



## **Ergebnisniederschrift**

Sitzung des Ausschusses Tourismus der IHK für München und Oberbayern, am  
Donnerstag, 29.09.2022, 15:00 – 17:30 Uhr, Hybridsitzung,  
Handelskammersaal, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München

## **Tagesordnung**

	<b>Seite</b>
<b>TOP 1 Begrüßung</b> Dr. Denise Amrhein Vorsitzende	<b>2</b>
<b>TOP 2 Nachhaltigkeit im Tourismus und soziale Kriterien – was akzeptiert der Gast?</b> Lars Bengsch dwif-Consulting GmbH	<b>3</b>
<b>TOP 3 Nachhaltige Destinationsentwicklung im Tourismus – Best Practice Beispiel aus der Region Allgäu</b> Klaus Fischer Allgäu GmbH – Gesellschaft für Standort und Tourismus	<b>4</b>
<b>TOP 4 Aktuelles aus der IHK</b> Dr. Tina Emslander IHK für München und Oberbayern	<b>7</b>
<b>TOP 5 Verschiedenes</b> Dr. Denise Amrhein Vorsitzende	<b>8</b>

Beginn der Sitzung: 15:05 Uhr  
Ende der Sitzung: 17:30 Uhr

Anlagen:

1. Gesamtpräsentation IHK
2. DIHK-Vorschläge zur Reform des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes

## **TOP 1 Begrüßung**

Frau Dr. Denise Amrhein, Vorsitzende des IHK-Ausschusses Tourismus, begrüßt alle anwesenden und virtuell teilnehmenden Mitglieder.

Sie stellt die Aktivitäten und die Termine der vergangenen Monate vor: im Juli fand ein Austauschtermin mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) statt. Die Inhalte der Diskussion wurden in ein aktuelles DIHK-Positionspapier zur Fachkräftesicherung eingespielt und darüber an die Politik auf Bundesebene adressiert (siehe Anlage 2 „DIHK-Vorschläge zur Reform des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes“).

Auf Landesebene wurden die Themen mit dem Wirtschaftsministerium besprochen. Gleichzeitig hat eine Initiative aus dem Ministerium, 17 Verbänden und Institutionen, darunter auch die bayerischen IHKs, DEHOGA und das bayerische Zentrum für Tourismus (BZT), Vorschläge für eine Imagekampagne für die Tourismusbranche ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist, ein positives Bewusstsein für den Tourismus zu generieren und als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Auf der Website der Imagekampagne wird neben den begleitenden Inhalten auch eine Jobbörse angeboten. Insgesamt werden rd. 500 Tausend Euro in die Kampagne fließen.

Ergänzend gibt es Unterstützung seitens der IHKs in Form eines Qualifikations-Checks für ukrainische Geflüchtete. Geflüchtete dürfen prinzipiell auch ohne Berufsankennung in IHK-Berufen arbeiten. Der kostenlose Erst-Check hilft bei der Einschätzung ukrainischer Qualifikationen und vereinfacht den Einstellungsprozess und findet als Beratungsgespräch (digital oder vor Ort) statt. Es erfolgt ein Abgleich zwischen den Qualifikationen der Geflüchteten und den Anforderungen der IHK-Referenzberufen. Resultat des Beratungsgesprächs ist ein Ergebnisdokument, welches zur Ergänzung der Bewerbungsunterlagen dient.

## TOP 2      **Nachhaltigkeit im Tourismus und soziale Kriterien – was akzeptiert der Gast?**

Lars Bengsch, Geschäftsführer von der dwif-Consulting GmbH, hält einen Fachvortrag zum Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus und soziale Kriterien – was akzeptiert der Gast“ (siehe Anlage 1 „Gesamtpräsentation IHK“). Er liefert einen Überblick über das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus:

- In Bayern versteht man unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ eine Chance, um die Heimat lebenswert zu bewahren, um Gäste und Einheimische gleichermaßen im Blick zu haben und einen gemeinsamen Weg zu finden, bei dem alle beteiligten Akteure zusammenarbeiten und Unterstützung erhalten.
- Vor allem konzentrierte sich der Vortrag auf den sozialen Aspekt der Nachhaltigkeit. Die soziale Komponente (u. a. faire Löhne für die Arbeitnehmer, Weiterbildungsmöglichkeiten, flexible Arbeitszeiten, etc.) spielen eine wichtige Rolle in Bezug auf die Gewinnung von Arbeitskräften und die Bindung der Mitarbeiter. Bis 2023 ist nämlich eine Fachkräftelücke von 8 Mio. Menschen prognostiziert. Diese Lücke kann über zwei mögliche Wege reduziert werden:
  1. Prozessoptimierung und damit Senkung des Personalbedarfes (z.B. Einführung von Self Check-in/-out oder der Einsatz von Robotern in der Gastronomie)
  2. Wertorientierte Unternehmenskultur und damit sozial nachhaltiges Handeln (Durchführung von Maßnahmen für die Mitarbeiter-Bindung)

