



Tourismus stärken und Chancen nutzen

Positionspapier der
CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag

Beschluss vom 20. Juni 2023

Im Tourismusbereich arbeiten in Deutschland 3,2 Millionen Menschen direkt, mittelbar sogar fast sechs Millionen. Der Bereich Tourismus erwirtschaftet eine direkte Bruttowertschöpfung von über 105 Milliarden Euro (3,9 Prozent der gesamten Volkswirtschaft). Das für den Tourismus zuständige Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz richtet seine Tourismuspolitik fast ausschließlich auf die Aspekte Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Dies gilt besonders für die Weiterentwicklung und Neuausrichtung der nationalen Tourismusstrategie.

Vor allem für ländliche Räume ist Tourismus oft ein Motor der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, der erhebliche zusätzliche Kaufkraft in Dörfer und Städte bringt. Tourismus leistet einen wichtigen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung, zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Lebensqualität, zur Attraktivität als Wohnort und Arbeitsplatz, zur Pflege von Brauchtum und Traditionen sowie zur Sicherung der kommunalen und regionalen Infrastruktur.

Tourismus hat auch eine große gesellschaftliche Bedeutung. Reisen schafft Kontakte, verbindet Menschen und fördert das Zusammenwachsen Europas. Der Tourismus leistet einen wichtigen Beitrag zum Aufbau und Ausbau grenzüberschreitender Wirtschaftsbeziehungen, zum kulturellen Austausch, zur internationalen Völkerverständigung und dem Abbau von Vorurteilen. Für die Entwicklungszusammenarbeit bietet die Tourismusedwicklung Chancen gerade im globalen Süden im Bereich des Wirtschaftswachstums und dem Ausbau der lokalen Infrastruktur.

Die Wettbewerbsfähigkeit der Branche spielt bei der nationalen Tourismusstrategie trotz eines intensiven und sich weiter verschärfenden Wettbewerbs sowie steigende Kosten kaum eine Rolle. Auch wir betonen die Wichtigkeit des Klimaschutzes im Bereich Tourismus. Aber ohne konkurrenz- und zukunftsfähige heimische Anbieter und Betriebe wird es schwierig, hier Fortschritte und Verbesserungen zu erreichen bzw. zu finanzieren.

Das Gaststättensterben nimmt immer bedrohlichere Ausmaße an und sorgt dafür, dass auch in der eigenen Stadt, im eigenen Dorf das Angebot an Cafés, Restaurants, Gasthöfen und Biergärten immer knapper wird. Es steht viel auf dem Spiel. Allein 2020 und 2021 haben bundesweit 36.000 Betriebe ihre Türen vor immer geschlossen. Wir wollen aber auch in Zukunft facettenreiche, kulinarisch vielfältige und überlebensfähige Gastronomie überall in unserem Land.

Unsere Kernforderungen sind:

1. Entfristung der ermäßigten Mehrwertsteuer für die Gastronomie

Der gegenwärtig bis Ende 2023 bestehende ermäßigte Mehrwertsteuersatz für Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen muss entfristet werden. Gerade nach der schweren Corona-Zeit verfügen kleinere und mittlere Gastronomiebetriebe über wenig bis gar keinen finanziellen Spielraum. Das Restaurantsterben spüren auch die Menschen vor Ort. Es wird still im Dorf, wenn die letzte Kneipe stirbt.

Umso wichtiger ist es, in Zeiten steigender Preise für Lebensmittel, Energie und Personal den Betrieben finanzielle Planungssicherheit zu geben. Ein Auslaufen des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes bedeutet zudem auch eine grundsätzliche Wettbewerbsbenachteiligung innerhalb Europas, da 23 der 27 EU-Mitgliedstaaten ihrer Gastronomie einen ermäßigten Steuersatz gewähren.

2. Entlastung der Hotelbranche durch Digitalisierung des Hotelmeldescheins

Wir brauchen einen wirklichen Abbau der Bürokratie für unsere Wirtschaft. Die überfällige Einführung des digitalen Meldescheins ist ein wichtiger Beitrag für die Hotelbranche. Millionen Papier-Meldescheine müssen jährlich ausgedruckt, handschriftlich unterschrieben, bearbeitet und später entsorgt werden.

Hotels- und Pensionsbetriebe würden sowohl finanziell als auch arbeitstechnisch spürbar entlastet, wenn sie eine technisch einfach handhabbare Möglichkeit für einen digitalen Meldeschein als Option erhielten.

3. Stärkung der Auslandsvermarktung des Tourismusstandortes Deutschland

Wir wollen die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) stärken durch eine Stabilisierung und Anpassung der Bundeszuwendung. Gerade jetzt gilt: In der Krise werden Marktanteile neu verteilt.

