Jahrbuch 2001/2002

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, Königswinter

Redaktion
Jutta Lieneke-Berns
Ulrich Rüter

Gestaltung und Produktion
pantamedia communications GmbH, Berlin

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

Inhalt

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) 7

Vorwort des Präsidenten 8

Der BTW und seine Mitglieder 12

Der BTW stellt sich neu auf 15

Kommunikation nach innen und außen 17

Struktur des BTW 2002 19

Aktivitäten des BTW in Deutschland 21

Eigene Veranstaltungen

Das Jahr des Tourismus 22

ITB 2001 vom 3. bis 7. März in Berlin 29

Gründung des Gesprächskreises Tourismusindustrie 31

Botschafterkonferenz am 4. September 2001 33

Pressegespräch „Wirtschaftsfaktor Straße“ am 17. September 2001 35

BTW-Tourismusgipfel 2001 in Brüssel 39

BTW-ITB Dinner-Talk-Runden 46

„Wirtschaftsfaktor Tourismusindustie“ – Positionspapier des Gesprächskreises Tourismusindustrie 47

ITB 2002 vom 16. bis 20. März in Berlin 49

Verabschiedung des Gründungspräsidenten Dr. Erich Kaub am 25. Juni 2002 52

INHALT

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Bundesministerium
für Wirtschaft und Technologie 55

Partner Deutscher Bundestag 59

Partner WTO 60

Spezifische Themen

Tourismus und Arbeitsplätze 61

Touristische Steuerpolitik 62

Mobilität für morgen sichern 64

Touristische Weiterbildung 66

Tourismus nach dem 11. September 2001 67

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene 69

Treffen der EU-Beauftragten 70

Europäische Tourismuskonferenz 2001 in Brüssel 71

Neue Initiativen in der EU-Kommission 73

EU-Projekt „FreeTime – Neue Technologien im Tourismus“ 77

Wirtschaftsfaktor Tourismus 79

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus 80

Reiseverhalten der Europäer 81

Incoming / Binnentourismus 85

Outgoing 91

Die Mitglieder des BTW im Jahr 2001/2002 93

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München 94
- Arabella Hotel Holding AG, München 98
- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH, Bonn 102
- AVIS Autovermietung GmbH & Co. KG, Oberursel 105
- Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin 108
- Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V. (bdo), Berlin 112
- DB Reise&Touristik AG, Frankfurt 115
- Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt 119
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), Frankfurt 123
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), Berlin 127
- Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV), Berlin 131
- Deutsches Verkehrsforum e.V., Berlin 135
- Dorint AG, Mönchengladbach 138
- DTV – Deutscher Tourismusverband e.V., Bonn 141
- DuMont Reiseverlag GmbH & Co. KG, Köln 145
- Europäische Reiseversicherung AG, München 149
- Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf 153

- Flughafen Köln/Bonn GmbH, Köln 157
- Fraport AG, Frankfurt 160
- Gebr. Heinemann, Hamburg 164
- Gütegemeinschaft Buskomfort e.V. (gbk), Böblingen 166
- Hamburg Tourismus GmbH, Hamburg 169
- Hotel Adlon Berlin, Berlin 173
- Hotelverband Deutschland (IHA), Berlin 177
- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG, Bonn 181
- Messe Berlin GmbH, Berlin 183
- PwC Deutsche Revision AG, Essen 187
- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V., Köln 190
- START AMADEUS GmbH, Bad Homburg 193
- Thomas Cook AG, Oberursel 197
- Thüringer Tourismus GmbH, Erfurt 201
- TUI AG, Hannover 205
- Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR), Bad Homburg 209

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Weltoffen denken und sich global orientieren. Kurzum: Geistig und auch physisch mobil sein. – Das Markenzeichen unserer Branche ist die Überlebensstrategie von heute schlechthin.

Die Politik bekommt das in allen Bereichen zu spüren. Auch sie muss mobil und flexibel sein. Der BTW, Dachverband der deutschen Tourismuswirtschaft, präsentiert seine Strategien und konkreten Vorschläge permanent und unmissverständlich. Sein politisch-publizistisches Spektrum reicht von weltweit sicherer Mobilität, moderner Verkehrsinfrastruktur für Deutschland, besserer Vernetzung der Verkehrsträger, Ausbau der deutschen Flughäfen, Neuorganisation der Flugsicherung in der EU bis zur Abwehr ökosteuer-bedingter Wettbewerbsnachteile für Bahnen und Busse.

Ein besonderer Akzent: Kleine und mittlere Unternehmen, Kernstück unserer Wirtschaft, brauchen Mitstreiter in Politik und Öffentlichkeit, etwa wenn es um steuerliche Gleichstellung oder den Bürokratie-Abbau geht. Auch hier bleibt der BTW aktiv. Dabei wird er von der künftig noch engeren Kooperation mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) profitieren.

Die deutsche Tourismuswirtschaft bleibt mit acht Prozent Anteil am Bruttoinlandsprodukt und einer Bruttowertschöpfung von über 140 Milliarden Euro ein starker wirtschaftlicher und damit politischer Faktor. Keine andere Branche hat ein Potenzial von 2,8 Millionen Arbeitsplätzen sowie pro Jahr fast 100.000 neuen Ausbildungsplätzen. Angesichts von Strukturwandel und hartem Wettbewerb bietet die Tourismuswirtschaft faszinierende Aussichten. Eine gute Basis auch, um die politische Arbeit in Berlin und Brüssel mit Nachdruck fortzusetzen. Gehen wir gemeinsam mit der Politik den Erfolgsweg für unsere Unternehmen und die gesamte Branche weiter.

Klaus Laepple

Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft

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

Präsident

Bis 18. April 2002

- Dr. Erich Kaub, seit 18. April 2002, Ehrenmitglied des Präsidiums

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

Seit 18. April 2002

- Klaus Laepple, seit 18. April 2002 Präsident

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

Geschäftsführendes Präsidium

- Dr. Ralf Corsten

  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

  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

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

- Michael Kirnberger

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

- Hans-G. Koch

  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

  Directeur Général des Opérations, Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

Generalsekretariat

- Christian Ehlers, Generalsekretär
- Ulrich Rüter, Geschäftsführer
- Jutta Lieneke-Berns, Pressereferentin
- Inka Cremer, Assistentin
- Klaus-Heiner Lehne, Europabeauftragter, Brüssel

Der BTW und seine Mitglieder

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

  André Witschi, Directeur Général des Opérations

- 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

- Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer e.V. (bdo), Berlin

  Lothar Kastner, Mitglied des Vorstandes

- DB Reise&Touristik AG, Frankfurt

  Hans-G. Koch, Mitglied des Vorstandes

- Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt

  Thierry Antinori, Bereichsvorstand 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

  Dr. Jürgen Sabaß, Vorsitzender des Vorstandes

- Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf

  Dr. Rainer Schwarz, Geschäftsführer

- 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

- Hamburg Tourismus GmbH, Hamburg

  Dietrich von Albedyll, 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

  Wolfgang Ziemen, Geschäftsführer

- Messe Berlin GmbH, Berlin

  Raimund Hosch, Vorsitzender der Geschäftsführung

- 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 Munzig, Geschäftsführer

- 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

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

  Michael Kirnberger, Präsident

Der BTW stellt sich neu auf

Neues Präsidium und neue Mitglieder

Zwei Themen haben die verbandsinterne Arbeit des BTW 2001/2002 hauptsächlich bestimmt: Zum einen die Neuwahl des kompletten Präsidiums im April 2002 verbunden mit der Einrichtung eines geschäftsführenden Präsidiums und zum anderen die Gewinnung von 15 neuen Mitgliedern.

Klaus Laepple neuer Präsident des BTW

Als Nachfolger für den Gründungspräsidenten Dr. Erich Kaub, dessen Amtszeit turnusmäßig auslief, wurde auf der BTW-Mitgliederversammlung am 18. April 2002 in Frankfurt am Main einstimmig der Präsident des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV), Klaus Laepple, gewählt. Gleichzeitig wurde das Präsidium auf zwölf Mitglieder erweitert. Ein neu eingerichtetes vierköpfiges geschäftsführendes Präsidium wird die künftigen Präsidiumsentscheidungen vorbereiten. Neben dem Präsidenten gehören ihm Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes der TUI AG; Robert Salzl, Vorsitzender des Vorstandes der Arabella Hotel Holding AG; sowie Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA, als Schatzmeister an.

Klaus Laepple ist seit 18. April 2002 neuer Präsident des BTW

Die Mitgliederversammlung bedankte sich bei ihrem scheidenden Präsidenten, Dr. Kaub, für die äußerst erfolgreiche Führung des tourismuspolitischen Dachverbandes. Sein Nachfolger Klaus Laepple sprach Dr. Kaub seine Hochachtung für die über sechsjährige Pionierarbeit beim Aufbau des BTW aus, der

unter seiner Führung zu einem unverzichtbaren und allseits anerkannten Gesprächspartner in Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit geworden sei.

BTW im Aufwind: 15 neue Mitglieder

Der BTW konnte im vergangenen Jahr ein deutlich gestiegenes Interesse an einer Mitgliedschaft verzeichnen: Die Accor Gruppe, die Avis Autovermietung, das Deutsche Verkehrsforum, die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), die Dorint Gruppe, der DuMont Reiseverlag, der Flughafen Düsseldorf, der Flughafen Köln/Bonn, die Gebr. Heinemann, INFOX, PricewaterhouseCoopers PwC Deutsche Revision und die Hamburg Tourismus GmbH traten 2001 dem touristischen Dachverband bei, der Deutsche Tourismusverband (DTV), die Thüringer Tourismus GmbH und das Hotel Adlon folgten Anfang 2002. BTW-Generalsekretär Christian Ehlers zeigte sich erfreut darüber, dass so viele neue illustre Namen der deutschen Tourismuswirtschaft die Bedeutung des BTW erkannt hätten und Mitglieder geworden seien.

Die Heterogenität der neuen Mitglieder entspricht dem Anspruch des BTW, Sprachrohr für die gesamte Wertschöpfungskette im Tourismus zu sein. So konnten mit der Dorint und der Accor Gruppe, dem Hotel Adlon, der Avis Autovermietung und den Flughäfen Düsseldorf und Köln/Bonn wichtige Leistungsträger gewonnen werden. Der DuMont Reiseverlag, die Gebr. Heinemann, INFOX und PWC Deutsche Revision zählen zu den touristischen Dienstleistern ersten Ranges.

