

Donnerstag, 29. Oktober 2015

P8\_TA(2015)0391

**Neue Herausforderungen und Konzepte für die Förderung des Fremdenverkehrs in Europa****Entschließung des Europäischen Parlaments vom 29. Oktober 2015 zu neuen Herausforderungen und Konzepten für die Förderung des Fremdenverkehrs in Europa (2014/2241(INI))**

(2017/C 355/10)

*Das Europäische Parlament,*

- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Europa — wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus (COM(2010)0352),
  - unter Hinweis auf seine Entschließung vom 27. September 2011 zu „Europa — wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ <sup>(1)</sup>,
  - unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Eine Europäische Strategie für mehr Wachstum und Beschäftigung im Küsten- und Meerestourismus“ (COM(2014)0086),
  - unter Hinweis auf das Grünbuch der Kommission mit dem Titel „Sicherheit touristischer Beherbergungsleistungen“ (COM(2014)0464),
  - unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Bessere Ergebnisse durch bessere Rechtsetzung — Eine Agenda der EU“ (COM(2015)0215),
  - unter Hinweis auf seine Entschließung vom 25. Oktober 2011 zur Mobilität und Integration von Menschen mit Behinderungen sowie zur EU-Strategie zugunsten von Menschen mit Behinderungen 2010–2020 <sup>(2)</sup>,
  - unter Hinweis auf die Entschließung des Rates vom 6. Mai 2003 über die Zugänglichkeit kultureller Einrichtungen und kultureller Aktivitäten für Menschen mit Behinderungen <sup>(3)</sup>,
  - gestützt auf den Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), insbesondere auf Artikel 195,
  - gestützt auf Artikel 52 seiner Geschäftsordnung,
  - unter Hinweis auf den Bericht des Ausschusses für Verkehr und Fremdenverkehr sowie die Stellungnahmen des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz und des Ausschusses für Kultur und Bildung (A8-0258/2015),
- A. in der Erwägung, dass die Maßnahmen, die auf der Ebene der EU gemäß Artikel 195 AEUV ergriffen werden, die Maßnahmen der Mitgliedstaaten im Bereich Fremdenverkehr ergänzen sollten, jedoch unter Ausschluss jeglicher Harmonisierung der Rechtsvorschriften;
- B. in der Erwägung, dass der Fremdenverkehr ein wichtiges potenzielles Wachstumszentrum der europäischen Wirtschaft ist, in dem — wenn man die mit dem Fremdenverkehr in Verbindung stehenden Branchen mit einbezieht — mehr als 10 % des BIP der EU erwirtschaftet werden; in der Erwägung, dass im Fremdenverkehr auch sehr viele Menschen Arbeit finden, denn die Tourismusbranche beschäftigt 13 Millionen Arbeitnehmer und stellt somit mindestens 12 % der Arbeitsplätze in der EU;
- C. in der Erwägung, dass Europa mit einem Marktanteil von 52 % die wichtigste Tourismusregion der Welt ist; in der Erwägung, dass Statistiken zufolge die meisten Auslandsreisen von in der EU ansässigen Personen weiterhin zu Zielen innerhalb der EU unternommen werden, und in der Erwägung, dass die Zahl der in die EU einreisenden Touristen aus aller Welt Prognosen zufolge bis 2025 jährlich um 140 Millionen steigen wird;

<sup>(1)</sup> ABl. C 56 E vom 26.2.2013, S. 41.

<sup>(2)</sup> ABl. C 131 E vom 8.5.2013, S. 9.

<sup>(3)</sup> ABl. C 134 vom 7.6.2003, S. 7.

**Donnerstag, 29. Oktober 2015**

- D. in der Erwägung, dass der Tourismus einen wichtigen sozioökonomischen Faktor in der EU darstellt und weitreichende Auswirkungen auf Wirtschaftswachstum, Beschäftigung und soziale Entwicklungen hat, und in der Erwägung, dass er darum bei der Bekämpfung der derzeitigen Wirtschafts- und Beschäftigungskrise eine entscheidende Rolle spielen könnte;
- E. in der Erwägung, dass die wichtigste maritime Aktivität Europas der Küsten- und Meerestourismus ist, der mehr als ein Drittel der maritimen Wirtschaft ausmacht, mit direkten Auswirkungen auf viele andere Sektoren der europäischen Wirtschaft, und in dem 3,2 Millionen Menschen beschäftigt sind, hauptsächlich junge Menschen zwischen 16 und 35 Jahren; in der Erwägung, dass festgestellt werden sollte, dass dieser Sektor ein Motor für das Wachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen, insbesondere im Atlantik- und Mittelmeerraum, gewesen ist;
- F. in der Erwägung, dass tourismuspolitische Prioritäten zur Umsetzung von mindestens drei Prioritäten der Juncker-Kommission beitragen, nämlich „Nachhaltiges Wachstum und Beschäftigung“, „Ein vernetzter digitaler Binnenmarkt“ und „Ein vertiefter und gerechterer Binnenmarkt“;
- G. in der Erwägung, dass mit den in der Mitteilung der Kommission aus dem Jahr 2010 mit dem Titel „Europa — wichtigstes Reiseziel der Welt“ angekündigten Maßnahmen das ehrgeizige Ziel der Aufrechterhaltung der führenden Stellung Europas als internationales Reiseziel gefördert wird;
- H. in der Erwägung, dass der Fremdenverkehr über keine eigene Haushaltslinie im Haushalt der EU verfügt, und in der Erwägung, dass die Maßnahmen in diesem Bereich auf mehrere Fonds, Pilotprojekte und vorbereitende Maßnahmen verteilt sind;
- I. in der Erwägung, dass sich die Tourismusindustrie in Europa zahlreichen neuen Herausforderungen gegenüber sieht, wie — unter anderem — der Digitalisierung der Vertriebskanäle, der Entwicklung der neuen Wirtschaft des Teilens (Sharing Economy), höherem Wettbewerbsdruck durch aufstrebende, günstigere Drittmarktreiseziele, einem sich wandelnden Verbraucherverhalten, dem Übergang zu einer Erlebniswirtschaft, der Nachfrage nach einem qualitativ hochwertigen Kundendienst, der Notwendigkeit der Anwerbung und Bindung qualifizierter Arbeitskräfte, dem demografischem Wandel und der Saisonabhängigkeit;
- J. in der Erwägung, dass die politischen Entscheidungsträger im Tourismusbereich Herausforderungen, wie etwa den demographischen Wandel und die Saisonabhängigkeit im Tourismus, dadurch bewältigen können, dass sie Produkte und Dienstleistungen entwickeln, die den besonderen Bedürfnissen der zunehmenden Zahl älterer Menschen entsprechen, die in der Nebensaison verreisen können;
- K. in der Erwägung, dass sich KMU im Tourismussektor wegen einer starken Belastung durch Regulierung erheblichen Schwierigkeiten gegenübersehen;
- L. in der Erwägung, dass die Förderung Europas mittels einer eigenen Werbekampagne und Markenstrategie ein wichtiges Instrument für die Stärkung seines Images, seiner Außenwirkung und seiner Wettbewerbsfähigkeit als einer Region mit vielen nachhaltigen und hochwertigen Reisezielen darstellt, wodurch es europäischen Reisezielen ermöglicht wird, sich von anderen internationalen Reisezielen abzuheben, und dazu beigetragen wird, internationale Touristen, insbesondere aus aufstrebenden Drittmärkten, anzuziehen;
- M. in der Erwägung, dass Konflikte nahe der Grenze zur EU, wie beispielsweise in der Ukraine und im Nahen Osten, zusammen mit der Gefahr des Terrorismus negative Auswirkungen auf den Tourismussektor haben und daher Gegenmaßnahmen auf nationaler wie europäischer Ebene erforderlich machen;
- N. in der Erwägung, dass ein nachhaltiger, zugänglicher und verantwortungsbewusster Fremdenverkehr, der mit der Natur, der Landschaft und städtischen Reisezielen in Einklang steht und auf Ressourceneffizienz, nachhaltiger Mobilität und Klimaschutz basiert, dazu beiträgt, insbesondere in Berg- und Küstenregionen sowie auf Inseln die Umwelt zu erhalten und dauerhafte Ergebnisse hinsichtlich des regionalen Wachstums zu erzielen und den steigenden Qualitätsanforderungen von Reisenden zu entsprechen, und dass er den Unternehmen dabei hilft, im Wettbewerb zu bestehen;
- O. in der Erwägung, dass der europäische Kulturtourismus eine wichtige Rolle bei der Förderung der großen kulturellen Vielfalt Europas spielt, die europäische Identität stärkt und den kulturübergreifenden Austausch und ein multikulturelles Verständnis fördert;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

- P. in der Erwägung, dass die Regionen bei der Entwicklung und Umsetzung politischer Strategien im Zusammenhang mit dem Tourismus auf regionaler Ebene eine wesentliche Rolle spielen;
- Q. in der Erwägung, dass die Wirtschaft des Teilens (Sharing Economy) eine Verlagerung auf neue Geschäftsmodelle als Ergebnis einer sich schnell wandelnden neuen Technologie darstellt, und in der Erwägung, dass viele der Akteure in der Sharing Economy zu der Branche der Reisedienstleistungen gehören;
- R. in der Erwägung, dass trotz bruchstückhafter Informationen und der Schwierigkeit, fundierte Schlussfolgerungen zu ziehen, die wirtschaftlichen Auswirkungen der Sharing Economy sehr wahrscheinlich eine positive Wirkung auf das Wirtschaftswachstum und das Wohlergehen haben werden;
- S. in der Erwägung, dass alle Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Fremdenverkehr, einschließlich der Anbieter aus der Sharing Economy, die von den neuesten Online-Werkzeugen Gebrauch machen, der Bereitstellung von hochwertigen Dienstleistungen sowie dem Schutz der Verbraucherrechte höchste Priorität einräumen sollten;
- T. in der Erwägung, dass der Reise- und Tourismussektor eine der Branchen ist, die am stärksten von der Digitalisierung beeinflusst wurde, in der Erwägung, dass dies für die Reiseunternehmen nicht nur in Europa, sondern auch weltweit, eine Reihe von Chancen eröffnet;

### **Handlungsrahmen der Kommission**

1. fordert die Kommission auf, dem Parlament über die Umsetzung ihrer in der vorstehend genannten Mitteilung aus dem Jahr 2010 festgelegten Maßnahmen und die Verwendung der Haushaltsmittel im Rahmen der Strukturfonds und der entsprechenden EU-Programme, insbesondere des Rahmenprogramms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation (CIP) und des Programms für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und für kleine und mittlere Unternehmen (COSME), sowie der entsprechenden Pilotprojekte und vorbereitenden Maßnahmen in Form einer sachbezogenen Überprüfung, einschließlich einer Bewertung der Wirksamkeit von Maßnahmen zur Förderung des Fremdenverkehrs in Europa sowie zur Konsolidierung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismussektors der EU, Bericht zu erstatten;
2. erwartet von der Kommission, dafür zu sorgen, dass die künftige Mittelvergabe für die Schaffung eines günstigen Umfelds für Unternehmen im Tourismussektor der EU aus den verschiedenen Fördermitteln weiterhin möglich bleibt;
3. legt der Kommission dringend nahe, die Möglichkeit zu prüfen, einen Abschnitt innerhalb des nächsten mehrjährigen Finanzrahmens einzurichten, der ausschließlich für den Fremdenverkehr bestimmt ist, weil der Fremdenverkehr besser als eine individuelle wirtschaftliche Tätigkeit hinsichtlich Haushalt und Maßnahmen anerkannt und nicht aus den Haushalten anderer Politikbereiche finanziert werden sollte;
4. erinnert daran, dass die Europäischen Struktur- und -Investitionsfonds (ESI-Fonds) in manchen Mitgliedstaaten immer noch die hauptsächliche Quelle der externen Finanzierung von Tätigkeiten zur Förderung des Fremdenverkehrs darstellen; fordert die Kommission deshalb mit Nachdruck auf, für mehr Transparenz bei der Nutzung der Strukturfonds durch die lokalen Verwaltungen zu sorgen;
5. fordert die Kommission, die Mitgliedstaaten, die Regionen und die für den Fremdenverkehr zuständigen Behörden sowie Unternehmen — insbesondere KMU — auf, die neuen Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des Europäischen Fonds für strategische Investitionen vor allem durch die nationalen und regionalen Investitionsbanken voll und ganz zu nutzen, damit die Tätigkeit der EU zur Förderung des Fremdenverkehrs qualitativ auf einer höheren Ebene angesiedelt wird;
6. fordert die Kommission auf, die Entwicklung von touristischen Musterszenarien im Rahmen des Programms Horizont 2020 zu fördern;
7. fordert die Kommission auf, den Leitfaden zur Unterstützung bei der Finanzierung in die 24 Amtssprachen der EU zu übersetzen, um den Zugang zu Informationen über Finanzierungsmöglichkeiten insbesondere für KMU zu erleichtern, denn der Zugang zur Finanzierung ist eines der Hindernisse, die dieser Sektor überwinden muss;
8. fordert die Kommission auf, unabhängige Sachverständige zu benennen, um die Auswirkungen anderer EU-Politikbereiche auf den Fremdenverkehr zu bewerten und reale und potentielle Bedrohungen des Fremdenverkehrs als Ergebnis von Konflikten in den Nachbarländern und -regionen der EU zu analysieren, und dem Parlament zusammen mit Vorschlägen für Maßnahmen zur Steigerung der positiven Auswirkungen auf den Fremdenverkehr und zur Verminderung der negativen Auswirkungen Bericht zu erstatten;

**Donnerstag, 29. Oktober 2015**

9. erwartet, dass die Kommission eine Übersicht über aktuelle Daten auf der Basis der neuen Verordnung über Tourismusstatistiken vorlegt;
10. stellt fest, dass weitere Anstrengungen erforderlich sind, um ein integriertes Tourismuskonzept zu entwickeln, das sicherstellt, dass die Interessen und Bedürfnisse dieses Sektors bei der Ausarbeitung und Umsetzung anderer EU-Politikbereiche (z. B. Verkehr, ländliche Entwicklung) berücksichtigt werden;
11. fordert die Kommission auf, eine neue Strategie für den Tourismus in der EU vorzulegen, die die Mitteilung von 2010 ersetzt oder aktualisiert;
12. erwartet von der Kommission, dass sie vor dem Hintergrund des nächsten Europäischen Tourismusforums detaillierte Durchführungsmaßnahmen für das neue Paket gemeinsamer Maßnahmen vorlegt;
13. empfiehlt nachdrücklich, dass die Kommission ausreichende Humanressourcen für ihre Tourismuspolitik freistellt, denn der Tourismus ist als ein ausschlaggebender Faktor für Wirtschaftswachstum und Arbeitsplätze in Europa von großer Bedeutung; kritisiert die Tatsache, dass das Thema Tourismus nicht sichtbar genug auf der Internetseite der GD GROW präsentiert wird; empfiehlt auch, diese Website mehrsprachig zu gestalten;
14. unterstreicht die Bedeutung der Abstimmung zwischen den Kommissionsdienststellen;
15. fordert die Kommission nachdrücklich auf, eine Reduzierung der unverhältnismäßig hohen Belastung durch Regulierung, die sich negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit von KMU im Tourismussektor auswirkt, in Erwägung zu ziehen; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, die bestehende Belastung durch Regulierung zu reduzieren und nicht zu erhöhen;
16. erinnert die Kommission daran, dass der Fremdenverkehr ein Schlüsselsektor der europäischen Wirtschaft ist, weshalb es unerlässlich ist, die Abstimmung zwischen den Mitgliedstaaten, regionalen und lokalen Behörden und Finanzinstituten spürbar zu verbessern und Synergien zwischen dem öffentlichen und privaten Fremdenverkehrssektor zu schaffen; fordert die Kommission auf, sich darum zu bemühen, Mechanismen für die wirksame Abstimmung und Zusammenarbeit im Sektor zu ermitteln;
17. vertritt die Ansicht, dass die EU im Rahmen der Kooperations- und Nachbarschaftspolitik Maßnahmen der Zusammenarbeit für den Ausbau des Fremdenverkehrs in Drittländern mit dem Ziel durchführen sollte, eine ausgewogene Wirtschaftsentwicklung in jenen Ländern zu ermöglichen, was gleichzeitig auch dazu beitragen wird, die Spannungen im Nachbarschaftsgebiet abzubauen sowie die Attraktivität der Region und den Zustrom von Touristen in derselben zu erhöhen;
18. vertritt die Ansicht, dass die Ausrufung eines Europäischen Jahres des Tourismus dazu beitragen würde, die Vielfältigkeit des europäischen Tourismus zu fördern und das Profil der verschiedenen, im Tourismussektor tätigen Akteure zu schärfen; fordert die Kommission auf, eine solche Initiative in Erwägung zu ziehen;
19. fordert die Kommission auf, eine Analyse über die Vor- und Nachteile der Schaffung einer Europäischen Agentur für Tourismus vorzulegen;

#### **Markenpolitik/gemeinsame Werbung für Europa als Reiseziel**

20. legt der Kommission dringend nahe, in Zusammenarbeit mit der European Travel Commission (Europäische Reisekommission, ETC), in der sich die nationalen Tourismusorganisationen zusammengeschlossen haben, die Werbung für Europa als der beliebtesten Tourismusregion der Welt im Rahmen eines gemeinsamen europäischen Ansatzes fortzuführen und zu intensivieren; fordert insbesondere die Umsetzung der von der Kommission und der ETC im Februar 2014 auf den Weg gebrachten langfristigen Strategie „Destination Europe 2020“, zu der einige Maßnahmen im Bereich Marketing, Markenpflege und Werbung für Europa als Tourismusregion gehören;
21. fordert insbesondere die Schaffung der Marke „Destination(s) Europe“ (Reiseziel(e) Europa) zur Ergänzung und Stärkung der Werbemaßnahmen der Tourismusorganisationen, die auf nationaler, regionaler, grenzübergreifender und lokaler Ebene tätig sind, und der europäischen Tourismusindustrie zugunsten der Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Reiseziele, insbesondere auf Überseemärkten; betont, dass die Marke „Destination(s) Europe“ einen integrativen Ansatz erfordert, der Vorteile sowohl für etablierte als auch für weniger bekannte europäische Reiseziele bietet und gleichzeitig die inhärente Vielfalt der verschiedenen europäischen Regionen, die von der eigenen territorialen Marke leben, wahrt, und dass sie die Zuständigkeiten der Mitgliedstaaten gemäß Artikel 195 AEUV in vollem Umfang achten muss;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

22. räumt ein, dass gemeinsame Ziele eindeutig festgelegt werden müssen und dass das Potenzial und der Mehrwert der Marke „Destination(s) Europe“ entsprechend den Bedürfnissen und spezifischen Anforderungen, die von den Mitgliedstaaten geäußert wurden, analysiert werden müssen; ist der Ansicht, dass zur Erreichung dieser Ergebnisse weitere tief greifende Konsultationen mit der Industrie, mit Tourismusorganisationen sowie mit regionalen und lokalen Gebietskörperschaften durchgeführt werden müssen; empfiehlt die Erarbeitung eines Markenbuchs, in dem die vereinbarten Modalitäten für die Werbemaßnahmen festgelegt werden;

23. empfiehlt zu prüfen, wie der Privatsektor in die Marketingstrategie für die Marke „Destination(s) Europe“ eingebunden werden kann und wie er finanziell zur Entwicklung und zu den Zielen der Strategie beitragen kann; unterstreicht die Bedeutung öffentlich-privater Partnerschaften und schlägt deshalb die Ausarbeitung eines Programms „Besondere öffentlich-private Tourismuspartnerschaft“ (Special Public-Private Partnership of Tourism, SPOT) vor; fordert die Mitgliedstaaten auf, ihre jeweiligen regionalen und lokalen Gebietskörperschaften in diesen Prozess einzubeziehen und konstruktiv mit der Industrie zusammenzuarbeiten, um diese Ziele zu erreichen;

24. fordert die Stärkung der Marke „Destination(s) Europe“ als familien-, kinder- und generationenfreundlichste Urlaubsregion der Welt;

25. hält es für wesentlich, dass die Sicherheit der Touristen eines der Schlüsselemente der Marke „Destination(s) Europe“ darstellt; fordert deshalb die Behörden der Mitgliedstaaten auf, in enger Zusammenarbeit mit der Kommission Strategien (einschließlich Informationskampagnen für Touristen) auszuarbeiten, deren Ziel es ist, den Touristen einen möglichst sicheren Aufenthalt an den europäischen Reisezielen zu ermöglichen;

26. betont, dass man sich in der Politik stärker der Tatsache bewusst werden muss, dass die Werbung für Europa in Drittländern als Marketinginstrument mit dem Ziel dient, die Zahl der ankommenden Touristen zu steigern, und dadurch dazu beiträgt, wirtschaftliche Vorteile nicht nur den weniger bekannten Reisezielen und Ländern, die mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen haben, sondern auch der EU insgesamt zu verschaffen; vertritt die Ansicht, dass eine strikte Visumpolitik den Zustrom von Touristen aus Drittländern behindert; begrüßt die 2014 von der Kommission vorgestellten Maßnahmen zur Ausstellung neuer Touristenvisa und zur Vereinfachung des Touristenverkehrs im Schengen-Raum; empfiehlt dem Rat in diesem Zusammenhang, kurzfristig zu einer Einigung mit dem Parlament zu gelangen, damit die EU von einem größeren Zustrom von Touristen aus bestimmten Drittländern profitieren kann, in denen es potenziell ein starkes Interesse an einem Besuch der EU gibt;

27. weist erneut darauf hin, dass die EU beginnen sollte, Investitionen zu tätigen, um das Potenzial bevölkerungsstarker Drittländer mit einer aufstrebenden Wirtschaft und insbesondere jenes der BRIC-Länder, aus denen immer mehr Touristen kommen, auszuschöpfen; weist darauf hin, dass Initiativen zur Förderung des Tourismus ergriffen werden müssen und mehr Flexibilität und Einheitlichkeit bei Touristenvisa und Grenzübertritten notwendig ist; betont, dass die Förderung von mehr Plattformen für Touristen, die ein Visum benötigen, bei einer gleichzeitigen umsichtigen Vereinfachung des Visakodex ein wichtiger Beitrag dazu ist, dass mehr Touristen aus Drittländern nach Europa reisen und sich der Bekanntheitsgrad von touristischen Zielen in Europa erhöht; betont, dass Rundreisevisa für Gruppen oder Touristen, die ein bestimmtes Land bereits bereist haben, Potenzial bergen und mehr Abkommen über die Befreiung von der Visumpflicht umgesetzt werden müssen, damit die Touristenströme aus aller Welt optimal ausgeschöpft werden können; vertritt die Auffassung, dass die europäischen Institutionen und die Mitgliedstaaten im Zusammenhang mit der gemeinsamen Visumpolitik eine langfristige Strategie für besser abgestimmte, vereinfachte Verfahren zur Erteilung eines Visums ausarbeiten sollten, dass dabei allerdings die Rechte und Pflichten der Mitgliedstaaten in Bezug darauf gewahrt bleiben müssen, die Einreisen über ihre eigenen Grenzen zu überwachen;

### ***Europaweite und länderübergreifende Fremdenverkehrsprodukte***

28. vertritt die Ansicht, dass öffentliche und private Akteure ihre Anstrengungen zur Entwicklung neuer länderübergreifender und europäischer Tourismusprodukte unter uneingeschränkter Berücksichtigung der Rolle makroregionaler Strategien bei ihrer Entwicklung intensivieren sollten; stellt fest, dass Makroregionen, wie die Makroregion der Adria und des Ionischen Meeres, unverwechselbare natürliche, kulturelle und historische Grundlagen für die Entwicklung dieser Produkte bieten; ruft die öffentlichen und privaten Akteure der makroregionalen EU-Strategien für den Ostseeraum, den Donaauraum, den adriatisch-ionischen Raum sowie den Alpenraum auf, — jeder auf seinem Gebiet — eine gemeinsame Strategie zur Förderung des Fremdenverkehrs auszuarbeiten;

29. unterstützt die internationale Zusammenarbeit bei der Schaffung transnationaler thematischer Routen (auf der Ebene einer Mehrzahl europäischer Länder), mit dem Ziel, die Erlebniselemente, die ein Besuchsmotiv für bestimmte Destinationen (auf Staatsebene definiert) darstellen, zu verstärken, die Mobilität von Touristen während des Urlaubsaufenthalts zu verbessern, einen durchschnittlich höheren Verbrauch zu erzielen sowie die Plattform für die Bewerbung auszuweiten (insbesondere im Zusammenhang mit Besuchern aus Überseeherkunftsmärkten);

**Donnerstag, 29. Oktober 2015**

30. weist darauf hin, dass der internationale Wettbewerb zugenommen hat, weil es mehr und mehr Reiseziele außerhalb Europas gibt; hält es deshalb für unbedingt erforderlich, die Kooperation zwischen den europäischen Reisezielen durch Cluster und Netzwerke im Bereich des Tourismus auf lokaler, regionaler, nationaler und länderübergreifender Ebene und auf Ebene der Meeresbecken zu verstärken;

31. erkennt die Bedeutung länderübergreifender Fremdenverkehrsprodukte für die Förderung des territorialen Zusammenhalts an; ist deshalb davon überzeugt, dass im Rahmen institutionalisierter Zusammenarbeit realisierte Initiativen durch angemessene Anreize unterstützt werden sollten;

32. fordert die Mitgliedstaaten auf, neue Tourismusrouten durch die Sanierung nicht mehr genutzter Gelände, Straßen, Schienenwege, verlassener Wanderwege und alter Wegstrecken zu fördern;

33. fordert die Kommission und die ETC-Mitglieder auf, ihr bestehendes Mandat zu unterstützen, das darin besteht, zu der Entwicklung und Förderung von zielgerichteten länderübergreifenden und europaweiten Tourismusprodukten und -diensten, einschließlich für den Küsten- und Meerestourismus, über ein fortschrittliches, verbessertes und vollkommen zugängliches Portal mit dem Namen „Visiteurope.com“ beizutragen; fordert die Kommission auf, dafür zu sorgen, dass das Portal mit dem Namen „Visiteurope.com“ auch auf allen gängigen mobilen und portablen Endgeräten über eine eigens programmierte Applikation (App) aufgerufen werden kann;

34. fordert die Kommission außerdem auf, ihre Zusammenarbeit mit dem Europarat, der ETC und der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen sowie anderen internationalen Partnern zu stärken, um die Entwicklung europaweiter und grenzübergreifender Tourismusangebote anzukurbeln;

35. betont unter Berücksichtigung des Umstands, dass heutige Verbraucher eher auf der Suche nach einem touristischen Erlebnis als nach einem bloßen Reiseziel sind, dass eine erfolgreiche Marketingstrategie zur Förderung europäischer Tourismusprodukte die Anforderungen verschiedener Reisesegmente und -märkte in Drittstaaten erfüllen muss;

36. betont, dass Reisebüros und -veranstalter die europäische Notrufnummer 112 auf den einschlägigen Websites sowie auf elektronischen Beförderungsscheinen und an den wichtigsten Reisezielen bekanntmachen sollten;

37. begrüßt die Initiative für Sozialtourismus „Calypso“, die es älteren Menschen, jüngeren Menschen, Menschen mit geringeren Einkommen und Menschen mit Behinderungen ermöglicht, außerhalb der Hochsaison Urlaub zu machen; betont, dass diese Initiative die Möglichkeit bietet, das Problem der Saisonabhängigkeit zu lösen, insbesondere an weniger bekannten Reisezielen;

38. glaubt allerdings, dass man sich zur Bekämpfung der Saisonabhängigkeit in Europa stärker auf die Entwicklung zielgerichteter Tourismusprodukte konzentrieren muss, um Reisenden eine spezifische Tourismuserfahrung zu bieten und um ihren spezifischen Bedürfnissen zu entsprechen; fordert deshalb die Kommission auf, die Mitgliedstaaten und die Tourismusindustrie zu ermuntern und zu unterstützen, vielfältigere und stärker zielgerichtete Produkte zu spezifischen Themen zu entwickeln, wie etwa dem ländlichen, kulturellen und industriellen Erbe, Geschichte, Religion, Gesundheit, Spa- und Wellness-Erfahrungen, Sport, Wein und Essen, Musik und Kunst, als Formen von alternativem Tourismus, die dazu beitragen, Mehrwert in dem betreffenden Gebiet dadurch zu schaffen, dass seine Wirtschaft diversifiziert und die Beschäftigung weniger saisonabhängig wird; empfiehlt den Mitgliedstaaten, hierfür EU-Mittel sachgerecht einzusetzen, und fordert die Kommission auf, die Ziele für Maßnahmen im Rahmen des COSME-Programms entsprechend auszuweiten; meint, dass Sport-, Musik- und Kunstfestivals über ein starkes Potenzial zur Mobilisierung von Touristen aus Europa und anderen Regionen verfügen;

39. betont, dass die Vielfalt und der Multikulturalismus Europas über ein großartiges Potenzial für die Entwicklung des thematischen Tourismus verfügen und eine koordinierte Förderung des Alternativen und nachhaltigen Tourismus sowie eines kulturellen Austauschs ermöglichen; fordert Initiativen, die darauf abzielen, Sehenswürdigkeiten miteinander zu verbinden, um auf europäischer, nationaler, regionaler und lokaler Ebene thematische Tourismusprodukte und Reiserouten zu erstellen und somit die Komplementarität und die Besonderheiten der verschiedenen europäischen Sehenswürdigkeiten zu erschließen, um den Touristen bestmögliche Erlebnisse zu bieten;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

40. unterstreicht die Notwendigkeit der Förderung und Hervorhebung des reichen kulturellen Erbes Europas unter Verwendung der UNESCO-Welterbeliste als einem einzigartigen Verkaufsargument aber auch unter Einbeziehung von Stätten, die vielleicht weniger bekannt und nicht so leicht erreichbar sind, besonders angesichts der Tatsache, dass 40 % des europäischen Fremdenverkehrs auf den Kulturtourismus entfallen und dieser damit zu wirtschaftlichem Wachstum, Beschäftigung, sozialer Erneuerung sowie lokaler, regionaler, städtischer und ländlicher Entwicklung entscheidend beiträgt und zugleich die Auswirkungen der Saisonabhängigkeit abmildert; unterstreicht in diesem Zusammenhang auch die Schlüsselrolle von Sponsoring-Aktivitäten zur Pflege des europäischen Erbes und Entlastung der Mitgliedstaaten bei dieser kostenintensiven Aufgabe;

41. betont, dass die Förderung kultureller Veranstaltungen auf verschiedenen Ebenen zur Attraktivität von Tourismuszielen beitragen könnte, und schlägt deshalb vor, die Möglichkeit zu prüfen, einen europaweiten Veranstaltungskalender zu schaffen, der auf dem Portal Visiteurope.com abrufbar ist, um die Touristeninformationsdienste zu verbessern;

42. fordert die nationalen Tourismusorganisationen auf, Initiativen und Gütesiegeln zur Hervorhebung des europäischen Erbes eine angemessene Web-Präsenz zu verleihen und entsprechende Werbeinitiativen und -tätigkeiten zu unterstützen (z. B. das Europäische Kulturerbe-Siegel und die Kulturwege Europas);

43. weist noch einmal auf die Bedeutung der Bewahrung und des Schutzes des Kulturerbes vor den potenziell schädlichen Auswirkungen der durch Tourismus ausgelösten strukturellen Veränderungen und die Risiken hin, die der Massentourismus insbesondere in der Hauptsaison birgt; hält die Qualität der geleisteten Arbeit für wichtiger als ihre Kosten; unterstreicht in diesem Zusammenhang die Rolle, die das Mäzenatentums als Beitrag zur Erhaltung des europäischen Erbes und als Ausgleich für die Kürzungen der öffentlichen Mittel spielen kann, die zu diesem Zweck zur Verfügung gestellt werden;

44. ersucht die Kommission und die Mitgliedstaaten darum, die Maßnahmen zum Schutz von bedrohten Denkmälern und Stätten in Europa umzusetzen, um das Kulturerbe zu schützen und dafür zu werben und auf diese Weise auch den Kulturtourismus zu fördern;

45. unterstreicht die große Bedeutung des Kulturtourismus in Europa für die persönliche Weiterentwicklung und den Erwerb von Kenntnissen, insbesondere bei jungen Menschen, für die Förderung der reichen nationalen und lokalen kulturellen Vielfalt und des kulturellen Erbes Europas, der zum interkulturellen Lernen beiträgt, Gelegenheit zur Vernetzung bietet, die europäische Identität stärkt und Ausdruck europäischer Werte ist;

46. betont das Potenzial des Kulturtourismus für die Armutsbekämpfung; fordert in diesem Zusammenhang die Förderung der Kreativwirtschaft und des ländlichen Tourismus der Mitgliedstaaten, um für den außerordentlichen kulturellen Reichtum Europas zu werben und Armut und Arbeitslosigkeit zu bekämpfen;

47. betont, dass der gemeinsame Kauf von Fahrscheinen und Eintrittskarten als eine Form der Unterstützung kultureller Veranstaltungen vereinfacht werden sollte;

48. betont, dass die große Breite an Sprachen in Europa — Amtssprachen, Ko-Amtssprachen, Minderheitensprachen und weniger bekannte Sprachen — die Grundlage für sein Kulturerbe darstellt und für sich genommen von wesentlicher Bedeutung für einen nachhaltigen verantwortungsbewussten Fremdenverkehr ist;

49. weist auf die Möglichkeiten hin, die bedeutende historische Veranstaltungen und Stätten bieten, wie etwa „Sites of Conscience“, um gegenwärtige Herausforderungen durch einfühlsame Interpretations- und Bildungsprogramme zu bewältigen; unterstützt die Nutzung von Kulturerbe und Tourismus, um den interkulturellen Dialog zu fördern und die Völker Europas einander näherzubringen;

50. weist insbesondere auf das Potenzial des Sporttourismus hin, der einen der dynamischsten Bereiche der zukünftigen touristischen Entwicklung in Europa darstellen kann, und ruft zur Einleitung spezieller politischer Maßnahmen zu dessen Förderung und Unterstützung auf; weist auf die wichtige Rolle der sportlichen Aktivitäten bei der touristischen Attraktivität der europäischen Gebiete hin; unterstreicht die Möglichkeiten, die sich durch die Reisen von Sportlern und Zuschauern im Vorfeld von und während Sportereignissen ergeben, durch die Touristen in die entlegensten Gebiete gelockt werden können; betont, dass das Potenzial des Sporttourismus nicht ausreichend genutzt wird;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

### Qualität

51. ist davon überzeugt, dass im europäischen Fremdenverkehr ein Übergang von einem Modell des quantitativ Wachstums zu einem qualitativen Modell erforderlich ist, das zu stetiger und nachhaltiger Entwicklung führt, und dass es in der Tat notwendig ist, eine Tourismusindustrie aufzubauen, die die Schaffung von mehr qualifizierten Arbeitsplätzen mit ordentlichen Löhnen ermöglicht; ist der Ansicht, dass die wirtschaftliche Diversifizierung in Richtung Fremdenverkehr in ländlichen Gebieten und Küstenregionen Chancen für neue und nachhaltige Arbeitsplätze bietet;

52. räumt ein, dass es Unterschiede in den Qualitätsstandards für Dienstleistungen im Fremdenverkehr gibt, und vertritt die Ansicht, dass Qualitätsstandards als Mittel zur Schaffung gleicher Wettbewerbsbedingungen für die Akteure und zur Erhöhung der Transparenz für die Verbraucher erforderlich sind, denn hierdurch wird dazu beigetragen, das Vertrauen aller Beteiligten zu stärken; fordert alle Akteure auf, die Erörterungen darüber fortzusetzen, wie die EU Qualitätsstandards für Dienstleistungen im Fremdenverkehr, auf die man sich geeinigt hat, fördern kann;

53. fordert die Kommission auf, ein Qualitätslabel für den europäischen Tourismus einzuführen, um verstärkte Anstrengungen von Mitarbeitern der Tourismusbranche zur Förderung der Qualität von Tourismusedienstleistungen auf der Grundlage des größten Respekts für das Kultur- und Naturerbe, zur Verbesserung der Qualität von Arbeitsplätzen in der Tourismusbranche, zur Verbesserung des Zugangs für alle Menschen und zur Förderung von kulturellen Traditionen der lokalen Gemeinschaften zu belohnen;

54. fordert die Kommission auf, die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten zu stärken, damit durch den Schutz des „Made in“ die Qualität der Produkte verbessert wird;

55. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, mit Fremdenverkehrsverbänden zusammenzuarbeiten und gemeinsam ein europäisches System für die Klassifizierung von Tourismusinfrastruktur (Hotels, Restaurants usw.) festzulegen; vertritt die Ansicht, dass die Initiative der „Hotelstars Union“ zur schrittweisen Harmonisierung der Beherbergungsklassifizierungssysteme in ganz Europa weiter gefördert werden sollte, um einen besseren Vergleich des Beherbergungsangebots in Europa zu ermöglichen und damit zu gemeinsamen Kriterien für die Dienstleistungsqualität beizutragen;

56. ist der Ansicht, dass die Aufrechterhaltung von Sicherheitsstandards bei touristischen Dienstleistungen in der EU ein wesentliches Element guter Qualität ist; begrüßt darum das Grünbuch der Kommission mit dem Titel „Sicherheit touristischer Beherbergungsleistungen“; nimmt die Einreichungen zahlreicher Verbrauchergruppen, Brandschutzorganisationen und Organisationen der Tourismusbranche zur Kenntnis, in denen Maßnahmen auf EU-Ebene im Hinblick auf Sicherheit im Tourismus unterstützt werden; fordert daher die Kommission auf, Vorschläge für Mindeststandards für die Sicherheit im Tourismus in der EU vorzulegen, und dabei insbesondere im Bereich des Brandschutzes und des Schutzes vor Kohlenmonoxid in Urlaubsunterkünften; betont die Notwendigkeit einer systematischen Erfassung von Daten über die Sicherheit von Urlaubsunterkünften;

57. unterstreicht die Tatsache, dass qualitativ hochwertige Dienstleistungen im Bereich Fremdenverkehr dann sichergestellt sind, wenn diese mit einer fundierten Ausbildung und menschenwürdigen Arbeitsbedingungen einhergehen und dass die Missachtung und Schwächung der erforderlichen Fertigkeiten und der sozialen Errungenschaften in dem Sektor kontraproduktiv sind;

58. ist der Auffassung, dass die Ausbildung und Schulung in einem Sektor, in dem hauptsächlich junge Menschen beschäftigt sind, die in der Regel zwischen 16 und 35 Jahre alt sind, ein wesentliches Element für die Erbringung hochwertiger Dienstleistungen ist; legt der Kommission dringend nahe, gemeinsam mit privaten Einrichtungen und anderen öffentlichen Stellen an der Schaffung von Programmen für Ausbildung und Praktika in der Nebensaison zu arbeiten, um den Sektor attraktiver und weniger saisonabhängig zu machen; ist der Auffassung, dass bei einer solchen Ausbildung der Schwerpunkt auf höheren Qualifikationen und der Ausbildung so genannter „weicher“ Kompetenzen gelegt werden sollte, was zu besseren Aussichten auf einen Arbeitsplatz im gesamten Sektor führt; fordert die Kommission deshalb auf, die Anstrengungen des Tourismussektors bezüglich der Steigerung der Qualifikationen und Kompetenzen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu unterstützen, um künftige Trends und den Qualifikationsbedarf vorherzusehen; vertritt die Auffassung, dass Statistiken zur Beschäftigung im Tourismussektor verbesserungswürdig sind;

59. ruft die Kommission in diesem Zusammenhang auf, die Tourismusindustrie zu unterstützen, indem sie Qualifikationslücken schließt und die Marktrelevanz der beruflichen Aus- und Weiterbildung erhöht; schlägt vor, dass die Kommission einen Leitfadens zu bewährten Verfahren und verfügbaren Ausbildungsangeboten in der EU herausgibt und ihn verteilt, wodurch sie für ein höheres Maß an Professionalität und für mehr freiwillige Mobilität unter den Bürgern der EU, die einer Berufstätigkeit nachgehen, sorgen könnte;



Donnerstag, 29. Oktober 2015

60. betont, dass die Mitgliedstaaten die gegenseitige Anerkennung von Berufsqualifikationen in der Tourismusbranche verbessern müssen, damit die Arbeitnehmer die besten beruflichen Chancen ausfindig machen können und damit sich so ihre Mobilität verbessert;

61. begrüßt Mobilitätswerkzeuge und Kooperationsprojekte wie „Knowledge Alliances“ und „Sector-Skills Alliances“ im Rahmen von Erasmus+ und Erasmus für junge Unternehmer als effiziente Mittel für Tourismusmitarbeiter, die eine allgemeine oder berufliche Ausbildung absolvieren, zum Austausch von bewährten Verfahren, zur Verbesserung ihrer Fremdsprachenkenntnisse und zur Erlangung praktischer Kenntnisse auf dem Gebiet des Kulturtourismus; ist jedoch besorgt über das mangelnde Interesse junger Menschen an einer Laufbahn in bestimmten Tourismussektoren; verweist auf die Vorzüge eines „dualen“ Ausbildungssystems im Bereich des Tourismus und die Notwendigkeit, die praktische Erfahrung mit der Lehre in einem Betrieb zu kombinieren, womit sowohl theoretische als auch praktische Kompetenzen verbessert werden können; fordert die Mitgliedstaaten und die lokalen und regionalen Gebietskörperschaften auf, die vom Europäischen Sozialfonds und anderen EU-, nationalen und regionalen Fonds angebotenen Mittel zur Förderung der beruflichen Bildung in vollem Umfang zu nutzen;

62. fordert die Mitgliedstaaten auf, für eine bessere Erschließung der Stätten, die für ausländische Touristen von Interesse sind, in eine hochwertige Ausbildung von Fremdenführern zu investieren und einen mehrsprachigen Ansatz zu fördern; fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten ferner auf, europäische Qualitätsstandards für Fremdenführer festzulegen und darin Mindestanforderungen für die Ausbildung vorzusehen;

63. fordert die Kommission auf, eine Studie zu den Auswirkungen der auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene auf Tourismusprodukte und -dienstleistungen erhobenen Steuern und Abgaben auf die Wettbewerbsfähigkeit des Reiseziels Europa durchzuführen; fordert die Mitgliedstaaten auf, die Wichtigkeit der Senkung der Mehrwertsteuersätze für Reise- und Tourismusdienstleistungen im Hinblick auf die Förderung der Entwicklung der lokalen Wirtschaft, die Stützung von Wachstum und Beschäftigung und die Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit Europas auf dem globalen Markt anzuerkennen;

### ***Erschließung des Potenzials des Küsten- und Meerestourismus***

64. erkennt die Bedeutung der Europäischen Strategie für mehr Wachstum und Beschäftigung im Küsten- und Meerestourismus (im Einklang mit den Strategien „Blauwachstum“ und „Europa 2020“) für die Küsten- und Inselregionen an, da sie eine Reihe gemeinsamer Lösungen für die zahlreichen Herausforderungen anbietet, denen sich diese Regionen gegenübersehen;

65. legt der Kommission dringend nahe, einen Aktionsplan vorzulegen, der die 14 in der vorstehend genannten Strategie für den Küsten- und Meerestourismus beschriebenen Maßnahmen begleitet und konkrete Zielvorgaben und Zeitpläne umfasst, und das Parlament über die Fortschritte bei der Umsetzung dieser Maßnahmen auf dem Laufenden zu halten;

66. fordert die Kommission auf, ein jährliches Seminar unter Teilnahme der Küsten- und Meeresmitgliedstaaten und der entsprechenden Regionen durchzuführen, um einen europaweiten Dialog zu fördern und den Austausch bewährter Verfahren sowie die Umsetzung einer langfristigen Strategie zu erleichtern;

67. erinnert an die Bedeutung der Vernetzung und der Zugänglichkeit und stellt fest, dass sie in den Gebieten in äußerster Randlage und in Inselgebieten in der Hoch- bzw. Nebensaison unterschiedlich sind, die weitgehend vom See- und Luftverkehr abhängen; unterstreicht außerdem die Bedeutung der Erarbeitung regionaler Pläne zur Förderung der Mobilität zwischen den Reisezielen; ersucht die Kommission darum, dafür Sorge zu tragen, dass im Rahmen der Maßnahme Nr. 12 der vorstehend genannten Strategie für den Küsten- und Meerestourismus auch die Wirksamkeit der staatlichen Beihilfen in Küsten- und Meeresregionen berücksichtigt wird;

68. legt der Kommission dringend nahe, gemeinsam mit den Mitgliedstaaten und den Akteuren des Wasser- und Meerestourismus zu prüfen, ob die Konzipierung intelligenter und innovativer Strategien als einer Lösung zur Bekämpfung der Saisonabhängigkeit notwendig ist, die sowohl für die Hoch- als auch die Nebensaison geeignet sind und verschiedene Zielgruppen berücksichtigen; fordert die Akteure auf, Anstrengungen zur Entwicklung von Erlebnissen, Produkten oder Dienstleistungen zu unternehmen, die die lokalen Produkte, insbesondere maritimes Kulturerbe und maritime Kultur, Wassersport, Freizeitschiffahrt, Beobachtung von Meerestieren und Natur, mit Sonne und Strand verbundene Aktivitäten, handwerkliche Fischerei, Gastronomie und Gesundheit, ergänzen und in sie integriert werden können;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

69. betont die Bedeutung des Kreuzfahrttourismus für das Wachstum des Tourismussektors in Europa; fordert die Kommission daher auf, gemeinsam mit den Mitgliedstaaten die erforderlichen Ressourcen und die bestehenden Hafen- und Schifffahrtsinfrastrukturen zu bewerten sowie die Abfalltrennung und das Recycling zu regulieren, damit anhand der Entwicklung des Konzepts „Smart Port City“ innovative Planungsmaßnahmen für diese Bereiche geschaffen werden können;

70. betont, dass gemeinsame Planung und gemeinsames Handeln für die Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung ebenso notwendig ist, wie für seine nachhaltige Entwicklung;

#### ***Nachhaltiger, verantwortungsbewusster und sozialer Fremdenverkehr***

71. fordert die Kommission auf, weiterhin nachhaltigen, verantwortungsbewussten und umweltschonenden Tourismus in Zusammenarbeit mit strategischen Partnern, wie etwa der ETC und anderen Interessenträgern, dadurch zu fördern, dass neue spezifische Produkte entwickelt und bestehende gefördert werden, und schlägt die Einrichtung einer europaweiten, vollständig zugänglichen Internetplattform vor, in der bestehende Informationen zu zertifizierten Produkten, neuen Formen von Tourismus, Reisezielen und -routen sowie spezifischen Dienstleistungen, wie etwa Verkehrsmittel und Tourismusführer, in einer Datenbank, die über das Portal Visiteurope.com zugänglich ist, zusammengeführt werden;

72. vertritt die Ansicht, dass innerhalb des COSME-Programms höhere (Ko-)Finanzierungsbeträge für nachhaltige Fremdenverkehrsprojekte reserviert werden müssen;

73. fordert die Kommission nachdrücklich auf, die Europäische Charta für einen nachhaltigen und verantwortungsbewussten Tourismus zu vollenden und wichtige Initiativen und Netzwerke, wie beispielsweise EDEN (European Destinations of Excellence — herausragende europäische Reiseziele) und Kulturwege Europas, weiterhin finanziell zu unterstützen;

74. ermutigt die nationalen Tourismusorganisationen, auf der Grundlage von Standards, die von der Kommission vorgeschlagen wurden, ein spezifisches, einheitliches Portal zu nachhaltigem und verantwortungsbewusstem Tourismus auf nationaler Ebene einzurichten, um den Kunden die Möglichkeit zu geben, unter zielgerichteten nationalen und grenzübergreifenden Produkten und Reisezielen eine Wahl in voller Sachkenntnis zu treffen;

75. betont, wie wichtig es ist, die Entwicklung eines nachhaltigen, verantwortungsbewussten unzugänglichen Fremdenverkehrs sicherzustellen, in dem das Konzept der „smart destination“ (intelligentes Reiseziel) eine zentrale Rolle bei der Entwicklung von Reisezielen spielen sollte und in dem die Aspekte Nachhaltigkeit, experimentelles Reisen, die angemessene Nutzung natürlicher Ressourcen zusammen mit den neuen Technologien, einschließlich der Aspekte der Beseitigung physischer und informationstechnischer Barrieren, kombiniert werden sollten; ist davon überzeugt, dass Informationsnetzwerke über Projekte im Bereich des sanften Tourismus gute Möglichkeiten für die Unterstützung von KMU, lokaler nachhaltiger Entwicklung sowie nachhaltigen Arbeitsplätzen und stabilen Volkswirtschaften bieten;

76. fordert die Kommission auf, eine Studie über Nachhaltigkeitszertifikate für Dienstleistungen im Bereich des sanften Tourismus durchzuführen, einschließlich einer Analyse der freiwilligen Instrumente und Angaben, welche Instrumente erfolgreich waren;

77. fordert die Förderung und Fortentwicklung kinder- und familienfreundlicher Angebote im Tourismussektor — etwa durch die Schaffung eines europäischen Gütesiegels für familienfreundlichen Tourismus;

78. betont die Wichtigkeit, dass Programme zur Instandsetzung alter Hotelanlagen nach Kriterien für einen ökologisch nachhaltigen Tourismus gefördert werden;

79. unterstreicht die entscheidende Rolle des europäischen Tourismus bei der Revitalisierung ländlicher und städtischer Gebieten, um eine nachhaltige lokale und regionale Entwicklung zu erzielen;

80. fordert die Entwicklung nachhaltiger Fremdenverkehrsdienstleistungen in Stätten, die zwar über ein großes kulturelles und touristisches Potenzial verfügen, die aber aufgrund einer verstärkten Konzentration und Entwicklung anderer Sektoren, zum Beispiel der Industrie, einen Imageschaden erlitten haben;

81. hebt hervor, wie wichtig es ist, sich darüber im Klaren zu sein, dass sich der Fremdenverkehr nicht negativ auf das Alltagsleben der ortsansässigen Bevölkerung auswirken sollte; ist der Auffassung, dass die ortsansässige Bevölkerung vielmehr positiv in das Fremdenverkehrsphänomen einbezogen werden und an ihm teilhaben können sollte;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

82. betont, dass das Natur- und Kulturerbe und die Artenvielfalt wertvolles Kapital für den Fremdenverkehrssektor darstellen, und unterstützt daher die Mitgliedstaaten und die regionalen Behörden und Fremdenverkehrsunternehmen bei der Förderung des Ökotourismus und der Einhaltung der Umweltvorschriften der EU im Rahmen ihrer Entscheidungen für und der Umsetzung von Infrastrukturprojekten; fordert die Mitgliedstaaten auf, Initiativen im Bereich des Naturerbes in ihre nationalen und regionalen Tourismusstrategien aufzunehmen;

83. hebt die Bedeutung eines nachhaltigen und verantwortungsbewussten Tourismus für den Schutz und die Förderung des regionalen Natur- und Kulturerbes hervor; ist deshalb davon überzeugt, dass regionale Tourismusprodukte und Kurzaufenthalte durch geeignete Maßnahmen unterstützt und gefördert werden sollten;

84. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, Netze von grünen Wegen zu entwickeln, die ländliche Gebiete, Waldgebiete und kleinere Naturgebiete umfassen, und dabei die vorhandenen Verkehrsinfrastrukturnetze in neue, ökologisch nachhaltige Lösungen zu integrieren;

85. unterstreicht, dass nachhaltiger Angeltourismus einen wichtigen Beitrag zur Wirtschaft der ländlichen Räume Europas beitragen kann; betont, dass diese Form von Tourismus nur fortbestehen kann, wenn gefährdete Fischarten in Europas Binnengewässern nachhaltiger bewirtschaftet werden;

86. weist darauf hin, dass der Agrotourismus einen der Hauptsektoren des alternativen Tourismus in der EU darstellt, und ermutigt die Kommission in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten Maßnahmen zu ergreifen, um auf der Ebene der Infrastruktur und der Zugänglichkeit Anreize zur weiteren Entwicklung des Sektors zu schaffen;

87. fordert die Kommission auf, lokale Gebiete und lokales Know-how stärker in den Vordergrund zu stellen, unter anderem durch Unterstützung der Förderung charakteristischer Erzeugnisse, wie etwa landwirtschaftlicher und außerlandwirtschaftlicher geschützter geografischer Angaben (g.g.A.), und deren Schutz;

88. vertritt die Auffassung, dass sensible Regionen, wie beispielsweise Inseln, Küsten- und Bergregionen sowie insbesondere entlegene Regionen und Gebiete in äußerster Randlage, oftmals stark vom Fremdenverkehr abhängen und als erste die Auswirkungen des Klimawandels zu spüren bekommen; ist daher davon überzeugt, dass der Klimaschutz in der europäischen, nationalen und regionalen Fremdenverkehrs- und Verkehrspolitik eine stärkere Berücksichtigung finden und eine Priorität sein sollte, u. a. durch die Konzentration auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien sowie nachhaltigen Verkehr und nachhaltige Abfallwirtschaft; fordert die Kommission auf, eine Folgenabschätzung darüber vorzunehmen, welche Auswirkungen der Klimawandel auf den Tourismus in diesen sensiblen Regionen — wirtschaftlich, ökologisch und sozial — hat und welchen Einfluss er in Zukunft haben wird;

89. weist auf die Notwendigkeit hin, das touristische Potenzial entlegener ländlicher Gebiete sowie von Insel-, Küsten und Bergregionen zu fördern, fordert die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus in Küsten- und Meeresgebieten in der EU und ruft die Mitgliedstaaten auf, eine nachhaltige Infrastruktur zu entwickeln und die grenzüberschreitende Vernetzung als Mittel zur Verbesserung ihrer Attraktivität und Erreichbarkeit zu fördern;

90. unterstreicht das Problem der Insellage, insbesondere in Bezug auf die Anbindung der kleineren Inseln an das Festland, und fordert die Kommission auf, Maßnahmen zur Förderung von Investitionen in diesem Bereich vorzuschlagen;

91. betrachtet die Einführung von freiwilligen „Umweltchecks“ zur Verbesserung der Umweltqualität in der Tourismusindustrie als nützlichen Beitrag der Wirtschaft und empfiehlt, Unternehmen für ihr besonderes Engagement auszuzeichnen;

92. fordert die auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zuständigen Behörden und die Akteure auf, sich stärker für die Förderung der Wegenetze für „sanfte“ Fortbewegungsmittel, wie europäische Reitwege, Wanderwege, Pilger Routen und Radwanderwege, in Kombination mit allen grenzüberschreitenden Eisenbahndiensten, einschließlich Hochgeschwindigkeits- und Nachtzügen, einzusetzen; erinnert daran, dass die Interoperabilität der verschiedenen Verkehrsträger ebenfalls stets untersucht werden sollte; empfiehlt die Abschaffung erhöhter Fahrpreise in grenzüberschreitenden Abschnitten, die eines der Hindernisse für eine stärkere Nutzung der Eisenbahn durch Touristen in Grenzgebieten darstellen;

**Donnerstag, 29. Oktober 2015**

93. erkennt an, dass der nachhaltige städtische Fremdenverkehr ein rasch wachsendes Geschäftsfeld ist und die Mobilitäts- und Verkehrspolitik in touristischen Stadtzentren effizient und nachhaltig sein und zu Win-Win-Situationen für Gäste wie Gastgeber führen sollte;

94. unterstützt die Entwicklung integrierter Formen des multimodalen Verkehrs für Touristen, indem Fahrkarten eingeführt werden, mit denen unterschiedliche Transportmittel bedarfsspezifisch genutzt werden können; betont, dass Fortschritte bei der Integration von Fahrscheinausstellungsdiensten ein starker Anreiz für grenzüberschreitenden Tourismus wären;

95. betont, dass elektrische Fahrzeuge sowohl für den ländlichen als auch für den Städtetourismus eine zunehmend attraktive Lösung hinsichtlich der neuen flexiblen Mobilität bieten, und dass diese Mobilitätsoption verstärkt in Urlaubsorten angeboten werden sollte;

96. betont, wie wichtig es ist, Fahrradfahrern die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu erleichtern;

97. fordert die Kommission auf, die Möglichkeit zu prüfen, das Europäische Tourismusindikatorensystem (ETIS) in ein Instrument der EU umzuwandeln, um den Reisezielen dabei zu helfen, ihre Leistungsfähigkeit im Bereich Nachhaltigkeit zu kontrollieren, zu koordinieren, zu bewerten und zu verbessern;

98. fordert die Mitgliedstaaten auf, positive Erfahrungen für ein nachhaltiges Tourismusmanagement auch im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit im Ausland weiterzugeben;

99. ist der Auffassung, dass vollständige Zugänglichkeit und Erschwinglichkeit im Tourismus ein integraler Bestandteil der Nachhaltigkeit des Sektors sind; bekräftigt, dass der Grundsatz „Tourismus für alle“ Menschen, insbesondere diejenigen mit besonderen Bedürfnissen (wie etwa Menschen mit Behinderungen oder Menschen eingeschränkter Mobilität, junge und ältere Menschen sowie Familien mit geringem Einkommen und Familien mit Kindern) ermöglicht und in die Lage versetzt, ihre Rechte als Bürger wahrzunehmen, und dass er folglich der Angelpunkt für alle nationalen, regionalen, lokalen oder europäischen Maßnahmen im Zusammenhang mit Tourismus sein muss; fordert die Mitgliedstaaten auf, bei der Entwicklung von Tourismuskonzepten für Senioren und Menschen mit spezifischen Beeinträchtigungen besonders auf den Einsatz der Neuen Technologien zu setzen;

100. empfiehlt den Mitgliedstaaten die Entwicklung eines europaweit einheitlichen und transparenten Kennzeichnungssystems für barrierefreie Angebote und die Einrichtung entsprechender Internet Plattformen; fordert die Kommission auf, entsprechende Vorschläge vorzulegen;

101. empfiehlt, dass die Mitgliedstaaten die Einrichtung der Barrierefreiheit als ein Kriterium für die Förderfähigkeit für die Tourismusindustrie im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Entwicklungsprogrammen einführen;

102. weist darauf hin, dass das Vertrauen der Verbraucher in Unternehmen, die Tourismusdienstleistungen anbieten, auch darauf beruht, dass Unternehmen für Verbraucher einfache, wirksame, schnelle alternative Mittel zur Beilegung von Verbraucherrechtsstreitigkeiten bereitstellen, sowie darauf, dass Unternehmen die personen- und finanzbezogenen Daten der Verbraucher schützen;

103. ist der Ansicht, dass die Fluggesellschaften ihre verfehlte und weit verbreitete Praxis, für die Business-Klasse mehr Platz vorzusehen als für die Economy-Klasse, abschaffen müssen, damit Tourismusangebote in Europa zugänglich werden;

104. weist auf den Beitrag der Zivilgesellschaft bei der Förderung neuer Tourismusformen über soziale Netzwerke, Freiwilligenorganisationen, Kultur- und Sportvereine, Bürgerorganisationen, Jugendverbände, Frauenverbände und Diaspora-Netzwerke hin;

105. fordert eine umfassendere Anerkennung der entscheidenden Rolle, die der Freiwilligensektor bei der Entwicklung und Unterstützung des Tourismussektors durch kulturelle Freiwilligenarbeit spielt;

106. fordert die Kommission und die Mitgliedstaaten auf, das Potenzial der Sozialwirtschaft für die Entwicklung eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Tourismus zu beachten und zu unterstützen;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

107. vertritt die Ansicht, dass der Tourismus einen wichtigen sozialen Wert für junge Menschen, Erwerbstätige und Rentner hat, und fordert die Mitgliedstaaten auf, die EU-Mittel zur Entwicklung eines gesundheits- und erholungsbezogenen Tourismus einzusetzen;

108. betont, dass sich die in Europa andauernde Einwanderungskrise insbesondere auf Küstengebiete auswirkt, wo der Fremdenverkehr eine wichtige Einkommensquelle für Einwohner darstellt; fordert die Kommission auf, einen Bericht über die Auswirkungen der unkontrollierten Einwanderungsströme in die EU auf die Tourismusindustrie auszuarbeiten;

### ***Sharing economy (Wirtschaft des Teilens)***

109. begrüßt die Chancen, die sich durch die Sharing Economy für Unternehmensneugründungen und innovative Unternehmen im Tourismussektor ergeben; erkennt an, dass diese Dienstleistungen und andere touristische Angebote einander im Hinblick auf ihren Standort und ihre Zielgruppen ergänzen;

110. erinnert daran, dass die Sharing economy oder der gemeinschaftliche Konsum ein neues sozioökonomisches Modell darstellt, das sich wegen der technologischen Revolution und der Tatsache, dass das Internet Menschen über Online-Plattformen verbindet, auf denen Transaktionen bezüglich Gütern und Dienstleistungen sicher und transparent abgewickelt werden können, zu einem Erfolgsmodell entwickelt hat;

111. betont, dass die derzeitigen Rechtsvorschriften für die Sharing economy nicht geeignet sind und dass aus diesem Grund lokale und nationale Regierungen damit begonnen haben, solche Online-Plattformen zu analysieren, und versuchen, ihre Auswirkungen zu regulieren, wobei sie oft unverhältnismäßige Maßnahmen ergreifen, die innerhalb der Union etwas voneinander abweichen; fordert die Kommission nachdrücklich auf, zusammen mit den Mitgliedstaaten die bestmöglichen Initiativen zu prüfen, die auf europäischer, nationaler, regionaler und lokaler Ebene ergriffen werden sollten; empfiehlt, die Einrichtung eines angemessenen Regelungsrahmens innerhalb der übergeordneten EU-Strategie für einen digitalen Binnenmarkt in Erwägung zu ziehen;

112. betont, dass die Reaktion auf die Zunahme der Sharing economy zunächst analysiert werden muss, bevor regulatorische Maßnahmen ergriffen werden; ist allerdings der Auffassung, dass jede Maßnahme seitens öffentlicher Behörden verhältnismäßig und flexibel sein muss, um einen Regelungsrahmen, der gleiche Wettbewerbsbedingungen für Unternehmen und insbesondere günstige, positive Rahmenbedingungen für KMU und für Innovationen in der Wirtschaft sicherstellt, zu ermöglichen; vertritt außerdem die Ansicht, dass im Sinne des Verbraucherschutzes die für den traditionellen Tourismussektor geltenden Vorschriften über Gefahrenabwehr, Sicherheit und Gesundheitsschutz auch auf touristische Dienstleistungen Anwendung finden sollten, die in der Sharing economy auf gewerblicher Basis erbracht werden;

113. betont, dass die Aktivitäten der Akteure zutreffend kategorisiert werden müssen, um eine eindeutige Unterscheidung zwischen dem ad-hoc und permanenten Sharing einerseits und professionellen gewerblichen Dienstleistungen andererseits treffen zu können, auf die geeignete Vorschriften Anwendung finden sollten;

114. betont auch, dass Plattformen vollständig zugänglich sein müssen, dass die Verbraucher, die solche Websites benutzen, zutreffend informiert werden müssen und nicht irre geführt werden dürfen und dass die Vertraulichkeit ihrer Daten geschützt werden muss; betont, wie wichtig ein tragfähiges und transparentes System von Bewertungen und die Tatsache ist, dass sichergestellt wird, dass Verbraucher nicht von Anbietern für die Abgabe negativer Bewertungen bestraft werden;

115. betont, dass als Vermittler tätige Technologieunternehmen Anbieter über ihre Pflichten in Kenntnis setzen müssen, insbesondere in Bezug auf den Schutz der Verbraucherrechte, und dass sie ihnen zuverlässige und zugängliche Informationen über alle Gebühren und versteckte Kosten im Zusammenhang mit den unternehmerischen Tätigkeiten bereitstellen müssen, sowie darüber, wie sie handeln sollten, um das lokale Recht nicht zu verletzen, insbesondere in Bezug auf das Steuerrecht sowie die Einhaltung der in Bezug auf Verbrauchersicherheit und Arbeitsbedingungen von Personen, die touristische Dienstleistungen erbringen, geltenden Normen;

116. fordert die Kommission auf, die wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Sharing economy und ihrer Konsequenzen für die Tourismusindustrie, die Verbraucher, die Technologieunternehmen und die Behörden einzuschätzen und dem Parlament über das Ergebnis der Initiativen Bericht zu erstatten, die sie bis dato ergriffen hat, einschließlich der Arbeit der von der GD GROWTH eingesetzten Task Force;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

### **Digitalisierung**

117. fordert die Kommission auf, gemeinsam mit der Industrie und Fremdenverkehrsverbänden einen intelligenten Fahrplan für Initiativen zu erarbeiten, dessen Schwerpunkt auf breiterer Innovationsorientierung in den Bereichen Prozess, IKT, Forschung und auf den erforderlichen Qualifikationen liegt, mit denen Reise- und Fremdenverkehrsunternehmen animiert werden, digitale Werkzeuge einzusetzen und auf effizientere Weise zu nutzen; ist der Auffassung, dass die Kommission gezielte Anstrengungen zur Verbreitung bewährter Verfahren in diesem Bereich unternehmen könnte;

118. begrüßt die digitale Tourismusplattform der Kommission und deren Ziele, d. h. (i) die Förderung der Innovationskapazitäten und der Digitalisierung von KMU, die im Bereich Tourismus tätig sind, um die Tourismusbranche zu beleben, und (ii) die Ausarbeitung von Vorschlägen für die Anpassung und Gestaltung nachhaltiger, wettbewerbsfähiger und verbraucherorientierter Maßnahmen, mit denen die Tourismusbranche weiter ausgebaut werden kann; empfiehlt, dass innovative Technologien genutzt und bewährte Verfahren ausgetauscht werden und darüber hinaus die Zusammenarbeit auf regionaler Ebene ausgebaut wird, damit die europäische Tourismusbranche attraktiver und wettbewerbsfähiger wird; vertritt die Auffassung, dass die Förderung des elektronischen Lernens und eine vermehrte Nutzung digitaler Technologien diesem Ziel zuträglich wären;

119. ist sich der Tatsache bewusst, dass KMU (von denen die meisten Kleinunternehmen sind) und Unternehmensneugründungen aus dem Fremdenverkehrssektor erhebliche Schwierigkeiten haben, im Ausland für ihre Dienstleistungen zu werben und sich an die sich rasch ändernden Marktbedingungen anzupassen; stellt fest, dass neue IT-Werkzeuge, wie beispielsweise das von der Kommission entwickelte „Tourism Business Portal“, zusammen mit Online-Seminaren sie bei der Nutzung der digitalen Möglichkeiten unterstützen können; betont, dass die Bereitstellung des „Tourism Business Portals“ in allen Sprachen der Mitgliedstaaten eine weitere Förderung der territorialen Vorteile dieser Maßnahmen bewirken würde; empfiehlt, ähnliche Initiativen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene zu ergreifen;

120. fordert die Kommission auf, die Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privaten Akteuren im Fremdenverkehrssektor zu fördern, um die Erforschung und Einführung digitaler Lösungen durch europäische Unternehmen zu erleichtern; betont insbesondere, dass eine bessere Abstimmung zwischen Fremdenverkehrsbehörden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene, Reiseveranstaltern, dem Gastgewerbe und digitalen Unternehmen erforderlich ist;

121. fordert die Kommission auf, den Sektor bei der Entwicklung von Werkzeugen, mit denen das Reiseziel der Besucher überwacht und ihr Profil erstellt werden kann sowie ihre Bewegungen rückverfolgt werden können, um ihre Interessen festzustellen und geeignete Produkte zu entwickeln, sowie bei der Entwicklung von Werkzeugen zu unterstützen, die ihnen Reiseziele à la carte anbieten und Netzwerke überwachen, um sich ein Bild über die Meinung derer machen zu können, die uns besuchen;

122. erwartet von der Kommission, dass sie einen umfassenden Bericht vorgelegt, der eine Bewertung des aktuellen Stands hinsichtlich der Digitalisierung im Tourismusmarkt der EU enthält, um Probleme und Chancen für die verschiedenen öffentlichen und privaten Akteure auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zu ermitteln und zu behandeln; meint, dass ein solcher Bericht geeignete Empfehlungen enthalten sollte, um einen fairen Wettbewerb und gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Akteure zu gewährleisten und die Verbraucher dadurch zu schützen, dass für Transparenz, Neutralität und Zugänglichkeit gesorgt wird;

123. stellt den Zuwachs der direkt über das Internet durch den Nutzer vorgenommenen Buchungen von Fremdenverkehrsdienstleistungen sowie die Risiken fest, die sich daraus für die Verbraucher ergeben können, die oftmals weder ihre Rechte noch das anwendbare Recht kennen; verlangt von der Kommission, die möglichen Missbrauchsfälle in diesem Bereich genau zu verfolgen, insbesondere dann, wenn es sich um den Kauf von Pauschalangeboten von verschiedenen Dienstleistern handelt (beispielsweise Kauf eines Flugtickets und Anmietung eines Autos), und bei der nächsten Überarbeitung der Richtlinie über Pauschalreisen diese neue Art der Buchung von Dienstleistungen auszuarbeiten und anzupassen;

124. begrüßt den kürzlich erfolgten Abschluss der Trilogverhandlungen zu der überarbeiteten Richtlinie über Pauschalreisen; fordert, dass diese rasch und wirksam umgesetzt und angewendet wird, damit in der Branche ein Wandel vollzogen werden kann und im digitalen Umfeld für Verbraucherschutz gesorgt ist;

Donnerstag, 29. Oktober 2015

125. fordert die Kommission auf, eine Neuausrichtung von Fonds und Programmen vorzunehmen, um eine bessere Unterstützung der Digitalisierung europäischer Fremdenverkehrsunternehmen leisten zu können;

126. fordert die Kommission auf, dafür Sorge zu tragen, dass Dienstleistungsanbieter einen fairen und gleichberechtigten Zugang zu relevanten Daten von den Reiseveranstaltern und Verkehrsunternehmen erhalten, um die Entwicklung von digitalen Informations- und Fahrscheinausstellungsdiensten für multimodales Reisen zu erleichtern; nimmt die Bedeutung zur Kenntnis, die intelligente Verkehrssysteme (IVS) im Hinblick auf die Bereitstellung genauer Verkehrs- und Reiseinformationen in Echtzeit für die Entwicklung integrierter Mobilitätsdienstleistungen haben, die der Entwicklung des Tourismus in Europa zugutekommen würden;

127. fordert die Mitgliedstaaten auf, EU-weite Initiativen zu ermitteln und zu unterstützen, mit denen die Nutzung der digitalen Infrastruktur und die Interoperabilität zwischen verschiedenen Plattformen gefördert werden; fordert in diesem Zusammenhang die Mitgliedstaaten auf, kostenloses Wi-Fi in Touristengebieten zur Verfügung zu stellen und Roaminggebühren bis zum 15. Juni 2017 — entsprechend den Beschlüssen — und auch das geografische Sperren (Geoblocking) abzuschaffen;

128. fordert die Mitgliedstaaten und die lokalen Behörden auf, an Bahnhöfen sowie an Ankunfts-, Abfahrts- und Umsteigestationen sowohl Informationsbüros mit kompetentem Personal einzurichten, das Auskunft über die wichtigsten Ziele, Transportmöglichkeiten und Tourismusstrukturen erteilen kann, als auch mehrsprachige digitale Informationssysteme mit freiem und kostenlosem Zugang zu Wifi-Netzen zur Verfügung zu stellen, die auch für Menschen mit Behinderungen benutzt werden können;

129. betont, dass Reisende bei der Online-Buchung von Unterkünften oder Verkehrsmitteln nach wie vor mit unterschiedlichen Preisen und Geschäftsbedingungen konfrontiert sind; begrüßt daher die Mitteilung der Kommission mit dem Titel „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“; fordert die Kommission auf, einen umfassenden Vorschlag vorzulegen, um dem ungerechtfertigten Geoblocking beim Zugang zu Waren, Dienstleistungen und dem günstigsten Preis aufgrund des geografischen Standorts oder des Wohnsitzlandes ein Ende zu bereiten;

130. fordert die Mitgliedstaaten nachdrücklich auf, den Zugang zum Hochgeschwindigkeitsbreitbandnetz als Priorität für den Tourismus in entlegenen Regionen und Gebieten in äußerster Randlage, wie etwa Inseln und Küstengebieten, Bergregionen sowie ländlichen Gegenden, zu fördern, um das Wachstum von Unternehmen des Tourismussektors zu fördern und die digitale Kluft in der EU zu verringern;

131. fordert die Mitgliedstaaten sowie die beteiligten Akteure auf, wirksame Mittel gegen den Fachkräftemangel in allen Bereichen des Tourismussektors — insbesondere im Bereich der Digitalisierung — auszuarbeiten;

132. zeigt sich beunruhigt darüber, dass in Europa viele der wirtschaftlichen Vorteile des Online-Vertriebs nicht genutzt werden; vertritt die Auffassung, dass sich europäische Regierungen stärker für die Förderung des Unternehmertums und insbesondere von technologieorientierten Lösungen in Europa engagieren sollten;

o

o o

133. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung dem Rat und der Kommission zu übermitteln.

---