



Tourismuspolitische Positionen des Tourismusausschusses der IHK Reutlingen



Vorwort

Der IHK-Tourismusausschuss ist ein von der IHK Reutlingen organisierter Zusammenschluss von Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern der regionalen Tourismusunternehmen, Tourismusverbänden und Marketingorganisationen. Er setzt sich im Interesse der regionalen Tourismuswirtschaft für gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen in der Region Neckar-Alb ein und berät die Vollversammlung der IHK Reutlingen bezüglich touristischer Fragestellungen.

Der Ausschuss hat in dieser Funktion tourismuspolitische Positionen ausgearbeitet und Impulse an die Politik formuliert. Die meisten der formulierten Forderungen richten sich dabei an die Landespolitik. Darüber hinaus werden in dem Papier auch einige Themen der Bundespolitik angesprochen. Aus Sicht des Ausschusses ist es wichtig, dass diese von den politischen Vertretern der Region Neckar-Alb auf Bundesebene eingebracht werden.

Tourismus als wichtiger Standort- und Wirtschaftsfaktor

Der Tourismus ist für das Land Baden-Württemberg, die Destination Schwäbische Alb sowie die Region Neckar-Alb, mit den Landkreisen Reutlingen, Tübingen und Zollernalbkreis ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Von der zusätzlichen Nachfrage, die durch den Tourismus vor Ort entsteht, profitiert nicht nur die Tourismusbranche selber, sondern auch viele andere Betriebe auf den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen z. B. im Einzelhandel, im Dienstleistungssektor oder im verarbeitenden Gewerbe. Insbesondere in ländlichen Regionen können auf diese Weise Infrastrukturen wie z. B. eine Anbindung an den ÖPNV oder Nahversorgungsangebote aufrechterhalten und erweitert werden, die sonst weniger

rentabel wären. Der Tourismus, allen voran das Gastgewerbe, garantiert damit standortsichere und wohnortnahe Arbeits- und Ausbildungsplätze auch fernab der Ballungszentren. Außerdem erhöht die Tourismusbranche die Lebensqualität vor Ort, indem sie attraktive Freizeitangebote schafft. Dies kommt insbesondere auch der einheimischen Bevölkerung zu Gute und kann von der gesamten regionalen Wirtschaft z. B. beim Thema Employer Branding genutzt werden.

Impuls an die Politik

Der Tourismusausschuss der IHK Reutlingen fordert das Land zu einem klaren Bekenntnis zum Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor auf, den es entsprechend zu fördern gilt. Insbesondere soll in diesem Zusammenhang die in den letzten Jahren stark angestiegene touristische Bedeutung der Schwäbischen Alb von der Landesregierung noch stärker anerkannt, kommuniziert und die Zuweisung der Fördermittel danach ausgerichtet werden. Dazu zählt auch, das Verbandsgebiet der gesamten Schwäbischen Alb einschließlich Teilen der Landkreise Esslingen und Göppingen zu berücksichtigen und dieses entsprechend statistisch zu erfassen. In diesem Zusammenhang sollte von Seiten des Landes eine klarere tourismus-geografische Aufteilung Baden-Württembergs vorgenommen werden.

Die Mittelerhöhung des Tourismusinfrastrukturförderprogramms auf sieben Millionen Euro ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Aus Sicht des Tourismusausschusses der IHK Reutlingen muss die Förderung der touristischen Infrastruktur allerdings insbesondere vor dem Hintergrund des starken Wettbewerbs mit den benachbarten Bundesländern noch weiter erhöht werden. Es ist wichtig, den Gästen flächendeckend ein qualitativ hochwertiges und vielseitiges Angebot zu bieten. Daher sollte die Höhe der zu erhaltenden Zuschüsse künftig nicht mehr an die Zertifizierung als Kur- oder Erholungsort gebunden sein.

Effiziente touristische Strukturen und Kooperationen

Für die touristischen Akteure der Region Neckar-Alb ist es ein entscheidender Erfolgsfaktor, dass sie sich zur Schwäbischen Alb bekennen und ihre Aktivitäten unter dieser touristischen Dachmarke klar regeln und aufeinander abstimmen. Auf diese Weise können konkurrenzfähige Projekte angestoßen und Synergieeffekte erzielt werden. Insbesondere für die Arbeit des Schwäbischen Alb Tourismusverbandes ist es wichtig, dass die begrenzten finanziellen Mittel gebündelt werden. Nur so ist es möglich, die Destination erfolgreich zu vermarkten und diese im nationalen und internationalen Wettbewerb der Tourismusregionen sichtbar darzustellen. Für die erfolgreiche Vermarktung der Destination braucht es außerdem eine stringente und destinationsübergreifende Strategie. Diese darf sich nicht an Gemeinde oder Landkreisgrenzen ausrichten, sondern muss die Stärken der Destination klar herausarbeiten und die gesamte Customer Journey des Gastes im Blick haben.

Impuls an die Politik

Die Landesfördermittel, die der Schwäbische Alb Tourismusverband für die Vermarktung der touristischen Dachmarke erhält, sind seit Jahren auf einem konstanten Niveau eingefroren und sollten vor diesem Hintergrund dynamisiert werden.

Tourismusfördermittel und Marketingmittel des Landes müssen an Kooperationsprojekte vergeben werden, die sich unter dem Dach touristischer Marken oder Erlebnismarken positionieren und an den übergeordneten Marketingstrategien ausrichten. Ein wichtiges Instrument hierfür ist das Tourismuskonzept des Landes, das derzeit fortgeschrieben wird. Hier gilt es, die Anliegen der Tourismuswirtschaft praxisorientiert aufzunehmen. Außerdem sollte die Aufgabentrennung zwischen Land, Region, Kreis und Kommunen klarer im Tourismuskonzept festgehalten werden.

Fachkräftesicherung mit Hilfe von Aus- und Weiterbildung

Tourismus ist nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, sondern aufgrund der hohen Arbeitsintensität ebenso ein Beschäftigungsmotor, der insbesondere auch im ländlichen Raum standortgebundene Arbeitsplätze schafft. Der demographische Wandel sowie der Konkurrenzdruck aus anderen Wirtschaftszweigen machen es immer problematischer, offene Stellen adäquat zu besetzen. Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, dass die Unternehmen sich mit Hilfe der dualen Berufsausbildung ihren eigenen Fachkräftenachwuchs schaffen und den bestehenden Mitarbeiterstamm mit Hilfe von Weiterbildungsmaßnahmen für neue Aufgaben qualifizieren. Ganz nach dem Motto: Der Auszubildende von heute ist die Fachkraft von morgen.

Impuls an die Politik

Eine qualitativ gute Ausbildung bindet die Auszubildenden langfristig an den Betrieb. Deshalb gilt es, durch die Politik Rahmenbedingungen zu schaffen, die die duale Berufsausbildung attraktiv und wettbewerbsfähig aufstellen. Dies ist nur möglich, wenn das Land insbesondere den Berufsschulen die entsprechenden finanziellen Mittel zur Verfügung stellt und damit ebenso wie die Landkreise als Träger der Berufsschulen seiner Verantwortung gerecht wird.

Derzeit verändern die Möglichkeiten der Digitalisierung die Arbeitsweise und -abläufe in der Tourismusbranche. Hierauf muss auf allen Ebenen der dualen Berufsausbildung reagiert werden. Es gilt, die Ausbildungsordnungen entsprechend anzupassen und digitale Kompetenzen explizit als Lernziel einzuführen. Damit die entsprechenden Lehrinhalte vermittelt werden können, muss in den Berufsschulen die entsprechende digitale Ausstattung und Infrastruktur zur Verfügung gestellt werden. Das im Rahmen der Digitalisierungsstrategie des Landes gestartete Projekt „Schule und Wirtschaft 4.0“, das von den Landkreisen als Schulträger aufgegriffen wird, ist ein Schritt in die richtige Richtung. Darüber hinaus sollten aber die digitalen Konzepte noch weiterentwickelt und die Lehrkräfte mit Hilfe von entsprechenden Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich der digitalen Bildung geschult werden.

