



# Tourismuspolitisches Positionspapier

Bayerischer Tourismusverband  
Stand 01.12.2025



**OBERBAYERN**  
Echt Bayern



**Franken**  
Freude am Entdecken

**OSTBAYERN**  
Tourismusverband Ostbayern e.V.



Tourismusverband  
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.

## Der Bayerische Tourismusverband

Der Bayerische Tourismusverband besteht aus den vier regionalen bayerischen Tourismusverbänden sowie dem Bayerischen Heilbäderverband und übernimmt die Koordination sowie Bündelung tourismuspolitischer Themen mit dem Ziel, das touristische Potenzial Bayerns noch besser auszuschöpfen. Der Verband versteht sich als Dachverband der öffentlichen Gebietskörperschaften in tourismuspolitischen Themen und als Mittler zwischen den touristischen Playern in Bayern und der Landespolitik.

Ziele sind beispielsweise:

- ◇ Eine noch engere Abstimmung und Zusammenarbeit zwischen dem Bayerischen Heilbäderverband und den vier regionalen, bayerischen Tourismusverbänden
- ◇ Die Bildung eines Netzwerks zur Diskussion der tourismuspolitischen Herausforderungen unter Einbindung weiterer Branchenverbände
- ◇ Kommunikation der tourismuspolitischen Interessen Bayerns auf allen relevanten Ebenen
- ◇ Lobbyarbeit für den bayerischen Tourismus
- ◇ Sicherung und Stärkung lokaler und regionaler Strukturen
- ◇ Unterstützung der Arbeit der Bayern Tourismus Marketing GmbH

## Ansprechpartner:

### **Bayerischer Tourismusverband**

Präsident: Klaus Stöttner

Vizepräsident: Peter Berek

### **c/o Tourismus Oberbayern-München e.V.**

Prinzregentenstr. 89

81675 München

[info@oberbayern.de](mailto:info@oberbayern.de)

Tel. 089/638958790

## Inhalt

1)	Finanzierung, Strategie und Förderung optimieren.....	3
a)	Wettbewerbsfähige Ausgestaltung der Tourismusfinanzierung .....	3
b)	Bayerische Tourismusstrategie .....	4
c)	Wettbewerbsfähiges Tourismusmarketing und effizientes Tourismusmanagement .....	4
d)	Optimierung der ressortübergreifenden Wissens- und Managementstrukturen .....	5
e)	Mehr Nachhaltigkeit und strategische Ausrichtung von touristischen Förderprogrammen ..	5
2)	Erhöhung und Sicherung der Tourismusakzeptanz .....	6
a)	Erhöhung der Akzeptanz und Wertschätzung für den Tourismus .....	6
3)	Verbesserung der Angebotsstrukturen .....	7
a)	Vernetzung und Unterstützung von Beherbergungsstrukturen – Schaffung gebündelter, einheitlicher Werkzeuge für Destinationen .....	7
b)	Erhalt und Ausbau touristischer Angebotsstrukturen .....	7
c)	Modernisierung Gesundheitstourismus .....	8
d)	Unterstützung des MICE-Tourismus, Stärkung des Städtetourismus. ....	8
4)	Verbesserung der Standortqualität.....	9
a)	Ausbau und touristische Ausrichtung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) .....	9
b)	Vom Breitbandausbau, Datenmanagement bis zur Digitalisierung der touristischen Leistungsträger .....	10
c)	Digitale Daten zur Besucherinformation und -lenkung.....	10
5)	Ermöglichung von fairem Wettbewerb und Sicherung des Fachkräftebedarfs .....	11
a)	Steuern und Abgaben .....	11
b)	Flexibilisierung der Arbeitszeit.....	11
c)	Gewinnung von Arbeitskräften .....	12

## 1) Finanzierung, Strategie und Förderung optimieren

### a) Wettbewerbsfähige Ausgestaltung der Tourismusfinanzierung

Bayern ist Tourismusland Nummer 1 in Deutschland – es gilt diese Position auch weiterhin abzusichern und zukunftsgerecht immer wieder neu auszurichten. Dazu werden von den Tourismusorganisationen immer mehr Querschnittsaufgaben übernommen – von der Digitalisierung, Datenmanagement, Besucherlenkung über den Erhalt von Beherbergungsstrukturen bis hin zu Sensibilisierung, Lebensraumgestaltung und Förderung der Tourismusakzeptanz. Um die Kostendeckung all dieser Aufgaben in Zeiten angespannter kommunaler Haushalte sicherzustellen, sind wettbewerbsfähige und effiziente Finanzierungsstrukturen erforderlich, denn viele Tourismusregionen und Kommunen stehen vor erheblichen Finanzierungsproblemen in der Erfüllung ihrer bestehenden und neuen Tourismusaufgaben. Diese Situation kann nur verbessert werden, wenn die gesetzlichen Grundlagen überarbeitet werden. Ziel muss sein, dass Tourismusorte, die touristische Ausgaben nachweisen können, einen vereinfachten Zugang zu den bestehenden Finanzierungsinstrumenten im Kommunalabgabengesetz KAG erhalten. Die Rahmenbedingungen und Details sollen von den Tourismusverbänden sowie den Unternehmerverbänden und Partnern gemeinsam erarbeitet und der Politik als Grundlagenpapier vorgelegt werden. Wir brauchen die politische Unterstützung für ein klares Tourismusmanagement und eine klare Tourismusfinanzierung in den kommenden Jahren, das sich an einer landesweiten Tourismusvision orientiert.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert die Einführung einer nachhaltigen und zukunftsweisenden Tourismusfinanzierung. Diese soll im Schulterschluss mit allen Kommunen und Landkreisen sowie den maßgeblichen Verbänden, insbesondere mit der privaten Tourismuswirtschaft erarbeitet und umgesetzt werden. Ziel ist, die Finanzierung zweckgebunden für den Tourismus durch Gästebeiträge zu generieren, die öffentlichen Haushalte der Kommunen zu entlasten sowie die Tourismusfinanzierung in den Kommunen anhand klarer strategischer Leitlinien sicherzustellen und die finanzielle Ausstattung der Bayern Tourismus Marketing GmbH und der regionalen bayerischen Tourismusverbände zu stärken.*

## b) Bayerische Tourismusstrategie

Die Aufgaben der Tourismusorganisationen wandeln sich mit großer Dynamik. Der Tourismus wird auf der einen Seite immer mehr auch zum Regionsmanager, Lebensraumgestalter und zum zunehmend wichtigen Standortfaktor für Unternehmen und Facharbeitskräfte. Auf der anderen Seite fehlt eine Vision, wie diese Aufgaben arbeitsteilig geschultert und finanziert werden können. Daher ist neben einer tragfähigen Tourismusfinanzierung eine Strukturreform des bayerischen Tourismus auf Basis einer übergreifenden, gemeinsamen Bayerischen Tourismusstrategie erforderlich, die Schwerpunktbereiche und Zielvorstellungen im Bereich Marketing und Kommunikation, Management und Strukturen, Lebensraumgestaltung und Tourismusakzeptanz, Investitionen und Finanzierung abdeckt. Daraus müssen sich auch die Kernaufgaben und eine klare Aufteilung der Aufgaben zwischen den Tourismusverbänden und -organisationen ableiten, um Doppelstrukturen zu vermeiden.

**→ Der Bayerische Tourismusverband fordert die gemeinsame Erarbeitung einer bayerischen Tourismusstrategie mit wesentlichen Zielvorstellungen für die Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Bayern. Daraus soll eine landesweite Managementstrategie mit klarer Aufgabenteilung zwischen den Tourismusverbänden und -organisationen abgeleitet werden, woraus ein effizienter Einsatz öffentlicher Mittel resultiert.**

## c) Wettbewerbsfähiges Tourismusmarketing und effizientes Tourismusmanagement

Sowohl die Bayern Tourismus Marketing GmbH als auch die vier Regionalverbände und der Bayerische Heilbäderverband sind maßgeblich für die Vermarktung der Dachmarke Bayern und der touristischen Regionen und Themen verantwortlich. Gerade die Regionalverbände nehmen Aufgaben im Bereich eines gebietsweit gebündelten Themenmarketings über die Destinationsgrenzen hinweg im Bereich Wissensmanagement, Interessensvertretung und im Tourismusmanagement wahr. Hierbei spielt die starke Vernetzung und Bündelung der landkreisweiten und örtlichen Tourismusstellen sowie der tourismusnahen Verbände eine große Rolle. Um diese Aufgaben und auch die Bearbeitung neuer Querschnittsaufgaben rund um Sensibilisierung, Tourismusakzeptanz, Besucherlenkung und Digitalisierung wahrnehmen zu können, ist eine ausreichende Finanzausstattung erforderlich. Wesentliches Fundament der Finanzierung sind die durch den Freistaat Bayern zur Verfügung gestellten Tourismusmarketingfördermittel.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert die Erhöhung und Stabilisierung der Tourismusmarketingfördermittel mit dem Ziel, gegenüber unmittelbaren Wettbewerbsdestinationen konkurrenzfähig zu werden und Managementaufgaben effizient wahrnehmen zu können. Dazu ist auch eine projektbezogene, zeitlich begrenzte Förderung der Personalkosten notwendig, um wichtige Projekte effizient umsetzen zu können.*

#### d) Optimierung der ressortübergreifenden Wissens- und Managementstrukturen

Der Tourismus hat viele Schnitt- und Berührungspunkte zu den unterschiedlichsten Ressorts: Von der Verkehrsplanung über Traditionspflege, Handwerk, Ernährung und Landwirtschaft, den vielfältigen Auswirkungen auf eine intakte Umwelt bis hin zu Kultur und Sport. Hinzu kommen Querschnittsbereiche wie Digitalisierung, Wissensmanagement und die Interessensvertretung für die Belange des Tourismus. Organisatorisch wurden die Bereiche zusammengefasst innerhalb der Tourismusabteilung im Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus als zentrale Koordinationsplattform für die interministerielle und ressortübergreifende Zusammenarbeit im bayerischen Tourismus. Dazu kommt das Bayerische Zentrum für Tourismus (BZT) mit der Bündelungsstelle für das touristische Wissensmanagement, die Kompetenzstelle Digitalisierung im Tourismus (KSD) in Waldkirchen als Zentrale für die touristischen Digitalisierungsthemen in Bayern sowie der Bayerische Tourismusverband zur Bündelung der Interessensvertretung.

➔ *Es soll vermieden werden, dass jedes Ministerium und jede Fachstelle eigene Tourismusprojekte initiiert und fördert. Eine strikte Kompetenzbündelung in der Tourismusabteilung des StMELF bzw. in den Fachvertretungen ist aus Sicht des Bayerischen Tourismusverbandes zielführend.*

#### e) Mehr Nachhaltigkeit und strategische Ausrichtung von touristischen Förderprogrammen

Für touristische Leistungsträger, Orte und Destinationen stehen mittlerweile zahlreiche Fördermöglichkeiten zur Verfügung. Dazu gehören die Förderbank Bayern (LfA), Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Regionalförderung der Regierungen und Sonderprogramme der unterschiedlichen Ministerien. Oft sind die Voraussetzungen für Förderung zu eng gesteckt, sodass gute Projekte nicht umgesetzt werden. Dadurch werden die Mittel nicht zur Gänze ausgeschöpft. Ergänzend ist die stetige Weiterentwicklung des bestehenden digitalen Fördermittel-Wegweisers wichtig. Die Tourismusförderung in Bayern muss sich stärker als

bisher auf eine mehrjährige, strategische Planung mit klaren Entwicklungs- und Förderzielen ausrichten. Hierzu werden längerfristige, mehrjährige Förderperioden benötigt, die sich in sinnvolle Projektphasen gliedern lassen und durch geeignete Informationskampagnen begleitet werden können. Bei der Aufsetzung neuer Förderprogramme sollten strategische Projekte der übergreifenden Zusammenarbeit von Städten und ländlichen Destinationen einen neuen Schwerpunkt bilden. Über eine Unternehmensförderung hinaus sollten hierbei Regionalverbände in den Kreis der Förderempfänger einbezogen werden.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband hält mehr Transparenz bei der Vielzahl an tourismusrelevanten Förderprogrammen für notwendig. Das kann durch einen digitalen, ständig aktuellen Fördermittel-Leitfaden erreicht werden. Querschnittsthemen wie Regionalität, Nachhaltigkeit oder Digitalisierung sind in der Konzeption von Förderprogrammen konsequent zu berücksichtigen.*

## 2) Erhöhung und Sicherung der Tourismusakzeptanz

### a) Erhöhung der Akzeptanz und Wertschätzung für den Tourismus

Die Akzeptanz und Wertschätzung für die Bedeutung von Freizeit, Erholung und Tourismus in Bayern ist das Fundament für einen attraktiven Lebensraum in Stadt und Land. Der Tourismus dient nicht nur den Gästen, sondern auch die Bevölkerung profitiert in hohem Maße. So hängen in Bayern rund 600.000 Arbeitsplätze vom Tourismus ab, zusätzlich wird die Lebensqualität der Einheimischen gesichert, dringend benötigte Arbeitskräfte für Industrie und Handwerk werden in die Region gelockt. Die einzigartige Vielfalt an hochklassigen kulturellen, sportlichen und kommerziellen Angeboten würde ohne die Nachfrage durch die Gäste nicht existieren.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert, dass die bayernweiten und regionalen Pro-Tourismus-Kampagnen dauerhaft und unter Einbindung aller Akteure weiterentwickelt, verstetigt, unterstützt und finanziell gefördert werden. So lässt sich eine nachhaltige Sensibilisierung für den hohen Stellenwert des Tourismus in Bayern erreichen. Regionale bayerische Akzeptanzkampagnen sollen sinnvoll in bayernweite Dachkampagnen integriert werden.*

### 3) Verbesserung der Angebotsstrukturen

#### a) Vernetzung und Unterstützung von Beherbergungsstrukturen – Schaffung gebündelter, einheitlicher Werkzeuge für Destinationen

Kleine, familiengeführte Gastgeber gehören untrennbar zum Bild Bayerns. Diverse Beispiele zeigen, dass es durchaus möglich ist, sich zeitgemäß am Markt zu positionieren und zu behaupten. Gerade in Krisenzeiten haben sich inhabergeführte Kleinstbetriebe als besonders nachgefragt und widerstandsfähig erwiesen. Es ist nicht Aufgabe der Tourismusorganisationen, eine Privatvermieter-Vereinigung zu gründen, wohl aber marktfähige Beherbergungsstrukturen zukunftsfähig aufzustellen und unterstützen. Dazu sind mehr Angebote zur Vernetzung und Wissensmanagement untereinander erforderlich. Die Regionalverbände nehmen hier wichtige Bündelfunktionen wahr und schaffen dauerhafte Unterstützungsangebote wie Schulungsangebote oder Coaching-Netzwerke im Bereich der Digitalisierung mit dem Ziel, den Tourismusregionen einheitliche Instrumente an die Hand zu geben und die Tourismusbetriebe in den Regionen zukunftssicher aufzustellen. Ebenso ist es wichtig, Investitionshürden durch die Vereinfachung von Genehmigungen abzubauen. Um all diese Themen koordinieren zu können, sind entsprechende Personalstrukturen zur Koordination und Projektbetreuung nötig.

**→ Der Bayerische Tourismusverband fordert eine Förderung von (befristeten) Projektstellen bei den Regionalverbänden über die Projektförderung des Ministeriums, um Unterstützungsangebote im Bereich Wissensmanagement und Digitalisierung schaffen zu können. Im Verbund mit den Tourismusregionen können so kleinteilige Beherbergungsstrukturen in den Bereichen Professionalität, Qualität und Digitalisierung gestärkt und zukunftssicher aufgestellt werden.**

#### b) Erhalt und Ausbau touristischer Angebotsstrukturen

Bayern steht für eine hohe Erlebnisqualität in Freizeit und Tourismus. Regionale Sehenswürdigkeiten, Seilbahnen, Radwege oder Heilbäder tragen maßgeblich zur Attraktivität des Lebens- und Tourismusraumes und der Ausrichtung als Ganzjahres-Destination bei. Um diese Erlebnisqualität nachhaltig und barrierefrei weiterhin aufrecht und zeitgemäß zu erhalten, sind schlagkräftige Förderinstrumente im Bereich der Städtebauförderung, Förderung von Freizeit- und Sporteinrichtungen, Seilbahnförderung,



des Ausbaus und Ertüchtigung von Rad- und Wanderwegen oder der Neuausrichtung und Modernisierung der Heilbäder und Kurorte in Bayern erforderlich.

**→ Der Tourismus in Bayern braucht eine schlagkräftige Förderung zum Erhalt und zur Modernisierung der Freizeitinfrastruktur. Ziel ist es, den Anspruch Bayerns als Erlebnisregion und Ganzjahresdestination absichern und zukunftsgerecht ausbauen zu können.**

#### c) Modernisierung Gesundheitstourismus

Die Weiterentwicklung des Gesundheitstourismus in Bayern ist gerade angesichts gesundheitspolitischer Herausforderungen ein wichtiges Angebot. Einerseits für die bayerischen Kurorte und Heilbäder, andererseits für die Bevölkerung, bei der Themen wie Prävention und gesundheitserhaltende Maßnahmen sowie insbesondere das Thema Barrierefreiheit eine große und zunehmend wichtige Rolle spielen – gerade mit Blick auf ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein und eine alternde Bevölkerungs- und Gästestruktur. Es sind einerseits Maßnahmen auf Anbieterseite, wie etwa die Ausweitung innovativer gesundheitstouristischer und barrierefreier Angebote notwendig. Andererseits bedarf es intensiver Aktivitäten zur Marktbearbeitung im In- und Ausland unter dem Dach ‚Gesundes Bayern‘. Hinzu kommt die sinnvolle Nutzung digitaler Medien, um Mehrwerte für die Zielgruppe und, über eine schärfere Profilierung, auch für die Anbieter zu erreichen.

**→ Der Bayerische Tourismusverband hält auch weiterhin die Förderung von innovativen gesundheitstouristischen Angeboten, vor allem in Heilbädern und Kurorten, sowie die Vermarktung unter dem Dach ‚Gesundes Bayern‘ mit Nutzung digitaler Kanäle und Wege für notwendig. Dabei ist es wichtig, dass der Gesundheitstourismus erneuerte, zeitgemäße Angebote bündelt und zukunftssträchtige Nischen besetzt.**

#### d) Unterstützung des MICE-Tourismus, Stärkung des Städtetourismus.

Die bayerischen Städte und Tagungsdestinationen stehen im nationalen und internationalen Wettbewerb um reichweiten- und besucherstarke Messeformate, Meetings, Konferenzen, Incentivereisen und Ausstellungen. Um Bayern national und international als MICE-Destination konkurrenzfähig zu halten, sind gemeinsame Marketing- und Akquise-Anstrengungen nötig, die nur mit entsprechenden Sondermitteln und Ressourcen umsetzbar sind. Bayern bietet exzellente Voraussetzungen und Rahmenbedingungen im MICE-Bereich, die aktiv genutzt und weiterentwickelt werden sollen.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert eine dauerhafte Berücksichtigung des MICE-Tourismus auf Bayernebene, um in diesem Segment konkurrenzfähig zu bleiben. Die Bereitstellung von Sondermitteln und Ressourcen im Rahmen des bayerischen Kongressfonds, um international wettbewerbsfähig zu bleiben, wird begrüßt. Insbesondere für kleinere Tagungen und Kongresse im ländlichen Raum sieht der Verband noch großes Potenzial, welches einer adäquaten Förderung bedarf.*

#### 4) Verbesserung der Standortqualität

##### a) Ausbau und touristische Ausrichtung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV)

Bayern ist eine starke Ausflugsregion mit ausgeprägter Stadt-Land-Verflechtung in der Mobilität. Rund die Hälfte des touristischen Bruttoumsatzes geht auf das Konto der Tagesgäste. Gerade im Zuge der Lockdowns und der eingeschränkten Reisetätigkeit während der Corona-Krise ist das Volumen der Tagesreisen gestiegen. Um die Ausflugsverkehre verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel verlagern zu können, müssen diese unbedingt ausgebaut werden. Das neu eingeführte Deutschlandticket sollte auch als monatliches Einmalticket für Gäste angeboten werden, damit touristische Verkehrsströme auf den Öffentlichen Verkehr verlagert werden können. Auch sind viele Orte Bayerns beliebte Urlaubsziele, die keinen Bahnhof besitzen und wo der ÖPNV nur mäßig ausgebaut ist. Die Taktung des ÖPNV ist häufig auf Berufs- und Alltagsmobilität ausgerichtet, nicht auf die Bedürfnisse von Freizeit und Tourismus. Oft liegt es nur am „letzten Kilometer“, welcher Urlaubsgäste ohne Auto komplett abschreckt oder für die Anreise mit dem eigenen PKW entscheidend ist. Im Rahmen alternativer und innovativer Mobilität dürfen auch abgelegene Gebiete nicht vergessen werden.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert den Ausbau der öffentlichen Verkehrsnetze, insbesondere zur Anbindung von ländlichen Freizeitzielen und Tourismuszentren und die Einführung von monatlichen Einmaltickets auf Basis des neuen Deutschlandtickets, um auch touristische Verkehrsströme auf Bus und Bahn verlagern zu können. Komfortable Möglichkeiten der Anreise auch ohne eigenen PKW müssen – egal wo in Bayern – geschaffen werden. Basis dafür können digitale App-Lösungen, die Schaffung von Anreizen zur Nutzung des ÖPNV, Mobilitätskonzepte und die Entwicklung notwendiger Infrastruktur in ländlichen Räumen sein. Bei Investitionen in die*

***Infrastruktur durch das Sondervermögen des Bundes sollen auch explizit touristische Belange mitgedacht werden.***

#### **b) Vom Breitbandausbau, Datenmanagement bis zur Digitalisierung der touristischen Leistungsträger**

Für Tourismusregionen ist schnelles Internet und ein gutes Mobilfunknetz ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor. Leider ist eine ganze Reihe von Regionen nur mäßig oder unzureichend abgedeckt. Im Rahmen von Befragungen wurde immer wieder die mangelnde Verfügbarkeit von schnellem Internet als größter Hemmschuh der Digitalisierung genannt. Auch bei der Digitalisierung auf Ebene der touristischen Leistungsträger besteht großer Nachholbedarf. So sind mehr als 50 Prozent noch nicht online buchbar. Ebenso wenig sind hausinterne Prozesse ausreichend automatisiert und digitalisiert. Im Bereich des Datenmanagements bzw. der Verfügbarkeit von open data Content besteht erheblicher Nachholbedarf auf Ebene der Tourismusorganisationen. Hierbei sollten die Anforderungen von zeitgemäßen KI-Anwendungen im Sinne der Tourismusförderung, der Besucherlenkung und der Erhöhung der Content Qualität und -quantität berücksichtigt werden.

***→ Der Tourismus in Bayern braucht auch im Sinne der Stärkung strukturschwacher Räume eine maßgebliche Verbesserung der Breitbandanbindung sowie der Mobilfunkabdeckung. Digitalisierung im Tourismus ist eine wichtige Aufgabe und betrifft alle Tourismusebenen. Gerade auf Ebene der Leistungsträger ist mit Unterstützung der Tourismusorganisationen die Digitalisierung nachhaltig voranzutreiben. Ebenso sind strukturelle Programme zur qualitativen Content Erstellung im Rahmen des Datenmanagements notwendig. Um Erfolge zu erzielen, ist eine bessere und vor allem ausreichende finanzielle Ausstattung erforderlich***

#### **c) Digitale Daten zur Besucherinformation und -lenkung**

Das Thema Besucherlenkung ist zu einem wichtigen und dauerhaften Querschnittsthema im bayerischen Tourismus geworden. Ziel der Entzerrung von Besucherströmen ist es, die Erlebnisqualität für den Gast abzusichern, die Tourismusakzeptanz in den Regionen zu erhalten, aber auch Wertschöpfungschancen in Destinationen aller Größenordnungen zu bringen. Ein wichtiger Aspekt der digitalen Besucherlenkung ist die Zurverfügungstellung digitaler Daten (über die Bayern Cloud) zur Ausspielung über möglichst viele Kanäle. Insgesamt ist eine klare Arbeitsteilung und Vernetzung im Hinblick auf die vielen

verschiedenen Maßnahmen zur Besucherlenkung entlang der Customer Journey nötig, sowie ein permanenter Erfahrungsaustausch hinsichtlich der Wirksamkeit und Effizienz.

➔ *Der Tourismus in Bayern braucht eine Förderung von digitalen Strategien zur Lenkung von Gästeströmen auf Basis der Daten der Bayern Cloud. Zudem brauchen wir eine klare Arbeitsteilung in den Bereichen Besucherlenkung, Wissensaustausch und Evaluation bei den unterschiedlichen Lenkungsmaßnahmen und -projekten.*

## 5) Ermöglichung von fairem Wettbewerb und Sicherung des Fachkräftebedarfs

### a) Steuern und Abgaben

Die Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für Seilbahnen 2007 und für die Hotellerie 2010 auf jeweils 7 % hat zu spürbaren Investitionen in der Branche geführt. Mittlerweile wurden viele bayerische Seilbahnen und Liftanlagen modernisiert. In der Hotellerie sorgte die Maßnahme für einen starken Investitionsschub. Es zeigte sich, dass die Entlastung nicht in den laufenden Betrieb einsickerte, sondern dass sich dadurch die Tourismusbetriebe in Bayern zukunftsicherer aufstellen konnten.

Probleme bereitet bis zum heutigen Tag, dass es noch keine Angleichung des Steuersatzes auf Essen gibt. Nach wie vor gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze je nachdem ob Essen im Supermarkt, im Gehen, im Stehen oder im Restaurant verzehrt wird. Für die Tourismusbetriebe bedeutet das einen erheblichen bürokratischen und buchhalterischen Aufwand. Zentrale Forderung ist und bleibt die Mehrwertsteuer-Reduzierung, um die Tourismusbetriebe wettbewerbsfähig zu halten und unternehmerische Planungssicherheit zu geben.

➔ *Der Tourismus in Bayern braucht die Vereinheitlichung der Mehrwertsteuerregeln für vergleichbare Produkte und Dienstleistungen sowie die Mehrwertsteuer-Reduzierung für Hotellerie, Gastronomie und Seilbahnen. Daher begrüßt der Verband die Pläne der Bundesregierung zur Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes in der Gastronomie.*

### b) Flexibilisierung der Arbeitszeit

Das Arbeitszeitgesetz belastet die Tourismusbranche durch eine starre, tagesbezogene Regelung. Die Höchstarbeitszeit von regelmäßig acht, im Ausnahmefall von zehn Stunden ist

nicht mehr zeitgemäß. Nicht nur die Unternehmen, sondern auch der Mitarbeiter und Gäste wünschen sich mehr Flexibilität. Die derzeitige Regelung ist in der betrieblichen Praxis nicht umsetzbar und muss künftig auf eine wochenbezogene Behandlung umgestellt werden.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband begrüßt die Pläne der Bundesregierung und fordert gemeinsam mit den Betriebsverbänden eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes in Form einer Umstellung von einer täglichen auf eine wöchentliche Höchstarbeitszeit.*

### c) Gewinnung von Arbeitskräften

Das Gastgewerbe in Bayern ist im Vergleich zu anderen Branchen sehr personalintensiv. Gerade durch die Corona-Pandemie mit Lockdowns speziell im Beherbergungs- und Gastgewerbe kam es zu einer Verschärfung des Arbeitskräftemangels. Um den Fachkräftebedarf wieder annähernd decken zu können, sind im Gastgewerbe und in der gesamten bayerischen Tourismuswirtschaft, aber gerade auch für die vielen Kleinbetriebe in Bayern Beschäftigungsperspektiven und Karrierepotenziale nötig. Hier müssen Anstrengungen unternommen werden zur Bindung von Arbeitskräften, etwa durch wertschätzende Arbeitsbedingungen und die gezielte Automatisierung von Abläufen und Prozessen. Auch die Integration von Flüchtlingen, insbesondere im Zuge des aktuellen Ukrainekrieges muss vorangetrieben werden. Insgesamt braucht Bayern eine gezielte Einwanderungspolitik, um auch mittelfristig den Arbeitskräftebedarf abdecken zu können. Zur Gewinnung von Arbeitskräften sollte künftig verstärkt eine Kost- und Logis-Freiheit ermöglicht werden. Ebenso sind smarte Kampagnen erforderlich, um das Berufsbild Tourismus bei Nachwuchskräften attraktiver zu gestalten.

➔ *Der Bayerische Tourismusverband fordert einen Masterplan für die Unterstützung des Gastgewerbes und der gesamten Tourismuswirtschaft bei der Arbeitskräftegewinnung und -bindung, dem gezielten Einsatz von Automatisierung sowie für die Integration insbesondere von Geflüchteten und Asylbewerbern im Verbund mit gezielter Einwanderungspolitik.*