

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Ilja Seifert, Dr. Kirsten Tackmann, Katrin Kunert, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 17/14299 –**

Stand der Umsetzung der Beschlüsse des Deutschen Bundestages aus der 17. Wahlperiode im Bereich der Tourismuspolitik

Vorbemerkung der Fragesteller

Der Deutsche Bundestag hat in der 17. Wahlperiode bis Juni 2013 mehrere Anträge mit tourismuspolitischen Zielen und Aufgaben beraten und beschlossen sowie die Bundesregierung mit deren Umsetzung beauftragt. Dazu gehören:

- Zukunft für ländliche Räume – Regionale Vielfalt sichern und ausbauen (Bundestagsdrucksache 17/11654), beschlossen am 29. November 2012,
- Tourismus in ländlichen Räumen – Potenziale erkennen, Chancen nutzen (Bundestagsdrucksache 17/9570), beschlossen am 18. April 2013,
- Kinder- und Jugendtourismus unterstützen und weiter fördern (Bundestagsdrucksache 17/8451), beschlossen am 14. Juni 2012,
- Tourismus als Chance für die Einhaltung der Menschenrechte nutzen (Bundestagsdrucksache 17/8347), beschlossen am 1. März 2012,
- Tourismus und Landschaftspflege verknüpfen – Gemeinsam die Entwicklung ländlicher Räume stärken (Bundestagsdrucksache 17/2478), beschlossen am 24. März 2011 und
- Kulturtourismus in Deutschland stärken, Potentiale von Kultur und Tourismus nutzen – Kulturtourismus gezielt fördern (Bundestagsdrucksache 17/2940), beschlossen am 8. Oktober 2010.

Zum Antrag „Zukunft für ländliche Räume – Regionale Vielfalt sichern und ausbauen“ (Bundestagsdrucksache 17/11654)

1. Welche konkreten Teile des im Antrag unter Abschnitt II stehenden Kataloges von Empfehlungen für Maßnahmen in der Zuständigkeit des Bundes bzw. der jeweils angesprochenen Bundesressorts wurden bisher umgesetzt, bzw. wie ist der derzeitige Umsetzungsstand?

Welche Hindernisse stehen der vollständigen Umsetzung entgegen?

Die Bundesregierung unterstützt die im Antrag „Zukunft für Ländliche Räume – Regionale Vielfalt sichern und ausbauen“ aufgenommenen Empfehlungen

grundsätzlich. Im Einzelnen wird auf die Antwort der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 17/13343 vom 26. April 2013) zu Frage 51 auf die Große Anfrage zur Lage der Kommunen in Deutschland verwiesen.

2. Welcher Parlamentarische Staatssekretär wurde zum Koordinator für die ländlichen Räume bestimmt?

Über die Ernennung eines Parlamentarischen Staatssekretärs zum Koordinator für die ländlichen Räume ist noch nicht entschieden worden.

Zum Antrag „Tourismus in ländlichen Räumen – Potenziale erkennen, Chancen nutzen“ (Bundestagsdrucksache 17/9570)

3. In welcher Höhe wurden zusätzliche finanzielle Mittel u. a. für die touristische Entwicklung der ländlichen Räume im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz (GAK) und der Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW) bereitgestellt, bzw. warum unterblieb die zusätzliche Mittelbereitstellung?

Mit dem am 18. April 2013 beschlossenen Antrag „Tourismus in ländlichen Räumen – Potenziale erkennen, Chancen nutzen“ (Bundestagsdrucksache 17/9570) wurde die Bundesregierung beauftragt, weiterhin ausreichende finanzielle Mittel u. a. für die touristische Entwicklung der ländlichen Räume im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz (GAK) und der Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW) bereitzustellen. Eine finanzielle Aufstockung der Mittel beinhaltet der Beschluss nicht und war auch nicht vorgesehen. Die bestehenden Mittelansätze werden auf hohem Niveau weitergeführt. Inwieweit diese für den Tourismus eingesetzt werden, liegt in der jeweiligen Verantwortung und Prioritätensetzung der Länder.

Es wird außerdem auf die Antwort der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 17/14275 vom 28. Juni 2013) zu Frage 9 auf die Große Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN „Zukunft des Reiselandes Deutschland“ verwiesen.

4. Wie weit ist die Breitbandversorgung im ländlichen Raum erfolgt?

Wo konkret, und weshalb gibt es noch besonders große Lücken?

Die Grundversorgung ist mittlerweile nahezu flächendeckend gewährleistet: 99,7 Prozent der Haushalte können auf Bandbreiten von mind. 1 Mbit/s zurückgreifen. Einen Überblick über die Breitbandversorgung des ländlichen Raumes mit höheren Bandbreiten geben die Antwort der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 17/13354) zu den Fragen 23 und 24 auf die Kleine Anfrage der Fraktion DIE LINKE. „Versorgung mit schnellem Internet und Breitbandpolitik der Bundesregierung“ sowie der Breitbandatlas. Die Erschließung des ländlichen Raumes mit Breitbandanschlüssen ist aufgrund der meist geringeren Wirtschaftlichkeit der Projekte insgesamt schwieriger zu realisieren als im städtischen Raum.

5. Welche Handlungsempfehlungen und/oder Praxisleitfäden gibt es zu den nachfolgenden Themenfeldern: Qualifizierung der touristischen Anbieter in ländlichen Räumen, Arbeitsplatz- und Fachkräftesicherung im ländlichen Tourismus, Qualitäts- und Innovationsmanagement, Angebotsgestaltung und Vernetzung der verschiedenen Anbieter, Hervorhebung von Regionalität und Tradition als Alleinstellungsmerkmale, Vorhaltung touristischer Infrastruktur und Sicherung der Mobilität und Gestaltung von Marketing und Vertrieb?

Falls nicht vorhanden, warum nicht, und wann werden sie vorliegen?

Die Ergebnisse des Projektes „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ sind im Leitfaden „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen – Handlungsempfehlungen zur Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen“ zusammengefasst. Zu den dort abgehandelten Handlungsfeldern stehen außerdem zehn vertiefende Kurzreports zur Verfügung, die von den Seiten www.bmwi.de und www.tourismus-fuers-land.de heruntergeladen werden können. Dabei handelt es sich im Einzelnen um:

Band 1: Kurzreport Markenbildung

Band 2: Kurzreport Mobilität

Band 3: Kurzreport Fachkräfte

Band 4: Kurzreport Produktinszenierung

Band 5: Kurzreport Barrierefreiheit

Band 6: Kurzreport Nachhaltige touristische Entwicklung ländlicher Lebensräume

Band 7: Kurzreport Infrastruktur und Investitionsmanagement

Band 8: Kurzreport Netzwerke und Kooperationen

Band 9: Kurzreport Kommunikation und Vertrieb

Band 10: Kurzreport Organisationsstrukturen

Zum Antrag „Kinder- und Jugendtourismus unterstützen und weiter fördern“ (Bundestagsdrucksache 17/8451)

Vorbemerkung der Bundesregierung zu den Fragen 6 bis 10

Die Regierungskoalition forderte die Bundesregierung 2012 (Bundestagsdrucksache 17/8451) auf, Kinder- und Jugendtourismus zu unterstützen und weiter zu fördern.

Die Umsetzung des Antrages nimmt das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gerne wahr, um den Kinder- und Jugendtourismus und damit den Tourismusstandort Deutschland durch gezielte Maßnahmen mit Unterstützung der Deutschen Zentralen für Tourismus e. V. (DZT) zu stärken. Es ergeben sich zudem zusätzliche positive Effekte für das DZT-Themenjahr 2013 „Junges Reiseland Deutschland“. Schließlich hat das Thema zusätzlich zu seiner ökonomischen Bedeutung eine wichtige gesamtgesellschaftliche Bedeutung: Für junge Menschen ist das Kennenlernen der eigenen Heimat und der Austausch mit anderen Kulturen und Nationalitäten prägend und in einer globalisierten Welt von zunehmender Bedeutung.

Zur Umsetzung des o. g. Antrags fördert das BMWi das „Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus – Entwicklung jugendtouristischer Angebote“. Projektträger ist das Deutsche Jugendherbergswerk e. V. (DJH). Die Laufzeit reicht bis April 2014. Ziele sind die intensive internationale Vermarktung von Angeboten für den Kinder- und Jugendtourismus, insbesondere durch die DZT, die

bessere Vernetzung und Kooperation der Anbieter jugendtouristischer Angebote sowie die Entwicklung eines professionellen Marketings. Bundesweit sollen sechs Zukunftskonferenzen zum Austausch von Best-Practice-Beispielen stattfinden, um Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Das Projekt wird von einem Fachbeirat, gebildet aus Vertretern der Tourismuswirtschaft und gemeinnützigen Institutionen, flankiert.

6. Welche Bundesländer haben nach Kenntnis der Bundesregierung Aktionspläne zum Kinder- und Jugendtourismus aufgestellt, und mit welchen Maßnahmen wird dieser Bereich jeweils gefördert?

Nach Kenntnis der Bundesregierung haben Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen so genannte Aktionspläne beschlossen. Darüber hinaus liegen der Bundesregierung keine belastbaren Informationen vor.

7. Wie werden Angebote für den Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland international durch die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) vermarktet?

Wie hoch war nach Kenntnis der Bundesregierung der Zuwachs an Reisenden aus dem Ausland in den letzten vier Jahren?

Junges Reisen nach Deutschland hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Aus diesem Grund rückt die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) im Jahr 2013 Jugendreisen in den Fokus ihrer weltweiten Vertriebs- und Marketingaktivitäten. Mit dem Themenjahr „Junges Reiseland Deutschland – HotSpots, Brandnew, Lifestyle“ trägt sie nicht nur einem touristischen Segment mit enormem wirtschaftlichen Potenzial Rechnung, auch die Zielgruppe ist beträchtlich: Im Jahr 2011 sind allein aus Europa, der Quellregion, aus der die meisten Übernachtungen für das Reiseland Deutschland kommen, fast zehn Millionen Reisen von jungen Menschen zwischen 15 und 29 Jahren gezählt worden.

Im Mittelpunkt der Aktionen zum Themenjahr steht die breit angelegte Social Media-Kampagne „Youth HotSpots in Germany – Share the moment.“, die im März 2013 zur ITB Berlin offiziell gestartet ist und bis März 2014 laufen wird.

Ein zentrales Element der Kampagne ist die Microsite, die unter www.germany.travel/youth abgerufen werden kann. Mit ihr spricht die DZT gezielt die jungen Gäste an und gibt ihnen so die Möglichkeit, sich bereits vor der Reise über Deutschland zu informieren. Eine interaktive Karte zeigt hier durch unterschiedlich große und pulsierende Kreise, wo in Deutschland in den fünf Kategorien „Must Sees“, „Nightlife“, „Shopping“, „Bars & Cafés“ sowie „Festivals & Events“ am meisten geboten wird. Beim Klick auf die Kreise in der interaktiven Karte öffnen sich die Städte und Orte, in denen die unterschiedlichen HotSpots zu finden sind. Seit dem Start der Kampagne verzeichnet die Website mit der interaktiven Karte starken Traffic. Immer mehr Nutzer tragen ihre ganz persönlichen HotSpots in Deutschland in die Karte ein und kommentieren die Einträge anderer Nutzer. Viele der HotSpots sind im klassischen Reiseführer nicht zu finden und gelten in der Community daher als echte Geheimtipps. Diese Art der persönlichen Empfehlungen bringt den Nutzern die Bars, Museen, Clubs und „Must Sees“ auf sehr authentische Art und Weise nahe. Mit dieser lebendigen Form nutzergenerierter Inhalte nutzt die DZT das im Trend liegende „Empfehlungsmarketing“, um junge Gäste auf HotSpots in Deutschland aufmerksam zu machen. Denn gerade Jugendliche informieren sich maßgeblich über Empfehlungen von Freunden in sozialen Netzwerken.

Ein weiteres Kernelement der Kampagne ist die mobile App. Die DZT stellt jungen Reisenden, die zum Großteil auch auf Reisen und im Urlaub mit dem

Smartphone unterwegs sind, im Rahmen der Kampagne die App „Youth HotSpot“ zur Verfügung. Sie steht im Apple Store unter <http://bit.ly/13DCLzx> sowie im Google Play Store unter <http://bit.ly/WK51hZ> kostenlos zum Download bereit. Die App bietet jungen Reisenden eine Übersicht über derzeit 1 300 frei zugängliche WLANs in Deutschland. So erhalten die jungen Reisenden aus dem Ausland einen kostenlosen Zugang zu sozialen Netzwerken. Mit dem ersten Update Anfang Mai 2013 haben Nutzer zusätzlich die Möglichkeit, WLAN-Punkte selbst hinzuzufügen sowie sich die komplette Detailkarte im Fullscreen-Modus anzusehen.

Darüber hinaus stehen die Social Media-Plattformen Facebook, Twitter (twitter.com/GNTB2013) und Instagram (www.instagram.com/youthhotspotsgermany) im Mittelpunkt der Kommunikation.

Die DZT in Frankfurt hat 2013 bereits zwei Bloggerreisen für die Vermarktung der Youth Kampagne initiiert: Vom 6. Juni bis zum 3. Juli 2013 ist der US-amerikanische Video-Blogger Jeremy Fischer mit seiner Kamera durch alle 16 Bundesländer unterwegs gewesen und hat Material für einen Imagefilm über das junge Reiseland Deutschland gesammelt. Das rund einminütige Video soll sowohl bekannte als auch weniger bekannte Orte in Deutschland zeigen. Die Auswahl basiert auf den meistgenannten HotSpots aus einer Umfrage der DZT unter deutschen Jugendlichen. Mit dem entstehenden Video trägt die DZT der steigenden Relevanz von Bewegtbild Rechnung. Laut einer Umfrage im Auftrag des Bundesverbands Digitale Wirtschaft e. V. (BVDW) konsumieren 77 Prozent der deutschen Internetnutzer Online-Videos – 33 Prozent davon mindestens wöchentlich. Weltweit sieht es nicht anderes aus, hier sind es insgesamt 74 Prozent laut dem Nielsen Multi-Screen Media Report von 2012, und davon schauen 28 Prozent Videos über ihr Mobiltelefon jeden Tag. Die Arbeit mit Bewegtbild im Onlinesegment ist somit ein unerlässliches Kommunikationsinstrument, speziell bei der Ansprache junger Zielgruppen. Der steigende Konsum von Videos und Kurzfilmen belegt zudem den fortschreitenden Wandel im Mediennutzungsverhalten und die Nachfrage der Nutzer nach Unterhaltung und Information gleichermaßen.

Vom 19. März bis 5. Mai 2013 war der populäre britische Reiseblogger Kash Bhattacharya auf seiner Reise „BUDGETTRAVELLER’S GERMAN WANDERLUST“ durch Deutschland unterwegs. Über www.germany.travel/youth, seinen Reiseblog <http://budgettraveller.org/announcing-my-next-bject-budgettravellers-german-wanderlust/> sowie seinem Instagram-Kanal <http://instagram.com/budgettraveller> und Twitter-Kanal <http://twitter.com/budgettraveller> hat er regelmäßig über seinen Low-Budget-Trip kommuniziert. Übernachtet hat der „HotSpotter“ in deutschen Jugendherbergen. Unterstützt wurde das Projekt vom Deutschen Jugendherbergswerk und der Deutschen Bahn.

Die zahlreichen persönlichen Deutschland-Impressionen von Kash Bhattacharya können Interessenten auf dem Instagram-Kanal des Reisebloggers nachverfolgen. Ein Teil seiner Bilder ist auch im Instagram-Channel der DZT unter <http://instagram.com/youthhotspotsgermany> zu sehen. Im Sommer 2013 werden darüber hinaus zwölf City-Guides in Form von eBooks seine Eindrücke widerspiegeln, die dann auf Kashs Blog, auf der Website des Deutschen Jugendherbergswerkes (DJH) www.youth-hostels.de und über die DZT Website www.germany.travel/youth zum Download zur Verfügung stehen.

Zusätzlichen finden Bloggerreisen aus den Social Media-affinen Märkten wie z. B. Polen, Österreich und Dänemark statt. Gleichzeitig postet ein deutsches Bloggerteam Beiträge auf der Seite www.youpodia.de vom Deutschen Jugendherbergswerk.

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) hat während der ITB Berlin für ihr Engagement rund um das Thema „Junges Reisen nach Deutschland“ den

Innovation Award 2013 erhalten. Die Auszeichnung wird seit 2008 von der internationalen Gruppe der A&O HOTELS und HOSTELS verliehen und wird an touristische Unternehmen vergeben, die sich durch besonders innovative Produkte oder technische Entwicklungen auszeichnen.

8. Wie und in welchen Bundesländern sind nach Kenntnis der Bundesregierung Klassenfahrten in den Richtlinien (Schulfahrtenerlasse) verankert?

Wie wurden hierbei pädagogische oder thematische Bezüge einbezogen, um schulisches und außerschulisches Lernen noch besser miteinander zu verbinden und entsprechende Fortbildungsmöglichkeiten für Lehrer und Referendare anzubieten?

Im Gremium des Bund-Länder-Ausschusses Tourismus wurde in der laufenden Legislaturperiode ein Meinungsaustausch zu Klassenfahrten aus touristischer Sicht geführt. Der Bund begrüßt sinnvolle Initiativen, Klassenfahrten zu fördern, jedoch liegt die originäre Zuständigkeit bei den Ländern. Vertreter der Länder Berlin, Saarland und Sachsen-Anhalt stellten ihre Maßnahmen zu Klassenfahrten vor.

9. Wie wurde die Qualifizierung von im Kinder- und Jugendtourismus tätigen Mitarbeitern und ehrenamtlichen Helfern weiter gefördert und unterstützt?

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) unterstützt und fördert seit Jahren aus Mitteln des Kinder- und Jugendplans des Bundes (KJP) zahlreiche Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote für Verantwortliche und begleitende Personen im Bereich der Kinder- und Jugendreisen.

10. Wie weit ist der Aufbau einer Internetplattform „Jugendtourismus in Deutschland“ erfolgt, bzw. wann soll diese Internetplattform in Betrieb gehen?

Zur Umsetzung des Beschlusses des Deutschen Bundestages „Kinder- und Jugendtourismus unterstützen und weiter fördern“ (Bundestagsdrucksache 17/8451) fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie das im September 2012 gestartete „Zukunftsprojekt Kinder- und Jugendtourismus – Entwicklung jugendtouristischer Angebote“. Eines der Projektziele sieht vor zu prüfen, inwieweit der Aufbau einer Internetplattform „Jugendtourismus in Deutschland“ unterstützt werden kann. Diese Prüfung ist noch nicht abgeschlossen.

Zum Antrag „Tourismus als Chance für die Einhaltung der Menschenrechte nutzen“ (Bundestagsdrucksache 17/8347)

11. Auf welche Weise wurde der Dialog mit den Tourismusunternehmen und ihren Branchenverbänden zum Thema Menschenrechte durch die Bundesregierung intensiviert, und wie wurde über die aktuellen internationalen Vereinbarungen zur menschenrechtlichen Unternehmensverantwortung informiert?

Die Bundesregierung unterstützt den Dialog über die Verantwortung von Unternehmen für Menschenrechte und deren Beachtung. Grundlage bilden die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte als globaler Handlungsrahmen. Zum Themenkomplex „Menschenrechte und Tourismus“ wurden im Auftrag der Bundesregierung (BMZ) 2011 und 2012 insgesamt vier

Veranstaltungen durchgeführt, die sich vorrangig der Thematik des sog. „Arabischen Frühlings“ widmeten. Vor allem vor diesem Hintergrund wurde das Thema „Menschenrechte“ mit Branchenvertretern sowie Vertretern von Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen diskutiert. Im Jahr 2012 gab das Deutsche Global Compact Netzwerk die Publikation „Menschenrechte achten – Ein Leitfaden für Unternehmen“ heraus, die vom BMZ finanziell unterstützt wurde. Der Leitfaden informiert zu internationalen Vereinbarungen zur menschenrechtlichen Unternehmensverantwortung und thematisiert anhand von Fallbeispielen die Unternehmensverantwortung auch im Bereich Tourismus.

Darüber hinaus arbeitet die Bundesregierung mit Tourismusverbänden und Unternehmen eng zusammen, um zur Umsetzung der VN-Übereinkommens über die Rechte von Menschen mit Behinderungen (VN-Behindertenrechtskonvention) und des Nationalen Aktionsplans zum Schutz von Kindern vor sexueller Gewalt und Ausbeutung beizutragen.

12. Wie wurden die Tourismusverbände, die direkt vor Ort aktiven deutschen Unternehmen sowie die Reiseveranstalter bei ihren Bemühungen zur Einhaltung der Menschenrechte sowie der Sensibilisierung der Mitarbeiter, Geschäftspartner und Reisenden bisher durch die Bundesregierung unterstützt?
15. Mit welchen Mitteln hat sich die Bundesregierung dafür eingesetzt, dass der Bekanntheitsgrad des Globalen Ethikkodexes der Welttourismusorganisation (UNWTO) erhöht wird und dieser Ethikkodex auch im Rahmen der touristischen Aus- und Weiterbildung eine größere Beachtung findet?

Die Fragen 12 und 15 werden aufgrund des Sachzusammenhanges gemeinsam beantwortet.

Die Bundesregierung setzt sich für einen nachhaltigen und sozial verträglichen Tourismus ein und bekennt sich zum Globalen Ethikkodex im Tourismus, der als Kompass für einen verantwortungsvollen Tourismus bereits 1999 von der Welttourismusorganisation (UNWTO) verabschiedet wurde. Mit der 2012 erfolgten Unterzeichnung des Kodex durch den Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V. (BTW), den Deutschen Reiseverband e. V. (DRV) sowie führende Reiseveranstalter und Fluggesellschaften setzt auch die deutsche Tourismusbranche ein deutliches Signal für verständnis- und respektvolles Verhalten gegenüber den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Menschen in den Gastländern sowie gegenüber dem globalen Natur- und Kulturerbe. An der Unterzeichnung nahmen Ernst Burgbacher, MdB, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, sowie Taleb Rifai, Generalsekretär der Welttourismusorganisation, teil.

Ein wichtiger Grundsatz des Globalen Ethikkodex im Tourismus ist der Schutz von Kindern. Hier arbeitet die Bundesregierung sowohl national mit den Tourismusverbänden und -unternehmen und Nichtregierungsorganisationen als auch international mit anderen Ländern eng zusammen.

Die Tourismusindustrie ist ein wichtiger Partner zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen. Die Bundesregierung unterstützt die Umsetzung des „Verhaltenskodex zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus“, der zwischen dem Deutschen Reiseverband und ECPAT¹ vereinbart wurde. Wichtige Bestandteile des Kodex sind unter ande-

¹ ECPAT (End Child Prostitution, Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) ist eine internationale Kinderrechtsorganisation mit Sitz in Thailand.

rem die Schulungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Tourismusbranche in den Herkunfts- und Destinationsländern und die Sensibilisierung von Reisenden.

Die Bundesregierung unterstützt ebenfalls Schulungen von angehenden Beschäftigten der Tourismusbranche, um sie zu befähigen, sich für den Schutz von Minderjährigen vor sexueller Ausbeutung im Tourismus zu engagieren.

Zur Implementierung des ECPAT-Verhaltenskodex gegen sexuellen Missbrauch Minderjähriger besteht seit Anfang 2013 eine Entwicklungspartnerschaft des BMZ mit The Code (von der Wirtschaft unterstützte Initiative, die sich für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Tourismus einsetzt) und Tourismusunternehmen (Kuoni, Accor, TUI) in Thailand. Ein wichtiger Partner ist hierbei auch die ITB, die im Jahr 2011 den Verhaltenskodex ebenfalls unterzeichnet hat und sich damit ganz klar gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern ausspricht.

Im Herbst 2010 hat Deutschland gemeinsam mit der Schweiz und Österreich eine trilaterale Aufklärungskampagne gegen Kindersextourismus gestartet. Im Januar 2013 fand in Berlin eine internationale Tagung zu der Kampagne statt, bei der die Erweiterung der Kampagne auf weitere europäische Partnerländer beschlossen wurde. Auf die Ausführungen dazu im Tourismuspolitischen Bericht der Bundesregierung wird verwiesen.

Für die deutsche Entwicklungszusammenarbeit gilt es, das Potenzial des Tourismus für die Schaffung von Arbeitsplätzen und fairer Entlohnung, die Verbesserung der Einkommenssituation ärmerer Bevölkerungsschichten und damit für die Armutsreduktion zu erkennen und zu nutzen. Tourismus soll sich positiv auf den Erhalt der natürlichen Ressourcen auswirken. Außerdem soll der verantwortungsvolle Umgang mit der Kultur und den Traditionen der lokalen Bevölkerung gefördert werden. Die entwicklungspolitische Herausforderung besteht darin, die Potenziale des Tourismus zu erschließen und die mit dem Tourismus verbundenen ökologischen, sozialen und kulturellen Risiken zu minimieren. Damit werden zugleich auch menschenrechtliche Belange unterstützt.

Auf nationaler Ebene dient unter anderem das von der Bundesregierung geförderte „Themennetzwerk Tourismus“ der Information und Abstimmung entwicklungspolitisch relevanter Maßnahmen im Sektor Tourismus zwischen Bundesregierung (BMWi, BMU, BMZ), den Durchführungsorganisationen der deutschen Entwicklungszusammenarbeit, dem BfN, der DEG und UNWTO/Bonn sowie dem Studienkreis Tourismus und Entwicklung e. V.

13. Wann und wie wurde der Deutsche Bundestag über die Umsetzung des CSR-Aktionsplans der Bundesregierung im Hinblick auf den Tourismussektor informiert?

Mit dem Aktionsplan CSR (Kabinettsbeschluss vom 6. Oktober 2010) unterstützt die Bundesregierung verantwortungsbewusste Unternehmen aller Branchen dabei, nachhaltiges Wirtschaften in die Breite zu tragen und Transparenz herzustellen, damit Verbraucher/-innen CSR einfordern bzw. belohnen und sich die Marktkräfte dadurch im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung besser entfalten können. Die CSR im Tourismus umschreibt den Beitrag eines Unternehmens zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem es über gesetzliche Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung in sein Kerngeschäft übernimmt. Das Engagement von Unternehmen kann etwa darin zum Ausdruck kommen, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer fair behandelt und beteiligt werden, kulturelle Vielfalt und Toleranz innerhalb des Betriebes und im Rahmen der Reiseveranstaltung gefördert wird, Verbraucherinnen und Verbraucher transparent informiert werden, die Umwelt geschont wird, oder im Tourismusgeschäft mit weltweiten Zielen die Menschenrechte geachtet werden.

Die Bundesregierung informiert die Öffentlichkeit regelmäßig auf Veranstaltungen sowie auf ihrer CSR-Website www.csr-in-deutschland.de über die Inhalte und Umsetzung des Aktionsplans CSR.

14. Mit welchen Beratungsleistungen wurde die Tourismuswirtschaft bei der Wahrnehmung ihrer menschenrechtlichen Verantwortung durch die Bundesregierung unterstützt, und welche vorbildlichen Aktivitäten deutscher Tourismusunternehmen auf dem Gebiet der CSR (Corporate Social Responsibility) wurden gewürdigt und bekannt gemacht?

Die Bundesregierung unterstützt Unternehmen aller Branchen bei der strategischen Verankerung von CSR in ihr Kerngeschäft. Das für CSR innerhalb der Bundesregierung federführend zuständige Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) sowie das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) waren zudem mehrmals in CSR-bezogenen Veranstaltungen der Internationalen Tourismusbörse (ITB) vertreten. In diesem Rahmen wurde ebenso zum Aktionsplan CSR der Bundesregierung informiert wie „Good Practices“ in der Tourismuswirtschaft (z. B. im Rahmen der Verleihung des „To Do! 2012“-Preises für sozialverantwortlichen Tourismus) gewürdigt.

Mit dem 2013 neu eingeführten CSR-Preis der Bundesregierung soll die öffentliche Anerkennung von CSR-Aktivitäten gefördert und die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR erhöht werden. Der CSR-Preis der Bundesregierung zeichnet besonders vorbildliche Unternehmen aus, die den Pfad zu einer gesamthaft nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung eingeschlagen haben und diesen systematisch weiterverfolgen. Auch ein Unternehmen der Tourismus-Branche wurde 2013 mit dem Preis ausgezeichnet, da es für nachhaltigen und menschengerechten Tourismus Pionierarbeit leistet und in seiner Strategie feste Ziele zur Umsetzung dieser unternehmerischen Verantwortung setzt (Studiosus Reisen München GmbH, siehe auch: <http://www.csr-preisbund.de/preisverleihung/die-nominierten/studiosus-reisen-muenchen.html>).

Darüber hinaus werden im Rahmen des ESF-Förderprogramms des BMAS „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ zwei Projekte mit dem Ziel unterstützt, CSR im Tourismussektor weiter voranzutreiben. Konkret handelt es sich dabei um die Projekte „CSR in Tourismus und Handel“ der Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung e. V. sowie „Umweltmanagement in KMU des Tourismussektors“ des Deutschen Seminars für Tourismus Berlin e. V.

Im Rahmen der Aktivitäten des Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN), welches von der Bundesregierung gefördert wird, finden regelmäßig Unternehmenscoachings zum Thema „Wirtschaft und Menschenrechte“ statt. Das Angebot steht auch Unternehmen außerhalb des DGCN offen und wird als solches auch von Tourismusunternehmen genutzt.

Zum Antrag „Tourismus und Landschaftspflege verknüpfen – Gemeinsam die Entwicklung ländlicher Räume stärken“ (Bundestagsdrucksache 17/2478)

16. Wie und mit welchen Mitteln hat die Bundesregierung dafür gesorgt, dass die bisher nur begrenzt vorhandenen naturtouristischen Angebote verstärkt werden, um die Wirtschaftsentwicklung in strukturschwachen ländlichen Regionen zu unterstützen sowie zur Umweltbildung und -erziehung beizutragen?

Die Bundesregierung verweist auf ihre Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur „Zukunft des Reiselandes Deutschland“ (Bundestagsdrucksache 17/14275) und dort auf die Vorbemerkung 4.1 der

Bundesregierung sowie die Antworten zu den Fragen 135 bis 139 (Seiten 66 bis 68).

So bildete zum Beispiel der Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusregionen 2012/2013“, an dem sich 34 Tourismusregionen aus zwölf Bundesländern mit ihren Nachhaltigkeitskonzepten bewarben, eine Chance für ländliche Regionen, sich zu präsentieren und in der Folge am Markt besser behaupten zu können. Der Wettbewerb diente auch der Förderung eines umweltfreundlichen Reiseverhaltens von Urlaubern/innen als Beitrag zur Umweltbildung.

17. Wie und mit welchen Mitteln hat die Bundesregierung dafür gesorgt, im Rahmen von Modellvorhaben die Entwicklung von naturtouristischen Angeboten entlang der gesamten Servicekette zu erproben?

Die Bundesregierung will im Rahmen von Forschungs- und Modellprojekten die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus im Inland voranbringen und die guten Erfahrungen für ein nachhaltiges Destinationsmanagement auch in die Hauptzielgebiete der deutschen Touristen im Ausland weitervermitteln. Aktuelle Beispiele enthält der Tourismuspolitische Bericht der Bundesregierung über die 17. Legislaturperiode vom 24. Mai 2013 (Bundestagsdrucksache 17/13674, vgl. Seiten 43 ff.).

Zu den Anträgen „Potentiale von Kultur und Tourismus nutzen – Kulturtourismus gezielt fördern“ (Bundestagsdrucksache 17/1966) und „Kulturtourismus in Deutschland stärken“ (Bundestagsdrucksache 17/676)

18. Wie weit sind die Gespräche mit den Ländern und den kommunalen Spitzenverbänden vorangekommen, die das Ziel haben, sich auf ein gemeinsames Kulturtourismuskonzept zu verständigen, welches die kommunale Selbstverwaltung und die Länderinteressen berücksichtigt und wahrt?

Wann ist mit der Umsetzung eines solchen Konzeptes zur Vermarktung und gleichzeitigen Integration von Kulturangeboten in den Städten und ländlichen Regionen zu rechnen?

Die Bundesregierung unterstützt die Vernetzung und den Austausch der zuständigen kulturtouristischen Akteure, beispielsweise durch den thematischen Austausch im Gremium des Bund-Länder-Ausschusses für Tourismus. Aufgrund unterschiedlicher Länderinteressen haben die intensiv geführten Diskussionen bisher zu keinem gemeinsamen Kulturtourismuskonzept geführt.

Aus bundestourismuspolitischer Sicht ist es wünschenswert, den Dialog mit allen föderalen Ebenen über Kulturtourismuskonzepte fortzusetzen und zu intensivieren.

19. Wurde die von der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages empfohlene Auslobung eines regelmäßigen Wettbewerbs „Kulturregion Deutschland“, der das besondere Engagement von Städten und Regionen für ein vielfältiges kulturelles Angebot würdigt und weiteres Engagement fördert, geprüft, und zu welchem Ergebnis kam die Bundesregierung?

Die Bundesregierung hat die empfohlene Auslobung eines entsprechenden Wettbewerbs geprüft. Es zeigte sich, dass der Deutsche Städtetag einem solchen Wettbewerb kritisch gegenübersteht, weil zu befürchten ist, dass infolge der notwendigen Kosten wichtige Mittel an anderer Stelle fehlen. Dieser Auffassung ist die Bundesregierung gefolgt und hat in der laufenden Legislaturperiode von weiteren konkreten Umsetzungsschritten abgesehen.

20. Wurde die von der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages empfohlene Schaffung einer Plattform für strategisches kulturtouristisches Marketing von Bund und Ländern unter Einbeziehung der Dachverbände aus Kunst, Kultur und Tourismus geprüft, und mit welchem Resultat?

Im Bereich des Marketings ist die Zuständigkeit der Bundesregierung grundsätzlich auf das Auslandsmarketing begrenzt. Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) nimmt diese Vermarktungsaufgabe im Auftrag des Bundes intensiv wahr. Dabei spielt die kulturtouristische Vermarktung Deutschlands im Rahmen des Megatrends „Kultur“ eine bedeutende Rolle.

21. Wann wird das Internetangebot der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) nach Kenntnis der Bundesregierung zu einer Informationsplattform für den Kulturtourismus ausgebaut?

Die Seite www.germany.travel der Deutschen Zentrale für Tourismus informiert in 29 Sprachen kulturinteressierte Reisende zu einer Vielfalt von Themen. Im Folgenden wird eine Zusammenstellung der Themen und der medialen Einbindung aufgezeigt.

Startseite für Städte und Kultur:

www.germany.travel/de/staedte-kultur/staedte-kultur.html

Hier kann der Kultur interessierte Besucher Schwerpunkte wählen, geboten werden neben den 38 UNESCO Welterbestätten (Thema der DZT für 2014) auch Informationen zu Musik und Festivals, Museen und Spezialthemen wie z. B. aktuell das Thema Richard Wagner. In der TOP 100 sind durch Touristen bewertete Sehenswürdigkeiten in Deutschland zusammengefasst. Im Bereich Gemütlichkeit werden Themen wie Weinland Deutschland, Kulinarik und Volksfest zusammengefasst.

Einstiegsseite UNESCO:

www.germany.travel/de/staedte-kultur/unesco-welterbe/unesco-welterben.html

Hier erhält der Besucher Informationen inkl. Bilder, Videos und Routen zu den 38 UNESCO-Welterbestätten.

Einstiegsseite Musik:

www.germany.travel/de/staedte-kultur/musik-shows/musik-shows.html

Hier kann der Besucher Informationen, Bilder und Videos zu unterschiedlichen Spezialthemen finden, wie Klassische Komponisten, Opern und Konzerthäuser, Orchester, Chöre, Musicals und Shows, Jazz Clubs, Pop und Rock Bands. Die Informationen sind zusätzlich auf der interaktiven Karte verortet.

Übersicht Interaktive Karte:

www.germany.travel/de/kartenansicht.html

In der interaktiven Karte kann der Besucher die kulturellen Highlights individualisiert zusammenstellen. Die Themen UNESCO, Museen, Musik, Schlösser-Parks und Gärten, oder auch Spezialthemen wie Luther stehen hier zur Auswahl.

Spezielle Microsite zum Themenjahr Richard Wagner:

www.germany.travel/de/microsite/richard-wagner/start/start.html

22. Wie hat die Bundesregierung dafür Sorge getragen, dass die Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement im Kulturbereich weiter verbessert wurden?

Eine Gesellschaft lebt vom Engagement ihrer Bürgerinnen und Bürger. Freiwilliges Engagement ist Ausdruck von Verantwortung und ein wesentlicher Beitrag für faire Chancen in unserer Gesellschaft. In Deutschland engagieren sich bereits mehr als 23 Millionen Menschen ehrenamtlich. Sie bereichern das soziale Miteinander und vermitteln Erfolgserlebnisse, die prägend sein können für das ganze Leben. Auch in der Kultur spielt bürgerschaftliches Engagement eine große Rolle. Zum Beispiel wären Denkmalschutz und Denkmalpflege oder auch viele Aktivitäten in der kulturellen Bildung ohne die Mitarbeit von Ehrenamtlichen gar nicht zu leisten. Die gesellschaftliche Bedeutung dieser Aufgabe hat die Bundesregierung erkannt und deshalb auch in ihrem Koalitionsvertrag die Entwicklung einer nationalen Engagementstrategie des Bundes vereinbart. Bei der Umsetzung dieses Vorhabens gibt es eine bisher noch nicht gekannte Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure, die im Nationalen Forum für Engagement und Partizipation bürgerschaftliches und freiwilliges Engagement in verschiedenen thematischen Kontexten diskutiert und weiterentwickelt haben, z. B. in Bezug auf Pflege, Engagementlernen und Infrastrukturfragen.

Ein wichtiger Baustein auf dem Feld des bürgerschaftlichen Engagements sind die Freiwilligendienste. Hier konnte die Zahl der Einsatzstellen kontinuierlich gesteigert werden. Für das Freiwillige Soziale Jahr in der Kultur stehen über 1 350 Einsatzplätze in Einrichtungen der Hoch- und Breitenkultur, in ländlichen Regionen und Ballungszentren deutscher Großstädte zur Verfügung. Zudem leisten rund 600 Freiwillige einen Bundesfreiwilligendienst bei der Bundesvereinigung Kulturelle Kinder- und Jugendbildung e. V. (BKJ). Wie viele Freiwillige der anderen 19 Zentralstellen des Bundesfreiwilligendienstes sich darüber hinaus im Bereich der kulturellen Bildung engagieren, ist nicht erfasst.

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement wurden in den vergangenen Jahren wesentlich verbessert. Das kommt auch der Kultur zugute. Bereits in der vergangenen Legislaturperiode wurden bestehende Vergünstigungen im gemeinnützigen Sektor, also Steuerbefreiungen für gemeinnützige Einrichtungen, der Sonderausgabenabzug von Spenden und der steuerliche Freibetrag bei ehrenamtlichem Engagement deutlich verbessert. Unter anderem wurde auch zugunsten von mehr bürgerschaftlichem Engagement in der Kultur die steuerliche Privilegierung bei Spenden auf einen einheitlichen Höchstbetrag für alle steuerbegünstigten Zwecke von zuvor 5 Prozent beziehungsweise 10 Prozent auf generell 20 Prozent der Gesamteinkünfte angehoben. Mit dem Gesetz zur Stärkung des Ehrenamtes“ vom 21. März 2013 (BGBl. I S. 556) wurden nun daran anknüpfend – teilweise rückwirkend zum 1. Januar 2013 – weitere Erleichterungen geschaffen, die es steuerbegünstigten Organisationen und Ehrenamtlichen ermöglichen, ihre gesamtgesellschaftliche Aufgabe noch besser wahrzunehmen. Unter den Gesichtspunkten der Schaffung von Rechtssicherheit und Abbau von bürokratischen Hemmnissen wurden zahlreiche Vorschriften verändert. Ziel dieser Änderungen war es, klarere rechtliche Handlungsvorgaben zu schaffen sowie an geeigneten Stellen Nachweiserleichterungen einzuräumen und die Mittelverwendung zu flexibilisieren. Ebenso wurden die Steuerfreibeträge für Personen, die sich für steuerbegünstigte Vereine und Körperschaften engagieren, angehoben. Im Kulturbereich profitieren davon etwa Musiklehrer oder Chorleiter. Die so genannte Übungsleiterpauschale wurde von 2 100 auf 2 400 Euro und die Ehrenamtspauschale von 500 auf 720 Euro angehoben. Spenden in das zu erhaltende Vermögen (Vermögensstock) einer Stiftung können bei einer Zusammenveranlagung nun bis zu einer Höhe von 2 Mio. Euro steuerlich geltend gemacht werden, ohne dass der

Nachweis darüber geführt werden muss, dass formal auch beide gespendet haben.

Weitere steuerliche Erleichterungen wurden auch durch das im Juli 2013 im Bundesgesetzblatt verkündete Gesetz zur Umsetzung der Amtshilferichtlinie sowie zur Änderung steuerlicher Vorschriften geschaffen. Darin wird u. a. die grundsätzliche Steuerfreiheit des Taschengeldes für Freiwilligendienste i. S. des § 32 Absatz 4 Satz 1 Nummer 2 Buchstabe d des Einkommensteuergesetzes geregelt. Freiwillige, die einen Bundesfreiwilligendienst, ein Freiwilliges Soziales Jahr, ein Freiwilliges Ökologisches Jahr oder andere in dieser Vorschrift genannte Freiwilligendienste leisten, müssen für das Taschengeld keine Steuern zahlen. Daneben besteht für sie in der Regel ein Anspruch auf Kindergeld, wenn sie das 25. Lebensjahr noch nicht vollendet haben.

23. Auf welche Art hat die Bundesregierung bei der Förderung und Vermarktung von kulturtouristischen Angeboten auf den Aspekt der Barrierefreiheit hingewirkt und sich dafür eingesetzt, dass Barrierefreiheit und barrierefreies Reisen auf Bundes- und Länderebene durch die Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e. V. (NatKo) und in Zusammenarbeit mit den für die Belange von Menschen mit Behinderungen zuständigen Spitzenorganisationen sowie im Aktionsplan der Bundesregierung zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention stärker berücksichtigt werden?

Das BMWi fördert das 2011 gestartete Projekt „Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Sinne eines Tourismus für Alle in Deutschland“. Projektträger ist das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) in Kooperation mit der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle (NatKo). Das Projektziel besteht in der Entwicklung einer einheitlichen Kennzeichnung sowie von Qualitätsstandards für den barrierefreien Tourismus, Sensibilisierung und Schulung des Führungspersonals und der Mitarbeiter der Tourismusbranche für das Thema sowie die Schaffung einer deutschlandweiten Datenbank und Internetplattform, auf der sich Reisende über barrierefreie Angebote informieren können.

Das Projekt ist Bestandteil des Nationalen Aktionsplanes der Bundesregierung zur Umsetzung der Behindertenrechtskonvention der Vereinten Nationen und trägt damit zu dessen Umsetzung bei. Es soll die Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Angebote und Dienstleistungen im Tourismus fördern, sich an den spezifischen Wünschen und Bedürfnissen der Gäste orientieren und den Leistungsträgern der Tourismuswirtschaft neue Marktchancen eröffnen. Darin eingeschlossen sind auch kulturtouristische Angebote.

24. Mit welchen Mitteln wurde die Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e. V. (NatKo) seit Beginn der Legislaturperiode durch den Bund ausgestattet (bitte einzeln nach Jahren aufgliedern – sowohl in Summen als auch in Projekten und Personalkosten bzw. Grundfinanzierung des Vereins)?

Das Bundesministerium für Gesundheit hat im Rahmen der gesundheitsbezogenen Selbsthilfe Zuschüsse zu ausgewählten modellhaften Projekten der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für alle e. V. (NatKo) in den Jahren 2009 bis 2013 bewilligt. Diese haben das Ziel, Menschen mit chronischer Erkrankung und Behinderung Möglichkeiten zur aktiven, gesundheitsförderlichen Freizeitgestaltung einschließlich des Reisens zu ermöglichen. Gefördert werden insbesondere Personal und Sachkosten, die ausschließlich zur Umset-

zung der im Antrag formulierten Projektziele notwendig sind. Im Einzelnen betrifft dies

Haushaltsjahr	Summe in Euro
2009	106 735,00 Euro (zwei Projekte)
2010	109 301,51 Euro (zwei Projekte)
2011	87 412,00 Euro (ein Projekt)
2012	82 799,70 Euro (ein Projekt)
2013	47 513,63 Euro (ein Projekt)

Des Weiteren wird auf die Antwort zu Frage 23 verwiesen.

25. Welche Angebote wurden nach Kenntnis der Bundesregierung bisher für Tourismusanbieter über Aus- und Weiterbildungsangeboten zu mehr Informationsmöglichkeiten zur Vermarktung kulturtouristischer Angebote bereitgestellt, und welche Schritte wurden eingeleitet, um dem drohenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken und zusammen mit Aus- und Weiterbildungsinstituten maßgeschneiderte Aus- und Weiterbildungsformate zu entwickeln?

Die Bundesregierung verweist auf ihre Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zur „Zukunft des Reiselandes Deutschland“ (Bundestagsdrucksache 17/14275) und dort auf die Vorbemerkung 4.2 der Bundesregierung „Fachkräfte für den Tourismus“ sowie auf die Antwort zu Frage 66 (Seiten 38/39).

Die Förderrichtlinie für die Weiterbildung von Fach- und Führungskräften aus allen Bereichen des Tourismus läuft Ende 2013 aus. Eine Fortführung der Richtlinie ist nicht geplant.

