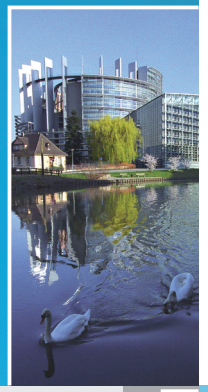


Wer wir sind und für was wir stehen

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) setzt sich als Dachverband der deutschen Tourismuswirtschaft für die gemeinsamen, übergreifenden Interessen und Bedürfnisse der Branche ein. Die Tourismuswirtschaft ist eine äußerst heterogene aber starke Branche, die fast drei Millionen Arbeitsplätze bereitstellt sowie mit 4,4 Prozent zur Bruttowertschöpfung beiträgt und sich damit auf Augenhöhe mit Branchen wie der Automobilindustrie oder dem Maschinenbau befindet.

Rund 40 der größten Unternehmen und Verbände aus allen Bereichen der Tourismuswirtschaft in Deutschland stehen hinter dem BTW. Das Spektrum reicht vom Luft-, Straßen- und Schienenverkehr über Hotellerie und Gastronomie, Reiseveranstalter und Kongress-Centren bis hin zum Tourismusmarketing. Es umfasst privaten Tourismus genauso wie den Geschäftsreisesektor.

Die Arbeit des BTW zielt darauf ab, Mobilität zu erhalten und zu optimieren, um Reisen weiterhin attraktiv möglich zu machen. Faire Wettbewerbsbedingungen in Deutschland und Europa sind dafür unerlässlich. Gleiches gilt für eine sinnvolle Verhältnismäßigkeit zwischen notwendigen Grundlagen für eine funktionierende Wirtschaft auf der einen sowie Klima- und Verbraucherschutz auf der anderen Seite.

Mehr Informationen finden Sie unter www.btw.de.
Folgen Sie uns auch unter
https://twitter.com/Tourismus_BTW

Herausgeber

Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon +49 (0)30 726254-0
Fax +49 (0)30 726254-44
info@btw.de
www.btw.de
https://twitter.com/Tourismus_BTW

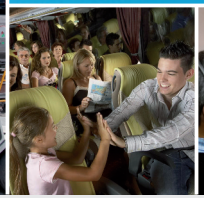
Stand: September 2012
Fotos: © EastWest Imaging - Fotolia.com; © Julia Britvich - Fotolia.com

Kernforderungen der Tourismuswirtschaft

So bleibt Deutschland mobil und reisefreudig

BTW
Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.

Die Tourismusbranche leistet seit vielen Jahren einen beeindruckenden Beitrag für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Die Unternehmen sichern Arbeitsplätze, denn ein Abwandern ins Ausland kommt für die meist kleinen und mittelständischen Betriebe der Branche in der Regel nicht in Frage. Umfangreiche Investitionen werden in Deutschland getätigt, denn die Unternehmen der Tourismuswirtschaft wollen attraktive Angebote machen, damit ihre Kunden zufrieden sind. Doch neben der Bereitschaft und dem Engagement der Branche müssen dafür auch die politischen Rahmenbedingungen stimmen.



Infrastruktur – bedarfsgerecht und kundenorientiert

Ohne eine funktionierende und am Bedarf der Kunden orientierte Infrastruktur sind Mobilität und Tourismus undenkbar. Auch wenn die Infrastruktur in Deutschland weit entwickelt ist, gibt es branchenweiten Handlungsbedarf – von den Flughäfen über das Schienennetz bis hin zum Straßennetz. Deshalb …

- … müssen die großen Flughafendrehkreuze bedarfsgerecht ausgebaut werden.
- … sollten Planfeststellungs- und Genehmigungsverfahren gestrafft und beschleunigt werden.
- … müssen auch Kapazitätsengpässe auf Straße und Schiene dringend beseitigt werden.
- … müssen die Eisenbahnmärkte europaweit liberalisiert werden.
- … muss die langfristige Finanzierung für den Erhalt, Aus- und Neubau der Fernstraßen sichergestellt werden. Eine strukturelle Erhöhung des Verkehrsetats wäre sinnvoll und zukunftsweisend.

Wettbewerb – gerecht und angemessen

Wirtschaftsunternehmen – auch im Tourismus – brauchen faire Wettbewerbsbedingungen wie die Luft zum Atmen. Das gilt im nationalen genauso wie im internationalen Vergleich, denn viele Tourismusunternehmen müssen sich nicht nur mit inländischer, sondern auch mit europäischer und weltweiter Konkurrenz messen. Deshalb heißt es dringend, …

- … die Luftverkehrsteuer ad acta zu legen, weil sie Mobilität verteuert, den Wettbewerb verzerrt und zu Verkehrsverlagerungen ins Ausland führt.
- … auf Bettensteuern zu verzichten, da sie dem Image des Deutschlandtourismus schaden und Bürokratie schaffen.
- … den zahlreichen Hoteliers, die in Folge der Mehrwertsteuersenkung in ihre Betriebe und Mitarbeiter investiert haben, Vertrauensschutz zu gewähren und die Diskussionen um eine Rücknahme der Absenkung aufzugeben.
- … Nachtflugverbote und Flugverbote in den Tagesrandzeiten an den großen deutschen Flughäfen zu verhindern bzw. zu revidieren, damit der deutsche Luftverkehr europäisch und global wettbewerbsfähig bleibt.
- … eine globale Lösung in Sachen Emissionshandel zu finden.
- … eine PKW-Maut zu vermeiden, da diese voraussichtlich die Abgabenlast der Autofahrer erhöhen und dadurch insbesondere den Binnentourismus immens belasten würde.

Klimaschutz/Nachhaltigkeit – mit Augenmaß statt überstürzt

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind richtig und wichtig. Das sieht auch die deutsche Tourismuswirtschaft so und handelt entsprechend (vgl. www.btw.de/branchenthemen/nachhaltigkeit/). Wenn jedoch nicht klar ist, ob Klimaschutz-Maßnahmen effektiv und verhältnismäßig sind, sollte mit Augenmaß agiert werden. Deshalb ist erforderlich, dass …

- … es in Sachen Umweltzonen bundesweit einheitliche Ausnahmen für Reisebusse und möglichst EU-weit einheitliche Umweltplaketten gibt.
- … sinnvolle Maßnahmen wie der Single European Sky, durch den Umwege vermieden und Treibstoff eingespart werden können, endlich umgesetzt werden.
- … die Entwicklung umweltfreundlicher und energiesparender Technologien gefördert wird.

Verbraucherschutz – durchdachte Maßnahmen statt Überregulierung

Der Tourismus ist nicht nur ein wichtiger Industriesektor, sondern insbesondere auch eine Dienstleistungsbranche par excellence. Service und Kundenorientierung stehen ganz weit oben auf der Prioritätenliste, denn die Unternehmen sind auf zufriedene Gäste angewiesen. Statt mehr Bürokratie in Bereichen zu schaffen, in denen die Verbraucher schon weitreichend geschützt sind, gilt es, unsinnige Beschränkungen für die Kunden aufzuheben.