

# Tourismus 2030

- Betriebe der Tourismusbranche sind in unterschiedlichem Maße auf zukünftige Herausforderungen vorbereitet.
- Im Arbeitsalltag fehlt Zeit für Kreativität, Netzwerke und Weiterbildung.
- Digitalisierung steht weiterhin im Fokus. Nachhaltigkeitsthemen erhalten zunehmende Relevanz.
- Für eine erfolgreiche Entwicklung sind vor allem Finanzierungs-, Personal- und Strukturfragen zu bewältigen.
- Unterstützungsmöglichkeiten bieten Workshops und Netzwerkveranstaltungen sowie die Bereitstellung von Fördermitteln.

## 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. Auf diese Weise wird ein differenziertes Meinungsbild unterschiedlicher Vertreterinnen und Vertreter der deutschen Tourismuswirtschaft erfasst, welches bei der Gestaltung von Aktivitäten des Kompetenzzentrums berücksichtigt wird.

Betriebe unterschiedlicher Branchensektoren werden in regelmäßigen Abständen zu wechselnden Themen befragt. Ziel der vierten Befragung war es, Themen und Herausforderungen für touristische Betriebe bis zum Jahr 2030 zu ermitteln. Hierbei wurde die aktuelle und zukünftige Relevanz von konkreten Themen bestimmt, Trendthemen identifiziert und Chancen und Barrieren der zukünftigen Entwicklung der Betriebe analysiert.

## Wer wurde befragt?

Insgesamt wurden 207 Fragebögen ausgewertet. Die Stichprobe setzt sich aus Vertretern unterschiedlicher Branchensegmente zusammen, wobei Tourismusorganisationen die größte Gruppe der Befragungsteilnehmer darstellen.

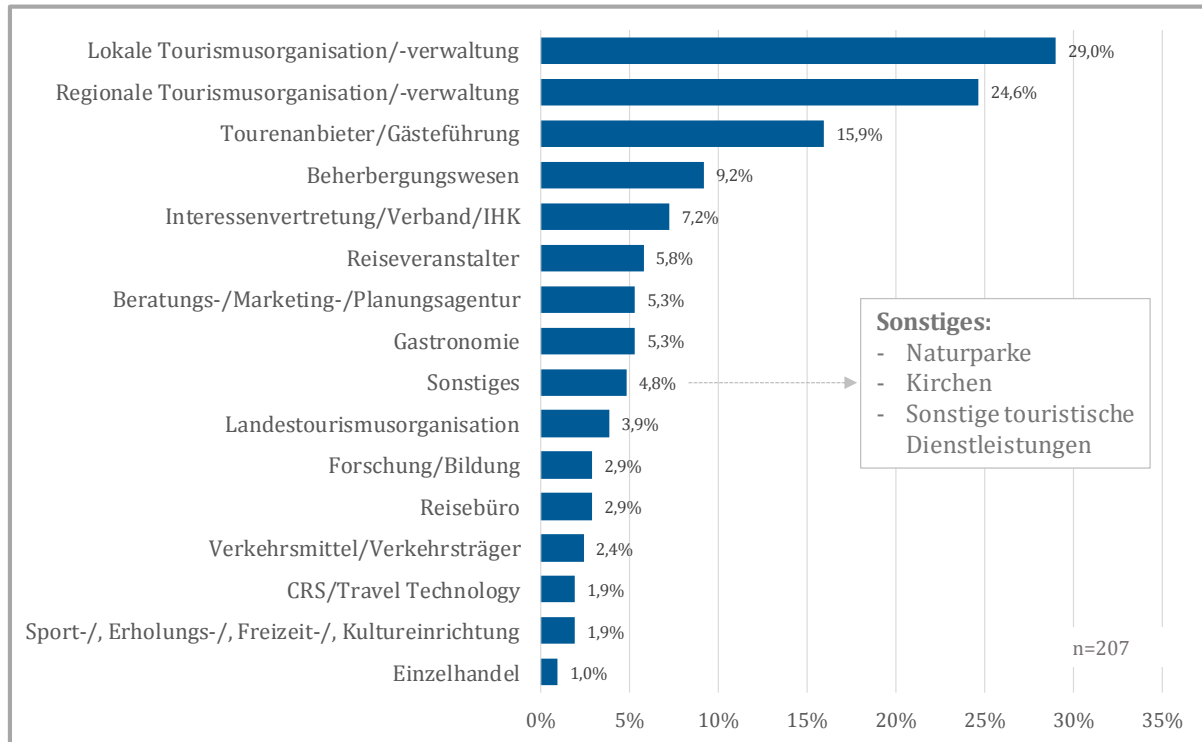


Abbildung 1: Branchensegmente der Betriebe (Mehrfachantworten möglich)

Die Teilnehmer des Online-Panels kommen in der Regel aus Klein- und Kleinstunternehmen. 52,2% gehören Betrieben mit weniger als zehn Beschäftigten an. 73,4% geben an, einen Jahresumsatz/-etat oder eine Jahresbilanzsumme von unter zwei Millionen Euro zur Verfügung zu haben.