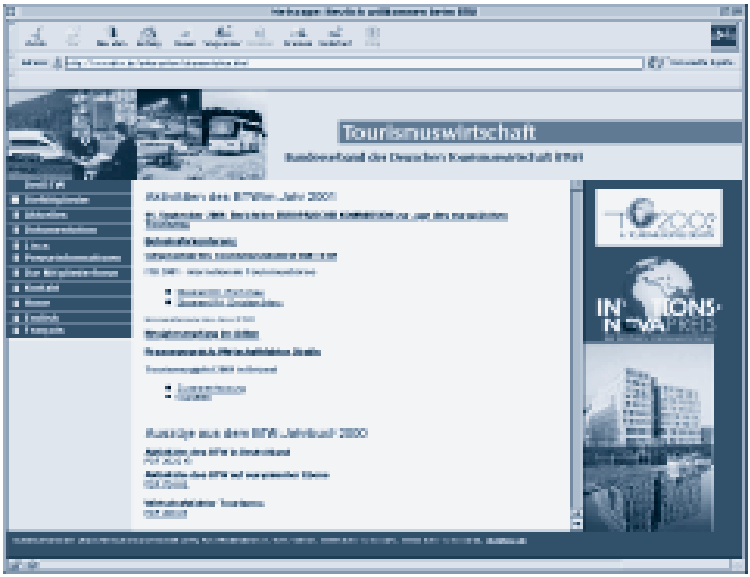
Die DZT und der DTV sowie die Hamburg Tourismus GmbH und die Thüringer Tourismus GmbH spielen eine ganz wesentliche Rolle im Deutschlandtourismus. Das Deutsche Verkehrsforum schließlich gehört zu den wichtigsten deutschen Wirtschaftsvereinigungen.

Kommunikation nach innen und außen

BTW-Forderungen und Anregungen wirkungsvoll platzieren

Aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind auch beim BTW unverzichtbarer Bestandteil einer vernünftigen Branchenpolitik. Nur wer es versteht, seine Anregungen und Forderungen auch wirkungsvoll zu platzieren, kann sich als verantwortungsvoller Mitgestalter empfehlen. Dieser Devise folgt auch die Pressearbeit des BTW. Der Umfang der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die messbare Medienresonanz dokumentieren dies. So lag die Medienresonanz von Pressemitteilungen des BTW oder Interviews und Statements im Jahr 2001 allein im Printbereich bei einer Auflage von knapp 45 Mio Exemplaren. Damit konnten über 110 Mio Leser erreicht werden.

Aber nicht nur der externe, auch der interne Auftritt spielt in der Pressestelle des BTW eine wichtige Rolle: Mit dem BTW-Rundbrief werden alle Mitglieder in regelmäßigen Abständen über die Aktivitäten des BTW informiert.



BTW online: Die deutsche Tourismuswirtschaft auf einen Klick

Als unverzichtbares Kommunikationsinstrument mit Innen- wie auch Außenwirkung gilt inzwischen 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 Dachverbands einen Presseservice mit allen veröffentlichten Pressemitteilungen sowie Dokumente und Reden zu aktuellen Themen. Über die Mitgliederliste steht den Nutzern darüber hinaus das Online-Angebot von 33 touristischen Leistungsträgern 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

Struktur des BTW 2002

Strategiepapier „Struktur des BTW 2002“ verabschiedet

In dem Strategiepapier „Struktur des BTW 2002“ bekennen sich die BTW-Mitglieder zu einem starken und eigenständigen BTW, der die Mitgliedschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) möglichst bis zum 1. Januar 2003 anstrebt. 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: Fachliche 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.

Drei Aufgabenbereiche und Funktionen des BTW definiert das Papier:

- **Originärfunktion**

  Der BTW übernimmt seine ureigene Aufgabe, die Vertretung der gemeinsamen gesamtpolitischen Interessen der Tourismuswirtschaft. Beispiel: Den Stellenwert der Tourismuswirtschaft erhöhen.

- **Netzwerkfunktion**

  Der BTW bearbeitet zusammen mit verschiedenen Leistungsträgern öffentlichkeitswirksam wichtige Themen. Beispiel: Mobilität sichern.

- **Multiplikatorfunktion**

  Der BTW bringt bestimmte Sachfragen der Fachverbände gebündelt und verstärkt in Politik und Öffentlichkeit ein. Beispiel: Steuern harmonisieren.

Auch als BDI-Mitglied bleibt der BTW eigenständig

In dem Papier wird zudem klargestellt: Ziel der deutschen Tourismuswirtschaft muss es sein, dass der BDI als bisheriger Verband der Produktionsindustrie bei seiner Öffnung für die Dienstleistungsindustrie auch die Rolle eines Dienstleistungsverbandes übernimmt. Auch muss sichergestellt sein, dass der BTW sowie dessen Mitglieder in den BDI-Gremien Präsidium, Vorstand und den jeweiligen Ausschüssen vertreten sind. Mit diesen Instrumenten können die Interessen der Tourismuswirtschaft nach innen und nach außen effizient vertreten werden.

Die Zusammenarbeit des BTW mit dem BDI ändert grundsätzlich nichts an Rolle und Eigenständigkeit beider Verbände. So wenig wie der BTW aufgrund des Subsidiaritätsprinzips die Aufgaben seiner Mitglieder übernimmt, kann dies der BDI für seine Mitglieder vollziehen. Für seine Arbeit – die Stärkung der Position seiner Mitglieder – benötigt der BDI im Gegenteil starke Verbände.

Aktivitäten des BTW in Deutschland

Das Jahr des Tourismus

ITB 2001

Gründung des Gesprächs-kreises Tourismusindustrie

Botschafterkonferenz 2001

Pressegespräch Wirtschaftsfaktor Straße

Tourismusgipfel 2001

BTW-Dinner-Talk-Runden

Positionspapier des Gesprächs-kreises Tourismusindustrie

ITB 2002

Verabschiedung des Gründungspräsidenten Dr. Erich Kaub

Die Partner des BTW

Spezifische Themen

Eigene Veranstaltungen
Das Jahr des Tourismus

Tourismuswirtschaft aktiv am Erfolg beteiligt

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Dr. Werner Müller, hatte am 27. September 2001 anlässlich des Welttourismusgipfels auf der EXPO in Hannover das „Jahr des Tourismus 2001“ ausgerufen. Deutschland sollte besonders in diesem Jahr als attraktives, junges und vielfältiges Reiseland präsentiert werden. Die deutsche Tourismuswirtschaft hat diese einmalige Initiative, Chance und Herausforderung zugleich, mit diversen Aktionen und Veranstaltungen tatkräftig unterstützt.

„Nix wie hin“ lautete das Motto des Jahr des Tourismus 2001, unter dem der BTW einen „Event Guide“ der deutschen Tourismuswirtschaft erstellte. Dieser Kalender hat mit vielfältigen Aktionen Monat

für Monat auf Deutschland als das attraktive Urlaubs- und Reiseland aufmerksam gemacht. Als Spitzenverband, der auch die wirtschaftlichen Interessen seiner Mitglieder vertritt, hat der BTW das Jahr des Tourismus auch dazu genutzt, seine gewerbepolitischen Forderungen wirkungsvoll zu artikulieren. Denn nur bei vernünftigen Rahmenbedingungen kann die Zukunft des Tourismus nachhaltig gesichert werden.

Neben dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), die etliche Aktionen in Eigenregie durchführten, waren die Messe Berlin GmbH, die Fraport AG, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Deutsche Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV), die Autobahn Tank & Rast Holding GmbH und der RDA Internationaler Bustouristik Verband am Event-Guide beteiligt.

Auftakt im Hotel Adlon in Berlin

Die Auftaktveranstaltung fand am 15. Januar 2001 anlässlich des traditionellen Neujahrsempfangs im Hotel Adlon in Berlin statt. BTW-Präsident Dr. Erich Kaub stellte dabei den „Event-Guide“ und die geplanten Aktionen unter Federführung des BTW vor. Mit zwölf thematischen Schwerpunkten wurde die gesamte Spannweite der Tourismuswirtschaft und deren Anliegen öffentlichkeitswirksam abgedeckt:

1. Tourismuswirtschaft und Völkerverständigung

Zu Gast in Deutschland

Unter dem Motto „Zu Gast in Deutschland“ befasste sich der erste Schwerpunkt mit Tourismuswirtschaft und Völkerverständigung. Zum Auftakt des Jahr des Tourismus am 15. Januar 2001 im Hotel Adlon sprach sich die Branche für den Schutz aller Gäste und Mitarbeiter vor den Auswirkungen des Rechtsextremismus aus.

2. Deutsche Hotelklassifizierung

Alles sternenklar?

„Alles sternenklar?“ lautete das Motto des zweiten Schwerpunktes rund um die Deutsche Hotelklassifizierung. Im Februar 2001 konnte der DEHOGA das 6000. Hotel unter seinem „Sterne-Firmament“ begrüßen und auszeichnen. Da sich die Deutsche Hotelklassifizierung als „der Maßstab“ zur objektiven Beurteilung der Standards in der Hotellerie etabliert hat, ging mit diesem Event die Forderung der Branche „Hände weg von staatlichen oder europäischen Hotelklassifizierungen“ einher.

3. Innovationen in der deutschen Tourismuswirtschaft

Strukturwandel in der Tourismusbranche

Gleich mit zwei Veranstaltungen im März 2001 machte die Branche auf die Innovationsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft aufmerksam: mit der Verleihung des Innovationspreises der deutschen Tourismuswirtschaft auf der ITB 2001 in Berlin und dem Frankfurter Symposium Passage „Strukturwandel in der Reisebranche – Chancen durch neue Technologien“ in Frankfurt am Main. Damit verknüpft waren die gewerbepolitischen Forderungen nach Bereitstellung von Risikokapital für innovative Existenzgründer und höhere Professionalität im Deutschlandtourismus.

4. Serviceinitiative der deutschen Tourismuswirtschaft

Optimierung der Servicequalität

Die Abschaffung der Trinkgeldbesteuerung, Green Cards für ausländische Arbeitnehmer im Gastgewerbe und die Steigerung des Ansehens von Serviceberufen standen im Vordergrund des vierten Schwerpunktes.

Auf einer Pressekonferenz im März 2001 wurde der neue Zertifikatslehrgang „Servicequalität im Tourismus“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) vorgestellt. Darüber hinaus wurde das Berufbild Tourismusfachwirt IHK überarbeitet. Begleitet wurden diese Initiativen von einer Bildungsoffensive des Gastgewerbes.

