

Video-Podcast der Bundeskanzlerin #29/2016

24. September 2016

Die Fragen stellte Alessa Busch, Studentin aus Aachen.

Alessa Busch:

Frau Bundeskanzlerin, am Montag nehmen Sie am 20. Tourismusgipfel des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft teil. Die Branche kann Wachstum verbuchen, aber sie verändert sich auch. Welche Trends lassen sich erkennen, und welche Rolle spielen dabei zum Beispiel Start-ups?

Bundeskanzlerin Merkel:

Ich freue mich erst einmal, dass ich bei dem 20. Kongress dabei sein kann, und ich glaube, wir können sagen, dass sich die Tourismusbranche in Deutschland sehr, sehr gut entwickelt hat. Es gibt viele Menschen, die im Augenblick im Inland Urlaub machen – auch manchmal aus Sorge davor, dass in anderen Ländern vielleicht Unruhen sein könnten. Viele entdecken auch die deutsche Heimat sozusagen von Neuem; und Deutschland hat natürlich auch viel zu bieten, sowohl was Landschaft als auch was Kultur angeht, ob es nun im Norden oder im Süden oder im Westen oder im Osten ist. Und wir haben auch sehr viele ausländische Touristen. Deutschland hat sich immens entwickelt, wenn ich allein an die vielen Touristen in Berlin, in der Hauptstadt, denke. Und nächstes Jahr, wenn es um 500 Jahre Reformation geht, werden sicherlich auch noch einmal viele kommen, um auch ein Gespür für die Geschichte zu bekommen. Und insofern sind ausländische Touristen uns auch ganz herzlich willkommen. Was Start-ups angeht, so ist es so, dass die Branche natürlich auch digitale Anwendungen braucht, und deshalb sind gerade Start-ups im Tourismusbereich sehr willkommen, entstehen aber auch an vielen Stellen. Wir haben gerade die Rahmenbedingungen für Start-ups verbessert, indem wir auch die steuerlichen Möglichkeiten erweitert haben, und vielleicht hilft das, die Start-up-Szene auch für die touristischen Anwendungen noch zu vergrößern.

Ein anderes Thema, das sowohl die Verbraucher als auch die Tourismusbranche beschäftigt, ist die Angst vor terroristischen Anschlägen, die viele Menschen davon abhält, Urlaub im Ausland zu machen. Halten Sie diese Reaktion für richtig, und was kann die Bundesregierung überhaupt tun, um das sichere Reisen zu gewährleisten?

Die Bundesregierung, hier insbesondere das Auswärtige Amt, hat permanent Reisehinweise für Menschen. Die werden sehr sorgfältig abgewogen: Es werden die Situationen in den einzelnen Ländern, die Reiseziele sein könnten, sehr genau beobachtet. Es wird dort natürlich auch durch unsere Botschaften vor Ort recherchiert: Wie ist die Lage? Und deshalb empfehle ich allen, die ins Ausland reisen und vielleicht Sorgen haben, einfach diese Reisehinweise sehr gut zu lesen. Insgesamt ist es natürlich so, dass das

Sprichwort „Reisen bildet“ immer noch gilt, und gerade Aufenthalte im Ausland, auch vielleicht in etwas fernerer Regionen, helfen dazu natürlich, die Globalisierung besser zu verstehen, die Situation der Menschen in anderen Ländern besser zu verstehen. Deshalb ist es durchaus empfehlenswert, auch mal Erkundungen außerhalb unseres eigenen Landes zu machen.

Reisen in andere Länder bieten ja auch immer einen Einblick in die Kultur des Gastlandes. Auch das ist ein Thema des Tourismusgipfels. Inwiefern kann der Tourismus – speziell auch im arabischen Raum – als Basis für den kulturellen Austausch zur gegenseitigen Verständigung hierzulande beitragen?

Reisen von Menschen aus Deutschland zum Beispiel in arabische Länder haben natürlich zwei Effekte: Einmal hilft das diesen Ländern wirtschaftlich; wir wissen, dass es in diesen Ländern zum Teil eine sehr große Arbeitslosigkeit gibt, und deshalb ist der Tourismus natürlich eine Wachstumsbranche und eine Branche, die Menschen auch Zukunftsperspektiven eröffnet. Zum anderen ist es so, dass auch wir mehr über die Zusammenhänge verstehen; zum Teil auch über die alten historischen Verbindungen, die es schon immer zwischen Europa und auch dem arabischen Raum gab. Deshalb kann ich nur jeden ermutigen, der in arabische Länder fährt, dass man sich einfach auch ein Stück weit mit der Geschichte und der Entwicklung dieser Länder beschäftigt und dabei ganz sicher immer wieder neue Erkenntnisse gewinnt.

Ein zentrales Thema auf dem Tourismusgipfel ist die zunehmende Digitalisierung. Reisen kann man heute immer und überall online planen. Dabei sammeln die großen Online-Unternehmen viele Kundendaten, die die Tourismusunternehmen natürlich auch gerne hätten. Welche Möglichkeiten und Risiken bringt die zunehmende Digitalisierung im Bereich Tourismus mit sich, und wo sind die Grenzen?

Also, ich glaube, dass die Digitalisierung auch viele Chancen mit sich bringt und dass natürlich die Tourismusunternehmen selber durchaus auch digitale Angebote machen sollten. Wir können uns heute das Digitale ja gar nicht mehr wegdenken, wenn es um Routenbeschreibungen geht, um vielerlei Apps, um eine Vorauswahl auch für meinen Reiseort, um das kurzfristige Umbuchen vielleicht, wenn bestimmte Schwierigkeiten eintreten. Auf der anderen Seite ist es so, dass Reisebüros natürlich auch nach wie vor eine gute Informationsquelle sind. Und wenn ich daran denke, dass wir fast 10.000 Reisebüros haben, die auch noch erheblichen Umsatz machen, dann ist das klassische Reisebüro um die Ecke noch nicht „out“. Ich glaube, wir müssen damit leben, dass es beide Möglichkeiten der Annäherung gibt, und diese Dualität der Angebote sollte man jetzt nicht nur negativ sehen, sondern sollte sie auch positiv betrachten. Was die Daten anbelangt, die der Kunde sozusagen hinterlässt, ist es das, was man generell sagt: Wir müssen uns gewärtig machen, welche Daten wir sozusagen von uns freigeben. Und das kann natürlich positiv sein, dass man nicht jedes Mal von vorne anfängt zu suchen, weil bestimmte Vorlieben eines Kunden dann schon bekannt sind.

Aber der Kunde muss wissen, dass er diese Daten weggegeben hat. Und hier plädiere ich vor allen Dingen für Transparenz: Was wird behalten und was hat man von sich preisgegeben?