenken“ überwinden und Modelle zu einer potenzialsteigernden regionalen Verteilung dieses Aufkommens identifizieren
- Best-Practice-Beispiele für zielgerichtete Mittelverwendung bekannt machen und zur Nachnutzung aufbereiten

#### BETEILIGTE

- DTV

---

### Jüdisches Rothenburg

---

#### ZIEL

- „Jüdisches Rothenburg“ will Intoleranz, Vorurteilen und Antisemitismus durch kulturelle Angebote und durch neue Wege der Gäste- bzw. Museumsführung aktiv entgegenarbeiten.

#### KURZBESCHREIBUNG

- Zentrale Orte für dieses Programm werden das RothenburgMuseum und die Judengasse 10 sein.
- Partizipative Ausstellungsformate und vielfältige Kulturveranstaltungen (Theater, Lesungen, Konzerte, dialogische Führungen) im RothenburgMuseum
- Ab November 2024 buchbare Führung „Jüdisches Rothenburg“ erschließt die Mikwe der Judengasse 10 von der Judaika-Ausstellung im Museum her. Die Judaika-Ausstellung ist komplett auf die Vorbereitung des Verständnisses jüdischer Bräuche, Feste und Rituale abgestellt. Die hier eingesetzten Museumsführer werden derzeit speziell geschult und geprüft.

#### UMSETZUNG

- Gemeinsam mit Initiativen wie Kulturerbe Bayern e.V., „Begegnung Christen und Juden. Bayern e.V.“, Freundeskreis RothenburgMuseum e.V., aber auch mit Partnern in Erfurt, Köln, Speyer und Amsterdam, soll ein Netzwerk geknüpft werden.
- Gästeführung, kulturelle Veranstaltungen, vertiefende Führungsinhalte auch in digitaler Form abrufbar machen (Rothenburg App), wissenschaftliche Tagung 2026

#### BETEILIGTE

- Große Kreisstadt Rothenburg ob der Tauber



## Mitglieder der Gremien

Name	Institution/Unternehmen	Position
<b>Lenkungskreis</b>		
<b>Stefanie Berk</b>	Deutsche Bahn Fernverkehr AG	Vorständin Marketing und Vertrieb
<b>N.N.</b>	Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)	
<b>Michael Buller</b>	Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)	Vorstand
<b>Georg Ehrmann</b>	Cruise Lines International Association (CLIA)	National Director Deutschland
<b>Benedikt Esser</b>	Internationaler Bustouristik Verband e.V. (RDA)	Präsident und Geschäftsführer
<b>Nermin Fazlic</b>	Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	Abteilungsleiter Grundsatzfragen
<b>Norbert Fiebig</b>	Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	Präsident
<b>Thomas Gemke</b>	Deutscher Wanderverband	Vizepräsident
<b>Dr. Sven Halldorn</b>	Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)	Abteilungsleiter Grundsatzangelegenheiten
<b>Sören Hartmann</b>	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)	Präsident
<b>Helge Hassold</b>	Bundeskanzleramt (BKAmT)	Referatsleiter 412
<b>Petra Hedorfer</b>	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)	Vorstandsvorsitzende
<b>Dr. Klaus Heider</b>	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)	Abteilungsleiter für Ländliche Entwicklung, Digitalpolitik, Innovation
<b>Karlheinz Jungbeck</b>	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC)	Tourismuspräsident
<b>Prof. Dr. Anna Klein</b>	Internationale Hochschule (IU), Standort München	Professorin für Tourismuswirtschaft
<b>Dr. Joachim Lang</b>	Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e.V. (BDL)	Hauptgeschäftsführer
<b>Otto Lindner</b>	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	Vorstandsvorsitzender
<b>Frithjof Maennel</b>	Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)	Unterabteilungsleiter Internationale Zusammenarbeit in Bildung und Forschung
<b>Ronny Meyer</b>	Bundesministerium für Umwelt und Verbraucherschutz (BMUV)	Abteilungsleiter Grundsatz und Dialog
<b>Reinhard Meyer</b>	Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)	Präsident
<b>N.N.</b>	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)	
<b>Dr. Johann Niggel</b>	Wirtschaftsministerkonferenz (WMK)/ Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus	Abteilungsleiter Tourismus
<b>Dr. Ilja Nothnagel</b>	Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK)	Mitglied der Hauptgeschäftsführung
<b>Prof. Dr. Harald Pechlaner</b>	Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	
<b>Dr. Jan Ole Püschel</b>	Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)	Abteilungsleiter K3 Medien und Film, Internationales
<b>Stefan Schmidt</b>	Bündnis 90/Die Grünen	MdB; Bundestagsausschuss Tourismus
<b>Holger Seidel</b>	Reisenetz - Deutscher Fachverband für Jugendreisen e.V.	Vorstandsvorsitzender
<b>Prof. Dr. Wolfgang Strasdas</b>	Zentrum für Nachhaltigen Tourismus (ZENAT)	Professor für das Fachgebiet Nachhaltiger Tourismus
<b>Jan Strehmann</b>	Bundesvereinigung der Kommunalen Spitzenverbände	Referatsleiter Wirtschaft und Verkehr, Deutscher Städte- und Gemeindebund
<b>Peter Südbeck</b>	Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer	Leitung
<b>Christian Tänzler</b>	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club e.V. (ADFC)	Stellvertretender Bundesvorsitzender
<b>Petra Thomas</b>	forum anders reisen e.V.	Geschäftsführerin
<b>Nico Tippelt</b>	FDP-Fraktion	MdB; Bundestagsausschuss Tourismus