5. Geschäftsreise-/ Messe-/ Kongresstourismus

Business-Travel in Deutschland

Der Ausbau der Verkehrsinfrastruktur in allen Bereichen sowie die Liberalisierung der viel zu starren Öffnungszeiten sind zwei Forderungen, deren Umsetzung der Profilierung Deutschlands als dem Gastgeberland in Sachen „Business Travel“ verhelfen kann. Die Fachtagung des Verbandes Deutsches Reisemanagement (VDR) in Potsdam im April 2001 sowie die Eröffnungsansprachen der Hannover Messe Industrie (HMI) trugen zur entsprechenden Positionierung dieses Schwerpunktthemas bei.

6. Leistungsfähigkeit von Hotellerie/Gastronomie und Busgewerbe

Das Tourismusgewerbe in Deutschland: Ein starkes Stück Wirtschaft

Die bundesweiten „Tage der offenen Tür“ der Hotellerie und Gastronomie in Deutschland dokumentierten im Hochsommer die Leistungsfähigkeit der Branche und veranschaulichten die vielfältigen Angebote. Der Workshop des RDA Internationaler Bustouristik Verband präsentierte im August in Köln zudem die Kompetenzen dieses touristischen Wirtschaftszweiges und unterstützte die Forderungen nach angemessenen politischen Rahmenbedingungen wie kürzeren Sperrzeiten im Gastgewerbe.

7. Mobilitätsmanagement

Weg mit dem Stau auf der Straße

Das Pressegespräch Straße im September 2001 in Frankfurt am Main befasste sich ausführlich mit dem Schwerpunkt Mobilitätsmanagement. In einem Sieben-Punkte-Katalog zur Verbesserung der Mobilität forderte der BTW unter anderem die Aussetzung der vierten Stufe der Ökosteuer, ein aktives Baustellenmanagement sowie deutlich größere Investitionen für Erschließung, Ausbau und Erneuerung der deutschen Autobahnen und Bundesstraßen.

8. Zukunftsperspektiven für den Nachwuchs

Ausbildung „Made in Germany“

Bei den deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen trafen im Oktober 2001 die „Besten der Besten“ auf dem Petersberg in Königswinter aufeinander, um in Disziplinen wie Kochen, Garnieren, Servieren etc. die Bundessieger zu ermitteln und die Attraktivität touristischer Berufe zu demonstrieren. Eng damit verbunden waren die gewerbepoliti-

schen Forderungen nach Liberalisierung und Modernisierung der Berufsausbildung sowie Flexibilisierung der Arbeitszeiten. Der Steigerung der Attraktivität touristischer Berufe trug auch die Vorbereitung auf den Abschluss des „Certified Travel Manager“ der Akademie des Verbandes Deutsches Reisemanagement (VDR) im September 2001 Rechnung.

9. Nachhaltiger Deutschlandtourismus

Urlaub natürlich genießen

Tourismuswirtschaft und schonender Umgang mit den natürlichen Ressourcen sind keine Gegensätze für eine Branche, die sich umweltbewusstes Handeln auf die Fahnen schreibt. Dabei kommt der Freiwilligkeit eine übergeordnete Bedeutung zu, die keine weitere Ausweitung der staatlichen Regulierungen im Bereich Umwelt wünscht. Gleichzeitig wurde mit der Vorstellung der Umweltdachmarke im Deutschlandtourismus „Viabono“ auf einer Pressekonferenz im Oktober 2001 in Berlin deutlich, dass Umweltbewusstsein ein geeignetes Marketinginstrument im Tourismus sein kann.

10. Tourismuspolitik auf internationaler Ebene

Destination Europa

Tourismuspolitik auch auf europäischer und internationaler Ebene mit gleicher Wertigkeit wie die allgemeine Wirtschaftspolitik zu behandeln, war eine Forderung, die der BTW unter dem Motto „Destination Europa“ im Herbst 2001 erhob. Mit dem BTW-Tourismusgipfel im Oktober 2001 in Brüssel und der Veranstaltung im Rahmen der Botschafterkonferenz im September 2001 in Berlin konnte der BTW Politiker auf internationaler Ebene für die Belange der deutschen Tourismuswirtschaft sensibilisieren und ihr Interesse für die wirtschaftliche Bedeutung dieser Branche schärfen.

11. Tourismuspolitik auf nationaler Ebene

Destination Deutschland

Die regionale Vernetzung des Wirtschaftsfaktors Tourismus ist Schwerpunkt einer neuen Veranstaltungsreihe, die der BTW gemeinsam mit der Messe Berlin zum Jahr des Tourismus aufgelegt hat. In der Auftaktveranstaltung zu den BTW-ITB Dinner-Talk-Runden im Oktober 2001 warb der BTW für die Aufstockung der Mittel für Tourismuswerbung in Bund und Ländern sowie für mehr regionale Anerkennung für die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus auf allen Stufen der Wertschöpfungskette.

12. Fünf vor zwölf für den Euro in der Tourismuswirtschaft

Die D-Mark ist tot – es lebe der Euro

Das letzte Schwerpunktthema im Jahr 2001 stand unter dem Motto „Die D-Mark ist tot – es lebe der Euro". Mit mehreren Euro-Veranstaltungen Ende 2001 in Frankfurt und der DEHOGA-Euro-Hotline konnten umfassende Branchen-Informationen zur Währungsumstellung vermittelt werden. Damit einher gingen die Forderungen nach Unterstützung bei der Bargeldeinführung durch die öffentliche Hand und Kreditinstitute sowie die europaweite Angleichung der Steuersätze bzw. die Schaffung nationaler Ausgleichsmechanismen.

BTW zieht positive Bilanz zum Jahr des Tourismus

Bei der Abschlussveranstaltung zum Jahr des Tourismus 2001 auf Einladung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums am 10. Dezember 2001 in Füssen konnte BTW-Präsident Dr. Kaub eine sehr positive Bilanz ziehen. Auch die Medienresonanz war beachtlich: Von Januar bis November 2001 berichteten 175 Artikel über die Aktionen unter Federführung des BTW.

ITB 2001 vom 3. bis 7. März in Berlin

ITB als Nahtstelle von Tourismus und Politik

Als Partner der Internationalen Tourismusbörse ITB Berlin hat der BTW auch 2001 die Weltmesse des Tourismus als wichtigste Kommunikationsplattform der Branche aktiv genutzt.

Der BTW präsentierte sich auf der ITB 2001 am Stand der Deutschen Lufthansa AG

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 zur Nahtstelle von Tourismus und Politik geworden.

Als Treffpunkt der internationalen Tourismuswirtschaft konnte die ITB auch 2001 wieder das enorme Potenzial an Innovation und Fortschritt der Branche aufzeigen und deutlich machen, dass Investitionen in die Tourismuswirtschaft Wachstum und Beschäftigung garantieren.

Innovationspreis 2001 an Hotelier Paul M. McManus

Bereits zum zweiten Mal auf der Eröffnungsfeier der ITB hat der BTW seinen Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft verliehen. Der Preisträger 2001 hieß Paul M. McManus, Präsident und Chief Executive Officer der Leading Hotels of the World, Ltd.

Damit würdigte der BTW die Pionierleistung des Amerikaners. Mit der Luxury Alliance hatte Paul M. McManus zum ersten Mal eine branchenübergreifende internationale Marketingkooperation im Luxussegment aufgebaut. Drei Aspekte sollten mit der Preisvergabe ganz besonders herausgehoben werden: die Bedeutung der internationalen Hotellerie als touristischer Leistungsträger, die Neuartigkeit seiner strategischen Allianz und die Bedeutung kleiner und mittlerer Unternehmen für die Tourismusbranche.

Mit dem Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft zeichnet der BTW jährlich Persönlichkeiten, Unternehmen oder Verbände aus, die der Tourismuswirtschaft als Vordenker und Wegbereiter ihre eigene innovative Prägung verliehen haben. Als erster war im Jahr 2000 Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, für seine Verdienste bei der Umstrukturierung eines Industriekonzerns in ein Dienstleistungsunternehmen ausgezeichnet worden.

Der Preisträger des Innovationspreises 2001 Paul M. McManus (re.) mit BTW-Präsident Dr. Erich Kaub (li.)

Gründung des Gesprächskreises Tourismusindustrie auf der ITB 2001

Schulterschluss von Industrie und touristischen Dienstleistern

Die ITB 2001 war auch Schauplatz eines Novums in der deutschen Verbandslandschaft: der Gründung eines gemeinsamen Gesprächskreises von Industrie und Dienstleistern. Unter der Leitung von Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, und seines Stellvertreters Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG, fand am 7. März 2001 auf der Messe die konstituierende Sitzung des Gesprächskreises Tourismusindustrie statt.

Damit ist ein vielversprechender Schulterschluss zwischen BTW und BDI erfolgt. Beide Verbände und ihre Mitglieder können so auf das jeweils fachliche Know-how ihres Partners zurückgreifen. Der Gesprächskreis Tourismusindustrie vertritt die gemeinsamen Interessen von Industrie und Tourismusbranche. Ziel ist die Zusammenführung von Industrie- und Dienstleistungspolitik.

Seit März 2002 wird der Gesprächskreis turnusmäßig von Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG, geleitet. Mitglieder sind:

- Arabella Hotel Holding AG
- Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)
- Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV)
- Europäische Reiseversicherung AG
- Hotel Adlon Berlin
- Messe Berlin GmbH
- TUI AG
- Thomas Cook AG
- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR)

Tourismusindustrie hat Strukturwandel vollzogen

Die Tourismusindustrie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor mit einem erheblichen Anteil an BIP und Gesamtbeschäftigung. In den letzten

Jahren hat die Branche einen Strukturwandel vollzogen, hin zu vertikal integrierten Konzernen, die sich industriell organisieren. Sie braucht langfristig verlässliche Rahmenbedingungen, welche die Konkurrenzfähigkeit der Unternehmen auch international sicherstellen. Nur dann kann dieser bedeutende Wirtschaftszweig expandieren und neue Arbeitsplätze schaffen.

Gemeinsames Ziel: Standortbedingungen verbessern

Die Interessenlage der touristischen Dienstleister in Deutschland und der deutschen Industrie ist in vielen Teilen identisch. Es gilt, die Standortbedingungen zu verbessern. Das heißt zum Beispiel:

- Ökosteuer abschaffen, die Verlängerung der Abschreibungszeiten für Anlagegüter komplett aufheben und die Höchstentlastungsstufe frühzeitig in Kraft treten lassen
- Green-Card-Regelung auf alle Branchen ausweiten
- Risikokapital für innovative Existenzgründer und Unternehmen im Umstrukturierungsprozess bereitstellen

Das sind nur einige der politischen Forderungen, die im Gesprächskreis Tourismusindustrie gemeinsam offensiv vertreten werden.

