Jahrbuch
2002/2003

Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft
Berlin · Brüssel

Impressum

Herausgeber
Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Telefon 030/726254-0
Telefax 030/726254-44
info@btw.de
www.btw.de

Verantwortlich für den Inhalt
Ulrich Rüter

Text
Hermann F. Sack

Redaktion
Ulrich Rüter
Christian Boergen

Gestaltung und Produktion
pantamedia communications GmbH, Berlin

Fotos
Wir danken den Mitgliedern des BTW für die
freundliche Unterstützung bei der Illustration

Inhalt

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) 7

Vorwort 8

Der BTW und seine Mitglieder 14

Mitgliedschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) 17

Kommunikation nach innen und außen 31

Aktivitäten des BTW in Deutschland 33

Eigene Veranstaltungen

Tourismusgipfel am 16. September 2002 in Berlin 34

BTW-ITB-Dinner-Talk-Runden 39

ITB vom 7. bis 11. März 2003 in Berlin 41

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit 47

Partner Deutscher Bundestag 52

Partner WTO 55

Spezifische Themen

Tourismus schafft Arbeits- und Ausbildungsplätze 56

Mobilität für morgen sichern 57

Neue Sommerferienregelung zwingend erforderlich 62

Mehr Klarheit durch reformierte Branchenstatistik 64

Breites Angebot an Ausbildungsberufen 65

Fussball-WM 2006: Auftrieb für viele Dienstleister 67

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene 69

Treffen der EU-Beauftragten 2002 70

Gespräch mit EU-Kommissar Frits Bolkestein 71

Treffen der EU-Beauftragten 2003 75

Wirtschaftsfaktor Tourismus 77

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus 78

Reiseverhalten weltweit / europaweit 79

Incoming / Binnentourismus 82

Geschäftsreisen – ein Standbein der Tourismuswirtschaft 88

Outgoing – erstes Minus seit 1945 92

Die Mitglieder des BTW im Jahr 2002/2003 97

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München 98
- Arabella Hotel Holding AG, München 102
- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH, Bonn 106
- DB Reise&Touristik AG, Frankfurt 109
- Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt 113
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), Frankfurt 117
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) e.V., Berlin 121
- Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin 125
- Dorint AG, Mönchengladbach 129
- DuMont Reiseverlag GmbH & Co. KG, Köln 133
- Europäische Reiseversicherung AG, München 136
- Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf 140
- Flughafen Köln/Bonn GmbH, Köln 144
- Fraport AG, Frankfurt 147

- Gebr. Heinemann, Hamburg 151
- Gütegemeinschaft Buskomfort e.V. (gbk), Böblingen 154
- Hotel Adlon Berlin, Berlin 154
- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG, Bonn 161
- Messe Berlin GmbH, Berlin 163
- Organisation für Teilzeitwohnrecht in Europa (OTE), Brüssel 167
- PwC Deutsche Revision AG, Essen 171
- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V., Köln 174
- START AMADEUS GmbH, Bad Homburg 177
- Thomas Cook AG, Oberursel 181
- Thüringer Tourismus GmbH, Erfurt 185
- TUI AG, Hannover 189
- Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), Bad Homburg 193

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Gas geben, statt zurückschalten!

Damit es wieder aufwärts geht: BTW und BDI als Motoren für Reformen

Jetzt ist wirtschaftliche Erholung angesagt – nach schweren Monaten mit den wohl größten Strukturanpassungen in der Geschichte der deutschen und europäischen Tourismusbranche. Das vergangene Jahr hat dem BTW als Dachverband der Deutschen Tourismuswirtschaft einen permanenten Spagat abverlangt:

- Einerseits galt es, auf die miserable Wirtschafts- und Arbeitsmarktlage mit allen Folgen für unsere Industrie hinzuweisen, Reformen anzumahnen, mehr Bürokratie, neue Steuern und Abgaben zu verhindern.

- Andererseits wollten und wollen wir keine Miesepeter sein, sondern Zuversicht verbreiten, damit die Konsumenten Vertrauen fassen und das vielfältige Angebot der deutschen Tourismuswirtschaft wieder stärker nachfragen.

Mit dem Ergebnis können wir zufrieden sein, auch wenn wir uns entschiedenere wirtschaftliche Reformen wünschen, die vor allem schneller umgesetzt werden müssen. Dass die Talsohle augenscheinlich hinter uns liegt, darf nicht darauf hinauslaufen, nun einen Gang zurückzuschalten. Im Gegenteil: Wirtschaft und Politik müssen beim Umbau Gas geben, damit Deutschland in Europa wieder Spitze wird. Nicht Worte, sondern Taten sind gefragt: Steuern senken, Subventionen abbauen, den Arbeitsmarkt reformieren – der BTW ist Motor solcher Reformen. Die Mitgliedsunternehmen benötigen diese Reformen schnell, damit es wieder vor- statt rückwärts geht.

Dazu brauchen wir starke Partner. Deshalb ist der BTW seit Januar 2003 Mitglied des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI). Gemeinsam hatten wir einen guten Start.

Erkennbar spricht die Wirtschaft mit einer Stimme. Der BTW hat an Ansehen und Lobbykraft gewonnen. Entgegen anfänglicher Skepsis profitieren nicht nur Konzerne, sondern gerade auch Mittelständler von der Mitgliedschaft des BTW im BDI. In zahlreichen Ausschüssen, Arbeits- und Lenkungskreisen des BDI sind inzwischen BTW-Mitglieder aktiv. Auch wenn sich manches noch einspielen muss: Das wirkt bis an die Basis – und in beide Richtungen. Insbesondere konnten wir mit Unterstützung des BDI unsere europäische Lobbyarbeit stärken.

Der BTW kämpft für die Interessen der Tourismusindustrie:

- Statt Citymaut-Plänen, die Kunden am Besuch der Innenstädte hindern, erwartet der BTW – auch im Interesse unserer ausländischen Gäste – mehr Nahverkehrsangebote nach 20.00 Uhr.

- Deutschland braucht kein Ladenschlussgesetz, sondern lediglich eine vernünftige Sonn- und Feiertagsregelung. Das ist Konjunkturförderung im besten Sinne, nützt dem Deutschlandtourismus und dem heimischen Messewesen.

- Unsere Branche ist international aufgestellt und auf ausländische Mitarbeiter angewiesen. Deshalb brauchen wir ein Zuwanderungsgesetz, verbunden mit systematischer Integrationspolitik.

- Der neu gewählte Bundestag ist dem BTW-Vorschlag gefolgt, den Ausschuss für Tourismus wieder einzurichten.

- Mit dem neu berufenen Tourismusbeirat hat Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement ein wichtiges Zeichen gesetzt und unserer Branche eine Plattform eröffnet.

- Die Mittel für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) sind erneut aufgestockt worden.

Klaus Laepple

- Ein Beschluss der Ministerpräsidenten der Bundesländer hat die fatale Ferienregelung der Kultusministerkonferenz korrigiert und die Sommerferien-Termine der drei bevölkerungsreichsten Bundesländer ab 2005 wieder entzerrt.
- Misstrauen und Bürokratie wurde mit der neuen Minijob-Regelung ein Ende gesetzt; diese kommt insbesondere der Gastronomie zugute.
- Die Trinkgeldbesteuerung ist abgeschafft worden.
- Pläne, grenzüberschreitende Europa-Flüge mit Mehrwertsteuer zu belasten und teurer zu machen, sind gescheitert.
- Eine Initiative der Europäischen Kommission zur Mehrwertsteuerreduzierung auch bei Restaurantleistungen in Europa ist auf den Weg gebracht.

Diese Bilanz kann sich sehen lassen, wir sind aber noch nicht am Ziel. Um bei Sommerferienregelungen, Reiseleiterbehinderungen, Intermodalität der Verkehrssysteme oder Umsatzsteuer weitere Verbesserungen zu erreichen, braucht der BTW die Unterstützung aller Mitglieder.

Klaus Laepple

Präsident des Bundesverbandes
der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Telefon: 030/72 62 54-0
Telefax: 030/72 62 54-44
info@btw.de
www.btw.de

Präsident

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin

Geschäftsführendes Präsidium

- Dr. Ralf Corsten (bis 31. Mai 2003)

  Mitglied des Vorstandes, TUI AG, Hannover

- Ernst Fischer (Schatzmeister)

  Präsident, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA), Berlin

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin

- Robert Salzl

  Vorsitzender des Vorstandes, Arabella Hotel Holding AG, München

Präsidium

- Dr. Wilhelm Bender

  Vorsitzender des Vorstandes, Fraport AG, Frankfurt

- Dr. Ralf Corsten (bis 31. Mai 2003)

  Mitglied des Vorstandes, TUI AG, Hannover

- Richard Eberhardt

  Präsident, RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V., Köln

- Dr. Peter Fankhauser

  Mitglied des Vorstandes, Thomas Cook AG, Oberursel

- Ernst Fischer (Schatzmeister)

  Präsident, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA), Berlin

- Michael Kirnberger

  Präsident, Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), Bad Homburg

- Hans-G. Koch (bis 20. Mai 2003)

  Mitglied des Vorstandes, DB Reise&Touristik AG, Frankfurt

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin

- Dr. Jürgen Linde

  Präsident, DTV – Deutscher Tourismusverband e.V., Bonn

- Hanns Peter Nerger

  Geschäftsführer, Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin

- Robert Salzl

  Vorsitzender des Vorstandes, Arabella Hotel Holding AG, München

- André Witschi

  Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1. Juli 2003), Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

Generalsekretariat

- Christian Ehlers, Generalsekretär
- Ulrich Rüter, Geschäftsführer
- Christian Boergen, Kommunikation
- Carola Vergin, Sekretariat
- Klaus-Heiner Lehne, Europabeauftragter, Brüssel

Der BTW und seine Mitglieder

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

  André Witschi, Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1. Juli 2003)

- Arabella Hotel Holding AG, München

  Robert Salzl, Vorsitzender des Vorstandes

- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH, Bonn

  Franz Anslinger, Direktor

- AVIS Autovermietung GmbH & Co. KG, Oberursel

  Gerd Hartmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung

- Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin

  Hanns Peter Nerger, Geschäftsführer

- DB Reise&Touristik AG, Frankfurt

  Hans-G. Koch, Mitglied des Vorstandes (bis 20. Mai 2003)

- Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt

  Thierry Antinori, Bereichsvorstand Marketing & Vertrieb

- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), Frankfurt

  Ursula Schörcher, Vorstandsvorsitzende

- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA), Berlin

  Ernst Fischer, Präsident

- Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin

  Klaus Laepple, Präsident

- Deutsches Verkehrsforum, Berlin

  Thomas Hailer, Geschäftsführer

- Dorint AG, Mönchengladbach

  Dr. Michael Theim, Vorstandssprecher

- DTV – Deutscher Tourismusverband e.V., Bonn

  Dr. Jürgen Linde, Präsident

- DuMont Reiseverlag GmbH & Co. KG, Köln

  Andreas von Stedman, Geschäftsführer

- Europäische Reiseversicherung AG, München

  Wolfgang Diels, Vorsitzender des Vorstandes

- Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf

  Dr. Rainer Schwarz, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Flughafen Köln/Bonn GmbH, Köln

  Michael Garvens, Kfm. Geschäftsführer

- Fraport AG, Frankfurt

  Dr. Wilhelm Bender, Vorsitzender des Vorstandes

- Gebr. Heinemann, Hamburg

  Heribert Diehl, Geschäftsführer

- Gütegemeinschaft Buskomfort e.V. (gbk), Böblingen

  Martin Becker, Geschäftsführer

- Hotel Adlon Berlin, Berlin

  Jean K. van Daalen, Generaldirektor

- Hotelverband Deutschland e.V. (IHA), Berlin

  Bernd Geyer, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied

- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG, Bonn

  Axel Schmidt, Geschäftsführer

- Messe Berlin GmbH, Berlin

  Raimund Hosch, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Organisation für Teilzeitwohnrecht in Europa (OTE)

  Peter van der Mark, Generalsekretär

- PwC Deutsche Revision AG, Essen

  Franz-Josef Schwarzhof, Mitglied des Vorstandes

- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V., Köln

  Richard Eberhardt, Präsident

- START AMADEUS GmbH, Bad Homburg

  Peter W. Munzig, Director Amadeus GTD
  (Purchasing National Marketing Companies)

- Thomas Cook AG, Oberursel

  Dr. Peter Fankhauser, Mitglied des Vorstandes

- Thüringer Tourismus GmbH, Erfurt

  Bärbel Grönegres, Geschäftsführerin

- TUI AG, Hannover

  Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes (bis 31. Mai 2003)

- Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), Bad Homburg

  Michael Kirnberger, Präsident

Mitgliedschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)

Der BTW ist seit dem 1. Januar 2003 Mitglied im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI). Damit beginnt für die Tourismuswirtschaft eine neue Ära. Denn dies heißt nichts anderes, als dass die industrielle Produktion von Dienstleistungen endlich der industriellen Produktion von Wirtschaftsgütern verbandspolitisch gleichgestellt wird. Ziel der deutschen Tourismuswirtschaft ist es, durch die Mitgliedschaft im BDI Instrumente an die Hand zu bekommen, um die eigenen Interessen noch wirkungsvoller durchsetzen zu können.

Die Interessen von Industrie und Tourismuswirtschaft sind auf vielen wirtschaftspolitischen Feldern identisch. Für Unternehmen beider Sektoren müssen die Standortbedingungen in Deutschland sowie die Rahmenbedingungen für das Engagement im Ausland verbessert werden.

Bereits im Strategiepapier „Struktur des BTW 2002“ haben sich die BTW-Mitglieder zu einem starken und eigenständigen BTW bekannt.

BDI, Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin

Das Papier macht deutlich, dass der BTW als touristischer Dachverband den wichtigsten Sektor der industriellen Dienstleistung vertritt und als Querschnittsverband alle Stufen der touristischen Wertschöpfungskette abdeckt.

Dabei bündelt er die tourismuspolitischen Kräfte auf Unternehmens- wie auch auf Verbandsseite. Der BTW verbindet Leadership mit Subsidiaritätsprinzip. Damit kommen die Stärken aller Partner optimal zur Geltung: Politische Fragen werden kompetent und effektiv in den Fachverbänden oder Unternehmen behandelt. Der BTW bündelt die Interessen der Branche, definiert den kleinsten gemeinsamen Nenner und bringt sie mit seiner Stärke als Verband in den politischen Prozess ein.

Interessen vertreten im Netzwerk

Der BTW ist zugleich Interessenvertreter, Netzwerk und Multiplikator. Die gemeinsamen gesamtpolitischen Interessen der Tourismuswirtschaft zu vertreten, ist seine ureigene Aufgabe. Vor allem, wenn es darum geht, den Stellenwert der Tourismuswirtschaft im politischen Prozess zu erhöhen. Als Teil eines höchst effizienten Netzwerks arbeitet der BTW mit verschiedenen Leistungsträgern und Verbänden eng zusammen, um wichtige Themen wie „Sicherung der Mobilität“ oder Steuerfragen politisch und publizistisch nachhaltig zu präsentieren. Konkrete Sachfragen der Fachverbände und Mitgliedsunternehmen wie Steuerharmonisierung und andere bringt der BTW ebenfalls gebündelt und „angereichert“ in die Politik ein.

Mit der Mitgliedschaft im BDI gibt der BTW seine Zuständigkeit für zentrale Themen der Branche nicht „an der Garderobe des BDI“ ab. Vielmehr kann er nun dringende Anliegen der Branche via BDI gezielt einspeisen, so dass sie bei den richtigen Personen und am richtigen Ort Gehör finden.

An die Mitgliedschaft sind von beiden Seiten große Hoffnungen geknüpft. Der BTW erwartet vor allem, dass der BDI die Interessen der vielen im BTW vertretenen mittelständischen Unternehmen wirksam (und aktiv) vertritt und sich auch selbst zu einem Sprecher der Industrie- und der Dienstleistungswirtschaft wandelt.

Die für die deutsche Tourismuswirtschaft interessanten Kernthemen des BDI:

- Arbeitsmarktreform
- Neue Länder – Wirtschaftslage und Wirtschaftspolitik
- Unternehmensfinanzierung
- Vertiefung der Europäischen Union / Reformkonvent
- Erweiterung der Europäischen Union / Industriebeziehungen zu Beitrittsländern
- Neuauflage des BDI-Perspektivkonzepts „Für ein attraktives Deutschland“
- Luftverkehr zukunftsfähig gestalten
- Gewerbesteuer
- Unternehmenssteuerrecht fortentwickeln
- EU-Umwelthaftung
- Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen
- Europäisches Vertragsrecht
- Industrielle Mittelstandspolitik
- Außenwirtschaftsrecht / Exportkontrollen
- Außenwirtschaftsoffensive umsetzen
- China: Wirtschaftliche Zusammenarbeit ausbauen
- Transatlantische Partnerschaft stärken
- Engagement der deutschen Wirtschaft in Nordafrika, Nah- und Mittelost
- Förderung der Außenwirtschaft weiterentwickeln

Besetzung der BDI-Ausschüsse mit BTW-Mitgliedern

Außenwirtschaft	TUI AG Günter Ihlau, Direktor Internationale Beziehungen
	Thomas Cook AG Dr. Rolf-Dieter Graß, Leiter Kommunikation
Energie	Deutsche Bahn AG Dr. Florian Baentsch, Marketing/Vertrieb Netze
Forschung + Technologie	Deutsche Bahn AG Birgit Chollee, Leiterin Geschäftsfeld Innovations-Management
Geld, Kredit und Währung	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA) Markus Luthe, Stellv. Hauptgeschäftsführer
Ausschuss für Konsumgüter	Deutscher Reisebüro und Reise- veranstalter Verband e.V. (DRV) Peter Landsberger, Vorsitzender der Geschäftsführung Deutsches Reisebüro (DER)
Mittelstandsausschuss	Gütegemeinschaft Buskomfort (gbk) Rainer Klink, Vorsitzender
	Deutscher Reisebüro und Reise- veranstalter Verband e.V. (DRV) Hans Doldi, Vizepräsident

	Hotelverband Deutschland e.V. (IHA) Bernd Geyer, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
Ausschuss Multimedia- und Telekommunikation	INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG Olaf Slater, Leiter Retail-Service
	START AMADEUS Deutschland GmbH Peter W. Munzig, Director Amadeus GTD (Purchasing National Marketing Companies)
Recht	Deutsche Bahn AG Andreas Zylka, Leiter GRV – Rechtsabteilung
	TUI AG Andreas Göhmann, Direktor Rechtsabteilung
Ausschuss Sicherheitsfragen	Deutsche Bahn AG Jens Petersen, Leiter Konzernsicherheit
	Fraport AG Peter Haupt, Leiter Flughafensicherheit
Statistischer Ausschuss	Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) Norbert Tödter, Leiter Unternehmensplanung

	Thomas Cook AG Peter Pullem, Bereichsvorstand Vertrieb
Steuerausschuss	Deutsche Lufthansa AG Dr. Gerhard Wilden, Leiter Konzernsteuern
	PwC Deutsche Revision AG Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern der Touristik
Umweltpolitik	Deutsche Bahn AG Joachim Kettner, Leiter Bahn-Umwelt-Zentrum
	TUI AG Dr. Wolf Michael Iwand, Direktor Umwelt
Verkehr	Deutsche Bahn AG Dr. Markus Pennekamp, Leiter Verkehrspolitik (MSV)
	Deutsche Lufthansa AG Thomas Kropp, Leiter Konzernpolitik
	RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. Richard Eberhardt, Präsident
Unterausschuss Luftverkehr	Deutsche Lufthansa AG Jan-Philipp Goertz, Konzernrepräsentanz

	Deutsches Verkehrsforum Michael Uhlmann, Leiter Bereich Luftverkehr
	Fraport AG Annegret Reinhardt-Lehmann, Direktorin Marketing und Zentraler Vertrieb
	TUI AG Dieter Schenk, Vorsitzender der Geschäftsführung Hapag-Lloyd Flug GmbH
Ausschuss Versicherungen	Deutsche Bahn AG Dr. Rainer Freise, Leiter Versicherungen
	Europäische Reiseversicherung AG Konstantin von Klitzing, Leiter Personal / Recht
Ausschuss für Wettbewerbsordnung	Deutsche Lufthansa AG Nicolai von Ruckteschell, Chefsyndikus
	Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV) Dr. Jochen Martin, Hauptgeschäftsführer

Besetzung der BDI-Arbeitskreise mit BTW-Mitgliedern

Arbeitskreis Abschreibungs- und Bewertungsfragen	PwC Deutsche Revision AG Dr. Gerhard Rolfes, Wirtschaftsprüfer
Arbeitsgemeinschaft Europäische Beihilfenpolitik	Deutsche Bahn AG Frank Miram, Leiter Europäische Rechtspolitik
	TUI AG Dr. Wolf-Dieter Zumpfort, Direktor Büro Berlin
Arbeitskreis Geschäftsluftfahrt	TUI AG Marc Hildebrand, Vorsitzender der Geschäftsführung
	Verband Deutsches Reise-management (VDR) Michael Kirnberger, Präsident
Gesprächskreis Tourismusindustrie	Accor Hotellerie Deutschland GmbH André Witschi, Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1. Juli 2003)
	Arabella Hotel Holding AG Robert Salzl, Vorsitzender des Vorstandes
	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW) Klaus Laepple, Präsident

	Deutscher Hotel- und Gaststätten-verband e.V. (DEHOGA) Christian Ehlers, Hauptgeschäftsführer
	Deutscher Reisebüro und Reise-veranstalter Verband e.V. (DRV) Dr. Jochen Martin, Hauptgeschäftsführer
	Thomas Cook AG Dr. Peter Fankhauser, Mitglied des Vorstandes
	Thomas Cook AG Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes
	TUI AG Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes (bis 31. Mai 2003)
	TUI AG Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender
Arbeitskreis Klimapolitik	Deutsche Bahn AG Dr. Petra König, Verkehrspolitik (MSV)
Arbeitskreis Kommunikation	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW) Christian Boergen, Kommunikation

	DTV – Deutscher Tourismusverband e.V. Dr. Jürgen Linde, Präsident
	TUI AG Dr. Kay Baden, Direktor Konzernkommunikation
Lenkungskreis Konjunkturkreis	Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV) Dr. Jochen Martin, Hauptgeschäftsführer
Arbeitskreis Messen und Ausstellungen	Messe Berlin GmbH Dr. Martin Buck, Direktor Travel & Logistics
Arbeitskreis Qualitätstest	DTV – Deutscher Tourismus Verband e.V. Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin
	TUI AG Jomique de Vries, Leiter Qualitätsmanagement
Lenkungskreis Technik und technische Regelsetzung	Deutsche Bahn AG Matthias Mather, Leiter Bahn-Umwelt-Management
Lenkungskreis Umweltschutz	Deutsche Bahn AG Matthias Mather, Leiter Bahn-Umwelt-Management

Arbeitskreis Umsatzsteuer	Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV) Peter Lüthgen
	START AMADEUS Deutschland GmbH Dr. Thomas Scholtis, Bereichsleiter Accounting & Treasury
Round Table BDI-BTW	Accor Hotellerie Deutschland GmbH André Witschi, Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1. Juli 2003)
	Arabella Hotel Holding AG Robert Salzl, Vorsitzender des Vorstandes
	Autobahn Tank & Rast Holding GmbH Franz Anslinger, Direktor
	AVIS Autovermietung GmbH & Co. KG Gerd Hartmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung
	Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) Hanns Peter Nerger, Geschäftsführer
	DB Reise & Touristik AG Hans-G. Koch, Mitglied des Vorstandes (bis 20. Mai 2003)

Round Table BDI-BTW	Deutsche Lufthansa AG Thierry Antinori, Bereichsvorstand Marketing & Vertrieb
	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) Ursula Schörcher, Vorstandsvorsitzende
	Deutscher Hotel- und Gast- stättenverband e.V. DEHOGA Ernst Fischer, Präsident
	Deutscher Reisebüro und Reise- veranstalter Verband e.V. (DRV) Klaus Laepple, Präsident
	Deutsches Verkehrsform Thomas Hailer, Geschäftsführer
	Dorint AG Dr. Michael Theim, Vorstandssprecher
	DTV – Deutscher Tourismusverband e.V. Dr. Jürgen Linde, Präsident
	DuMont Reiseverlag GmbH & Co. KG Andreas von Stedman, Geschäftsführer
	Europäische Reiseversicherung AG Wolfgang Diels, Vorsitzender des Vorstandes

Round Table BDI-BTW

Flughafen Düsseldorf GmbH
Dr. Rainer Schwarz,
Vorsitzender der Geschäftsführung

Flughafen Köln/Bonn GmbH
Michael Garvens,
Kfm. Geschäftsführer

Fraport AG
Dr. Wilhelm Bender,
Vorsitzender des Vorstandes

Gebr. Heinemann
Heribert Diehl, Geschäftsführer

Gütegemeinschaft
Buskomfort e.V. (gbk)
Martin Becker, Geschäftsführer

Hotel Adlon Berlin
Jean K. van Daalen, Generaldirektor

Hotelverband Deutschland e.V. (IHA)
Bernd Geyer, Geschäftsführendes
Vorstandsmitglied

INFOX GmbH & Co.
Informationslogistik KG
Axel Schmidt, Geschäftsführer

Messe Berlin GmbH
Raimund Hosch,
Vorsitzender der Geschäftsführung

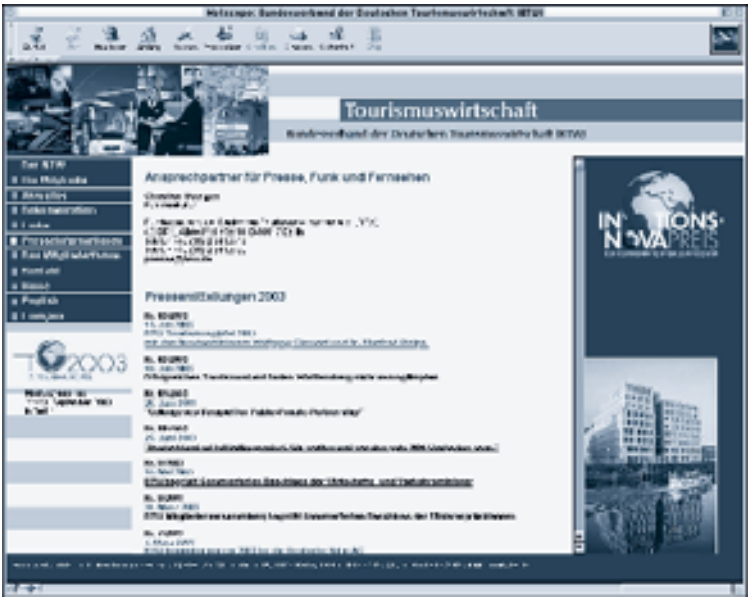
Round Table BDI-BTW	Organisation für Teilzeitwohnrecht in Europa (OTE) Peter van der Mark, Generalsekretär
	PwC Deutsche Revision AG Franz-Josef Schwarzhof, Mitglied des Vorstandes
	RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. Richard Eberhardt, Präsident
	START AMADEUS Deutschland GmbH Peter W. Munzig, Director Amadeus GTD (Purchasing National Marketing Companies)
	Thomas Cook AG Dr. Peter Fankhauser, Mitglied des Vorstandes
	Thüringer Tourismus GmbH Bärbel Grönegres, Geschäftsführerin
	TUI AG Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes (bis 31. Mai 2003)
	Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) Michael Kirnberger, Präsident

Kommunikation nach innen und außen

Aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist für den BTW unverzichtbarer Bestandteil einer effektiven Branchenpolitik. Nur wer seine Anregungen und Forderungen auch wirkungsvoll zu platzieren versteht, kann sich als verantwortungsvoller Mitgestalter empfehlen. Dieser Devise folgt auch die Kommunikation des BTW. Der Umfang der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die messbare Medienresonanz dokumentieren dies.

BTW online: Die deutsche Tourismuswirtschaft auf einen Klick

Ein unverzichtbares Kommunikationsinstrument mit Innen- wie auch Außenwirkung ist der eigene Internet-Auftritt. Unter www.btw.de präsentieren sich der BTW und seine Mitglieder in übersichtlicher Form. Das Angebot umfasst neben nützlichen Informationen zur Arbeit des tourismuspolitischen Dachverbandes einen Medienservice mit allen veröffentlichten Pressemitteilungen



sowie Dokumente und Reden zu aktuellen Themen. Über die Mitgliederliste steht den Nutzern darüber hinaus das Online-Angebot von 32 touristischen Organisationen und Unternehmen zur Verfügung.

Das Angebot im Detail

- **Der BTW**
  Eine Übersicht über Struktur und personelle Besetzung des Dachverbandes
- **Die Mitglieder**
  Anschrift, Personen und Links zu den jeweiligen Websites
- **Aktuelles**
  Dokumente und Reden zu aktuellen Themen
- **Dokumentation**
  BTW-Jahrbuch sowie weitere Texte zur Arbeit des BTW
- **Links**
  Klick zu den Websites wichtiger Institutionen im Tourismus
- **Presseinformationen**
  Abruf-Service für die Pressemitteilungen des BTW
- **Das Mitgliederforum**
  Interner Service für Mitglieder – zum Beispiel der BTW-Rundbrief

Aktivitäten des BTW in Deutschland

Tourismusgipfel 2002

BTW-ITB-Dinner-Talk-Runden

ITB 2002

Die Partner des BTW

Spezifische Themen

Eigene Veranstaltungen
Tourismusgipfel am 16. September 2002 in Berlin

Klaus Laepple, BTW-Präsident

Drei Themen bestimmten den sechsten Tourismusgipfel am 16. September 2002 im Berliner Abgeordnetenhaus: Mobilität, eine tourismuspolitische Bestandsaufnahme sowie die bevorstehende Bundestagswahl.

Über 400 Teilnehmer aus Wirtschaft und Politik diskutierten mit prominenten Politikern und führenden Unternehmensrepräsentanten über die Branche. Vom Tourismusgipfel 2002 ging ein Signal des Aufbruchs aus. Umdenken, neue Wachstumspotenziale erschließen und bessere wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen schaffen war die aufmunternde Botschaft nach dem Horror des 11. September 2001.

BTW-Präsident Klaus Laepple plädierte unter dem Motto „Mobilität ist die Grundlage des Tourismus“ für den Ausbau von Mobilität statt ihrer Einschränkung in Deutschland, Europa und weltweit. Zur aktuellen Lage in der Tourismuswirtschaft prognostizierte er, dass die positive Entwicklung des Tourismus zwar nicht dauerhaft beeinträchtigt werde. Langfristig sei aber mit strukturellen Veränderungen und neuen Wachstumspotenzialen zu rechnen. Jedoch müsse die Politik für die richtigen Rahmenbedingungen sorgen, ob im Deutschland- oder im Outgoing-Tourismus.

Mit präzisen Forderungen der Wirtschaft hatte BDI-Präsident Dr. Michael Rogowski den Tourismusgipfel eröffnet. In seiner Rede „Erwartungen an die Wirtschaftspolitik nach den Bundestagswahlen“

forderte er, mehr Freiheit für unternehmerisches Handeln und vor allem Entlastungen für den Mittelstand.

Dr. Michael Rogowski, BDI-Präsident

„Mobilität" war auch das Gesprächsthema des Podiums am Vormittag. Unter der Moderation von BTW-Präsident Klaus Laepple stellten Dr. Wilhelm Bender, Vorstandsvorsitzender der Fraport AG, Wolfgang Mayrhuber, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, Hartmut Mehdorn, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn AG, und Max Stich, Vizepräsident des ADAC, ihre Positionen vor.