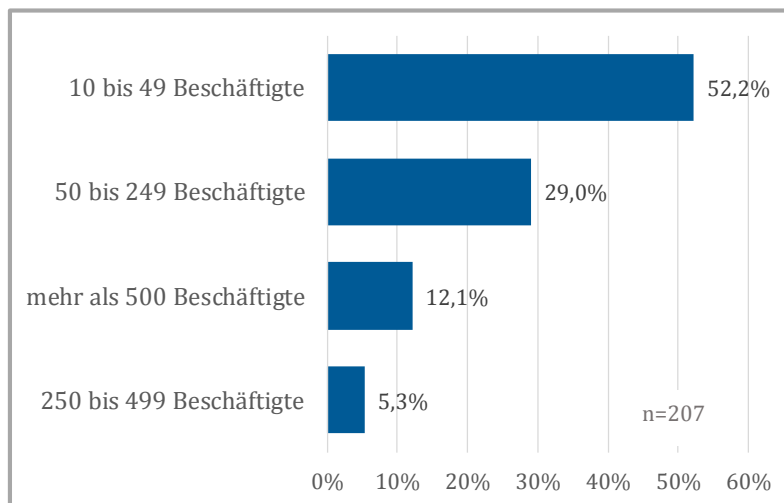


Abbildung 2: Größe der Betriebe, denen die Befragten angehören

### Wie gehen touristische Betriebe mit zukünftigen Entwicklungen im Tourismus um?

Die Befragten werden anhand von Thesen gebeten, die aktuelle Ausgangssituation innerhalb ihrer Betriebe im Umgang mit bevorstehenden Entwicklungen und Trends im Tourismus zu beurteilen. Die folgenden Thesen erfahren **überwiegend Zustimmung (Mehrheit der Nennungen entspricht stimme voll zu und stimme eher zu)**:

- Mein Betrieb arbeitet in mindestens einem Netzwerk mit touristischen Unternehmen aus unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen zusammen.
- In meinem Betrieb werden interkulturelle Kompetenzen gefördert. Es herrscht ein gastfreundliches und weltoffenes Klima.
- Die lokalen und regionalen Entwicklungsstrategien (Verkehr, Wirtschaftsförderung, Freizeit, Kultur, Einzelhandel etc.) an meinem Unternehmensstandort sind mir bekannt.
- Mein Betrieb ist in der Lage, mobile Vertriebswege zu nutzen.
- Der digitale Wandel erfordert ein neues Geschäftsmodell meines Betriebes.
- Mein Betrieb entwickelt Angebote, um von einer steigenden Nachfrage nach Touren und Aktivitäten in Destinationen profitieren zu können.
- Datenmanagement ist die wichtigste Aufgabe im Marketing meines Betriebes.

Die folgende These erfährt **überwiegend keine Zustimmung (Mehrheit der Nennungen entspricht trifft überhaupt nicht zu und stimme eher nicht zu)**:

- Die Anzahl chinesischer Touristen hat als Zielgruppe im Deutschlandtourismus in meinem Arbeitsalltag zunehmende Relevanz.
- Die Probleme des so genannten Overtourism sind in meinem Arbeitsalltag relevant.

Kein eindeutiges Meinungsbild kann bei den folgenden Thesen abgelesen werden:

- In meinem Betrieb werden genügend Maßnahmen ergriffen, um einem Fachkräftemangel entgegen zu wirken.
- Private Tourismusangebote der Sharing Economy sind meiner Meinung nach eine Chance für die touristische Entwicklung in Deutschland.
- Mein Betrieb nutzt stets die neusten digitalen Technologien zur Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen.
- Ich habe den Eindruck, dass sich die Rahmenbedingungen für touristische Start-Up's in Deutschland kontinuierlich verbessern.

### Welche Themen beschäftigen die Branche?

Konkrete Themen, die die Befragten derzeit im Arbeitsalltag am häufigsten beschäftigen, sind im Bereich Marketing und Vertrieb sowie Digitalisierung und Fachkräfte/Personalentwicklung anzusiedeln. Jeder vierte Befragte gibt mindestens ein Thema aus diesen Bereichen an, Fachkräfte sind dabei häufiger ein Thema von Befragten aus der Gastronomie oder dem Beherbergungswesen, Marketing gehört dagegen häufiger in allen anderen Segmenten zu alltäglich behandelten Themen.

Gleichzeitig fehlt den Befragten in ihrem Arbeitsalltag u.a. Zeit für kreatives und innovatives Denken, Kooperationen/Netzwerke/Partner und Wissen/Weiterbildung. Auf diese Themen entfallen jeweils ein Drittel der ungestützten Nennungen bei der Frage für welche Themen sich die Befragten mehr Zeit im Arbeitsalltag wünschen.

Zusätzlich werden die Befragten um eine Einschätzung der Relevanz konkreter Themen in den Bereichen Digitalisierung, Tourismus für lebenswerte Regionen und Internationalisierung gebeten. Abbildung 3 zeigt alle Themen, bei der die Mehrheit der Befragten angibt, dass sie ihnen **sehr wichtig oder eher wichtig** sind.





















 Netzwerke/ Kooperationen 97%	 Touristische Identität/ Willkommenskultur 82%	 Touren/ Aktivitäten 82%	 Finanzierung/ Förderung 81%
 IT-Sicherheit 80%	 Social Media 80%	 Klima/Umwelt 79%	 Barrierefreiheit 78%
 Qualifikation/Motivation Mitarbeiter u. Azubis 78%	 Besucherlenkung 72%	 Lobbyismus 72%	 Zukunft der DMO 71%
 Incoming-Tourismus/ Internationale Gäste 67%	 Fachkräftemangel 66%	 E-Mobilität 65%	 New Work/ Unternehmenskultur 63%
 OTA's, Plattformen 61%	 Pauschalreiserichtlinie 58%	 E-Commerce 51%	 Internationale Partner 54%

Abbildung 3: Themen, die der Mehrheit der Befragten aktuell wichtig sind

Die Befragten wurden daraufhin um eine Einschätzung gebeten, inwieweit sich die Relevanz der Themen in Zukunft verändern wird. Dabei fällt auf, dass bei keinem Thema eine deutlich abnehmende Relevanz erkennbar ist. Die Abstufungen ergeben sich daher lediglich aus einer deutlich zunehmenden, eher zunehmenden oder einer gleichbleibenden Relevanz.

Bis auf Robotik, Blockchain und Start-up Fundings spricht die Mehrheit der Befragten allen Themen im Bereich Digitalisierung eine zunehmende Relevanz bis zum Jahr 2030 zu. In diesem Themenbereich ist der Anteil der Themen mit gleichbleibender Relevanz daher am geringsten.

Im Bereich Tourismus für lebenswerte Regionen erhalten ebenfalls alle Themen bei der Mehrheit der Befragten zukünftig mehr Bedeutung, bis auf die Gewerbesteuerhinzurechnung. 90% der Befragten sehen bei den Themen Klima/Umwelt und E-Mobilität eine deutlich zunehmende oder eher zunehmende Relevanz. Die Qualifikation/Motivation neuer Mitarbeitender bzw. Azubis und Fachkräftemangel sowie touristische Identität/Willkommenskultur und Incoming-Tourismus/Zunahme internationaler Gäste halten 70% der Befragten für zunehmend oder eher zunehmend relevant.

Anhand einer offenen Frage wurden die Befragten zusätzlich gebeten, Trendthemen bis zum Jahr 2030 zu benennen. Auch an dieser Stelle entfallen die häufigsten Nennungen auf das Thema Digitalisierung. Darüber hinaus wird Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit in Zukunft eine ebenso große Bedeutung zugesprochen wie der Digitalisierung.

### Sind touristische Betriebe für die Zukunft gut aufgestellt?

53% der Befragten sind der Meinung, dass ihre Betriebe gut aufgestellt sind, um Trends und Entwicklungen des Tourismus bis zum Jahr 2030 erfolgreich zu begegnen. Das wird vor allem mit den guten Ausgangsbedingungen der Betriebe begründet.



Abbildung 4: Einschätzung der Erfolgsfaktoren wettbewerbsfähiger Betriebe bis zum Jahr 2030 (die Größe der Worte richtet sich nach der Häufigkeit der Nennungen)

Gleichzeitig empfinden 30% der Befragten, dass ihr Betrieb nicht gut aufgestellt ist. Sie machen dafür vor allem Finanzierungsfragen und den Personal- bzw. Fachkräftemangel verantwortlich. Aber auch die bestehenden (Verwaltungs-)Strukturen, Zeitmangel und notwendige Veränderungen werden als Barrieren einer erfolgreichen zukünftigen Entwicklung der Betriebe wahrgenommen.

