



**DENKFABRIK
ZUKUNFT
DER GASTWELT**

Ad-Hoc Analyse

DIE 360° GASTWELT IM LOBBYREGISTER DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES

Zahlen, Daten, Fakten

1. Zielsetzung

Die politische Interessenvertretung der Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie (360° Gastwelt) in Berlin ist bekanntermaßen vielfältig und von diversen Akteuren geprägt. **Eine systematische Übersicht darüber**, wie viele Verbände, Vereine, NGOs und weitere Organisationen (z.B. Denkfabriken, wissenschaftliche Institute) sowie privatwirtschaftliche Unternehmen in der Bundeshauptstadt politisch für die Gastwelt aktiv sind, **gibt es bisher nicht**. Hauptgrund hierfür war das Fehlen eines entsprechenden zentralen Verzeichnisses. Dies hat sich mit der Einführung des Lobbyregisters zum 01. Januar 2022 geändert.¹

Nachdem die Tageszeitung Handelsblatt Anfang 2023 erstmals die Lobbyregister-Daten für die Gasbranche veröffentlichte, hat die Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG) im zweiten Quartal 2023 **eine vergleichbare Auswertung** für die Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie durchgeführt.²

Die vorliegende Ad-Hoc Analyse konzentriert sich in einem ersten Schritt darauf, **eine qualitative Bestandsaufnahme aller politischen Lobbyakteure der Gastwelt in Berlin** vorzunehmen. Um die erfassten Zahlen einzuordnen und in Relation zu bringen, wurden in einem zweiten Schritt die wichtigsten **Kennziffern drei weiterer Referenz-Bereiche** ermittelt und dann der Gastwelt beispielhaft gegenübergestellt. Es handelt sich hierbei um das Handwerk, die Versicherungswirtschaft und die Automobilindustrie.³

Diese Untersuchung erhebt nicht den Anspruch, eine voll umfassende Auswertung zu sein, da dies aufgrund des besonderen Registeraufbaus per se nicht möglich ist.⁴ Es handelt sich hierbei um **eine cursorische Übersicht der dokumentierten Gastwelt-Lobbyaktivitäten**. Die Analyse soll außerdem Diskussionspunkte liefern, wie vorhandene Strukturen in Zukunft weiterentwickelt und die Verteilung von Finanzmitteln möglicherweise effizienter gestaltet werden könnte.

2. Methodik

Alle verwendeten Zahlen wurden **im Zeitraum März bis Ende Mai 2023** aus dem Lobbyregister des Deutschen Bundestages entnommen. Die Daten stammen – je nach Eintrag – aus den Geschäftsjahren 2019 bis 2022.⁵

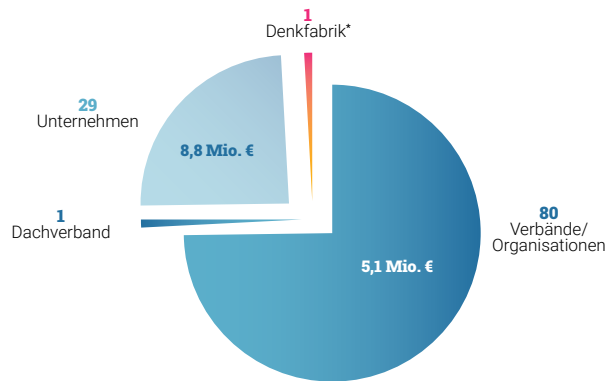
Für die Datenerfassung zur 360° Gastwelt kamen die **Suchbegriffe „Tourismus“, „Foodservice“, „Travel“, „Gemeinschaftsverpflegung“, „Gemeinschaftsgastronomie“ und „Reise“** zum Einsatz. Alle Dachverbände, Verbände, Unternehmen und Denkfabriken, die der Gastwelt zuzuordnen sind, wurden herausgesucht und deren Angaben systematisch erfasst.⁶

Für das Handwerk (Suchwort: „Handwerk“), die Versicherungswirtschaft (Suchwort: „Versicherung“) und die Automobilindustrie (Suchwort: „Automobil“) wurden **die Ergebnisse jeweils absteigend nach der Höhe der finanziellen Aufwendungen sortiert** sowie die ersten zehn Seiten der Lobbyregister-Ergebnisse analysiert.

