

Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus und Schlussfolgerungen für die Tourismuspolitik

AP 4: Folgerungen

Mai 2009

Bente Grimm, Martin Lohmann (*N.I.T.*)
Karsten Heinsohn, Claudia Richter (*dwif*)
Daniel Metzler (*TNS Infratest*)

Kurzinformation

Thema Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus und Schlussfolgerungen für die Tourismuspolitik

Inhalt Handlungs- und Konfliktbereiche für die Tourismuspolitik und angrenzende Politikbereiche der Bundesregierung (Ergebnisse des Arbeitspaketes 4)

Basis Gutachterliche Schlussfolgerungen aus tourismusfachlicher Sicht

Erstellt für



Konzept und Erarbeitung



**Institut für Tourismus- und Bäderforschung
in Nordeuropa GmbH (N.I.T.)**

Fleethörn 23, 24103 Kiel
Tel 0431 - 666 567 18, Fax 0431 - 666 567 10
bente.grimm@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de

Bente Grimm
Prof. Dr. Martin Lohmann

unter Mitarbeit von
Sarah Noffz



dwif – Consulting GmbH

Marienstraße 19/20, 10117 Berlin
Tel 030 - 757 94 90, Fax 030 - 751 65 10
k.heinsohn@dwif.de
www.dwif.de

Karsten Heinsohn
Claudia Richter



TNS Infratest GmbH

Landsberger Str. 338, 80687 München
Tel 089 - 5600 1244, Fax 089 - 5600 1227
daniel.metzler@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

Dr. Daniel Metzler

Status

Mai 2009

Inhaltsverzeichnis

	Seite
KURZINFORMATION	1
INHALTSVERZEICHNIS	2
1. EINORDNUNG IN DAS GESAMTPROJEKT	3
2. ZIELE UND INHALTE DES ARBEITSPAKETES	3
3. VORGEHENSWEISE	4
4. HANDLUNGSOPTIONEN	5
4.1. Nachfrage	6
4.1.1. Inländische Nachfrage	6
A. Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen	6
B. Tagesausflüge.....	15
C. Geschäftsreisen	16
4.1.2. Ausländische Nachfrage	17
4.2. Arbeitsmarkt	20
4.3. Angebot	24
5. WEITERER FORSCHUNGSBEDARF	25
6. ZUSAMMENFASSENDE SCHLUSSFOLGERUNGEN	26
7. LITERATUR	27

1. Einordnung in das Gesamtprojekt

Der vorliegende Bericht zeigt Handlungs- und Konfliktbereiche für die Tourismuspolitik und angrenzende Politikbereiche, die sich aus den touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels ergeben. Dabei baut er auf den Ergebnissen der vorangegangenen Arbeitspakete auf. Hierzu gehören neben AP 1 (Analyse der Eckdaten des demographischen Wandels und Schnittstellen zum Tourismus) insbesondere AP 2 (Teil 1: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland und Teil 2: Trend- und Folgenabschätzung für ausgewählte Beispielregionen) und AP 3 (Bewertung aus Expertensicht).

2. Ziele und Inhalte des Arbeitspaketes

Das Ziel dieses Arbeitspaketes besteht darin, die Handlungsbereiche für die Tourismuspolitik aufzulisten und mögliche Konflikte innerhalb der Tourismuspolitik bzw. mit anderen Politikbereichen darzustellen.

Dabei sollen die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Welche tourismuspolitischen Ziele verfolgt die Bundesregierung und welche Handlungsmöglichkeiten stehen der Bundesregierung im Hinblick auf den Umgang mit dem demographischen Wandel überhaupt offen?
- Gibt es bezüglich der touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels überhaupt Steuerungsbedarf?

Falls ja:

- Welche Maßnahmen könnten Bund (und Länder) ergreifen, um den Anforderungen gewachsen zu sein, die der demographische Wandel an den Tourismus stellt?
- Welche Anforderungen ergeben sich durch den demographischen Wandel für die touristische Beschäftigungs- und Arbeitsmarktpolitik? Welche regionsspezifischen Unterschiede müssen dabei berücksichtigt werden?
- Wie könnten die angrenzenden Politikbereiche auf die touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels reagieren?
- Bei welchen Maßnahmen ist mit Wechselwirkungen/Konflikten innerhalb der Tourismuspolitik bzw. mit anderen Politikbereichen zu rechnen?

Nach einer kurzen Erläuterung der gewählten Vorgehensweise (**Kapitel 3**) werden die Folgerungen, die sich aus den Auswirkungen des demographischen Wandels für den Tourismus in Deutschland ergeben, zunächst für die Nachfrage und dann für den Arbeitsmarkt dargestellt (**Kapitel 4**). Aus inhaltlichen Gründen sind die Folgerungen für das Angebot in diesen beiden Unterkapiteln enthalten und werden demnach nicht gesondert aufgeführt. Die tabellarisch dargestellten Handlungsoptionen haben beispielhaften Charakter und beziehen sich grundsätzlich auf die Bundes- bzw. Länderebene. Wo möglich und sinnvoll, werden jedoch Hinweise auf die Relevanz für bestimmte Regionen bzw. Regionstypen gegeben.

Im Anschluss daran wird zunächst der weitere Forschungsbedarf definiert (**Kapitel 5**), bevor in **Kapitel 6** zusammenfassende Schlussfolgerungen gezogen werden. Dazu gehört auch der Hinweis auf potenzielle Konflikte bzw. Wechselwirkungen mit anderen Politikbereichen bzw. sonstigen Akteuren.

3. Vorgehensweise

Um die in Kapitel 2 genannten Fragen beantworten zu können, wurden den wichtigsten touristischen Trends bzw. Folgen, die sich bis zum Jahr 2020 aus dem demographischen Wandel ergeben (1. Tabellenspalte, Basis: Ergebnisse des AP 2), unter Berücksichtigung der tourismuspolitischen Leitlinien (Deutscher Bundestag, 2008) zunächst jeweils ein oder mehrere Ziele zugeordnet (2. Tabellenspalte). In einem zweiten Schritt ging es darum, aus tourismusfachlicher Sicht und unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Experteninterviews (vgl. AP 3: Bewertung) Handlungsoptionen zu beschreiben, welche dazu beitragen könnten, dass die genannten Ziele in angemessener Zeit erreicht werden (3. Tabellenspalte). Anschließend wurde definiert, welche Politikbereiche bzw. welche sonstigen Akteure im jeweiligen Bereich handeln müssen (4. und 5. Tabellenspalte).

Soweit dies möglich und sinnvoll erscheint, wird dabei sowohl auf bundespolitische als auch auf landespolitische Handlungsmöglichkeiten eingegangen. Zusätzlich geben die Ergebnisse der Tourismuswirtschaft eine Orientierung für die weitere Arbeit. Dabei muss beachtet werden, dass es sich nicht um eine vollständige Darstellung aller Handlungsoptionen für alle Akteure handelt, sondern um eine Tabelle, die in erster Linie für die Politik erstellt wurde, an deren Umsetzung aber teilweise auch andere Akteure beteiligt sein werden. Dennoch beinhaltet die Auflistung auch einzelne Hinweise, die sich vorrangig an die weiteren Akteure (z.B. Verbände, Destinationen, Anbieter) richten. Sie wurden mit aufgenommen, um die Bundespolitik darüber zu informieren, welche Aktivitäten anderer Akteure grundsätzlich sinnvoll bzw. Erfolg versprechend erscheinen.

