



**Gelebte Gastfreundschaft in unseren Regionen
unterstützen und befördern
– Grußwort zum Landesverbandstag des DEHOGA NRW
am 17. Mai 2018 in Hamm –**

Sehr geehrter Frau Bürgermeisterin Wäsche,
sehr geehrter Herr DEHOGA-Präsident Niemeier,
sehr geehrter Herr Hauptgeschäftsführer Hübenthal,
sehr geehrte Damen und Herren Delegierte des Landesverbandstages NRW,
liebe Gäste,

ich freue mich, Sie alle auch im Namen unserer Landesregierung und unseres Ministerpräsidenten hier in Hamm im Regierungsbezirk Arnsberg begrüßen zu dürfen. Der Regierungsbezirk Arnsberg umfasst Südwestfalen (Sauer-/ Siegerland) und östliches Ruhrgebiet mit den kreisfreien Städten Dortmund, Bochum, Herne, Hamm und Hagen. Herzlichen Dank für die freundliche Einladung zum diesjährigen Landesverbandstag des DEHOGA Nordrhein-Westfalen.

Als ich mir zur Vorbereitung dieses Grußwortes einige Zahlen angeschaut habe -
Zahlen

- zur wirtschaftlichen Bedeutung des Gastgewerbes,
- zu den Beiträgen des Gastgewerbes für Lebensqualität und attraktive Regionen,
- zum sozialen Zusammenhalt in unseren Dörfern, Städten und Kreisen sowie
- zur herausragenden Bedeutung für Touristen und Gäste aus Europa und der ganzen Welt -

da habe ich mir gedacht: Wir alle – unsere ganze Gesellschaft – müssen das Gastgewerbe mehr wertschätzen. Mehr wertschätzen zum einen als (potentielle) Gäste Ihrer Gastronomie- und Übernachtungsbetriebe und zum anderen als Verantwortliche auf den verschiedenen politischen Ebenen und in der öffentlichen Darstellung.

Wir müssen Ihre Arbeit mehr wertschätzen, um sie zu erleichtern. Wir müssen Ihre Leistungen mehr wertschätzen, um sie gerade nicht durch Regulierungen von oben zu erschweren.

Wir alle müssen Sie besser unterstützen – auch und gerade bei der Gestaltung der Digitalisierung im Gastgewerbe. So werden Teile der touristischen Wertschöpfungsketten neu digital gestaltet werden müssen. Das neue „Kompetenzzentrum Tourismus“ des Bundes ist dazu ein erster wichtiger Unterstützungsbeitrag.

Nutzen Sie die Möglichkeiten des „Kompetenzzentrums Tourismus“ des Bundes auch vor Ort bei Erneuerung durch Nutzung intelligenter Technik. Nutzen Sie auch die Möglichkeiten der REGIONALEN des Landes, der REGIONALE 2022 in Ostwestfalen sowie der REGIONALEN 2025 in Südwestfalen und im Bergischen Rheinland. Die dortigen Regionalagenturen werden Sie bei der Erarbeitung gemeinsamer Innovationsprojekte zum Beispiel zur Baukultur oder regionalen Kulinarik oder Digitalisierung unterstützen. Das Gastgewerbe gehört für mich einfach zu jeder REGIONALE.

A.

Das Gastgewerbe in Nordrhein-Westfalen mit seinen 50.000 Betrieben in Hotellerie und Gastronomie trägt maßgeblich zur Lebensqualität und Standortattraktivität unserer Regionen bei. Das Gastgewerbe ist ein unverzichtbarer Teil unseres öffentlichen Lebens.

Lassen Sie mich einige Besonderheiten hervorheben, die das Gastgewerbe kennzeichnen.

1. Das Gastgewerbe ist eine Branche, die in allen Regionen unseres Landes vertreten ist.
2. Das Gastgewerbe ist wirtschaftsstarke und dynamisch. Schauen wir uns die Zahlen für Deutschland an, zu denen NRW einen großen Beitrag leistet. Im Jahr 2016 waren im Jahresdurchschnitt 1,873 Millionen Personen im Gastgewerbe beschäftigt, der Branchenumsatz lag bei 80,9 Milliarden Euro netto. Damit bewegt sich das Gastgewerbe auf dem Niveau der chemischen Industrie, der Herstellung von Nahrungsmitteln und Getränken oder der Herstellung von elektrischen Ausrüstungen, wie IW Consult Köln (1) untersucht hat.

Das Gastgewerbe erwirtschaftete im Jahr 2016 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 44,9 Milliarden Euro oder 1,6 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland. Die Bruttowertschöpfung und die Beschäftigung im Gastgewerbe sind von 2010 bis 2016 deutlich dynamischer gewachsen als in der Gesamtwirtschaft.

3. Das Gastgewerbe ist über Einkäufe von Vorprodukten und Materialien in Höhe von 38 Milliarden Euro sehr stark mit anderen Wirtschaftsbereichen verbunden und für diese ein wichtiger Absatzmarkt. Bei Berücksichtigung dieser

Kreislaufeffekte ergibt sich eine Bruttowertschöpfung von 84,8 Milliarden Euro, die dem Gastgewerbe zuzurechnen ist. Jeder Euro direkte Wertschöpfung im Gastgewerbe stößt über Multiplikatoreffekte weitere 0,89 Euro zusätzliche Wertschöpfung in der Wirtschaft an. Ähnliches gilt für die Beschäftigung.

4. Der fiskalische Effekt bewegt sich übrigens mit insgesamt 19,7 Milliarden Euro über dem Niveau, welches in Deutschland jährlich mit dem Solidaritätszuschlag generiert wird.
5. Das Gastgewerbe ist überdurchschnittlich arbeitsintensiv. Der Anteil der Arbeitnehmerentgelte am Produktionswert (Umsatz) beträgt im Jahr 2016 rund 33,7 Prozent und liegt deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft von 28,6 Prozent. 69,1 Prozent der Bruttowertschöpfung im Gastgewerbe sind Löhne und Gehälter; in der Gesamtwirtschaft beträgt dieser Anteil 56,4 Prozent.
6. Das Gastgewerbe gehört zu den ausbildungsstärksten Branchen Deutschlands. Jetzt, im demografischen Wandel der Gesellschaft, leidet das Gastgewerbe unter Arbeitskräfteengpässen. Sie versucht diese durch Investitionen in Ausbildung zu lindern. Hier müssen Kommunen und Regionen mithelfen – am besten in gemeinsamen Projekten in den Regionen.
7. Das Gewerbe ist mittelständisch geprägt. Der Mittelstand ist das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und maßgeblich für deren nachhaltigen Erfolg verantwortlich. Das Gastgewerbe ist mehr als andere Branchen mittelständisch geprägt. Es besteht zu 99,6 Prozent aus Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Besonders Familienunternehmen prägen das Gastgewerbe bei uns.
8. Die Unternehmen des Gastgewerbes sind nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, sondern haben darüber hinaus eine hohe Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Attraktivität der Region.

Oder wie wir heute sagen: eine hohe Bedeutung für die Heimat der Menschen. Die Betriebe des Gastgewerbes sind Begegnungsstätten, Orte, an denen Menschen zusammenkommen, ihre Freizeit verbringen.

Sie sind wichtige Kommunikationstreffpunkte, die Räume für Familien- und Betriebsfeiern bieten. Sie leisten einen Beitrag zur Lebendigkeit in einer Region und zur sprichwörtlichen Verortung international gewordener Gesellschaften. In meiner Heimatstadt Arnshausen leben Menschen aus über 110 Nationen, die über 80 Sprachen sprechen.

9. Und das Gastgewerbe in unserem Land ist bei uns selbst eine internationale Branche. Mit Blick auf die Beschäftigten ist das Gastgewerbe die internationalste Branche in Deutschland. Rund 310.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte mit Migrationshintergrund aus insgesamt 150 Nationen sind nach der Untersuchung von IW Consult im Gastgewerbe angestellt.

Aber auch mit Blick auf die Gäste und Kunden ist das Gastgewerbe eine internationale Branche. Hier wird Heimat mit Weltoffenheit verbunden. Hier wird nicht ausgegrenzt, hier sagt man „Willkommen“, egal woher der Gast kommt.

Das Gastgewerbe zeigt, dass Menschen beides brauchen: Heimat und Horizont, Bewahrung und Progression, Bindung und Öffnung, sowie Einbindung und Offenheit.

B.

Ich weiß, das Gastgewerbe bei uns arbeitet kontinuierlich an seiner „Digitalisierung“.

Lassen Sie uns einen kurzen Blick in die nahe Zukunft werfen (2).

Um die Digitalisierung für ganz neue, noch unbekannte Geschäftsmodelle zu nutzen, bedarf es auch im und für das Gastgewerbe neuer Kooperationen des Gastgewerbes oder neuer Verantwortungsgemeinschaften des Gastgewerbes - zum Beispiel mit jungen digitalen Startups, mit Stadt- und Regionalmarketings, kommunalen Wirtschaftsförderungen, Reiseveranstaltern oder Breitbandinitiativen oder auch digitalen Initiativen vor Ort.

Ausflüge und Attraktionen sind zurzeit das am schnellsten wachsende Tourismussegment. Ihre Vermarktung erfolgt zunehmend über neue digitale Kanäle und nicht wie bislang über Tourist-Informationen, Tourist Informations-Stellen und Reiseveranstalter.

Ein anderes Beispiel: In Deutschland lag das online-Buchungsvolumen 2017 bei 42 %. In Europa schon bei 51 %. D.h.: Deutschland hat noch einen hohen Anteil an stationären Buchungen. Doch das wird sich ändern. Wir müssen uns auf den weitergehenden Wandel einstellen.

In Deutschland werden – wie nirgendwo sonst noch – Pauschalreisen gebucht. Am Markt nehmen aber auch bei uns individuell zusammengestellte Angebote deutlich zu. Auch hier ist Handlungsbedarf für neue digitale Lösungen.

Deutschland hat eine überdurchschnittlich hohe Smartphone-Dichte. Der Anteil an mobil gebuchten Reisen ist aber in Deutschland noch eher gering. Wir können davon ausgehen, dass in den nächsten Jahren völlig neue Arten des Reiseverkaufs, vielleicht auch ganz neue Urlaubsformen entstehen werden.

Für die nächsten Jahre gilt: Viele Formen künstlicher Intelligenz werden neue Reiseerlebnisse und Urlaubsformen ermöglichen, die wir heute noch nicht kennen, die wir heute nicht nachfragen, weil wir sie oder den Namen dafür nicht kennen. Die Digitalisierung wirkt, bevor wir sie überhaupt verstehen werden. Auch im Gastgewerbe, am Gäste- und Touristikmarkt und wo auch immer. Gestalten wir sie!

C.

Überregulierung schadet, sie erstickt Neues, lässt es nicht positiv wirken. Freiheit heißt immer, Neues beginnen zu können.

Deshalb brauchen wir weniger Regulierung für die kleinen Betriebe, die kleinen Lebenskreise. Oder auch anders formuliert: Regulierung muss auch die kleinen Unternehmen, Betriebe und Startups befördern, nach vorne bringen. In der Vergangenheit und auch noch heute hilft sie meist eher den großen Unternehmen mit großen Rechtsabteilungen.

Wir erleben dies aktuell wieder in der digitalen Welt, in der Daten eine neue Währung sind, ist es wichtig, die Daten von allen – Verbrauchern wie Unternehmern – zu schützen. Dazu bedarf es gesetzlicher Regelungen. Da sind wir uns einig.

Allerdings sollten wir darauf achten, wer Adressat und damit Umsetzer dieser Regeln ist. Auf der einen Seite kleine Betriebe wie Restaurants oder Cafés, inhabergeführte Hotels, aber auch kleine Vereine und auf der anderen Seite dann die Internet-Riesen Google, Facebook und Co. Wer hier nicht differenziert, schadet den Kleinen und nützt den Riesen.

Die hohen Anforderungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung müssen stärker an Relevanz-Kriterien ausgerichtet werden. Das gilt auch für die Rechte der sogenannten Abmahnvereine, die hier Geschäftsmodelle gegen die „Kleinen“

entwickeln und laufen lassen. Das Starrsein, die Sturheit solcher Regulierungen sind das Problem. Die vielen kleinen Fesseln, die zusammenwirken, sind eben nicht kreativ und auf Neues ausgerichtet und auch nicht auf die Kleinen.

Das erschwert gerade den kleinen Betrieben mit wenigen Mitarbeitern das wirtschaftliche Leben, weil es unnütz Ressourcen bindet, die woanders dringend gebraucht werden.

Die neue Landesregierung hat erste Entfesselungspakete für die Wirtschaft verabschiedet, auch im Sinne des Gastgewerbes. Damit ist ein Weg beschritten, den wir gemeinsam weitergehen sollten.

D.

Fassen wir zusammen: Die Menschen erleben unser Land und die verschiedenen Regionen Nordrhein-Westfalens ganz wesentlich durch Unternehmen, die zu Ihrem DEHOGA-Verband gehören. Restaurants, Biergärten und Hotels in unseren Städten und auf dem Land tragen wesentlich dazu bei, wie sich die Lebensqualität bei uns gestaltet.

Ihre Betriebe sind so etwas wie die öffentlichen Wohnzimmer unseres Landes und unserer Gesellschaft – sowohl für die, die aus anderen Teilen Deutschlands kommen, als auch für die, die uns aus dem Ausland besuchen.

Gelebte Gastfreundschaft ist sozusagen Ihr Beruf. Sie haben Freude daran, anderen eine Freude zu machen; selbst dann, wenn Sie arbeiten müssen und andere Urlaub, Feierabend oder einen freien Sonntag oder einen Feiertag genießen.

Zu Ihren Gästen gehören auch all die, die beruflich unterwegs sind, die Geschäftspartner oder Geschäftskunden unserer Wirtschaftsunternehmen sind. Sie

sind für diese Menschen da und helfen mit, positive Bilder zu erzeugen, eine positive Stimmung auch für neue Geschäfte zu erzeugen. Auch das zu sagen, gehört zur Wertschätzung des Gastgewerbes.

Herzlichen Dank dafür und für vieles andere und dass Sie mir zugehört haben.

Anmerkungen:

- (1) Auch zum Folgenden: IW Consult, Die Bedeutung des Hotel- und Gaststättenverbandes, Gutachten, 2017
- (2) Auch zum Folgenden: Phocuswright, Tourism in Germany 2030, 2018