Die **„Top-5“ einer jeden Branche ergeben sich aus den fünf Unternehmen bzw. Verbänden** mit den höchsten absoluten Ausgaben im Bereich der Interessenvertretung. Unter der Kategorie Dachverbände wird der jeweils „offizielle“ Dachverband aufgeführt bzw. die jeweils mitgliederstärkste Organisation, soweit es mehrere Spitzenorganisationen gibt.

Die kumulierten Gesamtausgaben für Interessenvertretung sowie die Beschäftigtenzahlen in diesem Bereich setzen sich aus den addierten Werten der einzelnen Verbände und der einzelnen Unternehmen zusammen. **Hierbei wurden jeweils die Mittelwerte der hinterlegten Zahlen gebildet** (das Register arbeitet mit Stufen, z.B. „30.001 bis 40.000 Euro“) und bei der Zahl der Beschäftigten abgerundet (das Register arbeitet hier ebenfalls mit Stufen, z.B. 1-10 Mitarbeitende).⁷

3. Auswertung Business-Ökosystem 360°Gastwelt



1. Das Business-Ökosystem Gastwelt verfügt über **80 registrierte Verbände/Organisationen, einen Dachverband sowie eine Denkfabrik.**⁸

2. Die Zahl der Beschäftigten im Bereich Interessenvertretung dieser **82 Akteure umfasst in Summe 420**, die Lobby-Ausgaben betragen **in Summe 5,1 Mio. Euro/Jahr**.

3. Für die **29 registrierten Gastwelt-Unternehmen** ergibt sich ein Gesamtbudget für Interessenvertretung von **jährlich 8,8 Mio. Euro** sowie eine Beschäftigtenzahl von **insgesamt 210**.

4. Die **Top-5-Verbände** der Gastwelt verfügen über ein **Gesamtbudget von 2,6 Mio. Euro/Jahr** sowie 55 Beschäftigte.

5. Den **Top-5-Unternehmen** der Gastwelt stehen Mittel von **6,8 Mio. Euro/Jahr** sowie **95 Beschäftigte** im Bereich der Interessenvertretung zur Verfügung.

6. Der Anteil der Ausgaben für Interessenvertretung an den jeweiligen Gesamtausgaben bei den Top-5-Gastwelt-Verbänden variiert zwischen rund **15,8 Prozent (BDL), 19,6 Prozent (DRV), 20,5 Prozent (DEHOGA), 43,7 Prozent (BDB) und 49,5 Prozent (IHA)**.

7. In Summe sind laut Lobbyregister **111 Gastwelt-Akteure** mit einem **Gesamtbudget von 13,9 Mio. Euro/Jahr** als Interessenvertreter im politischen Berlin aktiv.

Gesamtausgaben der Top-Gastweltverbände und Thinktanks
pro Jahr in Euro (teilw. gerundet)

Davon
Lobbyausgaben

Organisation	Gesamtbudget (Mio. €)	Lobbyausgaben (Mio. €)	Anteil (%)
Deutscher Reiseverband e.V. (DRV)	2,825	0,553	19,6%
Bundesverband der Deutschen Luftverkehrswirtschaft e.V. (BDL)	2,808	0,444	15,8%
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)	2,614	0,535	20,5%
Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)	1,443	0,713	49,5%
Bundesverband der Deutschen Binnenschifffahrt e.V. (BDB)	0,743	0,324	43,7%
Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)	0,658	0,165	25,1%
Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)	0,510	0,159	31,4%

3. Auswertung Business-Ökosystem 360° Gastwelt



	Anzahl Verbände/ Organisationen	Anzahl Dachverbände	Anzahl Denkfabriken	Summe aller Akteure	Ausgaben Interessenvertretung (Euro/Jahr)	Beschäftigte Interessenvertretung
Alle Gastwelt-Akteure (gerundet)				111	13,9 Mio.	630
Verbände	80	1	1	82	5,1 Mio.	420
Unternehmen			29	29	8,8 Mio.	210
Top-5-Verbände					2,6 Mio.	55
Top-5-Unternehmen					6,8 Mio.	95