Der Tourismussektor lebt von seinem internationalen Charme. Daher sollten Auslandsaufenthalte - so wie sie im Studium bereits fast selbstverständlich sind - auch stärker in der dualen Berufsausbildung verankert werden. In diesem Zusammenhang sollten bereits bestehende Programme wie "Go For Europe" oder "Erasmus+" bekannter gemacht werden.

In der arbeitsintensiven Tourismusbranche sollte die Beschäftigung von beruflich qualifizierten Fachkräften aus dem Ausland vereinfacht werden. Ein wichtiger Baustein zur Verbesserung der Fachkräftesituation wäre, die Positivliste der Engpass-Berufe um

die gastgewerblichen Berufe zu erweitern. Insbesondere im Bereich der gastgewerblichen Berufe bietet die Branche Menschen mit Migrationshintergrund häufig eine gute berufliche Perspektive. Vor diesem Hintergrund spricht sich der Tourismusausschuss der IHK Reutlingen für die Schaffung eines transparenten Zuwanderungssystems aus, das auf Kriterien wie Qualifikation, Berufserfahrung, Alter und Nachfrage basiert.

Die Qualität in der Ausbildung muss nach wie vor ein zentrales Anliegen der Branche sein.
Die DEHOGA Initiative

„Das Ausbildungsversprechen – Für hohe Qualität in der Ausbildung“ setzt hier die richtigen Impulse. Aus Sicht des Tourismusausschusses der IHK Reutlingen sollte die Landesregierung eine Imagekampagne unterstützen, um mehr Unternehmen für diese Initiative zu gewinnen.

Bürokratieabbau – Mehr Markt und weniger Regulierung im Tourismus

Die Tourismusbranche ist geprägt von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die serviceorientierte Branche ist im besonderen Maß durch eine Vielzahl von bürokratischen Vorschriften und Dokumentationspflichten belastet. Hierzu zählen unter anderem:

- Arbeitszeitdokumentation
- Auflagen des Brandschutzes und Baurechtes
- Dokumentationspflichten zum Beispiel im Bereich der Lebensmittelhygiene und der Allergenkennzeichnungen
- Erstellung und Dokumentation von Hygienekonzepten
- jährliche HACCP-Schulungen und betriebliche Eigenkontrollen
- Mitarbeiterbelehrungen gemäß des Infektionsschutzgesetzes
- Anforderungen der Datenschutzgrundverordnung
- Auflagen der neuen EU-Pauschalreiserichtlinie

Aufgrund hoher bürokratischer Belastungen fehlt den Unternehmerinnen und Unternehmern oft die Zeit, um wichtige Investitionen in die eigenen Häuser sowie moderne und innovative Betriebskonzepte zu planen. Außerdem benötigen insbesondere die Hoteliers- und Gastronomen dringend größeren Freiraum, um sich auf die serviceorientierte Arbeit mit den Gästen konzentrieren zu können.

Impuls an die Politik

Die bürokratischen Belastungen sind auf ein notwendiges und im Tagesgeschäft handhabbares Maß zu reduzieren. Es gilt, verlässliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die den Betrieben langfristige Planungssicherheit ermöglichen. Dafür braucht es Dokumentationspflichten, Kontrollen und einen Verbraucherschutz mit Augenmaß. Insbesondere entsprechen die zu eng gefassten Arbeitszeitregelungen nicht der Lebenswirklichkeit moderner Hotellerie- und Gastronomiekonzepte. Der IHK-Tourismusausschuss spricht sich daher dafür aus, innerhalb einer durchschnittlichen wöchentlichen Höchst Arbeitszeit eine höhere Arbeitszeitflexibilität zu ermöglichen.