Deutschland hat als Tourismusland unendlich viel zu bieten. Doch aktuell ist eine deutliche Zurückhaltung vor allem der Gäste aus Asien und Amerika zu verzeichnen. Das liegt auch am Krieg in der Ukraine. Zudem verschärft die europäische Konkurrenz – oft gefördert durch ihre Regierungen – den preislichen Wettbewerb und die Auslandsvermarktung. Eine Woche Türkei- oder Spanienurlaub ist oft preiswerter als eine Woche Bayern oder Sauerland. Im Kampf um zahlungskräftige Touristen aus aller Welt brauchen wir eine effektive, moderne und schlagkräftige Auslandsvermarktung. Wir dürfen keine lukrativen Marktanteile für den Tourismusstandort Deutschland verspielen, sondern müssen die Chancen neuer Quellmärkte nutzen.

4. Erleichterte und beschleunigte Visa-Vergabe für Reisende

Die Erholung des Incoming-Tourismus nach Deutschland wird gegenwärtig durch die vielerorts schleppende Visa-Vergabe von deutschen Auslandsvertretungen geschwächt.

Enorme Probleme bestehen insbesondere in wichtigen asiatischen Quellmärkten wie Indien und China. In diesen Ländern gibt es ein großes Potenzial zahlungskräftiger Kunden, die gern nach Deutschland reisen möchten. Wenn jedoch allein die Terminvergabe für die Antragstellung teilweise mehrere Monate dauert, suchen Touristen sich andere Ziele in Europa, vor allem Frankreich, Österreich,

Niederlande und die Schweiz, die Schengen-Visa für Touristen und Geschäftsreisende rasch und vergleichsweise unkompliziert erteilen.

5. Tatsächliche Branchenförderung durch die nationale Tourismusstrategie

Bei der nationalen Tourismusstrategie muss eine Unterstützung der tatsächlichen Belange der Tourismusbranche mit konkreten Maßnahmen der Bundesregierung im Vordergrund stehen. Gegenwärtig erfolgt aber mit einer Neuausrichtung und nahezu ausschließlichen Priorisierung von Nachhaltigkeit und Klimaschutz genau das Gegenteil. Außerdem darf die nationale Tourismusstrategie sich nicht wie jetzt geplant auf den Binnentourismus beschränken, sondern muss sich auch mit dem Incoming- und Outgoing-Tourismus beschäftigen – beides sind bedeutende Bereiche der Tourismusstandortes Deutschland mit erheblichen wirtschaftlichen Auswirkungen.

Außerdem darf die im Rahmen der nationalen Tourismusstrategie eingerichtete „Nationale Plattform Zukunft des Tourismus“ kein intransparentes Diskussionsforum für Teile der Branche sein, sondern muss mit einer klaren Struktur, Zeitplanung und Zielsetzung zügig klare Handlungsempfehlungen für die Bundesregierung erarbeiten. Auch dabei muss die gesamte deutsche Tourismusbranche mit ihrer breiten Vielfalt berücksichtigt werden.

6. Bekämpfung des Fachkräfte- und Arbeitskräftemangels

Die Tourismuswirtschaft ist besonders vom Fachkräfte- und Arbeitskräftemangel betroffen, auch weil sie zu den Branchen gehört, die am stärksten und längsten von der Corona-Pandemie betroffen waren. Dies zeigt sich vor allem im sehr arbeitsplatzintensiven Gastgewerbe.

Dabei erfüllt die Branche eine wichtige gesamtgesellschaftliche Aufgabe und hilft uns, Kraft zu tanken für die zunehmenden Herausforderungen unserer immer intensiveren Arbeitswelt.

Wir brauchen mehr gesellschaftliche Wertschätzung für die touristischen Berufe. Die Tourismusbranche ist ein vielfältiges, abwechslungsreiches Arbeitsfeld. Sie bietet gute Einstiegs- und Aufstiegschancen, auch für gering qualifizierte Arbeitskräfte. Dabei ist es in touristischen Berufen aufgrund der täglichen, wöchentlichen und jährlichen Öffnungszeiten häufig gut möglich, auf flexible Arbeitsbedürfnisse der Mitarbeiter einzugehen. Das geht allerdings nur mit größerer Flexibilität des Arbeitszeitgesetzes. Mit wöchentlichen statt täglichen Höchstarbeitszeiten sollten Veränderungen einer modernen Arbeitswelt berücksichtigt werden.