Und noch ein Hinweis vorab: Der Outgoing-Tourismus hat zwar einen großen Stellenwert (so gingen laut Reiseanalyse 2008 im Jahr 2007 knapp 70% der Urlaubsreisen der Deutschen mit mindestens fünf Tagen Dauer in ein ausländisches Ziel, vgl. F.U.R, 2008); die Auswirkungen auf den Tourismus in Deutschland und die Handlungsmöglichkeiten der Bundespolitik sind in diesem Bereich jedoch deutlich begrenzter als bei den Inlandsreisen.¹ Die Handlungsempfehlungen konzentrieren sich deshalb auf den Binnen- und Incoming-Tourismus.

¹ Dies zeigt sich auch daran, dass der Outgoing-Tourismus in den tourismuspolitischen Leitlinien nicht erwähnt wird.

4. Handlungsoptionen

In diesem Kapitel wird dargestellt, welche Handlungsoptionen der Tourismuspolitik und angrenzenden Politikbereichen sowie ggf. auch weiteren Akteuren zur Verfügung stehen, um den touristischen Folgen des demographischen Wandels zu begegnen. Unter Handlungsoptionen verstehen wir dabei verschiedene Möglichkeiten der politischen Einflussnahme, mit dem Ziel der Vermeidung unerwünschter Folgen bzw. der Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen. Die Reihenfolge der aufgelisteten Optionen ist nicht im Sinne einer Wertigkeit zu verstehen.

Der demographische Wandel hat zweifellos Auswirkungen auf den Tourismus in Deutschland. Sie zeigen sich sowohl in der Nachfrage (z.B. Veränderungen von Volumen und Struktur) als auch bei der Rolle des Tourismus' als Arbeitgeber (z.B. Veränderungen des Arbeitskräfteangebotes in Volumen und Struktur mit starken regionalen Unterschieden), die dann auch mittelbar auf das touristische Angebot (z.B. Nutzung von und Anforderungen an Infrastruktur) niederschlagen. Diese Auswirkungen, die wir im AP 2 analysiert haben, sind zunächst einmal politisch zu bewerten. Die Bewertung bezieht sich zunächst auf das Ausmaß (gravierend oder nicht?).

Nachfolgend wäre zu prüfen, ob sich die tourismusbezogenen Auswirkungen des demographischen Wandels tendenziell als Risiko oder als Chance für die weitere touristische Entwicklung bewerten lassen. Im ersten Fall hätten die politischen Anstrengungen das Ziel, die negativen Folgen des demographischen Wandels zu mildern (z.B. Widerspruch zwischen Wachstumsbranche Tourismus und geforderter Qualitätsorientierung einerseits und zunehmendem regionalen Fachkräftemangel andererseits). Im zweiten Fall ginge es darum, die demographische Entwicklung als Gewinn für den Tourismus in Deutschland zu betrachten (Entzerrung der Reisezeiten durch mehr ältere Reisende, Umnutzung frei werdender Flächen als großräumige Naturschutzgebiete und Erholungsflächen als Potenzial für den Deutschland-Tourismus). Anzunehmen ist, dass Politik „gegen“ den demographischen Wandel mehr Kraft und Anstrengung erfordert als Politik „mit“ dem demographischen Wandel.

Hierbei muss auch berücksichtigt werden, dass die Bewertung auf unterschiedlichen politischen Ebenen eine andersgeartete sein kann. So kann der demographische Wandel in einer Region als große Bedrohung gesehen werden, dem man versucht entgegenzuarbeiten, während andere Regionen die gleiche Entwicklung begrüßen und sie zu nutzen versuchen. Damit sich die unterschiedlichen Aktionen nicht gegenseitig aufheben, könnte eine wichtige politische Aufgabe deshalb auch darin bestehen, insgesamt für eine Koordination des Umgangs mit den touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels zu sorgen.

Die regionale Auswertung (vgl. AP 2, Teil 2: Trend- und Folgenabschätzung für ausgewählte Beispielregionen) hat gezeigt, dass die Folgen des demographischen Wandels regional sehr verschiedenartig sind. Für die Bundesregierung bedeutet dies, dass sie dafür sorgen muss, dass die Länder und Regionen die anstehenden Chancen und Risiken erkennen und in die Lage versetzt werden, diesen möglichst effektiv zu begegnen.

4.1. Nachfrage

4.1.1. Inländische Nachfrage

A. Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen

Insgesamt lässt sich sagen, dass die wichtigste Erkenntnis auf Seiten der touristischen Nachfrage darin besteht, dass die Folgen des demographischen Wandels – bedenkt man die Vielzahl der Einflussfaktoren auf den Tourismus – zwar nicht dramatisch, wohl aber eindrucksvoll und wichtig sind.

Die Trend- und Folgenabschätzung (vgl. AP 2) hat gezeigt, dass aufgrund des demographischen Wandels mit einem Anstieg des Urlaubs- und Kurzurlaubsreisevolumens (+0,3 Mio. Urlaubsreisen und +1,6 Mio. Kurzreisen) zu rechnen ist. Dieser Anstieg verteilt sich jedoch weder gleichmäßig auf die Reiseziele noch auf die Altersgruppen. Das Volumen der Inlandsurlaubsreisen wird – vor allem bei den Urlaubsreisen mit fünf und mehr Tagen Dauer – zurückgehen, während das Volumen der Auslandsreisen wachsen wird. Bei den Kurzurlaubsreisen können sowohl inländische als auch ausländische Ziele mit demographisch bedingten Volumensteigerungen rechnen. Eine steigende Bedeutung werden ältere Senioren und Ein-Kind-Familien erlangen. Weiterhin werden eine geringere Saisonalität, mehr Gesundheits-, Natur- und Kulturreisen, mehr Pkw-Reisen und weniger Busreisen erwartet.

Im Folgenden werden zunächst solche Folgerungen dargestellt, die sich auf das Nachfragevolumen beziehen, im Anschluss folgen Folgerungen mit Bezug zur Nachfragestruktur und zu sonstigen Merkmalen der touristischen Nachfrage.

Nachfragevolumen

Die Trend- und Folgenabschätzung hat klargestellt, dass eine steigende Anzahl älterer Reisender nicht automatisch zu mehr Inlandsreisen führt. Hinsichtlich der Folgerungen, die sich durch den demographischen Wandel für das touristische Nachfragevolumen ergeben, muss deshalb zunächst einmal konstatiert werden, dass das Erreichen der bundespolitischen Zielsetzung „Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland“ durch den demographischen Wandel erschwert wird. Um dieses Ziel dennoch zu erreichen, haben die Experten (vgl. AP 3) vor allem allgemeine Strategien zur Stärkung des Tourismusstandortes Deutschland vorgeschlagen.

Die Projektergebnisse (vgl. insbesondere AP 3) liefern zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Steigerung der Attraktivität des Inlandstourismus', die von unterschiedlichen Voraussetzungen ausgehen, z.B. schlechtes Image, fehlende Neugier oder auch eine ineffiziente Vermarktung. Weil unklar ist, welche dieser Voraussetzungen tatsächlich zutreffen bzw. welche Handlungsoptionen am meisten Erfolg versprechen, sollte dies zunächst im Hinblick auf den möglichen Effekt auf das Ziel „mehr Gäste“ überprüft werden.

Nachfragestruktur

Aufgrund der zunehmenden Bedeutung der Senioren erscheint es besonders wichtig, die Attraktivität der inländischen Reiseziele für die immer zahlreicher werdenden und immer häufiger verreisenden (zukünftigen) Senioren deutlich zu erhöhen, ohne andere Zielgruppen – insbesondere Familien mit Kindern – aus den Augen zu verlieren. Da das Reiseverhalten der Senioren insbesondere davon abhängt, welche Erfahrungen die ältere Generation in der Lebensmitte gesammelt hat (vgl. AP 2: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland), erscheint es sinnvoll, bei der Ansprache der Senioren auf eben diesen Erfahrungen aufzubauen.

An dieser Stelle muss deutlich darauf hingewiesen werden, dass sich aus der zunehmenden Anzahl älterer Menschen kein stark steigender Bedarf an barrierefreien Angeboten im Tourismus ableitet.² „Altern ist keine Krankheit“ konstatiert auch die Akademiengruppe „Altern in Deutschland“, die sich in den vergangenen drei Jahren mit den Chancen und Problemen einer alternden Gesellschaft beschäftigt hat. Tatsächlich bleiben wir länger gesund; in den letzten Jahren hat die Dauer der hochaltrigen Krankheits- und Abhängigkeitsphase sogar abgenommen (Akademiengruppe Altern in Deutschland, 2009). Aufgabe der Politik könnte daher darin bestehen, das vorrangig von gesundheitlichen Einschränkungen geprägte Altersbild auf Seiten der touristischen Anbieter zu revidieren.

Auch wenn die Anzahl der gesundheitlich eingeschränkten Personen nicht oder nur wenig wächst, so ist es aus gesellschaftlicher Perspektive auch relevant, diesen Menschen bzw. ihren Angehörigen die Teilhabe am Tourismus zu ermöglichen. Dazu gehört einerseits die Förderung präventiver Reisen, andererseits wäre zu prüfen, in welcher Form die Politik hier weitere Unterstützung ermöglichen könnte. In diesem Bereich spielt auch das Thema Barrierefreiheit eine wichtige Rolle.

Sonstige Merkmale der touristischen Nachfrage (Reiseverhalten)

Weil der demographische Wandel dazu führen könnte, dass die touristische Nachfrage nach Kultur-, Gesundheits- und Naturtourismus steigt, erscheint es sinnvoll, die infrastrukturellen bzw. natürlichen Voraussetzungen für diese Reisearten zu fördern bzw. zu erhalten.

Der demographische Wandel hat zur Folge, dass der Anteil des touristisch motivierten motorisierten Individualverkehrs unter den gegebenen Umständen in Zukunft ansteigen wird und sich die Mobilitätsbedürfnisse (vor allem der älteren Reisenden) verändern. Die Politik sollte klären, ob ersteres politisch erwünscht ist und – falls dies nicht der Fall ist – die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Interessenskonflikte in den touristischen Regionen vermieden bzw. miniert werden.

Die Aufgabe der Politik besteht vornehmlich darin, Voraussetzungen zu schaffen und Rahmenbedingungen zu gestalten, die es den verschiedenen Akteuren ermöglichen, den Auswirkungen des demographischen Wandels vorausschauend zu begegnen. Als verantwortliche Akteure werden neben der Tourismuspolitik die Bildungs-, Medien-, Senioren-, Gesundheits-, Sozial-, Familien-, Wirtschafts-, Kultur-, Umwelt- und Verkehrspolitik genannt. Die Anpassung an die langfristigen Änderungen der Nachfrage ist hingegen vor allem eine Aufgabe der Anbieter.

Die nachstehende Tabelle bietet einen vollständigen Überblick über die im Rahmen dieses Projektes zusammengestellten Handlungsoptionen zum Umgang mit den wichtigsten Trends und Folgen des demographischen Wandels für die touristische Nachfrage nach Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen aus dem Inland.

² Dies bedeutet keinesfalls, dass barrierefreie Angebote nicht grundsätzlich sinnvoll bzw. Erfolg versprechend sein mögen, sondern soll ausschließlich darauf hinweisen, dass die Notwendigkeit der Förderung entsprechender Maßnahmen aufgrund des demographischen Wandels aus touristischer Perspektive nicht größer wird als sie ohnehin schon ist. Auch viele Menschen, die nicht unter gesundheitlichen Beeinträchtigungen leiden, sind dankbar für barrierefreie Angebote (Radfahrer freuen sich über abgesenkte Bordsteinkanten, Eltern von Kleinkindern über kinderwagenfreundliche Rampen usw.). Prinzipiell ist Barrierefreiheit im Tourismus begrüßenswert und weiter anzustreben. Der demographische Wandel alleine ist hierfür jedoch keine hinreichende Begründung, sondern nur ein relevanter Treiber unter vielen.

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
Struktur				
2. Stellenwert der immer heterogener werdenden Zielgruppe der Senioren steigt (Dynamik insbesondere im Bereich 70 Jahre+)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland ➔ Innovative Angebote ➔ Wertschätzung des eigenen Landes ➔ Besondere Ansprache älterer Gäste gewährleisten 	<p>Aktiv auf den Abbau des negativ geprägten Altersbildes hinwirken (Bund und Länder).</p> <p>Förderung von Maßnahmen, welche die Attraktivität der inländischen Ziele für Senioren erhöhen (unter Anwendung der Kohortenregel, also auf den Erfahrungen aus der Lebensmitte aufbauend) (Bund und Länder):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erwachsene für das Reiseziel Deutschland begeistern, bevor sie ins Seniorenalter kommen. ▪ Bei der Vermarktung inländischer Ziele kohortenspezifische Kindheits- und Jugenderinnerungen nutzen (z.B. Märklin-Eisenbahn, deutsch-deutsche Grenze, VW-Käfer, deutsche Schriftsteller, Komponisten und Fernsehserien...). <p>Berücksichtigung der Heterogenität des Alters (immer feinere Differenzierung in kleinere Zielgruppen) bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen (Bund, Länder und Regionen).</p> <p>Förderung von Angeboten, welche die besonderen Bedürfnisse älterer Senioren befriedigen (z.B. spezielle Betreuung und medizinische Versorgung am Urlaubsort) (Bund und Länder).</p>	Seniorenpolitik Tourismuspolitik	Anbieter Destinationen

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
3. Familien bleiben eine wichtige Zielgruppe, bei wachsendem Anteil der Ein-Kind-Familien (d.h. weniger Kinder reisen)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland ➔ Service, Preis- und Qualitätsverhältnis verbessern ➔ Anpassung der Infrastruktur ➔ Wertschätzung des eigenen Landes ➔ Bildung und Wissen über Deutschland 	<p>Förderung von Maßnahmen, welche die Attraktivität der inländischen Ziele für Familien erhöhen (Urlaub in Deutschland muss einfach und bequem sein, hierzu zählt z.B. auch die Ausstattung der Unterkünfte mit Wickeltischen, Treppengittern, Kinderwagen, Babyphon, Spielzeug, Kinderstühlen, Kinderbetten, Kinderbesteck und -geschirr usw.) (Bund und Länder)</p> <p>Förderung von speziellen Angeboten für 1-Kind-Familien (Animation, Kontaktmöglichkeiten zu anderen Familien,...) (Bund und Länder).</p> <p>Inländische Familienurlaubsziele international konkurrenzfähig in Sachen Service, Preis und Qualität machen (Benchmarking) (Regionen).</p> <p>Förderung von Maßnahmen, welche bei Kindern die Kenntnis über und die Neugier auf einen Urlaub in Deutschland wecken (über entsprechende Angebote in den Kindergärten und Schulen, aber auch durch Berichte in den Medien) (Bund und Länder).</p>	Tourismus-politik	Destinati-onen und Anbieter
	<ul style="list-style-type: none"> ➔ generationenübergreifende Angebote ➔ stärkeres Miteinander von Jung und Alt 	<p>Förderung von generationenübergreifenden Angeboten (keine Urlaubsorte, die <u>nur</u> für Familien interessant sind⁴) (Bund und Länder).</p> <p>Förderung von speziellen Angeboten für Großeltern mit Kind(ern) (Bund und Länder).</p>	Tourismus-politik	Destinati-onen und Anbieter

⁴ Was nicht bedeutet, dass Spezialisierungen von Tourismusorten oder -regionen nicht sinnvoll sind.

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
4. Stagnierende/leicht steigende Anzahl von Personen, die aus gesundheitlichen Gründen nicht/nur eingeschränkt am Tourismus teilnehmen können	<ul style="list-style-type: none"> → Teilhabe aller Bevölkerungskreise am Tourismus → soziale Nachhaltigkeit → stärkeres Miteinander von Jung und Alt 	Förderung von präventiven (Inlands-)Reisen (Bund). Prüfung, wie gesundheitlich eingeschränkten Personen die Teilnahme am Tourismus ermöglicht werden könnte, um so deren Wohlbefinden und Gesundheit zu fördern und ggf. langfristig Krankheits- und Betreuungskosten zu senken (z.B. finanzielle Beihilfe und/oder entsprechende Angebote) (Bund).	Gesundheitspolitik Sozialpolitik	Anbieter
	<ul style="list-style-type: none"> → Innovative Angebote → generationenübergreifende Angebote 	Förderung von Maßnahmen, die den Partnern oder Kindern von chronisch Kranken das Reisen ermöglichen bzw. diese während der Reise entlasten. Zusammenarbeit mit den Krankenkassen (z.B. Ausweitung der Bonussysteme) (Bund).	Gesundheitspolitik Sozialpolitik Familienpolitik	Krankenkassen
	<ul style="list-style-type: none"> → Anpassung der Infrastruktur → Innovative Angebote 	<p>Förderung von Umbaumaßnahmen (z.B. Rampen) (Bund).</p> <p>Förderung von innovativen Angeboten im Bereich Barrierefreiheit (nicht nur Technik, sondern auch Kooperationen, Service usw.) (Bund).</p>	Wirtschaftspolitik	Anbieter

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
Merkmale (Reiseverhalten)				
5. Wachsende Nachfrage nach Gesundheits-, Kultur- und Naturtourismus	➔ Anpassung der Infrastruktur	<p>Erhalt und Inwertsetzung der Kulturgüter (regionale Authentizität, Baukultur, Denkmalpflege usw.) (Bund und Länder).</p> <p>Förderung integrierter Konzepte im Sinne der Gesundheitsprävention (z.B. Renovierung bzw. Ausbau der gesundheitstouristischen Infrastruktur) (Bund und Länder).</p> <p>Erhalt und Inwertsetzung der naturtouristisch relevanten Flächen (Großschutzgebiete, ...) (Bund und Länder).</p> <p>Prüfung, ob und wie Entleerungsräume für den Naturtourismus genutzt werden können (Regenerationsräume für den Naturhaushalt und damit Potenzial für den Naturtourismus) (Bund).</p>	Tourismuspolitik Kulturpolitik Gesundheitspolitik Umweltpolitik	Anbieter Verbände im Naturschutz
	➔ Innovative Angebote	Förderung innovativer Angebote in den Bereichen Gesundheit, Kultur- und Naturtourismus (Bund).	Tourismus-, Kultur-, Gesundheits- und Umweltpolitik	Destinationen, Anbieter
6. Geringere Saisonalität		Keine politischen Handlungen notwendig.		

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
<i>Wie entwickelt sich der Tourismus?</i>	<i>Was soll erreicht werden?</i>	<i>Was sollte geschehen?</i>	<i>Wer muss handeln?</i>	
<i>Trends und Folgen des demograph. Wandels</i>	<i>Zielsetzung</i>	<i>Handlungsoptionen (Handlungsebenen)</i>	<i>Politikbereiche</i>	<i>Weitere Akteure</i>
7. Mehr Pkw- und weniger Busreisen	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Anpassung der Infrastruktur ➔ Innovative Angebote 	<p>Vermeidung von Interessenskonflikten in touristischen Destinationen (Straßenlärm vs. Ruhe suchende Reisende) durch gezielte Steuerung des Individualverkehrs und ergänzende Mobilitätsangebote (z.B. Transfer-Services) (Bund und Länder).</p> <p>Prüfung, ob ein Anstieg des Pkw-Verkehrs politisch gewünscht ist (Bund).</p> <p>Falls nicht:</p> <p>Nachfrage nach alternativen Verkehrsmitteln (Bus, Bahn, Fahrrad) durch Mobilitätsangebote steigern, die den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen entsprechen.</p> <p>Steigerung der Attraktivität des öffentlichen Verkehrs für Anreise und Vor-Ort-Mobilität (Ausbau des Bahnangebots, Preisgestaltung, Service usw.) (Bund und Länder).</p> <p>Verbesserung des intermodalen Verkehrs (Umsteigen, Gepäcktransport usw.) (Bund und Länder).</p>	<p>Verkehrspolitik</p> <p>Tourismuspolitik</p>	<p>Destinationen, Verkehrsträger</p>
8. Regional stark unterschiedliche Nachfrageentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Anpassung der Infrastruktur 	<p>Förderung regionaler Datenanalysen (Bund und Länder).</p> <p><i>Bei steigender Auslastung:</i> Ausbau der Infrastruktur (Quantität und Qualität) (Bund und Länder).</p> <p><i>Bei rückgängiger Auslastung:</i> Rückbau der Infrastruktur (Abbau von Quantität, Ausbau von Qualität) (Bund und Länder).</p> <p>Umnutzung von Flächen (siehe Punkt 5)</p>	<p>Tourismuspolitik</p>	<p>Destinationen</p>

Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
<i>Wie entwickelt sich der Tourismus?</i>	<i>Was soll erreicht werden?</i>	<i>Was sollte geschehen?</i>	<i>Wer muss handeln?</i>	
<i>Trends und Folgen des demograph. Wandels</i>	<i>Zielsetzung</i>	<i>Handlungsoptionen (Handlungsebenen)</i>	<i>Politikbereiche</i>	<i>Weitere Akteure</i>
	→ Unterstützung regionaler und lokaler Aktivitäten	Förderung von Kooperationen (Länder). Förderung der Vermarktung von Angeboten über administrative Grenzen hinweg (z.B. Wander-, Rad- und Wasserwege) (Bund).	Tourismuspolitik	Destinationen

B. Tagesausflüge

Während es beim Volumen der privat motivierten Tagesausflüge kaum demographisch bedingte Veränderungen geben wird, gelten für die strukturellen Trends und Folgen die meisten der bereits im Segment Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen formulierten Handlungsoptionen, so dass auf eine Wiederholung verzichtet werden kann. So nehmen auch hier die Zahl der älteren Reisenden und die Bedeutung des motorisierten Individualverkehrs zu (vgl. AP 2, Teil 1: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland), und es müssen geeignete Strategien für den Umgang mit diesen Veränderungen eingeleitet werden.

Allerdings basiert die Datengrundlage auf weit weniger Erfahrungen/Beobachtungsjahren im Vergleich zur Übernachtungsnachfrage. Somit ist gerade in diesem Markt mit hoher quantitativer Bedeutung weiterer Forschungsbedarf gegeben (vgl. Kap. 5, Punkte 1 - 4), auch um Zukunftsprognosen im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel konkretisieren zu können.

Tagesausflüge: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
<i>Wie entwickelt sich der Tourismus?</i>	<i>Was soll erreicht werden?</i>	<i>Was sollte geschehen?</i>	<i>Wer muss handeln?</i>	
<i>Trends und Folgen des demograph. Wandels</i>	<i>Zielsetzung</i>	<i>Handlungsoptionen (Handlungsebenen)</i>	<i>Politikbereiche</i>	<i>Weitere Akteure</i>
9. Siehe strukturelle Trends und Folgen bei den Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen	→ Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland (auch Tagesausflugsverkehr)	Siehe Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen Weiterer Forschungsbedarf (vgl. Kapitel 5)		

C. Geschäftsreisen

Der Geschäftsreisemarkt erscheint im Untersuchungszeitraum nur wenig vom demographischen Wandel betroffen (vgl. AP 2: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland). Entsprechend könnten nur allgemein gültige Handlungsoptionen ohne Bezug zum demographischen Wandel aufgezeigt werden. Dennoch ist deutlich zu machen, dass der Geschäftsreisemarkt eng mit dem Urlaubstourismus verzahnt ist, da beispielsweise beide teilweise auf die gleiche Infrastruktur zurückgreifen. Insbesondere beim Geschäftsreise-Incomingmarkt ist herauszustellen, dass dieser Strahlkraft auf die Urlaubsdestination Deutschland hat, da Geschäftsreisende als Botschafter für den Incoming-Tourismus gelten und über die Geschäftsreisenden weitere Zielgruppen erschlossen werden können. Darüber hinaus lassen sich im Geschäftsreisesegment z.B. internationale Messen ideal als Imageträger für Deutschland nutzen.

Geschäftsreisen: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
<i>Wie entwickelt sich der Tourismus?</i>	<i>Was soll erreicht werden?</i>	<i>Was sollte geschehen?</i>	<i>Wer muss handeln?</i>	
<i>Trends und Folgen des demograph. Wandels</i>	<i>Zielsetzung</i>	<i>Handlungsoptionen (Handlungsebenen)</i>	<i>Politikbereiche</i>	<i>Weitere Akteure</i>
10. Keine tiefgreifenden Auswirkungen auf Geschäftsreisen	➔ Stärkung des Geschäftsreisesektors (z.B. MICE)	Weiterer Forschungsbedarf (vgl. Kapitel 5)		

4.1.2. Ausländische Nachfrage

Insgesamt wurde deutlich, dass der Einfluss des demographischen Wandels in den Quellgebieten auf den Incoming-Tourismus im betrachteten Zeitraum gering ist (vgl. AP 2: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland). Die Nachfrage aus den Top 10 Quellmärkten wird weiterhin leicht ansteigen, wobei teilweise gewisse Sättigungseffekte zu erkennen sind. Prinzipiell ist davon auszugehen, dass in der überwiegenden Zahl dieser Quellgebiete im Untersuchungszeitraum ein Anstieg des Durchschnittsalters zu verzeichnen ist – ein tiefgreifender Wandel der Gästestruktur ist hierdurch jedoch nicht zu erwarten.

Dies bedeutet, dass die Bundespolitik die Voraussetzungen dafür schaffen muss, dass die allgemeinen Anstrengungen zur Bearbeitung Erfolg versprechender ausländischer Quellmärkte nicht nachlassen. Gegebenenfalls sind differenzierte Strategien in den verschiedenen Märkten einzusetzen, von denen einige – nämlich dort, wo der demographische Wandel eine gewisse Rolle spielt – spezifische Chancen des demographischen Wandels in diesen Märkten aufgreifen können. Diese Aufgabe kann jedoch nicht von der Politik übernommen werden, sondern muss von professionellen Vermarktern ausgeführt werden.

In den *emerging markets* äußert sich der demographische Wandel in unterschiedlicher Form. Wenn auch meist mit einer Verjüngung und Zunahme der Bevölkerung gerechnet werden kann, sind es insbesondere ökonomische und politische Faktoren, die das Volumen des Tourismus' nach Deutschland bestimmen. Darüber hinaus ergeben sich aber weitere touristische Hemmnisse, z.B. kultureller oder ökonomischer Art, die es durch Studien zunächst festzustellen und auch hier mit passender Kommunikation in den Quellgebieten abzubauen gilt. Da Deutschland aus diesen Märkten häufig in Zusammenhang mit anderen europäischen Ländern bereist wird, ist eine stärkere Kooperation der europäischen Destinationen angezeigt.

Die nachstehende Tabelle bietet einen Überblick über die im Rahmen dieses Projektes zusammengestellten Handlungsoptionen zur Begegnung der wichtigsten Trends und Folgen des demographischen Wandels für die touristische Nachfrage aus dem Ausland.

Ausländische Nachfrage: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
11. Top 10 Auslandsmärkte mit ähnlichen demographischen Herausforderungen wie Deutschland (mehr Reisende, veränderte Zielgruppen)	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland ➔ Image des Deutschland-Tourismus' stärken ➔ Bildung und Wissen über Deutschland ➔ Abbau der Wettbewerbsverzerrungen ➔ Innovative Angebote ➔ Preis- und Qualitätsverhältnis, Serviceorientierung ➔ Professionalisierung und Qualifizierung 	<p>Gezielte Ansprache von Senioren aus dem (benachbarten) Ausland mit entsprechenden Angeboten. Hierbei sind insbesondere kulturtouristische Angebote von Interesse (Bund/DZT).</p> <p>Bedürfnisse potenzieller Deutschland-Reisender und Hemmnisse für Deutschland-Urlaub ermitteln (länder- und zielgruppenspezifische Studien, wie sie für ausgewählte Quellgebiete, z.B. Japan, vorliegen) (Bund/DZT).</p> <p>Defizite im Deutschland-Bild identifizieren (länder- und zielgruppenspezifische Studien) (Bund/DZT).</p> <p>Interesse an Deutschlands Kultur und Natur in den entsprechenden Zielgruppen wecken. Während sich das derzeitige (Auslands-) Marketing auf den Gegensatz zwischen (gebauter) Kultur und Natur erstreckt, empfiehlt sich für viele (ausländische) Zielgruppen die explizite Vermarktung der (historischen) Kulturlandschaft (integrativer Ansatz). Auf Basis von länder- und zielgruppenspezifischen Studien ließen sich die entsprechenden Kommunikationsstrategien entwerfen (Bund/DZT).</p> <p>Insbesondere in der mittelständisch geprägten Tourismusbranche sind weitere Maßnahmen notwendig, um z.B. Gästen aus dem Ausland das geforderte Qualitätsniveau, z.B. Personal mit Fremdsprachenkenntnissen, zu bieten (Bund/Länder).</p>	Tourismuspolitik Kulturpolitik Umweltpolitik	Destinationen Verbände Anbieter

Ausländische Nachfrage: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
<p>12. <i>Emerging markets</i> können unter gleichbleibenden Voraussetzungen den Rückgang der Inlandsreisen nicht kompensieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Steigerung der Gästeankünfte in Deutschland → Image des Deutschland-Tourismus' stärken → Wertschätzung des eigenen Landes → Bildung und Wissen über Deutschland → Abbau der Wettbewerbsverzerrungen → Innovative Angebote → Preis- und Qualitätsverhältnis, Serviceorientierung → Professionalisierung und Qualifizierung (z.B. Fremdsprachen) → Zusammenarbeit DZT-Auslandsvertretungen stärken 	<p>Bedürfnisse und Hemmnisse spezieller Zielgruppen ermitteln und entsprechende Angebote entwickeln (Bund/DZT).</p> <p>Da bei Gästen aus dem außereuropäischen Ausland, insbesondere Europa oder europäische Ländergruppen als Destination gewählt werden, ist die Zusammenarbeit mit Nachbarländern hinsichtlich Vermarktung und Angebotsentwicklung zu verstärken. Hierfür ist eine Vereinheitlichung der Wettbewerbsbedingungen wünschenswert (Bund/DZT).</p> <p>Preisargumente treten bei Interkontinentalreisen vergleichsweise zurück. Hingegen stellen gerade ausländische Reisende hohe Ansprüche an Service und Qualität. Entsprechende Professionalisierung, z.B. Fremdsprachenkenntnisse, sind für Zielgruppen aus den <i>emerging markets</i> zwingende Voraussetzung. Zusätzlich sind entsprechende kulturelle Besonderheiten zu berücksichtigen (Bund/DZT).</p>	<p>Tourismuspolitik Wirtschaftspolitik</p>	<p>Destinationen Anbieter Verbände</p>

4.2. Arbeitsmarkt

Zentrale Erkenntnis für den touristischen Arbeitsmarkt ist ein insgesamt und zumindest mittelfristig in allen Regionen Deutschlands älter werdendes Arbeitskräftepotenzial, welches sich direkt aus dem demographischen Wandel ergibt. Damit müssen Themen wie die Integration Älterer in den touristischen Arbeitsmarkt, die Dauer der Erwerbstätigkeit (z.B. Renteneintritt), lebenslanges Lernen (Qualifizierung), aber auch der vielschichtige Bereich der Arbeitsbedingungen ganz neu betrachtet werden (vgl. AP 2, Teil 1: Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland).

Regional, vornehmlich in demographischen „Schrumpfungsregionen“ mit gleichzeitig hoher touristischer Bedeutung, spielt auch der Fachkräftemangel im Tourismus teilweise schon heute und verstärkt zukünftig eine wichtige Rolle. Durch den demographischen Wandel bedingte Abwanderungsbewegungen – verschärft durch fehlenden Nachwuchs mangels junger Arbeitskräfte – sind entscheidende Momente. Dabei geht es zum einen um den immer stärker werdenden Wettbewerb um qualifiziertes Personal innerhalb der Tourismusbranche. Zum anderen nimmt der branchenübergreifende Wettbewerb zu, der sich durchaus auch in demographisch stabilen Regionen zeigt (vgl. AP 2, Teil 2: Trend- und Folgenabschätzung für ausgewählte Beispielregionen).

Der Einfluss des demographischen Wandels auf den touristischen Arbeitsmarkt besteht grundsätzlich nicht in einer Änderung, sondern in einer Verschärfung der aktuellen Lage. Die Handlungsoptionen beziehen sich – analog zur Nachfrage – deswegen zunächst auf Bemühungen mit dem Ziel, die vorhandenen Arbeitsplätze im Tourismus attraktiver zu machen. Darüber hinaus geht es darum, ältere Arbeitnehmer besser zu integrieren und die Fachkräfte für morgen zu sichern. Hierzu könnte beispielsweise bereits in der schulischen Bildung vermehrt angesetzt und die Auseinandersetzung mit dem Tourismus als Wirtschaftsbranche und Arbeitgeber verstärkt werden. Weitere Erfolg versprechende Ansätze sind Maßnahmen zur Verbesserung von Image und Arbeitsbedingungen touristischer Arbeitsplätze, der Bereich Mitarbeiterbindung sowie die Initiierung und Unterstützung von Modellprojekten.

Gerade im Bereich des touristischen Arbeitsmarktes könnte die Politik durch die Steuerung der Rahmenbedingungen und durch Anreize von der Arbeitsmarkt- über die Bildungs- bis hin zur Wirtschaftspolitik ein Umdenken in der Tourismuswirtschaft herbeiführen und neue Wege aufzeigen. Die nachstehende Tabelle bietet einen Überblick über die im Rahmen dieses Projektes erarbeiteten Handlungsoptionen, um den wichtigsten Trends und Folgen des demographischen Wandels für den touristischen Arbeitsmarkt wirkungsvoll zu begegnen.

Touristischer Arbeitsmarkt: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
13. Älter werdendes Arbeitskräftepotenzial.	→ Steigerung der Anzahl der Beschäftigten im Tourismus	Erhöhung der Erwerbsquote bei Älteren (Bund) Erhöhung der Anreize für Unternehmen zur flexiblen Beschäftigung älterer Mitarbeiter (Bund) Unterstützung der Betriebe bei der Unternehmensnachfolge (z.B. Beratung durch Dritte, Informationsplattform) bzw. Förderung von Existenzübernahmen (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Wirtschaftspolitik	Kammern Kreditinstitute
	→ Image des Tourismus als Arbeitgeber verbessern	Arbeitsbedingungen verbessern (s.u.) Informationen und Imagekampagnen (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Wirtschaftspolitik	Anbieter Verbände
	→ Attraktivere Arbeitsbedingungen im Tourismus	Angemessene Bezahlung und flexible Arbeits- und Arbeitszeitmodelle fördern (Bund und Länder) Gesundheitsvorsorge verbessern, Umdenken in der Unternehmenskultur unterstützen (Bund)	Arbeitsmarktpolitik	Anbieter
	→ Qualifizierung im Tourismus	Regelmäßige Qualifizierung der älteren Mitarbeiter (z.B. externe Weiterbildung v.a. in der Nebensaison, betriebsinterne Job-Tandems) (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik	Anbieter
	→ Besondere Ansprache der älteren Reisenden gewährleisten	Verstärkter Einsatz älterer Mitarbeiter bei der Gästebetreuung), Förderung u.a. durch Modellprojekte (z.B. Rezeption, Service, Gästeführungen) (Bund)	Arbeitsmarktpolitik	Anbieter

Touristischer Arbeitsmarkt: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
14. Regionaler Fachkräftemangel.	→ Steigerung der Anzahl der Beschäftigten im Tourismus	Siehe Punkt 13. Schulische Ausbildung verbessern (allg.) unter besonderer Berücksichtigung der Jungen, da diese im Durchschnitt einen schlechteren Bildungsstand vorweisen als Mädchen (Bund und Länder) Durchführung von Unterrichtseinheiten „Tourismus“ v.a. in bedeutenden Tourismusregionen (Länder) Qualität und Kontinuität bei der Berufsberatung stärken, Ausbau Tage der offenen Türen, Schülerpraktika, Jobbörsen (Ziele: Interesse wecken, Abbrecherquoten bei Auszubildenden verringern) (Bund und Länder) Soziale Kompetenzen der Schüler und Azubis stärken (hohe Bedeutung in späteren Dienstleistungsberufen) (Bund und Länder) Unterstützung bei Unternehmensgründungen (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik Wirtschaftspolitik	Verbände Destinationen
	→ Image des Tourismus als Arbeitgeber	Siehe Punkt 13 Durchführung von Unterrichtseinheiten „Tourismus“ v.a. in bedeutenden Tourismusregionen (Länder) Qualität und Kontinuität bei der Berufsberatung stärken, Ausbau Tage der offenen Türen, Schülerpraktika, Jobbörsen (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik Wirtschaftspolitik	Anbieter Verbände Destinationen Kammern

Touristischer Arbeitsmarkt: Folgerungen für die Tourismuspolitik, angrenzende Politikbereiche und weitere Akteure				
Wie entwickelt sich der Tourismus?	Was soll erreicht werden?	Was sollte geschehen?	Wer muss handeln?	
Trends und Folgen des demograph. Wandels	Zielsetzung	Handlungsoptionen (Handlungsebenen)	Politikbereiche	Weitere Akteure
	<ul style="list-style-type: none"> → Attraktivere Arbeitsbedingungen im Tourismus 	Berufliche Migration erleichtern (Kinderbetreuung, Wohnungssuche usw.) (Bund und Länder) Attraktivere Arbeitsbedingungen ermöglichen (Gesundheitsvorsorge, flexible Arbeitsmodelle unterstützen, Unternehmenskultur usw.) (Bund) Attraktivere Ausbildungsbedingungen ermöglichen (z.B. Unterkunft für Azubis, Mobilität sichern) (Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik	Anbieter Verbände
	<ul style="list-style-type: none"> → Qualifizierung im Tourismus 	Weiterbildung (Qualifikation vom Unternehmer bis zum geringfügig Beschäftigten, v.a. in der Nebensaison) (Bund und Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik	Anbieter Verbände
	<ul style="list-style-type: none"> → Unterstützung der durch Abwanderung und Alterung der Bevölkerung beeinflussten Regionen (v.a. neue Länder) → Unterstützung regionaler und lokaler Aktivitäten 	Initiierung und Unterstützung von Modellprojekten zu demographischen Fragestellungen (Bund und Länder) Fortsetzung gezielter Strukturförderung (Förderung von nachhaltigen Projekten, innovativen Ansätzen wie branchenübergreifende Arbeitsmodelle usw.) (Bund und Länder) Fortsetzung von Rückholaktionen zur Gewinnung ehemals abgewanderter Fachkräfte (Länder)	Arbeitsmarktpolitik Bildungspolitik Wirtschaftspolitik	Anbieter Verbände

4.3. Angebot

Aus den Folgen für die Nachfrage und den Arbeitsmarkt ergeben sich indirekte Folgen für das Angebot (z.B. regionale Unterschiede bei der Auslastung der Infrastruktur). Dies führt dazu, dass in den beiden vorhergehenden Kapiteln u.a. auch Handlungsoptionen enthalten sind, die sich auf das touristische Angebot beziehen. Um Dopplungen zu vermeiden, werden die Handlungsoptionen für diesen Bereich deshalb hier nicht noch einmal gesondert aufgeführt.

5. Weiterer Forschungsbedarf

Die Arbeiten am Projekt haben gezeigt, dass es in vielen Bereichen zusätzlichen Forschungsbedarf gibt. Hierzu gehören vor allem die folgenden Themen bzw. Fragestellungen:

Themen	Fragestellungen
1. Einfluss veränderter Rahmenbedingungen auf den Tourismus	Wie werden sich die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen (z.B. Leistungsfähigkeit von Kranken- und Pflegeversicherung) auf den Gesundheitszustand bzw. die zukünftige Lebenserwartung auswirken? Was bedeutet dies für den Tourismus?
2. Einfluss des Einkommens/der wirtschaftlichen Lage auf den Tourismus	Wie wird sich das Einkommen in den nächsten Jahren verändern und welche Auswirkungen haben diese Veränderungen auf das Reiseverhalten?
3. Einfluss weiterer Faktoren auf das Reiseverhalten	Welchen Einfluss üben die Reiseerfahrung, der Wertewandel, die Mobilitätsbedürfnisse und der Gesundheitszustand auf das Reiseverhalten unterschiedlicher Altersgruppen aus?
4. Reisen von Personen mit Migrationshintergrund	Unterscheidet sich das Freizeit- und Tourismusverhalten der Migranten von dem der deutschstämmigen Bevölkerung? Falls ja, inwiefern? Gibt es hier Defizite in der Lebensqualität oder Konfliktpotenziale, die man beheben bzw. entschärfen könnte? Welche?
5. Nachfragepotenziale der ausländischen Quellmärkte	Welche Nachfragepotenziale werden unterschiedliche ausländische Quellmärkte zukünftig für den deutschen Urlaubsreisemarkt haben?
6. Touristische Nutzung von Entleerungsräumen	Es ist unbestritten, dass durch den demographischen Wandel verursacht, in Deutschland Räume mit teilweise erheblichen Entleerungserscheinungen entstehen werden. Hier stellt sich die Frage, wie diese künftig genutzt werden sollen und ob davon der Tourismus profitieren kann (z.B. Naturtourismus, Landtourismus) oder ob es im Falle intensiver wirtschaftlicher Nutzung durch andere Branchen (z.B. Landwirtschaft, Energiewirtschaft) zu Konflikten kommt und der Tourismus negativ tangiert wird.
7. Incoming-Geschäftsreisen als Multiplikator für Incoming-Tourismus allgemein	Geschäftsreisen sind häufig der erste Kontakt zu Deutschland als Reiseziel. Insbesondere Reisende aus den <i>emerging markets</i> lernen Deutschland zunächst während einer Geschäftsreise kennen. Diese Personengruppe stellt also einen idealen Multiplikator für das deutsche Tourismusmarketing dar, z.B. indem Partner mitgenommen werden oder indem sie als Botschafter für Deutschland im Heimatland auftreten. Es fehlt jedoch bis dato belastbares Material zu Geschäftsreisen nach Deutschland allgemein und wie Geschäftsreisende für die Vermarktung entsprechend genutzt werden können.

6. Zusammenfassende Schlussfolgerungen

Für die wichtigsten touristischen Folgen des demographischen Wandels wurden im Rahmen dieses Gutachtens unter Bezugnahme auf die tourismuspolitischen Ziele der Bundesregierung eine Vielzahl von Handlungsoptionen entwickelt und verantwortliche Akteure definiert. Was nun folgen muss, ist eine politische Diskussion auf Basis dieser fachlichen Grundlage.

Die folgende Tabelle zeigt, welche dieser Handlungsoptionen nach gutachterlicher Ansicht für die Tourismuspolitik bzw. angrenzende Politikbereiche der Bundesregierung besondere Relevanz haben sollten. Vorab muss außerdem jedoch darauf hingewiesen werden, dass die genannten Handlungsoptionen auch Konflikte bieten, für die eine Lösung gefunden werden muss. So führen attraktivere Arbeitsbedingungen im Tourismus zum Beispiel zu höheren Arbeitskosten, was höhere Preise und damit eine verschlechterte Wettbewerbsposition zur Folge hat.

Bereich	Politikbereich und Handlungsoption	Konfliktparteien/-bereiche
Nachfrage und Angebot	<p><i>Tourismuspolitik:</i> Tourismusstandort Deutschland bzw. die internationale Konkurrenzfähigkeit inländischer Ziele stärken.</p> <p><i>Tourismuspolitik:</i> Maßnahmen fördern, welche die Attraktivität der inländischen Ziele für Senioren aus dem In- und Ausland erhöhen.</p> <p><i>Tourismuspolitik:</i> Prüfen, ob demographische Schrumpfsregionen neue touristische Potenziale bieten (gezielte Strukturförderung, z.B. im Naturtourismus).</p> <p><i>Tourismuspolitik:</i> Untersuchen, wie die regionalen, länder- und zielgruppenspezifischen Auswirkungen des demographischen Wandels auf die touristische Nachfrage beeinflusst werden können.</p> <p><i>Verkehrspolitik:</i> Durch die Förderung nachfragegerechter Mobilitätsangebote den zunehmenden Straßenverkehr minimieren (An-/Abreise, Mobilität vor Ort).</p>	<p>Unternehmen, für die der Outgoing-Tourismus einen hohen Stellenwert hat.</p> <p>Unternehmen, für die der Outgoing-Tourismus einen hohen Stellenwert hat.</p> <p>Destinationen bzw. Anbieter, die sich vorrangig auf andere Zielgruppen konzentrieren.</p> <p>Nutzungskonflikte mit anderen Politik- und Wirtschaftsbereichen, welche die bevölkerungsarmen Flächen nutzen möchten (z.B. für Energiegewinnung).</p> <p>Tourismus steht mit sonstigen Themenfeldern in Gesellschaft und Wirtschaft in Konkurrenz um Forschungsgelder.</p> <p>Mangelnde Kostendeckung durch niedrige Auslastung, in der Nebensaison bzw. in demographischen Schrumpfsregionen.</p>

Bereich	Politikbereich und Handlungsoption	Konfliktbereiche
Arbeitsmarkt	<p><i>Tourismuspolitik:</i> Attraktivere Arbeitsbedingungen in der Tourismuswirtschaft und damit auch eine längere Erwerbstätigkeit ermöglichen.</p> <p><i>Tourismuspolitik:</i> Qualifizierung und Professionalisierung der im Tourismus Beschäftigten im gesamten Berufsleben (lebenslanges Lernen).</p> <p><i>Tourismuspolitik:</i> Untersuchen, wie die regionalen Auswirkungen des demographischen Wandels auf den touristischen Arbeitsmarkt beeinflusst werden können.</p> <p><i>Bildungspolitik:</i> Zur Sicherung junger Nachwuchskräfte schulische Bildung allgemein verbessern und (unter Mithilfe der touristischen Anbieter) Image des Berufsfeldes Tourismus stärken.</p>	<p>Wettbewerbsposition des Tourismusstandortes Deutschland verschlechtert sich durch steigende Kosten/Preise.</p> <p>Wettbewerbsposition des Tourismusstandortes Deutschland verschlechtert sich durch steigende Kosten/Preise.</p> <p>Tourismus steht in Konkurrenz zu sonstigen Wirtschaftszweigen, die ebenfalls Forschungsgelder erhalten möchten.</p> <p>Tourismus steht in Konkurrenz mit sonstigen Wirtschaftszweigen, die ebenfalls ihr Image stärken möchten.</p>
Allgemein	<p><i>Tourismuspolitik, Seniorenpolitik:</i> Aktiv auf den Abbau des negativ geprägten Altersbildes hinwirken</p>	-

Die Folgen des demographischen Wandels lassen sich auf der Bundesebene, aber auch auf der Länder- oder Regionalebene sowohl als Chance als auch als Risiko für den Deutschland-Tourismus betrachten. So kann der demographische Wandel in einer Region als große Bedrohung gesehen werden, der man versucht, entgegenzuarbeiten, während andere Regionen die gleiche Entwicklung begrüßen und sie zu nutzen versuchen.

Damit sich die unterschiedlichen Aktionen nicht gegenseitig aufheben, besteht eine wichtige politische Aufgabe darin, insgesamt für die Koordination des Umgangs mit den touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels zu sorgen.

7. Literatur

Akademiengruppe Altern in Deutschland (2009): Zwölf Vorschläge, wie die demographische Chance genutzt werden kann, Berlin (www.altern-in-deutschland.de/pdf/pressemappe/090324_Aka_12-Punkte-lek.pdf, eingesehen am 17. April 2009)

Deutscher Bundestag (2008): Unterrichtung durch die Bundesregierung. Tourismuspolitische Leitlinien der Bundesregierung. 16. Wahlperiode, Drucksache 16/11594, Berlin.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) (2008): Reiseanalyse 2008, Kiel.