Die schwierige Ausgangssituation wird auch in der Benennung der Herausforderungen deutlich, denen sich die Befragten gegenübersehen, wenn sie an eine erfolgreiche Entwicklung bis zum Jahr 2030 denken. Die Sicherstellung der Finanzierung ist vor allem für Tourismusorganisationen die größte Herausforderung. Darüber hinaus werden die Rekrutierung und Entwicklung von Personal und Fachkräften sowie die Digitalisierung selbst als Herausforderung genannt.



Abbildung 5: Herausforderungen der touristischen Entwicklung bis zum Jahr 2030 (die Größe der Worte richtet sich nach der Häufigkeit der Nennungen)

Demgegenüber stehen jedoch auch deutliche Chancen, die die zukünftige Entwicklung bis zum Jahr 2030 mit sich bringen kann. Im Fokus stehen dabei die Wachstumsmöglichkeiten der Betriebe. Darüber hinaus werden zum einen der Inlandstourismus, zum anderen die Internationalisierung als Chance angesehen. Auch das bestehende Angebot sowie die vorhandenen Kompetenzen und Kooperationen sehen die Befragten als Chance im Hinblick auf die bevorstehenden Entwicklungen.

Bei der Frage, wie die Befragten die Kompetenzen Ihres Personalstammes einschätzen, wird deutlich, dass vor allem digitale Kompetenzen häufig verbesserungswürdig sind. Über 60% geben an, dass der Umgang mit spezifischen IT-Systemen und die Kompetenzen im Mobil- und Onlinemarketing verbesserungswürdig seien.

Spezifische Kenntnisse im Umgang mit künstlicher Intelligenz und Robotik sind in 47% der Betriebe nicht vorhanden, in 30% verbesserungswürdig. Ausreichende Kompetenzen geben über 70% der Befragten im Bereich Kundenfreundlichkeit und Empathie an.

### Wie können Betriebe zukünftig unterstützt werden?

Von den vorgegebenen Instrumenten geben die Befragten durchschnittlich fünf an, die ihnen bei der Vorbereitung auf zukünftige Herausforderungen im Tourismus als Unterstützung dienen können. Knapp 60% wünschen sich Workshops, Fördermittel und Veranstaltungen zum persönlichen Erfahrungsaustausch. Im Vergleich dazu erhalten digitale Dialogplattformen nur von 35% und Newsletter nur von 26% der Befragten im Hinblick auf den Umgang mit zukünftigen Herausforderungen Zuspruch.