Ein Beispiel hierfür ist das Familux Resort, das eine innovative Personalpolitik eingeführt hat (u.a. Vier-Tage-Woche, Sonntagsbonus, Weiterbildungsmöglichkeiten und eine Trinkgeld Reform).

- Eine repräsentative Online-Umfrage in Deutschland (Quelle: dwif 2021/2022) zeigt, dass 80% der Gäste in den Beherbergungsbetrieben bereit wären, bei gleichbleibenden Preisen auf die tägliche Zimmerreinigung zu verzichten, 58% wären mit der Reduktion der Mitarbeiterkontakte durch Self Check-in und angepasste Öffnungszeiten einverstanden. Dagegen würden nur 25% eine Reduktion der Gastronomieleistungen akzeptieren. Weiterhin zeigt die Umfrage, dass 95% der Gäste einen Preisanstieg akzeptieren würden, wenn das höhere Löhne der Mitarbeiter/-innen in gleichem Umfang des Preisanstieges zur Folge hätte, um die Qualität zu halten oder zu steigern. 62% der Personen würden einen Preisanstieg akzeptieren, um die

Investitionen eines Betriebs in die Infrastruktur zur Verbesserung der Qualität zu unterstützen. 59% würden einen höheren Preis zahlen, wenn das mit der Qualitätssteigerung durch mehr Aus-/Weiterbildungen der Mitarbeiter/-innen verknüpft wäre.

- Außerdem wurde durch die Umfrage festgestellt, dass 44% der Teilnehmer bis 100 Euro zusätzlich zum aktuellen Preis bezahlen würden, wenn das eine steigende Entlohnung der Mitarbeiter/-innen erlauben würde. 25% würden bis 110 Euro und 12% würden bis 120 Euro dafür zahlen.
- Abschließend wurde festgestellt, dass es keine pauschale Lösung für alle Betriebe gibt. Jedes Unternehmen muss seinen eigenen Weg finden, um die Prozesse zu optimieren und um die Nachfrage aufrecht zu erhalten.

### **TOP 3 Nachhaltige Destinationsentwicklung im Tourismus – Best Practice Beispiel aus der Region Allgäu**

Klaus Fischer, Geschäftsführer von der Allgäu GmbH hält einen Fachvortrag zum Thema „Nachhaltige Destinationsentwicklung im Tourismus – Best Practice Beispiel aus der Region Allgäu“ (siehe Anlage 1 „Gesamtpräsentation IHK“). Er liefert einen Überblick über die strategische Entwicklung der Marke Allgäu:

- Nachhaltige touristische Entwicklung gelingt nur im Einklang mit der Bevölkerung. Daher wurde aus einem Tourismuskonzept ein Lebensraumkonzept entwickelt. Hier wird der Fokus daraufgelegt, wie die Balance zwischen Gästelerlebnis und Lebensqualität für die Einwohner der Destination gefunden werden kann.
- Die Marke Allgäu übernimmt die Verantwortung für ein gesichertes und nachhaltiges Leben der künftigen Generationen. Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung entwickeln sich in Richtung einer selbstverständlichen Balance.
- Die Marke Allgäu versteht unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess, den allen Partner verfolgen. So ist z.B. das Bündnis „Klimaneutrales Allgäu 2023“ entstanden. Der Schwerpunkt liegt auf der Reduktion der eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen durch mehr Energieeffizienz und den gezielten Einsatz von erneuerbaren Energien vor Ort.
- Außerdem bietet die Region Allgäu naturnahe Angebote, z.B. unterstützt sie die Zusammenarbeit zwischen Naturschutz und Tourismus und die regionale

Wertschöpfung über die Direktvermarktung und über regionale Produkte.

### Diskussion:

#### **Akzeptanz des Tourismus**

Die Akzeptanz des Tourismus seitens der Einheimischen ist sehr wichtig. Studien zeigen, dass die Einheimischen die wirtschaftliche Relevanz der Branche verstehen, allerdings fühlen sie sich von bestimmten Tourismus-Auswirkungen gestört (v. a. von den Konsequenzen des Overtourismus in der Hoch-Saison). Die Bedürfnisse der Einheimischen müssen berücksichtigt werden und ein passender Lebensraum muss kreiert werden für Touristen, aber auch für die lokale Bevölkerung.

#### **Wettbewerb**

Es herrscht noch viel Unsicherheit, wie sich die Branche in den Jahren nach der Corona-Krise weiter entwickeln wird. In den Corona Jahren (von 2020 bis 2022) war der Großteil der Übernachtungen deutschlandweit von deutschen Gästen generiert, da der internationale Tourismus das „vor Corona Niveau“ noch nicht erreicht hat. Die Befürchtung besteht, dass sich viele Menschen in den nächsten Jahren für einen Urlaub außerhalb Deutschlands (u. a. Österreich und Südtirol) entscheiden werden. Mit den Attraktionspunkten und Preisen von Türkei-Urlaubsangeboten kann und will Bayern nicht konkurrieren. Daher ist es wichtig, sich im Bereich Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben, v.a. auch gegenüber Österreich und Südtirol. Außerdem müssen auf nationaler- und regionaler Ebene Strategien entwickelt werden, um den Stellenwert des Tourismus in Deutschland zu stärken. Dafür sind Kräfte zu bündeln und finanzielle Mittel zur Verfügung zu stellen.

#### **Mobilität**

Um die touristischen Angebote nachhaltig zu gestalten, muss man auch die An- und Abreise-Möglichkeiten der Gäste berücksichtigen. Bei der Region Allgäu ist festzustellen, dass die Möglichkeit nachhaltig einzureisen sehr begrenzt ist. In diesem Zusammenhang müssen sich alle Destinationen darum kümmern, nachhaltige Mobilitätsangebote zu entwickeln. Man muss auch bedenken, dass viele Touristen trotzdem nicht bereit sind, auf den eigenen

Comfort zu verzichten, d.h. wollen nicht mit dem ÖPNV reisen. Der Verkehr, der von den Touristen generiert wird, fließt in den Tagesverkehr ein. Einige Städte versuchen, die Mobilität mit PKWs durch strenge Parkplatzgebühren zu reduzieren.

### **Nachhaltigkeitssiegel**

Mit der Fragestellung „Kann man nachhaltig reisen und wie kann man die Nachhaltigkeit einer Reise messen?“ wurde festgestellt, dass die Tourismus- und Reise-Branche nicht mit dem Begriff Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht wird, da alle touristische Aktivitäten im Grund mit Umweltverschmutzung verknüpft sind. Auch wenn in diesem Sinne eine nachhaltige Reise nicht existiert, können Betriebe sich in vielen Bereichen nachhaltig aufstellen und durch bestimmte Maßnahmen in Sachen Umweltverträglichkeit sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei bestimmten nachhaltigkeitsaffinen Zielgruppen punkten. Derzeit gibt es leider eine verwirrende Vielzahl von Nachhaltigkeitssiegeln am Markt, die eingesetzt und den Gästen vorgezeigt werden. Zertifizierungen sollten zur Positionierung der Betriebe und den Suchkriterien der Gäste passen. Der Fokus der Gäste auf Nachhaltigkeit steigt. Ein europaweiter Standard ist die EMAS (Eco Management and Audit Scheme) Zertifizierung, die von den IHK's begleitet und eingetragen wird.

### **Energieengpässe**

Die Mitgliedunternehmen wurden gefragt, ob Sie bereits von den Energieengpässen berührt sind. Hotels haben schon einige Maßnahmen umgesetzt, um Kosten zu sparen (z. B. Anpassung der Öffnungszeiten der Sauna). Gleichzeitig wurde aber bestätigt, dass viele Unternehmen sich schwer tun, die Preissteigerungen einzuschätzen. Auch Veranstaltungs-Anbieter haben Schwierigkeiten, Ticketpreise zu kalkulieren.

### **Finanzierung**

Finanzierung bleibt dabei ein wichtiges Thema. Die Politik muss die Bedeutung der Branche wahrnehmen und die Finanzierung von Maßnahmen zur Stärkung der Nachhaltigkeit fördern (z.B. Aufbau der Rad- und Wanderwege).

Frau Dr. Tina Emslander stellt die aktuellen Entwicklungen der Gas- und Energiekrise vor (siehe Anlage 1 „Gesamtpräsentation IHK“):

- Erdgaslieferungen aus Russland (in 2019 55% Anteil) sind eingestellt, die Energieversorgung für den Winter steht auf wackeligen Füßen. Zudem sind die Nordstream-Leitungen seit dieser Woche defekt.
- Die Gaspreise sind 2022 so hoch wie noch nie, sodass die zweite Warnstufe (Alarmstufe) des Notfallplans Gas ausgerufen ist, die Regierung schwört Unternehmen und Bevölkerung auf Energiesparen ein.
- Die Politik sucht händeringend nach Lösungen, Mitwirkung der IHK-Organisation über den DIHK-Präsidenten Adrian als Mitglied der Gaskommission. Herr Dr. Manfred Gößl, und Herr Peter Kammerer sind intensiv im Austausch mit der Landesregierung.
- Aktuelle IHK-Informationen für Unternehmen: Gaskrise: [Was können Unternehmen jetzt tun: https://www.ihk-muenchen.de/gaskrise-notfallplan-gas-was-unternehmen-jetzt-tun-koennen/](https://www.ihk-muenchen.de/gaskrise-notfallplan-gas-was-unternehmen-jetzt-tun-koennen/)
- Das Gasproblem entwickelt sich zu einem Strompreisproblem, siehe Darstellung Merit-Order in der Anlage 1.
- Ein Entlastungspaket ist dringend nötig, bisher gibt es nur Eigenkapital, Zuschüsse, Kredite und Bürgschaften für wenige energieintensive Unternehmen und Versorger. [Nachtrag: Am 29.09.2022 wurde ein Abwehrschirm i.H.v 200 Mrd. Euro angekündigt. Dieser enthält den Verzicht auf die Gasumlage sowie einen Strom- und Gaspreisdeckel. Für Bürger soll eine Einmalzahlung per Dezember 2022 erfolgen.]
- Anfang August trennte die IHK-GfI, IT-Servicedienstleister der IHK-Organisation, aufgrund einer Cyber-Security-Attacke die IT-Systeme der 79 Industrie- und Handelskammern vom Internet. Wie aktuelle Erkenntnisse nun zeigen, war dies der richtige Schritt, um die IHK-Organisation und ihre Mitgliedsunternehmen vor gravierenden Schäden zu bewahren. Hinter dem Cyber-Angriff stecken nach Erkenntnissen der IT-Forensiker und des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik professionelle Hacker. Bisher konnte die IHK-GfI gemeinsam mit spezialisierten, vom BSI zertifizierten IT-Experten bereits einige Services wiederherstellen: So sind die Webseiten der meisten IHKs inzwischen wieder online erreichbar, über 60 Industrie- und Handelskammern sind mit Stand 19. September wieder per E-Mail erreichbar. Weiterhin stehen die wesentlichen IHK-internen Anwendungen zur Verfügung. Die IHK-GfI warnt ausdrücklich vor Trittbrettfahrern. Der Bekanntheitsgrad des Vorfalls könnte mit hoher Wahrscheinlichkeit weitere Kriminelle animieren: Diese könnten Phishing, Social-Engineering und andere Methoden einsetzen, um von der Situation zu profitieren. Daher sollte man besonders wachsam sein im Umgang mit



München und  
Oberbayern

(vermeintlichen) E-Mails der IHK. Zuletzt verschickten Kriminelle beispielsweise Phishing-E-Mails, die Mitgliedsunternehmen aufforderten, sich „neu zu identifizieren“, ansonsten würde der jeweilige Account nach einer gewissen Frist gesperrt werden. Wenn Zweifel bestehen, ob eine E-Mail tatsächlich aus der IHK stammt, so sollte zur Absicherung eine kurze telefonische Klärung stattfinden.

## TOP 5      Verschiedenes

Frau Dr. Denise Amrhein bedankt sich bei den Mitgliedern für die präsen- te und virtuelle Teilnahme. Sie kündigt die weiteren Termine des Ausschusses Tourismus im Jahr 2023 an:

- Die Frühjahrssitzung findet 28.03.2023 von 15:00 bis 17:30 Uhr statt
- Die Herbstsitzung findet am 9.11.2023 von 15:00 bis 17:30 Uhr statt

Anschließend beendet Frau Dr. Denise Amrhein die Sitzung um 17:30 Uhr und es findet ein gemeinsames „Get-together“ statt.

Beatrice Frinzi  
(Protokollführerin)

Dr. Denise Amrhein  
(Vorsitzende)

30. September 2022