



# **TOURISMUSWIRTSCHAFT IN EUROPA**

## **NEUE PARTNERSCHAFTEN FÜR BESCHÄFTIGUNG**

Wertungen und Empfehlungen  
der High Level Group  
für Tourismus und Beschäftigung



**Oktober 1998**

# Inhalt

	<b>I. DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS UND SEIN KÜNFTIGES WACHSTUMSPOTENTIAL</b>	<b>8</b>
	<b>II. BEDINGUNGEN UND WEGE ZUR FÖRDERUNG VON WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG</b>	<b>10</b>
	1, Steigerung der unternehmerischen Aktivitäten durch die vermehrte Erfüllung von Gästewünschen	10
	2. Potentiale des Tourismusmarktes durch die Verbesserung der Rahmenbedingungen verstärkt nutzen	12
	3. Modernisierung und Verbesserung der Leistungsfähigkeit tourismusrelevanter Infrastrukturen	14
	4. Entwicklung der Human-Ressourcen im Tourismus	16
	5. Unterstützung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus	20
	<b>III. DEM EUROPÄISCHEN TOURISMUS DIE POLITISCHE ANERKENNUNG VERSCHAFFEN, DIE ER ALS FÜHRENDER WIRTSCHAFTSFAKTOR VERDIEN T</b>	<b>22</b>





## Vorwort

*Der Bericht der High Level Group für Tourismus und Beschäftigung bestätigt noch einmal die wichtige Rolle, die der Tourismus für die Erreichung der Ziele der Europäischen Union spielt.*

*Der Tourismus erzeugt Wachstum durch eine breite Vielfalt von Dienstleistungen in einer Vielzahl wirtschaftlicher Bereiche, unterstützt regionale Einrichtungen und schafft Arbeitsplätze.*

*Um das Potential, das der Tourismus bietet, voll nutzen zu können, benötigen wir die Entwicklung von Partnerschaften und Kooperationen auf allen Ebenen: den europäischen, den nationalen, regionalen und lokalen sowie zwischen allen privatwirtschaftlichen und öffentlichen Partnern.*

*Die "Wertungen und Empfehlungen" der High Level Group sind für unsere zukünftige Arbeit ein wertvolles Instrument.*

*Die Europäische Kommission wird überprüfen, inwiefern diese Empfehlungen im Rahmen bestehender Programme auf Gemeinschaftsebene durchgeführt werden können und welche Empfehlungen Zusatzmaßnahmen benötigen, damit sie vom Europarat und den Mitgliedsstaaten übernommen werden können. Die Kommission wird dem Europäischen Parlament und dem Ministerrat berichten und dabei eine Gesamtbewertung des Berichts sowie Orientierungshilfen für die daraus zu entwickelnden Folgemaßnahmen geben.*

*Ich möchte dem Vorsitzenden der High Level Group, Herrn Dr. Corsten, und allen Mitgliedern meinen Dank aussprechen für den wichtigen Beitrag, den sie alle geleistet haben, um die entscheidenden Herausforderungen zu identifizieren, denen sich die Tourismusindustrie gegenüber sieht, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Dazu gehört auch die Deutlichkeit, mit der sie die Chancen aufgezeigt haben, die der Tourismus für Wachstum und Beschäftigung bietet.*

*Die Tatsache, daß sich führende Entscheidungsträger im Tourismus aus allen Mitgliedsstaaten diesem Entwicklungsprozeß verpflichtet sehen, ermutigt uns, die Zusammenarbeit fortzusetzen, damit der Beitrag des Tourismus zu Wachstum und Beschäftigung eine breitere politische Anerkennung findet und damit eine Politik entwickelt wird, die die Bedeutung dieser Industrie widerspiegelt.*

**Christos PAPOUTSIS**  
Member of the European Commission



# Brief vom Präsident

D? RALF CORSTEN

Oktober, 15 1998

Mr. Christian Papoutsis  
Member of the  
European Commission  
Rue de la Loi 200

B-1049 Bruxelles

Sehr geehrter Herr Papoutsis,

ich freue mich sehr, Ihnen den Bericht der High Level Group für Tourismus und Beschäftigung zu überreichen.

Die uns von Ihnen übertragene Aufgabe, die Bedingungen zu überprüfen, unter denen der Tourismus einen noch größeren Beitrag zu Wachstum und Stabilität der Beschäftigung in Europa leisten kann, war für uns sowohl eine große Herausforderung als auch eine besondere Chance.

Der weit gefaßte Rahmen dieser Aufgabe hat zur Konsequenz, daß unser Bericht nicht alle Details erschöpfend darstellen kann. Aus diesem Grund war es notwendig, sowohl bei der Untersuchung der Sachverhalte als auch bei der Auswahl der Vorschläge einen pragmatischen Ansatz zu wählen und Prioritäten zu setzen. Für die Arbeit der Gruppe war die breite Palette an Erfahrungen und die Vielfalt der kulturellen und beruflichen Grundlagen der Mitglieder der High Level Group eine Bereicherung. Der breite Erfahrungshorizont der Mitglieder der HLG spiegelt gleichzeitig die Vielfältigkeit des Tourismus in Europa und der unterschiedlichen Situationen in den einzelnen Mitgliedsstaaten wieder.

Trotz unterschiedlicher Betonung der Wichtigkeit von bestimmten Themen ist der Bericht eine ausgewogene Zusammenfassung der Gruppendiskussionen und der schriftlichen Beiträge der einzelnen Mitglieder.

Die tiefgreifenden Untersuchungen, die von acht Arbeitsgruppen durchgeführt wurden, sowie die Ergebnisse der Analysen und Diskussionen über Richt-

**TUI**

linien für Maßnahmen, wie sie von Unternehmen und Behörden der unterschiedlichen Ebenen durchzuführen sind, werden in einem detaillierten Bericht dargestellt, der ergänzend den zusammengefaßten "Wertungen und Empfehlungen" beigefügt ist.

Im Laufe der Arbeiten wurden von den Mitgliedern der HLG viele wertvolle Vorschläge geäußert. Die Auswahl der Themen, auf die wir die Aufmerksamkeit der politischen und anderen betroffenen Entscheidungsträger auf europäischen, nationalen und regionalen Ebenen lenken wollen, ist von der Notwendigkeit bestimmt, die Aufgabenstellungen vorrangig zu behandeln, die von grundsätzlicher Bedeutung sind für die Schaffung zusätzlicher und besser qualifizierter Arbeitsplätze durch den Tourismus.

Die HLG ist fest davon überzeugt,

- daß der Beitrag des Tourismus zu Wachstum und Beschäftigung eine größere Anerkennung auf allen politischen Ebenen benötigt: Dies muß zu Aktivitäten führen, die dazu beitragen, die Tourismuswirtschaft zu stärken, um Potentiale für weiteres anhaltendes Wachstum zu schaffen;
- daß die weitere Integration touristischer Aufgabenstellungen und Prioritäten in die Entwicklung und Realisierung der Politik und Programme der Europäischen Gemeinschaft eine besondere Chance ist, die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Tourismuswirtschaft zu verbessern;
- daß die Entwicklung effektiver Beratungen und Kooperationen unter den interessierten Parteien auf lokalen, regionalen, nationalen und europäischen Ebenen eine wesentliche Voraussetzung ist für die Maximierung des Beitrags des Tourismus zu Wachstum und Beschäftigung.

Die unmittelbare Veröffentlichung und Verbreitung der "Wertungen und Empfehlungen" der HLG wird uns dabei helfen, unsere gesteckten Ziele zu erreichen. Wir erwarten mit Interesse die Reaktionen der Institutionen der Europäischen Gemeinschaft, der Mitgliedsstaaten, der Unternehmen und anderer beteiligter Organisationen, um einen Abstimmungsprozeß in die Wege zu leiten, der sicherstellt, daß die Empfehlungen verwirklicht werden.

Im Namen aller Mitglieder der HLG bedanke ich mich bei Ihnen für Ihr Vertrauen und versichere Ihnen, daß wir der Kommission für weiteren Rat gerne zur Verfügung stehen.

Mit herzlichen Grüßen



Dr. Ralf Corsten  
Chairman of the High Level Group

## *LIEDEN FROM THE HIGH LEVEL GROUP*

### **PRÄSIDENT:**

**Dr. Ralf Corsten** President of Board of Directors TUI GmbH

### **LIEDEN:**

**Mr. Andreas Andreadis** Vice-President of Sani Beach Holiday Resort, Vice-President of the Greek federation of Hotel owners

**Mr. Paul Brett** Chief Executive Officer Thomson Group

**Mr. Juan Careaga** Member of the Tourism Committee of *Confederacion Espanola de Organizaciones Empresariales (CEOE)* & of *Mesa del Turismo*

**Mr.C. Charpentier** President Havas Group

**Mr. J.A.T. Cornelissen** Director of Nederlands Bureau voor Toerisme

**Prof. G. De Brabander** Professor of Economics, University of Antwerp

**Prof. Elio Fontana** Former Member of the Italian Parliament – Industry and Tourism Committee

**Mr. Peter Forssman** Consultant Gullers Group in Sweden

**Dr. Heinz J. Handler** Director of the Economic Policy Section - Austrian Federal Ministry of Economic Affairs

**Mrs. Anne-Mette Hjalager** Associate Research Professor at the Aarhus School of Business

**Mr. Jean Jacques Knaff** Director of Luxembourg Congrès S.A.

**Mr. Brendan Leahy** Chief Executive of the Irish Tourist Industry Confederation (ITIC)

**Mr. Geoffrey H. Lipman** President World Travel and Tourism Council

**Mr. A. Potamianos** President of Greek Shipowners Association

**Mrs. Carmen Riu Güell** Financial Director RIU Hotels s.a.

**Mr. Franco Rosso** President of Francorosso International Spa

**Mr. Juha Rydman** Chief Executive of the Finnish Hotel and Restaurant Association

**Mrs. Ursula Schörcher** Président of Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

**Mr. Albino Jose Silva** Professor of Economy, University of Algarve

**Mr. Jean Viard** President of *Groupe de Prospective de la demande touristique - Commissariat du Plan à la Direction du Tourisme en France*

**Mrs. Anne Walker** Director Springboard UK

**Mr. Harald Wiedenhofer** General Secretary of the European Committee of food, catering and allied workers union and member of the ETUC Executive Committee

### **BEOBACHTER**

**Mr. Knut Sevaldsen** Managing Director Reiselivsutvikling sa.





## **II. BEDINGUNGEN UND WEGE ZUR FÖRDERUNG VON WACHSTUM UND BESCHÄFTIGUNG**

### **I**

#### **STEIGERUNG DER UNTERNEHMERISCHEN AKTIVITÄTEN DURCH DIE VERMEHRTE ERFÜLLUNG VON GÄSTEWÜNSCHEN**

Die Nachfrage nach touristischen Produkten und Dienstleistungen, die Erweiterung und der Wandel des Tourismusmarktes sind direkt abhängig von den demographischen Veränderungen der Bevölkerung, der Verbesserung der Kaufkraft der Verbraucher, der wachsenden Freizeit sowie dem Wissen mit ihr umzugehen und der wachsenden Vielfalt an Wünschen und Präferenzen der Gäste und potentiellen Gäste.

Der anhaltende Trend zur Mobilität, das wachsende Bedürfnis nach Sicherheit, nach persönlichen, komfortablen und authentischen touristischen Dienstleistungen sowie nach einem guten Preis-/Leistungsverhältnis gehören zu den wichtigsten Erwartungen der Touristen.

Diese Erwartungen werden weitgehend erfüllt durch eine größere Bandbreite an Produkten und Dienstleistungen, durch Verbesserung in der Qualität und durch das wachsende Wissen der Verbraucher um die ständige Verfügbarkeit eines umfassenden Angebots auf dem Markt.

Da Tourismus im wesentlichen durch personenerbrachte Dienstleistungen bestimmt wird, ist er ein Wirtschaftsbereich, in dem sich nur schwache Produktivitätsgewinne erzielen lassen. Dies führt folglich dazu, daß die Steigerung touristischer Aktivitäten die Schaffung neuer Arbeitsplätze mit sich bringt.

Obwohl der beschleunigte Einsatz neuer Technologien auch zur Rationalisierung der Produktionsprozesse für touristische Dienstleistungen beiträgt, bleiben aufgrund der hohen Nachfrage nach zusätzlichen touristischen Leistungen hervorragende Chancen für weitere Arbeitsplätze und für qualifiziertere sowie differenziertere Beschäftigung.

Die meisten europäischen Länder besitzen eine hochentwickelte Tourismuswirtschaft im weitesten Sinne und sind deshalb in der Lage, künftige Herausforderungen zu bewältigen. Nichtsdestotrotz gibt es genügend Raum für Verbesserungen durch den Abbau von Beschränkungen, die gegenwärtig europäische Tourismusunternehmen, insbesondere KMU's, daran hindern, von den günstigen Marktbedingungen zu profitieren. Solche Hindernisse sind:

- ✓ Unzureichende Kenntnisse der touristischen Nachfrage sowie die Nutzung solcher Informationen für operationale Entscheidungen
- ✓ Ungenügende Nutzung der Qualitätssteuerung und der Instrumente des Qualitätsmanagements in Produktion, Marketing und Erbringung touristischer Dienstleistungen.
- ✓ Mangelnde Wertschätzung und Nutzung des Reichtums und der Vielfalt touristischer Attraktionen, die Europa bietet und die als unverwechselbare touristische Produkte und Ziele genutzt werden können.

Es ist häufig schwierig, die wachsende Nachfrage nach hochwertigen personalisierten touristischen Dienstleistungen zu befriedigen, da einige Bereiche der Touris-

muswirtschaft nicht über genügend qualifiziertes Personal verfügen und aufgrund unattraktiver Arbeitsbedingungen unter einem hohen Mitarbeiterwechsel leiden.

Die HLG ist der Überzeugung, daß zur Sicherung aktueller, zuverlässiger und vergleichbarer Informationen die Notwendigkeit besteht, die vorhandenen Instrumente der Europäischen Gemeinschaft - wie z. B. das Eurobarometer - weiter zu entwickeln. Dabei ist eine Verbesserung im Hinblick auf die Bedürfnisse der touristischen Unternehmen anzustreben. Dazu gehört die Sicherung von Synergien bei sich ergänzenden Maßnahmen durch öffentliche und private Kooperationen.

## **Die HLG**

### **fordert die Europäische Gemeinschaft auf:**

- X** ein Online-Marktbeobachtungs-Netzwerk ("observatory network") einzurichten, das verlässliche Quellen für Informationen zum Tourismusmarkt und Beschäftigungsentwicklung miteinander verbindet und das den Unternehmen einfachen Zugang und Nutzung ermöglicht;
- X** die Entwicklung von Qualitätsstandards auf freiwilliger Basis zu unterstützen, die auf europäischer Ebene genutzt werden können, und die dazu beitragen, die Transparenz und Attraktivität von Produkten und Dienstleistungen zu verbessern;
- X** das Sammeln und Verbreiten von guten Beispielen schöpferischer Ideen für touristische Produkte und Dienstleistungen zu fördern – unter Berücksichtigung neuer Bedürfnisse des Tourismusmarktes. Zur Verbreitung der Ideen ist eine frei zugängliche "Website" einzurichten.

### **empfiehlt den öffentlichen Verwaltungen und Tourismus-Büros:**

- X** die Förderung grenzüberschreitender öffentlicher und privatwirtschaftlicher Kooperationen zur Entwicklung buchbarer touristischer Produkte und Dienstleistungen, die den Reichtum der natürlichen und kulturellen Attraktionen Europas nutzen.

### **bestärkt die Unternehmen der Tourismuswirtschaft:**

- X** Partnerschafts- und Kooperationsformen zu entwickeln, die es ermöglichen, die entsprechenden Dienstleistungen in die touristische Wertschöpfung zu integrieren und die auf fairen Geschäftsbeziehungen zwischen Vermittlern und Produzenten der touristischen Dienstleistungen beruhen.

### **bestärkt die Sozialpartner:**

- X** Arbeitsverhältnisse und Arbeitsbedingungen zu schaffen, die die Attraktivität der Arbeitsplätze und Karrieremöglichkeiten im Tourismus verbessern und zugleich gewinnbringend für die Unternehmen sind.

## POTENTIALE DES TOURISMUSMARKTES DURCH DIE VERBESSERUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN VERSTÄRKT NUTZEN

Es sind die Unternehmer, die durch Investitionsentscheidungen und die Entwicklung touristischer Aktivitäten Arbeitsplätze schaffen. Politik und öffentliche Verwaltung auf allen Ebenen spielen eine entscheidende Rolle bei der Schaffung der gesetzlichen, finanziellen und administrativen Rahmenbedingungen, die es dem Unternehmer ermöglichen, ihr Unternehmen zu gründen und weiterzuentwickeln. Diese Prinzipien gelten grundsätzlich für das unternehmerische Handeln.

Eine besondere Bedeutung für den Tourismus haben hierbei:

- ✓ Der öffentliche Sektor trägt besondere Verantwortung für wichtige Schlüsselfaktoren der touristischen Produktion, wie z. B. die natürlichen und kulturellen Ressourcen. Sie sind wesentliche Aktivposten für die Attraktivität touristischer Zielorte und die Wettbewerbsposition touristischer Unternehmen.
- ✓ Die große Zahl und gelegentliche Inkonsistenz der beteiligten Verwaltungen und die umfangreichen administrativen Formalien, die die touristischen Aktivitäten regeln.
- ✓ Die zusätzliche Komplexität der Rahmenbedingungen für die Angehörigen touristischer Berufe, die es sich zum Ziel gesetzt haben, die zunehmende Europäisierung der Tourismusströme zu nutzen und die beabsichtigen, ihre geschäftlichen Aktivitäten in einem internationalen Rahmen zu entwickeln.

- ✓ Die Zersplitterung der öffentlichen Finanzierungsinstrumente und die Schwierigkeiten, bei der Beschaffung von Informationen über die Entwicklung lokaler und nationaler Initiativen sowie die entsprechenden Verfahren.
- ✓ Eine unzureichende Übersicht über Steuern und Abgaben sowie ein gelegentliches Überlappen von Regulierungen, die gleiche bzw. komplementäre touristische Produkte und Dienstleistungen unterschiedlich behandeln.
- ✓ Belastungen des Faktors Arbeit durch hohe Abgaben und Steuern, die insbesondere die arbeitsintensiven Bereiche der Tourismuswirtschaft betreffen, sind eine der Ursachen für unangemeldete Arbeitsverhältnisse in einigen Bereichen des Tourismus.

Beachtliche Fortschritte auf europäischer Ebene sind neuerdings mit der Vereinfachung von Verordnungen für Unternehmen erreicht worden. Die Empfehlungen der Task Force BEST (Business Environment Simplification Task Force), die zu einem früheren Zeitpunkt in diesem Jahr veröffentlicht wurden, werden von der HLG ausdrücklich begrüßt. Die Umsetzung der von der Task Force BEST gemachten Vorschläge auf regionaler und nationaler Ebene wird in hohem Maße auch zur Verbesserung der Rahmenbedingungen und damit der Geschäftsbedingungen für den Tourismus beitragen.

Es gibt jedoch spezifische Anforderungen seitens der Tourismusunternehmen, insbesondere hinsichtlich

der Harmonisierung der Steuern und einem effektiven Funktionieren eines einheitlichen europäischen Marktes, die verstärkt zu erfüllen sind.

Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der KMU's, die die große Mehrheit der touristischen Unternehmen ausmachen, ist von zentraler Bedeutung für die Entwicklung der Tourismuswirtschaft insgesamt. Die vorgeschlagene "Agenda 2010 - Framework for action in support of SMEs in tourism", die die Ergebnisse der

im Mai 1998 in Llandudno (Wales) durchgeführten Europäischen Konferenz zusammenfaßt, beinhaltet wertvolle Orientierungshilfen im Hinblick auf Maßnahmenprioritäten, z.B. für die Bereiche Training, Informationstechnologie und Kooperationen in der Tourismuswirtschaft unter Einschluß der KMU's.

Diese sollten Beachtung finden für die bessere Integration der KMU's im Tourismus in die wichtigsten generellen Entwicklungen zur Unternehmenspolitik.

## **Die HLG**

### **empfiehlt der Europäischen Gemeinschaft und den Mitgliedsstaaten:**

- ✗ die Weiterentwicklung der Konvergenz und - soweit möglich - der Harmonisierung des Steuersystems sowie die Reduzierung von Abgaben und Steuern mit dem Ziel, eine Minderung der Belastung des Faktors Arbeit zu erreichen, da dies eine weitere Expansion des Tourismus sowie Beschäftigungswachstum ermöglicht.
- ✗ die Förderung von Tourismusunternehmen in bestehenden Netzwerken, die von der Europäischen Gemeinschaft unterstützt werden.
- ✗ die Förderung von "Tourism Advisory Centers" und von unternehmensfreundlichen Arbeitsinstrumenten, um den Tourismusunternehmen aktuelle Informationen über Regularien und Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zugänglich zu machen.
- ✗ Gründung einer Initiative der Europäischen Gemeinschaft zur besonderen Förderung innovativer touristischer Unternehmungen junger Unternehmer, insbesondere auch zur Förderung neuer touristischer Attraktionen.
- ✗ die Entwicklung einer effektiveren Beratung und Kooperation mit den Repräsentanten der Tourismuswirtschaft einschließlich der Sozialpartner und der führenden Entscheidungsträger im Hinblick auf Maßnahmen, die der Entwicklung der Tourismuswirtschaft besonders förderlich sind.
- ✗ die Erstellung und Verbreitung eines Berichtes über die Struktur, wirtschaftliche Leistung und Wettbewerbsposition des europäischen Tourismus. Dieser Bericht ist in regelmäßigen Zeitabständen zu aktualisieren, um den zuständigen Ministern die Möglichkeit zu geben festzustellen, welche Initiativen auf der Ebene der Gemeinschaft und der Mitgliedsstaaten notwendig sind.

### **fordert die nationalen und regionalen Verwaltungen auf:**

- ✗ die Gebühren und Abgaben für touristische Leistungen zu begrenzen und - wo dies möglich ist - die entsprechenden Einnahmen wieder zugunsten des Tourismus und touristischer Einrichtungen in transparenter Verfahrensweise zu investieren.

### **empfiehlt den Tourismusunternehmen und Tourismusverbänden:**

- ✗ die Überprüfung ihrer Aktivitäten auf allen Ebenen. Dadurch sollen sie sicherstellen, daß sie auf allen Entscheidungsebenen ihren vollen Beitrag in alle Prozesse der Beratung und Kooperation einbringen, insbesondere auch auf der Ebene der Europäischen Gemeinschaft.

## MODERNISIERUNG UND VERBESSERUNG DER LEISTUNGSFÄHIGKEIT TOURISMUSRELEVANTER INFRASTRUKTUREN

**D**er Tourismus basiert weltweit auf Mobilität und Kommunikation und ist deshalb in seinem Wachstum direkt abhängig von der Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur und -technologie.

In Europa sind in den vergangenen Jahren wesentliche Fortschritte erzielt worden, die Verkehrs- und Kommunikationssysteme zu erweitern und deren Zugang und Nutzung zu liberalisieren. Dies ist zurückzuführen auf strategische Initiativen der nationalen Ebenen und der Europäischen Gemeinschaft. Dies hat zu nachhaltigen Investitionen in ganz Europa geführt, was für strukturschwache Regionen durch Gemeinschaftsmittel unterstützt wurde. Zugleich wurden Fortschritte in der Liberalisierung der Verkehrsströme erzielt – besonders deutlich erkennbar im Flugverkehr.

Das stete Wachstum der Nachfrage erfordert weitere Instrumente und Verbesserungen, um eine leistungsfähige und verlässliche globale technologische und infrastrukturelle Basis als Voraussetzung für Mobilität zu garantieren.

Das schnelle Wachstum des Luftverkehrs, die kontinuierliche Zunahme des PKW- und Busverkehrs für europäische touristische Destinationen, zusammen mit einem wachsenden Interesse von Urlaubern für Kreuzfahrten, schafft eine zunehmende Belastung für die Kapazitäten der bestehenden Infrastrukturen sowie der Umwelt. Dies führt oft zu zusätzlichen Kostenbelastungen. Die ungenügende Verknüpfung und Kompatibilität innerhalb des europäischen Verkehrsnetzwerks und der Systeme der Informationstechnologie verschärfen die angeführten Probleme für die Touristen und die Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Die Luftverkehrsüberwachung in Europa liefert hierzu ein typisches Beispiel: Es existieren 49 Kontrollzentren, die mit 22 unterschiedlichen Betriebssystemen, 31 nationalen Systemen, 30 Softwareprogrammen und 18 verschiedenen Hardware-Herstellern arbeiten. Die Konsequenzen sind Zusatzkosten für die Fluggesellschaften aufgrund von Verspätungen im Luftverkehr, die sich im Jahre 1997 auf 2,5 Mrd. ECU beliefen.



Die begrenzte Kompatibilität der bestehenden Informations- und Reservierungssysteme, die unterschiedliche touristische Dienstleistungen einschließlich der Verkehrsdienstleistungen abdecken, sind eine hohe Barriere für den Zugang und die Nutzung der Informationstechnologien für die tägliche Arbeitspraxis, insbesondere in den KMU's.

Das voraussichtlich schnelle Wachstum

des "electronic commerce" und der Möglichkeiten des Direktvertriebs für touristische Dienstleistungen können die KMU's dabei unterstützen, die Vorteile neuer Marketing- und Management-Instrumente zu nutzen. Es besteht jedoch auch die Gefahr, daß die durch die Informationstechnologie möglichen neuen Entwicklungen Unternehmensexistenzen gefährden werden.

### **Die HLG**

#### **fordert die Europäische Gemeinschaft auf:**

- ✗ die Einrichtung eines koordinierten ATC-Systems (Air traffic control) auf europäischer Ebene zu fördern und die vollständige Liberalisierung der luftverkehrsrelevanten Leistungen sozialverträglich sicherzustellen.
- ✗ die Einrichtung effektiver Netzwerke und die Verbesserung der Kompatibilität der Verkehrs- und IT-Infrastrukturen zu unterstützen.
- ✗ die Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur bevorzugt in strukturschwachen Gebieten zu fördern, um das europäische Kommunikationssystem zu vervollständigen.
- ✗ europäische und nationale Initiativen zu unterstützen, die dafür sorgen, daß in das Thema "Touristische Mobilität" die Belange der Umwelt integriert werden.
- ✗ die Initiative zu ergreifen, die Informationstechnologie im Tourismus zu fördern sowie Partnerschaften zwischen Tourismusunternehmen und Unternehmen der Informationstechnologie anzuregen.
- ✗ den Austausch von Musterlösungen (Best practice) in der Anwendung neuer Technologien zu fördern unter Einbeziehung der KMU's, der größeren Unternehmen und der lokalen Verwaltungen.



## ENTWICKLUNG DER HUMAN-RESSOURCEN IM TOURISMUS

**D**ie Inanspruchnahme touristischer Leistungen schafft Arbeitsplätze nicht nur in den Kernbereichen der touristischen Wertschöpfungskette, wie z. B. Beherbergung, Reiseveranstalter, Reisebüro, Verpflegung, Transport und touristische Sehenswürdigkeiten. Darüber hinaus trägt der Tourismus in hohem Maße auch indirekt zur Schaffung von Arbeitsplätzen durch die Nutzung komplementärer Dienste bei, wie z. B. die der Nahrungsmittel- und Bauindustrie.

Der Tourismus schafft weiterhin Arbeitsplätze im öffentlichen Sektor, in der Beratung sowie bei Sicherheitsdiensten und im Umweltschutz. Die weitergehenden wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus müssen in spezifischen Ausbildungs- und Qualifikationsanforderungen berücksichtigt werden sowie ganz allgemein in der Politik und den Maßnahmen zur Förderung der Human-Ressourcen.

Der rasche Wandel der Gästewünsche, der Strukturen und Organisationen der Tourismusunternehmen sowie der Nutzung der Informationstechnologie üben einen maßgeblichen Einfluß auf die Natur - Quantität und Qualität - der Beschäftigung im europäischen Tourismus aus.

Im europäischen Tourismus finden weitge-

hende Veränderungsprozesse statt, die entscheidend dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit des touristischen Angebots zu verbessern und die als Konsequenz zu wichtigen Änderungen auf dem touristischen Arbeitsmarkt führen.

Dazu gehören

- ✓ die Neuausrichtung von Kernkompetenzen,
- ✓ Absenkung der beruflichen Anforderungen bei ausführenden Tätigkeiten in einigen Teilbereichen der Tourismuswirtschaft,
- ✓ Steigerung der beruflichen Anforderungen und Spezialisierungen, insbesondere in großen touristischen Unternehmen und Organisationen sowie in komplementären Dienstleistungsbereichen,
- ✓ Schaffung neuer Berufsbilder, um den touristischen Wünschen und Bedürfnissen gerecht zu werden.

Die Ausgliederung von Arbeitsprozessen aus traditionellen Kernbereichen der Tourismuswirtschaft auf komplementäre Dienstleistungsunternehmen und Zulieferer bewirkt, daß führende Unternehmen der Tourismusbranche strategische Allianzen aufbauen und entsprechende Investitionen vornehmen, die von grundle-



gender Bedeutung für die Erneuerung des europäischen Tourismusangebotes sind. Es geht in die gleiche Richtung, wenn innovative Tourismusunternehmen zunehmend moderne strategische Managementinstrumente einsetzen, wie z. B. durch die Bildung von Einkaufs-, Produktions- und Marketing-Kooperationen oder das Outsourcen von bestimmten Funktionen und Arbeitsbereichen.

Die Nutzung dieser Strategien kann als eine unternehmerische Antwort auf erhebliche europaweite Probleme in der Beschaffung qualifizierten Personals im Tourismussektor gesehen werden. Diese Probleme stehen im Zusammenhang mit der Saisonalität des Arbeitseinsatzes, der vergleichsweise niedrigen Entlohnung und der begrenzten sozialen Anerkennung touristischer Berufe. In Ermangelung eines gemeinsamen Vorgehens der Verantwortlichen in den öffentlichen Verwaltungen, den größeren Unternehmen, den KMU's sowie den traditionellen touristischen Zielen besteht die Gefahr einer Auszehrung der Tourismuswirtschaft an Köpfen, Kompetenz und Kapital.

Die Vielfalt der beruflichen Anforderungen an Menschen die willens und fähig sind, im Tourismus zu arbeiten, hat entscheidenden Einfluß auf Art, Umfang und Organisation der für den Tourismus angebotenen Berufsausbildungen.

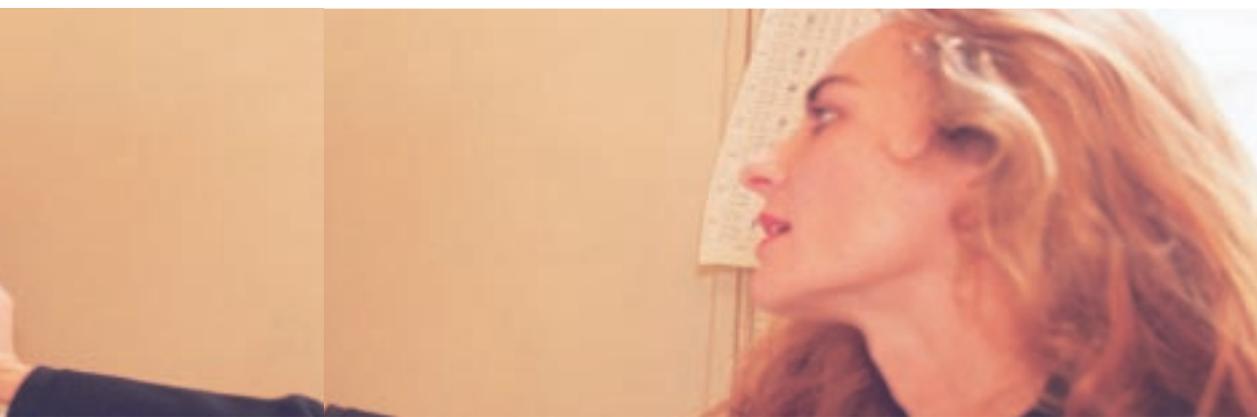
Die Saisonalität der Nachfrage sowie sonstige Nachfrageschwankungen besitzen

- von wenigen Ausnahmen abgesehen - einen entscheidenden Einfluß auf die Beschäftigungspraxis im Tourismus. Über weite Bereiche besitzt der Tourismus keine Möglichkeit, den Saisonkräften eine dauerhafte, ganzjährige Beschäftigung zu bieten. Dies hat wesentliche Auswirkungen auf die Qualität der angebotenen Arbeitsplätze und die Bereitschaft der Arbeitgeber und Arbeitnehmer, in die berufliche Qualifizierung zu investieren.

Saisonarbeit bietet grundsätzlich spezielle Möglichkeiten zur beruflichen Fortbildung, z. B. durch ein Trainingsangebot in der Zwischensaison - eine Möglichkeit, die bisher noch nicht ausreichend genutzt wird. Die Aussichten auf die Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter könnten darüber hinaus durch eine Wiedereinstellungsgarantie für die Folgesaison verbessert werden.

Investitionen in die Aus- und Weiterbildung sind im Tourismus zumindest so wichtig wie andere Formen der Investitionen. Hervorragende Beispiele erfolgreicher Trainings-Investitionen touristischer Unternehmungen zeigen, daß aufgrund von Verbesserungen der Qualität der Leistungen sowie von Kostenreduktionen meßbare Gewinnsteigerungen erzielt wurden, die die Trainings-Investitionen um das Dreifache übersteigen.

Die Notwendigkeit für numerische Flexibilität im Tourismus sollte in Einklang gebracht werden mit der Bereitschaft



bestimmter Segmente des Arbeitsmarktes, flexible Arbeitsbedingungen im Austausch gegen außergewöhnliche Vorteile anzubieten.

Traditionelle Ansätze, die positiven Möglichkeiten der numerischen Flexibilität zu nutzen, haben sich einerseits darauf konzentriert, die Mitarbeiter zu schützen und vor Ausbeutung zu bewahren; andererseits wird zugleich versucht, bei den Mitarbeitern flexible und übertragbare Fähigkeiten und Fertigkeiten zu entwickeln ("multi-skilling"), die es ermöglichen, verschiedene Aufgaben in einem Arbeitsplatz zusammenzuführen.

Für die Zukunft ist es wichtig, alternative Strategien zu entwickeln, die die Arbeitgeber dazu bewegen, von erfolgreichen Initiativen der Imageverbesserung einiger Unternehmen zu lernen und neue Formen der Entgeltung von Arbeitsleistungen zu identifizieren, die von den Arbeitnehmern als Ausgleich für den flexiblen Arbeitseinsatz besonders geschätzt werden.

Bedingt durch die Möglichkeiten eines flexiblen Arbeitseinsatzes im Tourismus eröffnen sich wertvolle Chancen, jugendliche und benachteiligte Gruppierungen des Arbeitsmarktes in wirtschaftliche und soziale Aktivitäten einzubinden. Dies geschieht durch:

- ✓ das hohe Niveau unternehmerischer Einstellung bei jungen Menschen, die am Anfang ihrer Karriere im Tourismus stehen: viele von ihnen sehen es als ihr Karriereziel an, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Ihren beruflichen Anfang, insbesondere ihre erste Tätigkeit im Tourismus sehen sie als eine Art "Lehrzeit" für ihre Zukunft.
- ✓ die Möglichkeiten, die der Tourismus bietet für Menschen mit einem multikulturellen Hintergrund. Er kann dazu beitragen, gesellschaftliche Randgruppen in die Arbeitswelt zu integrieren, die sich aufgrund sprachlicher oder kultureller Unterschiede ansonsten nur schwer einbinden lassen. Dies betrifft z.B. auch Einwanderer. Unterstützt werden diese Möglichkeiten durch ein umfangreiches

Angebot an touristischen Arbeitsplätzen mit niedrigen Anforderungsprofilen.

Es ist notwendig, europaweit einen qualitativen Sprung zu machen im Hinblick auf Gestaltung und Durchführung einer erneuerten Politik zur Entwicklung der Human-Ressourcen im Tourismus. Dabei gilt es, der wachsenden Vielfalt der Anforderungen des Tourismusmarktes gerecht zu werden. Die Bereitschaft der Unternehmer der Tourismuswirtschaft und der Mitarbeiter im Rahmen einer "Europäischen Qualifizierungsoffensive" für touristische Berufe ihre Rolle zu übernehmen, ist in jeder Hinsicht zu unterstützen. In Abstimmung mit den sich verändernden Charakteristika des Tourismus sind vermehrt effektive Maßnahmen notwendig, die den unterschiedlichen Situationen in den verschiedenen Geschäftsbereichen und Zielgebieten Rechnung tragen.

Dieser Ansatz sollte stärker strukturierte und Verantwortung übernehmende Partnerschaften einbeziehen zwischen Unternehmen, Aus- und Weiterbildungsinstituten sowie öffentlichen Verwaltungen, die für die Entwicklung des Tourismus zuständig sind. Der effektive Dialog zwischen den Sozialpartnern der verschiedenen Branchen gehört zu den wesentlichen Elementen dieser anzustrebenden Entwicklung. Alle bisherigen Erfahrungen zeigen, daß bestehende soziale Probleme und neue Herausforderungen besser bewältigt werden können, wenn alle betroffenen Parteien gemeinsam versuchen, in wechselseitiger Beratung einen Interessensausgleich zu finden. Der soziale Dialog sollte versuchen, aus der Regulierungs- und Deregulierungsdebatte herauszukommen und neue Konzepte zu entwickeln sowie auch innovative Maßnahmen auf Unternehmensebene auszuprobieren, die in der Folge mit der Zustimmung der Sozialpartner angepaßt und für eine breitere Basis weiterentwickelt werden können.

## Die HLG

**empfiehlt der Europäischen Gemeinschaft und den Mitgliedsstaaten** in Zusammenarbeit mit den Berufsverbänden, die die Interessen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer vertreten, sowie in Zusammenarbeit mit den Unternehmen, Universitäten und Aus- und Weiterbildungsinstituten:

- ✗ dem Tourismus in allen seinen Ausprägungen einen hervorragenden Platz einzuräumen bei der Einführung der europäischen Beschäftigungsstrategie sowie in den vorrangigen Maßnahmen zur Bekämpfung von sozialer Benachteiligung und Arbeitslosigkeit.
- ✗ sicherzustellen, daß die Politik zur Aus- und Weiterbildung und unterstützende Initiativen innerhalb der gesamten Europäischen Union die Anforderungen des Tourismus in den Studiengängen und Programmen zum Karriereaufbau berücksichtigt werden.
- ✗ ein System zur Erfassung der Auswirkungen und Effektivität von Aus- und Weiterbildungsinitiativen, der besten Maßnahmen zur Schaffung von Arbeitsplätzen und der Entwicklung des Arbeitsmarktes einzurichten. Das System hat darüber hinaus die Aufgabe, beispielhafte Lösungen ("Best practice") zu kommunizieren, was z. B. durch die jährliche Verleihung von Auszeichnungen unterstützt werden kann.
- ✗ die Einrichtung oder Weiterentwicklung von Beratungsinstitutionen für Aus- und Weiterbildung, die den Kleinst- und Kleinunternehmen der Tourismuswirtschaft zum Thema "Human-Ressourcen" Anleitungen und Unterstützung gewähren. Dies sollte in Zusammenarbeit mit den Berufsverbänden geschehen.
- ✗ die Entwicklung von Partnerschaftsprogrammen zwischen internationalen Tourismusunternehmen sowie Aus- und Weiterbildungsinstitutionen zu unterstützen mit der Maßgabe, neue Berufsbilder zu entwickeln und attraktive Karrieremöglichkeiten zu schaffen.
- ✗ den Zugang zu den bestehenden Informationsmechanismen zu verbessern, die dem touristischen Arbeitsmarkt eine größere Transparenz verleihen und dadurch einen schnelleren und qualitativ besseren Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage nach touristischen Arbeitsplätzen ermöglichen.
- ✗ die laufenden Maßnahmen zur Verbesserung der transnationalen Anerkennung der Berufsausbildungen und beruflichen Mobilität im Tourismus fortzuführen.
- ✗ die Entwicklung einer gemeinsamen privatwirtschaftlichen und öffentlichen Initiative zu unterstützen zum Nutzen Jugendlicher - insbesondere von jungen Menschen mit einem mehrfachen kulturellen und sprachlichen Hintergrund - mit dem Ziel, ihnen den Zugang zu ersten beruflichen Erfahrungen im Tourismus zu erleichtern.

**empfiehlt den Sozialpartnern in den Unternehmen sowie auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene:**

- ✗ den sozialen Dialog und Beratungen zu den wirtschaftlichen und sozialen Aspekten im Tourismus zu entwickeln, insbesondere zu Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung und den Arbeitsbedingungen.
- ✗ die Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitnehmern zu verbessern durch Erhöhung der Durchlässigkeit zwischen den unterschiedlichen Ausbildungsgängen sowie durch die Möglichkeit des Erwerbs erweiterter Kenntnisse und Fähigkeiten.

## UNTERSTÜTZUNG DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG DES TOURISMUS

Die natürliche und kulturelle Umwelt beeinflusst die Beschäftigung auf drei Ebenen:

- ✓ Die Sicherung vorhandener Arbeitsplätze durch die Qualitätsgarantie für eine ökologisch intakte Umwelt an den Urlaubsstandorten.
- ✓ Schaffung neuer Arbeitsplätze durch Investitionen in ökologische Modernisierungen und Qualitätsprogramme – vornehmlich in Feriengebieten.
- ✓ Entwicklung der Grundlagen für die Wiederbelebung oder Lancierung neuer Berufe in komplementären Leistungsbereichen einschließlich des traditionellen Handwerks.

In keiner touristischen Destination ist eine unbegrenzte Expansion der touristischen Nachfrage und des Angebots möglich. Wenn bestehende Grenzen ignoriert werden, führt dies zur Gefährdung der touristischen Aktivitäten und zu einer ernsthaften Abwertung der Zielgebiete.

Die Einführung und Vorgabe der Prinzipien für eine nachhaltige Entwicklung in der Europäischen Union und weltweit durch die "Agenda 21" in den Zielländern und in den verschiedenen Teilbereichen der Tourismuswirtschaft schaffen einen Mehrwert im Hinblick auf die Attraktivität der Destinationen, sind ein Aktivposten im Marketing im Hinblick auf die gesteigerte Sensibilität der Touristen für Umweltprobleme, tragen dazu bei, Kosten zu reduzieren (in den Bereichen Energie- und Wasserversorgung) und schaffen weitere Möglichkeiten für neue Produkte, neue Dienstleistungen und neue Arbeitsplätze.

Intakte Landschaft zusammen mit kultureller und biologischer Vielfalt sind unersetzliche Ressourcen für touristische Aktivitäten. Positives Handeln in diesem Bereich dient der langfristigen, nachhaltigen, wirtschaftlich vorteilhaften Nutzung

der natürlichen Ressourcen. Gleichzeitig trägt es dazu bei, die Wettbewerbsposition der traditionellen europäischen Tourismusregionen zu sichern, die dem Wettbewerb der Fernreise-Destinationen ausgesetzt sind. Diese Fernreise-Destinationen werben oftmals vor allem mit ihrer intakten Natur.

Umweltverschmutzung wird von europäischen Urlaubern stark wahrgenommen und beeinflusst in hohem Maße deren Urlaubsentscheidungen. Darüber hinaus ist es bewiesen, daß die intakte Umwelt einen hohen Stellenwert besitzt für den Grad der Zufriedenheit der Gäste mit ihrem Urlaub.

Die wirtschaftlichen Vorteile durch den Tourismus für strukturschwache Regionen müssen gegenüber den zunehmend komplexen ökologischen Konsequenzen der touristischen Entwicklung abgewogen werden. Nichtsdestotrotz besitzt der Tourismus im Vergleich zu anderen Industrien ein einzigartiges Potential zu Bewahrung der Natur und der Aufwertung kultureller Schätze. Dabei schafft er gleichzeitig zusätzliches Einkommen und fördert die Beschäftigung.

Im privaten Bereich hat "grünes" Denken und Handeln in den vergangenen Jahren große Fortschritte erzielt. Nichtsdestotrotz gibt es dennoch zu viele Feriengebiete, in denen die Umweltprobleme zunehmen (Wasserversorgung, Qualität des Trink- und Badewassers, Bodenerosion, Ausdehnung der Wüsten, Waldbrände, unkontrollierte Bebauungen, Verkehrsstaus etc.)

Eine Reihe vielversprechender Lösungsansätze, um diesen Problemen zu begegnen, wurden getestet, doch sind die gemachten Anstrengungen immer noch zu vereinzelt. Auch fehlt es an weitgehender Anerkennung.

Europa muß sich an die Spitze der Bewegung zum Schutz der Umwelt setzen,

nur so kann daraus der erwünschte Wettbewerbsvorteil werden.

Es wurde eine Reihe von Produktmerkmalen und Marketingansätzen entwickelt, die hervorragend geeignet sind für die weitere touristische Entwicklung und Vermarktung mit einer besonderen Ausrichtung auf das kulturelle Erbe, die Natur und die ökologische Umwelt. Diese Entwicklung verlangt passende Aus- und Weiterbildungsprogramme zur Vorbereitung auf die Erweiterung und Diversifizie-

rung des Sortiments touristischer Angebote.

Das Leitprinzip lautet:

Je größer die Sorgfalt und das Verantwortungsbewußtsein gegenüber einer nachhaltigen Entwicklung, desto größer sind die Möglichkeiten für langfristige zusätzliche Beschäftigung und der Nutzen für die Wettbewerbsposition europäischer Zielgebiete.

## Die HLG

### empfiehlt der Europäischen Gemeinschaft und den Mitgliedsstaaten:

- ✘ vorhandene Fonds der Gemeinschaft zu nutzen, um die volle Integration der Prinzipien nachhaltiger Entwicklung in die touristischen Entwicklungspläne und Strategien sicherzustellen und dafür zu sorgen, daß eine Bewertung der Auswirkungen auf die Umwelt durchgeführt wird bei allen Projekten, die in Europa und im Ausland durch öffentliche Mittel unterstützt werden.
- ✘ ein Revitalisierungsprogramm zu lancieren für mehrere unterschiedliche Arten vom Massentourismus betroffener, rückläufiger Ziele, die als Modell-Lösungen für andere Gebiete dienen können.
- ✘ Aus- und Weiterbildung für die Nachhaltigkeit im Tourismus zu unterstützen und Anreize zu schaffen für Unternehmen, um entsprechende Kriterien in ihre Auswahl- und Fortbildungsprogramme für Mitarbeiter aufzunehmen.
- ✘ geeignete wirtschaftliche Anreize zu entwickeln, die umweltfreundliche Arbeitsweisen und Techniken in Tourismusunternehmen unterstützen.
- ✘ den Austausch von Erfahrungen und Musterlösungen ("Best practice") im Hinblick auf Verkehrs- und Besuchermanagement in den Zielgebieten zu fördern.
- ✘ verlässliche und vergleichbare Informationen über Umweltstandards in den europäischen Destinationen zur Verfügung zu stellen.

### empfiehlt den Tourismusunternehmen und Tourismusbüros:

- ✘ die Förderung von Vor- und Nachsaison-Angeboten an Paketreisen und weiteren touristischen Leistungen – ausgerichtet auf spezielle Marktsegmente mit dem Ziel einer ausgeglicheneren Verteilung der Nachfrage in den touristischen Zielen.
- ✘ die Zusammenstellung und Vorbereitung von Schlüsselinformationen über umweltfreundliche Verhaltensweisen, die von den Touristen genutzt werden können, um negative Auswirkungen ihrer Aktivitäten in den Feriengebieten zu reduzieren.

### ***III. DEM EUROPÄISCHEN TOURISMUS DIE POLITISCHE ANERKENNUNG VERSCHAFFEN, DIE ER ALS FÜHRENDE WIRTSCHAFTSFAKTOR VERDIENST***

**D**ie Entwicklung des Tourismus in Europa trägt zur zunehmenden Festigung der Europäischen Union bei, indem er die verschiedenen Regionen und Länder mit ihren unterschiedlichen Kulturen, Sprachen, Traditionen und Systemen einander näherbringt.

Die Annäherung der Interessen der einzelnen Mitgliedsstaaten, wie sie zu den wichtigsten Initiativen der Gemeinschaft führen, wie die Schaffung eines einheitlichen europäischen Marktes, einer einheitlichen europäischen Währung und zur Förderung eines nachhaltigen wirtschaftlichen Wachstums und der Beschäftigung, schafft umgekehrt günstige Rahmenbedingungen, in denen der Tourismus sich entwickeln und prosperieren kann.

Trotz der offensichtlichen Bedeutung des Tourismus in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht und trotz der unbestrittenen Zukunftsaussichten im Hinblick auf weiteres Wachstum im nächsten Jahrzehnt, hat der Tourismus bisher ernsthafte

Schwierigkeiten, die politische Anerkennung zu finden, die seinem wirtschaftlichen Beitrag und Potential entspricht. Diese Situation trifft zu für die gesamte Europäische Gemeinschaft und spiegelt weitgehend ähnliche Erfahrungen in einem großen Teil der Mitgliedsstaaten wieder.

Eine gemeinsame Anstrengung auf mehreren Ebenen ist notwendig, um diese Situation abzustellen und den politischen Entscheidungsträgern zu zeigen, daß der Tourismus neue Möglichkeiten schafft, wichtige politische Ziele - wie ein Mehr an Beschäftigung - zu erfüllen.

Die Kontakte und Untersuchungen, die im Laufe der Arbeit der HLG durchgeführt wurden, haben gezeigt, daß eine weitverbreitete Bereitschaft seitens der Tourismuswirtschaft besteht, dazu beizutragen, weitere Kooperationen auf Unternehmensebene sowie privatwirtschaftliche und öffentliche Partnerschaften zu entwickeln.

Die Erstellung aufeinander abgestimmter Rahmenbedingungen für Maßnahmen auf



lokalen, regionalen, nationalen und Gemeinschaftsebenen ist eine wesentliche Voraussetzung für einen gemeinsamen Kraftakt und um die Herausforderung im Hinblick auf Qualität und Wettbewerbsfähigkeit zu bestehen und zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen. Dies wird die Integration der Interessen des Tourismus in die Strategien und Pläne der Wirtschaftsentwicklung sowie die Definition eines neuen Stellenwertes für den Tourismus im politischen Entscheidungsprozeß garantieren.

Sozio-ökonomische Auswirkungen einsch-

ließlich der Effekte für die Beschäftigung müssen in den von der Europäischen Gemeinschaft und den Mitgliedsländern geplanten Maßnahmen berücksichtigt werden.

Die Mitglieder der HLG werden in ihren jeweiligen Ländern und Arbeitsgebieten die Wertungen und Empfehlungen, auf die sich die Gruppe geeinigt hat, den politischen Entscheidungsträgern zur Kenntnis bringen. Dies geschieht, um entsprechende Konsequenzen und wirksame Folgemaßnahmen sicherzustellen.

### Die HLG

#### bittet die Europäische Kommission:

- ✗ eine effektive, zusammenhängende und systematische Koordination und Beratung zwischen den Dienststellen der Kommission und in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsstaaten sicherzustellen über alle Maßnahmen, die den Tourismus betreffen, im Hinblick auf die Integration der Tourismusentwicklung als einen Schlüsselfaktor in der Agenda 2000 und in der europäischen Beschäftigungsstrategie.
- ✗ einen regelmäßigen Tourismus-Gipfel zu organisieren, um einen umfassenden Austausch im Hinblick auf die angesprochenen Themen sicherzustellen. Dieser Tourismus-Gipfel soll Unternehmer, Vertreter der Arbeitnehmer, Politiker und öffentliche Verwaltungen, Forscher und Fachleute für Aus- und Weiterbildung einbeziehen.
- ✗ eine Bewertung der aus diesem Bericht resultierenden Folgemaßnahmen Ende 1999 vorzunehmen.







<http://europe.eu.int/en/comm/dg23/index.htm>

Zahlreiche weitere Informationen zur Europäischen Union sind verfügbar über Internet.  
Europa Server (<http://europa.eu.int>).

Veröffentlicht durch die Europäische Kommission, Generaldirektion XXIII - Direktion  
D - Koordinierung von Gemeinschaftsmaßnahmen und konzertierte Aktionen auf dem  
Gebiet Tourismus  
Rue de la Loi 200 - B 1049 Brüssel

Oktober 1998

Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.