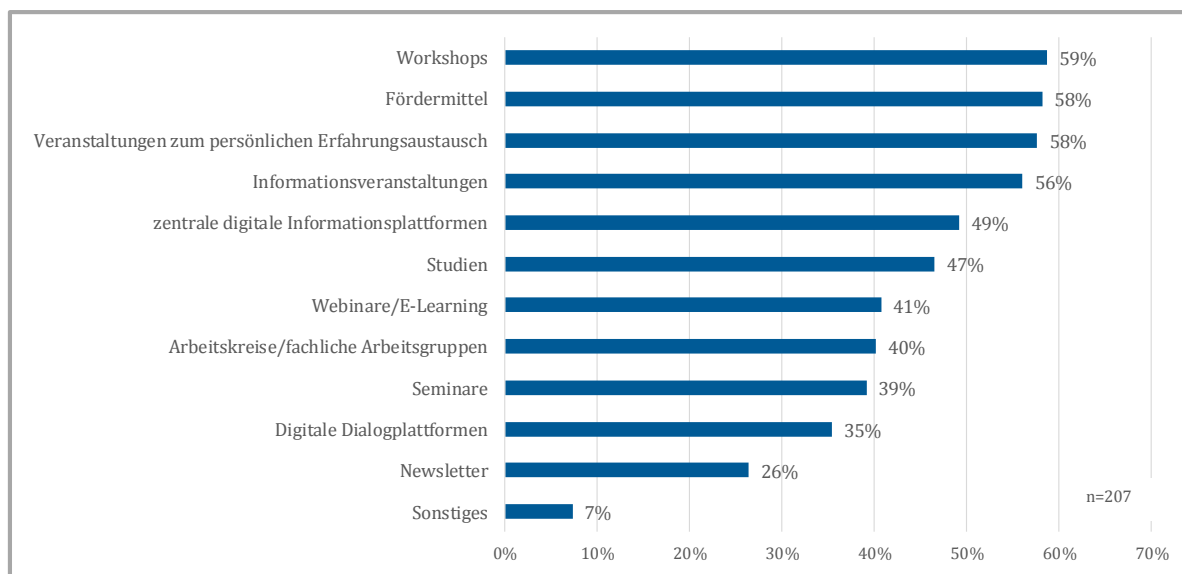


Abbildung 6: Präferierte Unterstützungsangebote

Die Befragten wurden darüber hinaus nach den wichtigsten Partnern gefragt, mit denen sie in Zukunft zusammenarbeiten bzw. kooperieren werden. Im Durchschnitt wurden hier neun, der insgesamt neunzehn vorgegebenen Kategorien angekreuzt. 77% der Befragten nennen das Beherbergungswesen als wichtigen Partner. Neben den Tourismusorganisationen, werden auch die Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen, Kommunen, Onlineplattformen, Interessenvertretungen und Reiseveranstalter von über der Hälfte der Befragten angegeben.

### Welche Relevanz haben die Ergebnisse?

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass das Thema Digitalisierung die Tourismusbranche in Zukunft weiterhin stark beschäftigen wird. Dabei sollten die Individualisierung der



Kundenwünsche und E-Commerce auf der einen Seite und die Digitalisierung von internen Geschäftsprozessen, welche einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung von Effizienz und neuen Arbeitskulturen im Unternehmen leisten kann, auf der anderen Seite betrachtet werden. Gleichzeitig stehen vor allem kleine und mittelständische Betriebe akuten Herausforderungen wie dem Datenschutz, einer flächendeckenden Onlinebuchbarkeit und dem Umgang mit Onlineportalen gegenüber, die kurzfristige Lösungen erfordern. Durchaus bemerkenswert hierbei ist der klar erkennbare Wunsch nach analogen Formaten des Austauschs und der Fortbildung auch bei Digitalthemen.

Nicht weniger relevant für die touristische Entwicklung ist das Thema Nachhaltigkeit unter Einbeziehung der drei Säulen eines ökologisch-, ökonomisch- und sozialverträglichen Tourismus. Um die Lebensqualität in touristisch attraktiven Regionen zu erhalten, bedarf es nachhaltiger Konzepte, die die Klimaveränderungen, aber auch soziale Aspekte wie das Zusammenspiel der einzelnen Tourismusakteure und der Bevölkerung sowie ökonomische Aspekte wie die touristische Inwertsetzung als Möglichkeit der Sicherstellung der Versorgung in ländlichen Räumen in den Blick nehmen.

Die Ergebnisse der Befragung verdeutlichen zudem noch einmal den akuten Handlungsbedarf hinsichtlich der Sicherung und Gewinnung von Fach- und Arbeitskräften mit Qualifikationen, die den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen gerecht werden.

### **Wie geht es weiter?**

Die Erkenntnisse dieser Befragung fließen direkt in die Arbeit des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes ein. 2019 werden wir gemeinsam mit unseren Partnern und Beiratsmitgliedern an unseren Schwerpunktthemen weiterarbeiten und dabei die Vernetzung von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik weiter stärken. Die Ergebnisse des Online-Panels helfen uns zum einen bei der Priorisierung von Themen, zum anderen bei der Entwicklung weiterer Unterstützungsangebote für touristischer Betriebe im Umgang mit bestehenden und zukünftigen Herausforderungen.

### **Haben Sie Fragen?**

Dann wenden Sie sich jederzeit gerne an das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes.

#### **Ihre Ansprechpartnerin**

Dr. Franziska Thiele  
Senior Analyst

[onlinepanel@kompetenzzentrum-tourismus.de](mailto:onlinepanel@kompetenzzentrum-tourismus.de)  
<http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de>



### Über das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

*Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist zentraler Mittler zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bundespolitik. Es fördert den Wissenstransfer sowie die Vernetzung der Tourismuswirtschaft in Deutschland und begleitet Innovationen. Es arbeitet im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.*

**Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack** (Projektleitung): [h-d.quack@kompetenzzentrum-tourismus.de](mailto:h-d.quack@kompetenzzentrum-tourismus.de)

**Dirk Rogl** (Stellv. Projektleitung): [d.rogl@kompetenzzentrum-tourismus.de](mailto:d.rogl@kompetenzzentrum-tourismus.de)

**Prof. Dr. Harald Pechlaner** (Wissenschaftliche Leitung): [h.pechlaner@kompetenzzentrum-tourismus.de](mailto:h.pechlaner@kompetenzzentrum-tourismus.de)