

**Klaus Laepple, Präsident:**

## **Sind wir fit für die Fußball-WM 2006 ?**

### **Tourismopolitische Vorstellungen des BTW**

**Statement beim achten Tourismuskonferenz am Dienstag, 21. September 2004, im Palais-Saal, Hotel Adlon, Berlin**

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrter Herr Bundesminister Schily,  
Exzellenzen,  
verehrte Damen, meine Herren,

die Fußball-Europameisterschaft in Portugal und die Olympischen Spiele in Athen haben uns einen Vorgeschmack gegeben, was 2006 los sein wird: Die Fußball-Weltmeisterschaft macht Deutschland dann für mindestens vier Wochen zum weltweit dominanten Thema, das die Schlagzeilen der Print- und Onlinemedien sowie alle Radio- und Fernsehkanäle beherrschen wird. Nichts - ausser vielleicht dem Tourismus - ist so völkerverbindend wie Fußball mit seinen einfachen Regeln. Ein Turnier mit den besten Teams aller Kontinente wird die Massen begeistern. Dabei wollen wir gute und herzliche Gastgeber sein und haben allen Anlass, Franz Beckenbauer, dem Deutschen Fußball-Bund vielen allen anderen zu danken, die nach 1974 die zweite WM in unser Land geholt haben.

Nicht nur für den Deutschlandtourismus, wo die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) mit voller Rückendeckung des BTW ausgezeichnete WM-Vorarbeiten geleistet hat und weiter leistet, ist das eine einzigartige Chance. Dieses Mega-Event - das haben die Politik, der BDI und viele andere Wirtschaftsverbände und Unternehmen frühzeitig erkannt - eröffnet dem Standortmarketing Perspektiven weit über das Fußballerische hinaus.

Wir setzen darauf, dass Jürgen Klinsmann, Oliver Bierhoff und Joachim Löw eine starke Mannschaft präsentieren. Bis 2006 müssen jedoch nicht nur Trainer, Stammelf und Reservebank WM-fit sein, nein: Wir alle sind gefordert und die Politik muss die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, damit ganz Deutschland Freude ausstrahlt und aus der einmaligen Chance ein Erfolg wird. Nicht bloß viele Tore, sondern vielfältige Impulse verspreche ich mir auch deshalb von der Fußball-WM 2006 in Deutschland, weil sich diese nicht auf ein zentrales Ereignis beschränken, sondern über die ganze Republik verteilt sein wird. Das gibt uns Gelegenheit, eine der großen Stärken unseres Landes - seine regionale Vielfalt - voll auszuspielen.

Damit dieses Mega-Event zu dem Erfolg wird, den wir alle erhoffen, müssen die Rahmenbedingungen stimmen. Hier hat der BTW klare Vorstellungen, was über die gegenüber dem Fußball-Weltverband abgegebenen Garantien hinaus noch geschehen muss:

1. Mobilität ist für die Besucherströme bei der Weltmeisterschaft das A und O. Dafür brauchen wir eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur, die nicht von Einnahmen aus der Lkw-Maut und Sparzwängen abhängen darf. Hier geht es um Investitionen in die Zukunft unseres Landes, die weit über das eigentliche Großereignis hinaus wirken und den riesigen Aufwand rechtfertigen.
2. WM-fit werden heißt auch, dass etwa bei den für die Bustouristik wichtigen Stadionzufahrten nicht gekürzt werden darf. So verfügt Köln zwar über eine wunderschöne neue Fußballarena; die Zufahrt ist aber noch genau so schlecht wie zuvor. Uns fehlt jedes Verständnis für Streichungen bereits budgetierter Mittel mit der Begründung, man werde bis zur WM nicht fertig: Dann mahlen die bürokratischen Mühlen in Deutschland wieder zu langsam. Das ist ein Zustand, mit dem wir uns keinesfalls abfinden dürfen! Es gibt auch eine Zeit nach dem Mega-Event, für die Zufahrten und Infrastruktur dringend benötigt werden.
3. Im Verkehrsbereich unterstützt die Europäische Union mit den Trans European Networks (TEN) seit Jahren Infrastrukturprojekte auch im Straßen-, Schienen-, Wasser- und Luftverkehr. Diese Möglichkeit gilt es stärker zu nutzen. Keinesfalls darf der Abruf verfügbarer

EU-Mittel an fehlenden deutschen Eigenanteilen scheitern. - Hier geht es ebenfalls um WM-Infrastruktur!

4. Zur Fußball-WM werden über eine Million ausländische Gäste erwartet. Wir hoffen sehr, dass sich Ladenschlussgesetz und Sperrzeiten für die Gastronomie - beides stößt auch im Inland auf immer weniger Verständnis - bis dahin erledigt haben. Nach dem jüngsten Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Ladenschluss ist es höchste Zeit, dass der Bund eine Rechtsgrundlage für Liberalisierungsbemühungen der Bundesländer schafft. Im ökonomischen Interesse unseres Landes sollten ein während der Weltmeisterschaft eventuell noch existierender Ladenschluss sowie verbliebene Sperrzeiten zumindest für die Dauer des Turniers ausgesetzt werden.
5. Wir wünschen uns faire Wettbewerbe, wissen aber auch, was Zeit- und klimatische Umstellungen für die Leistungsfähigkeit von Nationalmannschaften aus anderen Kontinenten bedeuten können. Nachtflugverbote an deutschen Flughäfen sind ein unnötiges Hindernis und sollten daher zugunsten der teilnehmenden Teams - nur von diesen sprechen wir, obwohl wir uns oft sehr viel mehr wünschen - ausgesetzt werden.
6. Wenn wir in weiter entfernten Ländern für das Reiseziel Deutschland werben wollen, brauchen wir internationale Verkehrsflughäfen als funktionierende Gateways. Was wir keinesfalls benötigen, sind anhaltende Diskussionen über Mehrwertsteuer auf grenzüberschreitende Flüge oder eine Kerosinbesteuerung. Derlei könnte allenfalls weltweit - und dann auf Basis harmonisierter Steuersätze - funktionieren, sonst wäre es immer wettbewerbsverzerrend. WM-Besucher und Teilnehmer hätten jedenfalls kein Verständnis, wenn ausgerechnet das Gastgeberland Deutschland sie in dieser Weise abkassieren wollte.
7. Ausländischen Gästen sollte während der Weltmeisterschaft und möglichst schon in deren Vorfeld eine Telefon-Hotline angeboten werden, die ihnen rund um die Uhr in ihrer Landessprache weiterhilft. Dieser Gästeservice sollte Informationen zur WM, zu touristischen Sehenswürdigkeiten und Verkehrsmittelnutzung bis hin zum Notruf umfassen. In anderen Ländern haben sich solche mehrsprachigen Call-Center-Lösungen für Touristen zur festen Einrichtung entwickelt.
8. Was wir brauchen, ist eine durchgängige Servicekette schon bei der Ankunft ausländischer Gäste, die Inländer nicht ausgrenzen darf. Hier sind wir auf gutem Wege: Bei der Deutschen Bahn und an allen großen Verkehrsflughäfen arbeiten eigene WM-Beauftragte. Eine besonders hohe Transportleistung werden die Bustouristik und der öffentliche Personennahverkehr zu erbringen haben. Erfahrungsgemäß prägen Service und Gastfreundschaft in Hotellerie und Gastronomie die Kundenzufriedenheit besonders nachhaltig. Auch für WM-Hostessen, Verkaufspersonal im Handel, Polizei, sonstige Mitarbeiter des öffentlichen Dienstes und eigentlich alle Bundesbürger gilt: Freundlichkeit und - wo immer möglich - Sprachtalent sind der Schlüssel zum Erfolg. Lassen Sie uns den anpacken und bis 2006 und darüber hinaus nicht mehr aus der Hand geben!