

Forderungen, Kritikpunkte und Hinweise des Tourismusausschusses der IHK Südthüringen zur Landestourismusstrategie Thüringen 2025

1. Die touristischen Leistungsträger in den Kommunen sind abhängig von der Schaffung und Erhaltung einer qualitativ hochwertigen und intakten touristischen Infrastruktur. Dabei gilt es, das ganzheitliche Niveau zu betrachten, da negative Eindrücke zu einem negativen Rückschluss auf die gesamte Region führen. Deshalb muss auch bei Entscheidungsträgern der regionalen Politik das Bewusstsein für den Wert des Wirtschaftsfaktors Tourismus geweckt werden. Dieser reicht über den Nutzen für die Gastgeber und Touristen weit hinaus. Für die Bevölkerung bedeutet eine attraktive touristische Infrastruktur eine hohe Lebensqualität. Für Unternehmen bildet sie einen wichtigen weichen Standortfaktor zur Gewinnung und Bindung von Fachkräften. Dies muss hervorgehoben werden. Eine Strategie, um dieses Bewusstsein zu schaffen, wurde nach unserer Ansicht bisher nicht klar aufgezeigt!

Wir sind uns der Problematik der Finanzierung der touristischen Infrastruktur bewusst, die für die Kommunen eine freiwillige Leistung darstellt. Aus diesem Grund unterstützen wir in den touristisch relevanten Orten die Einführung einer Tourismusabgabe. Um die optimale und zielgerichtete Verwendung dieser Mittel für eine touristische Entwicklung zu gewährleisten, fordern wir den Einbezug der touristischen und tourismusverwandten Unternehmen in die Entscheidungen zum Einsatz der Mittel aus der Tourismusabgabe auf lokaler Ebene.

2. Die Thüringer Tourismus GmbH (TTG) ist als öffentlich finanzierte Landesmarketingorganisation hauptverantwortlich für die Bekanntmachung des Freistaates als attraktive Reisedestination und begehrliches Reiseziel in Deutschland sowie im Ausland. Für die erfolgreiche Erfüllung dieser Aufgabe sollte sie ihre personellen und finanziellen Ressourcen bestmöglich einsetzen. Von den Leistungsträgern wird diese Zielerfüllung kritisch gesehen.

Um das Vertrauen der Betriebe in die Arbeit der TTG zurück zu gewinnen – was die Basis für eine wirkungsvolle Zusammenarbeit in der Zukunft schafft –, ist eine bessere Kommunikation der Aktivitäten der TTG, mehr Transparenz und ein Controlling der Erfolge der Maßnahmen unabdingbar.

Hinsichtlich der Übernachtungszahlen halten wir eine Erfassung auch von Betrieben und Anbietern unter 9 Betten für relevant. In den ländlichen Regionen spielen diese eine erhebliche Rolle und sollten für eine realistische Bewertung der Übernachtungszahlen in der Statistik erscheinen. Eine unbürokratische Lösung auf kommunaler Ebene stellt dafür den richtigen Weg dar.

Als Plattform und Organisation des Landes sollte die TTG potenziellen Gästen einen Überblick über alle touristischen Angebote im Land ermöglichen. Eine Selektion nach eigenen Qualitätskriterien außerhalb der anerkannten Zertifizierungen und Qualitätssiegel halten wir für unangemessen. Es ist nicht Aufgabe unserer Landesmarketingorganisation oder einer Tourismusstrategie, die Unternehmen zu kontrollieren, ihnen Vorschriften zu machen oder sie gar bei Nichteinhaltung zu sanktionieren.

3. Der Fachkräftemangel betrifft längst nicht mehr nur kleine und finanzschwache Unternehmen. Trotz zahlreicher Beratungen zu diesem Thema fehlt bisher eine Strategie des Landes zur Fachkräftesicherung und Fachkräftegewinnung für das Gastgewerbe.

Gleichzeitig beobachten wir einen Rückgang der Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe. Bereits in frühem Alter muss damit begonnen werden, eine positive Einstellung gegenüber der Branche zu vermitteln. Während der Ausbildung spielt für die Auszubildenden vor allem auch eine wohnortnahe Beschulung eine Rolle, welche oftmals nicht darstellbar ist.

Über Initiativen wie Image-Kampagnen für die Branche wurde im Rahmen der Strategieerstellung gesprochen, es erfolgte jedoch bis dato keine Planung oder Umsetzung.

4. Die Nachfolgeproblematik und wachsende Fachkräftengpässe stellen zahlreiche vor allem kleine und mittlere Betriebe vor existenzielle Probleme. Gerade diese Betriebe prägen jedoch in vielen Teilen Thüringens die touristische Struktur und bilden weite Teile des vorhandenen Angebotes ab. Eine schnelle Umsetzung des im Rahmen der Initiative „Zukunft Thüringer Wald“ geplanten Projektes „Next Generation“ ist unabdingbar, um die Sicherung der Leistungsträgerstrukturen zu gewährleisten.
5. Wir begrüßen die Anerkennung der Bedeutung der KMU für die Branche, sehen jedoch die Bildung eines weiteren Netzwerkes zur Beratung und Unterstützung kritisch. Alle relevanten Partner arbeiten u. a. im Rahmen des Thüringer Tourismusnetzwerkes bereits zusammen, ggf. muss hier die Ausprägung und Kommunikation noch einmal nachgeschärft werden, um die Inanspruchnahme durch die Unternehmen zu verbessern. Eine tiefgehende inhaltliche Beratung der Unternehmen sollte auch weiterhin durch qualifizierte Berater durchgeführt werden, die auf Basis der Beratungsrichtlinie bereits heute förderfähig ist.
6. Die Ansprache neuer Zielgruppen und die geplante Erhöhung der touristischen Wertschöpfung erfordern zunächst eine flächendeckende Steigerung der Qualität über alle Ebenen hinweg. Für diese Qualitätssteigerung benötigen die Unternehmer wie auch die Regionen Unterstützung und Förderung.

Sowohl der Zugang zu den Fördermöglichkeiten als auch das gesamte Verfahren muss vereinfacht werden. Die Unternehmen müssen in der Lage sein, die Bedingungen für eine Förderung mit realistischem Aufwand zu erfüllen. Es ist nicht vertretbar, dass die Anforderungen und das Prozedere den Unternehmer mehr belasten, als ihm die Förderung für seine Investition nutzt.

In Zeiten eines zunehmenden Fachkräftemangels im Gastgewerbe, welcher sich an der hohen Anzahl offener Stellen zeigt, ist die Forderung nach der Schaffung von Dauerarbeitsplätzen nicht mehr zeitgemäß. Die Unternehmen haben erhebliche Schwierigkeiten, frei werdende Stellen neu zu besetzen, geschweige denn Personal für neu geschaffene Stellen im Zuge einer geförderten Investitionsmaßnahme zu finden. Können diese neu geschaffenen Stellen jedoch nicht besetzt werden, besteht für den Unternehmer gleichzeitig das Risiko der Rückforderung erhaltener Fördermittel. Kleinere Investitionen mit einem Volumen bis 10.000,- € sind bisher weder über Thüringen Invest noch über das GRW-Programm förderfähig. Diese können jedoch durchaus die Qualität oder Einzigartigkeit eines Produkts oder Angebots erhöhen. Auch die Investition in das Bestehende trägt zum Erhalt und zur Verbesserung der Angebotsqualität bei. Daher halten wir es für erforderlich, Investitionsmaßnahmen in kleinem Umfang sowie in bestehende Objekte und Angebote zu fördern.

Im Bereich der öffentlichen Infrastruktur ist die Schaffung förderfähig, für die Erhaltung stehen die Kommunen finanziell sowie personell in der Verantwortung. Das führt häufig dazu, dass alte Infrastruktur verfällt und neue mit öffentlichen Fördermitteln subventioniert wird. Die finanzielle und personelle Förderung für die Unterhaltung öffentlicher Infrastruktur wäre hier ein möglicher Lösungsansatz.

In Anbetracht der hohen Umsätze, die durch zahlreiche Tagesgäste in touristischen Einrichtungen erzielt werden, sollte das Kriterium der überregionalen Bedeutung mit Bezug auf den Übernachtungsumsatz entfallen oder zumindest nicht förderentscheidend sein.

Privatwirtschaftlich errichtete und betriebene Freizeitinfrastruktur ist im Rahmen der Förderung nicht förderfähig, obwohl sie zu einer positiven touristischen Entwicklung und Steigerung der Wertschöpfung beiträgt. Trotz wirtschaftlichen Arbeitens und der Gewinnerzielungsabsicht werden nicht immer ausreichend Überschüsse erzielt, um die zur Weiterentwicklung und zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit notwendigen Investitionen ohne Unterstützung zu tätigen.

Mit dem Erhalt einer Förderung muss für den Investor eine ausreichende Sicherheit diesbezüglich verbunden sein. Eine Situation wie die des Campingplatzes Meyersgrund ist nicht nur existenzbedrohlich für den Unternehmer, sondern wirkt sich auch auf andere Unternehmer abschreckend aus.

Gespräche mit Unternehmern sowie die Begleitung von Förderanträgen in Thüringen belegen, dass Investoren wie auch Unternehmer teils am Widerstand der Banken scheitern. Touristische Investitionen werden nur durch wenige Banken aktiv unterstützt. Hier gilt es, den Banken und Kreditinstituten zu vermitteln, dass die Tourismuswirtschaft eine Branche mit Potenzial ist.

7. Die Tourismusstrategie Thüringen 2025 mit ihrem Produktmarkenprinzip und der Ausrichtung auf die Reismotive des Gastes ist, sofern man nicht an der Entwicklung beteiligt war, sehr komplex und erklärungsbedürftig. Ohne entsprechende Unterstützung wird es für den Unternehmer – gerade mit Berücksichtigung seines betrieblichen Alltags – schwierig, sich mit dieser Strategie auseinander zu setzen, den neuen Ansatz nachzuvollziehen sowie das eigene Unternehmen und Angebot einzuordnen.

Es bedarf daher eines Instrumentariums zur Umsetzungsunterstützung für die Unternehmen. Dieses sollte die Inhalte der Strategie auf den einfachsten Kern zur Umsetzung herunterbrechen und über verschiedene Kanäle für die Unternehmer nutzbar sein. Gern unterstützen wir an dieser Stelle durch eine intensive Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Unternehmern, um diesen die Arbeit mit der neuen Strategie zu erleichtern.

Im Rahmen der Umsetzungsstrategie ist deutlich darzustellen, wie ein Kompetenzbeweis entsteht und welche Kriterien zu erfüllen sind. Auch kleine Regionen müssen die realistische Möglichkeit haben, einen solchen Kompetenzbeweis mit angemessenem Aufwand zu erbringen. Darüber hinaus ist abzuklären, ob und wie weitere Reismotive und damit verbundene Produktmarken etabliert werden können. Beispielsweise ist der Gesundheitstourismus ein Wachstumsmarkt, der bereits jetzt über gute Potenziale in Thüringen verfügt. Diese müssten entsprechend weiterentwickelt werden.

8. Mit den Ambitionen hinsichtlich der Digitalisierung und des umfassenden Content-Management-Systems – idealerweise mit Anbindung an alle internationalen GDS-Systeme – könnte für Thüringen erstmals eine Vorreiterrolle im Tourismus einhergehen.

Dafür müssen jedoch zu jedem Zeitpunkt qualitativ hochwertige, relevante und vor allem aktuelle Daten vorliegen, die das System weiter streut. Für kleine Unternehmen bedeutet dies ggf. einen hohen zusätzlichen Pflegeaufwand. Es bedarf daher einer möglichst einfach zu bedienenden und schnellen technischen Lösung oder einer personellen Unterstützung, um die stetige Aktualität abzusichern. Zudem ist noch nicht jeder Unternehmer auf dem neuesten Stand der Digitalisierung, ebenso wie nicht jeder der potenziellen Gäste. Hier könnte eine entsprechende Unterstützung dazu beitragen, weitere Unternehmen zu „digitalisieren“.

Eine Datenbank und deren Nutzung zur Streuung des eigenen Contents – in der gebotenen Qualität – muss allen Unternehmern offen stehen.

Voraussetzung ist jedoch auch der entsprechende Infrastrukturausbau. In vielen ländlichen Regionen ist der Internetausbau noch mangelhaft. Um digital arbeiten zu können, müssen die Unternehmen die infrastrukturellen Voraussetzungen dafür vorfinden.

9. Die touristischen Leistungsträger, speziell für Beherbergung und Gastronomie, bilden die Grundlage für eine funktionierende Tourismuswirtschaft und die erfolgreiche Umsetzung der neuen Landestourismusstrategie im Freistaat Thüringen. Ein qualitativ und quantitativ bedarfsgerechtes und flächendeckendes Angebot des Gastgewerbes ist unerlässlich.

Mit der Strategie werden Hauptprobleme der gastgewerblichen Unternehmen nicht gelöst, die sie aktuell von einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung und der konstruktiven Auseinandersetzung mit neuen Konzepten abhalten.

Die Betriebe sind auf eine Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen angewiesen, um den Fokus auf ihre Hauptaufgabe – den Gast – richten zu können. Über Steuererleichterungen und Anpassungen der bürokratischen Belastungen an die Unternehmensgröße müssen finanzielle Spielräume für Investitionen und bessere Mitarbeiterentlohnung geschaffen werden. Es ist uns bewusst, dass zahlreiche bürokratische Regelungen auf Bundesgesetzen beruhen und vom Land nicht oder nur bedingt beeinflusst werden können. Jedoch ist es unser Anliegen, dass die Landespolitik ihren Einfluss bestmöglich geltend macht und auf Landesebene die Betriebe unterstützt. Dies kann auch dazu beitragen, das Unternehmertum im Gastgewerbe wieder attraktiver zu machen.