Der FDP-Vorsitzende Dr. Guido Westerwelle markierte in seinem Beitrag „Chancen für Deutschland" die wirtschaftspolitischen Schwerpunkte der Liberalen. Dr. Lothar Späth, Ministerpräsident a. D. und Vorstandsvorsitzender der Jenoptik AG, präsentierte die zahlreichen Facetten des Themas „Mobilität – Verkehrspolitik von Morgen".

Ein weiteres Highlight war das Gipfeltreffen zum Thema „Tourismus in der Krise?". Dazu diskutierten Jürgen Chrobog, Staatssekretär im Auswärtigen Amt, mit Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, Joachim Hunold, Geschäftsführer von Air Berlin, Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG, Jean K. van Daalen, Geschäftsführender Direktor des Hotels Adlon Berlin, und Dr. Rainer Schwarz, Vorsitzender der Geschäftsführung des Flughafens Düsseldorf. Moderiert wurde die Runde vom Leiter des ZDF-

Talkrunde auf dem Tourismusgipfel 2002 in Berlin

V.l.n.r.: Christian Ehlers, BTW-Generalsekretär, Klaus Laepple, BTW-Präsident, Walter Momper, Präsident des Abgeordnetenhauses von Berlin, und Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes der TUI AG

Dr. Guido Westerwelle, FDP-Vorsitzender

Jürgen Chrobog, Staatssekretär im Auswärtigen Amt

V.l.n.r.: Wolfgang Mayrhuber, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG, Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, Dr. Michael Rogowski, BDI-Präsident, Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG und Dr. Wilhelm Bender, Vorsitzender des Vorstandes der Fraport AG

V.l.n.r.: Dr. Lothar Späth, Ministerpräsident a. D. und Vorstandsvorsitzender der Jenoptik AG, Christian Ehlers, BTW-Generalsekretär, und Ernst Hinsken, Vorsitzender des Tourismusausschusses

V.l.n.r.: Ulrich Rüter, BTW-Geschäftsführer, Jean K. van Daalen, Generaldirektor des Hotel Adlon Berlin, und Dr. Erich Kaub, ehemaliger BTW-Präsident

Ansprache von Raimund Hosch, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH

Hauptstadtstudios, Dr. Peter Frey. Der neue Generaldirektor Unternehmen der Europäischen Kommission, Jean-Paul Mingasson, präsentierte die europäische Tourismuspolitik und sprach sich für eine bessere Berücksichtigung des Tourismus in allen EU-Politikbereichen aus.

Am Vorabend hatten sich über 400 Gäste beim „Berliner Abend“ im Ballsaal des Hotels Adlon getroffen und die Gelegenheit zu „inoffiziellen Gesprächen“ genutzt.

BTW-ITB-Dinner-Talk-Runden

Touristische Leistungsangebote zählen zu den wichtigsten „weichen“ Standortfaktoren für die regionale Wirtschaftsförderung. Ziel der Veranstaltungsreihe BTW-ITB-Dinner-Talk-Runden ist es, den Dialog zwischen BTW und ITB auf der einen und den regionalen Tourismuskräften auf der anderen Seite zu fördern. Dabei geht es um eine bessere Zusammenarbeit zwischen touristischen Leistungsträgern, regionalen Vermarktungsorganisationen und den dazu gehörenden Komplementärbereichen der Tourismuswirtschaft bis hin zur regionalen Politik. Der BTW und die Messe Berlin wollen mit dieser Veranstaltungsserie in ganz Deutschland regionale Dialoge anstoßen.

Veranstaltungen in Frankfurt und München ein voller Erfolg

In Frankfurt am Main sprach Georg Fongern, Pilotenvereinigung Cockpit, vor ausgewählten Teilnehmern über die Sicherheit in der Luft. Seine Botschaft: Safety ist in der Luftfahrt die Nummer Eins – erst danach darf der Profit kommen. Das Cockpit-Vorstandsmitglied machte deutlich, dass die Sicherheit im Flugzeug seit den 50-er Jahren erheblich zugenommen hat.

Franz Beckenbauer, Präsident des Organisationskomitees der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland und Präsident des FC Bayern München, sowie Georg Fongern von Cockpit waren Ehrengäste des BTW-ITB-Dinner-Talks in der Bauernstube der Münchner Käfer-Schenke. Deutschland erwarte 2006 mehr Zuschauer als die Fußball-WM in Frankreich, so Beckenbauer vor 45 prominenten Gästen. Die Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft sei gut, 3,3 Millionen WM-Eintrittskarten müssten gemeinsam abgesetzt werden. Eine Million ausländische Fußball-Fans mit durchschnittlich zehn Übernachtungen würden erwartet. Das werde Hotels sowie Gastronomie- und Beförderungsbetrieben Auftrieb geben. Mit dem „Dinner-Talk“ wollen BTW und Messe Berlin gemeinsam regionale Multiplikatoren informieren,

V.l.n.r.: Klaus Laepple, Präsident des BTW und des DRV, Fedor H. Radmann, Geschäftsführender Vizepräsident der FIFA, Franz Beckenbauer, Präsident des Organisationskomitees der Fußball WM 2006 und des FC Bayern München, und Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin

erläuterte Dr. Christian Göke. Der Geschäftsführer der Messe Berlin GmbH freute sich besonders, dass bei der Internationalen Tourismus-Börse – ITB Berlin 2003 – alle großen Tourismus-Konzerne wieder an Bord waren, die im vergangenen Jahr gefehlt hatten.

Unter den Dinner-Talk-Gästen waren Vertreter der Bayerischen Staatsregierung, ADAC-Präsident Peter Meyer und Vizepräsident Max Stich, DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, Robert Salzl, Vorstandsvorsitzender der Arabella Hotel Holding AG, Wolfgang Diels, Vorstandsvorsitzender der Europäischen Reiseversicherung AG, mit seinem Vorstands-Kollegen Dr. Adrian von Dörnberg, Dr. Michael Kerkloh, Vorsitzender der Geschäftsführung der Flughafen München GmbH, Dr. Ralf Corsten von der TUI AG, Gisela Sökeland von Thomas Cook Reisen, Frank Aepfelbach von FTI, Peter-Mario Kubsch von Studiosus sowie Dr. Gabriele Weishäupl, Direktorin des Fremdenverkehrsamts der Landeshauptstadt München, und Richard Adam, Geschäftsführer der Bayern Tourismus Marketing GmbH.

ITB vom 7. bis 11. März 2003

ITB als Nahtstelle zwischen Tourismus und Politik

Als Partner der Internationalen Tourismusbörse ITB Berlin hat der BTW auch 2003 die Weltmesse des Tourismus als wichtigste Kommunikations-Plattform der Branche genutzt.

Mit dem Regierungsumzug an die Spree ist die Bedeutung der Messe Berlin und damit auch die Bedeutung der ITB als „touristische Leitmesse“ noch einmal gewachsen. Durch die räumliche Nähe nimmt die politische Öffentlichkeit die ITB und die gesamte Tourismuswirtschaft stärker wahr. Die ITB Berlin ist damit zu einer Nahtstelle zwischen Tourismus und Politik geworden. Der BTW machte in der Eröffnungspressekonferenz und in der Eröffnungsrede des BTW-Präsidenten deutlich, wie wichtig die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft sind.

Mit der Neuberufung des Tourismusbeirats hat der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit ein wichtiges Signal gesetzt. Der Beirat ist ein gutes Instrument für den Gedankenaustausch und die Interessenvertretung der Branche gegenüber der Bundesregierung. Der Deutsche Bundestag ist dem Vorschlag gefolgt, den Ausschuss für Tourismus wieder einzurichten. Gerne setzt der BTW die gute Zusammenarbeit mit dem wiedergewählten Vorsitzenden Ernst Hinsken und seinen Kolleginnen und Kollegen fort. Insbesondere begrüßt der BTW, dass die Mittel für das Deutschland-Marketing der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) erhöht wurden.

Der BTW honoriert durchaus positive Ansätze der Regierungspolitik. Das betrifft etwa die neue Minijob-Regelung als Korrektur der verfehlten Riester-Reformen des ehemaligen 630-Mark-Gesetzes. Der damit verbundene irrsinnige Verwaltungsaufwand resultierte aus Neid und Misstrauen. Es sei nicht nachzuvollziehen, dass bestraft werde, wer neben dem Hauptberuf morgens noch Zeitungen austrägt.

Mit großer Genugtuung aufgenommen hat die Tourismuswirtschaft auch den parteiübergreifenden Konsens, mit dem ein anderes bürokratisches Monstrum – die Trinkgeldbesteuerung – abgeschafft worden ist.

Großen Wert legt die deutsche Tourismuswirtschaft ferner auf ein Zuwanderungsgesetz. Gerade die international aufgestellte Tourismusbranche ist auf ausländische Mitarbeiter dringend angewiesen. Bestandteil der Zuwanderung muss jedoch eine systematische Integrationspolitik sein.

Endgültig Schluss gemacht werden muss dagegen mit dem Ladenschlussgesetz. Samstags vier Stunden länger zu öffnen ist nur ein Herumdoktern an Symptomen. Deutschland braucht keinen Ladenschluss, sondern lediglich eine Sonn- und Feiertagsregelung. Der Wegfall des Ladenschlusses würde den Konsumenten den Einkauf erleichtern. Dies wäre Konjunkturförderung im besten Sinne. Ein solcher Beitrag zur Belebung der Innenstädte käme auch der zur Zeit gebeutelten Gastronomie zugute. Vor allem aber verstehen es ausländische Gäste nicht, wenn sie abends in Deutschland zwar vor hell erleuchteten Schaufenstern, aber verschlossenen Türen stehen. Insofern ist das Thema Ladenschluss nicht nur für Messe- und Kongressreisen, sondern für den Deutschlandtourismus insgesamt wichtig.

Das Bündnis für Arbeit gehört nach BTW-Auffassung auf die Streichliste. Wenn die Regierung Rahmenbedingungen schaffen will, die zu mehr Arbeitsplätzen führen, braucht sie keinen Runden Tisch mit Arbeitgebern und Arbeitnehmern sondern Mut zu Reformen. Bündnisrunden machen Deutschland nicht „fit for future“. Sie sind ein Warmlaufen für Stillstand.

Ehrgeiziges Ziel muss sein, in Europa wieder Spitze zu werden, statt sich auf dem auszuruhen, was Generationen zuvor erarbeitet haben.

Ohne beherzte Reformen verlöre Deutschland auch noch die rote Laterne und stünde ganz im Dunklen. Eine neue Aufbruchstimmung käme auch dem Tourismusstandort Deutschland zugute.

Als Treffpunkt der internationalen Tourismuswirtschaft hat die ITB auch 2003 wieder das enorme Potenzial an Innovation und Fortschritt der Branche gezeigt und deutlich gemacht, dass Investitionen in die Tourismuswirtschaft Wachstum und Beschäftigung garantieren.

Vierter BTW-Innovationspreis

Im Rahmen der ITB-Eröffnungsfeier hat der BTW bereits zum vierten Mal den Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft verliehen. Der Preisträger 2003 heißt Hartmut Mehdorn, Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen Bahn AG.

Klaus Laepple verleiht Hartmut Mehdorn den Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft 2003. V.l.n.r.: Klaus Wowereit, Regierender Bürgermeister von Berlin; Klaus Laepple, BTW-Präsident; Hartmut Mehdorn, DB-Vorstandsvorsitzender; Wolfgang Clement, Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit.

Im Jahr 2000 hatte Dr. Erich Kaub den ersten Innovationspreis des BTW an Dr. Michael Frenzel für dessen Verdienste beim Umstrukturieren des Industriekonzerns Preussag zum modernen Dienstleistungsunternehmen – heute TUI – verliehen. Mit dem Vorstandsvorsitzenden Frenzel an der Spitze bleibt für das Unternehmen die Kontinuität als Dienstleister gewahrt.

Aus Anlass der ITB 2001 hatte sich das Präsidium des BTW für Paul M. McManus, President und CEO der Leading Hotels of the World, als Innovationspreisträger, entschieden. Gewürdigt wurde damit das internationale, branchenübergreifende und zielgruppenexklusive Marketing-Konzept „Luxury Alliance". Im Jahr 2002 ging der Innovationspreis an Airbus Industries für das Großraumflugzeug-Projekt A 380, das einen völlig neuen Standard für Flugreisen setzt. Den Preis in Form einer Skulptur, hatte Airbus-Vorstandsmitglied Jürgen Thomas entgegengenommen.

Im Jahr 2003 hat sich das Geschäftsführende Präsidium des BTW einstimmig für die Deutsche Bahn AG entschieden. Die Bahn und Hartmut Mehdorn seien auf dem Weg vom Staatsbetrieb mit weit über hundertjähriger Tradition zum unternehmerisch geführten privatwirtschaftlichen Dienstleistungs-Konzern. Konkretes und klar erkennbares Ziel sei der Börsengang – weder Spaziergang noch abstrakte Vision.

Die überzeugenden Fakten

Im Inland ist das Schienennetz für Dritte geöffnet. Die Deutsche Bahn AG steht europaweit im Wettbewerb, bei dem – auch innerhalb der EU – manch protektionistische Hürde genommen werden muss.

Das System Schiene wurde und wird auf allen Wertschöpfungsstufen modernisiert. Der kontinuierliche Verlust von Marktanteilen wurde

gestoppt. Umsatz- und Produktivitätssteigerung, mehr Leistung und weniger Verwaltung stehen heute im Vordergrund. Dazu gehört trotz mancher Kritik auch das neue Preissystem. Es hat den Tarifdschungel gelichtet und setzt auf Auslastung als entscheidendes Kriterium.

Das Übertragen des im Luftverkehr bewährten Yield-Managements auf die Schiene ist eine wirkliche Innovation. Die Umstellungen sind dabei trotz hohen personellen und technischen Aufwands bemerkenswert glatt über die Bühne gegangen.

Die „neue" Bahn steht für Serviceorientierung

- Schaffner wurden von Kontrolleuren zu Dienstleistern.
- Pünktlichkeit ist Programm, wenn auch noch nicht immer Realität.
- Noch nie waren Auskünfte und Fahrscheine für Zugfahrten so einfach zu erhalten.
- Ein modernes Reservierungssystem sorgt dafür, dass niemand mehr um seinen Sitzplatz fürchten muss.
- Auch mit der Am-Platz-Verpflegung ist die Bahn neue Wege gegangen.

Empfangssalons der Städte

Die Bahnhöfe haben sich in Empfangssalons der Städte verwandelt. Service, Sicherheit und Sauberkeit werden groß geschrieben. Als Einkaufszentren sind sie Drehscheibe für urbanes Leben und Verkehr gleichermaßen. Aus dem Fernsehen bekannt ist zum Beispiel die

innovative Architektur des neuen Berliner Haupt- und Lehrter Bahnhofs, an dessen Errichtung Taucher und Industriekletterer maßgeblich mitgewirkt haben. Dieses lichtdurchflutete Eingangstor für die Fußball-WM 2006 in Deutschland steht ebenso für Innovation wie die modernen Fernbahnhöfe in Düsseldorf, Köln, Leipzig oder am Frankfurter Flughafen.

Intermodalität von Schiene, Straße und Luft

Wie kein zweites Unternehmen steht die Deutsche Bahn AG für Intermodalität von Schiene, Straße und Flugverkehr zum Beispiel:

- Fahrradverleih per Handy
- Mietwagenreservierung im Zug
- Kurze Wege zu Tiefgaragen und Parkhäusern
- Schnittstellen zum Busverkehr
- Anbindung von Verkehrsflughäfen an den öffentlichen Nah- und Fernverkehr

Neubaustrecken sorgen dafür, dass die Bahn immer schneller wird. Bestes Beispiel ist die ICE-Trasse zwischen Frankfurt und Köln, dank der sich die Fahrzeit fast halbiert hat. Obwohl die Bauarbeiten an der Strecke Hamburg – Berlin noch nicht abgeschlossen sind, haben die Fluggesellschaften den Wettbewerb bereits aufgegeben.