Tabelle 1: Gesamtübersicht aller politischen Gastwelt-Akteure

4. Vergleich Gastwelt und Referenzbranchen

1. Die **Top-5-Gastwelt-Verbände** mit den höchsten Ausgaben für Interessenvertretung verfügen über ein Gesamtbudget von **2,6 Mio. Euro**. Die **Top-5-Verbände der Automobilindustrie** geben **vier Mio. Euro** aus, die **Versicherungswirtschaft 3,3 Mio. Euro** und das **Handwerk rund zehn Mio. Euro**.

2. Die Zahl der Beschäftigten im Bereich Interessenvertretung beträgt bei den **Top-5-Gastwelt-Verbänden 55 Personen**, die **Top-5-Verbände der Automobilindustrie** haben **85 Beschäftigte**, **85 Mitarbeitende** sind bei den **Top-5-Verbänden der Versicherungswirtschaft** angestellt, und im **Handwerk** sind es **145 Mitarbeitende**.

3. Der **Spitzenverband der Automobilindustrie VDA** verfügt über ein Lobby-Budget, das **1,7 Mal** so hoch ist wie die Lobby-Ausgaben der **Top-5-Gastwelt-Verbände** zusammen. Im Vergleich zum Bundesverband der **Tourismusswirtschaft** ha-

ben **die Spitzenverbände der drei Referenz-Branchen** sogar **11 bis 91 Mal mehr Geld für ihre Lobbyarbeit** zur Verfügung.

4. Im Vergleich zur Versicherungswirtschaft stellt **sich das Bild noch einseitiger dar**: Das Budget des Spitzenverbandes (Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft e.V.) ist hier **fast sechs Mal so hoch wie das Budget aller Top-5-Gastwelt-Verbände** zusammen. Der GDV hat als Solo-Akteur in **etwa das gleiche Budget für die Interessenvertretung wie alle 111 Akteure der Gastwelt** zusammen (Verbände/Vereine/NGOs/Unternehmen/Denkfabriken).

5. Die **Top-5-Unternehmen** der Gastwelt verfügen über ein Budget für die Interessenvertretung von **6,8 Mio. Euro**, die **Automobilindustrie** gibt jährlich **16,7 Mio. Euro** aus, die **Versicherungswirtschaft** knapp **5 Mio. Euro** und das **Handwerk** knapp **2,6 Mio. Euro**.

Lobbyausgaben der Spitzen- und Dachverbände
in Deutschland in Euro/Jahr

Zahl der
Lobby-Beschäftigten

Rang	Branchenverband	Lobbyausgaben (Mio. Euro)	Zahl der Lobby-Beschäftigten
1.	Versicherungswirtschaft: GDV	15,05 Mio.	155
2.	Automobilindustrie: VDA	4,44 Mio.	115
3.	Handwerk: ZDH	1,85 Mio.	125
4.	Gastwelt: BTW	0,17 Mio.	5

4. Vergleich Gastwelt und Referenzbranchen



	Gastwelt	Automobil- industrie	Versicherungs- wirtschaft	Handwerk
Lobby-Ausgaben Top-5 Verbände (in Euro, gerundet)	2,6 Mio.	4 Mio.	3,3 Mio.	10 Mio.
Faktor im Vergleich zur Gastwelt (gerundet)		1,5	1,3	3,8
Lobby-Beschäftigte Top-5 Verbände	55	85	85	145
Faktor im Vergleich zur Gastwelt (gerundet)		1,5	1,5	2,6

Table 2: Vergleich der Top-5-Verbände

4. Vergleich Gastwelt und Referenzbranchen



	Gastwelt: BTW	Automobil- industrie: VDA	Versicherungs- wirtschaft: GDV	Handwerk: ZDH
Mitglieder (Stand 2022)	25	630	460	26
Lobby-Ausgaben (in Euro/Jahr, gerundet)	0,17 Mio.	4,44 Mio.	15,05 Mio.	1,85 Mio.
Faktor im Vergleich zum BTW (gerundet)		27	91	11
Lobby-Beschäftigte	5	115	155	125
Faktor im Vergleich zum BTW (gerundet)		23	31	25

Tabelle 3: Vergleich der Spitzen- und Dachverbände

4. Vergleich Gastwelt und Referenzbranchen



	Gastwelt	Automobil- industrie	Versicherungs- wirtschaft	Handwerk
Lobby-Ausgaben TOP 5 Unternehmen (in Euro/Jahr)	6,8 Mio.	16,7 Mio.	5,1 Mio.	2,6 Mio.
Faktor im Vergleich zur Gastwelt (gerundet)		2,5	0,8	0,4
Lobby-Beschäftigte Top-5 Unternehmen	95	775	105	65
Faktor im Vergleich zur Gastwelt (gerundet)		8,2	1,1	0,7

Tabelle 4: Vergleich der Top 5 Unternehmen

5. Ad-Hoc Analyse der 360° Gastwelt-Lobby

Drei wesentliche Erkenntnisse lassen sich aus der durchgeführten Analyse des Lobbyregisters gewinnen.

1. Facettenreiche und fragmentierte Lobbylandschaft

Die Auswertung des Registers **zeichnet ein facettenreiches Lobbybild** der 360° Gastwelt in Berlin. Die inhaltliche Bandbreite der eingetragenen Verbände und Organisationen ist hoch, die Arbeitsprofile teils sehr unterschiedlich: Angefangen beim Großhandelsverband Foodservice e.V., über das forum anders reisen e.V., den Bayerischen Heilbäderverband e.V, die Schifferbörse zu Duisburg-Ruhrort e.V., dem spanischen Zoo-Betreiber Loro Parque S.A., die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e.V. bis hin zu den „größeren“ Playern DEHOGA, DRV oder BDL.

Vor diesem Hintergrund lässt sich **hinsichtlich der Verbände ein hoher Fragmentierungsgrad feststellen**. Die ausgewerteten Daten deuten darauf hin, **dass ihre Finanzmittel limitiert sind – und das auf niedrigem Niveau**. Sieben von 82 Verbände-Akteuren geben sogar null Euro im Jahr für Interessensvertretung aus, was den Schluss zulässt, **dass in diesen Fällen komplett ehrenamtlich gearbeitet wird**.

Auf Unternehmensseite ist die Anzahl mit 29 Akteuren zwar nicht auf dem hohen Fragmentierungs-Niveau der Gastwelt-Verbände, aber dennoch nicht unerheblich. **Auffällig ist, dass die Unternehmen in Summe signifikant mehr Geld für Interessensvertretung (8,8 Mio./Jahr) zur Verfügung haben als die Verbände (5,1 Mio./Jahr)**. Hier liegt der Faktor bei 1,7. Die Mitarbeiterausgaben der Verbände sind zudem im Schnitt bis zu vier Mal niedriger.⁹ Dies lässt auf eine höhere Teilzeitquote und/oder ein geringeres Entlohnungsniveau bei den Verbänden schließen.

2. Gastwelt-Verbände im Vergleich deutlich unterfinanziert

Bei fast allen Schlüsselkennzahlen ist das **Ökosystem Gastwelt** im Bereich politische Interessenvertretung **schlechter**

finanziert als die drei gewählten Referenz-Branchen. Bei den Ausgaben der Top-5-Verbände liegt das Handwerk mit rund 10 Mio./Jahr auf Platz 1, gefolgt von der Automobilindustrie (4 Mio./Jahr), der Versicherungswirtschaft (3,3 Mio./Jahr) und der Gastwelt (2,6 Mio./Jahr). In der Spitze ist das ein Faktor von 3,8. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei den Lobby-Beschäftigtenzahlen ab: Auch hier liegt die Gastwelt mit 55 Mitarbeitenden deutlich hinter der Automobilindustrie (85), der Versicherungswirtschaft (85) und dem Handwerk (145).

Bei den Unternehmensausgaben liegt die Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie mit 6,8 Mio./Jahr hingegen auf Platz 2 nach der Automobilindustrie, deren Unternehmen in Summe 16,7 Mio./Jahr investieren. In der Versicherungsbranche liegen die Ausgaben für Lobbyarbeit bei 5,1 Mio./Jahr und beim Handwerk bei 2,6 Mio./Jahr.

3. Dachverbands-Ebene derzeit nicht konkurrenzfähig

Besonders eklatant sind die Finanzierungsunterschiede auf Ebene der Dachverbände. Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) gab im Corona-Spitzenjahr 2021 nach eigenen Angaben zwischen 160.001 bis 170.000 Euro für Lobbyarbeit in Berlin aus.¹⁰

Alle drei Referenz-Dachverbände **spielen hier in einer vollkommen anderen Liga**. Dem VDA (Automobil) standen 4,4 Mio. Euro, dem GDV (Versicherung) 15 Mio. Euro und dem ZDH (Handwerk) 1,8 Mio. Euro zur Verfügung. **Das heißt, dass die Referenz-Dachverbände in diesem Jahr 11 bis 91 Mal mehr Finanzmittel einsetzen**, als der BTW.

Selbst wenn man noch die Lobbyausgaben der Hospitality-Denkfabrik DZG (165.000 Euro im Jahr 2022), die wie der BTW oberhalb von Einzelverbänden agiert, virtuell hinzurechnet, verbessert sich das Gesamtbild nur geringfügig. In dieser Kategorie ist die **Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie** – zumindest im direkten Vergleich zu den drei betrachteten Referenzbranchen – derzeit finanziell und personell nicht ausreichend konkurrenzfähig.

6. Weiterentwicklung des Registers und Fazit

Die Einführung des Registers im Jahr 2022 ermöglicht erstmals einen kursorischen Blick auf die Lobbyaktivitäten in Berlin und schafft damit mehr Transparenz. Die vorgenommene Auswertung hat aber auch vier Verbesserungspotenziale für das Register identifiziert:¹¹

Aus unserer Sicht muss **(1) die Qualität der Daten verbessert und ggf. vom Deutschen Bundestag stichprobenartig kontrolliert werden**. Vielen Eigenangaben scheinen allgemein etwas zu hoch angesetzt (so wurden z.B. teils 100 Prozent der Gesamtausgaben von Verbänden als Lobbyausgaben deklariert), um damit beim Eintrag „auf Nummer sicher“ zu gehen. In rund zehn Prozent der Fälle wurden zudem keine Angaben gemacht, was das Gesamtbild verzerrt und dem Transparenzgedanken entgegensteht.

Flankierend sollte **(2) zwingend an der Aktualität der Daten gearbeitet** werden. In wenigen Fällen wurden noch keine Geschäftsberichte im Register hinterlegt, in anderen Fällen sind diese noch aus dem Jahr 2019 – und die Informationen damit vergleichsweise alt. Eine transparente Gegenüberstellung wird damit erschwert.

Während die Angaben der eingesetzten Finanzmittel in Stufenform gut nachvollziehbar sind, **ist diese Methodik (3) bei den Beschäftigtenzahlen hingegen nicht ganz unproblematisch** – zumindest auf qualitativer Ebene. Es macht in der Praxis einen Unterschied, ob eine einzige Person mit Lobbyarbeit betraut ist, oder eben zehn Mitarbeitende (beide Fälle werden aber in Stufe 1-10 erfasst). Hier wäre eine Stufen-Anpassung z.B. in Form von 5er-Schritten sinnvoll (also Stufe 1-5 und Stufe 6-10, Stufe 11-15).

Ein weiteres Transparenz-Problem stellt auch die Tatsache dar **(4)**, dass im Register eine sehr große Anzahl von Interessen- und Vorhabenbereiche angegeben werden können, in denen sich Akteure inhaltlich engagieren (in einigen Beispielen wie dem VDA sind es um die 50 Bereiche). Damit lässt

sich für Dritte nicht sofort erkennen, **in welchen politischen Themengebieten Akteure besonders aktiv sind und wie viele Mittel dort anteilig einfließen**. Hier könnte eine Limitierung der Auswahlmöglichkeiten oder die Einführung von Schwerpunktthemen mehr Klarheit bringen.

Fazit:

Die politische Interessensvertretung der **Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie ist mit insgesamt 111 identifizierten Akteuren** in Berlin, davon 29 Unternehmen und 82 Verbänden/Organisationen, **sehr vielfältig und breit aufgestellt**. Dies geht aus vorliegenden der Ad-hoc-Analyse des Lobbyregisters hervor.

Ob die hohe Anzahl von Gastwelt-Akteuren per se einen Wettbewerbsnachteil gegenüber anderen Industrien darstellt, hängt am Ende von der Frage ab, wie sich dieses (Kompetenz-)Netzwerk koordiniert und wie stark es arbeitsteilig agiert. Wenngleich der Abstimmungsaufwand in einem solchen Rahmen nicht unerheblich ist, **kann die große Bandbreite an Fachwissen auch einen Vorteil darstellen**. Dies gilt insbesondere für den laufenden Transformationsprozess unserer Gesellschaft (Digitalisierung, Klimawandel, Ernährungswende, Künstliche Intelligenz etc.), der viele anspruchsvolle und komplexe Fragestellungen hervorbringt, die einzelne Lobbyakteure in Zukunft wohl immer schwerer ohne Partner bearbeiten können.

Im direkten Vergleich mit der Versicherungswirtschaft, der Automobilindustrie und dem Handwerk **befindet sich die Gastwelt-Lobbylandschaft aber weder finanziell noch personell auf Augenhöhe**. Hier gibt es signifikante Wettbewerbsnachteile, da für die Interessenvertretung – zumindest auf Seiten der Verbände – in Summe zu wenig Geld zur Verfügung steht. Am drastischsten zeigt sich dieses Defizit auf Ebene der Dachverbände.

7. Fußnoten

¹ Mit Hilfe des Lobbyregisters soll für die Öffentlichkeit transparent gemacht werden, welche (privatwirtschaftlichen) Akteure auf bundespolitische Entscheidungen und Gesetzgebungsverfahren Einfluss nehmen. Alle Interessenvertreter müssen sich dort seit Anfang 2022 registrieren. Aktuell sind von dieser Regelung Gewerkschaften, Arbeitgeberverbände sowie Kirchen befreit.

² <https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/energiekonzerne-gasindustrie-kaempft-um-einfluss-40-millionen-euro-fuer-lobbyarbeit/28980152.html>. Abgerufen am 23.02.2023.

³ Das Handwerk ähnelt in seiner kleinteiligen und regionalen Struktur der Gastwelt, wenngleich die Finanzierung der Verbändearbeit zum größten Teil über „Pflichtbeiträge“ organisiert ist. Die Lobbyarbeit der Automobilindustrie wird in der Öffentlichkeit oftmals als sehr schlagkräftig wahrgenommen (z.B. Auto-Gipfel im Kanzleramt), während die Versicherungswirtschaft in der Berliner Lobbylandschaft intern als sehr effektiv und gut finanziert bekannt ist. Aus diesen Gründen haben wir uns für die drei genannten Referenz-Branchen entschieden. Eine andere Auswahl wären ebenfalls möglich gewesen.

⁴ Fast alle untersuchten Akteure geben im Register mehrere Tätigkeitsschwerpunkte an, die nicht nur mit den Kernthemen der Gastwelt zu tun haben. Wie viele Mittel in die Interessensvertretung für bestimmte Industrien, Branchen und Themen ganz konkret fließen, ist dem Register nicht zu entnehmen. Eine Schätzung ist ebenfalls schwierig (es fehlen dazu entsprechende Kriterien), daher wurde jeweils der eingetragene Gesamtbetrag für Interessensvertretung für die Berechnungen verwendet. Hinzu kommt, dass elf eingetragene Verbände bzw. Unternehmen „keine Angabe“ bei den Ausgaben und/oder den Beschäftigtenzahlen für die Interessensvertretung gemacht haben. Dies entspricht einem Anteil von rund zehn Prozent aller ermittelnden Gastwelt-Akteure (111). Weitere sieben Verbände haben bei ihren Ausgaben für Interessensvertretung den Wert „0 Euro“ angegeben.