Name	Institution/Unternehmen	Position
<b>Prof. Dr. Harald Zeiss</b>	Institut für Tourismusforschung an der Hochschule Harz (ITF)	Institutsdirektor, Professor für Tourismusmanagement und Betriebswirtschaft
<b>Stefan Zierke</b>	SPD-Fraktion	MdB; Bundestagsausschuss Tourismus
<b>Guido Zöllick</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA)	Präsident

### Klimaneutralität/Umwelt- und Naturschutz

<b>Martin Balas</b>	reCET create.empower.transform	Geschäftsführender Gesellschafter
<b>Julia Bismark</b>	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	Referentin Nachhaltigkeit
<b>Dr. Kathrin Bürglen</b>	DB Fernverkehr AG	Projektleitung Fahrtziel Natur
<b>Heike Dickhut</b>	Zentrum für Nachhaltigen Tourismus (ZENAT)	Koordinatorin und Projektbearbeitung
<b>Ute Dicks</b>	Deutscher Wanderverband	Geschäftsführerin
<b>Dirk Dunkelberg</b>	Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)	Stellvertretender Geschäftsführer
<b>Kristina Egge</b>	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)	Referentin, Referat 813
<b>Kerstin Emonds</b>	Nationale Naturlandschaften e.V.	Bereichsleiterin Tourismus, Regionalentwicklung, Inklusion
<b>Tobias Engelmann</b>	Institut für Nachhaltige Ernährung (iSuN)	Wissenschaftlicher Mitarbeiter
<b>Dirk Helf</b>	Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e.V. (BDL)	Leiter Wirtschaft und Infrastruktur
<b>Matthias Hickl</b>	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)	Bereichsleiter Business Intelligence
<b>Bernd Hoffmann</b>	TUI Group	Head of Public Policy
<b>Markus Karassek</b>	Deutsche Lufthansa AG	Manager Political Relations & Negotiations
<b>Michael Kracht</b>	Bundesministerium für Umwelt und Verbraucherschutz (BMUV)	Referatsleiter G III 3
<b>Swantje Lehnert</b>	Futouris e.V.	Geschäftsführerin
<b>Christiane Leonard</b>	Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmen e.V. (bdo)	Hauptgeschäftsführerin
<b>Sven Liebert</b>	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)	Generalsekretär
<b>Cilia Mayer</b>	TourCert gGmbH	Head of Project Management/ Koordinatorin der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
<b>Alexander Möller</b>	Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e.V. (VDV)	Geschäftsführer ÖPNV
<b>Dr. Martin Post</b>	Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	Referent Bundes- und Europapolitik, Kreuzfahrt
<b>May-Britt Pürschel</b>	Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Bauen und Digitalisierung Niedersachsen	Referatsleiterin
<b>Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack</b>	Kompetenzzentrum Grüne Transformation des Tourismus	Leitung
<b>Patrick Rothkopf</b>	DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.	Präsidium und Vorsitzender Ausschuss Umwelt, Energie, Nachhaltigkeit
<b>Saskia Sánchez Buitrago</b>	KlimaLink e.V.	Geschäftsführerin
<b>Hans-Gerd Speck</b>	Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)	Mitarbeiter im Referat G 10 – Grundsatzangelegenheiten, Wettbewerbs- und Finanzpolitik
<b>Laura Steden</b>	DER Touristik Central Europe GmbH	Director Corporate Responsibility
<b>Anne Steinbrück</b>	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC)	Leitung ADAC Büro Berlin
<b>Annette Voigt</b>	Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen	Stellvertretende Referatsleitung

