

Nationale Tourismusstrategie

4. Zukunftsdialog

Strategisches Ziel: Wir streben einen Qualitätstourismus an, der im Einklang mit Natur und Kultur lebenswerte Räume schafft und erhält, zur Lebensqualität aller Menschen – Besucher wie Einheimische – beiträgt und das Deutschlandbild im Ausland positiv prägt.

Digitaler Zukunftsdialog | 24. März 2020


Agenda

- 11:00 Uhr Begrüßung & zur Lage | Dr. Marion Weber, Leiterin Referat VII A4
- Tourismuspolitik, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Keynote | Prof. Dr. Bernd Eisenstein, C.I.S.T.
Einführung in Workshops
- 12:00 - 13:00 Uhr Parallele Workshops I
- 13:00 – 13:30 Uhr Pause
- 13:30 - 14:30 Uhr Parallele Workshops II & Abschluss

Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine Nationale Tourismusstrategie

Sechs strategische Ziele:

1. **Potenziale des Tourismus** ausschöpfen
2. **Umwelt- und klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus**
3. Moderne, barrierefreie, verlässliche sowie nachhaltige **Mobilität** und **digitale Infrastruktur**
4. **Qualitätstourismus** im Einklang mit Natur und Kultur - **Lebensqualität aller Menschen** sichern - **Deutschlandbild** im Ausland positiv prägen
5. **Wirtschaftliche Entwicklung in anderen Teilen der Welt** nachhaltig stärken
6. **Wettbewerbsfähigkeit** Tourismusstandort Deutschland stärken

 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Eckpunkte der Bundesregierung - Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie¹

I. Einleitung:

Tourismus ist für Deutschland ein bedeutsamer Wirtschaftsfaktor. Die Konsumausgaben in- und ausländischer Touristen in Deutschland beliefen sich nach der jüngsten Untersuchung (Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft) im Jahr 2015 auf über 287 Milliarden Euro. Diese Umsätze durch unmittelbar von Touristen nachgefragte Güter und Dienstleistungen sorgten für fast drei Millionen Arbeitsplätze (was einem Anteil von 6,8 Prozent an der inländischen Gesamtbeschäftigung entspricht) und eine Bruttowertschöpfung von mehr als 105 Milliarden Euro (3,9 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland). Bezieht man die sogenannten Vorleistungen mit ein, also zum Beispiel den Einkauf von Lebensmitteln durch die Gastronomie oder die Inanspruchnahme von Handwerkerarbeiten durch ein Hotel, kommen zusätzlich indirekte Effekte auf Bruttowertschöpfung und Beschäftigung in Deutschland in Höhe von über 76 Milliarden Euro beziehungsweise 1,25 Millionen Erwerbstätigen hinzu, die durch Tourismus entstehen. Die Arbeits- und Ausbildungsplätze dieses beschäftigungsintensiven Dienstleistungssektors sind ganz überwiegend standortgebunden.

¹Kabinettsbeschluss der Bundesregierung vom 30.04.2019

Prozess zur Nationalen Tourismusstrategie

Phase 1:
Analyse

Phase 2:
Dialog auf Fachebene

Phase 3: Dialog auf
Bundes- & Länderebene

Phase 4:
Veröffentlichung

Zukunftsdialoge zu den sechs strategischen Zielen mit Entscheidern und Vertretern der Stakeholder zur Erarbeitung wichtigster Maßnahmen und der inhaltlichen Ausgestaltung der Nationalen Tourismusstrategie

- 5. Zukunftsdialog: **27. April 2020** | Bedeutung des Tourismus für die wirtschaftliche Entwicklung in anderen Teilen der Welt
- 6. Zukunftsdialog : **5. Mai 2020** | Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland

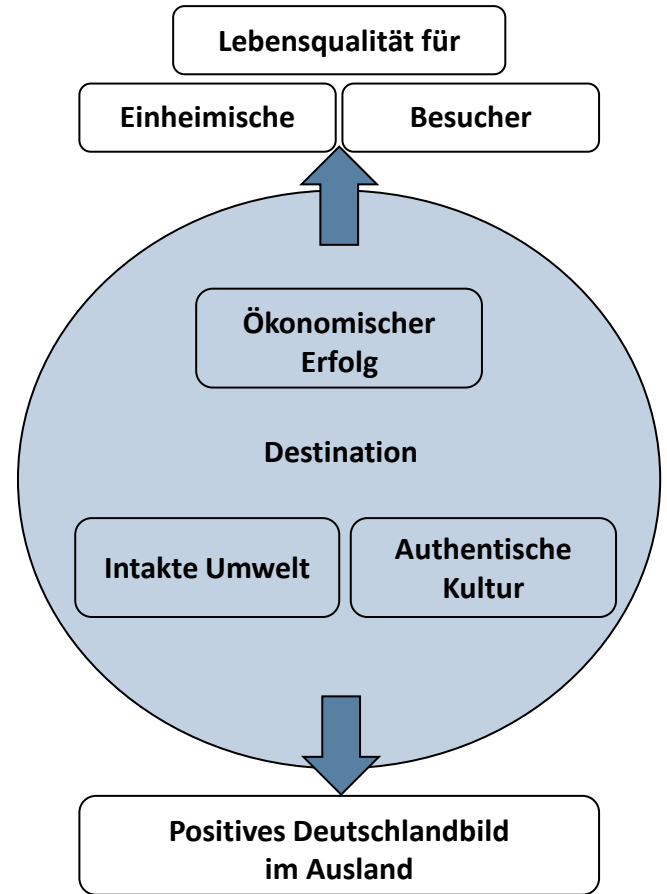
Voraussichtlich digital

Keynote: Wir streben einen Qualitätstourismus an, der im Einklang mit Natur und Kultur lebenswerte Räume schafft und erhält, zur Lebensqualität aller Menschen – Besucher wie Einheimische – beiträgt und das Deutschlandbild im Ausland positiv prägt.

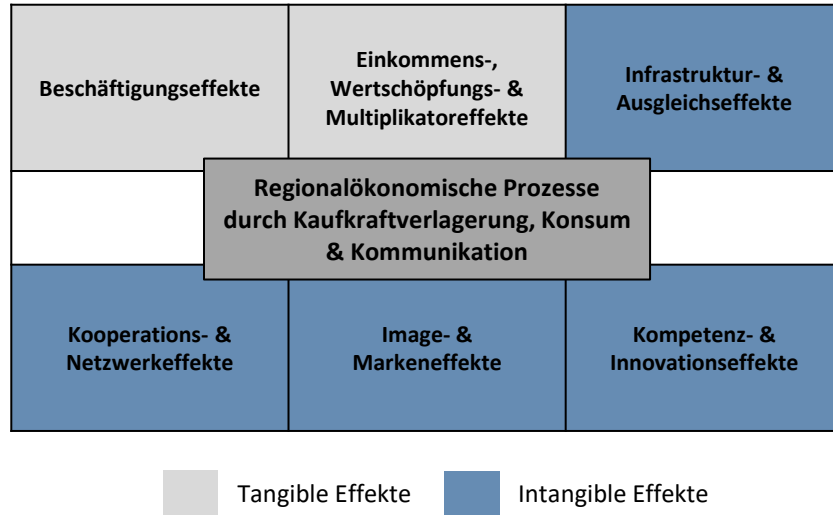
Prof. Dr. Bernd Eisenstein | C.I.S.T.

Strategisches Ziel Nr. 4 Qualitätstourismus

- Ziel: Beitrag zur Lebensqualität
- Im Einklang mit Natur & Kultur
- Für Einheimische & Besucher
- Sowie für ein positives Deutschlandbild



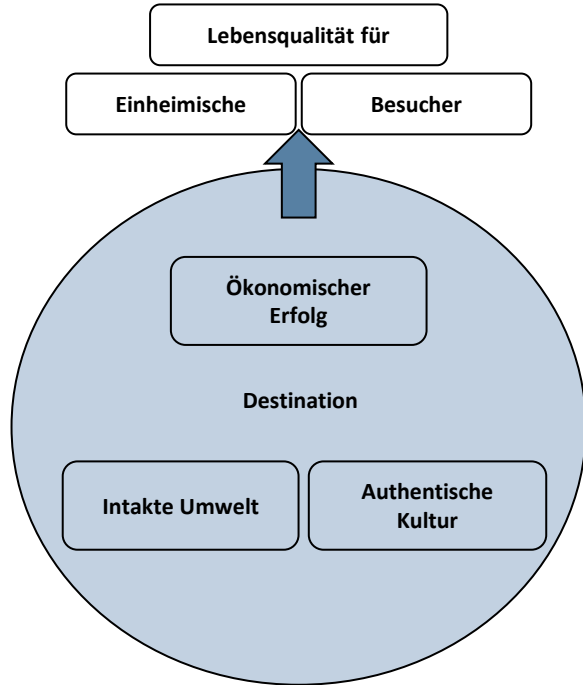
Mögliche Beiträge des Tourismus zur Lebensqualität vor Ort



- Offenkundig: Unterschiedliche positive Effekte ökonomischer Art
 - Tangible
 - Intangible
- Zudem: Positive Wirkungen auf Kultur & Ökologie möglich
 - Durch Interesse der Touristen
 - Stärkung von Selbstwertgefühl und kultureller Identität
 - Motivation zum Erhalt intakter Umwelt

Quelle: Eisenstein et al. 2019, S.97

Qualitätstourismus



Stärkung der kulturellen Identität
und Erhaltung intakter Naturräume
implizieren – in Verbindung mit
wirtschaftlicher Stabilität – hohe
Lebens- und Urlaubsqualität

Mögliche Gefahren für die Lebensqualität

- Ökonomische, z.B.:
 - Preissteigerungseffekte
 - Saisonalitätsprobleme
- Ökologische, z.B.:
 - Biodiversitätsverluste
 - Ressourcenverbrauch
- Soziale, z.B.:
 - Crowding-Empfindungen / „Overtourism“
 - Ungewollter Kultur-/Identitätswandel



Bildquelle: Omeris- stock.adobe.com

Balance der Interessen & Erwartungshaltungen

EINHEIMISCHE

- Wirtschaftliche Vorteile
- Wertschätzung der Kultur
- Erhaltung des ökologischen & sozialen Lebensraums

TOURISTEN

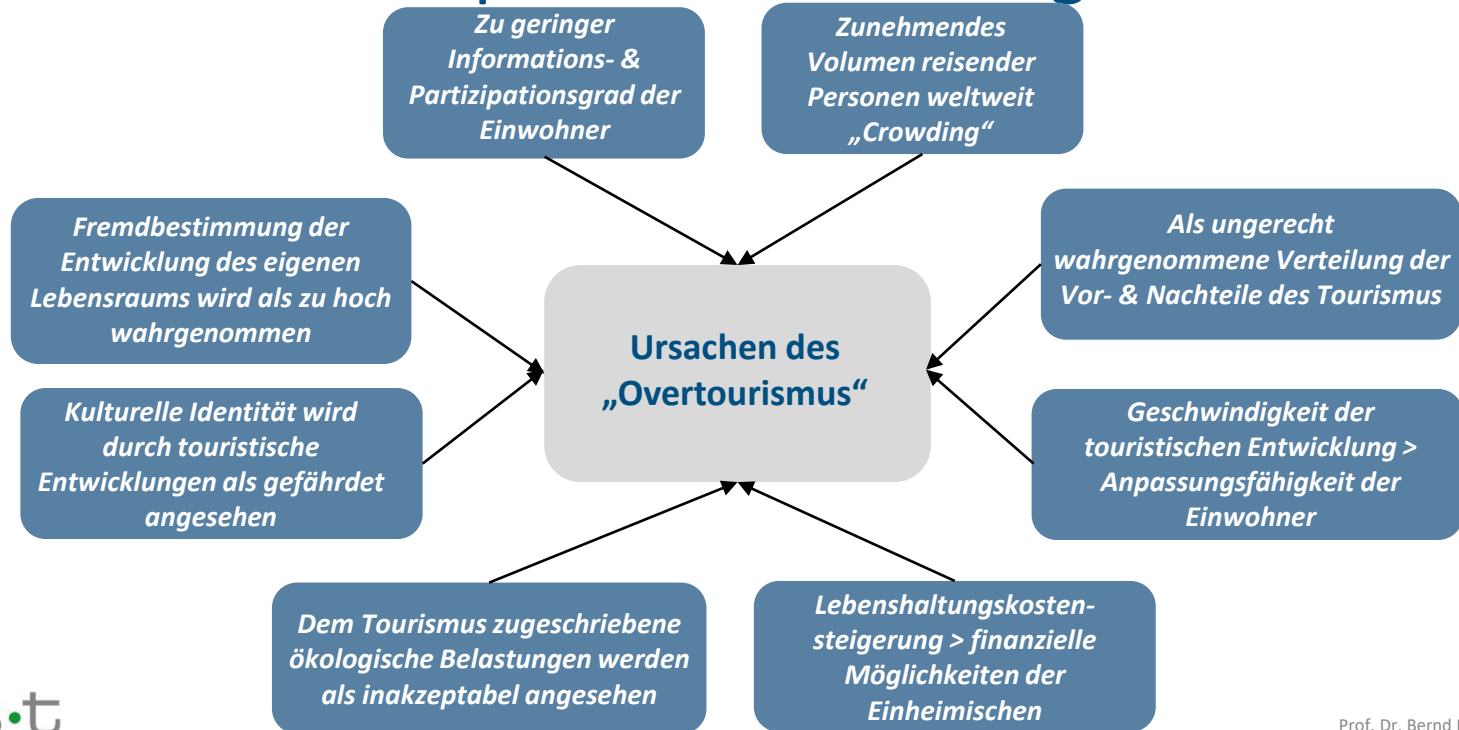
- Reisebezogene Bedürfnisbefriedigung
- Kulturelle & naturraumbezogene Differenzerfahrung
- Erlebnisse, Erholung, Sicherheit, Freundlichkeit etc.

TOURISMUSUNTERNEHMEN

- Finanzielle Sicherheit, faires Einkommen
- Persönliche & unternehmerische Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Respekt & Wertschätzung der Touristen für geleistete Arbeit

„Overtourismus“

Gefühl der Lebensqualitätsminderung



Aktionsbereiche und Handlungsbedarfe

Einheitliches Verständnis „Qualitätstourismus“

Z.B. Qualitätstourismus als eine Form des „ganzheitlich-orientierten“ Tourismus,

- der mittels wettbewerbs- **und leistungsfähiger Unternehmen** die Befriedigung der vielfältigen **Bedürfnisse von Touristen** aller Bevölkerungsschichten gewährleistet,
- der einen adäquaten Beitrag zum **wirtschaftlichen Wohlstand in den Zielgebieten** und einen Beitrag zum Abbau regionaler Disparitäten zur Herstellung **gleichwertiger Lebensverhältnisse** in Deutschland leistet,
- der im tourismuseigenen Interesse – und darüber hinaus – die Schutzwürdigkeit der ökologischen Ressourcen erkennt und eine **unversehrte Natur wertschätzt**,
- der auf dem individuell-subjektiven **Wohlbefinden der Einwohner** basiert, deren kulturelle Praktiken respektiert und das Gestaltungsrecht der gegenwärtigen und zukünftigen einheimischen Bevölkerung anerkennt.

Aktionsbereiche und Handlungsbedarfe

Einheitliches Verständnis „Qualitätstourismus“

Tourismus- bewusstsein & Tourismus- akzeptanz

- Bewusstsein für Vor- & Nachteile
- Sensibilisierung
- Partizipation
- Monitoring

Beitrag zur Lebens- & Standortqualität

- Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Verringerung von Saisonalitätsproblemen
- Sicherung des kulturellen & ökolog. Erbes

In ländlichen Räumen:

- Sicherung der Zugänglichkeit
- Stärkung der digitalen Infrastruktur

In urbanen Räumen:

- Maßnahmen der Besucherlenkung
- Sicherung Wohn- & Rückzugsräume

Förderung des Deutschlandbildes im Ausland

- Kommunikation des praktizierten Qualitätstourismus
- Differenzierte Analysen der unterschiedlichen Quellmärkte

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Prof. Dr. Bernd Eisenstein

Direktor Institut für Management und Tourismus der FH Westküste

Mitglied des Wissenschaftsbeirates

gestellt durch C.I.S.T. (Center for Innovation & Sustainability in Tourism)

Fünf Aktionsbereiche

Strategisches Ziel 4: Wir streben einen Qualitätstourismus an, der im Einklang mit Natur und Kultur lebenswerte Räume schafft und erhält, zur Lebensqualität aller Menschen – Besucher wie Einheimische – beiträgt und das Deutschlandbild im Ausland positiv prägt.

Aktionsbereiche:

1. Qualitätstourismus in Deutschland
2. Förderung des Deutschlandbilds im Ausland
3. Beitrag zur Lebens- und Standortqualität in Deutschland
4. Tourismusbewusstsein und -akzeptanz in Deutschland
5. Leistungsträger und Qualität

Zeitplan Workshops

12:00 - 13:00 Uhr Parallele Workshops I

13:00 – 13:30 Uhr Pause

13:30 - 14:30 Uhr Parallele Workshops II & Abschluss

Alle Zukunftsdialoge im Überblick

- 1. Zukunftsdialog: 21. Januar 2020 | Gelsenkirchen**
Thema: Wirtschaftliche Potenziale des Tourismus
- 2. Zukunftsdialog: 6. Februar 2020 | Schwäbische Alb**
Thema: Umwelt- und klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus
- 3. Zukunftsdialog: 10. März 2020 | München**
Thema: Mobilität und digitale Infrastruktur
- 4. Zukunftsdialog: 24. März 2020 | Digitaler Zukunftsdialog**
Thema: Qualitätstourismus und Lebensqualität
- 5. Zukunftsdialog: 27. April 2020**
Thema: Bedeutung des Tourismus für die wirtschaftl. Entwicklung in anderen Teilen der Welt
- 6. Zukunftsdialog: 5. Mai 2020**
Thema: Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland

Projektkonsortium

Dr. Fried & Partner GmbH

Dr. Markus Heller, *Projektleitung*

heller@fried-partner.de | www.fried-partner.de

PROJECT M GmbH München

Sebastian Gries, *Stellvertretende Projektleitung*

sebastian.gries@projectm.de | www.projectm.de

Serviceplan Berlin GmbH & Co. KG

Jörg Ihlau

j.ihlau@serviceplan.com | www.serviceplan.com/de

Wissenschaftsbeirat des Projekts:

Center for Innovation & Sustainability in Tourism (C.I.S.T)

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp | Prof. Dr. Bernd Eisenstein

kreilkamp@cist.de | www.cist.de

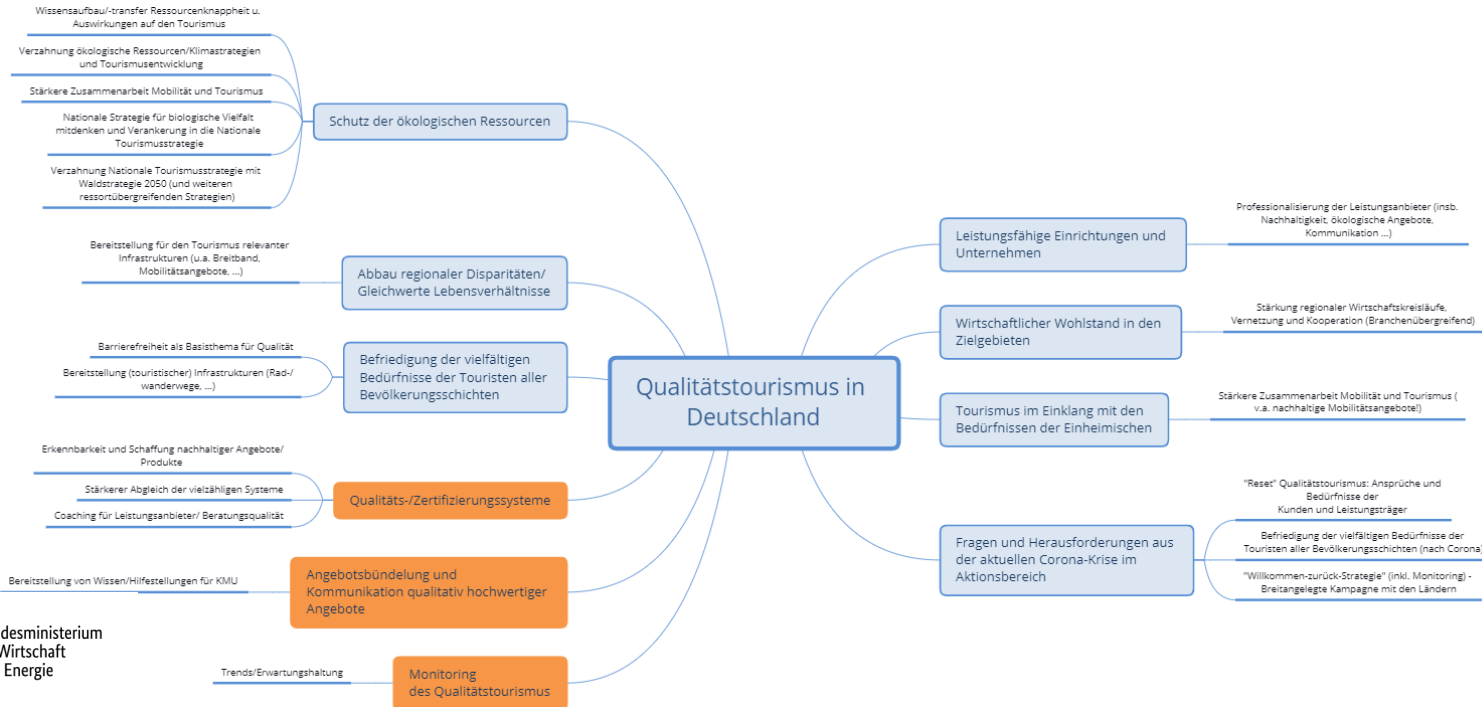


Herzlichen Dank für Ihre
Mitwirkung!

Anhang | Fotoprotokoll

Aktionsbereich 1: Qualitätstourismus in Deutschland (Inbound)

Nationale Tourismusstrategie -
4. Zukunftsdialog am 24. März
2020
Qualitätstourismus &
Lebensqualität



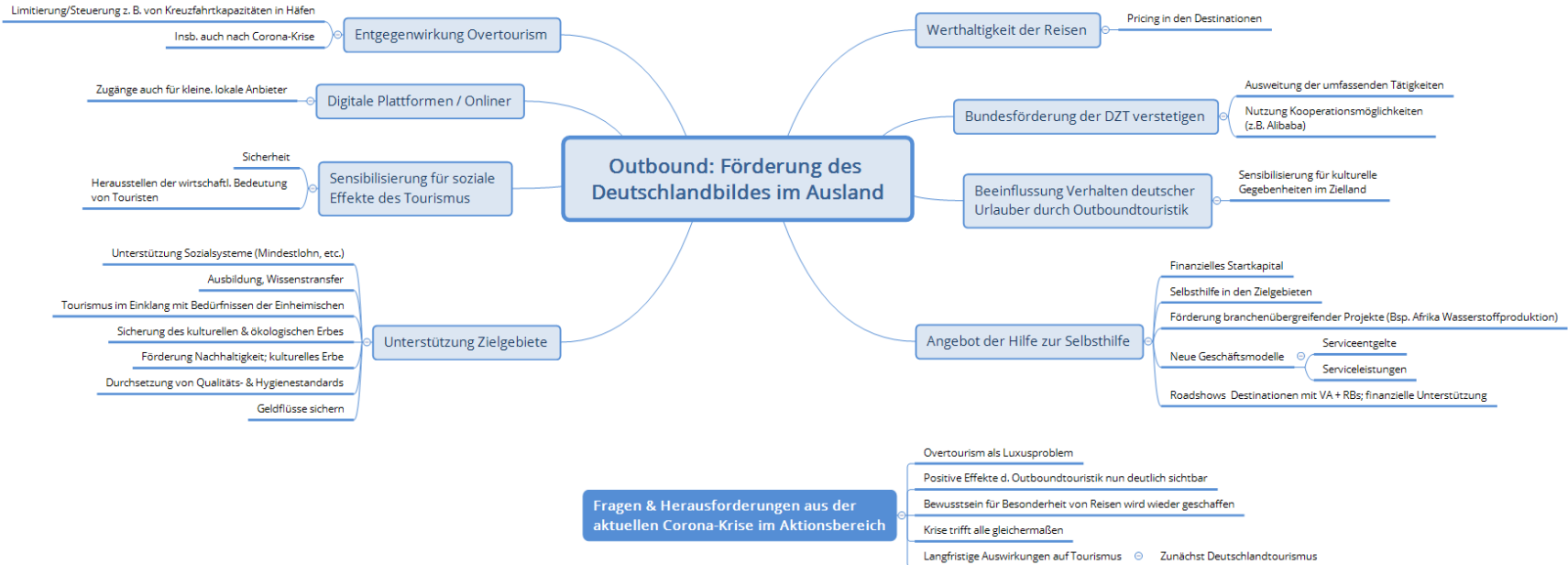
Aktionsbereich 2: Förderung des Deutschlandbilds im Ausland (Inbound)

Nationale Tourismusstrategie - 4. Zukunftsdialog am 24. März 2020 Qualitätstourismus & Lebensqualität



Aktionsbereich 2: Förderung des Deutschlandbilds im Ausland (Outbound)

Nationale Tourismusstrategie - 4. Zukunftsdialog am 24. März 2020 Qualitätstourismus & Lebensqualität

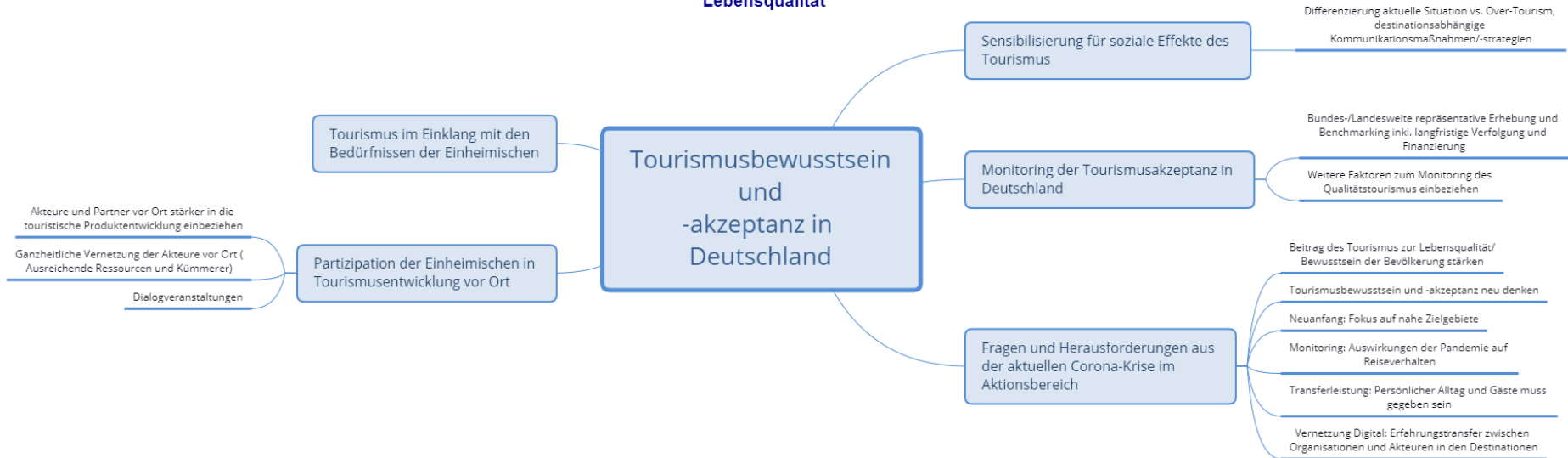


Aktionsbereich 3: Beitrag zur Lebens- und Standortqualität in Deutschland (Inbound)



Aktionsbereich 4: Tourismusbewusstsein und -akzeptanz in Deutschland (Inbound)

Nationale Tourismusstrategie -
4. Zukunftsdialog am 24. März
2020
Qualitätstourismus &
Lebensqualität



Aktionsbereich 5: Leistungsträger und Qualität (Outbound)

Nationale Tourismusstrategie - 4. Zukunftsdialog am 24. März 2020
Qualitätstourismus & Lebensqualität