Hervorzuheben auch das großartige Engagement der Bahn für den Deutschlandtourismus. Erfolgreich investiert das Unternehmen seit 1996 jährlich bis zu 1,5 Millionen Euro in Kooperationen und Werbemaßnahmen mit heimischen Städten und Tourismusorganisationen. Das Inlandsmarketing der DZT unterstützt die Bahn inzwischen im fünften Jahr mit einer halben Million Euro.

Der BTW als politischer Mitgestalter
Partner Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA)

Eine der Säulen der BTW-Arbeit ist das Engagement für vernünftige Rahmen- und Standortbedingungen der Tourismuswirtschaft. In zahlreichen persönlichen Kontakten und Gesprächen auf allen politischen und administrativen Ebenen setzt sich der BTW für die Belange der Branche ein. Die Federführung für Tourismuspolitik liegt beim Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA).

Die Entwicklung des Tourismus wird stark von anderen Politikbereichen wie Steuern, Finanzen, Verkehr, Umwelt, Soziales und Außenpolitik beeinflusst. Es gibt in Deutschland kein allgemeines Tourismusgesetz. Teilbereiche des Tourismus werden durch spezielle Gesetze wie das Reisevertragsgesetz geregelt. Für die Aufteilung der Kompetenzen und Aufgaben zwischen Bund und Ländern im Bereich Tourismus gelten die allgemeinen Regeln (Art. 30, 70 ff., 91a, 105 ff.) des Grundgesetzes.

Es obliegt dem Bund, Rahmenbedingungen für die kontinuierliche Entwicklung des Tourismus zu sichern. Das schließt ein, dass der Bund, zusammen mit Ländern und Kommunen, die notwendige Infrastruktur bereitstellt und verbessert, um unternehmerische Eigenverantwortung zu stärken und Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Planung, Entwicklung und unmittelbare Förderung des Tourismus liegen in der Verantwortung der Bundesländer.

Die Tourismuspolitik der Bundesregierung wird entscheidend mitbestimmt vom Vollausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestages. Für Abstimmungsprozesse zwischen Bund und Ländern, zur gegenseitigen Unterrichtung und zur Koordinierung tourismuspolitischer Aktivitäten wurde der „Bund-Länder-Ausschuss Tourismus" eingerichtet, in dem das BMWA und die für Tourismus zuständigen Ministerien der Bundesländer vertreten sind.

Der „Beirat für Fragen des Tourismus beim Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit" unterstützt den Bundesminister in Fragen der Tourismuspolitik und dient der Zusammenführung der Interessen von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, kommunalen Gremien und tourismuspolitischen Verbänden. Der Tourismus hat als Wirtschaftsfaktor in Deutschland große Bedeutung. Dies ist der Grund für die enge Zusammenarbeit der Bundesregierung mit der Tourismuswirtschaft.

Eine Besonderheit liegt in der Heterogenität dieses Wirtschaftszweiges, zu dem Reiseveranstalter und Reisemittler, Hotels und Gaststätten, Campinganbieter, Sport- und Freizeitparks, Verkehrsträger, Teile des Einzelhandels und andere mehr zählen.

Dazu gibt es Wirtschaftszweige, die mittelbar vom Tourismus profitieren, wie Automobil-, Sportbekleidungs- und Sportgeräte-Industrie. Die Tourismuswirtschaft hat sich wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten stark auf-

wärts entwickelt und zählt zu den Zukunftsbranchen mit besonderen Wachstumserwartungen.

Förderung möglich

Die meist mittelständisch geprägten Unternehmen der Tourismuswirtschaft können – wie alle anderen kleinen und mittleren Unternehmen – die Instrumentarien der Mittelstandsförderung von Bund und Ländern in Anspruch nehmen. Sie können unter anderem Unterstützung bei der Existenzgründung, bei Investitionen und beim Zugang zu Auslandsmärkten erhalten.

Speziell der Tourismuswirtschaft kommen die im Bundeshaushalt vorgesehenen Mittel für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und für die „Leistungssteigerung im Tourismusgewerbe“ zugute. Die Zuwendungen an die DZT dienen der Präsentation Deutschlands als Urlaubs- und Reiseland im Ausland. Mit den der Leistungssteigerung dienenden Haushaltsmitteln sollen insbesondere die Qualität der touristischen Produkte verbessert, die Qualifikation der Beschäftigten erhöht sowie die Trends und Potenziale ausgewählter Nachfragesegmente aufgezeigt werden.

International engagiert

Die Bundesregierung misst der bilateralen und multinationalen Zusammenarbeit große Bedeutung bei. Sie setzt sich in den EU-Gremien für den freien Dienstleistungsverkehr und gegen Wettbewerbsverzerrungen ein. Sie wirkt bei der Förderung der Tourismuswirtschaft in Europa mit. Deutschland ist sowohl in der Welttourismusorganisation (WTO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) als auch in den entsprechenden Fachkonferenzen der Vereinten Nationen vertreten, in denen Themen und Auswirkungen auf Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft behandelt werden.

„Schwergewicht der Volkswirtschaft“

Tourismuswirtschaft ist eine „Querschnittsindustrie“. Die touristische Nachfrage bewirkt rund acht Prozent des Bruttoinlandsprodukts und schafft unmittelbar und mittelbar rund 2,8 Millionen Arbeits- und 104.000 Ausbildungsplätze. Damit gehört die Tourismuswirtschaft zu den „Schwergewichten“ unserer Volkswirtschaft. Kernbereiche sind das Gastgewerbe, Reiseveranstalter und Reisemittler sowie Verkehrsbetriebe wie Fluglinien, Reedereien, Bahn und Busunternehmen. Neben wenigen Touristikkonzernen, so genannten integrierten Konzernen, ist die deutsche Tourismusindustrie mit ihren 180.000 Restaurants und Gaststätten, 55.000 Hotels und Pensionen, knapp 20.000 Reiseunternehmen und 6.000 Busunternehmen überwiegend mittelständisch geprägt.

Das BMWA als Ansprechpartner

- setzt sich für eine weitere Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft ein
- fördert touristische Projekte in strukturschwachen Regionen (Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur)
- fördert unter anderem Existenzgründungen in der Tourismuswirtschaft (ERP-Programm)
- finanziert zum großen Teil (rund 72 Prozent) die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
- hilft, die Wirtschaftsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu stärken, zum Beispiel indem es über das Kompetenzzentrum E-Business-Touristik (KET) kleine und mittelständische Reiseunternehmen an den elektronischen Geschäftsverkehr heranführt

- stößt Maßnahmen und Modellprojekte zugunsten von Qualität und Nachhaltigkeit im Tourismus an und finanziert zum Beispiel Projekte zum Fahrrad-, Wander- und Wassertourismus, zum barrierefreien Tourismus (2003: Europäisches Jahr der Menschen mit Behinderungen), Qualifizierungsmaßnahmen
- wirkt mit an Strategien zur touristischen Umsetzung von Großereignissen wie der Fußball-WM 2006
- hilft beim Erschließen neuer (Quell-)Märkte im Ausland, wie derzeit in der VR China und in Osteuropa
- wirkt mit an der Erhöhung der Sicherheit für deutsche Touristen im internationalen Reiseverkehr
- setzt sich für Chancengleichheit für deutsche Touristikunternehmen auf ausländischen Märkten und gegen Wettbewerbsverzerrungen ein
- berät die EU-Kommission in tourismuspolitischen Fragen
- gestaltet im Rahmen von WTO und OECD globale tourismuspolitische Strategien und Empfehlungen
- übernimmt Koordinations- und Moderationsaufgaben zwischen Bund und Ländern
- berichtet regelmäßig an den Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages

Partner Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages

Besondere Beachtung verdiente 2002/03 die Zusammenarbeit mit dem Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages, seit seinem Bestehen ein verlässlicher Partner des BTW. Den Vorsitz des Ausschusses erhielt die CDU/CSU, die Ernst Hinsken mit der Aufgabe betraute. Stellvertreter ist Jann-Peter Jansen (SPD). Sprecher der einzelnen Fraktionen sind Brunhilde Irber (SPD), Klaus Brähmig (CDU/CSU), Ernst Burgbacher (FDP) und Undine Kurth (Bündnis 90/Die Grünen).

Der Tourismusausschuss und seine Themen

Juli 2002	Kinder- und Jugendtourismus: Antrag von Regierungskoalition und PDS zum Kinder- und Jugendtourismus angenommen
August 2002	Auswirkungen der Hochwasserkatastrophe auf den Tourismus: Einigkeit über Hilfe für die vom Hochwasser geschädigten Tourismusbetreiber
November 2002	Gespräch mit dem Präsidenten des Bundesnachrichtendienstes, Dr. August Hanning: Zur Gefährdung touristischer Zentren durch terroristische Anschläge
Februar 2003	Bericht der Bundesregierung zu den durchgeführten bzw. geplanten Sicherheitsmaßnahmen: Maßnahmen seit den Terroranschlägen vom 11. September 2001
	Gespräch mit dem Vorstandsmitglied der Pilotenvereinigung Cockpit, Georg Fongern: Piloten gegen Mehrwertsteuer auf grenzüberschreitende Flüge

Die Personalsituation im Hotel- und Gaststättengewerbe: Ausbildungspotenzial von Gastronomie und Hotellerie beziffern

Bericht der Bundesregierung: Für die Umweltdachmarke „Viabono“ noch stärker werben

März 2003

Kultur und Tourismus / Unesco-Weltkulturerbe, öffentliche Anhörung: Kulturtourismus als Wirtschaftsfaktor ins Bewusstsein rücken

April 2003

Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bahn AG, Hartmut Mehdorn, zum neuen Preis- und Tarifsystem der Bahn: Mehdorn verteidigt neues Preissystem der Deutschen Bahn AG

Auswirkungen der Lungenkrankheit SARS auf den internationalen Tourismus und den Tourismusstandort Deutschland sowie zum Verschwinden deutscher und europäischer Touristen in der Sahara: Regierung kritisiert fehlerhafte Berichte über vermisste Sahara-Touristen

Mai 2003

Auswirkungen von militärischen Tiefflügen auf den Tourismus: Tiefflüge über Urlaubsregionen in der Feriensaison reduzieren

Busunfälle in Ungarn und Frankreich: Regierung: Bus bleibt sicherstes Verkehrsmittel

Juni 2003

Stand der Vorbereitung der Fußball-WM 2006 sowie Chancen und Perspektiven für ihre touristische Vermarktung, gemeinsam mit dem Sportausschuss: WM-Kulturprogramm soll Deutschland als weltoffenes Land präsentieren, Chancen

für touristische Vermarktung der Fußball-WM 2006 frühzeitig nutzen

Juli 2003 — Wassertourismus in Deutschland, öffentliche Anhörung: Kanuten und Segler gegen Vignettenpflicht auf Wasserstraßen

Klaus Brähmig
CDU/CSU

Ernst Burgbacher
FDP

Ernst Hinsken
CDU/CSU

Brunhilde Irber
SPD

Undine Kurth
Bündnis90/
Die Grünen

Partner WTO

Die World Tourism Organization (WTO) wurde 1975 als Nachfolgeorganisation der International Union for Official Tourism Organizations (IUOTO) gegründet, die bereits seit 1925 existierte. Obwohl mit dem UN-System verbunden, ist sie keine UN-Sonderorganisation, sondern eine zwischenstaatliche Organisation mit Sitz in Madrid. 1977 verabschiedete die UN eine Kooperationsvereinbarung mit der WTO, die damit zur ausführenden Agentur für das United Nations Development Programme (UNDP) wurde.

Hauptziel der WTO ist die „Förderung und Entwicklung des Tourismus als Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung, zu internationalem Verständnis, Frieden, Wohlstand und Respekt für Freiheit und Menschenrechte ohne Unterschiede nach Rasse, Geschlecht, Sprache oder Religion".

Die drei Formen der Mitgliedschaft:

- Vollmitglieder – souveräne Staaten wie Deutschland
- Assoziierte Mitglieder – Territorien, die keine eigene Außenpolitik betreiben
- Angegliederte Mitglieder – Organisationen oder Unternehmen, die direkt oder indirekt mit Tourismus zu tun haben, wie der BTW

Oberstes Organ ist die Generalversammlung, die durch Delegierte der Vollmitglieder repräsentiert wird und alle zwei Jahre tagt. Sechs regionale Gruppen wurden gebildet: Afrika, amerikanische Staaten, Europa, Mittlerer Osten, Ostasien sowie Pazifik und Südasien. Sie tagen in der Regel einmal jährlich. Ausführendes Organ ist das Sekretariat. Amtierender Generalsekretär ist Francesco Frangialli, wichtigster Ansprechpartner für die deutsche Tourismuswirtschaft Dr. Dirk Glaeßer.

Tourismus schafft Arbeits- und Ausbildungsplätze

Die Dienstleistungswirtschaft, zu der Handel und Tourismus zählen, hat national und weltweit entscheidenden Anteil an der Beschäftigung. Der Tourismus trägt mit sechs Prozent zur Gesamtbeschäftigung in Europa bei. Durch die stetig wachsende Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen könnten in der Branche in den nächsten zehn Jahren schätzungsweise bis zu drei Millionen neue Jobs geschaffen werden. Große Bedeutung hat dabei die Umsetzung des Berichts der High-Level-Group für Tourismus und Beschäftigung der EU-Kommission.

Die Zahl der Beschäftigten in den unmittelbar und mittelbar durch den Tourismus bestimmten Bereichen liegt in Deutschland derzeit bei rund 2,8 Millionen. Zudem sind diesem Bereich 104.000 Ausbil-

Tourismus und Bruttosozialprodukt

Mitgliedstaaten der EU	Anteil am BIP in %
Belgien	4-5
Dänemark	k.A.
Deutschland	8,0
Finnland	2,5
Frankreich	8,0
Griechenland	7,0
Großbritannien	4,3
Irland	4,2
Italien	12,0
Luxemburg	k.A.
Niederlande	2,6
Österreich	6,0
Portugal	8,0
Schweden	2,8
Spanien	11,0

Quelle: Europäische Kommission, 2001

dungsplätze zuzuordnen. Da Tourismus kein Wirtschaftssektor im üblichen Sinn ist, enthält die Arbeitsmarktstatistik keine entsprechenden Informationen. Wie bei der Ermittlung des Anteils am Bruttoinlandsprodukt sind direkte und indirekte Beschäftigungswirkungen zu ermitteln. Die dabei entstehenden Abgrenzungs- und Zuordnungsprobleme werden in den Ländern unterschiedlich gehandhabt.

Die angegebenen Zahlen für Deutschland beruhen auf der Untersuchung des DIW „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ von 1999 (Basisjahr 1995). Die Zahl der Beschäftigten im Tourismus wurde rechnerisch aus dem induzierten Bruttoinlandsprodukt ermittelt, das im Rahmen der Satelliten-Konten-Rechnung geschätzt worden war.

Mobilität für morgen sichern

„Die Gewährleistung von Mobilität wird zu einem immer entscheidenderen Faktor für die Stärke des Wirtschaftstandortes Deutschland.“ Damit beginnen die Handlungsempfehlungen der von Bundeskanzler

Gerhard Schröder 2002 eingeleiteten Mobilitätsoffensive. Der tägliche Transport von über zehn Millionen Tonnen Gütern auf dem Gebiet der Bundesrepublik und das komplexe Anforderungsprofil der Wirtschaft an das Verkehrssystem bestätigen diese Einschätzung.

Insbesondere die Industrie ist auf störungsfreie Verkehrsabläufe und ein flexibles Angebot an Transport- und Logistikleistungen angewiesen. Transportkosten und Transportqualität zählen zu den bestimmenden Parametern für die Standortwahl von Unternehmen. Ein leistungsstarkes Verkehrssystem ist ein strategischer Faktor im globalen Wettbewerb und zugleich Voraussetzung für Wohlstand und Beschäftigung. Ein Aufgabengebiet, dem sich auch das Deutsche Verkehrsforum, Berlin, mit seinen starken Mitgliedern und Partnern widmet.

Mobilität ist unerlässlich für eine florierende Wirtschaft. Sie hat damit eine unmittelbare gesamtwirtschaftliche Bedeutung. Rund 4.400 Euro pro Jahr und damit fast 17 Prozent des Nettoeinkommens

werden pro Haushalt für Mobilität ausgegeben. Diese Summe spiegelt auch Mobilität als natürliches Grundbedürfnis der Menschen wider. Im Schnitt ist jeder Bundesbürger 74 Minuten eines Tages unterwegs und legt dabei mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln durchschnittlich 44 Kilometer zurück.

Die Wegzwecke sind vielfältig und reichen von Arbeits- und Ausbildungsverkehren über Freizeitwege bis hin zu privaten Erledigungen. Damit wird sichtbar, dass ein Leben ohne Mobilität im privaten wie im wirtschaftlichen Bereich nicht mehr vorstellbar ist. Dennoch wird Verkehr in der Politik immer wieder unter dem Hinweis auf negative Begleiterscheinungen kritisch beurteilt. Faktum ist aber: Eine wachsende Wirtschaft und eine mobilere Gesellschaft werden auch in Zukunft mehr Verkehr zur Folge haben. Verkehrswachstum bedeutet Chancen für mehr Arbeit und Lebensqualität.

Die Attraktivität touristischer Ziele steigt für den Reisenden mit der Qualität ihrer Erreichbarkeit. Für Kurz- und Wochenend-Reisende ist die Fahrzeit besonders bedeutsam. Sie muss in einem angemessenen Verhältnis zur gesamten Reisedauer stehen. Dieses Marktsegment hat für Deutschland eine besondere wirtschaftliche Bedeutung. Allein der Tagestourismus trägt mit 3,1 Prozent oder 54 Milliarden Euro zum BIP bei.

Reiseveranstalter, deren Angebote Beförderung einschließen, sind auf die Planbarkeit von Reiserouten und -zeiten wirtschaftlich angewiesen. Sie müssen ihren Kunden dazu verbindliche Angaben machen und die Reiseorganisation entsprechend gestalten. Dabei wandeln sich auch partielle Strukturen des Verkehrs selbst. So spüren beispielsweise Autovermieter wie Avis, dass weniger Hotelübernachtungen und weniger Tourismus insgesamt auch die Nachfrage nach Mietwagen beeinflussen.

Beim Urlaubsverkehr wird sich die Verkehrsleistung im Luftverkehr mehr als verdoppeln, die Bahnen werden um mehr als 50 Prozent zulegen, der PKW um 20 Prozent. Der Marktanteil der Bus-Touristik bleibt stabil bei knapp zehn Prozent. Der Bus steht damit als Verkehrsmittel für Urlaubsreisen an dritter Stelle.

Die Verkehrsinfrastruktur in Deutschland wird mit den heutigen Kapazitäten die steigende Nachfrage nicht bewältigen können. Um Mobilität zu sichern, muss deutlich mehr in die Verkehrsinfrastruktur investiert werden. Ein klares Bekenntnis der Bundesregierung zur Infrastruktur aller Verkehrsträger ist nötig, um bestehende Kapazitätsengpässe auf Straßen, Schienen und in der Luft abzubauen. Dies würde auch die Umwelt entlasten, da Staus auf der Straße und in der Luft stärker belasten als fließender Verkehr.

Mit Erweiterung der EU auf 24 Mitgliedsstaaten wird Deutschland noch mehr zur Verkehrsdrehscheibe Europas. Der Austausch von Waren und Dienstleistungen wird angesichts des 500 Millionen Verbraucher umfassenden Wirtschaftraumes noch intensivier. Die Chancen der Erweiterung können nur ausgeschöpft werden, wenn sich die Mobilität von Wirtschaft und Gesellschaft mit den Bedürfnissen der Märkte entwickeln kann. Die großen länderübergreifenden Achsen des Fernstraßen- und Schienennetzes sowie die Binnenwasserstraßen müssen nachfragegerecht ausgebaut werden.

In der Vergangenheit wurde bei diesem Ausbau viel versäumt. Nur drei der insgesamt 14 Transeuropäischen Verkehrswege (TEN), die 1994 von den Staats- und Regierungschefs als vorrangig eingestuft wurden, sind mittlerweile errichtet. Ursache für dieses Defizit ist vor allem die zu geringe Investitionsquote, die in den EU-Mitgliedsstaaten für Verkehrsinfrastruktur zur Verfügung steht. EU-Verkehrskommissarin Loyola de Palacio stellte im November 2002 fest, dass die

öffentlichen Investitionen in Verkehrsinfrastruktur von 1,5 Prozent des Bruttoinlandsproduktes in den achtziger Jahren auf unter ein Prozent während der neunziger Jahre gesunken sind.

Notwendig ist eine europäische Investitionsoffensive. Die EU wie auch die Mitgliedsstaaten sind daher in der Pflicht, dem Verkehr einen höheren Stellenwert einzuräumen. Infolge der schwierigen Lage der öffentlichen Finanzen kann ein solcher Prozess nur unter verstärkter Anwendung von Modellen in „Public Private Partnership" (PPP) gelingen. Diese bieten Potenziale zur Effizienzsteigerung und Kosteneinsparung bei Planung, Bau und Betrieb von Vorhaben. Der im Juni 2003 vorgestellte Abschlussbericht der von der EU-Kommission eingesetzten van-Miert-Gruppe fordert daher zu Recht die stärkere Nutzung von PPP-Modellen. Die engmaschige Vernetzung auf dem Land, zu Wasser und in der Luft kann zudem nur mit Hilfe einer intensiven grenzüberschreitenden Koordination gelingen.

Nein zu Mehrwertsteuer im grenzüberschreitenden Verkehr

Bei einer Anhörung des Finanzausschusses im Deutschen Bundestag hat BTW-Präsident Klaus Laepple die von der Regierungskoalition geplante Mehrwertsteuer für grenzüberschreitende Flüge entschieden abgelehnt. Wegen erheblicher „Absaug-Effekte" zu grenznahen ausländischen Airports würde das Gesetzesvorhaben den deutschen Verkehrsflughäfen schweren Schaden zufügen. Schon jetzt flögen pro Jahr rund 1,5 Millionen Nordrhein-Westfalen ab Amsterdam-Shiphol. Dieser Effekt würde sich verstärken. Eine Million abwandernde Passagiere hätten im Inland den Verlust von rund tausend Arbeitsplätzen zur Folge.

Die geplante Regelung sei nach Auffassung des BTW auch nicht praktikabel, da die gegebenenfalls steuerpflichtige inländische Flugstrecke einschließlich eventueller Warteschleifen vor Flugdurch-

führung unbekannt ist. Die alternative Pauschalierung sei nur flugpreisbezogen denkbar, nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs jedoch offenkundig unzulässig.

Angesichts der bei grenzüberschreitenden Flügen durchschnittlich längsten inländischen Streckenanteile sei ferner vor einer steuerlichen Benachteiligung Mittel- und Ostdeutschlands zu warnen. Während die geplante Mehrwertsteuer für grenzüberschreitende Flüge wegen des Vorsteuerabzugs für Geschäftsreisende und den Fiskus auf ein „Nullsummenspiel" hinausliefe, würden Privatkunden voll zur Kasse gebeten. Gravierende Wettbewerbsverzerrungen erwarte der BTW auch, weil sich ausländische Fluggesellschaften, Reiseveranstalter und Reisebüros zum Zwecke der Besteuerung in Deutschland registrieren lassen müssten.

Zur Begründung der Steuerpläne seien nach BTW-Auffassung Vergleiche mit Bussen und Bahnen unzulässig. Der Straßen- und Schienenverkehr spiele sich ganz überwiegend im Inland ab, während im Luftverkehr der internationale Wettbewerb dominiere. Im Übrigen unterlägen innerdeutsche Flüge bekanntlich bereits der Mehrwertsteuer. Die Bemühungen der Tourismuswirtschaft haben sich ausgezahlt, da den konjunkturschädlichen Steuerplänen der Regierungsparteien eine Absage erteilt worden ist.

Neue Sommerferienregelung zwingend erforderlich

Auf Druck der Ministerpräsidenten und der Tourismuswirtschaft hat die Kultusministerkonferenz (KMK) für 2005 bis 2010 inzwischen neue Sommer-Ferientermine mit einem Koordinierungszeitraum von durchschnittlich 83 Tagen beschlossen. Danach wird der Ferienbeginn von Baden-Württemberg und Bayern einerseits und der von Nordrhein-Westfalen andererseits wieder entzerrt. Dies kann aber nur der Anfang einer Fehler-Korrektur sein, schließlich hat die

Wirtschafts- und Verkehrsministerkonferenz 89 Tage gefordert. Die deutsche Tourismuswirtschaft hält einen koordinierten Gesamtzeitraum vom 15. Juni bis 15. September für pädagogisch und volkswirtschaftlich gleichermaßen sinnvoll. Anstatt zu koordinieren, hatte die KMK ursprünglich den gesamten Ferienzeitraum für die Jahre 2003 bis 2008 auf 75 Tage verkürzt. Die Konsequenzen waren von Anfang an klar: Staus auf den Autobahnen, Schlangen an Flughäfen und Bahnhöfen, eine kurze Hochsaison, also insgesamt schlechtere Auslastung von Übernachtungsbetrieben und Verkehrssystemen.

Familien mit schulpflichtigen Kindern sind aber in Sachen Urlaub von den Ferienterminen abhängig. Überschneidungen der bevölkerungsreichen Bundesländer sind katastrophal. Schlechtere Auslastung bedeutet betriebswirtschaftlich steigende Preise. Schlimmer noch: Während im Frühsommer viele Betten leer geblieben sind, konnten sie zur Hochsaison an Nord- und Ostseeküste sowie in den Alpen zum Teil dreifach belegt werden.

Die neuen deutschen Ferientermine empören sogar die Tourismuswirtschaft in Österreich, der Schweiz und auf Mallorca. Ins Feld geführte „pädagogische Argumente“ mit Hinweis auf das Hamburger Schulabkommen waren von Anfang an fadenscheinig. Stoffverteilungspläne lassen sich flexibel an unterschiedliche Ferienpläne anpassen. Durch die Entzerrung der Sommerferien kehren Schüler, Eltern und Lehrer gut erholt aus den Ferien zurück, die Auslastung stimmt und alle profitieren von optimalen Preisen.

Mehr Klarheit durch reformierte Branchenstatistik

Die Tourismuswirtschaft ist keine Branche im üblichen Sinne. Sie definiert sich nicht über die Produktion bestimmter Güter, sondern über den Nachfragezweck: Reisen. Deshalb bereitet das Messen ihres Anteils an gesamtwirtschaftlichen Aggregaten mit den verfügbaren Statistiken Schwierigkeiten. International durchgesetzt hat sich zu diesem Zweck die Bildung so genannter „Tourismussatellitenkonten (TSA)“. Sie weisen die unmittelbaren und mittelbaren touris-

tischen Nachfrage- und Lieferströme zusammengefasst aus und setzen sie zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) ins Verhältnis.

Das BMWA hatte 1999 beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung Berlin (DIW) eine derartige Satellitenberechnung in Auftrag gegeben. Das DIW kam zu dem Ergebnis, dass die Tourismuswirtschaft in Deutschland mit einem Anteil von acht Prozent am BIP ein gewichtiger Wirtschaftsfaktor sei. Sie bietet 2,8 Millionen Personen (rund acht Prozent der Erwerbstätigen) Beschäftigung und stellt über 100.000 Ausbildungsplätze.

Viele andere Länder haben ähnliche Berechnungen durchgeführt, die jedoch – mangels internationaler Standardisierung der Berechnungsmethode – meist kaum vergleichbar sind. WTO und OECD haben daher ein standardisiertes System zur Berechnung von Tourismussatellitenkonten entwickelt, das vom Statistischen Amt der EU (Eurostat) für die EU angepasst wurde.

Die EU-Kommission hat 2002 ein Projekt zur Erleichterung der Einführung von Tourismussatellitenkonten in den EU-Mitgliedsstaaten gestartet und einen Zuschuss für die Erstellung nationaler Tourismussatellitenkonten in Aussicht gestellt. Das BMWA beteiligt sich an diesem Verfahren durch einen Forschungsauftrag. Die Ergebnisse sollen im Herbst 2003 vorliegen.

Breites Angebot an Ausbildungsberufen

Aufgrund ihrer vielfältigen und zahlreichen Beschäftigungs- und Ausbildungsmöglichkeiten kommt der Qualifizierung und Professionalisierung in der Tourismuswirtschaft besondere Bedeutung zu. Dem wird unter anderem durch ein umfangreiches Angebot an Ausbildungsberufen Rechnung getragen: Der Tourismuswirtschaft stehen insgesamt zwölf Ausbildungsberufe zur Verfügung, zu denen sechs gastgewerbliche Berufe sowie die Berufe Reiseverkehrskaufmann/-

frau, Luftverkehrskaufmann/-frau, Schifffahrtskaufmann/-frau, Kaufmann/-frau im Eisenbahn- und Straßenverkehr, Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr und Kaufmann/-frau für Verkehrsservice zählen. Diese wurden zum Teil gerade erst modernisiert oder werden den aktuellen Entwicklungen angepasst – zum Beispiel die Berufsbilder für Speditions- und Schifffahrtskaufleute. Darüber hinaus wird gegenwärtig diskutiert, den Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann/-frau zu überarbeiten sowie ein neues Berufsbild für Freizeit und Tourismus zu schaffen.

Aufgrund des gemeinsamen Festhaltens von Sozialpartnern und Bundesregierung am Berufskonzept sowie der bildungs- und beschäftigungspolitischen Verantwortung als Verordnungsgeber, legt das BMWA bei der Modernisierung bestehender und der Schaffung neuer Berufe vor allem im Interesse kleiner und mittlerer Ausbildungsbetriebe enge Maßstäbe an. So darf unter anderem Schnelligkeit bei der Erarbeitung von Ausbildungsberufen nicht vor Qua-

lität gehen. Die Ausbildungsfähigkeit kleinerer und mittlerer Betriebe muss gewährleistet bleiben. Auch sollten keine Berufe mit regionaler oder einzelbetrieblicher Interessenlage auf den Weg gebracht werden, die letztlich keine breite Verwendbarkeit auf dem Arbeitsmarkt haben.

Fußball-WM 2006: Auftrieb für viele Dienstleister

Deutschland als fußballbegeistertes Land freut sich, die Weltmeisterschaft 2006 im Lande zu haben und wird ein guter Gastgeber für die Fußballfans aus aller Welt sein. Die Tourismuswirtschaft und das Organisationskomitee (OK) der Fußball-WM verbindet der Ehrgeiz, fast 3,3 Millionen Eintrittskarten ebenso erfolgreich wie reibungslos abzusetzen. Wie OK-Präsident Franz Beckenbauer rechnet der BTW mit der Anreise von rund einer Million ausländischer Fußballfans. Das gibt Bahn, Lufthansa, den Flughäfen sowie Bus- und Mietwagenunternehmen Rückenwind. Auch auf ausländische Gäste spezialisierte Incoming-Veranstalter werden von dem Großereignis stark profitieren.

Wenn die ausländischen Fans 2006 bis zu zehn Nächte in Deutschland verbringen, wird dies besonders der Hotellerie und Gastronomie Auftrieb geben und für fünf Millionen Übernachtungen sorgen. Übernachtungsbetriebe mit mindestens 50 Betten, guter Verkehrsanbindung und Naturrasen-Trainingsgelände können sich bis Herbst 2003 um die Aufnahme in den Team-Unterkünfte-Katalog des WM-Organisationskomitees bewerben. Insgesamt rechnet der BTW mit einem Umsatzplus von mindestens drei Milliarden Euro durch die Fußball-Weltmeisterschaft.

Von der Werbewirkung des Events wird das Reiseland Deutschland auf Jahre hinaus profitieren. Schon im Vorfeld der WM ist eine signifikante Zunahme von Tagungs-, Kongress- und anderen Geschäfts-

reisen zu erwarten. Auch die Experten der Kommunen in München oder die Berlin Tourismus Marketing GmbH freuen sich nicht ohne Grund auf die Besucherströme zum Eröffnungsspiel in München und zum Endspiel in Berlin.

Um Deutschland international konkurrenzfähig zu halten, sind ein weiterer Ausbau und die Vernetzung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur unerlässlich. Der BTW begrüßt die Absicht der Bundesregierung, bis 2006 Lücken im Autobahnnetz rund um die WM-Städte zu schließen und Fernstraßen dort in der Regel sechsspurig auszubauen. Gezieltes Baustellenmanagement und moderne Verkehrsleitsysteme für die Wege in die Stadien sind ebenso begrüßenswerte Ansätze, wie die bei Bahn und öffentlichem Personen-Nahverkehr geplanten Verbesserungen. Nicht vergessen werden dürfen allerdings bedarfsgerechter Ausbau und Anbindung der internationalen Verkehrsflughäfen an Schiene und Straße.

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene

Treffen der EU-Beauftragten 2002

Gespräch mit EU-Kommissar Frits Bolkestein

Treffen der EU-Beauftragten 2003

Treffen der EU-Beauftragten 2002

Die EU-Beauftragten der BTW-Mitglieder treffen sich regelmäßig in Brüssel, um sich auszutauschen und gemeinsam ihre Interessen gegenüber den europäischen Institutionen zu vertreten. Mit diesen Treffen bietet der BTW seinen Mitgliedsunternehmen und Mitgliedsverbänden auch die Möglichkeit, in Brüssel eigene Netzwerke aufzubauen.

Am 8. Juli 2002 wurde am Vormittag in einem allgemeinen Erfahrungsaustausch der EU-Beauftragten des BTW die Mitteilung der EU-Kommission zur „Zukunft des Tourismus in Europa" erörtert. Im Anschluss wurde mit Stephen Bill, Abteilungsleiter für Steuerfragen der EU-Kommission, das Gespräch mit EU-Kommissar Frits Bolkestein vorbereitet. Am Nachmittag stand ein Gespräch mit Georgio Lisi MdEP, Mitglied im Verkehrsausschuss des Europäischen Parlaments, auf der Agenda.

Das Europäische Parlament

Gespräch mit EU-Kommissar Frits Bolkestein

Beim Spitzengespräch des BTW mit Frits Bolkestein, dem für den Binnenmarkt zuständigen Mitglied der EU-Kommission, am 9. Juli 2002 in Brüssel, unterstützte Kommissar Bolkestein die Forderungen nach reduzierten Mehrwertsteuersätzen für das Beherbergungsgewerbe. Zum Thema Margenbesteuerung führte er aus, dass die Kommission einen Vorschlag vorgelegt habe. Nun sei die Bundesregierung gefordert.

Weitere Gesprächsthemen waren arbeitsintensive Dienstleistungen, die geplante Harmonisierung der Wein- und Biersteuer, Probleme beim umsatzsteuerfreien Verkauf von Duty-free-Produkten, ein Richtlinienvorschlag zur Besteuerung von Dieselkraftstoffen für Reisebusse sowie die Entschädigung der Reiseveranstalter für unmittelbar durch den 11. September 2001 entstandene Schäden.

Beim Thema reduzierte EU-Mehrwertsteuersätze für das Beherbergungsgewerbe konnte der BTW den Kommissar vom dringenden Handlungsbedarf überzeugen und forderte dazu auf, eine endgültige Regelung zur Mehrwertsteuer vorzulegen, die einen harmonisierten ermäßigten Steuersatz für das Beherbergungsgewerbe aller Mitgliedstaaten verbindlich vorschreibe. Nur so könnten die gravierenden Wettbewerbsnachteile, die der deutschen Hotellerie und dem Kongresswesen entstehen, beseitigt werden. Bislang macht Deutschland von der Wahlmöglichkeit zwischen ermäßigtem und normalem Steuersatz Gebrauch und erhebt den normalen Mehrwertsteuersatz.

Kommissar Bolkestein unterstützte die Forderung der Branchenvertreter. In Anbetracht des Auseinanderklaffens der Mehrwertsteuersätze von drei bis 25 Prozent sehe auch er Handlungsbedarf. Die oberen Steuersätze müssten deutlich abgesenkt und die unteren leicht angehoben werden.

Des weiteren sicherte der Kommissar zu, sich dafür stark zu machen, die Gastronomie beim Überarbeiten der Liste der arbeitsintensiven Dienstleistungen im nächsten Jahr zu berücksichtigen, sofern die Analyse der dreijährigen Probephase eine positive Auswirkung auf die Beschäftigungssituation bestätige.

Beim Thema Margenbesteuerung unterstützt die EU-Kommission mit ihrem kürzlich vorgelegten Richtlinienentwurf die Position der deutschen Tourismuswirtschaft, die mehrstufige Margenbesteuerung als grundsätzliche Besteuerungsart mit der Option einer Regelbesteuerung einzuführen. Bolkestein machte deutlich, dass es in dieser Sache erhebliche Widerstände seitens der Bundesregierung gebe.

Der BTW stellte in dem Gespräch auch klar, dass er die Pläne der Kommission zur Harmonisierung der Wein- und Biersteuer vehement ablehnt. Die EU-Kommission plane – nach Aussage von Bolkestein – für die zweite Jahreshälfte 2003 einen Richtlinienvorschlag, wonach Wein mit zehn Cent pro Flasche besteuert und die Biersteuer um den Inflationsausgleich erhöht werden soll. Bislang gibt es in Deutschland zwar eine moderate Bier-, aber keine Weinsteuer.

Die ebenfalls diskutierte Praxis der deutschen Steuerbehörden, im Unterschied zur früheren Pauschalregelung den Verkauf von Duty-free-Produkten nur noch dann umsatzsteuerfrei zuzulassen, wenn durch Erfassung der persönlichen Daten des Passagiers amtlich der Drittlandswohnsitz des Käufers belegt werden kann, ist nach Auffassung der EU-Kommission eine klare Wettbewerbsverzerrung. Bei Duty-free-Geschäften sollte generell das Destinationsprinzip und nicht das Residenzprinzip angewendet werden. Zum Hintergrund: In elf Mitgliedstaaten der EU reicht die Vorlage der entsprechenden Bordkarte, die ein Drittland als Zieldestination ausweist, um Duty-free-Produkte umsatzsteuerfrei verkaufen zu können.

Bolkestein informierte die Gesprächsteilnehmer über einen Richtlinienvorschlag zur Besteuerung von Dieselkraftstoffen für Reisebusse mit mehr als neun Sitzplätzen. Geplant sei, den Reisebus bei Dieselkraftstoffen steuerlich dem LKW gleichzustellen. Der BTW mahnte daraufhin an, dass das deutsche Busgewerbe nun erst recht auf eine Gleichstellung drängen müsse. In Frankreich wie auch in einigen anderen Mitgliedstaaten werde das Speditionsgewerbe über diesen Weg bereits steuerlich entlastet. Die Folge sei nun, dass auch das Busgewerbe in diesen Ländern von den Vorteilen profitiere.

In der Entschädigungsfrage für die unmittelbar nach dem 11. September 2001 entstandenen Schäden warb der BTW um Verständnis, dass auch die deutschen Reiseveranstalter Forderungen geltend

V.r.n.l.: Bernd Geyer, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des IHA, Christian Ehlers, BTW-Generalsekretär, Klaus Laepple, BTW-Präsident, Klaus-Heiner Lehne, EU-Beauftragter des BTW, Ulrich Rüter, BTW-Geschäftsführer, EU-Kommissar Bolkestein, Hans-Jürgen Müller-Seils, Leiter der Abteilung Steuer- und Haushaltspolitik im BDI und Heribert Diehl, Geschäftsführer Gebr. Heinemann

machen, da Fluggesellschaften und Reiseveranstalter gleich behandelt werden müssten.

An dem Spitzengespräch des BTW mit Kommissar Bolkestein, an dem auch der BDI mit dem Leiter der Abteilung Steuer- und Haushaltspolitik, Hans-Jürgen Müller-Seils, beteiligt war, nahmen BTW-Präsident Klaus Laepple, Heribert Diehl, Geschäftsführer Gebr. Heinemann, Bernd Geyer, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Hotelverbandes Deutschland (IHA), BTW-Generalsekretär Christian Ehlers, Klaus-Heiner Lehne, EU-Beauftragter des BTW, und BTW-Geschäftsführer Ulrich Rüter teil.

Treffen der EU-Beauftragten 2003

Im Rahmen des Treffens der EU-Beauftragten fand auch ein Gespräch mit Dimitris Georgarakis, Generalsekretär für Tourismus im griechischen Ministerium für Entwicklung und ranghöchster für Tourismus zuständiger Beamter, statt.

Georgarakis stellt die Pläne der griechischen Ratspräsidentschaft, insbesondere zum Bereich Tourismus, vor. Als Schwerpunkt wird eine Konferenz zum Thema Tourismus und Transport für den 5./6. Mai 2003 auf Kreta genannt. Die genauen Themen stehen noch nicht fest.

Georgarakis spricht sich explizit gegen Mobilitätsbeschränkungen aus. Mobilität wird auch von ihm als Grundlage des Tourismus angesehen. Die griechische Präsidentschaft möchte darauf hinarbeiten, dass Tourismus künftig in den Kompetenzbereich der EU fällt. Es wurde angeregt, dass die Kommission bei künftigen Gesetzesvorhaben die Interessen der Tourismusindustrie stärker in ihre Überlegungen einbezieht („Impact on Tourism Assessment").

Mechthild Wörsdörfer, Mitglied des Kabinetts von EU-Kommissar Erkki Liikanen (GD Unternehmen), weist auf folgende Neuerungen im europäischen Gesetzgebungsverfahren hin: Alle Gesetzesvorhaben werden einem so genannten Impact Assessment unterzogen. Dabei werden sie auf soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit untersucht. Außerdem werden alle neuen Gesetzesvorhaben für Konsultationen acht Wochen in die EU-Website eingestellt. Dort können sich Interessierte informieren und Stellung beziehen.

Im Bereich Tourismus beschäftigt sich die Kommission dieses Jahr mit den beiden Bereichen nachhaltiger Tourismus und Satellitenkonten für die Tourismusstatistik. Auch hier wurde die Anregung für das Impact on Tourism Assessment wieder eingebracht. Insbesondere wurde gegenüber Frau Wörsdörfer angeregt, dass die Generaldirektion Unternehmen stärker die Rolle eines Anwalts der Unter-

nehmen/Industrie übernehmen solle. Wörsdörfer weist außerdem darauf hin, dass die GD Unternehmen jedes Jahr zwei Wirtschaftszweige auf ihre Wettbewerbsfähigkeit untersucht. Für 2004 ist eine solche Untersuchung für die Tourismusindustrie geplant. Weiterhin informiert sie darüber, dass für Ende 2003 wieder ein europäisches Tourismusforum geplant ist, diesmal in Rom. Die GD Unternehmen sei an den Vorbereitungen wieder beteiligt.

Außerdem wurde mit Olga Koumatsioti (in Vertretung von Peter Faross), GD Verkehr, ein Gespräch zur europäischen Luftverkehrspolitik und Verordnung zu „Ausgleichs- und Unterstützungsleistungen" im Fall der Nichtbeförderung und bei Annullierung oder großen Verspätungen von Flügen (Denied Boarding) geführt.

Das europäische Gesetzgebungsverfahren zu dieser Verordnung, die die Mindestrechte für Fluggäste im Fall einer Nichtbeförderung gegen ihren Willen, der Annullierung und der Verspätung von Flügen regelt, steht kurz vor seinem Abschluss.

Mit Beginn des Verfahrens haben der BTW und sein in dieser Sache federführendes Mitglied Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV) zusammen mit den großen Veranstalterkonzernen darauf hingewiesen, dass die Verordnung unverhältnismäßige Belastungen für die Anbieter von Pauschalreisen bringe. Folglich setzten sie sich dafür ein, die Anwendung der Verordnung auf Pauschalreisen auszuschließen oder zumindest einzuschränken. Zur Begründung wird insbesondere angeführt, dass die bereits vorhandene Pauschalreisen-Richtlinie mit ihren Schutzbestimmungen einen angemessenen Interessenausgleich zwischen Reiseveranstaltern und Kunden gewährleistet.

Im Herbst 2003 wird der Vermittlungsausschuss mit dem Ziel zusammentreten, die divergierenden Positionen des Europäischen Parlaments, der EU-Kommission und des Rates zur Deckung zu bringen.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Reiseverhalten weltweit

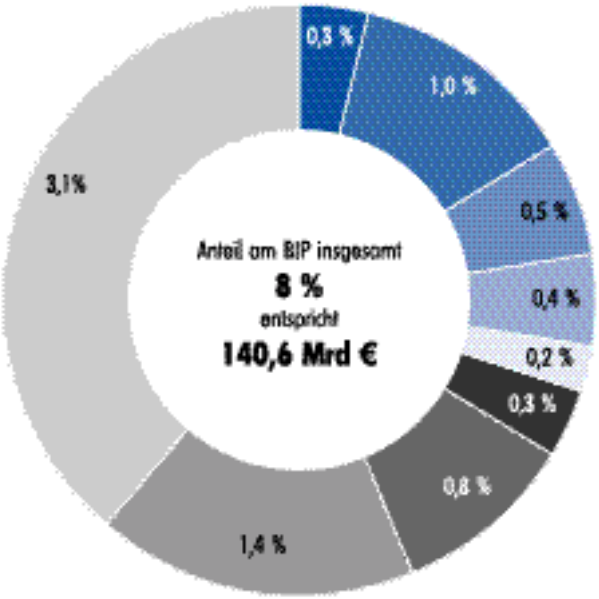
Incoming /Binnentourismus

Geschäftsreisen – ein Standbein der Tourismuswirtschaft

Outgoing

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Durch Tourismusausgaben induziertes BIP in %



- Pauschalreisen
- Individualreisen
- Sonst. private Reisen
- Kuren
- Tourismus im öffentlichen Verbrauch
- Informationsinfrastruktur
- Incoming Tourismus
- Geschäftsreisen
- Tagestourismus

Quelle: DIW, 1999

Reiseverhalten weltweit / europaweit

Der Tourismus ist eine der weltweit größten Industrien und trägt zu einem großen Teil zu mehr Wirtschafswachstum, zur Struktur der Zahlungsbilanz, zu Beschäftigung und zum regionalem Ausgleich in einzelnen Ländern sowie über Regionen hinweg bei. Während in der Vergangenheit die Grenzen zwischen den verschiedenen Marktteilnehmern eindeutig waren, hat die vertikale und horizontale Integration in der Tourismuswirtschaft dazu geführt, dass diese Grenzen verwischen.

Europa empfängt knapp 60 Prozent aller internationalen Touristen weltweit. Dieser hohe Anteil erklärt sich auch durch die vielen verhältnismäßig kleinen Länder auf engem Raum. Das stimuliert innereuropäisches Reisen: Drei Viertel aller Europäer, die ihr Land verlassen, reisen innerhalb Europas. Um die Fremdenverkehrsverteilung innerhalb Europas zu illustrieren, gibt die Tabelle die Zahl der Übernachtungen von In- und Ausländern an.

Europas Marktanteil nimmt ab, aber die Ankunftszahlen haben sich seit 1980 verdoppelt. Trotz einer erheblichen Steigerung der Besucherzahlen im Jahre 2000 gegenüber 1999 führt das Wachstum der konkurrierenden Reiseziele dazu, dass Europas Marktanteil an internationalen Ankünften sinkt. Obwohl er sich in absoluten Zahlen fast verdoppelte, fiel er im Zeitraum 1980 bis 1998 um fünf Punkte von 63 Prozent auf 58 Prozent.

