

Awareness-Kampagne #HerzUnsererGesellschaft

Inhalt des Politikbriefs

Editorial 2

Zahlen, die überzeugen: Die Gastwelt als wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Anker 3

Gemeinsame Strategie für die Bundestagswahl: Zweiter Verbände-Roundtable der Gastwelt 5

Food-Truck-Event vor dem Bundestag: #HerzUnsererGesellschaft meets das Herz der Demokratie 6

Treiber für Attraktivität und Lebensqualität: Die Zukunft der Innenstädte und die Rolle der Gastwelt 7

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

in dieser dritten Ausgabe unseres Politikbriefs berichten wir über den aktuellen Stand sowie kürzlich stattgefundenen Events unserer Awareness-Kampagne **#HerzUnsererGesellschaft** und beleuchten die zentrale Rolle der Gastwelt für Wirtschaft und Gesellschaft anhand von aktuellen Zahlen. Diese belegen eindrucksvoll, wie stark unser Dienstleistungssektor als wirtschaftlicher Motor wirkt und welchen Wert er für jeden einzelnen hat. Zudem richten wir den Fokus auf die Zukunft der Innenstädte und die Rolle der Gastwelt bei der Transformation der Stadtzentren.

Wir blicken noch einmal zurück auf das erfolgreiche Food-Truck-Event vor dem Bundestag, bei dem Politiker und Akteure der Gastwelt im direkten Austausch standen, sowie unseren Verbände-Roundtable, der Mitte Oktober in Berlin stattfand.

Wir laden Sie ein, gemeinsam mit der Gastwelt an nachhaltigen Lösungen zu arbeiten, die Planungssicherheit schaffen und die Zukunft dieses wichtigen Dienstleistungssektors sichern. Steuerliche Klarheit, vereinfachte Einwanderungsverfahren und eine starke politische Unterstützung sind entscheidend, um die Gastwelt auch künftig als wirtschaftlichen Motor und sozialen Treffpunkt zu erhalten. Lassen Sie uns durch gezielten Dialog und politische Maßnahmen die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen.

Mit besten Grüßen,
Ihre



Homeira Amiri
Sprecherin der Kampagne



Kemal Üres
Sprecher der Kampagne

Zahlen, die überzeugen

Die Gastwelt als wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Anker

Mit über 6 Millionen Beschäftigten und einem Beitrag von 11 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt ist die Gastwelt ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Deutschland. Doch ihr Einfluss geht weit darüber hinaus. Sie prägt den Alltag der Bürger und spielt eine zentrale Rolle für das gesellschaftliche Miteinander: ein unverzichtbarer Anker für Wirtschaft und Gesellschaft, der politische Unterstützung verdient.

Der Dienstleistungssektor Gastwelt – bestehend aus Tourismus, Travel, Hospitality, Foodservice und Freizeitwirtschaft – ist ein bedeutender Bestandteil der deutschen Wirtschaft und spielt eine zentrale Rolle im Alltag der Bürgerinnen und Bürger. Mit rund **6,18 Millionen Beschäftigten arbeiten 13,5 Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland in der Gastwelt**, d.h., mehr als jede achte Erwerbsperson verdient ihren Lebensunterhalt in diesem Dienstleistungssektor.

Die Gastwelt als Wirtschaftskraft

In Deutschland gibt es über **250 000 Betriebe in diesem Dienstleistungssektor, was etwa 8 Prozent aller Betriebe im Land entspricht**. Zusammen erwirtschafteten sie im Jahr 2023 beeindruckende **453,1 Milliarden Euro, was wiederum 11 Prozent des deutschen Bruttoinlandsprodukts (BIP) ausmachte**. Dies verdeutlicht, dass die Gastwelt ein bedeutender Wirtschaftsmotor ist, dessen Beitrag zur Volkswirtschaft weit über die bloße Schaffung von Arbeitsplätzen hinausgeht.

Neben der direkten Wirtschaftskraft leistet die Gastwelt auch einen erheblichen Beitrag zu den öffentlichen Finanzen. Während der Staat **15,9 Milliarden Euro in Form von Subventionen und Gehältern in diesen Sektor investiert, generierte die Branche 2019 fast 50 Milliarden Euro an Staatseinnahmen**. Diese positive Bilanz verdeutlicht den finanziellen Nutzen für den Staat.

Die Bedeutung der Gastwelt zeigt sich besonders in ihrer engen Verbindung zum Reisesektor: **95 Prozent der in der Beherbergungsbranche produzierten Leistungen und 70 Prozent der Leistungen in der Gastronomie** sind direkt vom Reiseverkehr abhängig. Das macht die Branche zu einem bedeutenden Wirtschaftsmotor und einem Katalysator für andere Sektoren – insbesondere in strukturschwachen Regionen, in denen touristische Angebote die lokale Entwicklung stärken.



