

Online-Panel Q1/19

Auf dem Weg zur nationalen Tourismusstrategie

Worum geht's?

- Zum Aufbau eines am Bedarf des mittelständischen Tourismusgewerbes ausgerichteten Informationsangebotes führt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes quartalsweise Onlinebefragungen mit touristischen Unternehmen und Organisationen durch.
- Um die Aktivitäten des Kompetenzzentrums bedarfsgerecht zu gestalten, wird ein differenziertes Meinungsbild der deutschen Tourismuswirtschaft eingeholt
- Die Befragungsinhalte orientieren sich somit an den Aufgaben des Kompetenzzentrums sowie an den Bedarfen der Branche
- Themen:
 - „Mediennutzung im Tourismus“
 - „Innovationsförderung“
 - „Veränderungen im Tourismus“
 - „Tourismus 2030“

Jetzt mitmachen
beim
Markt- und
Trend-Radar



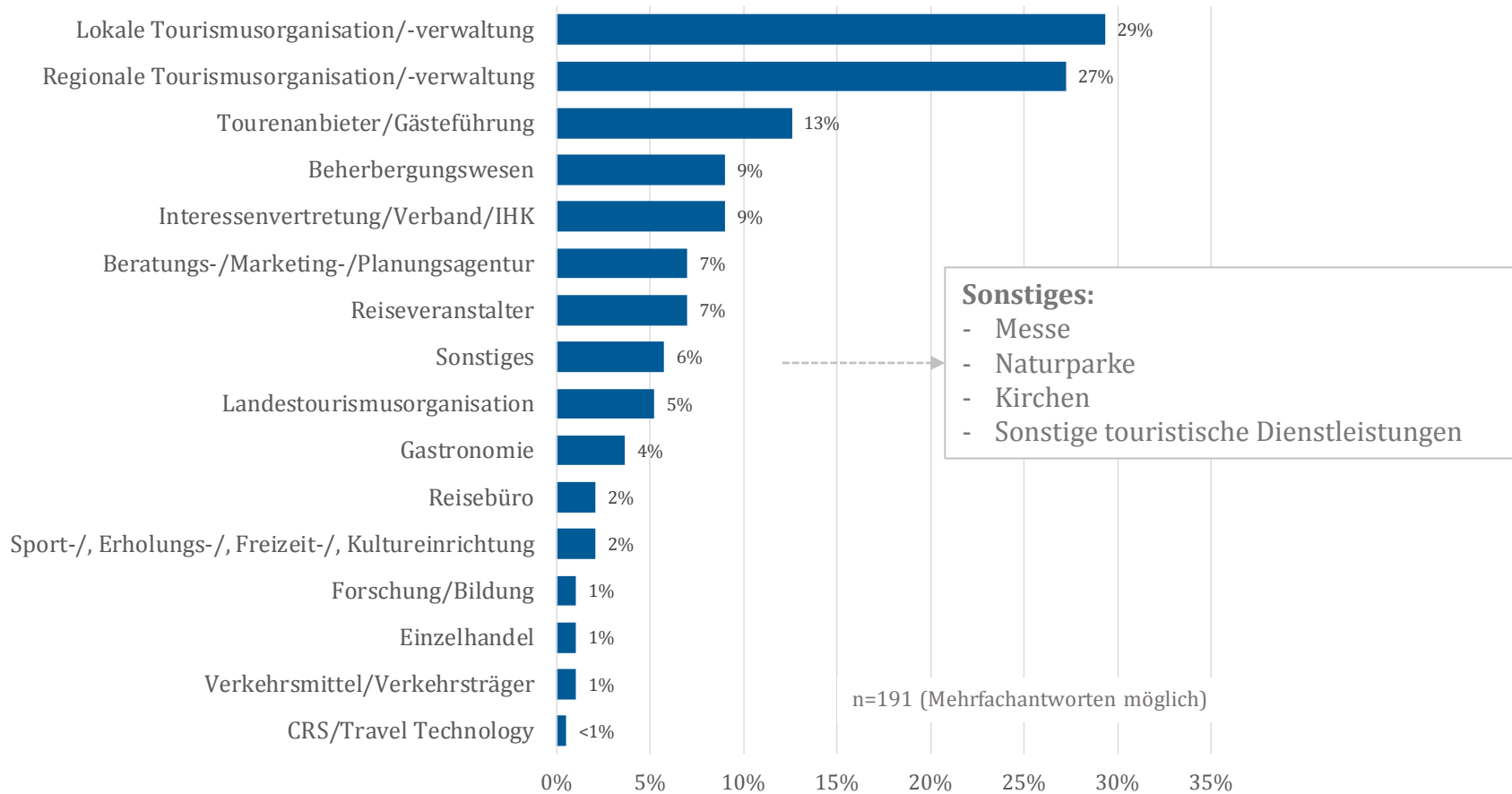
Weitere Informationen unter: www.kompetenzzentrum-tourismus.de/wissen/online-panel

Datenbasis – Online-Panel Q1/19

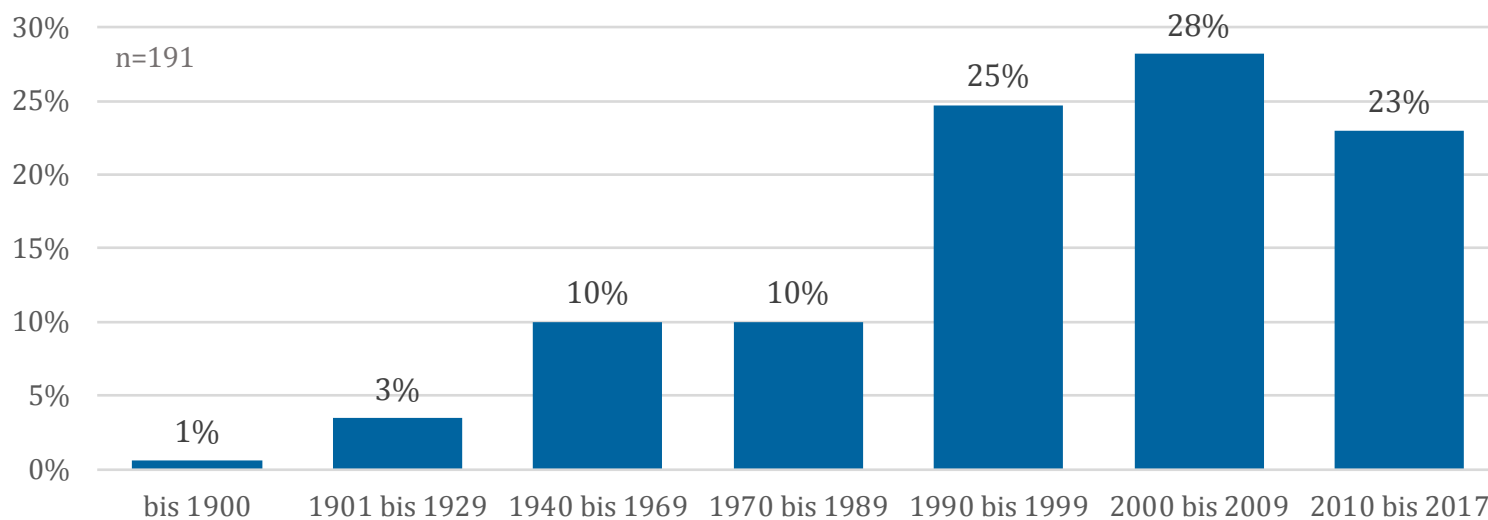
Onlinepanel – Datenbasis Q1/2019

- Valide Fälle: 191
- Befragungszeitraum: 13.02. - 05.03.2019

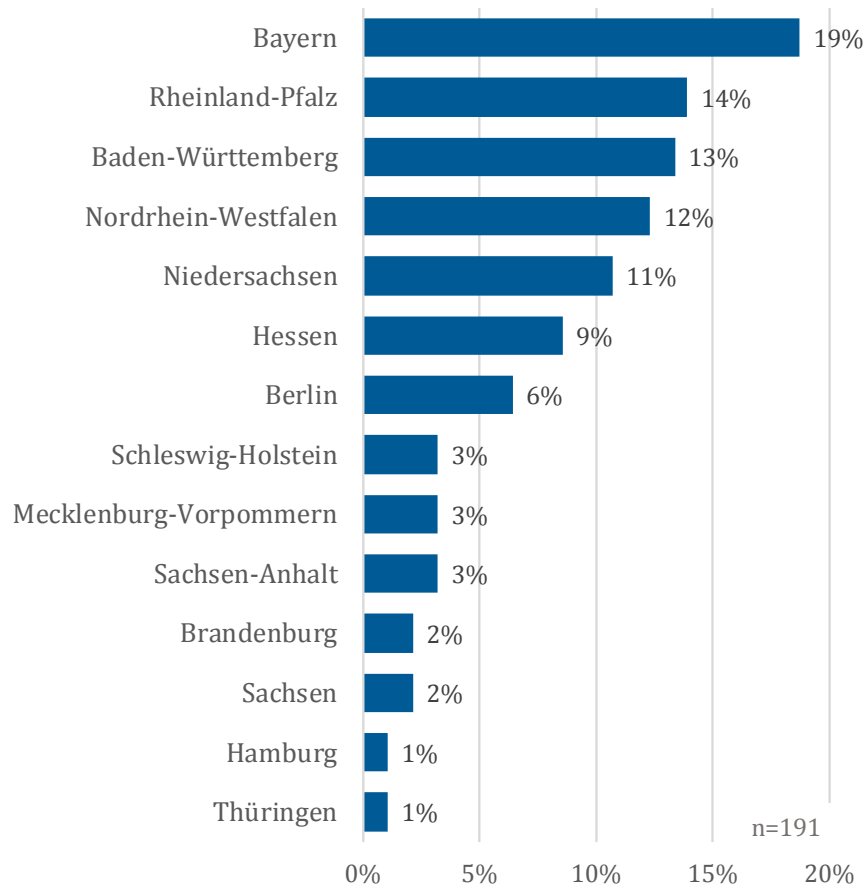
Vertretene Branchen



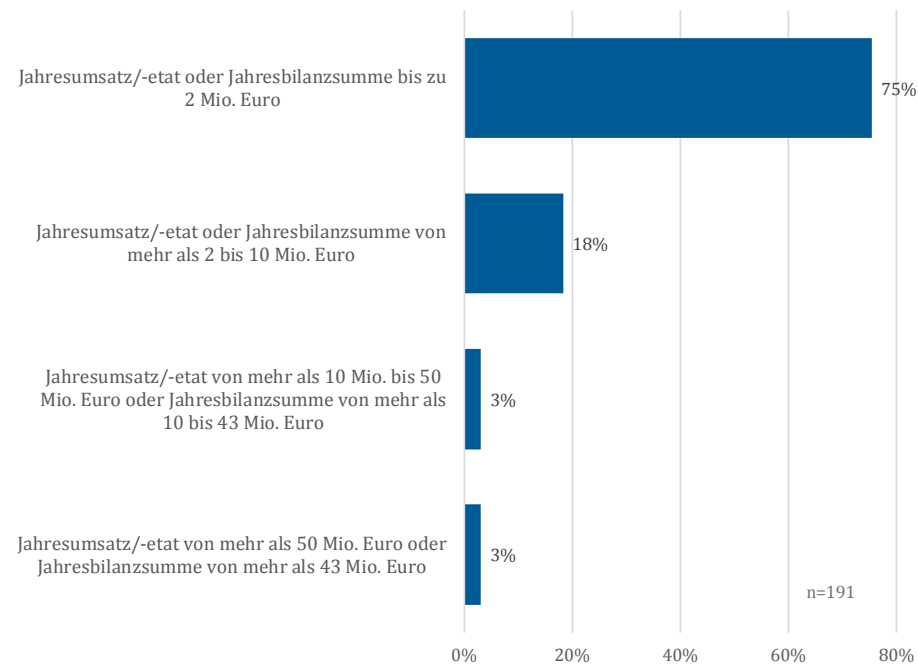
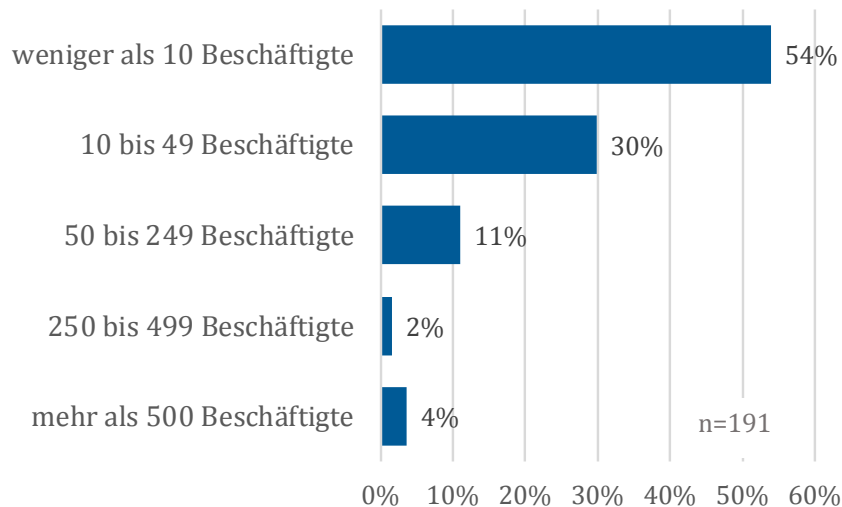
Gründungsjahr der Betriebe



Geschäftssitz der Betriebe



Größe der Betriebe



Anzahl der Geschäftsstandorte

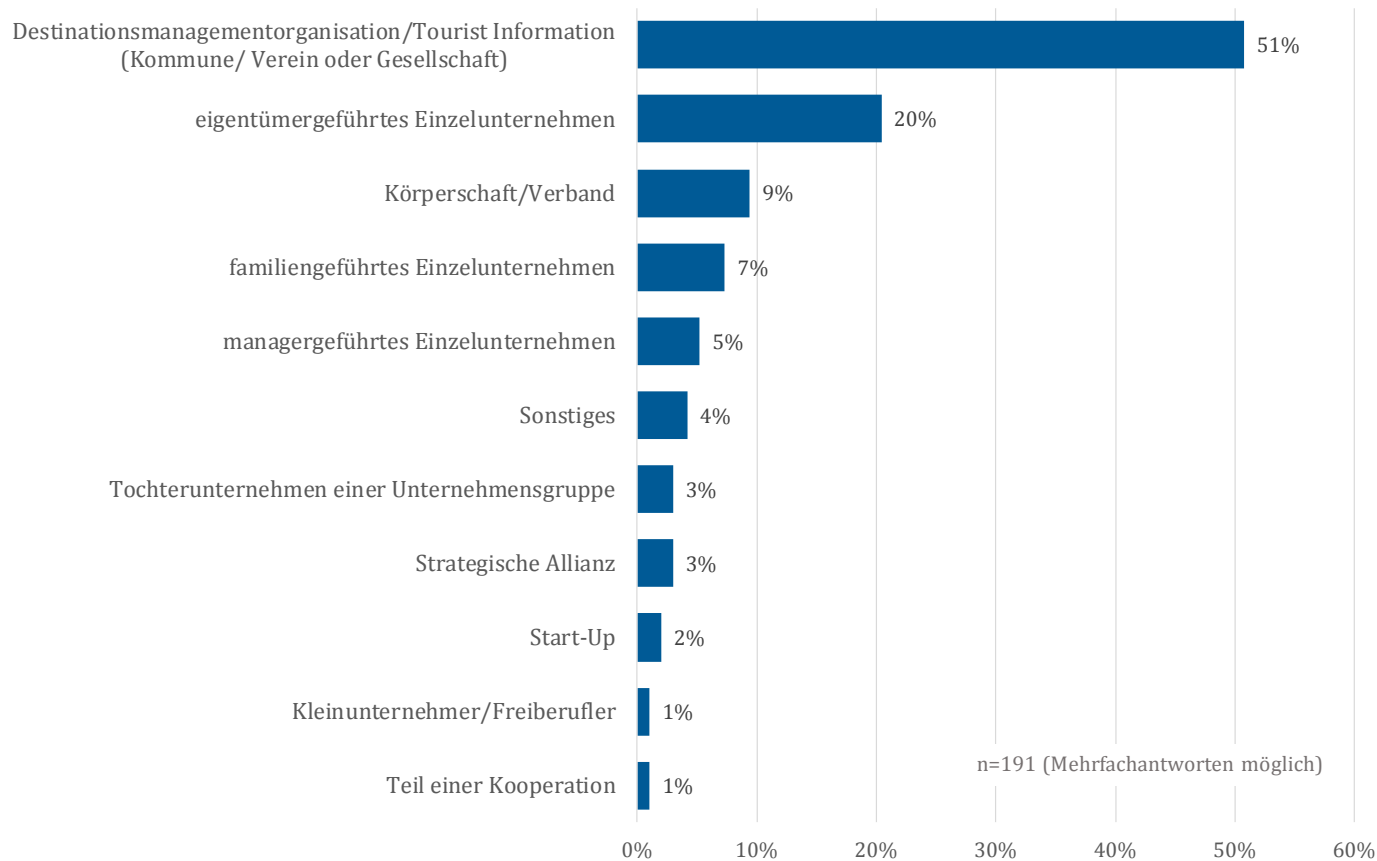
■ Inland

- 83% der Betriebe haben einen Geschäftsstandort im Inland
- 9% der Betriebe haben zwei Geschäftsstandorte im Inland
- 8% der Betriebe haben mehr als zwei Geschäftsstandorte im Inland