717 Millionen internationale Ankünfte im Jahr 2020

Für das Jahr 2020 sagt die Welt-Tourismus-Organisation 717 Millionen grenzüberschreitende Touristenankünfte in Europa voraus. Dies bedeutet eine jährliche Wachstumsrate von drei Prozent. Es wird erwartet, dass das Wachstum bei den Ankünften für das Gebiet Mittel- und Osteuropa größer sein wird als in Westeuropa.

Europäischer Fremdenverkehr

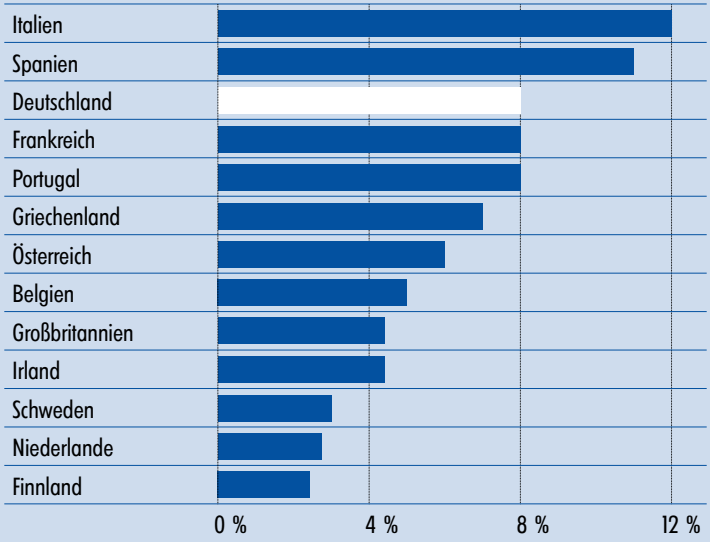
Übernachtungen in (Mio) in gemeinschaftlichen Unterkünften			
	Insgesamt	**Auswärtige**	**Einwohner**
Belgien	29,2	13,7	15,5
Dänemark	25,2	15,2	10,0
Deutschland	298,5	256,1	42,4
Griechenland	62,0	14,7	47,3
Spanien	227,3	83,4	143,9
Frankreich	278,1	171,3	106,8
Irland	30,7	9,1	21,6
Italien	332,4	194,8	137,5
Luxemburg	2,5	0,2	2,3
Niederlande	82,2	55,3	27,5
Österreich	90,7	26,2	64,5
Portugal (1999)	41,3	16,2	25,1
Finnland	16,0	12,0	4,1
Schweden	38,8	31,2	8,7
Vereinigtes Königreich	289,3	212,2	77,2

Zahlungsbilanz – Reisen		
	Guthaben (Mio €) ...	**... (€)/Nächte v. Fremden**
Belgien	6.868	443
Dänemark	4.366	437
Deutschland	17.526	413
Griechenland	10.061	218
Spanien	33.659	234
Frankreich	32.442	304
Irland	2.790	129
Italien	29.823	217
Luxemburg	1.023	442
Niederlande	7.962	290
Österreich	10.746	167
Portugal (1999)	5.783	230
Finnland	1.417	348
Schweden	4.037	466
Vereinigtes Königreich	23.695	307

Quelle: Eurostat 2000

Anteil am Bruttoinlandsprodukt

Tourismus in den EU-Staaten 2001



Quelle:

Trotz der Unsicherheiten infolge der Nachwirkungen des 11. September 2001 werden in der Zukunft viele Faktoren zu einem wachsenden Reisevolumen beitragen. Der Wunsch nach Vielfalt wird diese Reisen kennzeichnen. Es wird zahlreiche Triebkräfte dieses Wachstums geben. Dazu gehören die Einführung des Euro, wachsender Wohlstand und Innovation, beispielsweise bei der Entwicklung im Verkehr. Dort machen Hochgeschwindigkeitszüge oder Großflugzeuge weiteres Tourismuswachstum möglich.

Internationale Ankünfte in Tausend

Ankünfte per 100 Einwohner	17.861
Deutschland-Tourismus	
Übernachtungen aus dem Inland in Tausend (einschließlich Campingplätze)	307.143
Übernachtungen aus dem Ausland in Tausend (einschließlich Campingplätze)	40.798
Übernachtungen insgesamt in Tausend (einschließlich Campingplätze)	347.941
davon Hotels / Pensionen	
Übernachtungen aus dem Inland in Tausend	164.059
Übernachtungen aus dem Ausland in Tausend	32.876
Übernachtungen insgesamt in Tausend	196.935
Anzahl der Zimmer	820.000
Auslastung der angebotenen Betten (durchschnittliche Auslastung 2001 der Hotels, Gasthöfe, Pensionen)	34,7 Prozent
Auslastung der Hotelzimmer (IHA 2003)	61,3 Prozent

Heilbäder und Kurorte im Aufwind

Auf die Heilbäder und Kurorte entfallen rund ein Drittel der gewerblichen, statistisch erfassten Übernachtungen in Deutschland.

In den Jahren von 1999 bis 2002 hat die Zahl der übernachtenden Besucher in den hochprädikatisierten Heilbädern und Kurorten (Mineral- und Moorheilbäder, heilklimatische Kurorte, Seeheil- und Seebäder, Kneippheilbäder und Kneippkurorte) um insgesamt 1,09 Millionen Ankünfte zugelegt. Sie lag im Jahr 2002, trotz eines einprozentigen Rückganges gegenüber dem Vorjahr, noch bei 16,730 Millionen Patienten und Gästen. Dabei verzeichneten die Seeheil- und Seebäder mit plus zwölf Prozent den stärksten Zuwachs (plus 573.000). Aber auch die Mineral- und Moorheilbäder konnten ihre

markante Stellung als touristische Destination mit einem Zuwachs um 428.500 Gästeankünfte gut behaupten.

Nach Schätzungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif), das sich wie der Deutsche Tourismusverband (DTV), Bonn, der Förderung des Fremdenverkehrs in Deutschland verschrieben hat, ergibt sich allein aus den rund 35,5 Millionen Klinik- und 68,5 Millionen amtlich registrierten Privat-Übernachtungen ein Umsatz von 10,3 Milliarden Euro. Hinzu kommen die Ausgaben von Tagesgästen, die auf durchschnittlich rund 56 Euro pro Person geschätzt werden. Der Deutsche Heilbäderverband geht davon aus, dass der Kurorttourismus direkt oder indirekt insgesamt rund 400.000 Vollzeit-Arbeitsplätze schafft.

Campingtourismus

Das Marktsegment Camping und Caravaning ist durch eine große Datenunsicherheit gekennzeichnet. So weist das Statistische Bundesamt 2.563 Campingplätze mit insgesamt 197.745 Stellplätzen aus. Eine Studie des dwif kommt hingegen auf rund 5.800 Campingplätze mit über 970.000 Stellplätzen. Entsprechend differieren die Übernachtungszahlen auf Campingplätzen zwischen 21 Millionen (Statistisches Bundesamt) und 56 Millionen.

Laut dwif generieren diese 56 Millionen Übernachtungen mit durchschnittlich 26,90 Euro Tagesausgaben einen Bruttoumsatz von 1,5 Milliarden Euro. Das Statistische Bundesamt weist für 2002 gegenüber dem Vorjahr einen leichten Rückgang der Übernachtungszahlen von 0,6 Prozent aus. Im Jahr 2001 war noch ein Plus von einem Prozent erzielt worden. Wesentlicher Grund für die unterschiedlichen Zahlen ist, dass nach dem Beherbergungsstatistikgesetz Dauercampingplätze und damit Dauerstellplätze nicht erfasst werden.

Freizeitparks

Freizeit hat – zumindest in den westlichen Industrieländern – einen hohen Stellenwert im Leben der Menschen. Freizeitforscher bezeichnen unsere heutige Gesellschaft aufgrund dieser Wertehaltung auch als „Freizeitgesellschaft“. Die Freizeit ist daher auch zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden.

Die aktuellen Ergebnisse der B.A.T. -Tourismusanalyse 2003 haben ergeben, dass trotz knapper Haushaltskassen am Urlaub zuletzt gespart wird. Besonders Inlandsreisen haben deutlich zugenommen. Trotzen angesichts dessen also die deutschen Freizeitparks der derzeitigen Wirtschaftsflaute?

Fragt man bei den einzelnen Parks nach, erhält man sehr unterschiedliche Auskünfte. Der deutsche Marktführer der Branche, der Europa-Park in Rust bei Freiburg, konnte für das Jahr 2002 jedenfalls ein Rekordergebnis verzeichnen: Über 3,55 Millionen Besucher kamen in

Deutschlands größten Freizeitpark. Nach der Statistik des Deutschen Tourismusverbandes für 2002 belegt der Europa-Park Platz Zwei unter den stationären Ausflugszielen in Deutschland und liegt damit direkt hinter dem Kölner Dom, den 2002 sechs Millionen Menschen besuchten. Doch der Erfolg des badischen Freizeitunternehmens ist keineswegs selbstverständlich. Andere Anbieter haben derzeit mit riesigen Problemen zu kämpfen. Im Europa-Park hingegen wächst die Zahl der Zweitbesucher in der Saison und auch die der Mehrtagesbesucher kontinuierlich – 75 Prozent der Besucher sind Wiederholer.

Die deutschen Freizeit- und Erlebnisparks gelten im internationalen Vergleich als preisgünstig. So zeichnet sich auch der Europa-Park insbesondere durch ein besonders gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus und erhielt bereits 1990 und 1996 als einziger deutscher Freizeitpark die Note „sehr gut".

Seit einigen Jahren wird deutlich, dass immer mehr Freizeitparks vom Tagesausflugsziel zum Kurzreiseziel werden. Zahlreiche Freizeitparkbetreiber tragen diesem Trend mit dem Bau eines Hotels Rechnung. Die prozentual höchste Steigerungsrate erzielte der Europa-Park 2002 bei den Zweitageskarten.

Der Anteil der Mehrtagesbesuche liegt derzeit bei 15 Prozent der Besucher. Der Bau eines weiteren Vier-Sterne-Hotels gegenüber den zwei bestehenden Erlebnishotels ist daher konsequent. Das Vier-Sterne-Hotel „Colosseo" im italienisch-römischen Stil wird ab Juni 2004 das neue Highlight im Europa-Park Resort sein. Mit rund 1.400 Betten wird es das größte Einzelhotel im Südwesten Deutschlands.

Auch Autovermieter „leben mit der Konjunktur des Tourismus"

Welch wichtige Rolle der Tourismus als Wirtschaftsfaktor spielt und zu welchen „Kettenraktionen" Schwankungen der Nachfrage nach touristischen Leistungen über den touristischen Kernbereich hinaus

führen können, spüren unter anderen auch die Autovermieter. So bestätigt zum Beispiel Avis – mit weltweit rund 4,5 Milliarden Euro Umsatz, rund 24.700 Mitarbeitern, einer Flotte von fast 400.000 Fahrzeugen und über 23 Millionen Vermietungen eines der größten Unternehmen der Branche –, dass weniger Hotelübernachtungen und generell weniger Tourismus durchaus auch auf die Nachfrage nach Mietwagen durchschlagen

Da weniger Vermietungen über längere Zeit aber auch zu weniger Neuinvestitionen in die Flotte der Autovermieter und dies wiederum zu weniger Absatz von Fahrzeugen bei den Automobilherstellern führen, sind alle Glieder dieser speziellen Dienstleistungskette an einem sich konstant weiter entwickelnden Tourismus interessiert. Analog gelten diese Interdependenzen auch bei der Nutzung von Mietwagen für Geschäftsreisen. Auch deren Umfang und Entwicklung sind von anderen Faktoren – hier besonders von der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung – abhängig.

Quellmarkt Süd- und Westeuropa

	ÜN* 1995	ÜN* 2002	URA** in %
Niederlande	5.055.629	5.651.225	88,6
Großbritannien	2.953.366	3.380.124	52,7
Schweiz	1.664.793	2.271.070	130,5
Italien	1.656.995	2.102.564	25,1
Österreich	1.286.725	1.656.714	70,3
Frankreich	1.557.746	1.626.141	28,2
Belgien	1.346.954	1.579.598	95,6
Spanien	641.165	952.322	17,5

Quellmarkt Nordeuropa

	ÜN* 1995	ÜN* 2002	URA** in %
Dänemark	1.063.488	1.241.453	90,9
Schweden	953.851	1.203.874	76,7
Norwegen	398.131	446.051	66,8
Finnland	267.745	329.894	81,1

Quellmarkt Osteuropa

	ÜN* 1995	ÜN* 2002	URA** in %
Polen	927.002	823.893	12,2
Russland	764.737	774602	4,0
Tschechien	474.836	501.337	29,2
Ungarn	370.122	363.980	14,0
Baltische Staaten	179.956	290.117	21,8

*Übernachtungen **Urlaubsauslandsreise-Intensität

Quelle: Eurostat 2000

Geschäftsreisen – ein Standbein der Tourismuswirtschaft

Rund ein Drittel aller Gäste aus dem Ausland besuchen Deutschland, um an Besprechungen, Konferenzen, Tagungen, Messen oder Kongressen teilzunehmen beziehungsweise um andere geschäftliche Termine wahrzunehmen. Deutschland steht auf Platz Eins bei Reisen zu internationalen Messen und auf Platz Drei als weltweites Tagungs- und Kongressreiseziel.

Die weitgehende Unabhängigkeit vom Klima macht Geschäftsreisen zum wichtigen Standbein für die Tourismuswirtschaft. Ohne Geschäftsreisen wären die Privatreisen in ihrer jetzigen Form kaum denkbar. Die fast generell saisonunabhängige Geschäftsreisenachfrage im Flugverkehr zum Beispiel ist Rückgrat der Planungen von Flughäfen und Linienfluggesellschaften. Den von Geschäftsreisenden teuer bezahlten ICE können auch Privatreisende günstig nutzen. Die Stadthotellerie bietet Touristen am Wochenende ihre Kapazitäten zu Sonderpreisen an. Erst der Geschäftsreiseverkehr führt – wenn auch für den Endverbraucher unsichtbar – zu den bequemen und preisgünstigen Strukturen, auf die Touristen mit großer Selbstverständlichkeit zurückgreifen. Er trägt zur Auslastung von Beherbergungsbetrieben und Gaststätten außerhalb der Ferienzeiten und innerhalb der Woche bei. Impulse für die regionale Wirtschaft geben auch die privaten Ausgaben bei Geschäftsreisen.

Planungsbasis für Kommunen

Reisen zu Messen, Tagungen und Kongressen, zur Weiterbildung oder zu Kundenbesuchen bringen somit direkte, saisonal ausgleichende Beschäftigungs- und Einkommenseffekte für die Leistungsträger, Dienstleister und Kommunen. Sie werden eine zuverlässige finanzielle Planungsbasis. Etwa zwei bis drei Prozent aller Nettoumsätze fließen durch Gewerbesteuer, Grundsteuer und anteilige Lohn- und Einkommensteuer an den Fiskus zurück.

Verlässliche Zahlen gab es bisher allerdings nicht. Selbst Campingplätze sind besser erforscht als der deutsche Geschäftsreisemarkt. Eigenständige, den Gesamtmarkt umfassende Aussagen über die volkswirtschaftliche Bedeutung von Geschäftsreisen fehlen oder sind nicht verwertbar. Zum einen werden die Ausgaben für Geschäftsreisen in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung als Teil der Vorleistungen verbucht: Sie gelten als Input für den Produktionsprozess und werden somit nicht als Wertschöpfungskomponente angesehen. Die europäischen Statistikbehörden haben diese Gefahr der Unterbewertung inzwischen erkannt.

Zum anderen werden Geschäftsreisen für die touristische Analyse als Quasi-Endnachfrage und Teilmenge des Inlandstourismus ausgewiesen, gemeinsam mit touristischen Übernachtungen und daher für die eine Hälfte der Geschäftsreisen – für Reisen mit Übernachtungsleistung – unvollständig erhoben. Darüber hinaus erlauben die zum Thema Tagesgeschäftsreisen bevölkerungsrepräsentativ erhobenen Zahlen zwar unabhängige Aussagen über die wirtschaftliche Bedeutung, aber eben nur für diese Hälfte aller Geschäftsreisen.

Zusammenfassende Aussagen erfolgen in der Regel auf der Grundlage von Tourismusstatistiken: Tourismus und Geschäftsreisen tragen demnach gemeinsam zu etwa acht Prozent zum Volkseinkommen bei und sind Grundlage für ca. 2,8 Millionen Arbeitsplätze. Das sind rund acht Prozent aller Arbeitsplätze in Deutschland.

Erstmals Analyse der Geschäftsreisen

Da sich nur mit fundierten Zahlen vorteilhafte Rahmenbedingungen kompetent gestalten lassen, hat der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) zusammen mit BearingPoint (vormals KPMG Consulting) den Geschäftsreisemarkt in Deutschland erstmals auf repräsentativer Basis erfasst, analysiert und beschrieben. Als diffe-

renzierende Merkmale des Marktes wurden Branchenzugehörigkeit (Verarbeitendes Gewerbe/Bau, Dienstleistung, Handel sowie öffentlicher Sektor) und Größenordnung nach Mitarbeitern herangezogen. Ausgenommen wurden Betriebe mit neun und weniger Mitarbeitern.

Die VDR Geschäftsreiseanalyse 2003 lässt die wirtschaftliche Bedeutung der Geschäftsreisen bei der Gegenüberstellung mit Urlaubsreisen der Deutschen in ganz neuem Licht erscheinen. In der ausgabenorientierten Betrachtung werden auch Auslandsreisen umfasst und damit wichtige Einkommenseffekte – zum Beispiel Ausgaben für Flugreisen und grenzüberschreitende Bahnreisen, Leistungen von Reiseveranstaltern und Reisebüros – berücksichtigt.

Das konservativ ermittelte Ergebnis: Der Gesamtwert der Geschäftsreisen – ohne private Nebenausgaben – ist mit den Urlaubsreise-Ausgaben der Deutschen auf gleichem Niveau.

Gesamtwert der Geschäftsreisen

2002	Urlaubsreisen (1)	Geschäftsreisen (2)
Anzahl	63,1 Mio	226,5 Mio
Gesamtwert	51,6 Mrd €	48,7 Mrd €

(1) Mindestdauer fünf Tage, F.U.R., Hamburg/Kiel: Reiseanalyse 2003

(2) Rechnet man Ausgaben von Betrieben mit weniger als zehn Mitarbeitern hinzu, erhöhen sich die Gesamtkosten für Geschäftsreisen sogar auf 57,4 Milliarden Euro

Quelle: VDR Geschäftsreiseanalyse 2003 in Zusammenarbeit mit BearingPoint

Weil die Mehrheit der Geschäftsreiseausgaben mit durchschnittlich 70 Prozent im Inland getätigt werden, ist ihre Bedeutung für die deutsche Volkswirtschaft höher einzustufen, denn Urlaubsreisen führen zu 70 Prozent ins Ausland. Es ist allerdings anzunehmen, dass mit der EU-Erweiterung und entsprechend intensiveren Wirtschafts-

beziehungen der Anteil von Geschäftsreisen zu europäischen Zielen wachsen wird. Bei Unternehmen mit 501 bis 2500 Mitarbeitern finden schon heute 24 Prozent aller Geschäftsreisen innerhalb Europas statt.

Mobiler Mittelstand – auch bei Geschäftsreisen

Tragende Säule der Geschäftsreisen in Deutschland sind kleine Betriebe. Die höchste unternehmensbezogene Geschäftsreisehäufigkeit wird in mittelständischen Firmen mit 251 bis 500 Mitarbeitern verzeichnet. Dort sind 20 Prozent der Reisenden 49 Mal im Jahr und mehr unterwegs – also öfter als ein Mal wöchentlich. Dagegen ist die höchste individuelle Geschäftsreisehäufigkeit bei einem „typischen Geschäftsreisenden" eines Großunternehmens mit über 2.500 Mitarbeitern zu finden: Er unternimmt durchschnittlich 43 Reisen im Jahr.

Der Anteil von Mitarbeitern, die aus geschäftlichen Gründen reisen, sinkt hingegen tendenziell mit der wachsenden Größe eines Betriebes. Hochgerechnet gibt es in Deutschland über zehn Millionen Geschäftsreisende.

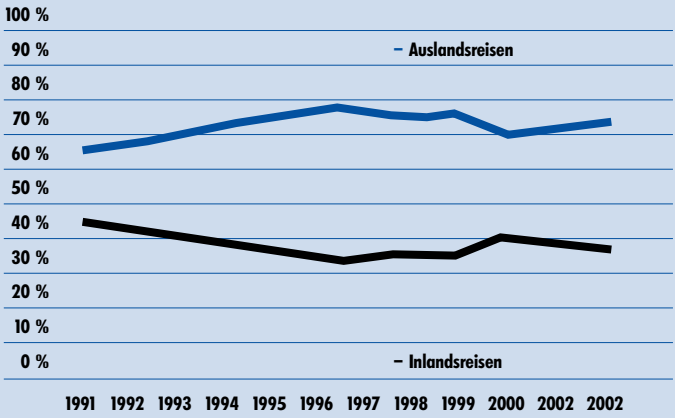
Absolute Geschäftsreisekosten wachsen mit zunehmender Betriebsgröße. Während 69 Prozent der Betriebe mit zehn bis 250 Mitarbeitern zu der Kostenklasse bis zu 50.000 Euro gehören, geben bereits 61 Prozent der Betriebe mit 251 bis 500 Beschäftigten das Fünffache für Geschäftsreisen aus. Der Branchenvergleich zeigt, dass die meisten Unternehmen in den Kostenklassen mit 50.001 bis 250.000 Euro jährliche Gesamtkosten angesiedelt sind. Jährlich zehn bis 50 Millionen Euro geben sieben Prozent der Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe/Bau aus, zwei Prozent der Dienstleister und drei Prozent der Handelsunternehmen.

Outgoing – erstes Minus seit 1945

Das touristische Geschäftsjahr 2001/02 hat die Branche erstmals seit dem Zweiten Weltkrieg mit einem Minus abgeschlossen. Laut DRV sind die Teilnehmerzahlen im deutschen Pauschalreise-Markt gegenüber 2000/01 um 7,4 Prozent und die Umsätze um 6,4 Prozent auf 16,3 Milliarden Euro zurückgegangen. Ausschlaggebend dafür waren die schlechte Inlandskonjunktur, verbunden mit Furcht vor Arbeitsplatzverlust und daraus resultierender Konsumzurückhaltung. Aber auch zahlreiche Terroranschläge – auf Djerba in Tunesien, Bali in Indonesien sowie in Kenia wirkten sich aus. Wegen der Vorausbuchungen haben sich zudem die Anschläge vom 11. September 2001 erst im Geschäftsjahr 2002/03 voll ausgewirkt. Dennoch hat die veränderte Sicherheitslage keine Trendwende zum Inlandstourismus ausgelöst, dessen Marktanteil bei den Urlaubsreisen der Deutschen

Entwicklung der Inlands- und Auslandsreisen

Basis: Urlaubsreisen der Deutschen ab fünf Tagen Dauer



Quelle: TouristScope

ab fünf Tagen – Tourist Scope zufolge – mit 34,5 Prozent stabil geblieben ist. Dies folgt der Erkenntnis, dass Terrorismus eine weltweite Bedrohung ist. Das Sicherheitsempfinden der Bundesbürger ist unteilbar: Risiken werden auf das Reisen generell bezogen. Lediglich bei Zielen mit offensichtlichen Sicherheitsmängeln und/oder politischer Instabilität leidet auch der Tourismus überproportional.

Nach Erkenntnissen von Tourist Scope ist der Marktanteil der Fernreisen um fast einen Prozentpunkt gegenüber dem Geschäftsjahr 2001/02 auf nur noch 5,2 Prozent der Urlaubsreisen der Deutschen ab fünf Tagen zurückgegangen. Betroffen waren insbesondere Nordamerika (von 2,0 auf 1,8 Prozent) sowie die Karibik und Mittelamerika (von 1,2 auf 1,0 Prozent). Mitverantwortlich hierfür war ein starker Dollar. Im Geschäftsreisen-Markt kamen verschärfte Spar- und Sicherheitskonzepte hinzu.

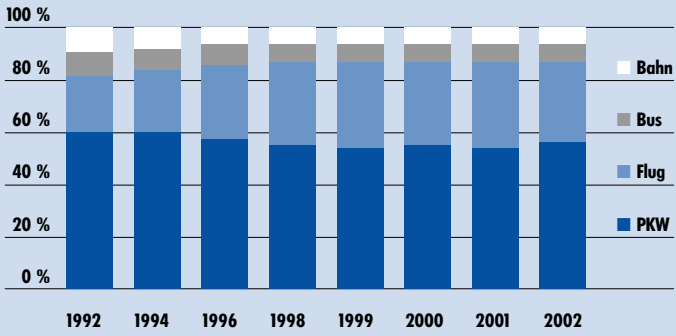
Trotz des scheinbar geringen Marktanteils hat der Fernreisen-Markt wegen höherer Durchschnitts-Umsätze große wirtschaftliche Bedeutung. Zu Beginn des touristischen Geschäftsjahres 2002/03 kamen als Belastungsfaktoren noch der Irak-Krieg sowie die Lungenkrankheit SARS hinzu. Positiv ausgewirkt hat sich andererseits das nach dem 11. September 2001 erheblich verbesserte Krisenmanagement der deutschen Reiseveranstalter sowie der Tourismusindustrie insgesamt. Die Wechselkursänderungen zugunsten eines starken Euro, das Ende des Irak-Kriegs, die erfolgreiche SARS-Bekämpfung sowie die Trendwende an den deutschen Aktienmärkten haben zwischenzeitlich die Perspektiven für das Fernreisen-Geschäft nachhaltig verbessert.

Die mit Abstand größte Zielregion im Auslandstourismus bleibt jedoch der Mittelmeerraum einschließlich Nordafrika mit einem gegenüber 2000/01 stabil gebliebenen Marktanteil von 35,6 Prozent. Dort haben die deutschen Tourismuskonzerne – speziell im Hotel-

sektor – besonders stark in die touristische Infrastruktur investiert. Wichtigstes Einzelziel ist Spanien mit 13,2 Prozent Marktanteil bei den Urlaubsreisen der Deutschen über fünf Tagen Dauer im Jahr 2002. Dort hat sich das Festland gut behauptet, während die Kanarischen Inseln leicht und die Balearen stark verloren haben (von 4,7 Prozent auf nur noch 4,3 Prozent Marktanteil). Mitverantwortlich dafür war die – angesichts der wirtschaftlichen Situation in Deutschland – falsche Entscheidung der früheren Regionalregierung dort, Touristen mit einer zusätzlichen „Ökosteuer" zu belasten. Dies haben auch die Wähler auf Mallorca und seinen Nachbarinseln nicht goutiert. Die im Mai neu gewählte Balearen-Regierung hat – auch nach einem Gespräch mit BTW- und DRV-Präsident Klaus Laepple – die Abschaffung der „Ecotasa" für den Herbst 2003, verbunden mit verstärkten Anstrengungen im Naturschutz sowie einen Stimmungswandel zugunsten ausländischer Gäste eingeleitet. Dies geschieht in enger Abstimmung mit den deutschen Reiseveranstal-

Urlaubsreisen: Verkehrsmittelnutzung

Basis: Urlaubsreisen der Deutschen ab fünf Tagen Dauer



Quelle: TouristScope

tern unter dem Dach des DRV, namentlich auch mit den BTW-Mitgliedern TUI und Thomas Cook.

Als Trendziele mit hohen Zuwächsen auf der Mittelstrecke haben sich 2001/02 insbesondere Bulgarien, Kroatien und die Türkei erwiesen. Vor dem Hintergrund der Wirtschafts- und Arbeitsmarkt-Entwicklung in Deutschland dürfte das exzellente Preis-Leistungs-Verhältnis dieser Reiseziele ausschlaggebend gewesen sein. Eine Fortsetzung dieses Trends zeichnet sich auch für 2002/03 ab, obwohl der Irak-Krieg die Zahl der deutschen Türkei-Urlauber vorübergehend hat zurückgehen lassen.

Ungebrochen ist auch die Entwicklung bei den Reisearten, bei denen All-inclusive, Cluburlaub und Wellness-Reisen besonders gefragt sind. Die starke Nachfrage für Wellness-Urlaub haben Auslands- und Inlandstourismus gemeinsam. Wie Wellness- und Cluburlaub ist All-inclusive bei immer mehr deutschen Reiseveranstaltern zum Thema eigener Kataloge avanciert. Nach einer Umfrage des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung im Rahmen der repräsentativen Reiseanalyse 2002 haben bereits 22 Prozent oder 13,9 Millionen Deutsche über 14 Jahren persönliche Erfahrungen mit dieser vergleichsweise jungen Urlaubsform, ein Drittel (4,9 Millionen) sogar mehrfache. Ausschlaggebend dürfte dabei das vielfältige Aktivitäten- und Verpflegungsangebot zum kalkulierbaren Gesamtpreis sein, dessen Inanspruchnahme das Reisebudget nicht weiter belastet. Animation, ein breites Sportangebot, Internetcafés oder Töpferkurse bei zugleich immer höherwertigen Gastronomie-Angeboten und Kinderbetreuung sorgen dafür, dass es sich beim Cluburlaub ähnlich verhält. Die im deutschen Markt populären Clubanlagen konzentrieren sich auf die Nah- und Mittelstrecke, während All-inclusive seinen Siegeszug aus der Karibik heraus begonnen hat.

Überwiegend dem Auslandstourismus zuzuordnen ist ferner der deutsche Kreuzfahrtenmarkt, den der DRV jährlich untersuchen lässt. Danach konnten 5,6 Prozent der Hochsee-Kreuzfahrten-Veranstalter kräftig gestiegene Passagierzahlen verzeichnen. Diese haben sich im deutschen Markt gegenüber dem Vorjahr um 9,2 Prozent auf 428.412 Passagiere erhöht. Zugleich ist das Angebot um 30 Prozent gewachsen und die durchschnittliche Reisedauer mit fast zehn Tagen nahezu unverändert geblieben. Die durchschnittlichen Reisepreise sind 2002 um 62 Euro oder 3,1 Prozent auf 2.051 Euro pro Hochsee-Passagier gestiegen. Bei den Kreuzfahrtenzielen haben insbesondere überseeische Gewässer verloren – von 33,8 Prozent auf nur noch 24 Prozent Marktanteil.

Für Flusskreuzfahrten wurden der DRV-Studie 2002 zufolge im deutschen Markt 221.038 Passagiere (2001: 216.252) Passagiere gewonnen und der Umsatz um 18 Prozent auf 264,5 Millionen Euro gesteigert. Signifikant – von 22.342 auf 32.831 – gewachsen sind die Passagierzahlen für Russland und die Ukraine, stark zurückgegangen hingegen die auf dem Nil (von 61.090 auf 46.630).

Bei der Nutzung der Verkehrsmittel für Auslandsreisen ist der Anteil des Flugzeugs stets höher als bei Inlandsreisen, bei denen Bahn, Bus und Auto stärker genutzt werden. Für Urlaubsreisen der Deutschen ab fünf Tagen Dauer 2002 hat Tourist Scope insgesamt ermittelt, dass das Auto mit 56 Prozent vor dem Flugzeug mit 29 Prozent den ersten Platz einnimmt. Der mit zwei Prozentpunkten geringe Verlust beim Fliegen erklärt sich unter anderem aus dem großen Erfolg der Niedrigpreis-Fluggesellschaften. Platz drei hat der Bus mit sieben Prozent behauptet. Würden Kurzreisen mit einbezogen, läge der Bus stabil bei zehn Prozent. Ebenfalls seit dem Jahr 1998 auf dem selben Niveau rangiert die Bahn als Urlaubs-Verkehrsmittel mit sechs Prozent auf Rang vier.