Name	Institution/Unternehmen	Position
<b>Ulrike Wachotsch</b>	Umweltbundesamt	Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Umweltbundesamt
<b>Wolfgang Wagner</b>	Bayern Tourismus Marketing GmbH	Bereichsleitung strategische Entwicklung
<b>Karen Wittel</b>	forum anders reisen e.V.	Geschäftsführerin
<b>Annegret Zimmermann</b>	Deutscher Klimafonds Tourismus	Projektleitung

### Arbeitskräftesicherung und -gewinnung

<b>Volker Adams</b>	Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	Leiter Politik & Auslandstourismus
<b>Gunnar Bauer</b>	Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern	Leiter Stab Tourismus
<b>Mark Baumeister</b>	Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)	Referatsleiter Gastgewerbe
<b>Dirk Buchwald</b>	Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	Referent
<b>Anke Budde</b>	Allianz selbständiger Reiseunternehmen - Bundesverband e.V. (asr)	Präsidentin
<b>Nadja Hettich</b>	Hotelverband Deutschland (IHA)	Justitiarin
<b>Carina Jahnke</b>	Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH (HLMS)	Leiterin Kommunikation und Fachkräfte
<b>Ulrike Katz</b>	Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	Vizepräsidentin
<b>Marlén Mahnkopf</b>	INQA-Netzwerkbüro	Wissenschaftliche Mitarbeiterin
<b>Christin Riethmüller</b>	DEHOGA Thüringen	Leiterin Ausbildungscoordination
<b>Carolin Ruppert</b>	Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK)	Projektleitung Hand in Hand for International Talents
<b>Roswitha Schlesinger</b>	bbw Hochschule/BTSK Bildung & Touristik	Dozentin, freie Studienreiseleiterin
<b>Dr. Rainer Schryen</b>	Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie Saarland	Referatsleiter Tourismuspolitik, Tourismusförderung
<b>Julia Seibert</b>	Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK)	Referatsleiterin Tourismuswirtschaft und Tourismuspolitik
<b>Margaux Paulin Steiger</b>	Steiger Hotels	Inhaberin
<b>Sandra Warden</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA)	Geschäftsführerin
<b>Chiara Weinforth</b>	Deutscher Tourismusverband Service GmbH (DTVS)	Qualität und Veranstaltungsmanagement, Betreuerin DTV Next Generation und Azubi Netzwerk
<b>Prof. Dr. Simon Werther</b>	Hochschule München	Professor für Leadership
<b>Michaela Ziegenbalg</b>	Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus	Referentin

### Digitalisierung

<b>Alexandra Brandau</b>	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)	Bereichsleiterin Medienmanagement
<b>Simon Bull</b>	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)	Referent Public Policy und Politische Kommunikation
<b>Michael Buller</b>	Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)	Vorstand
<b>Marc Diensberg</b>	Amadeus Data Processing GmbH	GTC Platform Solution Management
<b>Christoph Henseler</b>	Center for Innovation and Sustainability in Tourism e.V. (C.I.S.T.)	Wissenschaftlicher Geschäftsführer
<b>Prof. Dr. Wolfram Höpken</b>	Hochschule Ravensburg-Weingarten (RWU)	Professor für Wirtschaftsinformatik
<b>Bianka Kokott</b>	Bitkom e.V.	Referentin Digitale Transformation
<b>Norbert Kunz</b>	Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV), Deutscher Tourismusverband Service GmbH (DTVS)	Geschäftsführer
<b>Markus Luthe</b>	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	Hauptgeschäftsführer
<b>Solveig Mayer</b>	Deutscher Ferienhausverband e.V.	Vorstand Deutscher Ferienhausverband

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

Name	Institution/Unternehmen	Position
<b>Astrid Mitschke</b>	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC)	Bereichsleiterin digitale touristische Leistung
<b>N.N.</b>	Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV)	Referat DP 10 – Grundsätze der Nationalen Digitalpolitik, Digitalstrategie, Digital-Gipfel, Digitalbudget
<b>Michael Otremba</b>	Hamburg Tourismus GmbH	CEO
<b>Dirk Rogl</b>	Travel Commerce UG	Stellvertretender Leiter Kompetenzzentrum Grüne Transformation des Tourismus, Geschäftsführer Travel Commerce
<b>Katharina Satzger</b>	Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus	Regierungsdirektorin
<b>Hagen-Joachim Saxowski</b>	Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI)	Referatsleiter DVI 5
<b>Jens Schließmann</b>	Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)	Hauptgeschäftsführer
<b>Matthias Schultze</b>	German Convention Bureau e.V.	Managing Director
<b>Kristin Steinbach</b>	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)	BMWK, Referat VIA4 - Mittelstand-Digital
<b>André Störr</b>	Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft Thüringen	Referatsleiter Tourismus und Gastgewerbe
<b>Marcel Tischer</b>	Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB)	Teamleiter Digitales Management
<b>Tobias Warnecke</b>	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	Geschäftsführer
<b>Jan Wildefeld</b>	Nationale Naturlandschaften e.V.	Geschäftsführer

### Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus

<b>Volker Adams</b>	Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	Leiter Politik und Auslandstourismus
<b>Gunnar Borg</b>	Hauptverband für Jugendwandern und Jugendherbergen e.V.	Hauptstadtreferent und Leiter des Fachbereiches „Verbandspolitik & Wissen und Werte“
<b>Dr. Jörg Christöphler</b>	Große Kreisstadt Rothenburg ob der Tauber Rothenburg Tourismus Service	Dienststelle V: Tourismus, Kunst und Kultur
<b>N.N.</b>	Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus	
<b>Jürgen Gevers</b>	Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V. (VDFU)	Geschäftsführer
<b>Ingrid Hartges</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA)	Hauptgeschäftsführerin
<b>Dr. Catrin Homp</b>	Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V. (TVSH)	Geschäftsführerin
<b>Norbert Kunz</b>	Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV), Deutscher Tourismusverband Service GmbH (DTVS)	Geschäftsführer
<b>Regine Laroche</b>	Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	Referatsleiterin (Bundesinitiative Barrierefreiheit)
<b>Marija Linnhoff</b>	Verband unabhängiger selbstständiger Reisebüros – Bundesverband e.V. (VUSR)	1. Vorsitzende
<b>Martin Linsen</b>	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg	Leiter Referat Tourismus
<b>Markus Luthé</b>	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	Hauptgeschäftsführer
<b>N.N.</b>	Brot für die Welt	Leitung Tourism Watch
<b>André Nowak</b>	Deutscher Behindertenrat-AG Tourismus, ABID-Institut Behinderung & Partizipation (IB&P)	Stellvertretender Vorsitzender IB&P, Sprecher DBR-AG Tourismus
<b>Antje Rennack</b>	Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)	Produktmanagerin Sachsen Barrierefrei und Nachhaltigkeit
<b>Anne Riediger</b>	Reisenetz e.V.	Geschäftsführerin
<b>Frank Schaal</b>	Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD)	Geschäftsführer

Name	Institution/Unternehmen	Position
<b>Franziska Schmieg</b>	Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. (BAG)	Geschäftsführerin
<b>Michelle Schwefel</b>	Deutscher Ferienhausverband e. V. (DFV)	Leiterin der Geschäftsstelle/Politische Kommunikation
<b>Dr. Christine Wilcken</b>	Deutscher Städtetag	Beigeordnete für Klima, Umwelt, Wirtschaft, Brand- und Katastrophenschutz
<b>Michaela Ziegenbalg</b>	Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus	Referentin

Vorabfassung - wird durch eine lektorierte Version ersetzt.

## Abkürzungsverzeichnis

<b>ADAC</b>	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club	<b>GIZ</b>	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
<b>AG</b>	Arbeitsgruppe	<b>GRW</b>	Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur
<b>API</b>	Application Programming Interface	<b>IHA</b>	Hotelverband Deutschland e.V.
<b>asr</b>	Allianz selbständiger Reiseunternehmen	<b>INQA</b>	Initiative Neue Qualität der Arbeit
<b>AVS</b>	Allgemeine Verwaltungs- und Service GmbH	<b>iSuN</b>	Institut für Nachhaltige Ernährung
<b>BDL</b>	Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft	<b>KMU</b>	Kleine und mittelständische Unternehmen
<b>BEG IV</b>	Viertes Bürokratieentlastungsgesetz	<b>LP</b>	Legislaturperiode
<b>BMAS</b>	Bundesministerium für Arbeit und Soziales	<b>MDZT</b>	Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus
<b>BMWK</b>	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz	<b>MiQua</b>	Museum im Quartier
<b>BMI</b>	Bundesministerium des Innern und für Heimat	<b>NGG</b>	Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten
<b>BMZ</b>	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	<b>NGO</b>	non-governmental organization (deutsch: Nichtregierungsorganisation)
<b>BTW</b>	Bundesverband der Tourismuswirtschaft	<b>NNL</b>	Nationale Naturlandschaften
<b>BVMW</b>	Bundesverband für den Mittelstand	<b>NPZT</b>	Nationale Plattform Zukunft des Tourismus
<b>C.I.S.T.</b>	Center for Innovation and Sustainability in Tourism	<b>NTS</b>	Nationale Tourismusstrategie
<b>DEHOGA</b>	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband	<b>ÖPNV</b>	Öffentlicher Personennahverkehr
<b>DFV</b>	Deutscher Ferienhausverband	<b>OTA</b>	Online Travel Agency
<b>DIANA-T</b>	Digitale Leistungen, Datenintegration und Datenautonomie für eine nachhaltigere Tourismusbranche	<b>PIK</b>	Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung
<b>DIHK</b>	Deutsche Industrie- und Handelskammer	<b>POI</b>	Point of interest
<b>DJH</b>	Deutsches Jugendherbergswerk	<b>Reisenetz e.V.</b>	Deutscher Fachverband für Jugendreisen
<b>DKT</b>	Deutscher Klimafonds Tourismus	<b>SDGs</b>	Sustainable Development Goals
<b>DMO</b>	Destinationsmarketingorganisation	<b>TMGS</b>	Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen
<b>DRV</b>	Deutscher Reiseverband	<b>TQ</b>	Teilqualifikationen
<b>DTV</b>	Deutscher Tourismusverband	<b>UBA</b>	Umweltbundesamt
<b>DZT</b>	Deutsche Zentrale für Tourismus	<b>VIR</b>	Verband Internet Reisevertrieb
<b>EUDI-Wallet</b>	European Digital Identity Wallet		
<b>FreiGast</b>	Projekt klimaschonende Freizeitgastronomie		
<b>GAK</b>	Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“		

## Quellenverzeichnis

**Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022a):** Eckpunkte der Bundesregierung zur „Nationalen Plattform Zukunft des Tourismus“. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/S-T/zukunft-tourismus.html>

**Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022b):** Eckpunkte der Bundesregierung zur Weiterentwicklung der Nationalen Tourismusstrategie – Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten.

<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-zur-weiterentwicklung-der-nationalen-tourismusstrategie.html>

**Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2024):** Nachhaltigen Tourismus wettbewerbsfähig gestalten.

<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/nationale-tourismusstrategie-arbeitsprogramm.html> (Arbeitsprogramm)