

# Tourismus im Einklang mit Einheimischen

Instrumente zur Steigerung der Tourismusakzeptanz und Lebensqualität



# Lebensqualität und Tourismusakzeptanz

im tourismuspolitischen Diskurs

Foto: istockphoto.com/Meinzahn

# Nationale Plattform Zukunft des Tourismus

- Arbeitsprogramm der Bundesregierung vom 28.09.2022 zur Nationalen Tourismusstrategie:

„Für Wettbewerbsfähigkeit und Akzeptanz im Tourismus ist es unabdingbar, die Gegebenheiten in den Regionen (...) so attraktiv wie möglich zu gestalten und dabei die Interessen der lokalen Bevölkerung zu achten.“

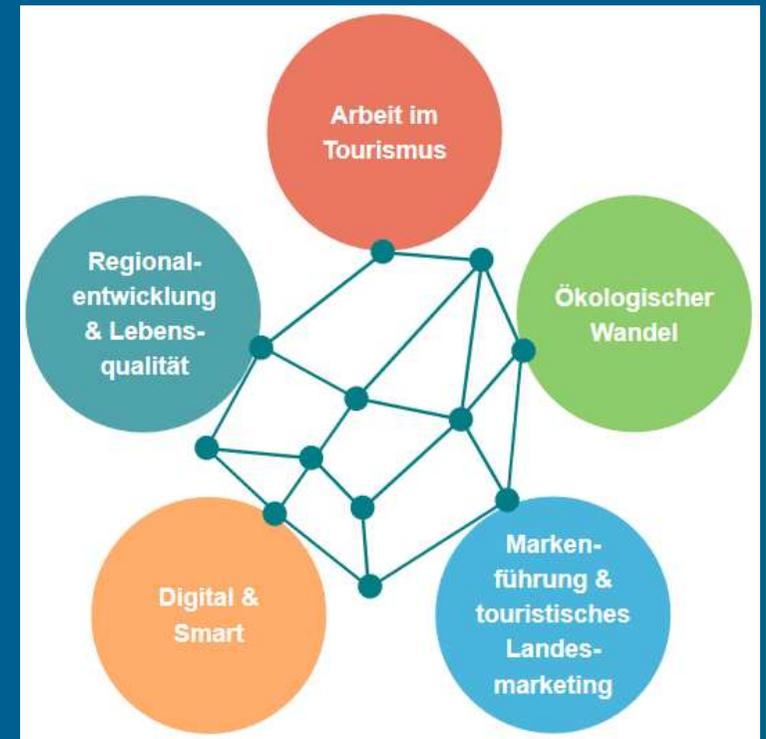
# Nationale Plattform Zukunft des Tourismus

- Strategiepapier des Lenkungskreises vom 5. September 2023 zur Fortschreibung der Nationalen Tourismusstrategie über die Nationale Plattform Zukunft des Tourismus:

„Als Bindeglied zu zahlreichen anderen Wirtschaftsbereichen (...) nimmt der Tourismus eine zentrale Rolle ein und hängt gerade in ländlichen Regionen eng mit einer positiven strukturellen Entwicklung zusammen, die auch für die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung von Bedeutung ist.“

# Tourismusstrategie Brandenburg

- Zukunftsfeld 1: Regionalentwicklung & Lebensqualität
  - Jede Investition in den Tourismus, etwa in den qualitativen Ausbau der Infrastruktur, ist auch eine Investition für die Menschen, die in Brandenburg leben und arbeiten.
- Lebensqualität ist inzwischen Bestandteil zahlreicher Landestourismusstrategien. Aber in Brandenburg sehr konkret.



# DTV-Facharbeit

- Forschungsprojekt „Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung möglich machen“ vom DTV und dem Deutschen Institut für Tourismusforschung an der FH Westküste
- Das Projekt wurde von der DTV-Arbeitsgruppe Zukunftsentwicklung initiiert und 2022 im Rahmen der Fördermaßnahme LIFT Wissen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz umgesetzt.
- Ergebnis des Projekts sind 35 konkrete Maßnahmen und Anwendungsbeispiele aus der Praxis.

# DTV-Facharbeit

- NEU -> Forschungsprojekt „Nachhaltigkeit im Tourismus messen, kommunizieren und wertschätzen: Kennzahlenset für den Deutschlandtourismus“
- Das Projekt wurde von der DTV-Arbeitsgruppe Zukunftsentwicklung initiiert und wird 2024/25 im Rahmen der Fördermaßnahme LIFT Transformation des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz umgesetzt.
- Mit dem Kennzahlenset soll es erstmals einheitliche, auf die Destinationen zugeschnittene Nachhaltigkeitskennzahlen geben, die eine bundesweite Vergleichbarkeit ermöglichen.



# Strategien und Instrumente

zur Steigerung von Lebensqualität und Tourismusakzeptanz

Foto: istockphoto.com/A-Tom

# Instrumente zur Förderung der Tourismusakzeptanz



# Instrumente zur Förderung der Tourismusakzeptanz

- Gäste aufklären: aktive Förderung zur Verbesserung der Informationsbasis der Presse / Verhaltenstipps für Gäste
- Infrastruktur und Ortsgestaltung sichern: Lösung für Verkehrsprobleme / Erhalt des (traditionellen) Stadt-/Dorfbildes
- Nachfrage lenken: Schaffung von Nebensaisonanreizen / gezielte Vermarktung oder Ausrichtung auf ausgewählte Zielgruppen / Schaffung neuer Attraktionen in weniger besuchten Gebieten
- Tourismuserfolg umdenken: Etablierung neuer Kennzahlen zur Erfolgsmessung

Quelle: Forschungsprojekt „Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung möglich machen“ DTV und Deutsches Institut für Tourismusforschung an der FH Westküste

# Maßnahmen zur Förderung der Tourismusakzeptanz

1. Branchenübergreifende Entwicklung von Tourismuspotenzialen (78 %)
2. Aufklärung zum Tourismus (71 %)
3. Informationsmaterial über Tourismusangebote für Zugezogene (71 %)
4. Vergünstigungen für Einheimische (69 %)
5. Möglichkeit der Mitbestimmung an touristischen Plänen (58 %)
- ...
10. Aktive Förderung des Dialogs Touristiker/-innen und Schüler/-innen (53 %)

Quelle: Forschungsprojekt „Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung möglich machen“ DTV und Deutsches Institut für Tourismusforschung an der FH Westküste

# Best Practices vom Deutschen Tourismuspreis

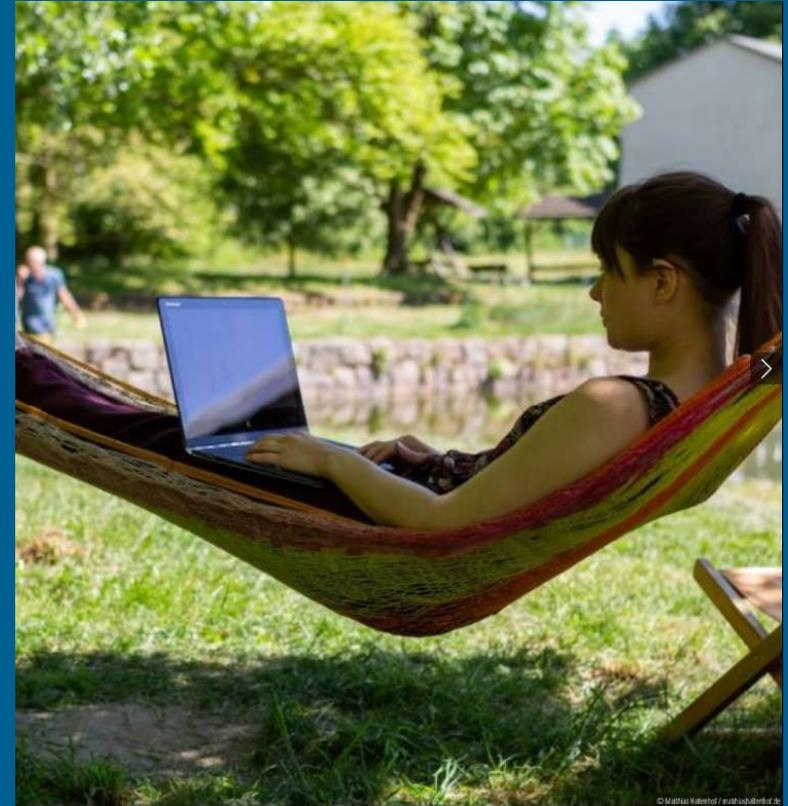
- 2023 | 2. Preis - Digitales Fußgängerleitsystem in der Landeshauptstadt Stuttgart, Stuttgart-Marketing GmbH - Smarte Wegweiser für mehr Service: Mit einem digitalen Fußgängerleitsystem bewirbt Stuttgart aktuelle Veranstaltungen. Passantinnen und Passanten erfahren dabei nicht nur, welche Konzerte oder Ausstellungen in der Nähe stattfinden, sondern können per QR-Code weitere Infos abrufen und Tickets erwerben.
- 2023 | TOP 10 - Allgäu TopTeam Hotels, AllgäuTopHotels - Hier wird der Lebensqualität der Mitarbeitenden und ihrer Motivation ein hoher Stellenwert beigemessen. Sie sind nicht nur ganzjährig angestellt, sondern kommen auch in den Genuss von Weiterbildungen, Gesundheitsförderung und Personalwohnungen.

# Best Practices vom Deutschen Tourismuspreis

- 2022 | 3. Preis - EMMI-MOBIL - emissionsfrei.miteinander.individuell. Markt Bad Hindelang - Urlaub ohne Auto ist in Bad Hindelang jetzt noch bequemer: Wer zum Wandern, Skifahren oder Einkaufen möchte, bestellt per App einen Transfer mit dem EMMI-Mobil. Der elektrische Rufbus bringt Gäste und Einheimische im Gemeindegebiet ohne festen Fahrplan zur nächsten Bushaltestelle oder direkt ans Ziel.
- 2019 | 2. Preis - 100Haus Wolgast, Postel Usedom GmbH - Von der Mädchenlehranstalt zum Upcycling-Jugendhotel: In Wolgast hat die Postel Usedom GmbH ein mehr als 100 Jahre altes Backsteingebäude umgestaltet. Entstanden ist eine kreative Herberge für Klassenfahrten und Gruppenfreizeiten. Einbezogen wurden die Schüler des örtlichen Gymnasiums.

# Best Practices vom Deutschen Tourismuspreis

- 2019 | 1. Preis - Coconat - workation retreat, Dietrich & Kokosnuss oHG - Coworking gibt es nicht mehr nur in Metropolen: Im brandenburgischen Klein Glien können digitale Nomaden in ländlicher Idylle auf Zeit arbeiten und wohnen. Das Coconat - workation retreat bietet Arbeitsplatz, Unterkunft, Verpflegung und Austausch.





# Was bedeutet das für Brandenburg?

[foto-istockphoto.com/querbeet](https://www.foto-istockphoto.com/querbeet)

# Beteiligung fördern

## 5. Ergebnisse – Brandenburg

### 5.1 Zentrale univariate Ergebnisse: Mitspracherecht & Informationen über touristische Entwicklungen



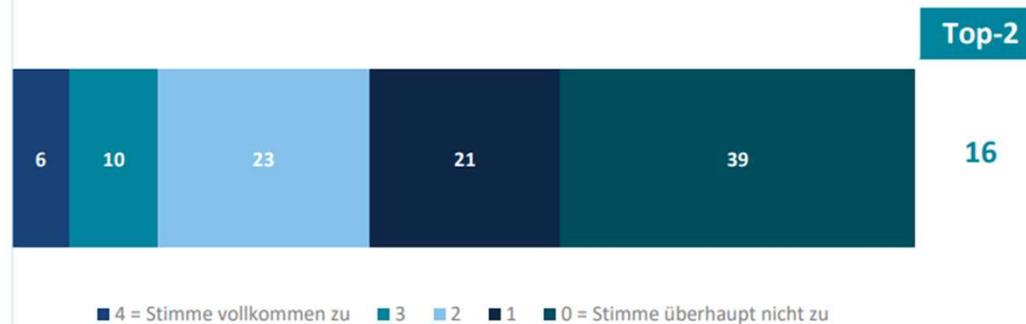
Quelle: TouristiCon (2023) Lebensqualitätsstudie Bund und Bundesländer 2023. Teilstudie Brandenburg, Erhebungswelle Juni -August 2023 (Hybrid), Brandenburg n= 400

# Beteiligung kommunizieren

## 5. Ergebnisse – Brandenburg

### 5.1 Zentrale univariate Ergebnisse: Möglichkeiten der Mitgestaltung

Mir sind die Möglichkeiten zur Mitgestaltung des Tourismus bekannt.



Quelle: TouristiCon (2023) Lebensqualitätsstudie Bund und Bundesländer 2023. Teilstudie Brandenburg, Erhebungswelle Juni -August 2023 (Hybrid), Brandenburg n= 400

# Einheimische sind Botschafter

## 5. Ergebnisse – Brandenburg

### 5.2 Ausgewählte bivariate Ergebnisse: Identifikation nach Alter

Ich möchte anderen davon erzählen, was wir hier zu bieten haben.	Gesamt	16-34 Jahre	35-69 Jahre	70 Jahre und älter
Top-2	45	39	41	65
Neutral	29	18	33	25
Low-2	27	42	27	10

Hinweis: Signifikanztest Chi-Quadrat ( $p = 0,000$ ). Es liegen statistisch signifikante Unterschiede vor.

Bei der differenzierten Betrachtung liegen statistisch signifikante Unterschiede vor ( $p = 0,000$ ). 65% der mindestens 70-Jährigen möchte anderen davon berichten, was der eigene Wohnort zu bieten hat. Unter den 16-34-Jährigen sind es nur 39%, die eine Botschafter\*innen-Rolle übernehmen wollen.

Quelle: TouristiCon (2023) Lebensqualitätsstudie Bund und Bundesländer 2023. Teilstudie Brandenburg, Erhebungswelle Juni -August 2023 (Hybrid), Brandenburg n= 400

# Vorschläge: Instrumente/Maßnahmen

- Ortsebene
  - Tourismus erklären
  - Einheimische beteiligen durch Bürger- und Bürgermeisterdialoge
- Landesebene
  - Unterstützung bei Wissensvermittlung
  - Landes-Dashboard zur Wirkung des Tourismus
  - Mitarbeit bei Projekt zur Nachhaltigkeitsmessung



Foto: istockphoto.com/ewg3D

# Fazit

1. Tourismus leistet wichtige Beiträge zur Lebensqualität.
2. Um dieses Potenzial zu nutzen, muss die Tourismusakzeptanz gesichert werden.
3. Zur Erhaltung und Steigerung der Tourismusakzeptanz stehen Instrumente zur Verfügung. Diese sollten von allen Akteuren genutzt werden.