In Deutschland gilt seit dem Jahr 2015 das „One in, one out Prinzip“. Diese generell richtige Regel gilt es noch konsequenter insbesondere auch im Bereich des Gaststätten- und Hygienerechts sowie beim Verbraucherschutz anzuwenden.

Bei Gesetzgebungsverfahren auf EU-, Bundes- und Landesebene muss stärker darauf geachtet werden, dass neue Regelungen möglichst unbürokratisch und für die Unternehmen leicht umzusetzen sind. Wichtig ist, dass nationale Gesetzesvorgaben nicht über die Zielsetzungen der europäischen Vorgaben hinausgehen. Außerdem gilt es zu prüfen, inwiefern bürokratische Informations- und Dokumentationspflichten, die insbesondere das Hotel- und Gastgewerbe belasten, durch digitale Lösungen vereinfacht oder sogar abgeschafft werden können. Ein Schritt in die richtige Richtung ist die langfristig absehbare Einführung des digitalen Meldescheins.

Digitalisierung im Tourismus – innovativer Wachstumstreiber für die Branche

Online-Suchmaschinen, Reise-Apps, Datenbrillen für den virtuellen Urlaub – die Digitalisierung verändert die Reisewelt. Digitale Prozesse lösen alte Geschäftsmodelle ab und brechen Strukturen beim Buchungs- und Konsumverhalten auf. Darüber hinaus schaffen Gästekarten die Voraussetzung für moderne Formen des Destinationsmanagements. Mit Hilfe der durch die Karten gewonnenen Daten können z. B. Gästeströme je nach Nachfrage oder Wetterlage gelenkt werden und multidimensionale Formen des Marketings und der Kundenansprache sind möglich.

Gerade jedoch kleine und mittelständische Tourismusunternehmen stellen die neuen Möglichkeiten vor große Herausforderungen, da sie nicht über die personellen und finanziellen Ressourcen oder das notwendige Know-how verfügen, um die neuen Medien gewinnbringend einzusetzen. Zudem stoßen solche Betriebe gerade in ländlichen Bereichen auf besondere Schwierigkeiten, da dort die Versorgung mit schnellem Internet sowie die Abdeckung mit Mobilfunknetzen teilweise sehr schlecht bzw. kaum vorhanden ist.

Impuls an die Politik

Damit die Möglichkeiten der Digitalisierung in der gesamten Destination voll ausgeschöpft werden können, bedarf es einer flächendeckenden Versorgung mit schnellem Internet und mobilen Daten. Da sich viele touristische Attraktionen in ländlich geprägten Gebieten befinden, ist es insbesondere für die Tourismusbranche wichtig, dass weiterhin bestehende Versorgungsunterschiede zwischen „Stadt“ und „Land“ ausgeglichen werden. Der Tourismusausschuss der IHK Reutlingen spricht sich klar dafür aus, bei der dringend nötigen Versorgung mit schnellem Internet auf Glasfasertechnologie zu setzen, da derzeit nur diese Technologie die Nutzung der auch in Zukunft benötigten Bandbreiten garantiert.

Der Schwäbische Alb Tourismusverband prüft derzeit die Einführung einer umlagefinanzierten Gästekarte für die Schwäbische Alb. Aus Sicht des IHK-Tourismusausschusses handelt es sich dabei um ein optimales Instrument, um die Digitalisierung der gesamten Branche auf der Schwäbischen Alb voranzutreiben und die Aufenthaltsdauer der Gäste maßgeblich zu erhöhen. Der Tourismusausschuss der IHK Reutlingen spricht sich dafür aus, das Projekt „Gästekarte für die Schwäbische Alb“ mit Hilfe einer einmaligen Anschubfinanzierung zu unterstützen.

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Reutlingen
Ernst-Simon-Straße 10
72762 Reutlingen

Von der IHK-Vollversammlung am
10. April 2019 verabschiedet.

Redaktion und Text

Matthias Miklautz
Leiter IHK-Geschäftsstelle Zollernalbkreis
07121 201-265
miklautz@reutlingen.ihk.de

Titelfoto

Michael Hoppe - Fotolia.com