

# presse

---

## **Nachhaltigkeit – Ein deutlicher Trend im Deutschlandtourismus**

Zur heutigen Vorstellung des aktuellen Sparkassen-Tourismusbarometers Deutschland 2010, erklären der tourismuspolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion Hans-Joachim Hacker und der zuständige Berichterstatter Heinz Paula:

Der deutsche Inlandstourismus ist unverkennbar auf dem Wachstumspfad. Mit 370 Millionen Übernachtungen in 2009 nimmt Deutschland europaweit Platz Eins unter den Tourismusdestinationen ein.

Erfreulicherweise hat sich in den vergangenen Jahren ein Bewusstseinswandel bei touristischen Unternehmen und Gästen eingestellt: Nachhaltigkeit spielt zunehmend bei Investitionen der Unternehmen eine Rolle: Energieeinsparungen, Umweltschutzmaßnahmen und Effizienzsteigerungen sind die erklärten Ziele. Jeder dritte Gast ist sowohl bei Wochenendreisen, als auch bei Urlauben bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn dafür mehr Nachhaltigkeit angeboten wird. Die Tourismusbranche steht somit in Übereinstimmung zur gesamtgesellschaftlichen Zielstellung einer vernünftigen Umwelt- und Klimapolitik.

Das neue Tourismusbarometer belegt aber auch, dass sich trotz dieser Trends in 2010 keine positive Entwicklung bei der Investitionsbereitschaft in der Tourismusbranche insgesamt abzeichnet. Damit bestätigt dieser Bericht die Fragwürdigkeit der Umsatzsteuersenkung für die Hotellerie, die sich ganz im Gegenteil als kontraproduktiv für die Branche erwiesen hat. Das schwarz-gelbe Gezerre um Beibehaltung oder Abschaffung ist buchstäblich zur Investitionsbremse geworden.

Auch die Arbeitsplatzstruktur hat von dieser Maßnahme nicht profitiert. Das Tourismusbarometer belegt den Trend, zunehmend Vollzeitarbeitsplätze in der Tourismusbranche durch Teilzeitjobs zu ersetzen. Seit 2005 arbeiten elf Prozent weniger Menschen in Vollzeitstellen, der Anteil derer, die in Teilzeit arbeiten, ist um 3,5 Prozent gestiegen. Gut qualifizierte Arbeitskräfte sind gerade zu einer Zeit, in der sich der Fachkräftemangel auch in der Tourismusbranche mehr und mehr abzeichnet, ein unverzichtbarer Wettbewerbsvorteil für die Unternehmen. Gäste in Hotellerie und Gastronomie erwarten Service und Qualität.

Kritisch wurde zudem ein weiterer Punkt beleuchtet: Der deutsche, aber auch der europäische Tourismussektor verfügen über zu viele Gütesiegel. Eine verwirrende und wenig zielführende Vielfalt macht es der Verbraucherseite schwer, qualitativ gute Angebote, die seinen Reise- und Erholungsanforderungen entsprechen, zu identifizieren. Hier ist die Tourismusbranche gefragt, ein klares, eingängiges Gütesiegelkonzept nach dem Motto "Weniger Labels, mehr Transparenz" zu entwickeln.