



## Nationale Tourismusstrategie digital denken

Bitkom-Handlungsempfehlungen  
für den Tourismusstandort Deutschland

### Herausgeber

Bitkom e. V.  
Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.  
Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin

### Ansprechpartnerin

Lisa Kinne | Referentin Digitale Luftfahrt & Touristik  
T 030 27576-191 | l.kinne@bitkom.org

### Titelbild

© Alex Perez – unsplash.com

### Copyright

Bitkom, Mai 2020

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

Auf einen Blick

# Nationale Tourismusstrategie digital denken

## Ausgangslage

Die Bundesregierung erkennt mit der Vereinbarung einer Nationalen Tourismusstrategie im Koalitionsvertrag vom 12. März 2018 die Bedeutung des Tourismus an und stellt sich gleichzeitig auf die Herausforderungen der Branche ein. Jedoch muss Digitalisierung stärker in den Vordergrund gestellt werden. Dazu will der Bitkom Empfehlungen für die Digitalisierung des Tourismusstandortes Deutschland geben.

## Bitkom-Bewertung

Für die proaktive Gestaltung der digitalen Transformation im Deutschlandtourismus sind zukunftsfähige Maßnahmen unbedingt unter Berücksichtigung von Digitalisierung auszuarbeiten. Ziel des Bitkom ist es, eine konkrete und belastbare Verbesserung für den Tourismus zu erreichen und dabei auch einen digitalen Rahmen für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland bis zum Jahr 2030 festzulegen.

## Das Wichtigste

Im Bitkom sind neue innovative Anbieter, Akteure aus den Querschnittsbranchen des Tourismus und ebenso Mitglieder mit großer Nähe zu den klassischen touristischen Diensten vertreten. Unser Papier soll einen Beitrag zum aktuellen Diskurs leisten und mögliche Kompromisslinien als Fundament für eine erfolgreiche digitale Ausgestaltung der Nationalen Tourismusstrategie herausstellen:

- **Ausbau digitaler Infrastruktur in touristischen Gebieten.** Zur Ausschöpfung des touristischen Potenzials in Deutschland sind eine leistungsfähige Mobilfunkversorgung und schnelles Internet grundlegend erforderlich. Eine belastbare digitale Infrastruktur unterstützt Reisende durch Gewährleistung einer zuverlässigen Nutzung von digitalen Applikationen auf mobilen Endgeräten sowie touristische Anbieter und Unternehmen und ist für die internationale Wettbewerbsfähigkeit unerlässlich. Dazu sollte maximales privatwirtschaftliches Engagement generiert und der Mobilfunk durch eine vorausschauende und europaweit koordinierte Frequenzstrategie gestärkt werden. Eine Vereinfachung des Ausbaus durch standardisierte Antrags- und Genehmigungsverfahren sowie die Ausschöpfung des Potenzials alternativer Verlegetechniken sollten zur Kostensenkung und Beschleunigung beim Glasfaserausbau gefördert werden.

- **Aktive Förderung digitaler Anwendungen und Innovationen sowie Regulierung mit Augenmaß.** Digitalisierung bietet für die Tourismuswirtschaft zum einen ein großes Innovationspotenzial und zeigt zum anderen Optimierungsmöglichkeiten von Arbeitsprozessen auf. Einerseits müssen sich Verwaltungsprozesse an die Digitalisierung der Touristik anpassen, um nicht als Bremse zu wirken. Regulierung sollte daher praxisgerecht gestaltet werden. Dazu sollten klassische touristische und webbasierte Geschäftsmodelle gleichbehandelt werden, wofür u. a. eine Anpassung der Meldepflicht an die Plattformökonomie im Tourismus dringend notwendig ist. Anbieter, die Gäste nur temporär und gelegentlich beherbergen, werden zumeist nicht von den neuen Möglichkeiten profitieren, da weder ein kartenbasierter Zahlungsprozess bei der Ankunft des Gastes stattfindet, noch die Anschaffung von Auslesegeräten praktikabel ist. Für Betreiber von Ferienwohnungen oder für Homesharer sollten daher z. B. die Buchungsprozesse über Online-Plattformen, bei denen sich Gäste im Voraus identifizieren müssen, ebenfalls als ausreichend im Sinne der Meldepflicht eingestuft werden. Andererseits sollten Innovationen gezielt, auch finanziell, gefördert werden, um u. a. den Einsatz tragfähiger digitaler Systeme zu ermöglichen. Neben Chancen der steigenden mitarbeiter- und gästefreundlichen Gestaltung touristischer Betriebe ergeben sich auch Perspektiven, dem Arbeits- und Fachkräftemangel mit automatisierten Standardprozessen entgegenzuwirken. Zur Nutzung solcher und weiterer innovativer, technischer Potenziale sollte der Austausch mit Digitalunternehmen gefördert werden.
- **Digitalisierung für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus.** Digitale Lösungen müssen für Nachhaltigkeit eingesetzt werden. Nur so wird es gelingen, Effizienz zu steigern und durch Sharing-Lösungen sowie Datenauswertungen Auslastungen in verschiedenen Teilaspekten wie Mobilität, Unterhaltung etc. zu optimieren. Darüber hinaus sind innovative Produkte sowie digitale Aufklärungsarbeit essenziell, um Nachhaltigkeit sichtbarer zu machen.
- **Digitale Bildungspolitik im Tourismus fördern, um dem Fach- und Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken.** Digitale Inhalte und Kompetenzen sollten eine stärkere Rolle in den Ausbildungsordnungen der Tourismuswirtschaft spielen – von Beherbergungsbetrieben bis zur Gastronomie. Dies macht den Berufseinstieg im Tourismus attraktiver, erhöht die Aufstiegschancen und den Kompetenzausbau und bereitet die Fachkräfte auf zunehmend dynamische und digitale Anforderungen vor.

## Bitkom-Zahl

# 49,4 Prozent

der Bundesbürger ab 16 Jahren denken, dass digitale Technologien helfen können, das Reisen nachhaltiger zu machen (lt. [einer Studie von Bitkom Research](#)).

Die zunehmende Kooperation von Mensch und Technik führt zu einem kulturellen und gesellschaftlichen Wertewandel. Digitalisierung wirkt sich dadurch stark auf die durch zwischenmenschliche Interaktion geprägte Tourismusbranche aus und fordert diese heraus. Weiterhin beeinflussen digitale Produkte, Services, Kommunikationswege und adaptive Geschäftsprozesse die Nachfrage- und die Angebotsseite.

Die erfolgreiche und proaktive Gestaltung der digitalen Transformation ist daher essentiell für eine zukunftsfähige Leitbranche der deutschen Volkswirtschaft. Jedes Unternehmen bzw. jeder Tourismusbetrieb muss seine Geschäftsmodelle an die Digitalisierung anpassen. Eine moderne, zukunftsweisende Tourismuspolitik orientiert sich an der Art und Weise, in der Menschen im 21. Jahrhundert leben, arbeiten und reisen. Nur so kann sie den Bedürfnissen der Menschen gerecht werden sowie gleichzeitig digitale Innovationen fördern. Dazu gehören Online-Plattformen sowie neue Beherbergungs- und Mobilitätsangebote ebenso wie digitale Lösungen, die die Prozesse in Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben vereinfachen.

Der Tourismussektor beschäftigt in Deutschland rund 3 Mio. Arbeitskräfte und erwirtschaftet mit einer direkten Bruttowertschöpfung in Höhe von 105,3 Milliarden Euro rund vier Prozent des gesamten Bruttoinlandsprodukts. Unternehmen und Politik stehen gleichermaßen in der Verantwortung, die Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus zu sichern. Die Bundesregierung erkennt mit der Vereinbarung einer Nationalen Tourismusstrategie im Koaliti-

onsvertrag vom 12. März 2018 die Bedeutung des Tourismus an und stellt sich gleichzeitig auf die Herausforderungen der Branche ein. Jedoch muss Digitalisierung stärker in den Vordergrund gestellt werden. Politische sowie regulatorische Rahmenbedingungen müssen nicht nur mit digitalen Veränderungen Schritt halten, sondern diese vorantreiben, um Innovationen und Wertschöpfung in Deutschland zu fördern.

Gemeinsames Ziel sollte es daher sein, eine konkrete und belastbare Verbesserung für den Tourismus zu erreichen und einen digitalen Rahmen für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland bis zum Jahr 2030 festzulegen.

# Handlungsfelder zur Digitalisierung des Tourismusstandort Deutschland

## 1. Ausbau digitaler Infrastruktur in touristischen Gebieten

Digitalisierung wirkt positiv auf eine innovative Angebotsgestaltung gegenüber Kunden, die Optimierung von internen Abläufen sowie eine möglichst effiziente Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern: digitale Präsenz und digitale Intelligenz sind Enabler dafür. Doch den Grundstein bildet eine belastbare digitale Infrastruktur. Besonders aus Sicht der Reisenden dient diese zur Gewährleistung einer zuverlässigen Nutzung von digitalen Applikationen auf mobilen Endgeräten, z.B. zur Navigation oder als Reiseführer, aber natürlich auch für die gewohnte Nutzung und das Entertainment auf dem Smartphone, sowohl unterwegs als auch am Zielort. Gleichmaßen ist die Notwendigkeit einer funktionierenden Infrastruktur für die touristischen Anbieter und Unternehmen zu betonen. Eine leistungsfähige Mobilfunkversorgung und schnelles Internet sind die Grundlage für die Ausschöpfung touristischen Potenzials in Deutschland und damit entscheidend für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Deutschlandtourismus.

Die Notwendigkeit für eine entsprechende digitale Infrastruktur begründet sich darin, dass Gäste auch tatsächlich von den Möglichkeiten der Digitalisierung profitieren können:

- Auffinden von touristischen, gastronomischen sowie kulturellen Einrichtungen per Smartphone
- Digitale Buchung und Zahlung
- Information über Urlaubsort per App und Blog etc. statt klassischem Reiseführer
- Internetabdeckung speziell für Gäste aus dem Ausland als absoluter Standard (Regionen, die diese nicht bieten können, geraten ins Abseits)

Bitkom-Empfehlungen:

**a. Maximales privatwirtschaftliches Engagement generieren.** Es muss so viel privatwirtschaftliches Engagement wie möglich generiert und incentiviert werden. Gleichzeitig muss die Entwertung bereits getätigter Investitionen verhindert werden. Die Umsetzung des Europäischen Kodex für elektronische Kommunikation setzt den Rahmen für die Entwicklung des Telekommunikationssektors der nächsten Dekade. Sie bietet die Chance, die Digitalisierung und Vernetzung Deutschlands zu gestalten und zu beschleunigen.

**b. Öffentliche Fördermittel bereitstellen.** Die staatliche finanzielle Förderung des Netzausbaus muss weiterhin das letzte Mittel bleiben und darf den eigenfinanzierten Ausbau der Unternehmen nicht verdrängen, verzerren oder gar entwerten. Um flächendeckend schnelle Internetverbindungen im ländlichen Raum sicherzustellen, ist die öffentliche Hand aber dort gefragt, wo ein wirtschaftlicher Ausbau perspektivisch nicht machbar ist. Für diese unterversorgten Gebiete braucht es unter Berücksichtigung eines ausreichenden Investiti-

onsschutzes auch künftig öffentliche Mittel zur Förderung des Ausbaus von Glasfasernetzen. Hierbei müssen auch weiterhin Anbindungsbedarfe für bestehende oder künftige Mobilfunkstandorte in die Glasfasernetzplanungen einbezogen werden.

- c. Mobilfunk stärken.** 5G ist eine zentrale Technologie der Gigabit-Gesellschaft. Für den Auf- und Ausbau der entsprechenden Infrastruktur ist eine vorausschauende und europaweit koordinierte Frequenzstrategie, inklusive der Zuweisung weiterer Frequenzen für Mobilfunk, nötig. Zusätzlich ist auch für WLAN weiteres Spektrum erforderlich. Die zukünftige Ausrichtung der Frequenzregulierung muss mehr Rechts- und Planungssicherheit schaffen, um die Bedingungen des Mobilfunkausbaus zu verbessern. Eine etwaige Förderung von Mobilfunkstandorten muss wettbewerbsneutral erfolgen, um letzte verbleibende weiße Flecken zu schließen und den Roll-Out von 5G zu beschleunigen.
- d. Ausbau vereinfachen.** Schnellerer Glasfaser- und Mobilfunkausbau braucht einfachere, standardisierte Antrags- und Genehmigungsverfahren. Ziel muss u.a. die vollständige Digitalisierung aller wegerechtlichen Genehmigungsprozesse für Fest- und Mobilnetze sein. Zudem sollte das Potenzial alternativer Verlegetechniken deutlich stärker ausgeschöpft werden, um Kostensenkungs- und Beschleunigungspotenziale beim Glasfaserausbau zu heben.
- e. Innovationsfähigkeit gewährleisten.** Die Akzeptanz des Ausbaus von Festnetz und neuen Mobilfunkstandorten in der Bevölkerung muss deutlich erhöht werden. Das ist eine gemeinsame Aufgabe von Politik und Wirtschaft. Zudem braucht es einen Rechtsrahmen und eine entsprechende Anwendungspraxis, die es ermöglichen, die differenzierten Anforderungen von Wirtschaft und Nutzern an sichere Netze und Konnektivität zu erfüllen. Vor dem Hintergrund von 5G bedeutet dies, dass insbesondere mittels Network Slicing erbrachte Dienste nicht von vornherein durch eine restriktive Regulierung behindert werden dürfen, sondern durch einen Light Touch Approach die Chance erhalten, sich nachfragegerecht zu entwickeln.

## 2. Aktive Förderung digitaler Anwendungen und Innovationen sowie Regulierung mit Augenmaß

Bitkom wirbt für mehr Offenheit und Mut zu Veränderungen und Innovationen im Tourismus, damit der Tourismusstandort Deutschland stärker von den positiven Effekten der digitalen Transformation profitieren kann. Aber in der mittelständisch geprägten Tourismusbranche sind immer noch große Vorbehalte gegenüber digitalen und digitalisierten Geschäftsmodellen zu beobachten. Vor diesem Hintergrund ist ein innovationsoffener Fokus der politischen Entscheider von großer Bedeutung. Regulierung sollte nicht nur evidenzbasiert und verhältnismäßig sein. Es sollte auch stets geprüft werden, inwieweit digitale Innovationen gebremst und damit die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts gefährdet wird. Insbesondere Länder und Kommunen, die ebenfalls wichtige Rahmenbedingungen für die Reisebranche schaffen, müssen angehalten werden, offener für digitale Innovationen zu werden. Dabei müssen gleichermaßen deutsche Unternehmen, die im Outbound-Geschäft tätig sind, gefördert werden.

Der Einsatz digitaler Instrumente und Strategien sollte in der mittelständisch geprägten Tourismuswirtschaft stärker ins Bewusstsein gerückt (z.B. in den Kompetenzzentren Mittelstand 4.0 oder der Digital Hub Initiative) und durch die Schaffung von steuerlichen Anreizen gefördert werden. Nur so kann das Reiseland Deutschland, in dem rund 3 Mio. Menschen im Tourismussektor Beschäftigung finden (lt. [einer Studie des BMWi zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland](#)), in seiner gesamten Breite digital wettbewerbsfähig gemacht werden und bleiben. Auch eine unkomplizierte Digitalförderung, wie sie Bayern mit dem [»Digitalbonus«](#) erfolgreich eingeführt hat, kann ein Weg sein, mittelständische Betriebe zu Investitionen in digitale Lösungen zu motivieren.

Weiterhin ist es wichtig, Bürokratielasten für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe abzubauen, bevor über neue Regulierungsvorhaben für innovative Akteure im Tourismus nachgedacht wird. Die Regelungen des Bürokratieentlastungsgesetzes III weisen hier in die richtige Richtung. Auch die Option der digitalen Meldepflicht ist überfällig und daher begrüßt Bitkom die Zielsetzung des Bürokratieentlastungsgesetzes III. Allerdings ist die kürzlich verabschiedete Regelung in erster Linie auf Hotels ausgerichtet und berücksichtigt digitale Entwicklungen wie Online-Buchungen oder automatisierte Check-Ins nicht. Betreiber von Ferienwohnungen oder Homesharer, die Gäste nur temporär und gelegentlich beherbergen, können zumeist nicht von den neuen Möglichkeiten profitieren – denn hier findet weder ein kartenbasierter Zahlungsprozess bei der Ankunft des Gastes statt, noch ist die Anschaffung von Auslesegeräten praktikabel. **Eine Anpassung der Meldepflicht an die Plattformökonomie im Tourismus ist daher dringend notwendig.** Es sollten beispielsweise die Buchungsprozesse über Online-Plattformen, bei denen sich Gäste im Voraus identifizieren müssen, ebenfalls als ausreichend im Sinne der Meldepflicht eingestuft werden.

Neben der Möglichkeit der digitalen Meldepflicht über den Buchungsprozess gibt es die digitale Ausweisfunktion. Die Chancen der Digitalisierung liegen darin, den Personalausweis vor Ort in Ferienwohnung, Pension, Campingplatz, Ferienzimmer etc. ohne ein spezielles Gerät auslesen

zu lassen. Das einfache Auslesen, z.B. per App, sollte stärker im Sinne der Digitalisierung der Prozesse unterstützt und gefördert werden.

## Aktive Förderung digitaler Anwendungen und Innovationen

Die Digitalisierung bietet für die Tourismuswirtschaft zum einen großes Innovationspotenzial und kann zum anderen helfen, bürokratische Abläufe und Arbeitsprozesse zu vereinfachen, indem auf tragfähige digitale Systeme umgestellt wird. Dazu braucht es sowohl strukturelle Änderungen in behördlichen Abläufen als auch finanzielle Unterstützung. Zudem sollte die Nutzung digitaler Möglichkeiten an der Schnittstelle zwischen Unternehmen und Behörden konsequent vorangetrieben werden. In touristischen Betrieben selbst bietet der Einsatz von digitalen Technologien in Bereichen der Buchhaltung oder Personal- und Warenplanung großes Potenzial Abläufe zu beschleunigen und diese mitarbeiter- und kundenfreundlicher zu gestalten. Nicht zuletzt bietet der Einsatz intelligenter technischer Systeme auch die Chance in Zeiten des Fachkräftemangels und knapper Arbeitskraft Standardprozesse zu automatisieren und die Mitarbeiter im Kern des touristischen Betriebs – der Gästebetreuung – statt in der Administration einzusetzen.

Bitkom-Empfehlungen:

- a. Schaffung von Investitionsanreizen für digitale Technologien.** Zur Schaffung von Innovations- und Investitionsanreizen könnten – wie von der Bundesregierung vorgeschlagen – die Abschreibungsbedingungen für digitale Wirtschaftsgüter verbessert werden. Aus Sicht des Bitkom ist die Einführung einer degressiven Absetzung für Abnutzungen (AfA) für digitale Technologien in Höhe des dreifachen Satzes der linearen AfA besonders zielführend (weiterführende Ausführungen hierzu finden sich unter [↗https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Abschreibungsbedingungen-fuer-digitale-Technologien](https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Abschreibungsbedingungen-fuer-digitale-Technologien)).
- b. Gezielte Anreize für die Zusammenarbeit öffentlicher und privater Stellen bieten.** Besonders zur Schaffung von Open Data Diensten und zur Digitalisierung von Tourismuseinrichtungen (Schnittstellen für Kurkarten, ÖPNV-Tickets für Touristen etc.) sollte damit gleichermaßen eine Vereinheitlichung der Tourismusabgaben und Kurtaxen einhergehen. Darüber hinaus sollte eine vereinfachte und digitale Form der Erhebung und Abführung angestrebt werden.
- c. Schaffung gezielter und einfacher Digitalförderprogramme für kleine und mittelständische Unternehmen.** Nach Vorbild des [↗»Digitalbonus«](#) in Bayern, welcher kleine und mittelständische Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützt, sollten Programme geschaffen werden, welche gleichermaßen die Förderung von digitalen Produkten, Prozessen und Dienstleistungen sowie die IT-Sicherheit in den Mittelpunkt stellen.
- d. Bündelung bestehender Förderprogramme auf einer zentralen, online verfügbaren Übersichtsplattform ausbauen.** Um speziell kleinen und mittleren Unternehmen der Tourismusbranche mehr Orientierung zu ermöglichen, ist eine Übersicht der Förderprogramme

notwendig. Der seit Ende 2019 verfügbare Förderwegweiser des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes <https://www.foerderwegweiser-tourismus.de> sollte an Sichtbarkeit und Transparenz gewinnen sowie kontinuierlich mit aktuellen Daten ergänzt werden.

**e. Verstärkte Nutzung von cloud-basierten Lösungen fördern.** Dies könnte helfen, Prozesse zu verschlanken und Innovationen zu unterstützen, z.B. durch eine rechtliche Neuerung zum Einsatz von webbasierten und lokalen Systemen mit gleichzeitiger Einführung klarer Hinweise zur Umsetzung (u.a. bei der Kassenverordnung). Der Gesetzgeber sollte dabei nicht nur den aktuellen Stand der Technik, sondern auch die erwartete Entwicklung bei Entscheidungen berücksichtigen. Insbesondere bei fiskalen Themen (z.B. bei der Registrierkassenverordnung) wird vor allem auf die aktuelle Marktsituation geschaut, ohne die Veränderungen zu berücksichtigen. Gesetze dürfen nicht den aktuellen Stand zementieren, sondern müssen insbesondere die Rolle von Startups und jungen Unternehmen berücksichtigen, um ggf. Strukturen aufbrechen und Innovation fördern zu können. Zudem sollte eine agilere Methodik entwickelt werden, um bei Langfristprojekten technische Lösungen stets weiterentwickeln zu können.

**f. Stärkung der Zusammenarbeit in innovativen Netzwerken.** Mit Hinblick auf die Heterogenität der Tourismusbranche sollten Kollaborationen mit einem Fokus auf Innovationen übergreifend gefördert und koordiniert werden. Zum Beispiel sollte die Rolle des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes geschärft und verstärkt auf den Auf- und Ausbau innovativer Netzwerkzusammenarbeit ausgelegt werden. Zudem sollten die Akteure des Deutschlandtourismus, wie u.a. die Deutsche Zentrale für Tourismus und der Deutsche Tourismusverband in ihren Bemühungen zur Zusammenarbeit mit innovativen Akteuren im Tourismus unterstützt werden, um das geänderte Nutzungsverhalten der Reisenden in ihren Marketingaktivitäten besser berücksichtigen zu können. Dazu sollte der Austausch mit Digitalunternehmen verstärkt berücksichtigt werden. Generell sollten die touristischen Akteure die direkte Mitwirkung innovativer Unternehmen fördern.

## Regulierung mit Augenmaß

Neue Regulierungen sollten einen fairen Wettbewerb sicherstellen und gewährleisten, dass Akteure sich auch in einem digitalisierten Markt positionieren können. Allerdings kann daraus auch eine Barriere für neue Markteintritte entstehen. Daher sollten Bundesländer und Kommunen sicherstellen, dass neue Gesetze die digitale Transformation fördern und diese mit anderen Zielsetzungen in Einklang bringen. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Innovationen müssen zunehmend unterstützt werden, besonders Potenziale digitaler Innovationen können für den wirtschaftlichen Erfolg genutzt werden.

Bitkom-Empfehlungen:

**a. Zunehmende Digitalisierung der (touristischen) Verwaltungsabteilungen fördern.** Bei gleichzeitiger smarterer Regulierung können digitale Prozesse auch Kooperationen unterstützen, da digitale Tools u.a. den Destinationsmanagementorganisationen helfen können.

ten, ihre Koordination und Zusammenarbeit untereinander zu verbessern. Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes könnte eine Rolle als digitaler Hub einnehmen, Pilotprojekte koordinieren, evaluieren und in die Fläche bringen.

**b. Unklare Regelungen bei Geschäftsreisenden vermeiden.** Dazu zählen z.B. die digitale Anpassung der Meldepflicht von Geschäftsreisen sowie die Regelungen für beleglose Reisekostenabrechnungen zu digitalisieren.

**c. Verhältnismäßige und effektive Regeln für Registrierungssysteme im Unterkunftsbereich entwickeln.** Hierbei sollte die Expertise von Akteuren wie Unterkunftsanbietern und digitalen Plattformen berücksichtigt werden. Der Bund sollte darauf hinwirken, dass die Bundesländer und Kommunen mit den Akteuren in den Austausch treten. Dabei sollte definiert werden, unter welchen Voraussetzungen Registrierungsverpflichtungen überhaupt notwendig sind und diese sollten zudem dahingehend geprüft werden, dass Mehrwerte lokal generiert werden können. Weiterhin ist zu definieren, wie sie konform mit dem europäischen Rechtsrahmen sein können und wie sie ausgestaltet werden müssen, um die gewünschte Wirkung zu entfalten.

### 3. Digitalisierung für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus

Digitalisierung und Nachhaltigkeit werden nicht nur unsere Gesellschaft grundlegend transformieren, sondern auch alle Zweige der Wirtschaft. Es ist entscheidend, beides zusammen zu gestalten, um die Digitalisierung als Werkzeug für mehr Nachhaltigkeit auch im Tourismus nutzen zu können. Digitalisierung unterstützt bereits viele Lösungen für globale Herausforderungen und trägt zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) bei. Chancen der Digitalisierung zu nutzen, um ökologische Herausforderungen zu lösen und gleichzeitig Wirtschaft und Wohlstand zu stärken, ist besonders in der Querschnittsbranche Tourismus entscheidend. Die Komplexität von Nachhaltigkeit, besonders im Zusammenspiel mit Digitalisierung, sollte insgesamt differenziert betrachtet werden. Eine Nachhaltigkeitsdiskussion wird daher unterstützt und mit Blick auf die Digitalisierung dringend gefordert. Die Notwendigkeit einer solchen digitalen Debatte im Kontext der Nachhaltigkeit wird ebenso von 49,4 Prozent der Bundesbürger unterstützt, welche digitale Technologien als Hilfsmittel sehen, um das Reisen nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig erwarten 57,5 Prozent bis 2030 keine Reisminderung aufgrund von Klimadebatten und 84,6 Prozent nehmen an, dass die Klimadebatte auch 2030 noch ein Thema sein wird (lt. [einer Studie von Bitkom Research](#)). Entscheidend ist daher ein lösungsorientierter Dialog unter Einbezug digitaler Potenziale für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus.

Bitkom-Empfehlungen:

- a. Digitale Lösungen für Nachhaltigkeit einsetzen.** Digitalisierung ist ein Werkzeug für Nachhaltigkeit, welches zum einen kundenzentriert mit nachhaltigen Angeboten eingesetzt werden kann. Durch das Hervorheben von nachhaltigen Angeboten auf Websites oder in touristischen Apps sowie durch Plattformen, Filter oder Suchen kann z.B. die Auswahl von nachhaltigen Reiseoptionen, -zielen, -unterkünften und -routen unterstützt werden. Zum anderen können digitale Plattformen auf Anbieterseite eingesetzt werden, um die Planbarkeit der Ressourcen zu erhöhen, was z.B. Foodwaste reduzieren kann und somit ökologisches Handeln fördert.
- b. Sharing-Lösungen technisch fördern.** Mithilfe von Daten und Algorithmen können Erkenntnisse gewonnen und für Effizienzgewinne genutzt werden. Zum Beispiel ermöglichen Apps Touristen, sich zusammenzuschließen und im Sinne der Nachhaltigkeit Transportmittel etc. zu teilen. Auch am Urlaubsort sollten daher Sharing-Lösungen gefördert werden.
- c. Digitale Aufklärungsarbeit leisten und Transparenz erhöhen.** Chancen und Potenziale der Digitalisierung für Nachhaltigkeit sollten sichtbar werden und Hotels z.B. zur Foodwaste Vermeidung motiviert werden. Diese könnten das Frühstücksbuffet nach offiziellem Ende für externe Gäste zugänglich machen (z.B. über App-Lösungen) und dafür einen kleinen Unkostenbeitrag verlangen. Laut der [Bitkom-Studie](#) würden 2020 bereits 89,7 Prozent der Bundesbürger den Wechsel der Handtücher und Bettwäsche nach Bedarf mittels digitalem Roomservice befürworten. Daher sollten digitale Punktesysteme für nachhalti-

ges Verhalten am Urlaubsort eingeführt und gefördert werden, um dieses Verhalten auszubauen und langfristig zu stärken. 41,4 Prozent würden ein digitales Belohnungssystem, z.B. ein Dankeschön in Form eines Gratis-Drinks, begrüßen. Punkte werden gesammelt, indem Handtücher im Hotel nicht täglich getauscht werden, Müll vermieden und getrennt wird, Rad gefahren oder Wasser gespart wird etc. Auch die Transparenz sowie die Verbreitung digitaler Services zur Kompensation sollten erhöht werden. 2020 kompensieren nur 7,7 Prozent der Bundesbürger den CO<sub>2</sub>-Ausstoß über Online-Angebote.

**d. Digitale Plattformen zur Besucherlenkung einsetzen.** Beherbergungsplattformen ermöglichen Unterkünften abseits der touristischen Hotspots oder im ländlichen Raum, sich besser zu vermarkten und für ein Publikum auf der ganzen Welt sichtbar und buchbar zu sein. Somit unterstützen die Digitalisierung und die Plattformökonomie eine Besucherlenkung, sowohl in Ballungsgebieten als auch in ländlichen Räumen. Laut der [Bitkom-Studie](#) fordern 60,9 Prozent der befragten Bundesbürger in 2020, dass Touristenströme gelenkt und ggf. begrenzt werden sollen (lt. [einer Studie von Bitkom Research](#)). Die Teilhabe an touristischer Wertschöpfung wird vergrößert und nicht zuletzt können durch Homesharing auch Bürgerinnen und Bürger daran teilhaben, was die soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit erhöht. Daher sollte die Politik darauf bedacht sein, die Potenziale digitaler Plattformen für alle Unterkunftsformen zu stärken.

**e. Stärkung von digitalen und nachhaltigen Mobilitätsangeboten in der Touristik.** Umweltschonende Verkehrsmittel wie Zugverkehr oder Busreisen sowie Sharing-Angebote sollten gegenüber den Individual-PKWs oder vermeidbaren Flugreisen gefördert werden. Der Fernbus bietet vor allem im ländlichen Raum und in touristisch attraktiven Regionen bezahlbare und umweltfreundliche Mobilität. Etwa 40 Prozent der Fernbus-Fahrgäste nutzen diesen für touristische Zwecke und tragen durch die Reduzierung von PKW-Fahrten zur Entlastung der Straßen bei (lt. [einer Studie des Umweltbundesamtes](#)). Bei der Überarbeitung des Personenbeförderungsgesetzes (PBefG) sollten Potenziale für den Fernbus genutzt werden, z.B. durch die Digitalisierung der Verwaltungs- und Genehmigungsverfahren im Sinne des Umsetzungskataloges des Onlinezugangsgesetzes (OZG). Durch die Digitalisierung könnte u.a. der Verwaltungsaufwand beschleunigt werden, wenn die Anträge durch das OZG-Paket zukünftig nicht mehr in Papierform eingereicht werden müssen. Aktuell existiert der umfangreiche Beantragungsprozess von Personenfernverkehren nach §42a PBefG nahezu ausschließlich in Papierform. Zudem könnten kleine und mittelgroße Städte in ländlichen Regionen bei einer Lockerung des Bedienverbots (50 km/1 Stunde Schienenpersonennahverkehr) noch stärker vom Fernbus-Anschluss profitieren.

Darüber hinaus sollte die im Klimapaket der Bundesregierung Ende 2019 beschlossene Anwendung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes (7 Prozent) im Bahn-Fernverkehr auch auf den Fernbus ausgeweitet werden. Der Fernbus weist eine noch bessere Umweltbilanz als die Bahn auf und verursacht zudem auch in der Gesamtheit betrachtet die geringsten externen Kosten (lt. [einer Studie des Umweltbundesamtes](#)). Damit ist er neben den Potenzialen digitaler Innovationen und digitaler Arbeitsprozesse geeignet, touristische Regionen ökologisch und schonend für Natur und Umwelt zu erschließen.

Die Digitalisierung bietet weiterhin die Möglichkeit, den »Flächenverkehr« als neue Verkehrsform des Linienverkehrs einzuführen. Vor allem im ländlichen Raum oder in Randbezirken der Ballungsräume, wo die Zahl der Nachfrager im Tagesverlauf stark schwankt oder generell niedrig ist, schränkt der Fokus auf Linienverkehr mit Bus und Bahn die Möglichkeiten zu stark ein. 56,9 Prozent der Bundesbürger gaben 2020 bereits an, dass sie im Urlaub Sharing-Angebote, Sammeltaxis und den ÖPNV anstatt den eigenen Mietwagen nutzen (lt. [einer Studie von Bitkom Research](#)). Die Digitalisierung kann daher mit neuen flexiblen Angeboten die bestehenden ÖPNV-Angebote ergänzen, um diese Bereitschaft zur Nutzung nachhaltiger, flexibler Mobilitätsangebote zu fördern. Die neue Verkehrsform »Flächenverkehr« würde den bisher im Gelegenheitsverkehr festgelegten Ein- und Ausstieg durch virtuelle Haltepunkte erweitern. Durch digitale Anmeldung kann der Linienverkehr in der Fläche durch das Sammeln von Fahrtwünschen bedarfsorientiert und flexibel erweitert werden. So kann der Flächenverkehr den Linienverkehr zeitlich und räumlich ergänzen.

## 4. Digitale Bildungspolitik im Tourismus fördern, um dem Fach- und Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken

Die Tourismuswirtschaft ist eine sehr personalintensive Branche, die der Fachkräftemangel sowie der Arbeitskräftemangel, besonders hart treffen. Es braucht konkrete Anstrengungen, um touristische Arbeitsplätze bei Auszubildenden, Studenten und Quereinsteigern attraktiver zu machen und so den Erfolg der Branche auch in der Zukunft zu sichern. Ein wichtiges Element für die Stärkung der Attraktivität ist dabei die Betonung digitaler Inhalte schon in der Ausbildung. Digitale Kompetenz ist in der Tourismuswirtschaft wie in anderen Branchen zentral für die Zukunftsfähigkeit und Anschlussfähigkeit der eigenen Ausbildung und bietet Aufstiegschancen. Digitale Inhalte und Kompetenzen sollten deshalb eine stärkere Rolle in den Ausbildungsordnungen der Tourismuswirtschaft – von Beherbergungsbetrieben bis zur Gastronomie – spielen. Konkret bedeutet dies eine Vermittlung digitaler Kenntnisse, sowohl theoretisch als auch praktisch. Dazu sollte eine digitale Anpassung der Ausbildungscurricula und die entsprechende Schulung des Lehrpersonals angestrebt werden.

Bitkom-Empfehlungen:

- a. Ausbildung von Mitarbeitern an modernen Systemen fördern.** In den Bildungseinrichtungen ist dies dringend notwendig, um Digitalisierung als elementaren Aspekt in die Ausbildung zu integrieren.
- b. Lehrpläne mit digitalen Inhalten anreichern.** Neben diesem langfristigen Ziel einer digitalen Ausbildungsstrategie im touristischen Bildungssystem sollte auf dem Weg dahin besonders das Lehrpersonal aller Ausbildungsstufen entsprechend technisch und didaktisch geschult werden. Zudem sollten digitale Lehrmaterialien zur Verfügung stehen, sodass Schüler bereits während der Lehrplantransformation – d.h. der Anpassung der Ausbildungscurricula ans digitale Zeitalter – mit digitalen Inhalten beschult werden können. Die Rahmenlehrpläne räumen ausreichend Spielraum ein, um jedes Thema digital anzureichern, sofern die Lehrkräfte durch gezielte Maßnahmen dazu befähigt werden. Eine bundesweite Lehrmaterialplattform für touristische Berufe könnte sich als hilfreich erweisen, um Digitalisierung kurz- sowie langfristig in die touristische Berufsvorbereitung einzugliedern.
- c. Flexibles Arbeiten durch digitale Lösungen ermöglichen.** Bitkom richtet einen dringenden Appell an touristische Unternehmer und Verbände, die eigene Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen und motivierte Arbeitnehmer gezielt anzusprechen. Dies kann durch Digitalisierung und technologieunterstützte Maßnahmen gefördert werden. Dazu zählen z.B. flexibles Arbeiten, digitale Dienstplanung, Homeoffice-Optionen, transparente Förderung der Vielfalt und Karrieremöglichkeiten in der Belegschaft, digital erfasste Trainingskontingente, Unterstützung beim Erwerb digitaler Kompetenzen und Offenheit für digitale Projekte, Kooperationen und zunehmend digitale Geschäftsmodelle.

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.900 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

**Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.**

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
**T** 030 27576-0  
**F** 030 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
[www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

**bitkom**