Dienstleistungssektor Gastwelt

6,18 Mio. Beschäftigte

Der Dienstleistungssektor Gastwelt bietet Millionen Menschen eine **stabile Erwerbsgrundlage**, direkt und indirekt. Diese Arbeitsplätze bieten Einkommen und Integrationsmöglichkeiten.

(WTC 2024)

250 000 Betriebe

(8 Prozent) aller deutschen Unternehmen sind Teil des Dienstleistungssektors Gastwelt.

Die Gastwelt prägt den Alltag der Menschen und Orte

Die Gastwelt verpflegt täglich etwa 18 Millionen Menschen außer Haus – in Krankenhäusern, Schulen, Kitas, Mensen, Kantinen und Seniorenheimen. Die Bereitstellung dieser Dienstleistungen ist für den reibungslosen Ablauf des Alltags in vielen gesellschaftlichen Bereichen unabdingbar und unterstreicht die soziale Bedeutung des Sektors.

Eine weitere Zahl verdeutlicht neben der wirtschaftlichen Bedeutung die omniprésente Rolle der Gastwelt im Alltag: In Deutschland hat im Durchschnitt jede Person alle acht Minuten einen Berührungspunkt mit der Gastwelt. Sei es in Restaurants, Cafés, bei Dienstreisen, oder in Freizeitparks – die Gastwelt ist allgegenwärtig und prägt das tägliche Leben in Städten und Gemeinden.

Fazit

Die Gastwelt ist ein wesentlicher Teil des gesellschaftlichen Lebens in Deutschland.

Die Gastwelt ist nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, sie trägt zur Lebensqualität bei, daher ist es entscheidend, dass politische Rahmenbedingungen geschaffen werden, die die Gastwelt unterstützen und ihre wichtige Rolle sichern. Der Dienstleistungssektor Gastwelt verdient es, als unverzichtbarer Bestandteil der deutschen Wirtschaft wahrgenommen und wertgeschätzt zu werden – als starker Anker, der auch die Lebensqualität in Deutschland nachhaltig stärkt.



WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG & BEDEUTUNG

453,1 Mrd. Euro Jahresumsatz

erzielte der Dienstleistungssektor im Jahr 2023, das sind **elf Prozent vom Bruttoinlandsprodukt (BIP)**.

(WTTC 2024)

STAATLICHE EINNAHMEN & AUSGABEN

15,9 Mrd. Euro

staatliche Ausgaben in Form von Subventionen und Gehältern.

(Destatis 2021a)

Die Gastwelt generierte 2019:

fast 50 Mrd. Euro Staatseinnahmen

BEDEUTUNG FÜR ANDERE WIRTSCHAFTSZWEIGE

95 Prozent

der produzierten Leistungen in der **Beherbergungsbranche** hängen von Reisen ab.

7/10

der produzierten Leistungen in der **Gastronomiebranche** hängen von Reisen ab.

(EU-Kommission 2022b)



Gemeinsame Strategie für die Bundestagswahl

Zweiter Verbände-Roundtable der Gastwelt

Beim zweiten Verbände-Roundtable der Gastwelt wurden Strategien entwickelt, um die politischen Interessen der Branche für die Bundestagswahl 2025 zu positionieren. Eine starke Zusammenarbeit der Verbände soll sicherstellen, dass die Anliegen der Gastwelt politisch noch mehr Gehör finden.

Mitte Oktober 2024 trafen sich zahlreiche Verbände und Organisationen der Gastwelt und Tourismuswirtschaft zu ihrem zweiten Verbände-Roundtable in Berlin. Die von der Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG) ins Leben gerufene Initiative, die auf einem von der Hoteldirektorenvereinigung (HDV) ausgerichteten Branchentag im März 2023 basiert, zielt darauf ab, die Abstimmung und Zusammenarbeit der Verbände zu verbessern, um die politischen Interessen der Gastwelt in Berlin effektiver zu vertreten.

Strategische Vorbereitung auf die Bundestagswahl 2025

Im Fokus des Roundtables im Oktober stand die inhaltliche Vorbereitung auf die Bundestagswahl 2025 und die Frage, wie die Anliegen des Dienstleistungssektors mit seinen 6,18 Mio. Mitarbeitenden in den Wahlprogrammen der Parteien verankert werden können. Wie schon beim ersten Treffen im April verdeutlichte die große Bandbreite der angemeldeten Organisationen die Vielfalt von Tourismuswirtschaft und Gastwelt.

Kampagne #HerzUnsererGesellschaft zeigt Wirkung

Dr. Marcel Klinge, Vorstandssprecher der DZG, hob die Notwendigkeit der Kooperation hervor: „Wir müssen die Zusammenarbeit der Verbände intensivieren, um mehr politisches Gewicht zu erlangen.“ Er verwies auf eine Umfrage unter Bundestagsabgeordneten, bei der 68 Prozent der Befragten die Zersplitterung der Gastwelt als Hindernis für eine effektive politische Kommunikation nannten. Als „Blaupause“ für die Zusammenarbeit der Verbände führte Klinge die im Juni gestartete Awareness-Kampagne #HerzUnsererGesellschaft an, die von 50 Bündnispartnern unterstützt wird. Die noch bis Ende des Jahres laufende Kampagne sei bereits jetzt ein voller Erfolg und habe gezeigt, dass man gemeinsam viel erreichen könne. „Die Breite der Allianz, inklusive Gewerkschaften, hat entscheidend dazu beigetragen, dass die Kampagne so viel Aufmerksamkeit erzeugen konnte“, betonte Klinge.

Ausblick und nächste Schritte

Bis November 2024 soll ein Rahmen-Wahlprogramm mit über 30 gemeinsamen und branchenspezifischen Ideen und Forderungen finalisiert werden. Die Beteiligten sind sich einig: Nur durch geschlossenes Auftreten und eine enge Zusammenarbeit können die Herausforderungen der Gastwelt erfolgreich angegangen und in die politische Diskussion eingebracht werden. Das nächste Roundtable-Treffen ist für Mai 2025 im Rahmen des Gastwelt-Summits in Berlin geplant.



Food-Truck-Event vor dem Bundestag

#HerzUnsererGesellschaft meets das Herz der Demokratie

Am 10. September 2024 fand vor dem Reichstag die jährliche Food-Truck-Aktion der Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG) statt. In diesem Jahr war das Event auch Teil der branchenübergreifenden Awareness-Kampagne #HerzUnsererGesellschaft, die von ca. 50 Verbänden und Organisationen aus Tourismus, Travel, Hospitality, Foodservice & Freizeitwirtschaft unterstützt und von der Gewerkschaft NGG flankiert wird.



Mit rund 400 Gästen – darunter zahlreiche Bundestagsabgeordnete, Mitarbeitende aus den Abgeordnetenbüros sowie Fraktions- und Ministeriumsbeamte – war das Event ein voller Erfolg. Vor dem Hintergrund der Landtagswahlen in Sachsen und Thüringen nutzten wir die Veranstaltung auch, um die Frage aufzuwerfen, wie die Gastwelt zum demokratischen und gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen kann.

Die Gastwelt war mit mehreren Dutzend Akteur*innen prominent vertreten, darunter die Co-Sprecher der Kampagne, Homeira Amiri und Kemal Üres, sowie die drei bekannten Nachwuchsköche Clara Hunger (Sous-Chefin Tulus Lotrek Berlin, 1 Michelin-Stern), Maurizio Oster (Inhaber und Küchenchef ZEIK Hamburg, 1 Michelin-Stern) und Jan-Philipp Berner (Sölring Hof Sylt, 2 Michelin-Sterne). Ein Highlight des Events war wie in den vergangenen Jahren die Verpflegung durch die „Guerilla Chefs“ um Simon Kolar. Die Aktion wurde außerdem von „The Chefs’ Stories“ um Antonia Wien und Lars Ammer sowie dem „Frischeparadies“ und vom „Food Service Innovation Lab“ by Dussmann tatkräftig unterstützt.

Zentrale Forderungen an die Politik

Im Rahmen des Events formulierten wir fünf zentrale Forderungen an die Politik, darunter steuerliche Entlastungen, vereinfachte Zuwanderungsregelungen für Fachkräfte und schlagkräftigere politische Strukturen durch eine Bündelung und Verankerung der Tourismuspolitik auf höchster ministerieller Ebene. Die Forderungen zielen darauf ab, die wirtschaftliche Resilienz und die gesellschaftliche Funktion der Gastwelt langfristig zu sichern. Denn die Gastwelt leistet nicht nur für die Wirtschaft, sondern auch für den gesellschaftlichen und sozialen Zusammenhalt einen unentbehrlichen Beitrag. Um diese wichtige Funktion aufrechtzuerhalten, bedarf es stabiler Rahmenbedingungen. Nur so kann die Gastwelt auch in Zukunft ein Ort der Begegnung sein und dadurch einen Beitrag zur Stärkung unserer Demokratie leisten.

Treiber für Attraktivität und Lebensqualität

Die Zukunft der Innenstädte und die Rolle der Gastwelt

Der stationäre Handel steht zunehmend unter Druck: Leerstände und die Konkurrenz des Online-Handels bedrohen auch die Lebendigkeit der Innenstädte. Damit Stadtzentren lebenswerte, multifunktionale Orte bleiben, braucht es innovative Ansätze. Die Gastwelt trägt entscheidend zur Lebensqualität in den Städten bei, indem sie Begegnungsorte schafft und das soziale Miteinander fördert. Eine nachhaltige Zukunft der Innenstädte kann jedoch nur durch die enge Zusammenarbeit aller Akteure gelingen – von Politik und Wirtschaft über Wissenschaft bis hin zu Kultur und Gesellschaft.

Die Innenstädte erleben einen tiefgreifenden Wandel, der gerade den stationären Handel betrifft, allen voran die großen Kaufhausketten. Viele Läden müssen schließen, was den Besuchswert der Innenstädte reduziert und letztlich zu einer Verödung der öffentlichen Räume führen kann. Diese Entwicklung betrifft auch andere städtische Dienstleister wie Gastronomie, Hotellerie und kulturelle Einrichtungen, die von einer belebten Innenstadt abhängig sind.

Innenstädte als multifunktionale Räume

Die Lösung kann nur darin liegen, sich des Problems anzunehmen und die Innenstädte lösungs- und zukunftsorientiert neu bzw. anders zu denken. Verschiedene Studien zur Stadtentwicklung heben hervor, dass eine Neugestaltung der Innenstädte unterschiedliche Anforderungen an Mobilität, Aufenthalt und Nutzung integrieren muss. So betont beispielsweise die Fraunhofer-Studie „#elasticity – Experimentelle Innenstädte und öffentliche Räume der Zukunft“ aus dem Jahr 2021, dass die Multifunktionalität der Innenstädte, die aus historischer Perspektive schon immer ein Kernmerkmal der Innenstädte war, auch in Zukunft essenziell sein wird.

Die Gastwelt spielt dabei eine wesentliche Rolle, denn sie ist Anziehungspunkt und schafft Begegnungsräume, die Menschen zusammenbringen und zum Verweilen in der Innenstadt einladen. Laut einer Stu-

die von METRO und dem IFH Köln, ebenfalls aus dem Jahr 2021, ist die Gastronomie für viele – insbesondere für jüngere Menschen, die zunehmend online einkaufen – ein wichtiger Grund, um Innenstädte zu besuchen. Ein gutes gastronomisches Angebot steigert zudem der Studie zufolge nicht nur den Erlebniswert und das Image der Innenstadt, sondern trägt auch zur Attraktivität für Touristen bei.

Gastwelt bietet Mehrwert für Lebensqualität und Standortattraktivität

Die Attraktivität einer Innenstadt hängt somit stark von den Erlebnissen und der Aufenthaltsqualität ab, die sie bietet. Restaurants, Cafés und andere Freizeiteinrichtungen ermöglichen Erlebnisse, die über das bloße Einkaufen hinausgehen und ein lebendiges Ambiente schaffen. Untersuchungen zeigen zudem, dass Fachkräfte bei der Standortwahl nicht nur berufliche Perspektiven, sondern auch ein ansprechendes Lebensumfeld und hohe Lebensqualität einbeziehen. Die Gastwelt trägt somit maßgeblich zur Standortattraktivität und zur Lebensqualität der Städte bei und wird zu einem bedeutenden Faktor für die Revitalisierung der Innenstädte.

Gemeinsame Verantwortung für die Zukunft

Eine nachhaltige Entwicklung der Innenstädte erfordert das Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Gesellschaft. Kommunen und Stadtplaner sind gefordert, zusammen mit diesen Akteuren innovative Konzepte umzusetzen. Der Strukturwandel bietet in der Krise auch die Chance, Innenstädte als multifunktionale, lebendige Orte zu gestalten, die den Anforderungen an moderne Arbeits- und Lebenswelten gerecht werden. Investitionen in die Innenstädte sind Investitionen in die Zukunft – sie schaffen lebenswerte Räume und attraktive Standorte, die Menschen langfristig anziehen.

<https://iao.fraunhofer.de/de/presse-und-medien/aktuelles/innenstadt-der-zukunft-als-multifunktionale-elasticity.html>, <https://politik.metroag.de/themen/selbstaendige-unternehmer/metro-innenstadinitiative?dt=20210817>



Lassen Sie uns im Gespräch bleiben und unterstützen Sie die Gastwelt, das #HerzUnsererGesellschaft!

Wir stehen Ihnen für persönlichen Austausch und vertiefende Informationen jederzeit zur Verfügung. **Kontaktieren Sie uns unter** das@herz-unserer-gesellschaft.de

Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)

Powered by Union der Wirtschaft e.V.
Chausseestraße 48a, 10115 Berlin
www.herz-unserer-gesellschaft.de

Bei Rückfragen:

Dr. Marcel Klinge, Vorstandssprecher
das@herz-unserer-gesellschaft.de