

## Workshopergebnisse – Krisen im Tourismus

- Extremwetter
  - Hitzewellen, Dürren, Trockenheit
  - Hochwasser (u.a. im Saarland oder Ahrtal-Flut)
  - Starkregen > Erosion, Hangabrtusch
  - Sperrung Radwege durch Extremwetter
- Corona (und zukünftige Pandemien)
- Saisonale Schwankungen
- Wirtschaftskrise, steigende Kosten & Inflation
- Ressourcenengpässe durch Krisen und Kriege
- Personalmangel
- EmpCo-Richtlinie
- Digitalisierung



## Workshopergebnisse – Reflexion: Auswirkungen der Krise

### Extremwetter (bspw. Hochwasser)

- Schnelles agieren notwendig
- Eingeschränkte Infrastruktur: Straßen- und Brückensperrungen
- Infos zu Wegsperrung und Umleitung werden online kommuniziert (Datenpflege notwendig)
- Information an Besucher (online und analog) notwendig, aber: Kommunikation nicht koordiniert/abgestimmt, teilweise keine aktuellen Infos in den Sozialen Medien
- Zum Teil fehlendes Verständnis bei Gästen zur richtigen Einordnung von Angaben zur Wetterlage/Warnsystemen (z.B. Warnsystem Starkregen)

### Finanzielle Lage

- Sinkende Kaufkraft, aber Preiserhöhung notwendig
- Schließungen von Hotellerie und Gastronomie
- Personal Einstellungsstopp
- Politische Maßnahmen (z.B. Mehrwert-Steuer-Entlastung) können helfen

### Digitalisierung

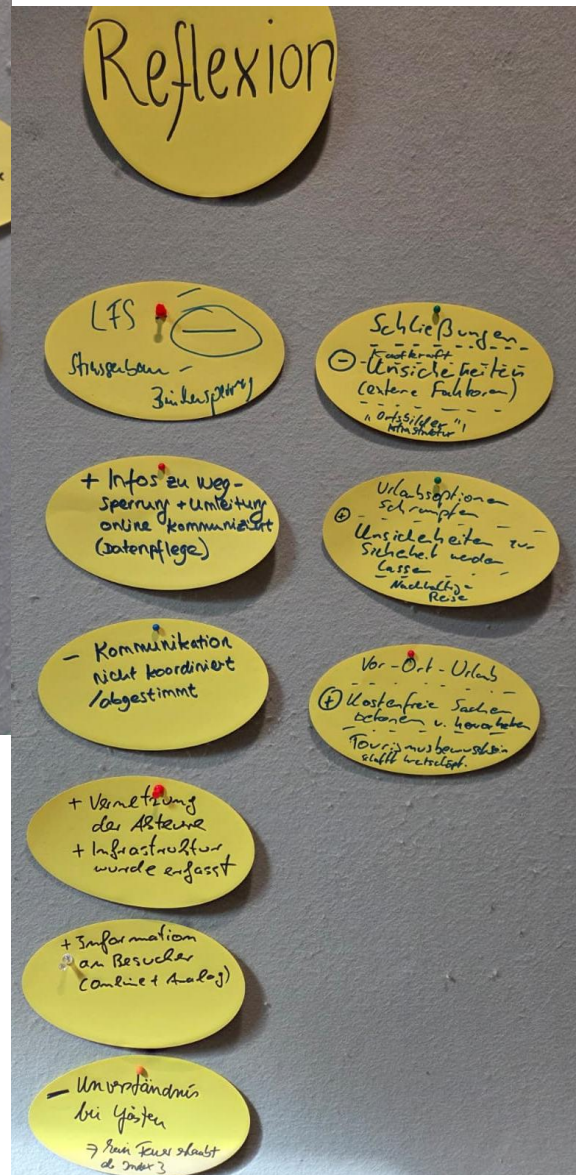
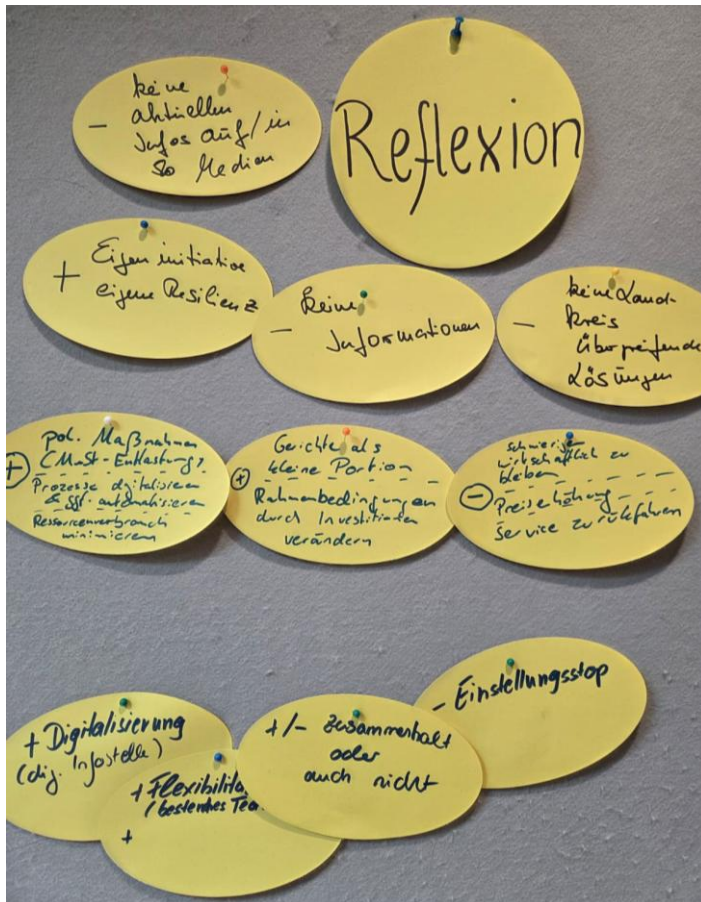
- Prozesse werden zunehmend digitalisiert, ggf. automatisieren, z.B. Einrichtung von digitalen Infostellen

### Weltweite Krisen/Kriege

- Urlaubsoptionen verringern sich
- Unsicherheiten zur Sicherheit, Reisen in der direkten Umgebung
- Vor-Ort-Urlaub als attraktivere Option
- Tourismusbewusstsein schafft Wertschöpfung

### Weitere Aspekte

- Eigeninitiative, eigene Resilienz
- Vernetzung der Akteure
- Infrastruktur wurde erfasst
- Gerichte als kleine Portion
- Rahmenbedingungen durch Investitionen verändern



## Workshopergebnisse - Maßnahmen

### Extremwetter (bspw. Hochwasser)

- Krisen(-kommunikations)-Leitfaden erstellen
- Wege an Hängen mit Stufen befestigen
- Notfallplan entwickeln, klare Regelung von oben

### Finanzielle Lage

- Urlaub in der Region (im Saarland)
- Kostenfreie Optionen stärker betonen und hervorheben
- Servicezeiten reduzieren
- Fördermittel nutzen
- Einbezug der Einheimischen: Tourismusbewusstsein schafft Wertschöpfung
- Kampagne „Urlaub im Saarland/in der Region“

### Digitalisierung

- Digitale Info-Stelen vorantreiben
- TI neu denken > Bündelung von Kompetenzen

### Weltweite Krisen/Kriege

- Urlaub in der Region (im Saarland)
- Kostenfreie Optionen stärker betonen und hervorheben
- Mitarbeitende und Gäste für Nachhaltigkeit sensibilisieren: Sparsamer Umgang mit Ressourcen
- Energieeinsparung > Heizung & Klimaanlage saisonal

### Fachkräftemangel

- Aufmerksamkeiten für Mitarbeitende (Weihnachtsgeschenke, Geburtstage; Gutscheine bis zu 50 € steuerfrei, 13. Monatsgehalt)
- Corporate Benefits für Mitarbeitende
- Online-Seminare zur Weiterbildung

- ➔ Flexibel bleiben
- ➔ Nicht stehenbleiben: Markt betrachten, Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten

