

Positionspapier



Tourismus

im Herzen Deutschlands

Verwendete Bilder:

Titelillustration © J. B. / AfD-Fraktion Thüringen

S. 4 © Meinzahn / iStock

S. 5 © heckepics / iStock

S. 7 © Sina Ettmer / AdobeStock

S. 8 © brightstars / iStock

S. 11 © Votimedia / AdobeStock

S. 13 © saturn06 / AdobeStock

S. 14 © Viks_jin / AdobeStock

S. 15 © Heiko Zahn / AdobeStock

S. 16 © MNStudio / iStock

S. 17 © dmaphoto / AdobeStock

S. 18 © monkeybusinessimages / iStock

S. 21 © dmaphoto / AdobeStock

V.i.S.d.P.: Björn Höcke, Jürgen-Fuchs-Straße 1, 99096 Erfurt.

Diese Publikation dient der Information und darf in einem Wahlkampf nicht zur Parteiwerbung eingesetzt werden.



Inhaltsverzeichnis

Ausgangssituation

1. Das touristische Potenzial Thüringens	4
2. Explosion der Energie- und Nahrungsmittelpreise	6
3. Gängelung durch das Coronaregime	7
4. Fehlende Fach- und Arbeitskräfte	8
5. Ineffiziente Strukturen und unzureichende Angebote	8
6. Inhaltsleerer Markenname und fehlende Vermarktung Thüringer Alleinstellungsmerkmale	10
7. Die nicht mehr aktuelle Tourismusstrategie der Landesregierung	10

Unsere Strategie

1. Gegen eine Politik des tourismusfeindlichen Ausnahmezustands	12
2. Für eine Energie- und Mobilitätspolitik, die der Wirtschaft nicht schadet	12
3. Für Bürokratieabbau und die Senkung der Steuer- und Abgabenlast	14
4. Thüringer Bürger zu Botschaftern ihrer Heimat machen	14
5. Neue Marke »Thüringen: Herzstück Deutschlands« etablieren	15
6. Ausbildungsoffensive, Professionalitätsschulungen und Imagekampagne	16
7. Einführung einer »Thüringer Gästekarte« und ihre kostenlose Ausgabe an kinderreiche Thüringer Familien	18
8. Investitionen in die touristische Infrastruktur und das Kultur- und Naturkapital	18
9. Zusammenlegung von Landesmarketing und Tourismusmarketing	19
10. Neuausrichtung der landeseigenen Tourismusgesellschaft	20
11. Nicht einzelne Leuchtturmprodukte, sondern Leuchtturmkategorien bewerben	20
12. Drei-Säulen-Modell zur Sicherstellung der Finanzierung	22

Tourismus in Thüringen:

Ausgangssituation

1. Das touristische Potenzial Thüringens

Zahllose Besucher Thüringens lassen sich alljährlich von dem Land im Herzen Deutschlands begeistern. Sie erleben eine Region voller Geschichte, Kultur und beeindruckender Natur.

Von der imposanten Wartburg über romantische Schlösser und Burgen wie Schloss Heidecksburg, Schloss Friedenstein und Burg Posterstein bis zu Bauwerken wie dem historischen Rathaus in Gera, dem Stadtschloss in Weimar oder dem Erfurter Domensemble bietet das Land eine Vielfalt architektonischer Meisterwerke. Doch ist Thüringen auch ein Land bedeutender Persönlichkeiten. So haben Johann Sebastian Bach, Johann Wolfgang von Goethe, Friedrich Schiller, Martin Luther oder Friedrich Fröbel und Alfred Brehm hier ihre Spuren hinterlassen. Kultur und Geschichte

des Landes präsentieren sich in einer reichen Theater- und Orchesterlandschaft oder in einer Vielzahl von Gedenk- und Kulturstätten, die wie die vielen Museen unser geschichtliches Erbe bewahren – vom Kyffhäusersdenkmal über das Burschenschaftsdenkmal in Eisenach bis zum Gradierwerk in Bad Salzun-

gen, vom Deutschen Spielzeugmuseum in Sonneberg über das Fahrzeug- und das Waffnenmuseum in Suhl bis zur Alten Synagoge in Erfurt und dem Goethe-Nationalmuseum in Weimar. Nicht zuletzt ist Thüringen ein Land mit wundervoller Natur, die man beispielsweise am Rennsteig im Thüringer Wald,



Der gotische Dom St. Marien und die Severi-Kirche in Erfurt.

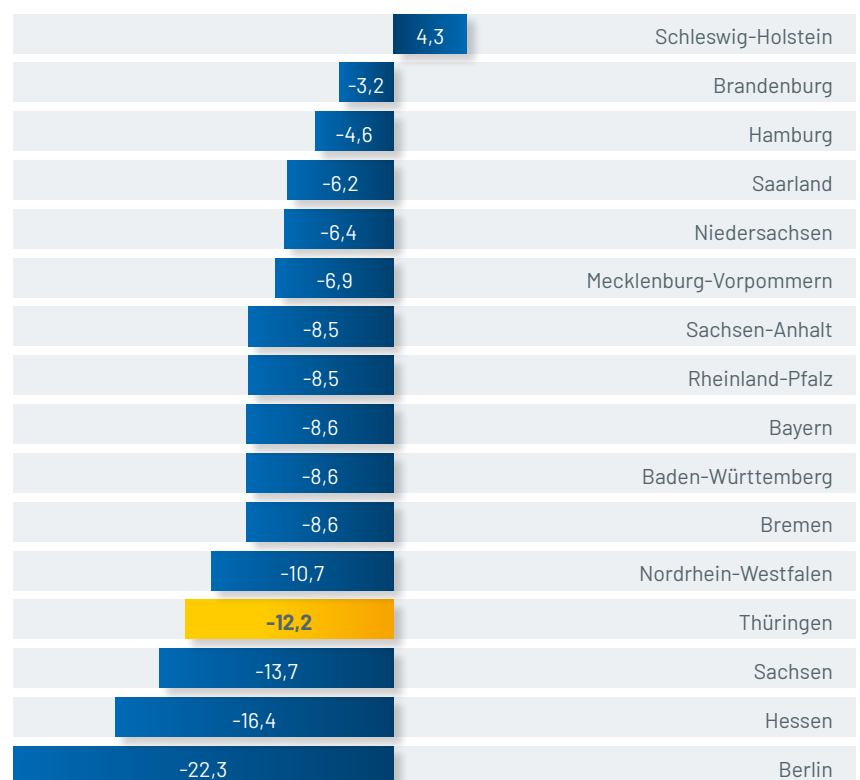


Saale-Schleife im Naturpark Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale: große Waldgebiete und romantische Täler.

am Thüringer Meer an der Saale, in der Rhön, im Südharz, im Thüringer Vogtland oder im Nationalpark Hainich erleben kann. Dank der ausgezeichneten geographischen Lage in der Mitte Deutschlands ist all dies gut und verkehrsgünstig zu erreichen. Schon diese kurze Skizze zeigt, dass Thüringen großes touristisches Potenzial besitzt. Allerdings gilt auch, dass dieses Potenzial nur unvollständig ausgeschöpft wird. Tatsächlich stagnieren weite Bereiche des Thüringer Tourismus oder entwickeln sich sogar rückläufig. Eine Ursache für die wenig dynamische Entwicklung liegt in der halbherzigen und unzureichen-

Entwicklung der Übernachtungen nach Bundesländern

Januar bis Dezember 2022 im Vergleich zu 2019 (in Prozent)



Quelle: dwif 2023, Daten: Destatis

den Tourismuspolitik der Landesregierung. Hinzu kommen einige grundsätzliche Weichenstellungen, die die Politik in den letzten Jahren vorgenommen hat und die sich negativ auf den Thüringer Tourismus auswirken.

2. Explosion der Energie- und Nahrungsmittelpreise

Aktuell wird die Gast-, Hotel- und Freizeitbranche von den maßlos angestiegenen Energiepreisen und der Inflation getroffen: Nicht nur bei der Energie sind die Preise explodiert, viel-

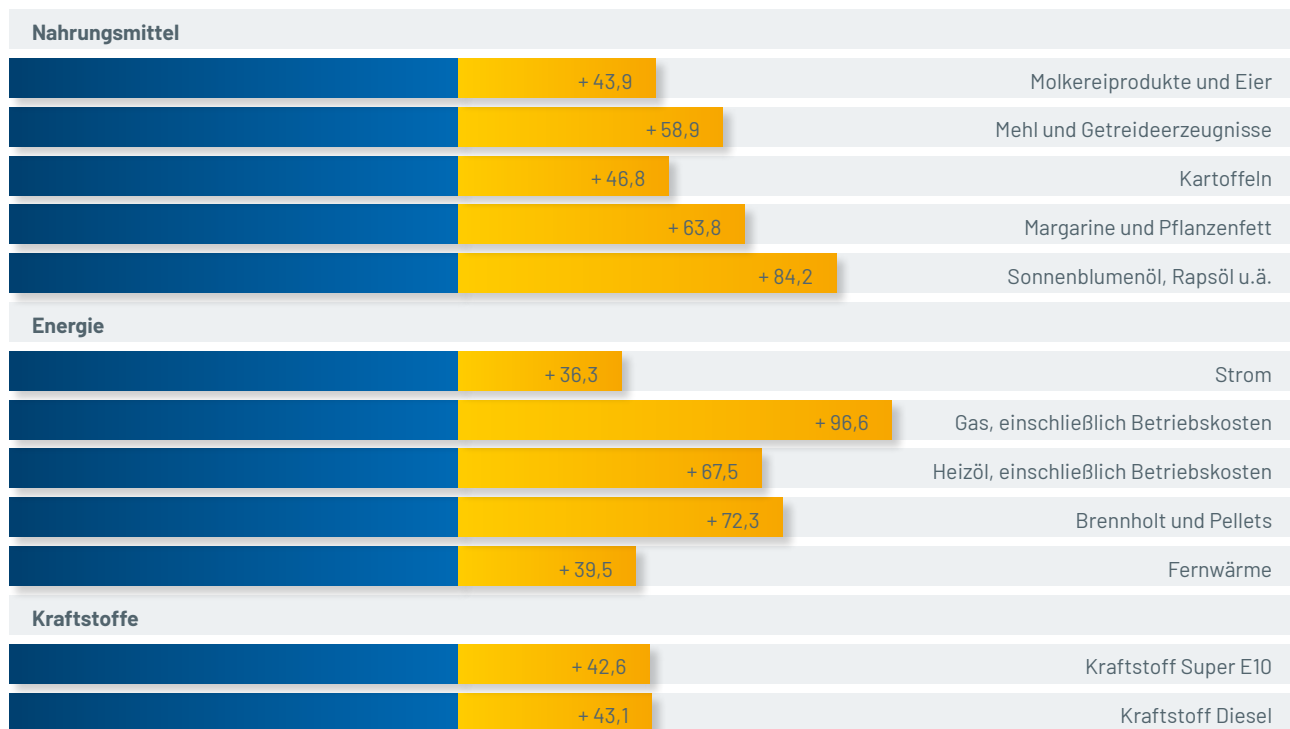
mehr sind auch diejenigen für Nahrungsmittel in die Höhe geschossen. Verantwortlich für diese Entwicklung ist in erster Linie die realitätsfremde Energiepolitik von EU, Bundes- und Thüringer Landesregierung. Unter dem Deckmantel des Klimaschutzes wird mit der Brechstange versucht, die CO₂-Emissionen des Industrielandes Deutschland auf null zu reduzieren. Teure Investitionen in umweltschädliche Windindustrieanlagen und Stromtrassen wie SuedLink und SuedostLink, die unnötige Abschaltung von bestehenden und betriebsfähigen Kernenergie-

anlagen und die Kosten für den Ausgleich des unzuverlässigen Flatterstroms aus Sonne und Wind treiben die Strompreise für die Verbraucher in die Höhe. Teures Flüssiggas insbesondere aus den USA soll das preiswerte Erdgas aus Russland ersetzen. All diese von der Politik ins Werk gesetzten Maßnahmen belasten die Verbraucher und schaden der Wirtschaft.

Umfragen der DEHOGA Thüringen^{1,2} ergeben, dass fast drei Viertel der gastgewerblichen Unternehmen in Thüringen Konsumzurückhaltung ihrer Kunden feststellen (73,9 Prozent in

Preisanstieg für ausgewählte Produkte im Juni 2023

Im Vergleich zum Jahresdurchschnittspreis 2020 (in Prozent)



Quelle: Statistisches Bundesamt, ADAC

1 Ergebnisse der DEHOGA-Umfrage für den Freistaat Thüringen, PM 12/2022 vom 5. Oktober 2022.
 2 Ergebnisse der DEHOGA-Umfrage für den Freistaat Thüringen, PM 10/2023 vom 6. Oktober 2023.



Die liebevoll restaurierten Fachwerkhäuser von Schmalkalden: Historisch gewachsener mitteleuropäischer Städtebau.

2022 und 70,8 Prozent in 2023). Befragt nach ihren Befürchtungen, gaben in 2022 ebenfalls drei Viertel (74,5 Prozent) der Betriebe an, aufgrund der hohen Energiekosten um die eigene Existenz zu bangen. Betrug der Energiekosten der befragten Unternehmen im Thüringer Gastgewerbe im Jahr 2019 noch neun Prozent vom Umsatz, so hatten sie sich im September 2022 auf durchschnittlich 18 Prozent verdoppelt. In 2023 stieg der Kostenanteil für Energie nochmal stark an auf durchschnittlich 29,4 Prozent des Umsatzes.

Trotz Milliardenhilfen, mit denen der Staat die Folgen der verfehlten Politik zu kaschieren versucht, steigen die Preise immer weiter.

3. Gängelung durch das Coronaregime

Die skizzierte Entwicklung vollzieht sich, nachdem gerade die Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft durch die Coronapolitik von Bundes- und Landesregierung erheblich in Mitleidenschaft gezogen wurde. Zwangsschließungen, »Lockdowns«,

»2G«-, »2G+«- und »3G«-Regelungen sowie Maskenpflicht setzten den Unternehmen und ihren Mitarbeitern zu. Ohne dass es auch nur eine halbwegs gesicherte Evidenz für die Wirksamkeit dieser Maßnahmen gab, wurden Gaststätten, Restaurants, Kneipen und Hotels zu Infektionsherden der Pandemie erklärt. Die Panikmache führte im Jahr 2020 allein im Gastgewerbe zum Verlust von knapp 600 Thüringer Betrieben im Vergleich zu 2019, und der Umsatz der Branche brach um mehr als ein Viertel (27 Prozent) ein.³

3 Gemeinsame Pressekonferenz von IHK Erfurt und DEHOGA Thüringen am 20. Oktober 2022.

4. Fehlende Fach- und Arbeitskräfte

Hinzu kommt, dass während der Pandemie viele Arbeits- und Fachkräfte die Branche verließen und Tätigkeiten in anderen Bereichen wie dem Einzelhandel oder der Logistikbranche aufnahmen. Deutschlandweit ergab sich für die Branche ein Nettoverlust von etwa 100.000 Arbeitskräften allein im Jahr 2020.⁴ Das entspricht mehr als jedem Achten (12,6 Prozent) der zuvor in der Branche Beschäftigten. Dieser Negativsaldo in den Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen ist im Vergleich zu allen anderen Berufsbereichen mit Abstand am höchsten.⁵

Besonders auffällig ist dabei der überdurchschnittliche Abgang von qualifizierten Arbeitskräften. Auch hier befindet sich die Gast- und Tourismuswirtschaft an der traurigen Spitze aller Wirtschaftszweige.⁶ Thüringen bildet dabei keine Ausnahme. Viele ehemalige Arbeitnehmer der Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft sind heute nicht mehr bereit, in die Branche zurückzukehren. Schon vor der Zäsur durch die Coronapolitik beklagten viele Beschäftigte eine hohe Arbeitsbelastung, familien- und freizeitunfreundliche Arbeitszeiten, fehlende Aufstiegsmöglichkeiten und eine zu geringe Entlohnung. Soll sich der Fach- und Arbeitskräftemangel in den

kommenden Jahren in der Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft nicht weiter verschärfen, so müssen sich die Bedingungen für die Mitarbeiter verbessern. Dabei ist auch die Politik gefragt, die entsprechende Rahmenbedingungen schaffen kann. Schon heute können über 60 Prozent der Betriebe freie Stellen nicht besetzen.⁷

5. Ineffiziente Strukturen und unzureichende Angebote

Neben den allgemeinen Herausforderungen, mit denen die Branche nicht nur in Thüringen zu kämpfen hat, gibt es auch »hausgemachte« Thürin-



4 IW-Kurzbericht Nr. 60/2022, Sorgenkind Gastro? Berufswechsel in der Corona-Pandemie, Anika Jansen und Paula Risius, 11. Juli 2022.

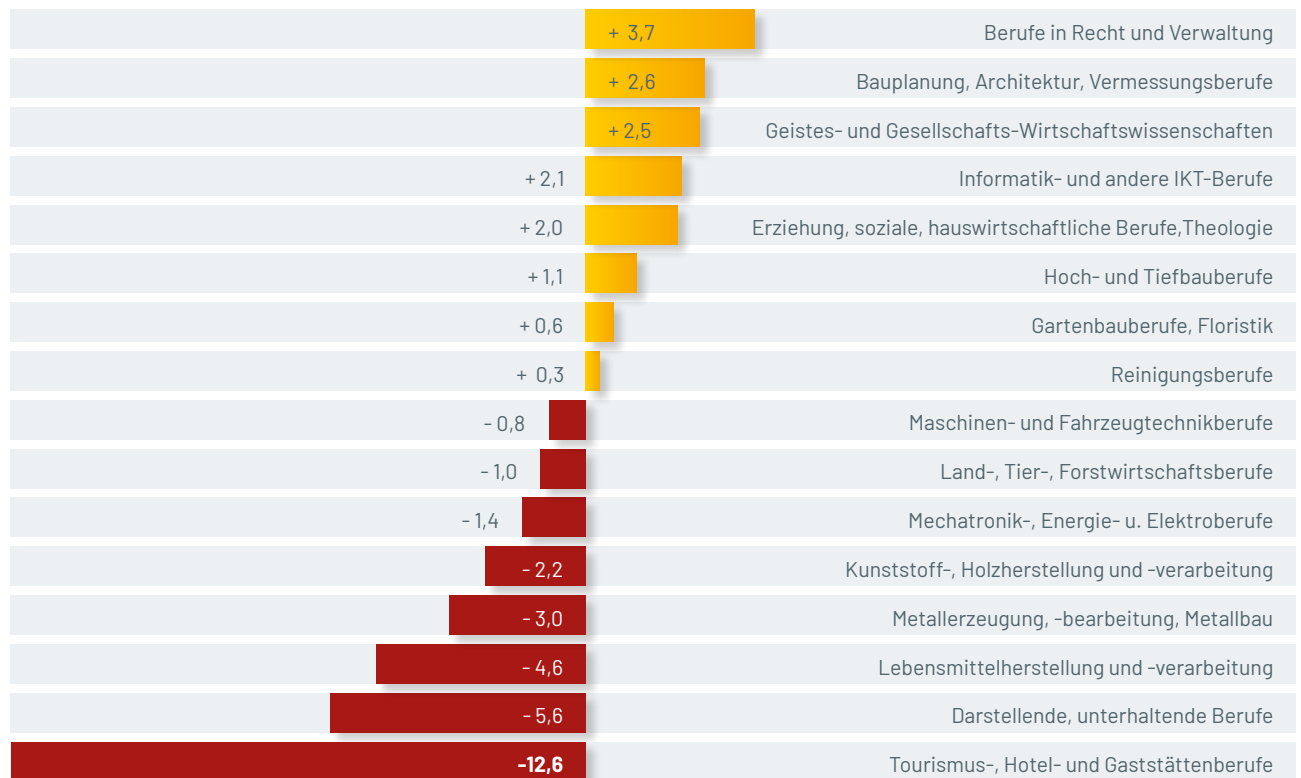
5 Ebd.

6 Ebd.

7 Vgl. Arbeitsmarktumfrage 2022 der Thüringer IHKs.

Netto-Beschäftigungsentwicklung in ausgewählten Branchen 2020

Im Vergleich zum jahresdurchschnittlichen Bestand (in Prozent)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen

ger Probleme, die dazu führen, dass Potenzial beim Thüringentourismus verschenkt wird. Die Zusammenarbeit zwischen der Landesregierung, der landeseigenen Tourismusgesellschaft, den Kommunen, den Destinationsmanagementorganisationen (DMO) und den privaten Dienstleistern beispielsweise hat sich in vielerlei Hinsicht als ineffizient erwiesen. Unklare Zuständigkeiten, die Blockade von Investitionen und ein mangelndes Bewusstsein um die ökonomische Bedeutung der Tourismuswirtschaft prägen das Handeln vieler Akteure. Hinzu kommen bürokratische Hürden bei der Planung und Durchführung von Investi-

tionen und eine unübersichtliche und ineffiziente Förderlandschaft. Nicht zuletzt ist es auch der finanziellen Überforderung vieler Kommunen geschuldet, dass dort der Tourismus als freiwillige Aufgabe im Spannungsfeld kommunaler Obliegenheiten vernachlässigt wird.

Dabei kommt dem Tourismus als sogenannter Leitökonomie eine bedeutende Rolle durch die besonders starke »Mitnahmewirkung« für andere Branchen zu. Eine gute touristische Vermarktung des Landes oder einer Region bedeutet gleichzeitig Werbung für den Standort im Allgemeinen. Ein starker Tourismus bringt kreative Köpfe ins Land,

erhöht den Bekanntheitsgrad und steigert die Attraktivität der Heimat für Investitionen von außerhalb. Gleichzeitig sind Investitionen in die Gastrobranche oder die Schönheit von Ortskernen und Innenstädten stets auch Investitionen in die Lebensqualität der heimischen Bevölkerung. Sie tragen damit zum Wohlstand und zur Attraktivität der Regionen bei. Touristische Gäste haben hohe Erwartungen an die Professionalität der Dienstleistungen und an die Vielfalt sowie die Qualität der Angebote. In Thüringen bleiben die Möglichkeiten leider oft hinter diesen Erwartungen zurück. Bereits vor der Coronakrise sahen unsere Gäs-

te diesbezüglichen Nachholbedarf. Nach einer Erhebung des »Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus« schneidet Thüringen im Vergleich zum deutschen Durchschnitt fast überall schlechter ab.⁸ Als besonders unzureichend wurden allgemein die Gastronomie und die Unterkünfte bewertet, aber auch das Kulturangebot.⁹ Im sogenannten erstklassigen Segment fehlt es in Thüringen grundsätzlich an Angeboten, auch aufgrund ungenügender Finanzierungsmöglichkeiten. In einer Situation, in der die Konkurrenz außerhalb Thüringens durch qualitativ hochwertige Tourismusangebote immer stärker wird, gerät die Thüringer Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft so immer mehr ins Hintertreffen. Nicht zuletzt bleibt Potenzial auch dort ungenutzt, wo es um die ökonomische Verwertung Thüringens als Ort von Tagungen, Messen oder Ausstellungen oder als Ziel von Geschäftsreisen geht. Diese Situation ist auch

Folge davon, dass seitens der Landesregierung das Landes- und das Tourismusmarketing getrennt organisiert werden, wodurch die Entstehung von Synergieeffekten verhindert wird.

6. Inhaltsleerer Markenname und fehlende Vermarktung Thüringer Alleinstellungsmerkmale

Als weitere Schwäche des Thüringentourismus entpuppt sich die sogenannte Familienmarke »Thüringen entdecken«. Anders als das bekannte, schon im späten 19. Jahrhundert geprägte »Grüne Herz Deutschlands« handelt es sich dabei um einen inhaltsleeren, heimat- und identitätsvergessenen Slogan, der über das Land Thüringen nichts aussagt. Der neue »Markenname« steht sinnbildlich für die Einfallslosigkeit und die ideologische Verblendung der herrschenden Kräfte, die auch den Thüringentourismus in Mitleidenschaft ziehen.

Außerdem ist es nicht hilfreich, dass das Land derzeit auch unter dem Motto »Das ist Thüringen« vermarktet wird. Förderlich und einem modernen Marketing entsprechend wäre dagegen eine einheitliche Marke für ein einheitliches Landes- und Tourismusmarketing.

Bisher zeigt sich, dass weder die Verantwortlichen im Wirtschaftsministerium noch die landeseigene Tourismusgesellschaft (Thüringer Tourismus GmbH – TTG) in der Lage waren, bei der Vermarktung die Alleinstellungsmerkmale Thüringens herauszustellen und Akzente zu setzen, die einen Erinnerungswert für Besucher haben. Laut der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. aus dem Jahr 2021 haben 30 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (ab 14 Jahre) keine konkrete Vorstellung vom Reiseziel Thüringen. 2019 betrug der Anteil noch 24 Prozent.¹⁰

7. Die nicht mehr aktuelle Tourismusstrategie der Landesregierung

Die »Tourismusstrategie 2025« der Landesregierung wurde bereits im Zeitraum April 2016 bis März 2017 erstellt. Sie berücksichtigt demzufolge nicht die Einschnitte und Folgen, die



⁸ Vgl. Ergebnisse Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus Thüringen, Mai 2016 bis April 2017.

⁹ Vgl. ebd.

¹⁰ dwif-Consulting GmbH: dwif-Tagesreisenmonitor, München, 2021; Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR): ReiseAnalyse 2021, Kiel, 2021.



Die Wartburg in Eisenach ist annähernd 1.000 Jahre alt und seit 1999 UNESCO-Welterbe. Der Augustinermönch Martin Luther übersetzte 1521/22 auf der Burg das Neue Testament ins Deutsche. Mit vielen anderen bedeutenden Persönlichkeiten der Deutschen Geschichte ist die Wartburg eng verbunden, etwa der Heiligen Elisabeth von Thüringen und Walther von der Vogelweide.

die Coronamaßnahmen für den Tourismus in Thüringen bedeuten. Auch die Verschlechterung der Bedingungen durch Energiekrise und Inflation spielt in der Tourismusstrategie des Landes keine Rolle. Weder angesichts des heute deutlich bedrohlicheren Fach- und Arbeitskräftemangels in der Branche noch bezüglich der Missstände in Management und Marketing weist sie Perspektiven auf. Dennoch hält die Landesregierung

an ihrer nicht mehr zeitgemäßen »Tourismusstrategie 2025« fest – und weigert sich, den Thüringentourismus zukunftsfest aufzustellen.

Vor allem aber handelt es sich bei der »Tourismusstrategie 2025« um ein Papier, welches blind ist für die Besonderheiten, die Thüringen zu bieten hat. Sie vernachlässigt die bedeutende Geschichte und die Eigenheiten des Landes und vergisst, dass es bei der Vermarktung ebenso auf

die Begeisterung der Einheimischen vor Ort ankommt, die gegenüber Touristen stets auch als »Visitenkarten« des Landes fungieren. Die »Tourismusstrategie 2025« verliert sich vielmehr in zeitgeistigen Phrasen der Belieblichkeit und begnügt sich in links-globalistischer Manier mit einem Fokus aufs »Kosmopolitische«. Heimatverbundenheit und Identitätsstiftung sind Leerstellen in der »Tourismusstrategie 2025« der Landesregierung.

Tourismus in Thüringen:

Unsere Strategie

Die Krise der Gastro-, Hotel- und Tourismuswirtschaft ist nicht zuletzt Folge einiger grundsätzlicher politischer Fehlentscheidungen in anderen Politikfeldern. Soll der Thüringer Tourismus wie von uns angestrebt zur »Leitökonomie« aufsteigen, müssen insbesondere die Folgen jener Fehlentscheidungen korrigiert werden. Der einfachste und vielversprechendste Weg dahin ist derjenige, die Politik unbeeinträchtigt am Interesse der eigenen Bevölkerung auszurichten. So dann gilt es, die branchenspezifischen Missstände im Thüringer Tourismusmanagement und -marketing zu beenden. Das bedeutet insbesondere, die Qualität und Quantität des touristischen Angebots durch Investitionen sowie durch eine bessere Kooperation zwischen den Akteuren auszubauen.

1. Gegen eine Politik des tourismusfeindlichen Ausnahmezustands

Die Lehre aus der Politik restriktiver Coronamaßnahmen kann für die Thüringer AfD-Fraktion nur lauten: Flächendeckende Grundrechtseinschränkungen sowie die Durchsetzung eines monatelangen, ungeeigneten und unverhältnismäßigen Ausnahmezustands, der die Wirtschaft des Landes ruiniert, darf es unter Verweis auf die Bekämpfung eines angeblichen »Killervirus« oder auf ein anderes, vorgeblich höheres Ziel nicht geben. Gerade in Zeiten politischer Herausforderungen müssen sich Rechtsstaatlichkeit und Grundrechte bewähren und dürfen nicht einfach ausgehebelt werden. Für das Tourismusgewerbe bedeutet dies konkret, dass es mit uns bei-

spielsweise Ausgangssperren, Reisebeschränkungen, faktische Berufsausübungsverbote, Betriebsschließungen und andere geschäftsschädigende Maßnahmen nicht geben wird.

2. Für eine Energie- und Mobilitätspolitik, die der Wirtschaft nicht schadet

Die sogenannte Energiewende ist gescheitert! Für die Thüringer AfD-Fraktion ist klar: Das »Energiewende«-Experiment, das unsere Volkswirtschaft schädigt und den Wohlstand der Menschen zerstört, muss beendet werden. Die durch politische Entscheidungen herbeigeführten explodierenden Energiepreise sind nicht tragbar, und die als »Wärmewende« bezeichnete rot-grüne Verbots- und Zwangspolitik kommt einer Enteignung breiter Schichten der Bevölkerung



Die drei Dornburger Schlösser aus dem 16. und 18. Jahrhundert liegen nördlich von Jena über der Saale und waren beliebte Sommersitze der Herzöge von Sachsen-Weimar.

gleich. Die Tourismusbranche ist von dieser Entwicklung nicht nur direkt durch höhere Kosten, sondern auch indirekt betroffen: Immer mehr Menschen können sich Reisen oder Ausflüge nicht mehr leisten. Die Politik der »Energiewende« schädigt den touristischen Wert Thüringens außerdem dadurch, dass unsere wunderschöne Kulturlandschaft durch immer mehr Wind- und Solarparks verschandelt wird. Niemand wird Thüringen besuchen, um Windparks bewundern zu können. Die Lan-

desregierung verfolgt sogar die Absicht, Windindustrieanlagen in Thüringer Wäldern zu ermöglichen. Die Thüringer AfD-Fraktion betrachtet all dies als einen Angriff auf unsere Heimat, für den es keine Rechtfertigung gibt. Denn eine preisgünstige, sichere und umweltfreundliche Versorgung mit grundlastfähiger Energie ist selbstverständlich möglich. Wir stehen für eine entsprechende Politik, die auf den bewährten Energiemix setzt, die sich für den Wiedereinstieg in die Nutzung der Kernkraft aus-

spricht und die jede einseitige und ideologische Position zurückweist.

Daher setzten wir uns für Technologieoffenheit statt einer Verbots- und Gängelungspolitik auch im Bereich der Mobilität ein. Während insbesondere Linke und Grüne den Individualverkehr bekämpfen, weiß die AfD-Fraktion um die Bedeutung der individuellen Mobilität für den Tourismus. Ohne bezahlbare individuelle und selbstbestimmte Mobilität kann es keinen Thüringentourismus geben.

3. Für Bürokratieabbau und die Senkung der Steuer- und Abgabenlast

Anstatt Unternehmen des Hotel- und Gastgewerbes und der Tourismusbranche mit immer neuen Verpflichtungen und Standards zu belasten, gilt es, endlich bürokratische Hürden abzubauen und das Rechts- und Steuersystem zu vereinfachen. Außerdem muss die Förderlandschaft in Thüringen vereinheitlicht und übersichtlicher gestaltet werden. Generell gilt für die AfD-Fraktion: Den Unternehmen sind Planungssicherheit und Selbstbestimmung zurückzugeben. Durch deutliche Steuersenkungen etwa bei der Mehrwertsteuer,

der Besteuerung von Lebensmitteln und Kraftstoffen oder durch die Abschaffung der CO₂-Steuer kann der Kostendruck auf Gastronomie, Hotel- und Tourismuswirtschaft verringert werden. Die AfD-Fraktion hat entsprechende Initiativen ergriffen und gangbare Wege aufgezeigt und wird auch weiterhin für eine Entlastung der Unternehmen streiten.

4. Thüringer Bürger zu Botschaftern ihrer Heimat machen

Die AfD-Fraktion im Thüringer Landtag will die Bedingungen dafür schaffen, dass sich der Thüringentourismus zukunftsfest aufstellen kann. Wir

setzen dabei nicht zuletzt auf die Thüringer Bürger als Botschafter ihrer Heimat. Wenn sich die Menschen mit ihrer Heimat identifizieren und sich für diese engagieren, schaffen sie damit auch für touristische Besucher eine Atmosphäre des Willkommens. Dazu gehört auch die Förderung Thüringer Familienunternehmen oder die Pflege traditioneller Berufe. Ein zukunftsorientiertes Landes- und Tourismusmarketing kann hier anknüpfen und Thüringen als Land vielfältiger Traditionen, fleißiger, kreativer und sympathischer Menschen sowie eines dynamischen Mittelstandes präsentieren.





Das Kyffhäuser-Denkmal: Kaiser Friedrich I. Barbarossa soll sich einer deutschen Sage zufolge in diesen Berg zurückgezogen haben bis zur Zeit seiner Wiederkehr. Bis heute sind Denkmal und Sage Symbole für Freiheit und Nationalstaat.

5. Neue Marke »Thüringen: Herzstück Deutschlands« etablieren

Die heimat- und identitätsvergessene Marke »Thüringen entdecken« berührt nicht das Herz der Menschen und erklärt nicht, warum Menschen ausgerechnet Thüringen und nicht ein anderes Bundesland oder eine andere Region Europas entdecken sollten. Wir wollen eine neue Marke für den Thüringentourismus, eine Marke, mit der sich die Thüringer Bevölkerung und die einheimischen Dienstleister identifizieren können und die

gleichzeitig bei potenziellen Besuchern Neugier und Sehnsucht erzeugt.

Die AfD-Fraktion schlägt hierzu die Marke »Thüringen: Herzstück Deutschlands« vor. Dieser Slogan knüpft an den bereits seit dem späten 19. Jahrhundert für Thüringen verwendeten Begriff »Grünes Herz« an, ohne den Fokus allein auf das Motiv der Natur zu legen. »Herzstück Deutschlands« spricht das Herz wörtlich an und lässt sich dabei ganz verschieden interpretieren: Thüringen liegt im geografischen Zentrum, sozusagen in der Mitte Deutschlands. Das signalisiert

die gute Erreichbarkeit für Reisende aus allen Bundesländern und ganz Europa. Der Bezug zu Deutschland im Namen verweist auf die bedeutenden Orte deutscher Kultur, Geschichte und Mythologie sowie auf die Dichter und Denker, Künstler und Politiker, die ihren Beitrag zu dieser reichhaltigen deutschen Kultur leisteten und Deutschlands Kultur prägten. Der neue Slogan vermittelt potenziellen Reisewilligen Thüringen als Schmuckstück, als Kleinod unter den Tourismusländern und wird dabei auch dem Selbstverständnis der

Thüringer Bürger und einheimischen Dienstleister gerecht. Das bisher von der Landesregierung völlig vernachlässigte Reisemotiv der Identitätssuche wird mit dem neuen Markennamen »Thüringen: Herzstück Deutschlands« nach vorn gestellt. Er eignet sich dafür, ein Alleinstellungsmerkmal jenseits eines in Beliebigkeiten sich verlierenden Zeitgeistes zu repräsentieren. Wer in eine andere Region der Welt reist, will die Besonderheiten und Charakteristika der jeweiligen Region kennenlernen. Um diese Besonderheiten für Thüringen authentisch darzustellen, bedarf es eines starken Heimatgefühls der Bürger vor Ort. Die Heimatverbundenheit der Thüringer ist für die AfD-Fraktion deshalb der Trumpf, auf den sie in ihrer Tourismuskonzeption setzt.

6. Ausbildungsoffensive, Professionalitätsschulungen und Imagekampagne

Die Bewältigung des Fach- und Arbeitskräftemangels sowie die qualitativ hochwertige Ausbildung des Personals werden sich einschlägigen Prognosen zufolge in den kommenden Jahren als die schwierigsten Herausforderungen der Tourismusbranche darstellen. Die

Altparteien plädieren diesbezüglich im Wesentlichen für mehr Einwanderung, in der längst als abwegig erwiesenen Hoffnung, dass sich so die Probleme lösen ließen. Tatsächlich hat die Einwanderung der letzten Jahre vor allem zu einer Zunahme gesellschaftlicher Probleme geführt und volkswirtschaftlich mehr Kosten als Nutzen verursacht. Die AfD-Fraktion befürwortet vor diesem Hintergrund, dass zuallererst die vorhandenen einheimischen Ressourcen mobilisiert werden.

Verantwortlich für die sich verschärfende Misere des Fach- und Arbeitskräftemangels ist im Übrigen, dass über Jahrzehnte hinweg der Kampf gegen den demographischen Niedergang sehenden Auges vernachlässigt wurde. Anstatt eine Willkommenskultur

für Kinder und eine familienfreundliche Infrastruktur zu schaffen, verwaltet die Politik familienfeindliche Verhältnisse und beteiligt sich überdies an den zahllosen ideologischen Angriffen auf die traditionelle Familie. Für eine längerfristige Perspektive der Gast-, Hotel- und Tourismusbranche ist auch die Umsetzung einer tatsächlich nachhaltigen Familienpolitik erforderlich.

Als kurzfristige Maßnahme zur Bekämpfung des Fach- und Arbeitskräftemangels ist eine Kampagne zu verfolgen, die darauf zielt, ungelernete Thüringer, vor allem junge Erwachsene, in Ausbildung zu bringen. Die einseitige Ausrichtung der Bildungspolitik auf die Akademisierung geht an den Bedarfen der Thüringer Wirtschaft vorbei. Hier gilt es, gegenzusteuern und die zen-





Das 1900 bis 1902 erbaute Burschenschaftsdenkmal Eisenach erinnert an die in den antinapoleonischen Freiheitskriegen gefallenen Studenten.

trale Bedeutung von mittlerer Reife und Berufsausbildung für den Standort Thüringen zum Maßstab der Bildungspolitik zu nehmen. Ferner wäre angesichts der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt eine Arbeits- bzw. Aus- oder Weiterbildungspflicht für Sozialhilfeempfänger durchzusetzen. Zugleich muss das Potenzial von Automatisierung und Digitalisierung auch in touristischen Bereichen ausgeschöpft werden. Die AfD-Fraktion im Thüringer Landtag will auch die ausufernde, steuergeldfinanzierte Alimentierung der rot-rot-grünen Ideologie-, Sozial- und Asylindustrie been-

den. Diese Maßnahmen werden dazu beitragen, dass der Bedarf an Fachkräften ohne unkontrollierte Masseneinwanderung gedeckt werden kann und mehr Menschen für die Arbeit auch in touristischen Berufen zur Verfügung stehen werden.

Speziell für die tourismusrelevanten Branchen sieht die AfD-Fraktion einige Stellschrauben, an denen zur Bekämpfung des Fach- und Arbeitskräftemangels kurzfristig gedreht werden kann und muss: eine Kampagne zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Gast-, Hotel- und Tourismusgewerbe, eine vom Land Thüringen un-

terstützte Ausbildungsinitiative sowie eine Imagekampagne für die Berufssparte.

Eine besondere Bedeutung soll bei der Bekämpfung des Fach- und Arbeitskräftemangels im Tourismusbereich der landeseigenen Tourismusgesellschaft zukommen. Die TTG muss zukünftig im Rahmen ihres Bildungsauftrags dafür sorgen, dass auch ein Umdenken bei einheimischen Dienstleistern eintritt. Es gilt, Qualität und Quantität gleichzeitig auszubauen. Dazu sind Investitionen in gute Arbeitsbedingungen und die Professionalisierung der Angestellten und Mitarbeiter unerlässlich, um sich

gegenüber der starken Konkurrenz abzuheben. Die TTG muss daher entsprechende Professionalitätsschulungen erschwinglich und einfach zugänglich anbieten.

7. Einführung einer »Thüringer Gästekarte« und ihre kostenlose Ausgabe an kinderreiche Thüringer Familien

Die AfD-Fraktion spricht sich für die Einführung einer »Thüringer Gästekarte« aus, welche den Gästen in Thüringen die kombinierte Nutzung verschiedener Tourismus- und Freizeitangebote sowie des Nahverkehrs unkompliziert ermöglichen soll. Als Vorbild soll die »Thüringer Wald Card« dienen.

Die neu einzuführende »Thüringer Gästekarte« soll allen Thüringer Familien mit drei oder mehr Kindern kostenfrei zur Verfügung gestellt werden. In diesem Zusammenhang sieht es die AfD-Fraktion als sinnvoll an, dass die TTG und auch die Destinationsmanagementorganisationen (DMO) zukünftig mit den Zahlen der sogenannten grauen Betten arbeiten dürfen. »Graue Betten« sind diejenigen Herbergen, Ferienhäuser oder Übernachtungsangebote mit einer Bettenkapazität von unter zehn.



Derzeit werden sie statistisch nicht erfasst, doch wäre eine Erfassung durch das Thüringer Landesamt für Statistik wünschenswert. Damit würde nicht nur die Statistik aussagekräftiger, sondern es würde auch leichter, Privatvermieter oder kleine Unternehmen besser in die Tourismuswirtschaft einzubinden.

8. Investitionen in die touristische Infrastruktur und das Kultur- und Naturkapital

Um die Qualität des touristischen Angebots in Thüringen zu erhöhen und die Bedingungen für die unternehmerische Geschäftstätigkeit in diesem Bereich zu verbessern, will die

AfD-Fraktion Thüringen in den noch intensiveren Ausbau der touristischen Infrastruktur investieren. Darunter fällt unter anderem eine Kampagne zur Instandsetzung und zum Ausbau der Thüringer Rad- und Wanderwege, aber auch Investitionen in Sportanlagen und Campingplätze. Besonders die Gastronomieangebote gilt es zu erweitern. Dazu plant die AfD-Fraktion ebenfalls, Fördergelder für Investitionen zur Verfügung zu stellen. Der Tourismus dürfte auch durch den von der AfD-Fraktion geforderten Ausbau des öffentlichen Nah- und Fernverkehrs auf der Schiene und von der Forcierung der digitalen Infrastruktur profitieren. Das Gleiche gilt für den von uns angestrebten

Ausbau und die Instandsetzung der Straßen. Die infrastrukturelle Anbindung des ländlichen Raumes muss gesichert sein. Eine gute Anbindung an die Verkehrsadern des Landes eröffnet Besuchern den Zugang zu allen Destinationen.

Förderprogramme des Freistaats gilt es zu vereinheitlichen und aufzustocken, während die landesseitige finanzielle Unterstützung für organisch gewachsene DMOs ausgebaut werden soll. Die DMOs sollen dann auch wirkungsvollere Möglichkeiten zur Umsetzung ihrer Vorhaben gegenüber den Kommunen erhalten. Derzeit lähmen Blockaden durch kommunale Verantwortungsträger immer wieder erforderliche Investitionen in die touristische Infrastruktur.

Thüringen verdient eine verstärkte Wertschätzung und Pflege seiner vielfältigen kulturellen und natürlichen Denkmäler, da sie zum grundlegenden touristischen Kapital unseres Freistaats gehören. Die AfD-Fraktion strebt daher eine umfassende Restaurierung und Erhaltung dieser Denkmäler an, einschließlich der weniger bekannten. Anstatt historische Darstellungen, Statuen und andere kulturelle Artefakte vergangener Epochen zu verdrängen oder zu

dämonisieren, setzen wir uns dafür ein, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und sie in lokale und regionale Bildungs- sowie Tourismusangebote zu integrieren. Auf diese Weise möchten wir ihre Bedeutung würdigen und Besuchern die Möglichkeit bieten, ihre Geschichte und kulturelle Relevanz zu erkunden. Zum Schutz der zahlreichen Denkmäler, historischen Fassaden und Kulturschätze sollen die Strafen für den zunehmenden Vandalismus, wie Graffiti-schmierereien, erhöht werden – Denkmalschändung muss konsequent und mit aller Strenge des Rechtsstaates geahndet werden. Zum Schutz der Natur und besonders des touristisch bedeutsamen Thüringer Walds wollen wir, dass die »Verspargelung« der Landschaft durch Windindustrieanlagen beendet wird. Windindustrieanlagen schädigen das Naturkapital, das für den Thüringentourismus so wichtig ist. Absurde Werbekampagnen wie diejenige der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), welche auf der Internationalen Tourismusborse (ITB) in Berlin mit einem Windrad-Logo und mit von Windrädern übersäten Agrarwüsten auf einem Plakat für den Urlaub in Deutschland geworben hat, wird es mit der AfD nicht geben. Auch für den Tourismus sind im Übr-



Werbelogo der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)

gen Erhalt und Fortbestand der Thüringer Wälder von größter Bedeutung. Eine nachhaltige Aufforstung und eine kluge Bewirtschaftung unserer Wälder sind unabdingbar.

9. Zusammenlegung von Landesmarketing und Tourismusmarketing

Die AfD-Fraktion hält es für sinnvoll, dass Landesmarketing und Tourismusmarketing miteinander verbunden und administrativ zusammengelegt werden. Auf diese Weise können Synergieeffekte zwischen Geschäfts- und Urlaubstourismus genutzt werden. Das Image von Thüringen als Tourismusland strahlt auch auf die Reputation Thüringens als Investitions- und Geschäftsstandort ab. Dies ist erkennbar an dem Trend, dass Geschäftsreisen oder der geschäftliche Besuch von Messen und Tagungen zunehmend mit der Inanspruchnahme von Freizeit- und

Kulturangeboten kombiniert werden. Daher ist es geboten, auch beide Bereiche zusammen zu denken. Die bisherige ineffiziente Doppelstruktur der Bereiche Landesmarketing und Tourismusmarketing gilt es zugunsten einer Zusammenlegung zu überwinden.

Zur Umsetzung und zur vollen Ausschöpfung der Kapazitäten befürwortet die AfD-Fraktion Thüringen auch die Einrichtung eines »Convention-Büros« auf Landesebene. Diese Einrichtung soll Beratungs- und Serviceleistungen für Festivals, Events, Messen und Tagungen »aus einer Hand« bereitstellen und als leicht zu erreichender Ansprechpartner auftreten. Das »Convention-Büro« könnte sinnvollerweise direkt bei der landeseigenen Thüringer Tourismusgesellschaft (TTG) angesiedelt werden.

10. Neuausrichtung der landeseigenen Tourismusgesellschaft

Die AfD-Fraktion Thüringen schlägt außerdem vor, die Thüringer Tourismus GmbH neu auszurichten. Es gilt, ihre Aufgaben und Struktur neu zu definieren, um eine Bündelung der Ressourcen und somit eine höhere Effektivität zu erreichen. Das übergeordnete Thüringer Ministerium für Wirtschaft,

Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG) muss den erfahrenen Experten bei der TTG dann auch die nötige Gestaltungsfreiheit lassen, um die Ziele einer neuen Tourismusstrategie schnell und wirkungsvoll umsetzen zu können. Es erscheint mit Blick auf die Ressourcenbündelung sinnvoll, die für den Bereich Tourismus im Ministerium angesiedelten Stellen zukünftig bei der TTG anzusiedeln. Nach Ansicht der AfD-Fraktion böte es sich auch an, die TTG mit der Erstellung der neuen Tourismusstrategie des Landes zu betrauen, weil dort das Fachwissen vorhanden ist und der Kontakt zur Branche besteht. Eine mehrjährige Planwirtschaft, wie derzeit durch die Landesregierung herbeigeführt, kann nicht flexibel auf Änderungen der Bedingungen reagieren, wie sich durch Corona, Inflation und Energiekrise gezeigt hat. Die TTG wäre so in der Lage, Anpassungen der Tourismusstrategie flexibel und selbstständig vorzunehmen.

Daneben müssen in Zukunft die Bildung der Dienstleister in Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft und der politischen Entscheidungsträger aller Ebenen, die Beratung der DMO sowie die Vermarktung touristischer »Leuchttürme« im Vordergrund der Tätigkeit der TTG

stehen. Die TTG hat dann die Aufgabe, mithilfe von Seminaren, Vorträgen, Bildungsreisen und sonstigen Methoden zunächst für das nötige Bewusstsein um die Bedeutung des Tourismus als »Leitökonomie« bei den Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft sowie bei den Mitarbeitern in der Branche zu sorgen.

11. Nicht einzelne Leuchtturmprodukte, sondern Leuchtturmkategorien bewerben

Gemäß der bisherigen »Tourismusstrategie 2025« gibt es sogenannte Leuchtturmprodukte, einzelne, besonders hervorstechende Destinationen wie die Wartburg oder die Stadt Weimar, die als Aushängeschilder das Image Thüringens als Tourismusland prägen sollen. Diese Schwerpunktsetzung hat sich nicht bewährt, weil sie der Vielfalt der Sehens- und Erlebniswürdigkeiten Thüringens nicht gerecht wird und den Umstand vernachlässigt, dass die Anziehungskraft Thüringens durch seine flächendeckende Kleinteiligkeit entsteht, mithin durch die vielen kleinen touristischen Schätze, die quasi in jeder Ecke des Landes, auf den Dörfern wie in den Städten zu entdecken sind.

Touristische »Leuchttürme«



Der Baumkronenpfad im Nationalpark Hainich ist UNESCO-Weltnaturerbe.

dürfen deshalb nach Meinung der AfD-Fraktion nicht allein im Sinne einzelner Destinationen begriffen werden. Vielmehr sollten die Stärken des Tourismuslandes Thüringen als »Leuchttürme« behandelt werden, zu denen die einzelnen Destinationen landesweit beispielsweise thematisch zugeordnet werden können. Es muss im Kern darum gehen, ganzheitlich zu denken, die Thüringer Bevölkerung einzubeziehen und die Authentizität des Eigenen sympathisch in Szene zu setzen.

Als neue Leuchtturmkategorie schlägt die AfD-Fraktion Thüringen beispielhaft vor: »Schlösser- und Burgenland« für die in Thüringen einzigartige Dichte von ehemaligen

Adelsresidenzen. Hier könnte man die vielen auf dem Land verteilten Schlösser und Burgen thematisch mit den Palästen und Herrenhäusern der Städte verbinden. Eine weitere Leuchtturmkategorie könnte »Wald- und Erlebnisland« lauten, wobei die malerischen Landschaften des Thüringer Walds mit Wander-, Sport- und anderen aktiven Freizeitangeboten verbunden werden könnten. Stichwortartig wollen wir Oberhof als Wintersportzentrum und den Rennsteig als Wander- und Fahrradweg nennen. Oder: »Messe- und Eventland« zur bereits erwähnten Kombination von Geschäfts- und Freizeitangeboten. Auch eine Leuchtturmkategorie, welche auf die Bedeutung Thü-

ringens für die deutsche und europäische Geschichte hinweist, darf nicht fehlen. Hier wäre an Luthers Bibelübersetzung zu denken, aber auch beispielsweise an die Gründung der Urburschenschaft in Jena und das Wartburgfest 1817 oder die Weimarer Nationalversammlung. Weitere Ideen heißen »Land der Klassik« oder »Land der Künstler«. Bisher völlig vernachlässigt und in jedem Fall als Leuchtturmkategorie geeignet wäre auch das Thema »Kulinarik und die berühmte Thüringer Küche«.

Die konkrete Ausarbeitung und die Ausgestaltung eines neuen Konzepts der Leuchttürme wären nach Vorstellung der AfD-Fraktion eine Aufgabe der neu aufgestellten TTG.

12. Drei-Säulen-Modell zur Sicherstellung der Finanzierung

Um die zahlreichen erforderlichen Investitionen in den Thüringer Tourismus auch in Zukunft planungssicher finanzieren zu können, schlägt die AfD-Fraktion ein Drei-Säulen-Modell vor. Demnach soll die Finanzierung der DMOs und der Investitionen in die touristische Infrastruktur langfristig durch den Freistaat, die Kunden und die touristischen Dienstleister gestemmt werden.

Eine Möglichkeit dafür wäre, eine Tourismusabgabe für Kunden (über die einzuführende »Thüringer Gästekarte«) sowie für Dienstleister einzuführen, die dann vom Freistaat kofinanziert wird. Das Geld

könnte den DMOs, die dann mit mehr Kompetenzen ausgestattet sein müssen, zugutekommen. Zweckgebunden für Synergieeffekte erzeugende Investitionen in die Infrastruktur, würde die Tourismusabgabe für die Verbesserung der Geschäftsbedingungen im Bereich Gast-, Hotel- und Tourismuswirtschaft sorgen, wodurch wiederum Umsatzanstiege der einzelnen Unternehmen zu erwarten wären.

Der AfD-Fraktion ist es besonders wichtig, die Abgabenlast für die Betriebe der Tourismusbranche insgesamt zu verringern. Deshalb treten wir allgemein für Steuersenkungen ein. Insbesondere die gesenkte Mehrwertsteuer für Gastbetriebe auf sieben Prozent wollen wir dauerhaft beibehalten. Weiterhin setzen wir uns nach wie

vor für die dauerhafte Senkung der Mehrwertsteuer auf Energie-, Brenn-, Heiz- und Kraftstoffe auf sieben Prozent, für die dauerhafte Senkung des Normal-Mehrwertsteuersatzes von 19 Prozent auf 15 Prozent, für eine Aussetzung der Mehrwertsteuer auf Grundnahrungsmittel, für die Abschaffung der CO₂-Bepreisung sowie die Aussetzung der Energiesteuer und der Stromsteuer ein.

Die beschriebene Politik im Interesse der eigenen Bürger wird dafür sorgen, dass die Betriebskosten sinken. Außerdem ist zu beachten, dass eine Tourismusabgabe zweckgebunden wieder in den Ausbau der Tourismuswirtschaft investiert werden kann, sodass besonders die Dienstleister selbst indirekt davon profitieren.

Drei-Säulen-Modell zur Finanzierung