⁵ Um eine möglichst aktuelle Datenauswertung zu gewährleisten, wurden die jeweils neuesten Zahlen aus Registereinträgen verwendet – in diesem Fall aus den Jahren 2019 bis 2022. Trotz jährlicher Aktualisierungspflicht haben einige Akteure bisher keinen Geschäftsbericht für 2021 zur Verfügung gestellt. Im Fall des Verbandes unabhängiger selbstständiger Reisebüros e.V. (VUSR) gibt es z.B. noch gar keinen hinterlegten Jahresabschluss, die angegebenen Zahlen stammen aus dem Jahr 2019 – und sind damit vergleichsweise alt. Die überwiegende Zahl der eingetragenen Akteure kommt hingegen seiner jährlichen Aktualisierungspflicht nach, so dass rund 85 Prozent der erfassten Daten aus den Jahren 2021 und 2022 stammen.

⁶ Die verwendeten Suchbegriffe basieren auf dem 360° Gastwelt-Konzept des Fraunhofer IAO (360gastwelt.de). Unter der Kategorie Verbände wurden aus Darstellungsgründen Einzelverbände, Organisationen, NGOs und Vereine zusammengefasst.

⁷ In den aufgeführten Beispielen wurden 35 000 Euro und fünf Beschäftigte als Mittelwerte für die Berechnung verwendet. Diese Modellierung führt vor allem bei den Mitarbeiterzahlen in der Tendenz zu einer leichten bis mittelstarken Überbewertung.

⁸ Es gibt noch zwei weitere „Denkfabrik“-Einträge im Register: Beim „Loro Parque“, einem bekannten Zoo auf Teneriffa, handelt es sich wohl um einen „Fehl-eintrag“ bzw. eine falsche Kategorisierung. Das Center for Innovation & Sustainability in Tourism (C.I.S.T) beschreibt sich laut eigener Satzung (§2. Abs. 2) als Denk- und Entwicklungsforum und nicht als Thinktank. Daher wurden beide Akteure der Kategorie Verbände/Organisationen/NGOs/Vereine zugeordnet.

⁹ Bei dieser Berechnung wird unterstellt, dass ein Großteil der im Register angegebenen Lobbyausgaben durch Personalkosten verursacht werden.

¹⁰ Der BTW gibt damit gerade einmal 25 Prozent seiner Gesamtausgaben (658.443,46 Euro, letzter hinterlegter Geschäftsbericht aus dem Jahr 2020) für politische Interessensvertretung aus. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass die BTW-Zahlen noch unter „alter“ Führung zustande kamen und hier seitens des Dachverbandes jüngst wieder mehr politische Aktivität zu erkennen ist.

¹¹ Das Bundesinnenministerium arbeitet bereits an einer ersten Änderung des Lobbyregistergesetzes und hat dazu dem Bundeskabinett unter der Datenblatt-Nummer 20/06070 Anfang Juni 2023 eine Reihe von Vorschlägen unterbreitet, die sich mit einigen unserer Ideen inhaltlich decken.

Impressum:

Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG)
Tourismus / Hospitality / Foodservice
powered by Union der Wirtschaft e.V.

Chausseestraße 48a
10115 Berlin

Dr. Marcel Klinge
Vorstandssprecher

mail: denkfabrik@zukunft-gastwelt.de
web: zukunft-gastwelt.de

Zur Denkfabrik:

Die 2021 gegründete Denkfabrik Zukunft der Gastwelt (DZG) vernetzt Politik, Verbände und hochkarätige Vertreter*innen aller Wertschöpfungssektoren der Tourismus-, Hospitality- und Foodservice-Industrie (wie z.B. Radeberger Gruppe, Deutsche Bahn, Unilever Food, Motel One, Transgourmet, Metro, Center Parcs, Dorint, Bioland, Dussmann, Centro Hotels, Best Reisen, Rational) bei strategischen Zukunftsthemen wie Mitarbeitergewinnung, Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Ernährungswende und entwickelt praxisnahe Ideen zur effektiveren Bewältigung von Polykrisen.

Die Mitgliedsunternehmen der Denkfabrik beschäftigen zusammen rund 600.000 Mitarbeitende in Deutschland. Finanziert und getragen wird der Thinktank von der Union der Wirtschaft e.V.