■ Ausland

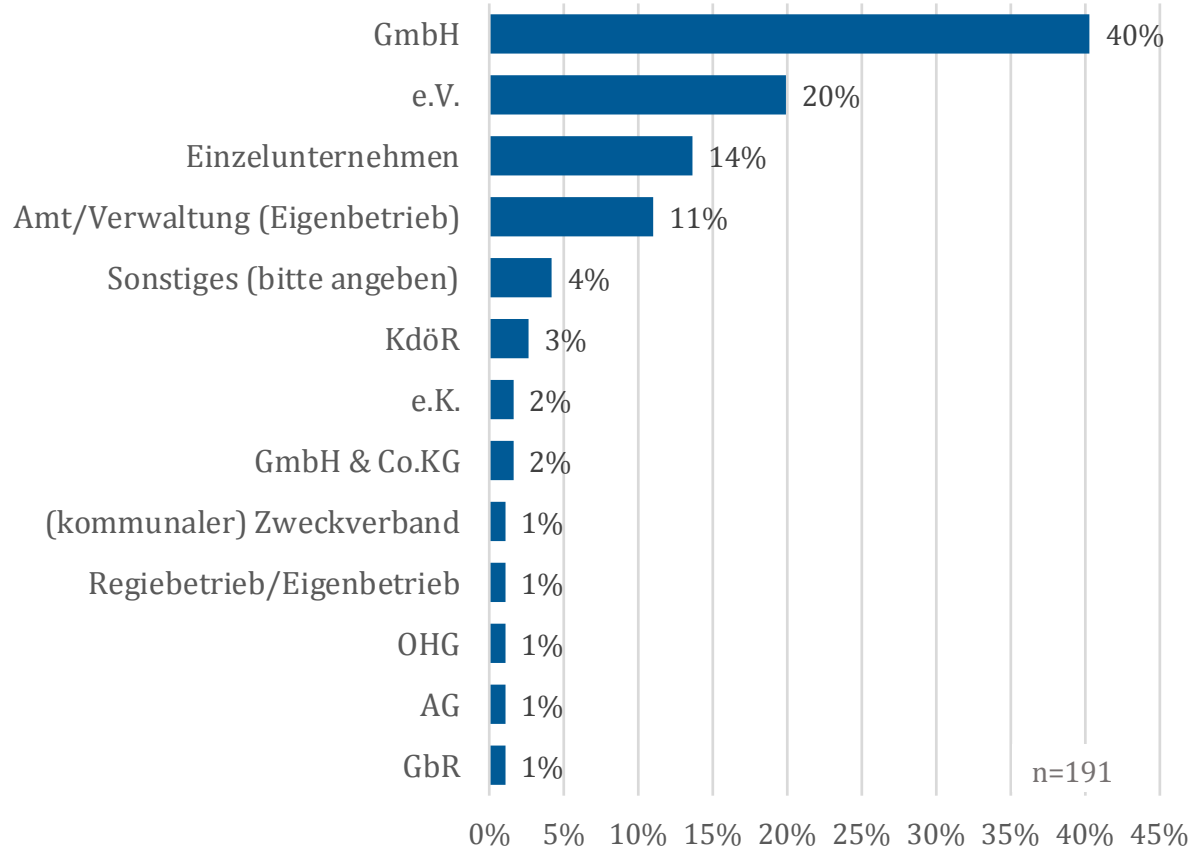
- 88% der Betriebe haben keinen Geschäftsstandort im Ausland
- 12% haben mindestens einen Geschäftsstandort im Ausland

Betriebsform

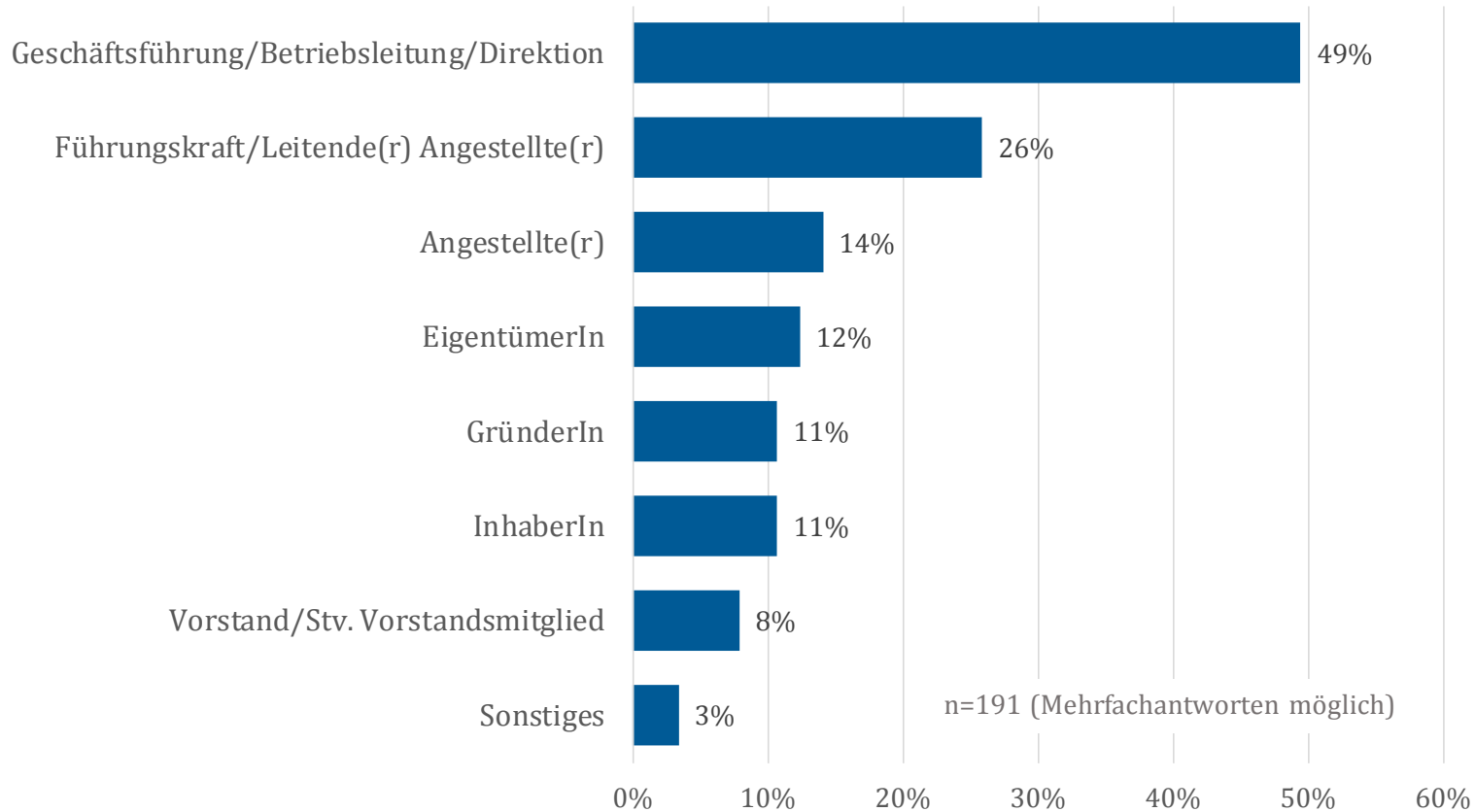


n=191 (Mehrfachantworten möglich)

Rechtsform der Betriebe

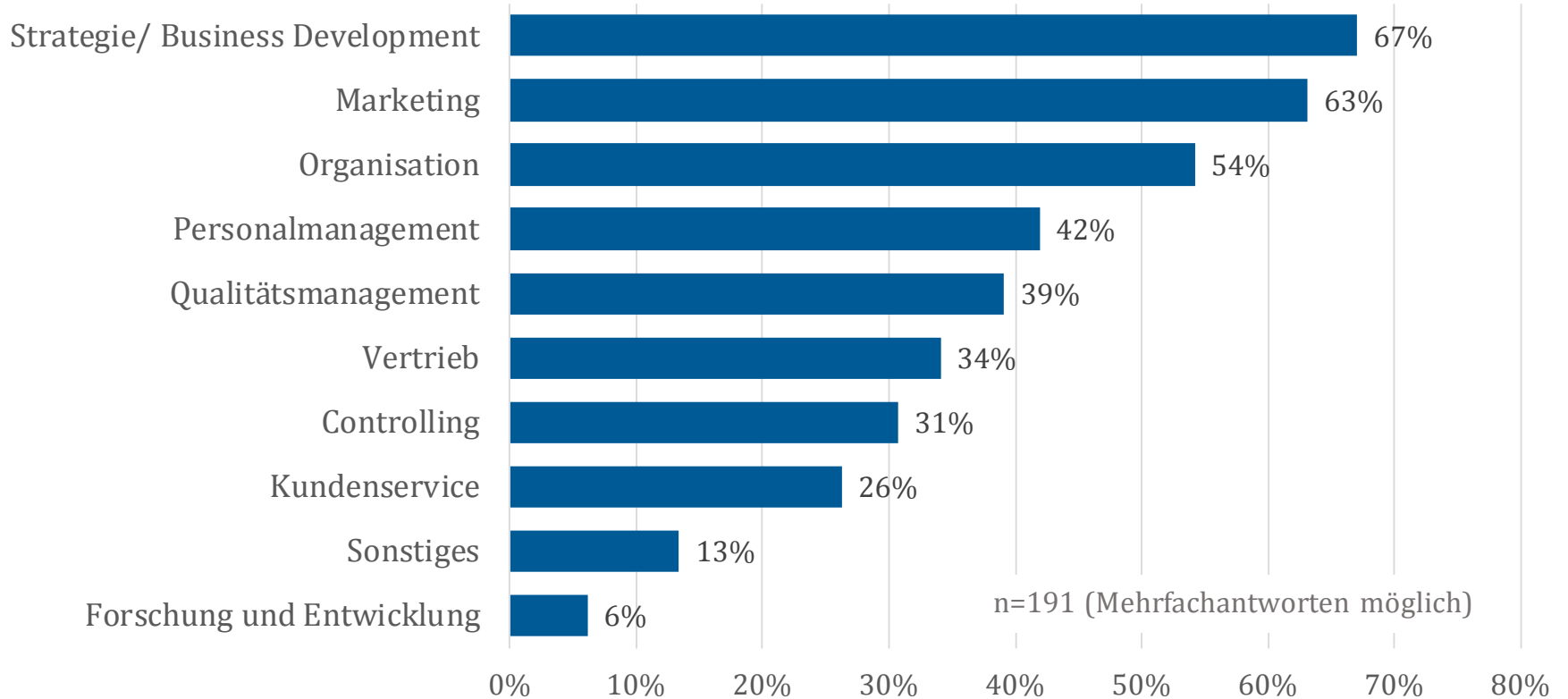


Position der Befragten im Betrieb



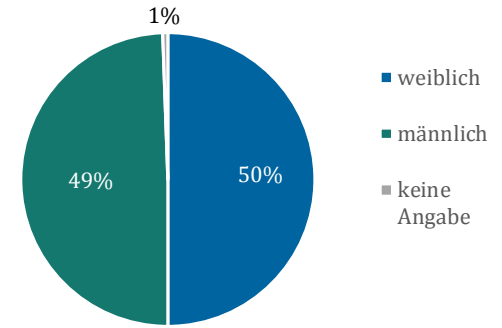
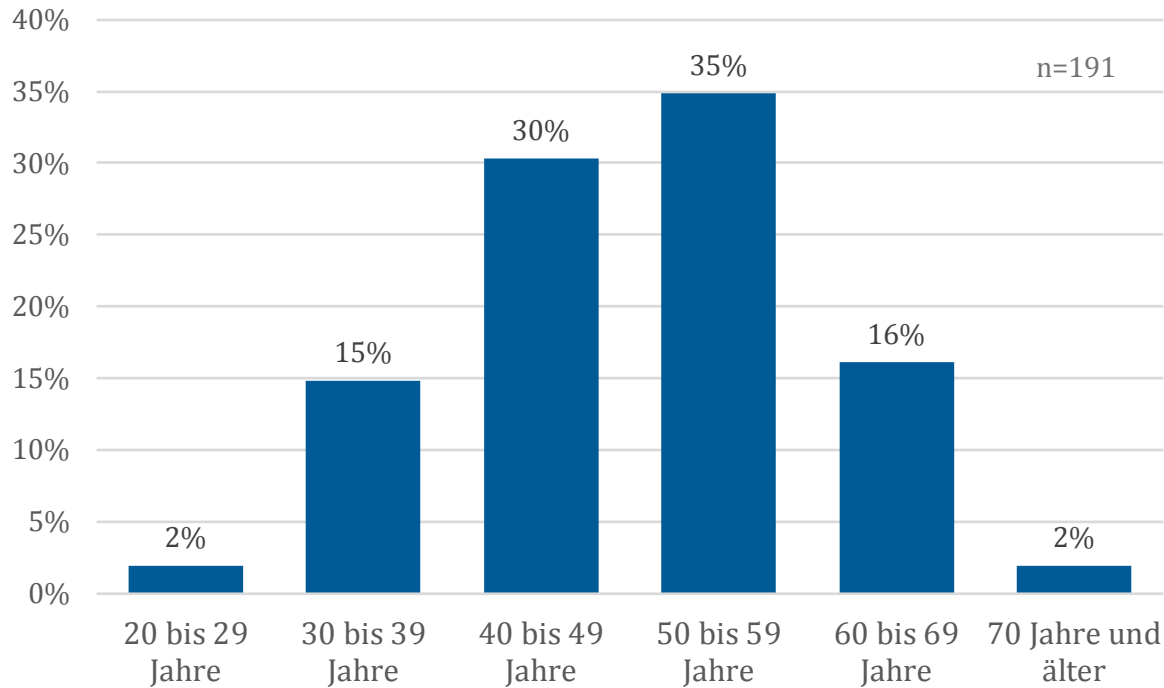
Aufgabenbereiche der Befragten

☞ Angabe von 3,8 Aufgabenbereichen

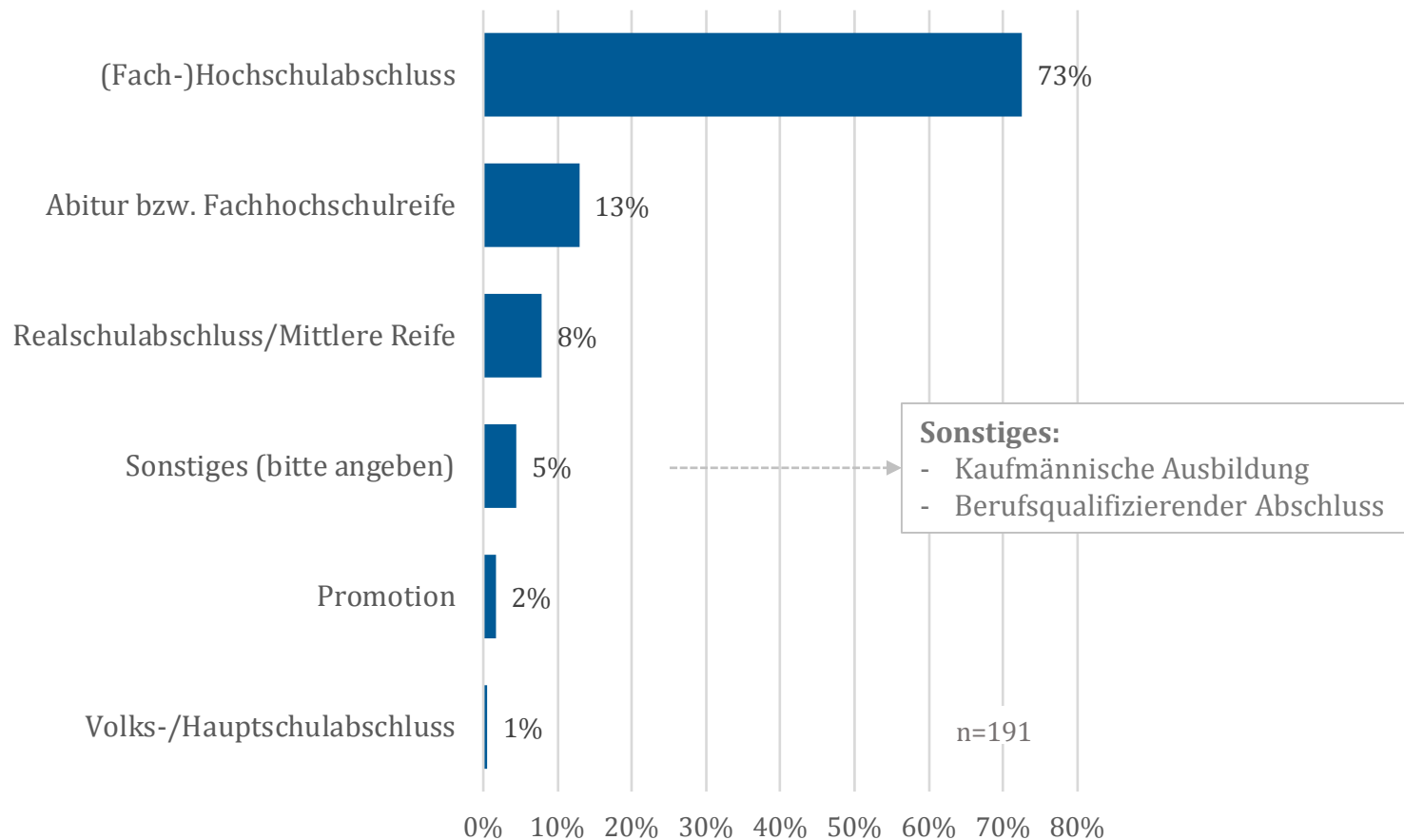


Alter und Geschlecht der Befragten

Ø = 50 Jahre

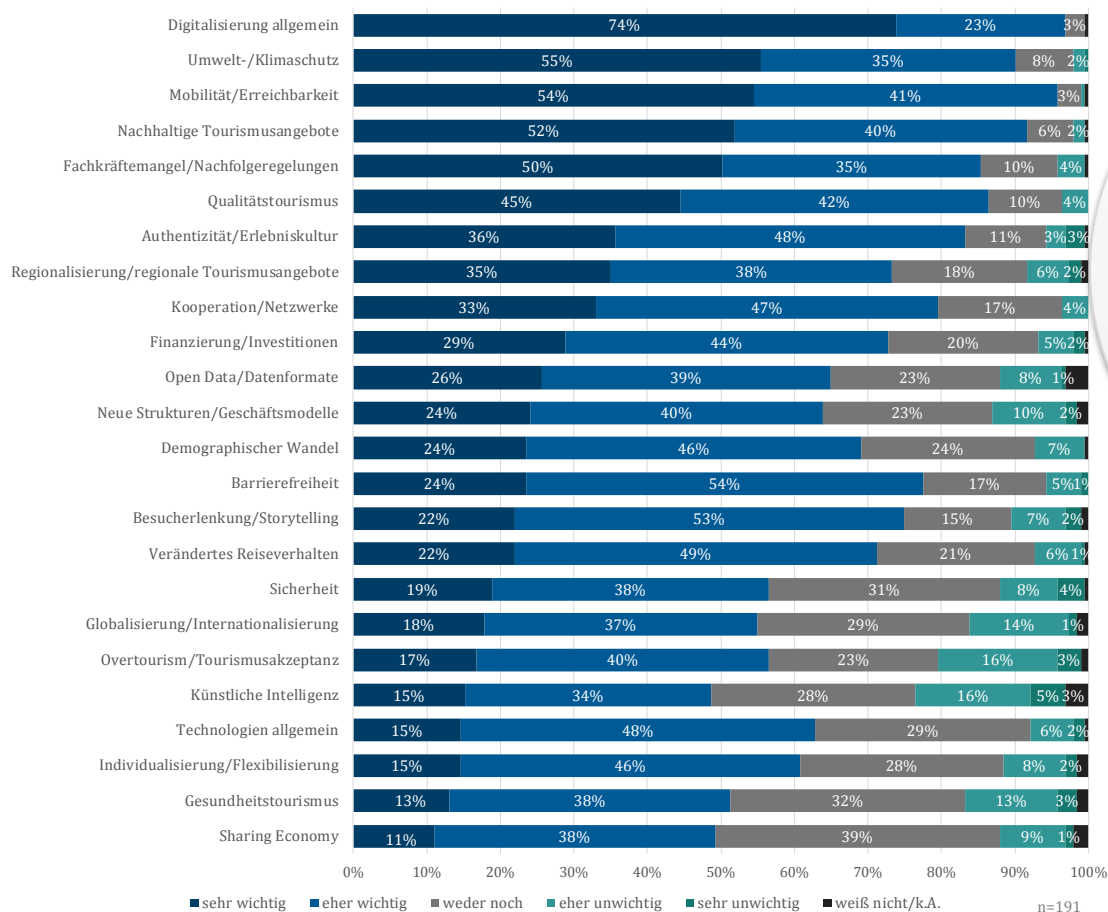


Höchster Bildungsabschluss der Befragten



Häufigkeiten – Online-Panel Q1/19

Trendthemen Tourismus 2030



In der letzten Befragung des vergangenen Jahres haben wir nach ‚Trendthemen des Tourismus 2030‘ gefragt. Bitte geben Sie an, wie relevant Sie die genannten Themen für eine Behandlung innerhalb einer bundesweiten Strategie einschätzen. (Die Reihenfolge der Nennungen ist nicht als Rangordnung zu verstehen).

Dringlichkeit der Themen (Mittelwerte)

Digitalisierung allgemein	4,15
Umwelt-/Klimaschutz	5,23
Nachhaltige Tourismusangebote	5,57
Mobilität/Erreichbarkeit	5,77
Fachkräftemangel/Nachfolgeregelungen	6,17
Qualitätstourismus	7,62
Authentizität/Erlebniskultur	8,06
Individualisierung/Flexibilisierung	8,53
Overtourism/Tourismusakzeptanz	9,26
Globalisierung/Internationalisierung	9,49
Open Data/Datenformate	10,00
Verändertes Reiseverhalten	10,12
Barrierefreiheit	11,04
Neue Strukturen/Geschäftsmodelle	11,08
Regionalisierung/regionale Tourismusangebote	11,15
Demographischer Wandel	11,21
Kooperation/Netzwerke	11,94
Technologien allgemein	11,97
Finanzierung/Investitionen	12,18
Künstliche Intelligenz	12,23
Besucherlenkung/Storytelling	12,40
Sicherheit	12,45
Gesundheitstourismus	13,72
Sharing Economy	15,35

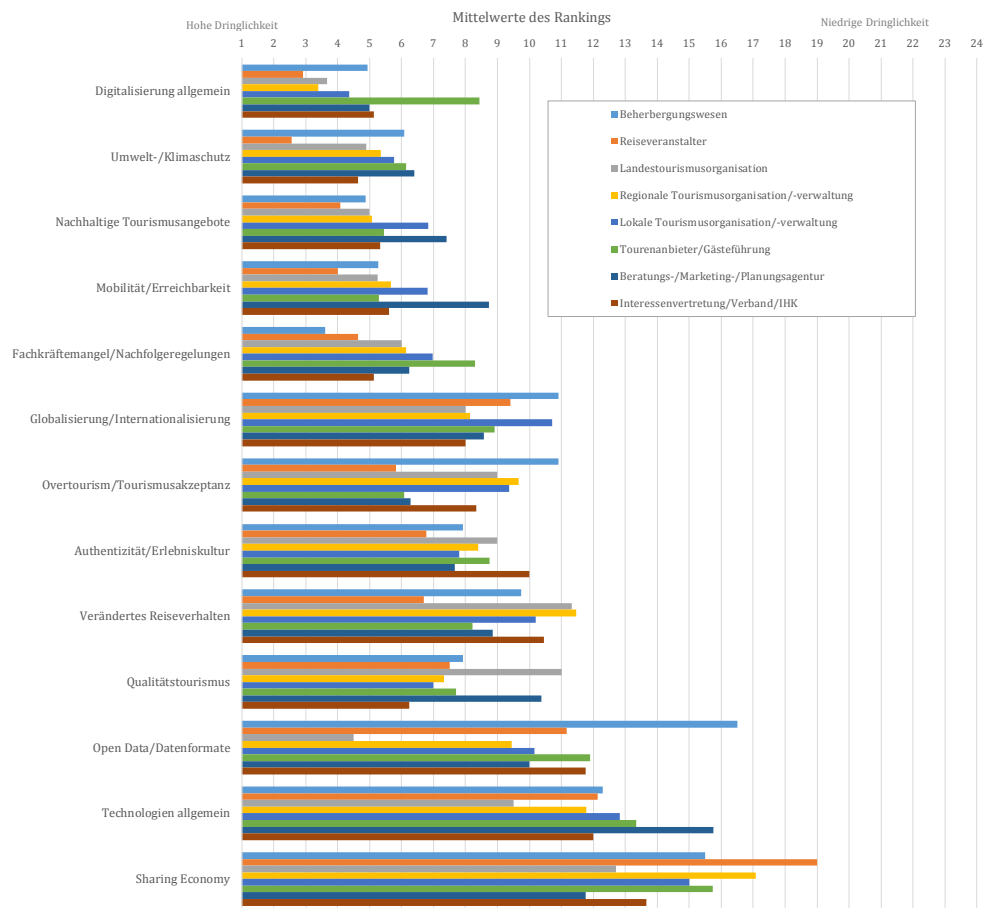
Welche Themenfelder sind Ihrer Meinung nach am dringlichsten? Bitte priorisieren Sie die von Ihnen als wichtig eingestuften Themenfelder für die Nationale Tourismusstrategie. (Alle TOP 2 Themen werden automatisiert abgefragt)



Sonstiges...