7. Nutzung der Chancen des Auslandstourismus für den Umweltschutz und die soziale Entwicklung in den Zielgebieten

Der deutsche Auslandstourismus schafft in den Zielgebieten nicht nur Arbeitsplätze und fördert lokale Wirtschaftskreisläufe. Er kann auch traditionelle,

naturverträgliche und nachhaltige Wirtschaftsformen unterstützen sowie Bildung und Ausbildung ermöglichen und unterstützen. In vielen Destinationen ist der Tourismus Haupttreiber für Entwicklung und Wohlstand, lindert Armut und reduziert Ungleichheiten.

Vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern trägt der Tourismus auch zur Erhöhung sozialer und Umweltstandards bei. Er leistet in vielen Ländern einen wichtigen Beitrag zur Bewahrung der lokalen Kultur und zum Schutz der Natur, vor allem für den Erhalt von Naturschutzgebieten. Durch von deutschen Reiseveranstaltern eingeforderte und vorgelebte Umweltstandards kann das Umweltbewusstsein in Schwellen- und Entwicklungsländern erhebliche positive Impulse erhalten.

Außerdem können deutsche Reiseveranstalter und Reisebüros mit ihren Nachfrage- und Beratungsmöglichkeiten besonders nachhaltige Reiseangebote schaffen bzw. darauf hinweisen und unterstützen.

8. Förderung des Caravaning-Tourismus

Reisen mit Wohnmobilen oder Wohnwagen, der sogenannte Caravaning-Tourismus, sind seit Jahren ein beständiger Wachstumsmarkt. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend verstärkt. Wir brauchen eine gemeinsam mit den Ländern und Kommunen entwickelte Strategie der Bundesregierung zum nachhaltigen Ausbau der Stellplatzinfrastruktur in Deutschland, um die regionalwirtschaftlichen Effekte der Caravaning- und Campingwirtschaft in Deutschland zu heben. Dabei sollten auch bürokratische Hürden bei der Genehmigung von Reisemobil-Stellplätzen abgebaut werden.

Deutsche Tourismusregionen können durch Caravaning Tourismus ihre bestehenden Übernachtungskapazitäten erweitern, was auch für weniger stark nachgefragte Ziele abseits von Küsten und Bergen Entwicklungschancen vor allem in ländlichen Räumen bietet. Diese Regionen profitieren so von zusätzlicher Kaufkraft durch entsprechende Ausgaben im lokalen Einzelhandel, in der Gastronomie und für Freizeitangebote wie Festivals, Freizeitparks, Sportveranstaltungen und Museen.

9. Barrierefreiheit zu einem Qualitätsmerkmal des Deutschlandtourismus machen

Barrierefreiheit ist eine Grundvoraussetzung für die selbstbestimmte und gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am gesellschaftlichen Leben. Reisen und Urlaub sowie damit einhergehende Kulturangebote sind ein wichtiges Element dieser Teilhabe. Wir wollen Barrierefreiheit zu einem Qualitätsmerkmal des Deutschlandtourismus bei Reisezielen und Kulturstätten machen. Barrierefreie Angebote nützen auch Familien mit kleinen Kindern und Kinderwagen, Personen mit vorübergehenden Mobilitätseinschränkungen und älteren Menschen.

Wir brauchen bundesweit einheitliche, für die Tourismuswirtschaft einfach handhabbare Kriterien des Zertifizierungs- und Kennzeichnungssystems „Reisen für alle“, um Gästen verlässliche Informationen über barrierefreie Reiseangebote zur Verfügung zu stellen. Dafür ist eine langfristige Finanzierung von „Reisen für Alle“ nötig. Wir brauchen außerdem eine stärkere Bewerbung von „Reisen für Alle“ durch Öffentlichkeitsarbeit mit dem Ziel, die Zahl der am Kennzeichnungssystem mitwirkenden Anbieter und Betriebe bis Ende 2025 zu verzehnfachen.

10. Berücksichtigung der Belange von Reisebüros und Reiseveranstaltern bei der Überarbeitung der EU-Pauschalreiserichtlinie

Die gegenwärtige Überarbeitung der EU-Pauschalreiserichtlinie muss genutzt werden, um Vorgaben für die Absicherung von Reiseveranstaltern praxisgerecht auszugestalten. Reisebüros und Reiseveranstalter müssen dabei entlastet und bürokratische Regelungen ohne erhöhten Verbraucherschutz reduziert werden.

Diese Veröffentlichung der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag dient ausschließlich der Information. Sie darf während eines Wahlkampfes nicht zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden.

Herausgeber: CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag
Thorsten Frei MdB
Stefan Müller MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin