



Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden- Württemberg

📅 17.01.2022

TOURISMUS

Tourismustag 2022: „Tourismus.Bewusst.Stärken“



@Thomas Wagner

Unter dem Titel „Tourismus.Bewusst.Stärken“ fand am 17. Januar 2022 der Tourismustag als Online-Konferenz statt. Im Fokus stand die Stärkung des Tourismusbewusstseins und der Tourismusakzeptanz im Land.

„Die wirtschaftliche Ausnahmesituation, in der sich der Tourismus seit fast zwei Jahren befindet, hat eines gezeigt: Die Branche leistet weit mehr als nur die Beherbergung von Gästen. Der Tourismus wirkt als Motor der Regionalentwicklung, er sichert und schafft standortgebundene Arbeitsplätze, verbessert die Infrastrukturausstattung und stärkt die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger“, erklärte Ministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut auf dem Tourismustag. „Die Corona-Pandemie hat die Tourismusbranche enorm getroffen – das haben nicht nur die Tourismusakteurinnen und -akteure zu

spüren bekommen, sondern auch andere vom Tourismus profitierende Branchen und die Gäste unseres Urlaubslandes. Es ist deshalb ein wichtiges Signal, dass der Tourismustag trotz der aktuellen Lage stattfindet.“

Der Tourismustag ist der größte touristische Fachkongress des Landes, der traditionell zum Jahresanfang wichtige thematische Impulse für das Jahr setzt.

Staatssekretär Dr. Patrick Rapp stellte auf dem Tourismustag das gleichnamige Projekt „Tourismus.Bewusst.Stärken“ der Landesregierung vor. Das Projekt soll das Verständnis und die Unterstützung für den Tourismus in Baden-Württemberg durch Kommunikationsmaßnahmen und Beteiligungsformate stärken. „Ich freue mich, dass wir heute den Startschuss für ein bislang einzigartiges Projekt geben können. Jetzt gilt es, alles Machbare zu tun, um den Tourismus zu neuer Stärke zu führen. Deshalb freut es mich ganz besonders, dass wir uns gezielt der inhaltlichen Unterstützung und der Akzeptanz für den Tourismus widmen. Im Jahr 2022 wollen wir ein Zeichen setzen, um die positiven Wirkungen des Tourismus in vielen Bereichen zu verdeutlichen und ihn in Zukunft noch mehr ins Bewusstsein zu rücken“, so Rapp. „Besonders wichtig ist es dabei, die unterschiedlichen Begebenheiten und Bedürfnisse in den Regionen im Land zu berücksichtigen und auf die Akteurinnen und Akteure vor Ort einzugehen. Darum werden wir in den kommenden Wochen und Monaten ganz gezielt mit einzelnen Veranstaltungen in die Reiseregionen Baden-Württembergs gehen und dort gemeinsam spezifische Pilotprojekte entwickeln und umsetzen.“

Andreas Braun, Geschäftsführer der [Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg](#), sagte: „Ein breites touristisches Angebot nutzt den Menschen vor Ort ebenso wie lokalen Unternehmen. Denn wo sich Urlaubsgäste wohlfühlen, profitieren auch Einheimische und Arbeitskräfte von einem attraktiven Freizeitangebot. Daher sind Investitionen in den Tourismus, sei es aus öffentlicher oder privater Hand, immer auch eine Investition in die Zukunft des Standorts. Gerade in Krisenzeiten ist es wichtig, kommunale und regionale Tourismusorganisationen zu stärken, um die Lebensqualität zu erhöhen und den Wirtschaftsstandort attraktiv zu halten.“

Fritz Engelhardt, Präsident des [DEHOGA Baden-Württemberg](#), äußerte: „Gastronomie und Hotellerie sind das Rückgrat des Tourismus. Die Corona-Pandemie hat die Betriebe und Beschäftigten der Branche hart getroffen und vor enorme Herausforderungen gestellt. Dank der Hilfen von Land und Bund konnte jedoch bis jetzt eine größere Insolvenzwelle vermieden werden. Aktuell spitzt sich die Lage für viele Gastronomen und Hoteliers im Land wieder zu. Dass die Sommersaison 2021 zumindest in den Feriengebieten gut verlaufen ist, zeigt das Potenzial der Branche und macht Hoffnung für das Jahr 2022.“

Ebenso Grund zur Hoffnung für die Branche gibt eine Besserung der Ausbildungssituation im vergangenen Jahr. Der Hauptgeschäftsführer der in Baden-Württemberg für den Tourismus federführenden [IHK Nordschwarzwald](#), Martin Keppler, sagte: „Die Branche bietet insbesondere Chancen für junge Menschen. Neue Arbeitsmodelle sind dabei ein wichtiger Faktor für die Fachkräftegewinnung. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr über 2.100 Ausbildungsverträge in der Reisebranche und im Gastgewerbe abgeschlossen. Ein Plus von 0,8 Prozent ist angesichts der anhaltend schwierigen Branchensituation mehr als hervorragend.“ Die Steigerung des Tourismusbewusstseins sei ein zentraler Ansatz, um die Branche in ihrer zukünftigen Entwicklung zu unterstützen und so die Bedeutung als Standortfaktor weiter auszubauen, so Keppler weiter.

Der **Heilbäderverband Baden-Württemberg (HBV)** setzt zur Überwindung der Folgen aus der Corona-Pandemie vermehrt auf Digitalisierung, um damit neue Möglichkeiten der Kundenansprache zu nutzen. Präsident Fritz Link sagte: „Mit unserem neuen Typen-Portal können sich unsere Gäste ab sofort in einem kurzen Test ein ganz auf ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmtes Angebot zusammenstellen. Zur Steigerung des Tourismusbewusstseins gehört es dazu, den Menschen in Baden-Württemberg, aber auch den Gästen, den Mehrwert der prädikatisierten Orte im Land aufzuzeigen. Die In-Wertsetzung der Heilbäder und Kurorte ist ein weiterer Baustein im Projekt der Landesregierung.“

Weitere Informationen

Die Landesregierung wird im Jahr 2022 verstärkt einen Fokus auf die Bewusstseinsbildung für die Belange des Tourismus in Baden-Württemberg legen und für eine stärkere Akzeptanz für neue touristische Vorhaben werben. Ziel ist es, die Menschen im Land bei der Weiterentwicklung eines nachhaltigen und starken Tourismus mitzunehmen und damit die Branche zu unterstützen. Begleitet wird das Projekt durch die Agenturen Wilde & Partner und dwif aus München.

Es wird verschiedene Veranstaltungen und Teilnehmungsformate in den sechs großen Reiseregionen des Landes (Bodensee, Nördliches Baden-Württemberg, Oberschwaben-Allgäu, Schwäbische Alb, Schwarzwald, Region Stuttgart) geben. Damit möchte das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus die verschiedenen Zielgruppen aus Politik, Unternehmen und Bevölkerung ansprechen und aktiv einbinden. Wichtig ist es dabei, die verschiedenen Aspekte und unterschiedlichen räumlichen Einflüsse zu berücksichtigen. Begleitet werden die Maßnahmen durch eine interaktive Multimedialakampagne und einen Wettbewerb für innovative Modellprojekte, der für die zweite Jahreshälfte vorgesehen ist.

Die hohe Bedeutung des Themas wurde auf dem Tourismustag auch durch den Fachvortrag von Bente Grimm unterstrichen. Die Sozialwissenschaftlerin vom Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) leitete in den vergangenen vier Jahren mehrere Einwohnerbefragungen zur Tourismusakzeptanz und stellte Ergebnisse aus mehreren schleswig-holsteinischen Orten vor, die sie mit landes- und bundesweiten Daten verglich. Die Untersuchungen zeigen, welche positiven und negativen Effekte des Tourismus die Einheimischen wahrnehmen und wie sie die Auswirkungen auf den eigenen Wohnort und auf sich persönlich beurteilen. Sie wies darauf hin, dass es auch in Baden-Württemberg Sinn macht, die Bevölkerung rechtzeitig und auf repräsentativer Basis zu befragen. Die gewonnenen Ergebnisse dienen der sachgerechten kommunalpolitischen Diskussion, als Beitrag zur Definition von Zielsetzungen und können als Grundlage für die zukünftige Kommunikation mit der Bevölkerung genutzt werden.

In der Podiumsdiskussion waren sich die Expertinnen und Experten einig, dass Baden-Württemberg mit einem deutschlandweit einzigartigen Projekt vorangeht und die Unterstützung des Tourismus auf dieser Ebene in einer bislang nie dagewesenen Dimension voranbringt. Walter Knittel, Geschäftsführer der Donaubergland GmbH, stellte sein Innovationsprojekt vor, bei dem es gelungen ist, fünf heimische Industriefirmen für sogenannte „Wegepatenschaften“ der Premiumwanderwege „Donauwellen“ zu gewinnen. Für Tourismusorganisationen wird es zukünftig immer wichtiger, Partnerschaften mit der regionalen Wirtschaft einzugehen, um so neue Finanzierungsmöglichkeiten für die touristische Infrastruktur auszuschöpfen.

Zur Aufzeichnung des Live-Streams auf YouTube

Link dieser Seite:

<https://wm.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilung/pid/tourismustag-2022-tourismusbewusststaerken/?cHash=27a9aec94e15da60b76b34545e49fcaa&type=98>