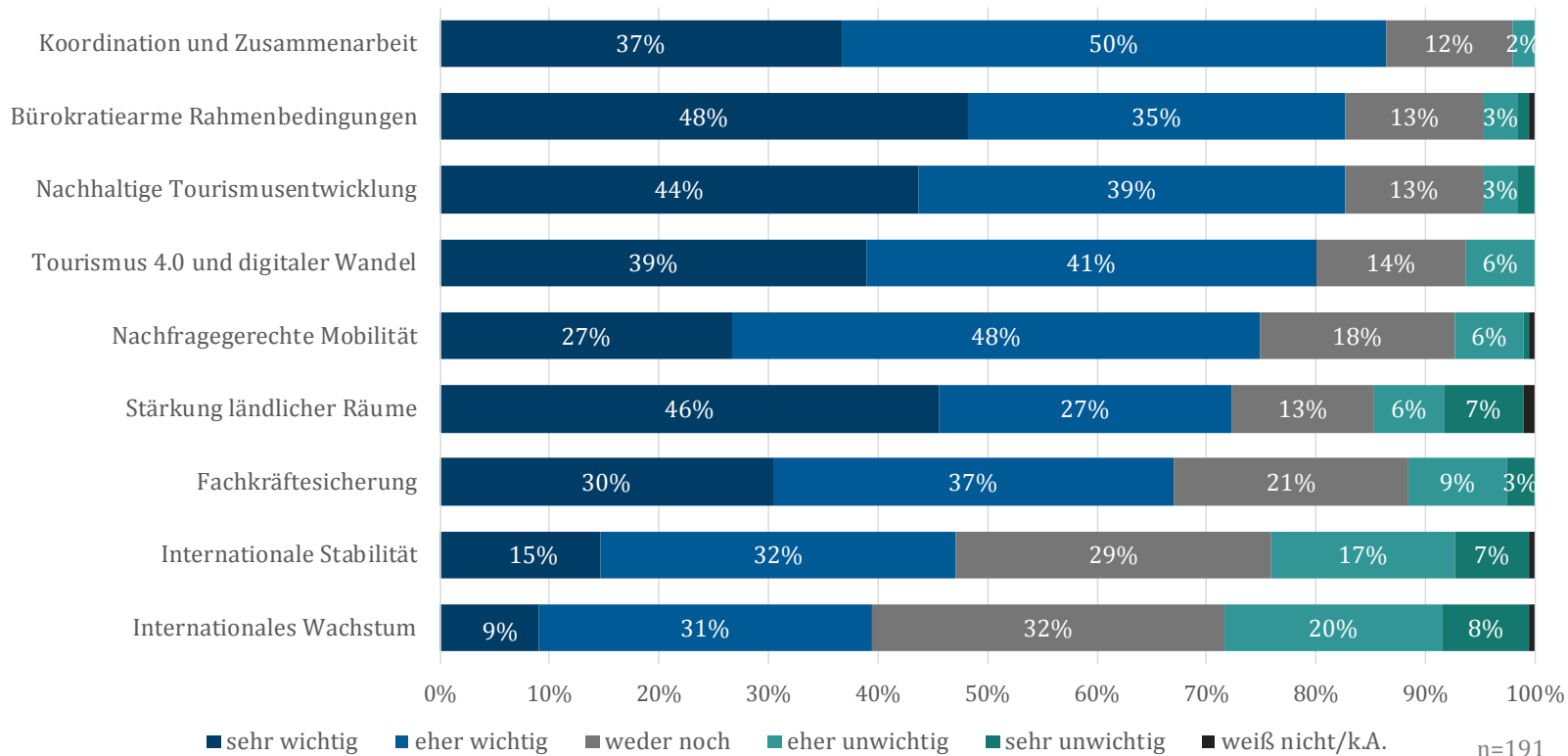
- Anpassungsstrategien
- Besteuerung, Versicherungsrechtliche Fragen bei Sharing Economy
- Bürokratieabbau/better regulation/Gesetzgebung auf nationaler und EU-Ebene
- Digitalisierung ist sehr wichtig, jedoch gewinnt die bewusste Auszeit (Abschalten statt always on) meiner Einschätzung nach zunehmend an Bedeutung
- Entlastung der touristischen Anbieter, insbesondere Gastronomie, von administrativem Aufwand
- Koordinierung zwischen den Bundesressorts und mit den Ländern
- Menschenrechte/Arbeitsbedingungen
- Neue Ideen! - Qualität der Beratung und Berater! - Absicherung und Vereinfachung von Strukturen! - Stärkung der DZT! -
- Radtourismus
- Service und Qualität, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen
- Stärkung des Tourismus (insbes. Gastgewerbe) als attraktive Berufsalternative für Berufsanfänger und Gründer, Bürokratieabbau, Infrastrukturausbau (Verkehr, touristische Infrastruktur, digitale Infrastruktur als Standortfaktor für Gäste UND qualifizierte Arbeitnehmer), Nord-Süd-Gefälle in der internationalen Wahrnehmung: Deutschland ist nicht nur Bayern und Oktoberfest, sondern auch Watt, Strandkorb, Krabbenbrötchen, Heidewanderung, ...
- Steuererleichterungen , Gewerbesteuerhinzurechnung ist ein Unding!
- Tourismus und Standortmarketing
- Tourismusgesetz und klare Kompetenzen
- Touristische Aus- und Weiterbildung, lebenslanges Lernen
- Verbesserung der Statistik, fehlende Informationen GG unter 10 Betten und (Fluss-) Kreuzfahrttourismus

Dringlichkeit der Themen im Branchenvergleich



Handlungsfelderrelevanz der Nationalen Tourismusstrategie (Non-Paper)

Welche Relevanz haben die nachfolgenden Handlungsfelder für Ihren Betrieb?

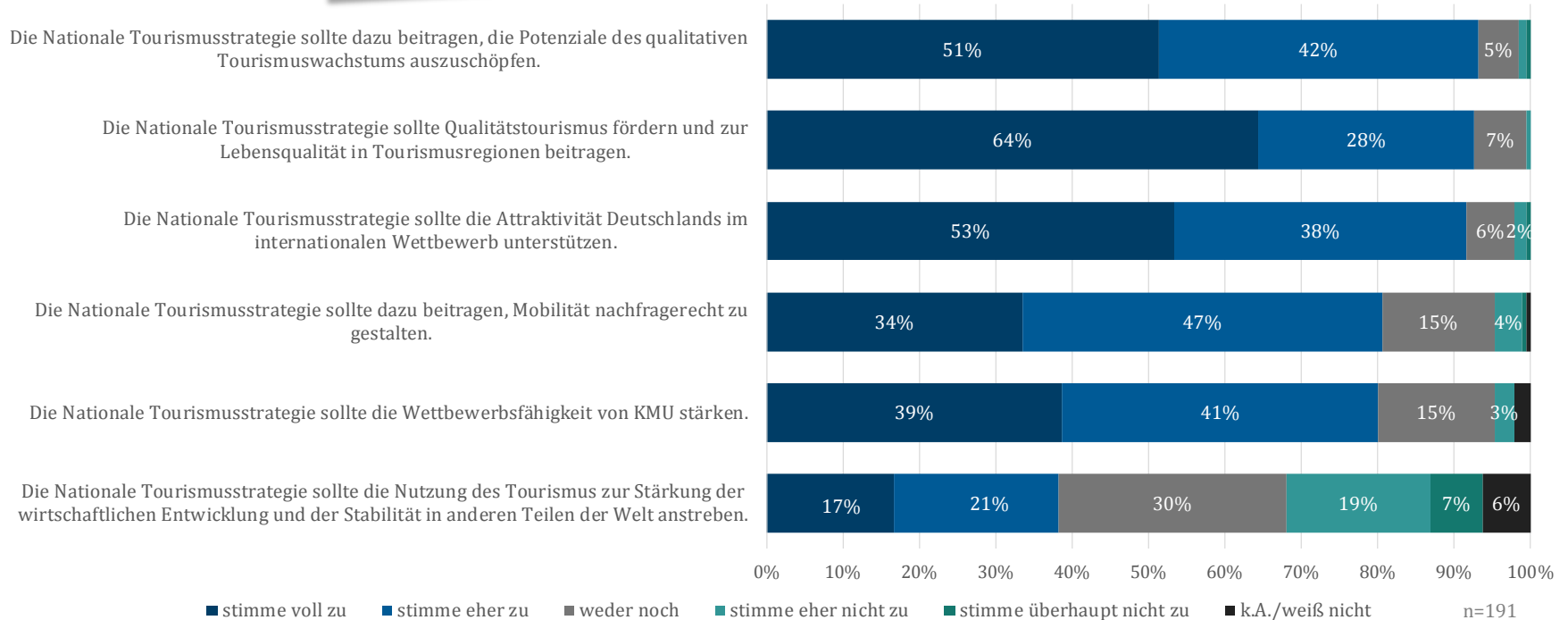


Vergleich der unterschiedlichen Betriebe

- Im Vergleich der Betriebsarten sind nur leichte Abweichungen hinsichtlich der Relevanz der Handlungsfelder zu erkennen, sodass sich je nach Betrieb eine unterschiedliche Priorisierung ergeben kann.
- Die Bedeutung der bürokratiearmen Rahmenbedingungen wird bspw. von Betrieben des Gastgewerbes, Kultureinrichtungen, Verkehrsträgern, Reiseveranstalter und Interessenvertretungen höher eingeschätzt als im Gesamtdurchschnitt, wohingegen die Relevanz von Tourismus 4.0 und digitalem Wandel von Tourismusregionen höher eingeschätzt wird als von anderen Betrieben.

Anforderungen der Nationalen Tourismusstrategie

Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach folgende Aussagen auf die Nationale Tourismusstrategie zu?

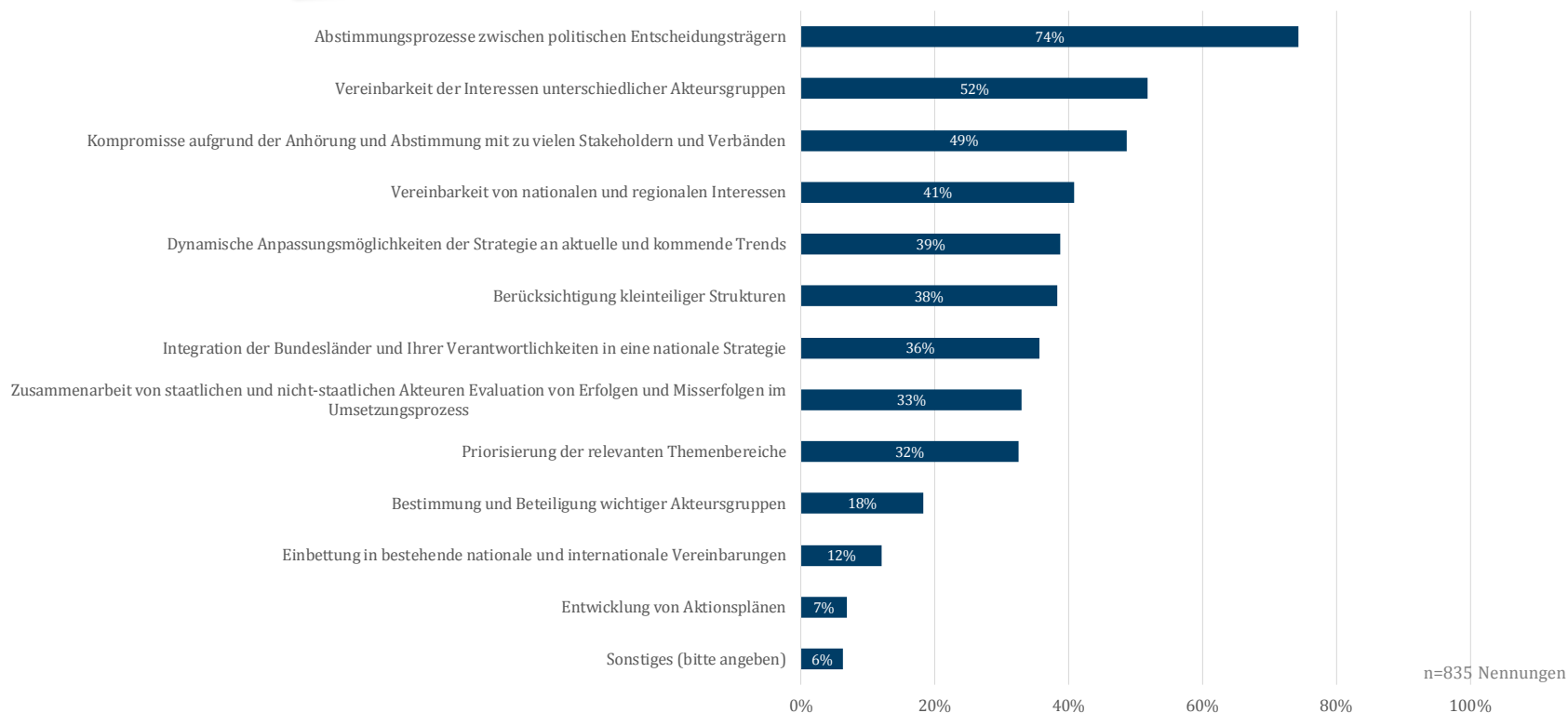


Sonstiges

- .. sollte zeitlich begrenzt/festgelegt werden. ... sollte Deutschland als Marke positionieren, national und weltweit (Markenstrategie)
- Bewusstsein für den Tourismus als Branche/Wirtschaftsfaktor stärken, Ressortübergreifende Zusammenarbeit verbessern
- Die Strategie sollte anwendbar/übertragbar auf die Tourismusorganisationen in den Bundesländern, Regionen und Kommunen sein
- Digitalisierung, Qualifizierung und Beschäftigung
- Obwohl weltweit aufgestellt, sollte Deutschland attraktiver dargestellt werden.

Konfliktfelder bei der Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie

Was sind Ihrer Meinung nach die größten Konfliktfelder bei der Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie? (Mehrfachantworten möglich)

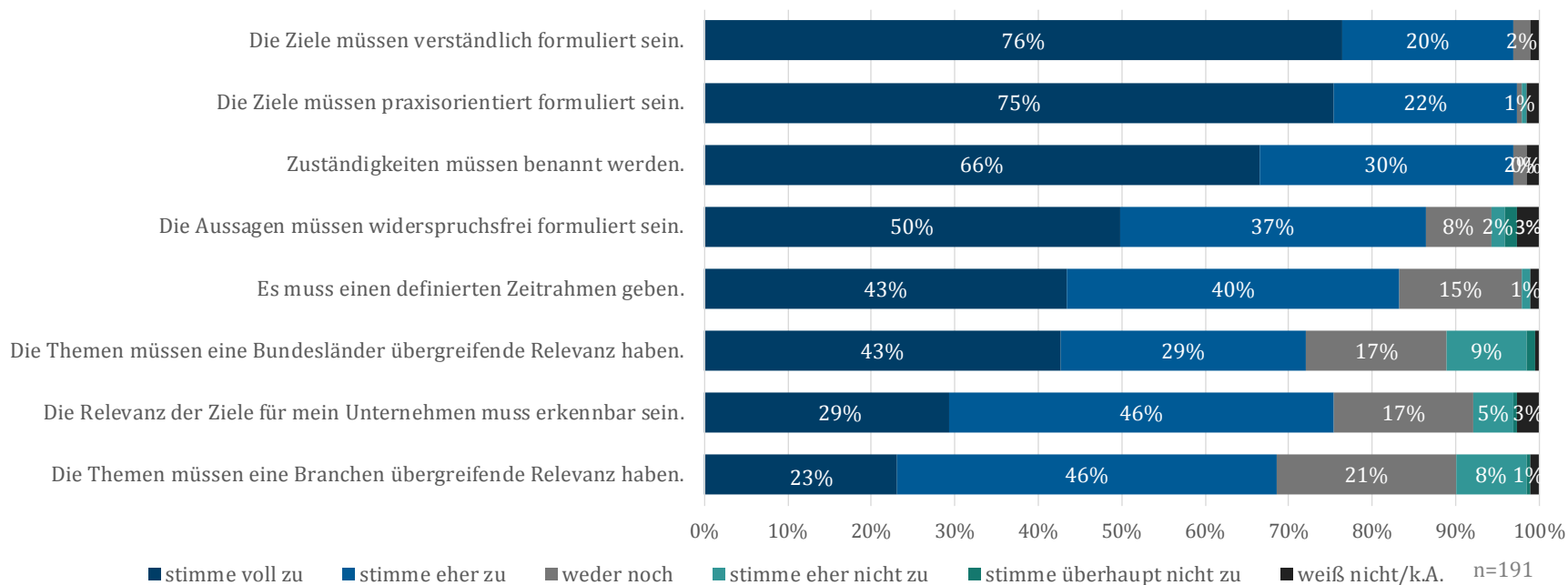


Sonstiges

- Die Trägheit und der mangelnde Entscheidungswille der Verantwortlichen
- Erarbeitung Handlungsregularien
- Erstellung durch die jahrzehntelang bekannten Akteure/Berater - da passiert nichts neues = Kompromiss und Wiederholungen
- Föderaler Ansatz und Ressortorientierung - Zentralisierung ist z.B. bei Förderung anzustreben, die vielen kleinteiligen Strukturen im Tourismus gilt es abzubauen, Tourismus als freiwillige Aufgabe der Kommunen gilt es aufzuheben, Wirtschaftsfaktor aus volkswirtschaftlicher Perspektive ermitteln
- Föderalismus, kleinteilige Strukturen im Tourismus, unterschiedliche Priorität i. d. Bundesländern
- Fokussierung auf Incoming statt Outgoing
- Geringe Bedeutung des Tourismus in der Gesellschaft
- Grundsätzlich werden Entscheidungen jeder Art zu lange hinausgezögert. Schleppende Entwicklung
- Heterogenität der Interessen
- hier kann ich leider keine Auskunft geben, da ich die internen Schwierigkeiten nicht kenne
- nicht sicher
- Viele Köche können auch den "Brei" verwässern.

Erwartungen an die Formulierungen der Nationalen Tourismusstrategie

Welche Erwartungen haben Sie an die Formulierungen der Nationalen Tourismusstrategie?

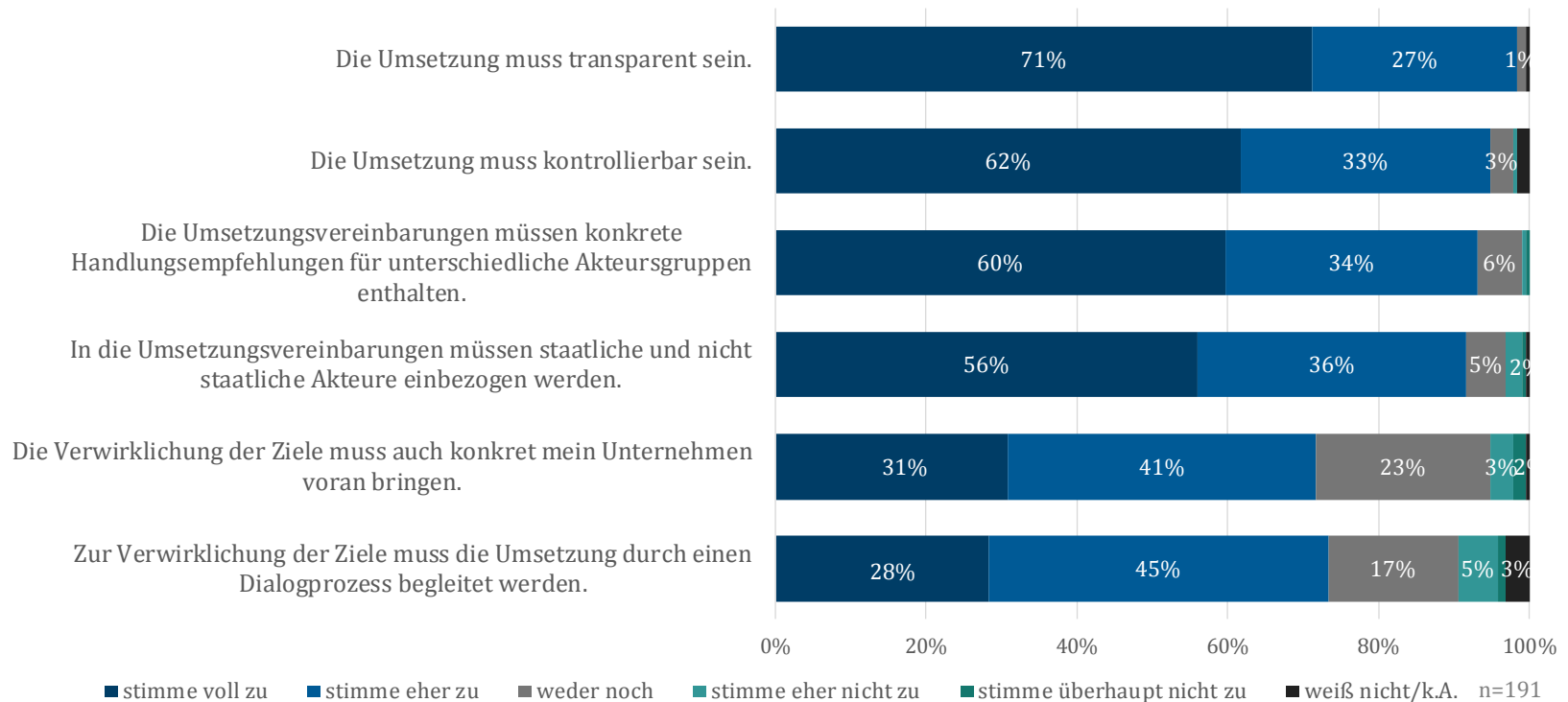


Sonstiges

- Die Strategie muss die Bedeutung des Tourismus in der Politik stärken.
- Touristische Branchen sind sehr unterschiedlich, daher differenzieren
- Ziele und ihre Erreichung kosten Geld - wer bezahlt was? - Festlegung von Tourismus(-förderung) als Pflichtaufgabe, staatlich und kommunal
- Greifbare und messbare Vorgaben und Handlungsfelder

Erwartungen an die Umsetzungsvereinbarungen der Nationalen Tourismusstrategie

Welche Erwartungen haben Sie an die Umsetzungsvereinbarungen der Nationalen Tourismusstrategie?



■ stimme voll zu ■ stimme eher zu ■ weder noch ■ stimme eher nicht zu ■ stimme überhaupt nicht zu ■ weiß nicht/k.A. n=191

Sonstiges

- Die Finanzierung zur Umsetzung muss definiert sein
- Die Interdependenzen zu anderen Wirtschafts- und Politikfeldern müssen untersucht und eingebunden werden.
- Die Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsfaktor Tourismus sollten geordnet werden
- Umsetzung zeitnahe = Zeiträume festlegen / fordern
- Die Strategie muss dazu beitragen, dass Hemmschwellen bei der Entwicklung des Tourismus in der Region abgebaut werden.
- Einbindung, Beachtung der regionalen DMO, da diese nicht immer komplett konform mit LMO
- Gründliche Abwägung zwischen kurzfristigem wirtschaftlichem Nutzen und langfristigen Konsequenzen, z.B. hinsichtlich Klimawandel, Overtourism etc.

Hindernisse und Barrieren der Umsetzung

▪ Bündelung und Berücksichtigung vieler unterschiedlicher Interessen

- Bund-Länder-Kompetenzgerangel
- Fehlende oder unklare Finanzmittel
- Kleinteiligkeit/Heterogenität des Tourismus
- Bürokratie
- Eigeninteresse der Akteure
- Lange, unflexible Entscheidungswege
- Kirchturmdenken/Egoismus
- Föderalismus
- Akzeptanz/Wertschätzung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor
- Ressortübergreifendes Herangehen
- Unterschiedliche Entwicklungsstände der Akteure
- Verwässerung durch Kompromisse
- Praxistauglichkeit
- Fehlende Innovationskraft/ Kreativität
- Transparenz/Abstimmung der Tourismusbudgets
- Kurzlebigkeit politischer Entscheidungen
- Fehlende Zukunftsorientierung der Branche
- Fehlende gesetzliche Vorgaben für Struktur und Finanzierung
- Konkrete Handlungen, die auf Strategien folgen
- Bewusstsein für Deutschlandtourismus
- Fehlendes Interesse der Leistungsträger
- Korruption
- Komplexität der rechtlichen Rahmenbedingungen
- Fehlende Rückkopplungssysteme
- Berücksichtigung der Meinung von Urlaubern

„everybody's darling is everybody's fool“

„groß denken, klein handeln“

Welche Stolpersteine/Barrieren sind Ihrer Meinung bei der Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie zu berücksichtigen?



Fazit

- Das Handlungsfeld Digitalisierung hat bei den befragten Betrieben einen besonders hohen Stellenwert.
- Bei der Umsetzung der nationalen Tourismusstrategie (NTS) sind Koordination und Zusammenarbeit, bürokratiearme Rahmenbedingungen und die nachhaltige Tourismusedwicklung besonders wichtig.
- Die NTS sollte die Tourismusedwicklung unter dem Aspekt der Qualität vorantreiben.
- In den Abstimmungsprozessen zwischen politischen Entscheidungsträgern sehen die Befragten mehrheitlich ein großes Konfliktfeld.
- Die NTS sollte verständlich und praxisorientiert formuliert sein und klare Zuständigkeiten benennen.
- Darüber hinaus werden vor allem Transparenz, Kontrollierbarkeit und konkrete Handlungsempfehlungen erwartet.

Disclaimer

Sämtliche vom Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen sind Eigentum des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind nur mit schriftlicher Einwilligung des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes.