

Landtag Mecklenburg-Vorpommern

8. Wahlperiode

Wirtschaftsausschuss

Stellungnahme

des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e. V.

zur

öffentlichen Anhörung des Wirtschaftsausschusses am 19. Oktober 2023,

Themenblock „Wirtschaft, Tourismus, Arbeit“

im Rahmen der Beratungen zum Doppelhaushalt 2024/2025

des Landes Mecklenburg-Vorpommern

Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur, Energie, Tourismus und Arbeit

Schriftliche Stellungnahme in Vorbereitung der öffentlichen Anhörung im Rahmen der Beratungen zum Doppelhaushalt 2024/2025 des Landes Mecklenburg-Vorpommern am 19. Oktober 2023 in Schwerin

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Tobias Weitendorf, Geschäftsführer

Fragenkatalog

1. **Das Land Mecklenburg-Vorpommern wendet nicht unerhebliche Mittel auf, um die industrielle Wettbewerbsfähigkeit zu stärken sowie strukturpolitisch bedeutsame Wirtschaftszweige zu etablieren, auszubauen bzw. zu erhalten. Sehen Sie die aufgewandten Mittel effektiv eingesetzt oder gibt es Ihrer Ansicht nach Verbesserungspotential? Bitte zeigen Sie Verbesserungsmöglichkeiten auf. (0602 Allgemeine Bewilligungen, 533.01)**
 - Es geht in Zeiten von – global betrachtet – hohen Beschäftigungs- und Wertschöpfungspotenzialen insbesondere im Dienstleistungssektor nicht vorrangig um die industrielle, sondern um die **gesamtheitliche Wettbewerbsfähigkeit Mecklenburg-Vorpommerns**.
 - Das Land muss den Anspruch erfüllen, zur Verfügung stehende Mittel bestmöglich zu bündeln und für die Zukunftsfähigkeit von potenziellen Innovations- und (qualitativen) Wachstumsbereichen einzusetzen. Hierzu zählt auch die in Mecklenburg-Vorpommern **beständig beschäftigungs- und wertschöpfungsintensive Tourismuswirtschaft**, die zudem einen **maßgeblichen Beitrag für die Lebensqualität** im Land beisteuert.
 - Stärken stärken: In einer ganzheitlichen strategischen Positionierung und Vermarktung Mecklenburg-Vorpommerns kann und sollte die **Querschnittsbranche Tourismus** eine wesentliche, treibende und andere Bereiche stärkende (Leit-)Funktion übernehmen.
 - Auch im Kontext einer aus unterschiedlichen Gründen notwendigen stärkeren **Internationalisierung** des Landes Mecklenburg-Vorpommerns kann und sollte der Tourismus wesentliche Funktionen übernehmen.

2. **Die Mittel der Standort- und Energieoffensive dienen der Finanzierung besonders innovativer Ansätze und Maßnahmen zur Investorengewinnung sowie die Vermarktung des Industriestandortes Mecklenburg-Vorpommern. Insbesondere sollen Maßnahmen finanziert werden, die der überregionalen Präsentation des Wirtschaftsstandortes Mecklenburg-Vorpommern dienen und die Wahrnehmbarkeit einzelner Branchen und Industriestandorte nach außen stärken. Welche Vermarktungsansätze sind nach Ihrer Erfahrung besonders vorzugswürdig, um die beschriebenen Ziele zu erreichen? (0602 Allgemeine Bewilligungen, 682.02)**
 - Erforderlich erscheint eine strategische Gesamtpositionierung unter **Berücksichtigung aller Potenzialbranchen** Mecklenburg-Vorpommerns, sowohl im Dienstleistungs- als auch im Fertigungssektor.

3. Welche Maßnahmen sind aus Ihrer Sicht im Rahmen der im Haushalt eingestellten Gelder für die „Innovationsförderung zugunsten der Werften in Mecklenburg-Vorpommern“ sinnvoll bzw. geeignet, den Hafenstandort MV als Ganzes zu stärken?
4. Sind die im Haushalt veranschlagten Mittel zur Planung und Umsetzung von Wasserstoffprojekten aus Ihrer Sicht ausreichend?
5. Wie beeinflussen die steigenden Baumaterialkosten die Baubranche in unserem Land und welche Maßnahmen sollte die Landesregierung ergreifen, um die Baubranche zu unterstützen?
6. Welche Auswirkungen haben die gestiegenen Lebensmittelkosten auf lokale Unternehmen, insbesondere in der Lebensmittelbranche, und wie könnte die Landesregierung hier eingreifen?
7. **Die steigenden Energiekosten belasten Unternehmen erheblich. Welche Strategien sollten von der Landesregierung verfolgt werden, um die Energiekosten zu stabilisieren oder zu senken?**
 - Steigende Energiekosten führen zu erhöhten Betriebskosten der touristischen Betriebe, einhergehenden Preiserhöhungen sowie Angebotsanpassungen (u. a. höhere Zimmerpreise, verkürzte Öffnungszeiten) und **gefährden die Nachhaltigkeitsbemühungen** in der Tourismusbranche. Es besteht die Gefahr der **Service-, Angebots- und Arbeitsplatzreduktion**, um Kosten zu sparen.
 - Dabei hängt die Tourismusbranche von Preissteigerungen in vielen Bereichen (Energie, Waren, Personal, Logistik etc.) ab und muss diese an Kunden/Gäste weitergeben, um bei insgesamt eher niedrigen Margen in der Gewinnzone zu wirtschaften.
 - Preissteigerungen haben negative Auswirkungen auf die Attraktivität MVs als Reiseziel und **gefährdet so die wirtschaftliche Entwicklung touristischer Unternehmen**.
 - Stark erhöhte Energiekosten im Vergleich zu anderen (internationalen) Reisezielen können die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche MVs erheblich negativ beeinflussen.
 - Es sollten Strategien zur Stabilisierung bzw. Senkung der Energiekosten realisiert werden, die auf eine nachhaltige Entwicklung und Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit abzielen, u. a.:
 - **Modernisierung der Energieinfrastruktur** im Tourismussektor, u. a. durch den Ausbau erneuerbarer Energiequellen und die Verbesserung der Energieeffizienz
 - Subventionen und finanzielle Anreize für Unternehmen für Investitionen in **energieeffiziente Technologien und Praktiken**
 - landesseitige **Investitionen in Forschung und Entwicklung von Energietechnologien**
8. **Inwieweit haben die Personalkosten und der Mangel an Fachkräften die Wirtschaft beeinflusst, und welche Maßnahmen kann die Landesregierung ergreifen, um die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften zu verbessern?**
 - **Rund jedes zweite Tourismusunternehmen im Land leidet unter einem Mangel an Arbeitskräften.** Insbesondere in der Gastronomie hat sich die Situation verschärft (TMV Branchenbefragung 08|2023).
 - Den betroffenen Unternehmen fehlen im Schnitt 31 Prozent an Aushilfskräften, 29 Prozent an Teilzeitkräften, 23 Prozent an Auszubildenden und 22 Prozent an

- Vollzeitkräften.
- Folgen u. a.: **Anpassungen der Angebots-/Produktpalette** (77 Prozent umgesetzt oder in Planung), **Reduzierung der Öffnungs- oder Erreichbarkeitszeiten** (68 Prozent umgesetzt oder in Planung)
 - Verschiedene Stellen sind hier in der Verantwortung Maßnahmen zu ergreifen:
 - Branche: Schaffung attraktiver Arbeitsbedingungen
 - Gemeinden: Unterstützung des Zuzugs von Arbeitskräften durch gute Lebens- und Wohnbedingungen
 - **Politik: Förderung der Fachkräftegewinnung aus dem In- und Ausland, Herstellen von Wettbewerbsvorteilen durch erhöhte Attraktivität des Landes zum Leben, Wohnen und Arbeiten**
9. **Die Inflation hat in letzter Zeit zugenommen. Wie könnte die Landesregierung Unternehmen dabei unterstützen, die steigenden Kosten zu bewältigen und gleichzeitig wettbewerbsfähig zu bleiben?**
- s. Antwort auf Frage 7
10. Mit steigenden Leitzinsen sind höhere Finanzierungskosten verbunden. Welche Schritte könnte die Landesregierung unternehmen, um Unternehmen beim Umgang mit diesen Kosten zu helfen?
11. **Welche langfristigen Strategien empfehlen Sie der Landesregierung, um die Widerstandsfähigkeit der Wirtschaft gegenüber zukünftigen Konjunkturkrisen zu stärken?**
- Stärkung des Standortes durch erhöhte **Attraktivität für Menschen im arbeitsfähigen Alter**, die sich für Mecklenburg-Vorpommern als Lebensmittelpunkt entscheiden. Die Qualität von Arbeitsplätzen ist dabei nur ein Faktor; **Aspekte des Kulturellen, Sozialen, des Lebenswerten sowie eine Willkommenskultur** gehören stärker berücksichtigt und in eine Gesamtperspektive und Landesstrategie nach außen (national und zunehmend international) überführt.
12. **Inwieweit könnten Förderprogramme oder Anreize für Unternehmen geschaffen werden, um Investitionen in nachhaltige Praktiken und Innovationen zu fördern?**
- Finanzielle Förderung kann einen erheblichen Anreiz für touristische Unternehmen schaffen, Investitionen unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit zu realisieren.
 - Touristische Förderung sollte auf eine **gesetzliche Grundlage in Form eines Tourismusgesetzes** gestellt werden. Dieses sollte die Prämissen zukünftiger Förderung (was wird gefördert, wie/in welchem Umfang wird gefördert) definieren.
 - Durch einen gesetzlichen Rahmen zur Förderung von Unternehmen und Stakeholdern, die sich bspw. mittels **Zertifikaten/Prädikaten am touristischen System beteiligen**, würden transparente Anreize geschaffen, in nachhaltige Praktiken zu investieren.
13. **Wie könnte die Landesregierung den regionalen Handel unterstützen und fördern, um lokale Unternehmen zu stärken und die Wirtschaft anzukurbeln?**
- Durch klare Förderrichtlinien, die **regionale Wertschöpfungskreisläufe** vorrangig oder besser ausschließlich berücksichtigen.

14. Welche Rolle könnten digitale Transformation und Technologie in der Bewältigung der wirtschaftlichen Herausforderungen spielen und wie könnte die Landesregierung Unternehmen in dieser Hinsicht unterstützen?

Die Fragen 15 und 16 richten sich an die Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH.

15. Wie schätzt Invest in MV die Investitionsquote des Doppelhaushaltes im Vergleich zu anderen Ländern ein?
16. Stärkt dieser Haushaltsentwurf für Invest in MV den Wirtschaftsstandort MV und wo sehen Sie gegebenenfalls Handlungsbedarf?

Die Fragen 17 bis 19 richten sich an die BioCon Valley GmbH.

17. Wie bewertet die BioCon Valley GmbH die eigene finanzielle Ausstattung im Doppelhaushalt 2023/2024?
18. Wo liegen nach Ihrer Einschätzung die Schwerpunkte für die kommenden Jahre bei der Entwicklung der Gesundheitswirtschaft?
19. Sieht die BioCon Valley GmbH ausreichend finanzielle Möglichkeiten durch den Doppelhaushalt, diese Schwerpunkte in den nächsten Jahren voranzutreiben?
20. **Wie bewerten Sie den Umfang der im Doppelhaushalt vorgesehenen Mittel im Rahmen der GRW-Förderung und sehen Sie Änderungen zur Förderung in der Vergangenheit? Sowie:**
21. **Wie bewerten Sie die Wirksamkeit/Effizienz der von der Landesregierung eingesetzten GRW-Mittel hinsichtlich der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes MV?**
 - Der TMV begrüßt die Pläne seitens des Bundes zur Beibehaltung/Nicht-Kürzung der Förderung der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) als zentrales Element der regionalen Strukturpolitik. In diesem Zusammenhang ist auch das Engagement des Landes zum Erhalt der GRW-Förderung in ungefähr gleicher Größenordnung wie zuvor zu loben. **Fast die Hälfte der für MV ausgereichten GRW-Mitteln fließt in touristische Projekte.**
 - Mit jährlich etwa 120 bis 130 Millionen Euro GRW-Fördermitteln trägt das Land nennenswert dazu bei, Investitionsvorhaben in strukturschwache Regionen zu realisieren, Standortnachteile auszugleichen, eine **klimaneutrale und nachhaltige Wirtschaftsstruktur zu fördern** und damit einhergehend die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts und damit auch des Tourismuslandes MV zu festigen.
22. Wie bewerten Sie in diesem Zusammenhang speziell das im Doppelhaushalt vorgesehene Sofortprogramm Berufliche Schulen Ost?
23. Wie bewerten Sie die Leistungsfähigkeit/Wirksamkeit der von der Gesellschaft für Struktur- und Arbeitsmarktentwicklung mbH (GSA) umgesetzten Maßnahmen zur Stärkung des Arbeitsmarktes in MV?

24. **Wie bewerten Sie die aktuelle wirtschaftliche Situation im Tourismussektor Mecklenburg-Vorpommerns?**

- Der Tourismussektor MVs hat einen **überdurchschnittlich hohen wirtschaftlichen Stellenwert** – sowohl beim Branchenvergleich innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns als auch beim Deutschlandvergleich der wirtschaftlichen Relevanz des Tourismus.
- Die Bruttowertschöpfung durch Tourismus bewegt sich in vergleichbarer Höhe zur Exportquote des Landes.
- Mit einem Anteil von rund zehn Prozent am Primäreinkommen leistet die Tourismusbranche einen erheblichen direkten Beitrag zur Wirtschaftsleistung des Landes. Die indirekten und begleitenden Effekte gehen noch einmal deutlich darüber hinaus.
- Beschäftigungswirkung: Rund 150.000 Personen in MV beziehen ihr durchschnittliches Primäreinkommen durch den Tourismus (die aktuellen Zahlen zum Wirtschaftsfaktor werden am 27.10.23 veröffentlicht).
- MV verzeichnet die mit weitem Abstand höchste Tourismusintensität bundesweit (Zahl der Übernachtungen im Verhältnis zur Bevölkerungszahl).
- **Mecklenburg-Vorpommern ist vom Tourismus grundiert, und Tourismus sollte noch stärker als Zukunftsfaktor für das Land verstanden und gefördert werden.**

25. **Welche langfristigen Strategien sollte die Tourismusbranche verfolgen, um auf zukünftige Krisen besser vorbereitet zu sein?**

- Um zukünftig (verstärkt) auftretenden Krisen entsprechend vorbereitet begegnen zu können, sollten u. a. die u. g. Handlungsfelder in den Jahren 2024/25 landesseitig operationalisiert werden.
- Die aktuelle Landestourismuskonzeption (2018) sollte durch ein entsprechend **konkretes Handlungs- und Umsetzungskonzept** ergänzt werden. Ein erster Ansatz:

Krise/Herausforderungen (Auszug)	Lösungsansatz
Rollenverständnis & -funktion des Tourismus:	Landesstrategie mit Funktionsbestimmung Tourismus
Klimakrise:	Touristische Anpassungsstrategien, Emissionsreduktion
Arbeitskräftemangel:	Fachkräftestrategie, Tourismusakademie MV, Know-How-Transfer, Gründertum, Nachfolgeregelungen
Stagnierende Nachfrage:	Zielgruppe Westdeutschland, neue Generationen
Nachhaltige Finanzierung touristischer Aufgaben:	Tourismusgesetz (Grundlage vergrößern, zweckgebundener Mitteleinsatz, überörtliche Kooperationen, Förderung)
	s. Antwort auf Frage 47
Professionelle Destinationsmanagementstrukturen:	Regelung über Tourismusgesetz: Entwicklung zukunftsfähiger Strukturen, Überführung

	Modellregionen
Mobilität/Erreichbarkeit:	Ladeinfrastruktur, Zugverbindungen, E-Mobilität
Innovation/Digitalisierung:	Strategisches Daten- & Wissensmanagement als Grundlage der Arbeit
Internationalisierung:	Konsequente internationale Ausrichtung, stärkere Vernetzung mit anderen Bereichen, Befähigung der Branche
Neue Zielgruppen/sich verengender Markt:	Anpassung von Produkt & Ansprache
Tourismusakzeptanz der Einheimischen:	Lebensgrundlagen verbessern, Verträglichkeit, Besucherlenkung, Partizipation
Wettbewerb/Resilienz:	Dynamisches Gegensteuern

26. **Wie können kleinere Gemeinden und ländliche Gebiete vom Landestourismus profitieren?**

- Vielen Kommunen im ländlichen Raum stehen **bisher keine/keine hinreichenden Finanzierungsinstrumente** zur Verfügung, um: (a) das bestehende touristische Angebot weiterzuentwickeln, (b) mit dem bestehenden Angebot möglichst viele Elemente der Servicekette abzudecken und somit für Wertschöpfung zu sorgen sowie (c) die Vernetzung und Einbindung in lokale und regionale Kooperationsstrukturen zu fördern.
- Seit 2021: neue Möglichkeit der Prädikatisierung als „Tourismusort“ bzw. „Tourismusregion“ nach KurortG MV zur Einführung einer Kurabgabe (bisher 37 Tourismusorte, 1 Tourismusregion)
- **Die Potenziale des Tourismus im ländlichen Raum müssen voll ausgeschöpft werden, um die Zukunftsfähigkeit ländlicher Regionen in Mecklenburg-Vorpommern zu sichern.**
- **Daher bedarf es zwingend einer stabilen und nachhaltigen Tourismusfinanzierung.**

27. **Welche langfristigen Ziele und Visionen hat die Tourismusbranche für Mecklenburg-Vorpommern, und wie kann der Landtag dabei helfen, diese zu realisieren?**

- Vision: Mecklenburg-Vorpommern ist eine der profiliertesten Urlaubsmarken Deutschlands. Einwohner und Gäste leben und erleben den Freiraum, den die (neue) Urlaubsmarke verspricht.
- Mission: Die Landestourismusorganisation (LTO) entwickelt, profiliert und führt die Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern gemeinsam mit den touristischen Akteuren im Land. Top-Markenerlebnisse mit internationalen Anspruch werden sichtbar gemacht. Die Identifikation der Einwohner, Unternehmen und Gäste mit der Marke wird durch ein fokussiertes Destinations- und Kampagnenmanagement gefördert.
- Landesregierung: Der Tourismus sollte als ein wesentlicher Wirtschafts- und Zukunftsfaktor für Mecklenburg-Vorpommern erkannt werden, dessen Stabilität seinen Mehrwert definiert. Ein starker und qualifizierter **Tourismusstandort erhöht die Wirtschafts- und Lebensqualität in Mecklenburg-Vorpommern.**
- Die überproportional hohe Bedeutung des Tourismus für das Land Mecklenburg-Vorpommern sollte sich **strategisch geregelt in den Themen der Finanzierung, der Organisationsstrukturen und der Markenführung** widerspiegeln.

Wie steht es um die Nachhaltigkeit im Tourismussektor und welche Fortschritte wurden in Bezug auf umweltfreundliche Praktiken erzielt?

- Den Tourismus zukunftsfähig zu gestalten, bedeutet, ihn zugleich umweltschonend und nachhaltig auszurichten. Das ist ein Trend, nach dem auch die Gäste zunehmend die Entscheidung für ihr Reiseziel ausrichten; zudem ist es Erfordernis der gesellschaftlichen Transformation, die auch im MV-Tourismus noch stärker geführt und konzentriert werden sollte.
- Qualität und Nachhaltigkeit werden aktiv in einem strategischen Gesamtansatz des TMV bearbeitet und bei der Tourismusedwicklung klar fokussiert. **Top-Markenerlebnisse eines naturnahen und nachhaltigen Qualitätstourismus** werden zukünftig noch konsequenter sichtbar gemacht.
- TMV-Umsetzungsbeispiele (Auszug):
 - **Nachhaltigkeitsleitfaden für das Urlaubsland** mit Praxistipps, Checklisten, schnellen Maßnahmen, Best Practice-Beispielen: [Link](#)
 - **Nachhaltigkeitsleitfäden für touristische Anbieter**: [Link](#)

28. Welche Herausforderungen sehen Sie bei der Förderung des nachhaltigen Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern?

- Die Ausrichtung der Tourismusförderung auf eine nachhaltige Tourismusgestaltung und -ausrichtung ist zwingend notwendig.
- Die Förderpolitik im Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern sollte **stärker zur Steuerung des touristischen Systems** genutzt werden. Sie sollte so aufgebaut sein, dass Impulse für die Bevölkerung und für Arbeitskräfte zur Fördervoraussetzung in allen Bereichen und bei jeder einzelnen Maßnahme werden.
- Die **Bedingungen für eine Fördermittelvergabe** für die lokale und regionale Ebene müssen definiert werden und sollten hierbei an der Strategie einer qualitativen, nachhaltigen und einwohnerorientierten Entwicklung orientiert sein.
- Hierfür bedarf einer **gesetzlichen Grundlage in Form eines Tourismusgesetzes**. Dieses sollte die Prämissen zukünftiger Förderung (was wird gefördert, wie/in welchem Umfang wird gefördert) definieren.

29. Welche Bedeutung hat die Digitalisierung im Tourismussektor und welche Chancen bietet sie?

- Die Digitalisierung ist ein wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Querschnittsprozess. Sie betrifft und **unterstützt alle Aufgaben der touristischen Akteure** im Land.
- Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern hängt in einigen Bereichen der Entwicklung nach und braucht weiteren Anschub, um Aufholprozesse für Digitalisierung und Datenmanagement zu forcieren, die dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit dienen.
- Digitalisierung erfolgt, um im **Wettbewerb mithalten zu können**, insbesondere in den Feldern Nachhaltigkeit, Fachkräfte und Kundenansprache.
- Mit digitalen Werkzeugen wird ein wichtiger Beitrag zu einer **höheren Aufenthaltsqualität** für die Gäste geleistet und die **Arbeitsprozesse im Tourismus effizienter** gemacht.
- Es müssen **überfällige Investitionen in zukunftsfähige Werkzeuge** für die DMOs und KMUs der Branche getätigt werden. Der Return on Investment wird erst richtig groß, wenn diese Werkzeuge stetig genutzt und gepflegt werden. Dies ist mit einer geeigneten Basisfinanzierung sicherzustellen.

- **Tourismus in MV kann und sollte ein wesentliches Anwendungsfeld für digitale Innovationen und für die Transformation sein.**
30. **Gibt es besondere Maßnahmen zur Förderung von naturbasiertem Tourismus und Outdoor-Aktivitäten?**
- s. Frage 28
 - Im Kontext der Förderung eines naturnahen Tourismus fokussiert der TMV für die kommenden Jahre u. a. eine **landesweite Qualitäts- und Nachhaltigkeitsentwicklung** durch: (a) Herausstellung herausragend nachhaltiger Angebote, Anbieter und Regionen, (b) Vorantreiben von Zertifizierungen, (c) Unterstützung innovativer Mobilitätslösungen, (d) Umsetzung von Weiterbildungen, Umsetzungsvorlagen und eines Nachhaltigkeitsnavigators sowie (e) Maßnahmenentwicklung zum Emissionsausgleich
 - Im Kontext von Outdoor-Aktivitäten entwickelt der TMV insb. **Rad-, Wander- und Wasserprojekte** weiter (u. a. Fernradweg Berlin-Kopenhagen, Naturparkweg).
31. **Welche Marketingstrategien werden eingesetzt, um die Attraktivität der Region für Touristen zu steigern?**
- Das **breite Aufgabenspektrum des TMV** beinhaltet: (1) Tourismuskommunikation für das Urlaubsland MV und seine Angebote, (2) Tourismusentwicklung, (3) Mitwirkung an und Beratung der Tourismuspolitik, (4) Umsetzung der Landestourismuskonzeption sowie (5) Interessenvertretung für die Tourismuswirtschaft
 - Die **Marketingstrategie des TMV** umfasst hierbei u. a.:
 - Weiterentwicklung der Urlaubsmarke „Mecklenburg-Vorpommern. Das Urlaubsland“. Die neue **Marken- und Kommunikationsstrategie** präsentiert MV als erstklassiges Land zum Urlaub machen mit Spitzen-Expertise im Tourismus. [Link](#)
 - Die **(MV-)Kampagne** hat sich in den letzten fünf Jahren zum stärksten gemeinsamen Auftritt des Urlaubslandes MV entwickelt. Es ist zugleich die **reichweitenstärkste Kampagne des Landes**. Eigens produzierter Content wird in einem zeitgemäßen Mediamix mit einer guten Evaluierbarkeit crossmedial (360 Grad) und fokussiert auf die passenden Zielgruppen (Gäste) und Quellmärkte ausgespielt. [Link](#)
 - Steigerung von Image und Bekanntheit des Urlaubslandes in **internationalen Märkten** mit passgenauen Maßnahmen für die relevanten Zielgruppen (Gäste) mittels der aktuell überarbeiteten **Internationalen Strategie für das Urlaubsland MV**.
 - Neben dem TMV als Landestourismusorganisation (LTO) präsentieren die sieben Destinationen sowie Kommunen und Städte über drei Ebenen mittels individueller Strategien und Maßnahmen das Urlaubsland MV mit seinen Unterregionen als attraktives Urlaubsziel.
 - Die **Kampagne für das Urlaubsland MV** könnte in ihrer Ausrichtung und Professionalität zukünftig eine der **Lokomotiv- und Treiberfunktionen für die Darstellung eines gesamtheitlich positionierten Mecklenburg-Vorpommerns** bilden. Der Tourismus hat in der Außenwahrnehmung die mit Abstand höchste Zugkraft, womit auch verbundene sowie andere Branchen des Landes stärker profitieren können.
32. **Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen der Tourismusbranche und der Bildungseinrichtungen in der Region aus?**
- Für die fachliche Begleitung und enge Zusammenarbeit zwischen Tourismusbranche und

Bildungseinrichtungen hat die Landesregierung u. a. eine **Arbeitsgruppe Tourismusakademie** gegründet. Der Kreis der Teilnehmenden setzt sich aus Expertinnen und Experten vom Land, aus verschiedenen Interessenvertretungen, Unternehmen, Aus- und Weiterbildungsakteuren sowie Hochschulen zusammen.

- Für die Erarbeitung der **Fachkräftestrategie MV** (Säulen: Qualifizierung von Fachkräften, Sicherung und Ausschöpfung von Erwerbspotenzialen, Gewinnung von Fachkräften aus dem In- und Ausland, Schaffung attraktiver Arbeitsbedingungen) setzt sich der 40-köpfige Expertenbeirat aus Vertreterinnen und Vertretern der Bundesagentur für Arbeit, von Unternehmensverbänden und Wirtschaftskammern, Gewerkschaften sowie einzelnen Unternehmen zusammen.

Die Fragen 34 und 35 richten sich an den Tourismusverband Mecklenburg- Vorpommern e. V.

33. Wie bewertet der Tourismusverband MV e. V. die finanzielle Ausstattung der Projektförderung im Doppelhaushalt 2023/2024?

- Hinweis: Doppelhaushalt 2024/25
- Die **essenzielle und alternativlose Institutionalisierung zumindest der Kernbereiche** des TMV wird im Doppelhaushalt 2024/25 erreicht, ohne welche die umfängliche und stetig komplexere Arbeit der Landestourismusorganisation (vormals Landesmarketingorganisation) nach innen und außen in den kommenden Jahren nicht zu leisten wäre. Aufgrund des Entfalls bzw. der erheblichen Reduzierung der EFRE-Förderung müssen die finanziellen Grundlagen abgesichert und nachhaltig untersetzt werden.
- Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Landestourismusorganisation jeweils ungefähr hälftig **Kommunikationsaufgaben (national/international)** sowie **Entwicklungsaufgaben für die Tourismusbranche** (u. a. Akzeptanz, Qualität, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Qualifizierung) übernimmt und ihr Portfolio in den vergangenen Jahren transformationsbedingt deutlich ausgeweitet hat.
- Die erreichte Institutionalisierung wesentlicher Teile der Arbeit wird als wichtiger Fortschritt gesehen, der Sicherheit und Stabilität für Teile der Aufgaben und des qualifizierten Personals bietet.
- Auch zukünftig muss ein wichtiger Teil des Aufgabenportfolios des TMV über Landesmittel realisiert werden, um den Anforderungen der Transformation in diesem Kernwirtschaftsbereich in Mecklenburg-Vorpommern entsprechen zu können. Die Aufgabenerfüllung sollte **über die mittelfristige Finanzplanung hinaus gesichert** werden.
- Zielstellung bleibt, dass **über Landesmittel finanzierte Daueraufgaben** (u. a. Qualität, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Akzeptanz, Gesundheit, Barrierefreiheit) **dauerhaft finanziert** und abgesichert werden können.
- Darüber hinaus wird sich der TMV aufgrund der Vielfalt und Komplexität der Anforderungen auch in der neuen, 2024 startenden Fondsförderperiode um EU-Projektförderung (z. B. über EFRE) bemühen.

34. Welchen Fokus legt der Tourismusverband in den kommenden Jahren in der Projektförderung?

- Zukünftige Arbeitsschwerpunkte des Landestourismusverbandes ergeben sich aus dem Konzept „LTO 2030: Zukünftige Ausrichtung und Aufstellung der Landestourismusorganisation in Mecklenburg-Vorpommern“:
 - Fokus: **Urlaubsmarke** mit ihren Spitzenleistungen und TOP-Angeboten

- **Nachhaltigkeit und Qualität** als fundamentale Prinzipien des Handelns der Landestourismusorganisation
 - außengerichtete Marktbearbeitung: **Ansprache von spitz definierten Zielgruppen** (Gäste) auch in internationalen Quellmärkten
 - innengerichtete Marktbearbeitung: konsequente Ausrichtung auf die **Entwicklung und Qualifizierung der Stärken** des Landes und seiner touristischen Leistungsträger sowie auf Strukturbildung im Tourismusland MV
 - Insbesondere im Kontext der zunehmend wichtigeren **internationalen Marktbearbeitung** wird eine weitergehende stärkere Mittelausstattung nötig.
35. **Welche Initiativen werden ergriffen, um die Ausbildung und Qualifizierung von Arbeitskräften im Tourismus zu verbessern?**
- Fachkräftestrategie der Landesregierung (Landesebene)
 - Einführung einer Tourismusakademie MV (Landesebene)
 - individuelle Initiativen von Bildungsträgern, Kommunen und Landkreisen
 - Entwicklung von Kommunikationsformaten u. a. mit der Bundesagentur für Arbeit
 - stetige Branchenkommunikation und -information
36. **Welche Rolle könnte eine Tourismusakademie bei der Bereitstellung von Fachkräften für den Tourismussektor übernehmen und wie könnte ihre Effektivität gesteigert werden?**
- Es braucht eine **moderne touristische Bildung auf hohem Niveau mit Praxisbezug** in MV.
 - Die Tourismusakademie MV (TAK) soll als Dach- und Managementorganisation einen wichtigen Beitrag zur **Eigenrekrutierung** touristischer Fach- und Arbeitskräfte sowie **Vernetzung und Optimierung der Qualifizierungsmaßnahmen** im Land leisten.
 - Ziel der TAK soll es sein, Abgänge zu kompensieren und neue Impulse zu setzen (Trendforschung).
 - Daraus soll mittelfristig u. a. auch ein heute nicht vorhandener Wettbewerbsvorteil für die beschäftigungsintensive Tourismusbranche gegenüber anderen Tourismusregionen erarbeitet werden.
 - Die **Beteiligung heimischer Anbieter und Unternehmen** ist dabei elementar.
 - Eine enge Verzahnung der TAK mit der Fachkräftestrategie des Landes ist unerlässlich.
 - Die TAK wird das Arbeitskräfteproblem nicht alleinig lösen können. Es bedarf Reformen im Bereich der Rahmenbedingungen touristischer Arbeit (Lohn, Arbeitszeiten, Wohnmöglichkeiten, Vereinbarkeit mit Familie, Saisonarbeit, Akademisierungsgrad der Bevölkerung, Internationalität, Willkommenskultur etc.).
37. **Welche Auswirkungen haben die steigenden Mieten und der Wohnraummangel auf die Beschäftigten im Tourismus?**
- Steigende Mieten und Wohnraummangel wirken sich auf **Beschäftigte (im Tourismus), die Unternehmen im Land** und das **Bundesland MV als Lebensraum** aus. Die Folgen sind u. a.:
 - erschwerter Zugang der/potenzieller Arbeitskräfte zu erschwinglichem Wohnraum
 - Personal-mangel in Unternehmen und einhergehend erhöhte Arbeitsbelastung für verbleibende Mitarbeiter
 - Beeinflussung der Lebensqualität (Mieten nehmen erhöhten Einkommensanteil ein)

- Verlust der Attraktivität MVs als Arbeits- & Lebensraum
 - ausbleibende langfristige Bindung der Arbeitskräfte an MV
38. Welche Maßnahmen ergreifen Sie bzw. würden Sie dabei unterstützen, Wohnraum für Ihre Angestellten zu schaffen bzw. zu finden?
39. **Wie sieht die touristische Infrastruktur aus und welche Investitionen sind notwendig, um sie zu verbessern?**
- Die touristische Infrastruktur dient der Erfüllung touristischer Grundbedürfnisse und variiert innerhalb MVs – zwischen Destinationen, Städten und ländlichem Raum.
 - Sie beinhaltet typischerweise: Unterkünfte, Transport/Verkehrsnetz, Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen, Gastronomie und Unterhaltung, Touristinformationen, Dienstleistungen und Services.
 - Aktuell sind die touristischen Aufgaben in MV – dies betrifft in starkem Maße auch die **touristische Infrastruktur – nicht stabil finanziert.**
 - Die heutige Qualität der touristischen Infrastruktur lässt sich ohne adäquate Finanzierungsmöglichkeiten **nicht entsprechend halten bzw. ausbauen.**
 - Eine sich verschlechternde Infrastruktur- & Angebotsqualität führt zu **einer rückläufigen Gästezufriedenheit und Nachfrage** mit direktem Einfluss auf die Unternehmen im Land. Die Aussichten und Chancen für unternehmerischen Erfolg sinken.
 - **Es bedarf einer nachhaltigen Finanzierung der touristischen Infrastruktur für den Erfolg im MV-Tourismus** (s. Antwort auf Frage 47).
 - **Zudem ist für die Querschnittsbranche Tourismus in vielen Bereichen und auf allen Ebenen (Land, Landkreise, Kommunen) ein Abbau von Bürokratie- und Verwaltungsaufwand notwendig, um die Infrastruktur- und Angebotsqualität zu sichern und bestenfalls auszubauen.**
40. **Welche Rolle spielt der Tourismus bei der Erhaltung des kulturellen Erbes und der traditionellen Handwerkskunst der Region?**
- Der Tourismus **trägt durch starke Nachfrageeffekte wesentlich zum Erhalt des kulturellen Erbes und der traditionellen Handwerkskunst in MV bei**, Gründe hierfür u. a.:
 - Bewahrung kultureller Identität, Werte und Fertigkeiten sowie Vermittlung von Kultur, Traditionen und (Kunst-)Handwerksfertigkeiten an Gäste
 - Einnahmengenerierung und wirtschaftliche Anreize für (traditionelle) Handwerker, Künstler, Kulturschaffende usw.
 - Erhalt von historischen Stätten, Denkmälern, Museen und Kultureinrichtungen
 - kultureller Austausch zwischen Besuchern und Einheimischen mit wichtigem Beitrag zu Verständnis und Wertschätzung
41. **Wie werden lokale Gemeinschaften in die Entscheidungsfindung und Entwicklung des Tourismussektors einbezogen?**
- Zur fachlichen Vorbereitung und Umsetzung von Zielen der Landestourismuskonzeption und tourismuspolitischer Schlüsselprojekte ist ein Tourismusbeauftragter eingesetzt worden. Seine Arbeit wird durch einen **Beirat für Tourismus** begleitet und mitgeprägt. Der Beirat berät in touristischen Fragen von **landesweiter und strategischer Bedeutung**. Er

- besteht aus 30 Mitgliedern, hier u. a. VertreterInnen aus Gemeinden sowie Tourismusregionen und -orten.
- Für die fachliche Begleitung wurden verschiedene **Arbeitsgruppen** (Tourismusgesetz, Tourismusdestinationen, Tourismusakademie) gebildet. Auch hier sind u. a. VertreterInnen aus Gemeinden sowie Tourismusregionen und -orten eingebunden.
 - Darüber hinaus: Reguläre Einbindung in Gemeindevertretungen **in lokalen und überörtlichen Gremien**, die die Tourismusentwicklung steuern.
 - Verbandsarbeit des TMV mit Wirkung in regionale und lokale Ebene
42. Welche Förderinstrumente nutzen Unternehmen und Gemeinden in Mecklenburg, um Investitionen in den Tourismus zu unterstützen und wie wirksam sind diese?
43. Welche Erfahrungen haben Unternehmen gemacht, die bereits Fördermittel für Tourismusprojekte beantragt haben? Gibt es spezifische Herausforderungen oder Hindernisse?
44. **Wie könnte die bestehende Förderlandschaft verbessert werden, um den Bedürfnissen von Unternehmen und Gemeinden besser gerecht zu werden und die Tourismusentwicklung zu beschleunigen?**
- s. Antwort auf Frage 29
 - Es bedarf einer **gesetzlichen Fördergrundlage mit Hilfe eines Tourismusgesetzes**. Hier sollten die Prämissen zukünftiger Förderung (was wird gefördert, wie wird gefördert) für die lokale und regionale Ebene definiert sein.
45. Welche Förderinstrumente werden besonders gut angenommen und welche Relation von Mittelvolumen zu Verwaltungsaufwand weisen diese auf?
46. **Welche Maßnahmen – insbesondere finanzpolitischer Natur – sind aus Ihrer Sicht erforderlich, um den Tourismus im Land wettbewerbsfähiger aufzustellen?**
- Die Stärkung des Tourismus ist als vorrangige Aufgabe in Mecklenburg-Vorpommern definiert.
 - Ohne eine flächendeckende Tourismusfinanzierung der Kernaufgaben im Tourismus verschlechtert sich die Angebotsqualität insgesamt. Dies führt zur Abnahme der Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Tourismusregionen sowie auch zu einem Rückgang von Wirtschaftskraft und Lebensqualität in Mecklenburg-Vorpommern.
 - Um die heutige Qualität des touristischen Angebots und der Infrastruktur entsprechend halten und ausbauen zu können, braucht es **adäquate Finanzierungsmöglichkeiten**.
 - Für die flächendeckende Stärkung des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern ist deshalb eine **sichere und zukunftsfähige Tourismusfinanzierung** notwendig, die über ein Tourismusgesetz erreicht werden kann.
 - Das Tourismusgesetz soll die zuverlässige und hinreichende Tourismusfinanzierung in Mecklenburg-Vorpommern auf eine bindende Rechtsgrundlage stellen. Ein Tourismusgesetz soll:
 - die Finanzierung wesentlicher Aufgaben des Tourismus in MV (Infrastruktur, Angebote) durch eine Vergrößerung der Grundlage sichern
 - einen touristisch zweckgebundenen Mitteleinsatz definieren,
 - die Strukturierung der Tourismusdestinationen in MV ordnen,

- überörtliche Kooperationen fördern, sowie
 - eine qualitative, nachhaltige und einwohnerorientierte Fördermittelvergabe definieren.
 - Die **nachhaltige Finanzierung touristischer Aufgaben und Infrastrukturen ist elementar wichtig** für den Erfolg im Tourismus, die übergreifende Standortentwicklung, eine positive Imagebildung und aktive Wirtschaftsförderung, um ein lebenswertes Umfeld für die Bewohner*innen des Landes zu bieten.
 - Zudem sollte die **Förderpolitik im Tourismus** in Mecklenburg-Vorpommern stärker zur Steuerung des touristischen Systems mit eindeutigen Impulsen für die Bevölkerung und für Arbeitskräfte (Fördervoraussetzung) in allen Bereichen orientiert werden. Diese ist an der Strategie einer qualitativen, nachhaltigen und einwohnerorientierten Entwicklung auszureichten.
47. **Wie schätzen Sie die Fachkräftesituation bzw. den Fachkräftemangel in MV ein? Sowie:**
48. **Wie hat sich der Fachkräftemangel in unserem Land in den letzten Jahren entwickelt und welche Branchen sind am stärksten betroffen?**
- Es herrscht ein hoher Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften im Tourismus – einer Branche, die vom persönlichen Kontakt und zwischenmenschlichen Begegnungen lebt.
 - Allein 215.000 Arbeitskräfte haben das Gastgewerbe in Deutschland pandemiebedingt verlassen (Basis: Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die 2020 den Beruf gewechselt haben, Institut der Deutschen Wirtschaft auf Datenbasis Bundesagentur für Arbeit).
 - Branchenumfrage des TMV (August 2023):
 - **41% der befragten Beherbergungsbetriebe und 71% der Gastronomiebetriebe in MV sind vom Arbeitskräftemangel betroffen.**
 - Insbesondere im **Housekeeping (53%), im Service (50%), in der Küche (45%) und an der Rezeption (31%)** fehlen den Unternehmen Mitarbeitende.
 - Speziell bei der Gewinnung internationaler Arbeitskräfte wird Unterstützung benötigt, u.a. durch: Hilfestellungen bei bürokratischen Prozessen der Einwanderung; Unterstützung bei der Akquisition und Vermittlung von internationalen Arbeitskräften; Unterstützung bei lebenspraktischen Alltagsfragen für Zugezogene, z. B. Wohnraum, KiTa, Schule; Unterstützung bei der Vermittlung von Sprachkursen
49. Welche Aufgaben sollten aus Ihrer Sicht zur Gewinnung von Fachkräften Welcome Center im Land übernehmen und in welchem Umfang würde eine Landesunterstützung erforderlich sein, um diese Aufgaben zu erfüllen?
50. Im Vergleich zu anderen Bundesländern: Wie bewerten Sie die Ausrichtung der Welcome Center in MV?
51. **Wie sehen Sie die zukünftige Rolle der Welcome Center im Land?**
- Die Welcome Center in Mecklenburg-Vorpommern leisten einen wichtigen Beitrag bei der Vermittlung und Integration (inter-)nationaler Arbeitskräfte.
 - Insbesondere im Internationalisierungskontext könnte es mittelfristig zielführend sein, die Leistungen der Welcome Center mit dem Leistungsportfolio einer Tourismusakademie (Kooperation) zu kombinieren bzw. zu verbinden.
 - Die Aufgabe einer Tourismusakademie soll es u. a. sein soll, das bestehende Angebot im

Land zu bündeln, um die Arbeitskräftesituation im Tourismus zu verbessern.

52. Welche Funktion sollten die Welcome Center Ihrer Ansicht nach bei der Fachkräftestrategie des Landes übernehmen?
53. **Was muss Ihrer Meinung nach passieren, damit MV attraktiver für Rückkehrende, Binnenwanderer aus anderen Bundesländern, Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, Urlauberinnen und Urlauber (als potenzielle Fachkräfte) sowie Zuwanderer aus EU-Mitgliedstaaten beziehungsweise Drittstaaten wird?**
- MV als attraktiveres Land zum Leben, Urlaub machen und Arbeiten zu gestalten, hängt von einer Vielzahl von wirtschaftlichen und sozialen Faktoren ab, die direkten **Einfluss auf die Lebensqualität und beruflichen Möglichkeiten** nehmen, u. a.:
 - **Arbeitsmarkt:** attraktive Jobmöglichkeiten, berufliche Perspektiven, Verfügbarkeit von Arbeitsplätzen, angemessene Gehälter, Arbeitnehmerrechte und -schutz
 - **lebenswertes Umfeld:** erschwinglicher Wohnraum, Gesundheitsversorgung, Verkehrsanbindung, öffentlicher Verkehr/Infrastruktur/Telekommunikation, Kita- & Schulplätze, Freizeitmöglichkeiten, kulturelles Angebot etc.
 - **Erhalt des (touristischen) Angebots für Einheimische & Gäste:** Landschaft, Natur, touristische Infrastruktur inkl. Freizeiteinrichtungen, Aktivitätsinfrastruktur, Beherbergung, Gastronomie, Versorgung, Information etc.
 - **Geschäftsumfeld:** Förderung von Innovationen, Unternehmertum und Gründertum
 - **ausländische Fachkräfte:** Bürokratieabbau (Aufenthalt, Arbeitserlaubnis), ein Umfeld, das unterschiedliche Kulturen und Hintergründe willkommen heißt, Sprach- und Integrationsprogramme
54. **Was sind Ihrer Ansicht nach die wichtigsten Maßnahmen im Land, um die Fach- und Arbeitskräftesituation kurzfristig bzw. langfristig zu verbessern?**
- Es bedarf **Reformen im Bereich der Rahmenbedingungen touristischer Arbeit**, um das Arbeitskräfteproblem zu lösen.
 - Um die Attraktivität der Branche zu erhöhen und qualifizierte Mitarbeiter*innen zu halten, bedarf es Reformen/Maßnahmen u. a. im Kontext der Arbeitsmarktflexibilität, Aus- und Weiterbildung, familienunfreundlicher Arbeitszeiten und flexibler Arbeitszeitmodelle, der internationalen Zusammenarbeit, der Förderung von Gründertum, Innovationen & Entwicklung sowie der Förderung der Entwicklung von Branchen und Regionen, die von Arbeitskräftemangel betroffen sind.
55. **In Bezug auf die Fachkräftegewinnung: Welche Anwerbestrategien wären effektiv, um qualifizierte Fachkräfte in unser Land zu ziehen?**
- Maßnahmen entspr. Frage 54
56. Welche Maßnahmen zur Fachkräfteförderung könnten dazu beitragen, das Image des Handwerks zu stärken und mehr junge Menschen für eine handwerkliche Ausbildung zu gewinnen?
57. Wie schätzen Sie die Erfolgchancen einer Imagekampagne für das Handwerk ein, ähnlich

der bayerischen Initiative "Ausbildung macht Eltern stolz"? Glauben Sie, dass eine solche Kampagne auch in Mecklenburg-Vorpommern erfolgreich sein könnte?

58. Ist die kostenlose Meisterausbildung eine realistische Option, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen und welche finanziellen Auswirkungen hätte dies auf die Landesregierung?
59. **Welche Strategien könnten ergriffen werden, um mehr Schülerpraktika in Unternehmen zu fördern und so die Berufsorientierung junger Menschen zu stärken?**
- Schülerpraktika insbesondere in touristischen Unternehmen können einen Beitrag leisten, die **Berufsorientierung** junger Menschen zu unterstützen und die **Branche potenziell mit qualifiziertem Nachwuchs zu versorgen**.
 - Strategieoptionen beinhalten u. a.: (1) Verstärkter Kooperationsaufbau zwischen Schulen und touristischen Unternehmen (2) Mentoring-Programme & erleichterter Zugang zu Praktikumsplätzen, (3) Karriereberatung & Informationsveranstaltungen zu Berufsmöglichkeiten im Tourismus, (4) Integration von Schülerpraktika in Lehrpläne
 - Der TMV bietet in Regelmäßigkeit Einblicke in die Arbeit des Verbandes im Rahmen von mehrwöchigen Schüler*innen-, Auszubildenden- und Studierendenpraktika.
60. **Kann die Digitalisierung, Automatisierung, Robotik und Künstliche Intelligenz (KI) dazu beitragen, den Fachkräftemangel zu kompensieren? Wenn ja, welche spezifischen Initiativen könnten die Landesregierung und Unternehmen ergreifen, um diese Technologien zu fördern?**
- Digitalisierung, Automatisierung, Robotik und Künstliche Intelligenz (KI) können dazu beitragen, den Fachkräftemangel im Tourismus in Anteilen zu kompensieren. Dies kann **zeitaufwändige und/oder repetitive Tätigkeiten** umfassen (z. B. Automatisierung von Routineaufgaben, Chatbots, Big Data-Analysen, Roboter in der Hotellerie etc.)
 - Die menschliche Arbeitskraft kann so auf zwischenmenschliche, kreative und strategische Aufgaben gerichtet werden.
 - Initiativen zur Förderung dieser Technologien: (1) **Finanzielle Anreize** für Unternehmen, die in Automatisierung, KI und Robotik investieren, (2) Investitionen in **Weiterbildungen** zur effektiven Nutzung neuer Technologien, (3) **Förderung von Forschung und Entwicklung** in den Bereichen KI und Robotik, (4) vermehrt **Kooperationen zwischen Unternehmen und Hochschulen/Ausbildungsstätten** zur Gewinnung von Arbeitskräften, (5) regulatorische Rahmenbedingungen zur **erleichterten Integration von KI und Robotik** in der Tourismusbranche bei gleichzeitiger Berücksichtigung von Datenschutz- und Sicherheitsfragen
61. Welche Aus- und Weiterbildungsprogramme sind erforderlich, um die Qualifikationen der vorhandenen Arbeitskräfte an die Anforderungen der modernen Industrie anzupassen?
62. Wie könnte die Landesregierung Unternehmen ermutigen, in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter im Bereich der Digitalisierung und KI zu investieren?
63. **Welche langfristigen Strategien schlagen Sie vor, um sicherzustellen, dass unser Land auch in Zukunft über ausreichend qualifizierte Fachkräfte verfügt und wirtschaftlich wettbewerbsfähig bleibt?**

Qualifizierung von Fachkräften:

- Es braucht eine **moderne touristische Bildung auf hohem Niveau mit Praxisbezug** unter Beteiligung heimischer Anbieter und Unternehmen in MV.
- Eine **Tourismusakademie MV als Dach- und Managementstruktur** soll – eng verzahnt mit der Fachkräftestrategie des Landes – einen wichtigen Beitrag leisten, Abgänge zu kompensieren, die Eigenrekrutierung touristischer Arbeitskräfte zu sichern sowie die Qualifizierungsmaßnahmen im Land zu optimieren.
- Zusätzlich braucht es **Reformen im Bereich der Rahmenbedingungen** touristischer Arbeit.

Sicherung der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit:

- s. Antwort auf Frage 47
- Der Tourismussektor MVs hat einen **überdurchschnittlich hohen wirtschaftlichen Stellenwert**.
- Die **nachhaltige Finanzierung touristischer Aufgaben und Infrastrukturen ist elementar wichtig** für den Erfolg im Tourismus, die übergreifende Standortentwicklung, eine positive Imagebildung und aktive Wirtschaftsförderung, um ein lebenswertes Umfeld für die Bewohner*innen des Landes zu bieten.
- Für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit Mecklenburg-Vorpommerns ist eine **sichere und zukunftsfähige Tourismusfinanzierung** notwendig, die über ein Tourismusgesetz erreicht werden kann.