Sechs Arbeitsschwerpunkte hat sich der Gesprächskreis gesetzt:

- Tourismusstandort Deutschland stärken
- Steuerlasten senken
- Mobilität zukunftsfähig gestalten
- Subsidiarität in Europa wahren
- Liberalisierung international vorantreiben
- Nachhaltigkeit fördern

Botschafterkonferenz am 4. September 2001

Botschafter als Anwälte der Tourismuswirtschaft

Anlässlich der Botschafterkonferenz des Auswärtigen Amtes in Berlin lud der BTW gemeinsam mit der Messe Berlin und „Partner für Berlin“ am 4. September 2001 zum Empfang für die deutschen Botschafter mit anschließendem Dinner in das ehemalige Staatsratsgebäude. Dabei hob BTW-Präsident Dr. Erich Kaub die Doppelrolle der Botschafter als Anwälte für die deutsche Tourismuswirtschaft heraus: Einerseits könnten sie für die Reisedestination Deutschland werben, andererseits sich für die Belange der deutschen Tourismuswirtschaft in ihren Gastländern einsetzen.

Die über 350 Botschafter und Botschaftsangehörigen wurden von Dr. Ludger Volmer, Staatsminister im Auswärtigen Amt, begrüßt. Anschließend beleuchteten der Parlamentarische Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Siegmar Mosdorf, der Geschäftsführer der Messe Berlin, Dr. Christian Göke, der Geschäftsführer von „Partner für Berlin“, Dr. Volker Hassemer, und

V.l.n.r.: Dr. Volker Hassemer, Partner für Berlin, Christian Ehlers, Generalsekretär des BTW, Dr. Ludger Volmer, Staatsminister im Auswärtigen Amt, Siegmar Mosdorf, Parlamentarischer Staatssekretär im BMWi, Ursula Schörcher, Vorstandsvorsitzende der DZT und Dr. Erich Kaub, Präsident des BTW

BTW-Präsident Dr. Erich Kaub unterschiedlichen Blickwinkeln die Rolle der Auslandsvertretungen für die deutsche Tourismuswirtschaft aus.

Enge Zusammenarbeit in Notfällen wichtig

Dabei erinnerte Dr. Kaub daran, dass viele touristische Zieldestinationen wirtschaftlich enorm vom Tourismus profitierten. In einigen Staaten sei der Tourismus sogar größter Wirtschaftsfaktor. Unnötige bürokratische Hindernisse, wie die bis vor kurzem praktizierte Visumpolitik in Russland oder willkürliche Benachteiligungen von touristischen Leistungsträgern, wie die Behinderungen von Reiseleitern in mehreren europäischen Staaten, könnten die touristische Wertschöpfungskette empfindlich stören. Die Folge seien stark rückläufige Touristenankünfte und ausbleibende Einnahmen.

An oberster Stelle stehe deshalb für den BTW die enge Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen der Tourismuswirtschaft und dem Auswärtigen Amt. Verbesserungswürdig seien nach Ansicht des BTW die Abstimmung bei der Inanspruchnahme von Serviceleistungen des Auswärtigen Amtes sowie die schnelle und unbürokratische Zusammenarbeit in Notfällen.

Auch in Krisensituationen sei das gemeinsame Krisenmanagement ausbaufähig. Die Unternehmen der Tourismuswirtschaft besäßen häufig eigene Abteilungen für Krisensituationen und Notfälle. Sie verfügten über entsprechende Einrichtungen und Kapazitäten für schnelle Einsätze wie die Rückholung von Gästen. Hier bot Dr. Kaub im Namen der Tourismuswirtschaft dem Auswärtigen Amt größtmögliche Unterstützung an.

Beim anschließenden Dinner zeigten sich die Botschafter sehr interessiert an einer engeren Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft und sahen weiteren Gesprächsbedarf.

Pressegespräch „Wirtschaftsfaktor Straße“ am 17. September 2001

BTW fordert zukunftsorientiertes deutsches Straßennetz

Anlässlich der Internationalen Automobil Ausstellung IAA veranstaltete der BTW gemeinsam mit dem Deutschen Verkehrsforum am 17. September 2001 ein hochrangig besetztes Pressegespräch zum Thema „Wirtschaftsfaktor Straße“ in Frankfurt am Main. Alle Teilnehmer waren sich einig, dass nur rasches Handeln seitens der Politik auf Basis einer wirtschaftsorientierten Verkehrspolitik, die vorausschauend plant und investiert, den drohenden Kollaps auf den deutschen Straßen noch abwenden kann. Als tourismuspolitischer Dachverband sieht der BTW seine Hauptaufgabe darin, das politische Mitspracherecht der Tourismuswirtschaft zu fördern und zu unterstützen. Einmal mehr hatte er mit dieser Veranstaltung Verbände, Industrie und Wirtschaft an einen Tisch gebracht, um gemeinsam auf Missstände aufmerksam zu machen.

Dr. Kaub wies in seinem Beitrag darauf hin, dass Mobilität als die Grundlage des Tourismus langfristig zu sichern sei.

V.l.n.r.: Dr. Carsten Kreklau, Max Stich, Dr. Erich Kaub, Dr. Karl Rolfes und Christoph Huß beim Pressegespräch „Wirtschaftsfaktor Straße“

Dr. Erich Kaub, Präsident des BTW, im Gespräch mit Norbert Grein, Präsident des RDA

Daher betrachte die deutsche Tourismuswirtschaft die Lage auf den deutschen Straßen angesichts eines zu erwartenden Verkehrswachstums von jährlich drei bis vier Prozent mit großer Sorge. Allein im Urlaubsverkehr träten 62 Prozent der Urlauber ihre Reise mit dem PKW oder dem Bus an.

BTW präsentiert Forderungskatalog

Der BTW-Präsident präsentierte den zahlreichen Journalisten einen sieben Punkte umfassenden Katalog mit Forderungen der deutschen Tourismuswirtschaft an die Politik. Kernaussage: Für Erschließung, Ausbau und Erneuerung der deutschen Autobahnen und Bundestrassen sind deutlich größere Investitionen erforderlich. Jährlich fehlen Mittel in Höhe von zwei Mrd Euro allein für das Fernstraßennetz. Weitere Forderungen sind die Entzerrung der Verkehrsspitzen auf deutschen Straßen durch ein optimierteres Ferienzeit-Management, Verbesserung und Ausbau von Verkehrsinformationssystemen sowie ein überregionales Baustellen-Management.

Sinnvolle Vernetzung von Luft, Schiene und Straße nötig

Max Stich, Vizepräsident für Tourismus des ADAC, wies darauf hin, dass die Schmerzgrenze bei Steuern und Abgaben bei den Autofahrern erreicht sei. Mobilität müsse bezahlbar bleiben.

Christoph Huß, Vorstandsbeauftragter für Verkehr und Umwelt der BMW Group, kündigte eine umfassende Studie seines Hauses zum Thema Verkehrsinfrastruktur in Europa an, in der die jeweiligen Verkehrsleistungsdaten mit den Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur verglichen werden.

Dr. Carsten Kreklau, Mitglied der Hauptgeschäftsführung des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) und Präsidiumsmitglied des Deutschen Verkehrsforums, forderte, die Einnahmen aus der geplanten Maut für den Schwerlastverkehr vollständig und zweckgebunden wieder in das Autobahnnetz zurückfließen zu lassen. Geschehe dies nicht, gelte hierfür das umgangssprachliche Wort „Abzockerei".

Dr. Karl Rolfes, Geschäftsführer der Autobahn Tank & Rast Holding, wies auf das enorme Anwachsen des Verkehrsaufkommens hin. Bis 2015 müsse mit einem Anstieg des Güterfernverkehrs auf Deutschlands Straßen um 50 Prozent gerechnet werden. Der PKW-Bestand steige bis 2020 von 44 Mio auf 48 Mio bis 52 Mio an.

Besondere Bedeutung komme der sinnvollen Vernetzung von Luft, Schiene und Straße durch integrierte Verkehrskonzepte zu, waren sich die Experten einig. Die Förderung von Mobilitätsmodellen wurde ebenso als Lösungskonzept angesprochen wie die Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit der Deutschen Bahn und die bessere Nutzung der ökologischen Vorteile der Busse. Angemahnt wurde auch, in Sachen Verkehrssicherheit Fortbildungsprogramme zu fördern, um zusätzliche Stauquellen wie falsches Fahrverhalten und Unfälle zu minimieren.

BTW-Tourismusgipfel 2001 in Brüssel am 12. Oktober 2001

Loyola de Palacio, Vizepräsidentin der EU-Kommission und Dr. Erich Kaub, Präsident des BTW, auf dem Tourismusgipfel

Demonstration von Entschlossenheit und Optimismus

Stark geprägt von den Folgen der Terroranschläge des 11. September war der fünfte Tourismusgipfel des BTW am 12. Oktober 2001 in Brüssel. Einstimmiger Tenor aller Rede- und Diskussionsbeiträge: sich den Herausforderungen des internationalen Terrors selbstbewusst zu stellen und weder politisch noch mental klein beizugeben. Damit wurde die weit über die Tourismusbranche hinaus beachtete Großveranstaltung im Gebäude des EU-Parlaments mit rund 300 Gästen aus Wirtschaft und Politik zu einer überzeugenden Demonstration von Entschlossenheit und Optimismus in der Branche.

Zwar sei der Tourismus derzeit weltweit in einer sehr schwierigen Situation. Dennoch bleibe er nach Ansicht aller Experten mittel- und langfristig eine der stärksten Wachstumsbranchen und eine „Jobmaschine schlechthin“. Wie bei allen Krisen gebe es auch Chancen für Umstrukturierungen und innovative Aktivitäten. Peinlich darauf geachtet werden müsse jedoch, dass nicht unter dem Mantel Kri-

senbewältigung staatliche Alleingänge über Subventionen und andere Hilfen zu gravierenden Wettbewerbsverzerrungen führten. Dies machten nicht nur die Vertreter der Tourismuswirtschaft, sondern auch die Repräsentanten der EU-Kommission sowie die anwesenden Mitglieder des EU-Parlaments deutlich.

Dr. Erich Kaub: Auch Flugsicherheit ist eine hoheitliche Aufgabe

Die Wahl des Tagungsortes Brüssel für den Tourismusgipfel 2001 zeigt nach den Worten von BTW-Präsident Dr. Erich Kaub die Entschlossenheit des Verbandes, die Interessen der Tourismuswirtschaft auch auf europäischer Ebene weiter aktiv zu vertreten. Wie Dr. Kaub zur Eröffnung betonte, erwarte die Branche angesichts der aktuellen internationalen kritischen Situation konkrete Unterstützung von der Politik.

Analog der Sorgepflicht für die Sicherheit auf der Straße, bei öffentlichen Anlagen und bei Großveranstaltungen sei auch die Flugsicherheit eine hoheitliche Aufgabe. Die Kosten für verschärfte Sicherheitskontrollen an den Flughäfen dürften weder auf die Leistungsträger noch auf die Kunden abgewälzt werden. Wie beim Anti-Terror-Programm angekündigt, müsse der Staat hier Verantwortung übernehmen. Das gelte auch für die Einsätze von so genannten Sky-Marshals.

Nicht hingenommen werden könne, dass die Terroranschläge in den USA als Vorwand dienten, mit weiteren Subventionen einzelne Fluggesellschaften über Wasser zu halten. Insofern unterstütze der BTW ausdrücklich die Position der EU, die allgemeine Beihilfen zur Rettung nicht wirtschaftlich arbeitender Unternehmen ablehne.

Loyola de Palacio: Verkehrssysteme intelligenter nutzen

Für eine intelligentere Nutzung der Verkehrssysteme in Europa – auch im Sinne des Tourismus – sprach sich die Vizepräsidentin der

Moderatorin der Talkrunde: Sabine Christiansen

EU-Kommission, Loyola de Palacio aus. Sie und verwies in ihrem Einführungsstatement zur Gesprächsrunde „Luftverkehr am Boden? Zum Stand der nationalen und europäischen Verkehrspolitik“ unter der Leitung von Sabine Christiansen auf das neue Weißbuch zur Verkehrspolitik der EU-Kommission.

Die aktuellen Probleme von Swiss Air und Sabena dürfen nach Ansicht der EU-Kommissarin nicht im Zusammenhang mit den Terroranschlägen in den USA gesehen werden. Derartige Umstrukturierungen müssten daher unabhängig vorgenommen werden. Im übrigen seien die Kosten für die künftig erforderliche höhere Sicherheit im internationalen Luftverkehr von den Staaten, nicht von den Airlines, zu übernehmen. Derzeit kontrolliere die EU-Kommission, ob die Beihilfen für US-Fluggesellschaften zu Preiskämpfen missbraucht würden. In einem solchen Fall müsste die EU-Kommission reagieren und ihrerseits über Ausgleichsmaßnahmen nachdenken.

Dr. Jürgen Weber:
Luftverkehr – Rückgrat der internationalen Gesellschaft

Eine klare Absage erteilte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Lufthansa AG, Dr. Jürgen Weber, allen Formen von Gewalt: „Wir können und wir dürfen uns nicht terrorisieren lassen.“ Die Lufthansa habe sofort nach den Anschlägen alle Kontrollen verschärft, mit dem Einbau verstärkter und verriegelbarer Cockpit-Türen begonnen sowie „Sky-Marshals“ eingesetzt. Sicherheit habe im Fluggeschäft

stets oberste Priorität. Dabei sollte der hohe Sicherheitsstandard in Europa auch international eingeführt werden.

Dr. Jürgen Weber, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG

Nach den Worten von Dr. Weber kämen zu den direkten Kosten für Sicherheit noch die vielfach höheren indirekten Kosten hinzu. Die Industrie dürfe nicht den Fehler machen, Kapazitäten zu erhöhen und Preise zu senken, zumal sich „Angst nicht mit Geld besiegen lässt". Es gehe vielmehr darum, Kapazitäten anzupassen. Die Zeiten, in denen sich jeder Staat seine eigene Airline halten könne, seien vorbei. Der Lufthansa-Chef appellierte an Vizepräsidentin de Palacio, konsequent zu bleiben – „streng aber gerecht". Weder dem Kunden noch dem Aktionär seien Belastungen zuzumuten, wenn im Gegenzug andere Airlines subventioniert würden.

Stefan Pichler: Touristik bleibt attraktive Wachstumsindustrie

Einen präzisen Einblick in den Wandel und die Chancen in der Tourismusindustrie vermittelte der Vorsitzende des Vorstandes der Thomas Cook AG, Stefan Pichler, in seinem Vortrag. So zeichne sich beim Vertrieb ein steigender Marktanteil der großen Reisebüroketten und -systeme, eine wachsende Bedeutung des Multi-Channel-Mix und eine stärkere Ausrichtung auf Veranstalter mit Vollsortiment ab. Die Veranstalter ihrerseits investierten mehr in Marken und Qualität, nutzten Wachstumschancen durch Differenzierung der Produkte und suchten immer mehr den Zugang zu Flug- und Hotelkapazitäten.

Aufmerksame Zuhörer bei der Podiumsdiskussion

Entspannte Atmosphäre am Rande der Veranstaltung. V.l.n.r.: Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG, Robert Salzl, Vorsitzender des Vorstandes, Arabella Hotel Holding AG, und Dr. Jürgen Weber, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Lufthansa AG

V.l.n.r.: Sabine Christiansen, Christian Ehlers, Generalsekretär des BTW, Klaus-Heiner Lehne, Europabeauftragter, und Ulrich Rüter, Geschäftsführer des BTW

Besondere Chancen sah Pichler durch Expansion in Europa, wenn zum Beispiel das Risiko der Auslastung im Flug- und Hotelbereich durch einen erweiterten Marktzugang verringert werde. Dabei mache man sich auch weniger abhängig von saisonalen und konjunkturellen Schwankungen.

Der Mehrwert für die Kunden entstehe auf Grund eines besseren Preis-Leistungsverhältnisses durch Stückkostenvorteile bei der Produktion sowie durch eine breitere Produktpalette. Die professionelle Steuerung der gesamten Leistungskette bringe eine insgesamt höhere und durchgängige Qualität. Dies wiederum signalisiere dem Verbraucher, dass im Reisebüro gegebene Versprechen eingehalten würden.

EU-Wettbewerbspolitik:
Dem Verbraucher eine breite Palette anbieten

Mehr Wettbewerb liegt im Interesse des Verbrauchers. Von dieser Maxime sei das politische Handeln der EU-Kommission bestimmt. Das unterstrich Dr. Alexander Schaub, Generaldirektor Wettbewerb, im Gespräch mit Dr. Georg Jarzembowski, Mitglied des Europäischen Parlaments und verkehrspolitischer Sprecher der Europäischen Volksparteien (EVP) sowie BTW-Präsident Dr. Erich Kaub.

Das Themenspektrum der von dem Europaparlamentarier Klaus-Heiner Lehne moderierten Runde reichte von Grundsatzfragen der Bahnpolitik und einem grenzüberschreitenden wirtschaftlichen Engagement im Schienenverkehr bis zum Verhalten der Verwertungsgesellschaften, zu den unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen im Gastgewerbe und zu allgemeinen Wettbewerbsfragen. Dr. Kaub unterstrich die Notwendigkeit, Schiene, Luft und Straße als integriertes System zu betrachten und politisch entsprechend zu behandeln.

Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes der TUI AG, im Gespräch mit Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes Thomas Cook AG (rechts)

Dr. Ralf Corsten: Erkennbar auf dem Weg zu industriellen Strukturen

Schneller als in den 50 Jahren zuvor haben sich in den letzten fünf Jahren die Strukturen und Prozesse in der europäischen Tourismuswirtschaft verändert. Dr. Ralf Corsten, Mitglied des Vorstandes der TUI AG, ließ in seiner Rede keinen Zweifel daran, dass sich dieser dynamische Wandel zusammen mit quantitativem und qualitativem Wachstum des Marktes auch künftig fortsetzen werde. Die Tourismuswirtschaft sei auf dem Weg zu industriellen Strukturen und Prozessen erkennbar vorangekommen.

Deutlich werde dies an der Schnelligkeit, Flexibilität, Professionalität, den neuen größeren und großen Unternehmenseinheiten, dem Qualitätsniveau sowie dem Umgang mit hohen Gästezahlen und großen Umsatzvolumina.

Zu beachten sei auch das hohe Niveau beim Erfüllen individueller Gästewünsche. Die Gäste erwarteten „Qualitätssicherheit“. Das heißt, Garantien dafür, dass die von den Tourismusunternehmen definierten und ausgelobten Qualitätsstandards auch eingehalten werden.

Den am weitesten reichenden Einfluss auf die Entwicklung des Tourismus habe dabei die Informationstechnologie – allerdings eher auf dem Weg einer kontinuierlichen Evolution als einer Revolution.

Weiterhin große Beschäftigungspotenziale

Vor Irritationen durch die Terroranschläge warnte auch der Präsident des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV), Klaus Laepple, in der ebenfalls von Sabine Christiansen moderierten Talkrunde „Beschäftigungspotenziale in der Zukunftsbranche Tourismus“. Gerade jetzt gelte es, nach vorn zu blicken. Er sei zuversichtlich, dass die in der Branche geplanten Zahlen erreicht würden.

Die Zukunftsbranche Tourismus habe auch weiterhin große Beschäftigungspotenziale. Angesichts von rund 3,8 Mio Arbeitslosen und der Personalknappheit im Dienstleistungsektor scheitere jedoch leider manche Qualifizierung am mangelnden Willen. Auch wenn es für Tourismusunternehmen sehr oft ärgerlich sei, „den Eintreiber für den Staat zu spielen“, rufe man nicht nach Subventionen. Allerdings seien der Abbau von Bürokratie mehr als überfällig und die erwähnten unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze im Gastgewerbe ein echtes Problem.

Die EU-Kommission wünsche sich nach den Worten von Jörn Keck, stellvertretender Generaldirektor Unternehmen, „die Tourismusindustrie so dargestellt zu sehen, wie es ihrem Gewicht entspricht“. Robert Salzl, Vorstandsvorsitzender der Arabella Hotel Holding AG, kritisierte das in der EU offensichtlich rückläufige Engagement für die Tourismuswirtschaft.

Im Gegensatz dazu gebe es in anderen EU-Mitgliedstaaten sogar besondere Tourismusminister. Die gegenwärtige Situation sei aber kein Grund zur Resignation. Es gelte vielmehr – für die Branche und die Politik gleichermaßen – hart und effizient zu arbeiten sowie die Rahmenbedingungen zu verbessern.

BTW-Präsident Kaub schloss den Gipfel mit dem Appell, die Zukunft positiv zu sehen und dies auch den Kunden zu vermitteln.

BTW-ITB Dinner-Talk-Runden

Förderung des Dialogs mit den regionalen Tourismuskräften

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

Als Tagungsorte wurden bewusst die Havanna-Lounges in den Städten Hamburg, Berlin, Hannover, Frankfurt, Düsseldorf und Bremen ausgewählt, da Kuba im Jahr 2002 der Länderpartner für die ITB ist.

Veranstaltungen in Hamburg,
Düsseldorf und Berlin ein voller Erfolg

Die drei bislang durchgeführten Veranstaltungen am 22. Oktober 2001 in Hamburg, am 21. Januar 2002 in Düsseldorf und am 27. April 2002 in Berlin fanden großen Anklang.

In Hamburg sprach Harry Harkimo, Begründer der Hartwall-Arena Helsinki, über „Tourismusmarketing der Zukunft – die Arena Hamburg“. Den Gastvortrag in Düsseldorf hielt Dr. Rainer Schwarz, Geschäftsführer der Flughafen Düsseldorf AG, über das neue Terminal am Düsseldorfer Flughafen und in Berlin referierte Jürgen Thomas, Mitglied des Vorstandes von Airbus, über „A 380 – a new way of flying durch neue Konzeption und modernste Technologie“.

Aufgrund des großen Erfolgs wird die Veranstaltungsreihe auch 2002/2003 fortgesetzt.

„Wirtschaftsfaktor Tourismusindustrie“ Positionspapier des Gesprächskreises Tourismusindustrie

Wettbewerbsfähigkeit
der deutschen Tourismusunternehmen stärken

Am 7. Februar 2002 präsentierten der Vorsitzende des Gesprächskreises Tourismusindustrie Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, und sein Stellvertreter im Gesprächskreis, Stefan Pichler, Vorsitzender des Vorstandes der Thomas Cook AG, gemeinsam mit BDI-Hauptgeschäftsführer Dr. Ludolf von Wartenberg auf einer Pressekonferenz in Berlin das Positionspapier „Wirtschaftsfaktor Tourismus“.

Dabei machte Dr. Frenzel klar, dass die Tourismusbranche einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren in Deutschland sei. Sie beschäftige drei Mio Menschen, die mehr als acht Prozent des BIP bzw. 140,6 Mrd Euro erwirtschafteten. Die Branche brauche aber bessere Rahmenbedingungen, um im internationalen Wettbewerb erfolgreich zu bestehen.

Pichler ergänzte, die Politik müsse jetzt mithelfen, dass dieser Wirtschaftszweig weiter expandieren und Arbeitsplätze schaffen könne. Insbesondere bei der Verbesserung der Mobilität gebe es dringenden Handlungsbedarf. Die Verkehrsinfrastruktur in Deutschland könne mit den heutigen Kapazitäten die steigende Nachfrage nicht bewältigen. Deshalb müsse in die Infrastruktur investiert werden.

Positionspapier mit konkreten Forderungen

Eine weitere wichtige Forderung des Positionspapiers ist die schnellere steuerliche Entlastung des Mittelstands. Für die zahlreichen mittelständischen Unternehmen in der Tourismusbranche wie Hotels, Gaststätten, Reisebüros und Busunternehmen sei dies eine existenzielle Frage.

Der Gesprächskreis Tourismusindustrie fordert die Bundesregierung auch auf, sich stärker mit den Problemen der deutschen Tourismus-

industrie in den Zielländern zu befassen und mehr Engagement auf europäischer und internationaler Ebene zu zeigen.

Deutlich ist die Sprache auch beim Thema Nachhaltigkeit: Die Natur stellt eine der Hauptressourcen des Tourismus dar. Die Tourismusbranche leistet ihren Beitrag zu einer ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung in den Zielgebieten. Allerdings darf die Entwicklung in den Zielgebieten nicht durch unnötige und zu komplizierte Rechtsvorschriften gebremst werden. Deshalb setzt sich der Gesprächskreis für konstruktive Lösungen ein, die die Belange aller Beteiligten berücksichtigen.

Die Vorstellung des Positionspapiers vor über 60 Teilnehmern fand in den Medien wie auch in der Politik eine breite Resonanz.

ITB 2002 vom 16. bis 20. März in Berlin

ITB 2002 – Impulsgeber für die internationale Tourismuswirtschaft

Die lahmende Konjunktur und die Terroranschläge des 11. September 2001 sind auch an der ITB 2002 vom 16. bis 20. März in Berlin nicht spurlos vorübergegangen. Die „Auszeit" einiger großer deutscher Unternehmen wertete BTW-Präsident Dr. Kaub deshalb als eigenständige unternehmerische Entscheidung, die jedoch die Internationalität und Bedeutung der Messe nicht beeinträchtige.

Das wirtschaftliche Umfeld der Tourismuswirtschaft war im Vergleich zum Vorjahr deutlich schwieriger geworden: Erneut klaren Umsatzzuwächsen vor dem 11. September 2001 standen zum Teil drastische Umsatzeinbußen im letzten Quartal des Jahres 2001 und

V.l.n.r.: Susanne Rousselot, Projektleiterin ITB Messe Berlin, Siegfried Landeck, Direktor, Messe Berlin, Dr. Jürgen Linde, Präsident des DTV, Dr. Christian Göke, Geschäftsführer, Messe Berlin, Klaus Laepple, Präsident des DRV, Dr. Erich Kaub, Präsident des BTW, und Michael T. Hofer, Pressesprecher, Messe Berlin, auf der ITB-Pressekonferenz

Dr. Erich Kaub überreichte Jürgen Thomas, Sonderberater des CEO von Airbus, den BTW-Innovationspreis 2002

Anfang 2002 gegenüber. Verlässliche Prognosen für das aktuelle Geschäftsjahr wagte niemand.

Für den BTW spielte die ITB 2002 angesichts der wirtschaftlichen Lage eine besonders wichtige Rolle als Impulsgeber, da sie für die internationale Tourismuswirtschaft die bedeutendste Messe der Welt ist. Sie dient wie keine andere zum Geschäfts- und Erfahrungsaustausch vor Ort und ist daher nach wie vor unverzichtbar als der größte Marktplatz für Reisen. Auf ihr treffen sich alle Destinationen, Unternehmen, Leistungsträger und Akteure der Branche. Für die meisten der 33 BTW-Mitglieder war die ITB somit weiterhin eine unverzichtbare internationale Plattform der Präsentation und Kommunikation. Der BTW geht davon aus, dass 2003 auch für die ITB das Jahr der Rückkehr zur Normalität sein wird.

Innovationspreis 2002 an Airbus

Die Eröffnungsfeier der ITB 2002 hat der BTW wieder zum Anlass genommen, seinen Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft zu verleihen. Er ging diesmal an das Unternehmen Airbus.

BTW-Präsident Dr. Kaub würdigte in seiner Laudatio die Pionierleistung des Konzerns bei der Entwicklung des neuen Großraumflugzeugs A 380: Airbus werde mit dem neuen Superjumbo A 380 auf dem Gebiet der Luftfahrt einen völlig neuen Standard für Flugreisen setzen. Für das Unternehmen nahm Jürgen Thomas, Sonderberater des CEO, Mitglied des Vorstandes und ursprünglicher Chefentwickler des A 380, den Preis in Empfang.

Drei Aspekte habe der BTW nach den Worten von Dr. Kaub mit der Preisverleihung an Airbus besonders herausheben wollen: die Bedeutung der Mobilität für den Tourismus, die zukunftweisende Bedeutung dieses neuen Flugzeugtyps für die Luftfahrt und das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus.

Der Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft wurde vor drei Jahren vom BTW ins Leben gerufen. Die bisherigen Preisträger sind Dr. Michael Frenzel, Vorstandsvorsitzender der TUI AG, und Paul M. McManus, CEO der Leading Hotels of the World.

Verabschiedung des Gründungspräsidenten Dr. Erich Kaub am 25. Juni 2002

V.l.n.r.: Dr. Erich Kaub, Ehrenmitglied des Präsidiums, Klaus Laepple, neuer BTW-Präsident, Christian Ehlers, BTW-Generalsekretär, Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA und Dr. Günter Rexrodt MdB, Bundesminister a.D. bei der Verabschiedung im Hotel Adlon Berlin

Laepple und Bundesminister a.D. Rexrodt halten die Festreden

Mit einem feierlichen Empfang ist BTW-Gründungspräsident Dr. Erich Kaub am 25. Juni 2002 im Hotel Adlon in Berlin verabschiedet worden. Amtsnachfolger Klaus Laepple und Bundeswirtschaftsminister a.D. Dr. Günter Rexrodt MdB hielten die Festreden. Klaus Laepple, Präsident des Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbandes (DRV), war auf der Mitgliederversammlung des BTW am 18. April 2002 einstimmig zum Nachfolger von Dr. Erich Kaub gewählt worden. Dr. Kaub bleibt dem BTW als Ehrenmitglied des Präsidiums erhalten.

Dr. Kaub – „geistiger Vater des BTW“

Der neue BTW-Präsident hob in seiner Festansprache den visionären Weitblick und den herausragenden Tatendrang seines Vorgängers hervor. Er dankte ihm für die äußerst erfolgreiche Führung des tou-

rismuspolitischen Dachverbandes und die hervorragende Pionierarbeit beim Aufbau des BTW. Er erinnerte an das Berliner Programm, den BTW-Masterplan, fünf Tourismusgipfel, Spitzengespräche mit hochrangigen Politikern und Botschaftern, die Professionalisierung des Deutschland-Tourismus sowie die Teilnahme der deutschen Tourismuswirtschaft an Auslandsreisen der Bundesregierung, die alle maßgeblich auf Dr. Kaubs Initiative zurückgingen.

Laepple nannte Dr. Kaub den „geistigen Vater des BTW", ohne den die Gründung des touristischen Dachverbandes nicht möglich gewesen wäre. Es sei schon ein Novum gewesen, als am 5. Dezember 1995 im Bonner Bundeswirtschaftsministerium ein Verband gegründet wurde, mit dem es gelang, alle Akteure der Tourismuswirtschaft in ein gemeinsames Boot zu holen. Dr. Kaub habe es verstanden, der Tourismuswirtschaft als bedeutendem Wirtschaftsfaktor gegenüber Politik und Öffentlichkeit entsprechendes Gehör zu verschaffen.

Dr. Erich Kaub bedankt sich für die große Unterstützung, die ihm in seiner BTW-Verbandsarbeit zuteil geworden ist

Sinnbild für weltweiten Aufbruch in die Tourismuswelt: Klaus Laepple, neuer BTW-Präsident, überreicht Dr. Erich Kaub ein detailgetreues Modell des Airbus A 380. V.l.n.r.: Christian Ehlers, BTW-Generalsekretär, Ulrich Rüter, BTW-Geschäftsführer, Dr. Erich Kaub, Klaus Laepple

Dr. Günter Rexrodt MdB erinnerte in seiner Festrede ebenfalls an die Anfänge des Verbandes und ging auf die herausragenden Leistungen des BTW-Gründungspräsidenten ein.

Bundesverdienstkreuz für Dr. Erich Kaub

Der neue BTW-Präsident Laepple überreichte Dr. Kaub ein Flugzeugmodell des Airbus A 380 als Sinnbild seines weltweiten Aufbruchs in die Tourismuswelt. Er kündigte an, dass Dr. Kaub für seine Leistungen für die Tourismuswirtschaft vom Ministerpräsidenten des Freistaats Bayern, Dr. Edmund Stoiber, Mitte Juli 2002 mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet werde.

Die über 150 geladenen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Medien nutzten anschließend beim festlichen Dinner die Gelegenheit, sich persönlich von Dr. Kaub zu verabschieden.

Der BTW als politischer Mitgestalter
Partner Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Eine der tragenden Säulen der BTW-Arbeit ist der Einsatz für vernünftige Rahmen- und Standortbedingungen der Branche. 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 tourismuspolitische Angelegenheiten liegt beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Diese Zuständigkeit beruht auf dem Organisationserlass des Bundeskanzlers vom 15. Dezember 1972, der in den folgenden Legislaturperioden formlos bestätigt wurde.

Die Hauptlast der Arbeit ruht auf dem Referat „Tourismuspolitik" (II A 5). Seit 1993 ist es Teil der jetzigen Unterabteilung Mittelstandspolitik, Dienstleistungswirtschaft und Freie Berufe.

Daneben hat, wegen der touristischen Förderprogramme, auch die Unterabteilung II C (Mittelstandsförderung, ERP-Sondervermögen, Inlandsbürgschaften und -finanzierungen) tourismuspolitische Relevanz.

Für die Vielzahl der zu bearbeitenden Einzelaufgaben stehen im Tourismusreferat momentan elf Personen zur Verfügung. Die knappe Personalausstattung des Tourismusreferats ist aus Sicht der Tourismuswirtschaft zu bemängeln, vor allem im Vergleich zur Unterabteilung III C (Bergbau, Kohle).

Ungeachtet der nicht der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus entsprechenden Besetzung ist die Zusammenarbeit mit dem Tourismusreferat des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie sehr gut.

Die Tourismuspolitik hat folgende Aufgabenschwerpunkte:

- Formulierung von Aufgaben und Zielstellungen der Tourismuspolitik

- Mitwirkung bei Rahmensetzungen für die touristische Entwicklung
- Beurteilung der wirtschaftlichen Lage der Fremdenverkehrswirtschaft, gewerbepolitische Fragen
- Erlass von Ausbildungsordnungen für Tourismusberufe
- Konzeptionelle Gestaltung und Abwicklung von Fördermaßnahmen (mittelstands- und regionalpolitisches Förderinstrumentarium, Informations- und Schulungsveranstaltungen, Beratungen von Unternehmen, länderübergreifende Projektförderung)
- Förderung des Tourismus in und nach Deutschland (DZT – Deutsche Zentrale für Tourismus)
- Zusammenarbeit mit der EU in Fragen der Tourismuspolitik
- Multilaterale und bilaterale internationale Zusammenarbeit
- Zusammenarbeit mit den Bundesländern bei der Förderung des Reiseverkehrs in und nach Deutschland
- Unterstützung der tourismusrelevanten Forschung
- Ressortkoordinierung, insbesondere zu den Fragen Umweltschutz, Verkehr, Raumordnung, Arbeitsmarkt, Wettbewerb, Steuern, Aus- und Fortbildung, Tourismus auf dem Lande, Familien-, Jugend- und Behindertentourismus, Kurorte und Heilbäder

Die Ressortkoordinierung zu diesen Aufgabenschwerpunkten erfolgt auf der Basis der gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesministerien. In Zusammenarbeit mit dem BMWi sind folgende Bundesministerien nach Maßgabe ihrer fachlichen Zuständigkeit an der Gestaltung der Tourismuspolitik beteiligt:

- Bundesministerium der Justiz (BMJ)
- Auswärtiges Amt (AA)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
- Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW)
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Neben den genannten nehmen auch die anderen Fachministerien, wie etwa das Bundesministerium der Finanzen (BMF), das Bundesministerium für Arbeit- und Sozialordnung (BMA) und das Bundesministerium für Gesundheit (BMG), tourismuspolitische Aufgaben wahr.

Für die Arbeitsteilung zwischen Bund und Ländern im Bereich Tourismus gibt es keine speziellen Normen. Verfassungsrechtlich ist die Kompetenzverteilung zwischen Bund und Ländern zugunsten der Länder geregelt.

Die Abstimmung zwischen Bund und Ländern bei Tourismusangelegenheiten von gemeinsamem Interesse findet im Bund-Länder-Ausschuss und falls erforderlich auch in der Länderwirtschaftsministerkonferenz statt.

Partner Deutscher Bundestag

Besondere Beachtung verdiente im Jahr 2001/2002 auch die Zusammenarbeit mit dem Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages. Dieser ist seit seinem Bestehen ein verlässlicher Partner des BTW. Den Vorsitz des Ausschusses erhielt die CDU/CSU, die Ernst Hinsken (CDU/CSU) mit der Aufgabe betraute. Sein Stellvertreter ist Jann-Peter Janssen (SPD).

Sprecher der einzelnen Fraktionen im Ausschuss sind Brunhilde Irber (SPD), Klaus Brähmig (CDU/CSU), Sylvia Ingeborg Voß (Bündnis 90/Die Grünen), Ernst Burgbacher (FDP) und Rosel Neuhäuser (PDS).

Der Ausschuss fungiert seit der 12. Legislaturperiode als Vollausschuss und ist der einzige, der sich einem speziellen Wirtschaftszweig widmet.

Der Deutsche Bundestag versteht Tourismuspolitik als Querschnittsaufgabe, die eine Reihe von anderen Politikbereichen berührt. Der Tourismusausschuss muss somit zu vielen parlamentarischen Vorlagen Stellung nehmen, die den Tourismus mittelbar betreffen. Vom steuerfreien Flugbenzin über die staatliche Strukturförderung (von der auch touristische Betriebe profitieren und viele Arbeitsplätze entstehen können), vom 630-Mark-Gesetz bis zur Ökosteuer und zum Bundesverkehrswegeplan, vom Naturschutz bis zur Gesundheits-, Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik reicht das Spektrum.

Dennoch ist an klassischen Tourismusthemen kein Mangel. Über 40 Expertengespräche und öffentliche Anhörungen in der letzten Wahlperiode belegen das Interesse des Ausschusses an den Sorgen und Nöten der Branche. Vertreter der Tourismusverbände, aber auch die der wichtigsten deutschen Verkehrsflughäfen, der Deutschen Lufthansa AG, der Ferienflieger und der Deutschen Bahn AG haben dem Ausschuss Bericht erstattet.

Die öffentlichen Anhörungen zur Stärkung des Deutschlandtourismus, zu den Naturschutzgebieten, Nationalparken und Biosphärenreservaten, zum Artenschutz sowie zum Kinder- und Jugendtourismus, zum Land- und Campingtourismus oder zur Nutzung von Urheberrechten in der Tourismuswirtschaft fanden in der Branche starke Beachtung. Insbesondere beschäftigten auch die Ergebnisse der EXPO 2000 in Hannover die Tourismuspolitiker der Fraktionen. Zahlreiche Hearings fanden ihren Niederschlag in parlamentarischen Initiativen.

Besonders beschäftigt war der Ausschuss wegen der Terroranschläge vom 11. September, da auch an der deutschen Tourismusbranche die weltweite Krise nicht spurlos vorbei ging. Der Tourismusausschuss hat sich in mehreren Sitzungen mit dieser Thematik befasst, hier vor allem mit dem Thema Sicherheit in der Reisekette.

Daneben sieht sich der Ausschuss als Lobbyist für den Deutschlandtourismus, damit die Deutschen selbst vermehrt die schönen Seiten Deutschlands als Reiseland entdecken, aber auch möglichst viele Ausländer zu einem Deutschlandbesuch animiert werden. Deshalb wurde das Jahr 2001 auf Initiative des Ausschusses vom Bundeswirtschaftsminister Dr. Werner Müller zum „Jahr des Tourismus in Deutschland“ erklärt. Die Bundesländer, Regionen, Kommunen sowie Unternehmen und Verbände der Branche beteiligten sich an dieser Initiative. Schließlich geht es darum, die deutsche Reiseverkehrsbilanz – rund 45 Mrd Euro Ausgaben der Deutschen im Ausland stehen 15 Mrd Euro Einnahmen aus dem Reiseverkehr ausländischer Touristen in Deutschland gegenüber – auszugleichen.

Partner WTO

Die 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 eigenständige zwischenstaatliche Organisation mit Sitz in Madrid. 1977 verabschiedete die UN eine Kooperationsvereinbarung mit der WTO, die damit zu einer 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“.

Drei Formen der Mitgliedschaft gibt es:

- 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 und Pazifik und Südasien. Sie tagen in der Zwischenzeit in der Regel einmal jährlich. Ausführendes Organ ist das Sekretariat. Amtierender Generalsekretär ist Francesco Frangialli.

Spezifische Themen

Tourismus und Arbeitsplätze

Die Dienstleistungswirtschaft, zu der Handel und Tourismus zählen, hat national und weltweit einen 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 dieser Branche in den nächsten zehn Jahren schätzungsweise bis zu drei Mio neue Jobs geschaffen werden. Große Bedeutung hat in diesem Zusammenhang 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 Mio. Zudem sind diesem Bereich mehr als 100.000 Ausbildungsplätze zuzuordnen.

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

Die Zahl der Beschäftigten im Tourismus liegt in Deutschland derzeit bei rund 2,8 Mio

Da es sich beim Tourismus nicht um einen Wirtschaftssektor im üblichen Sinne handelt, enthält die Arbeitsmarktstatistik keine entsprechenden Informationen.

Wie bei der Ermittlung des Anteils am BIP 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.

Touristische Steuerpolitik

Das Kernproblem für weiteres Wachstum und damit neue Arbeitsplätze sind die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Nach

Geplante Verlängerung von Abschreibungszeiten: Geringere Abschreibungen und höher zu versteuernde Gewinne

den Feststellungen des BTW geht die letzte Steuerreform vor allem zu Lasten des Mittelstandes. Zum ersten Mal wird bei der Besteuerung nach der Art der Erträge unterschieden: Kapitalgesellschaften, rund zehn Prozent der deutschen Unternehmen, werden gegenüber Personengesellschaften – den restlichen 90 Prozent – bei der Besteuerung bevorzugt.

Hinzu kommt, dass das Steuersystem noch komplizierter wird und der mittelständische Unternehmer weitere Nachteile bei einer Betriebsveräußerung oder Betriebsaufgabe hat.

Durch die Verlängerung der Abschreibungszeiten für allgemein verwendbare Anlagegüter ist eine massive Verschlechterung der Abschreibungsbedingungen geplant. Der Unternehmer hat somit wegen der geringeren Abschreibungen pro Jahr einen höheren Gewinn zu versteuern. Damit ist die Bundesregierung wirtschaftspolitisch nicht gut beraten: Unternehmen, auch die Leistungsträger der

deutschen Tourismuswirtschaft, müssen laufend modernisieren. Nur so können sie heute überleben sowie Arbeitsplätze halten und schaffen. Angesichts eines immer schärfer werdenden EU-weiten Wettbewerbs kann es nicht Sinn machen, Investitionen in Deutschland zu behindern statt zu fördern. Deshalb fordert der BTW die komplette Aufhebung der Verlängerung der Abschreibungszeiten für Anlagegüter.

Die ökologische Steuerreform benachteiligt die Tourismusbranche gleich dreifach: Direkt leidet die gesamte Branche unter der gestiegenen Abgabenlast. Indirekt leidet sie unter der Konsumzurückhaltung sowie der Mobilitätsbeschränkung der Gäste. Die Belastung der Mobilität für den Tourismusstandort Deutschland drückt sich auch in der Tatsache aus, dass 90 Prozent der Übernachtungen in Deutschland Übernachtungen von Inländern sind. Die Mobilität dürfen daher weder der tägliche Dauerstau noch steuerliche Bremsklötze behindern.

Gegenüber dem produzierenden Gewerbe, das zum Teil sogar noch in den Genuss von Steuervergünstigungen kommt, wird die Branche völlig willkürlich und erheblich benachteiligt. Der BTW fordert die Abschaffung der Ökosteuer und die Streichung der Subventionen für Kohle.

Mobilität für morgen sichern

Die Attraktivität touristischer Ziele steigt für den Reisenden mit der Qualität ihrer Erreichbarkeit. Kurz- und Wochenend-Reisende messen der Fahrzeit besonders große Bedeutung bei. 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 Mrd Euro zum BIP bei. Reiseveranstalter, deren Angebote die Beför-

Im Geschäftsreiseverkehr wird ein Wachstum von mehr als 60 Prozent bei Schienen- und Luftverkehr erwartet

derung einschließen, sind auf die Planbarkeit von Reiserouten und -zeiten wirtschaftlich angewiesen. Sie müssen ihren Kunden dazu verbindliche Angaben machen und ihre Reiseorganisation entsprechend gestalten.

Die Nachfrage im Verkehr nimmt weiterhin stark zu. Im Güterverkehr soll die Verkehrsleistung bis 2015 zur Basis 1997 nach Angaben der Bundesregierung um 64 Prozent wachsen. Im Personenverkehr sind es 21 Prozent. Im Geschäftsreiseverkehr wird ein Wachstum von mehr als 60 Prozent bei Eisenbahnen und Luftverkehr erwartet. Doch werden auch dann noch 75 Prozent der Verkehrsleistung im Geschäftsverkehr mit dem PKW erbracht.

Beim Urlaubsverkehr wird sich die Verkehrsleistung im Luftverkehr mehr als verdoppeln, die Bahnen werden um mehr als 50 Prozent zulegen, der PKW noch um 20 Prozent. Auch hier bleibt der Marktanteil des PKW bei knapp 60 Prozent. Der Marktanteil der Bus-Tou-

ristik bleibt stabil bei gut 9 Prozent und steht damit als Verkehrsmittel bei 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 Verbesserung der 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. Fazit: Mobilität als wichtigste Voraussetzung für den Tourismus muss auch in Zukunft möglich sein.

Touristische Weiterbildung

Vor dem Hintergrund rascher Veränderungen der touristischen Nachfrage benötigen die Unternehmen der Tourismusbranche wie auch die Tourismusorte und -regionen professionelle Akteure, um sich erfolgreich im internationalen Markt behaupten zu können. Berufliche Qualifizierung in der Tourismusbranche ist deshalb unverzichtbar für die Qualitätssicherung der Angebote und damit die Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Unternehmen.

Im Zuge ihrer Weiterbildungsoffensive zum Jahr des Tourismus 2001 bieten die Industrie- und Handelskammern (IHKn) unter fachlicher Begleitung des BTW und des DRV nun auch eine neue öffentlich-rechtliche Weiterbildungsprüfung zum/zur Touristikfachwirt/in IHK an. Damit deckt die IHK-Organisation den ständig steigenden Bedarf der Branche an professionell qualifizierten Führungskräften.

Die Teilnehmer kommen aus der Praxis und weisen in der Prüfung Führungskompetenzen im Prozess der touristischen Leistungserstellung nach. Sie müssen Entwicklungen des Marktes erkennen, daraus Marktstrategien entwickeln und neue Produkte erstellen können.

Zu ihren Aufgaben zählt auch das zielorientierte Anwenden von Marketinginstrumenten. Als interner Dienstleister wirken sie bei der Aus- und Weiterbildung mit.

Um diese komplexen Aufgaben zu erfüllen, spielt die Fähigkeit zur Selbstorganisation und zum globalen Denken eine große Rolle. Der Tourismusfachwirt IHK ist damit der Allrounder. Er nimmt Führungsaufgaben beispielsweise in Destinationen und Tourismusorganisationen, in Freizeitanlagen und Erlebniswelten, bei Reiseveranstaltern und Reisevermittlern, in Kur- und Bäderbetrieben sowie bei Verkehrsträgern wahr. Die Weiterbildungsberater der Industrie- und Handelskammern beraten über Prüfungsinhalte, die Zulassung, begleitende Lehrgänge und finanzielle Aspekte.

Tourismus nach dem 11. September 2001

Die Ereignisse des 11. September lassen deutlich kurzfristige Auswirkungen vor allem für bestimmte Tourismusformen, Reisezieltypen und spezielle Teilbranchen erkennen. Konkrete Zahlen lassen sich nicht nennen, da die Auswirkungen des 11. September mit anderen Entwicklungen zusammenfallen, die – wie die weltweite Konjunkturabschwächung – bereits früher eingesetzt haben. In jedem Fall ist ein verändertes Reiseverhalten der Europäer zu mehr Individual-, weniger Pauschalreisen, weniger Flugreisen und mehr Reisen mit Privatwagen, Bus und Bahn zu verzeichnen.

- Kurzfristige Auswirkungen auf den EU-Einreiseverkehr

  Aufgrund von Reiseangst ist das Volumen aus Amerika, Japan und dem Nahen Osten nach Europa um schätzungsweise bis zu 30 Prozent zurückgegangen, noch stärker in Irland und Großbritannien, kaum messbar hingegen in Spanien und Portugal. Insgesamt fallen auf den EU-Einreiseverkehr aber nur 13 Prozent der Übernachtungen – mit einem allerdings wesentlich höherem

Anteil der Ausgaben und Gewinne. Besonders schwerwiegend sind diese Folgen für Incentive-Reiseziele.

- Kurzfristige Auswirkungen auf den EU-Ausreiseverkehr

  Nur ein Viertel der EU-Bürger reiste außerhalb der EU. Zwar gab es einen Rückgang der Buchungen für alle Reiseziele erwartet – insbesondere für die USA und den Nahen Osten. Jedoch waren Südostasien, die Karibik und Südafrika davon weniger betroffen.

- Besonderheiten innerhalb des EU-Marktes

  Das Geschäftsreisesegment und der Kreuzfahrtsektor haben am schwersten gelitten. Es wird eine Erholung erwartet, die deutlich unter Vorjahresniveau liegen wird. Bei den Reisezielen haben Haupt- und Großstädte die größten Einbußen. Aufgrund des Trends zu mehr Individualreisen wird von einigen Beobachtern geschätzt, dass Länder mit hohem Pauschalreiseanteil mehr zu leiden haben. Andere Quellen erwarten, dass Küsten- und Inselreiseziele der südeuropäischen Länder von der Situation profitieren werden.

- Kurzfristige Auswirkungen in spezifischen Teilbereichen

  Beim Luftverkehr hat der Rückgang von First- und Business-Class-Passagieren sowie von Langstreckenflug-Passagieren besonders zu Buche geschlagen. Die Reisebüros und Reiseveranstalter, über die 80 Prozent der Flugtickets in der EU verkauft werden und für die dies bis zu 40 Prozent ihres Umsatzes ausmachen, sind vielleicht der am stärksten betroffene Bereich. Kleinen und mittleren Unternehmen fehlt es an Finanzreserven zur Überbrückung der unmittelbaren negativen Auswirkungen. Deutlich spürbar ist der Rückgang für große Hotels und Spitzenhotels in den europäischen Metropolen. Auch andere Teilbranchen, wie Autovermieter oder Freizeitparks, sind mit Umsatzeinbußen bis zu 30 Prozent stark betroffen.

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene

Treffen der EU-Beauftragten

Europäische Tourismus-konferenz 2001 in Brüssel

Neue Initiativen in der EU-Kommission

EU-Projekt „FreeTime – Neue Technologien im Tourismus“

Treffen der EU-Beauftragten

Die EU-Beauftragten der BTW-Mitglieder trafen sich am 22. März 2001 und am 22. Januar 2002 in Brüssel, um sich auszutauschen und gemeinsam ihre Interessen gegenüber den europäischen Institutionen zu vertreten. Mit diesen regelmäßigen Treffen bietet der BTW seinen Mitgliedsunternehmen und -verbänden auch die Möglichkeit, in Brüssel eigene Netzwerke aufzubauen.

Bei dem Treffen im März 2001 standen in einem Gespräch mit Reinhard Klein, Referatsleiter Direktion D 3 (Fremdenverkehr), die Aktivitäten der Generaldirektion Unternehmen zur Tourismuspolitik und die Umsetzung des Berichtes der High Level Group auf der Agenda. In einem anschließenden Gespräch mit Dr. Margot Fröhlinger, Referatsleiterin Direktion E 4 (Unlauterer Wettbewerb), der Generaldirektion Wettbewerb, ging es um die Dienstleistungsfreiheit im Binnenmarkt.

Bei den Treffen im Januar 2002 wurden in einem Gespräch mit Carlos Ripoll MdEP, Mitglied des Tourismusausschusses, die Aktivitäten der spanischen Ratspräsidentschaft und in einem Gespräch mit Mechthild Wörsdörfer aus dem Kabinett des EU-Kommissars Erkki Liikanen, die Mitteilung der EU-Kommission zur „Zukunft des Tourismus in Europa“ erörtert.

Europäische Tourismuskonferenz 2001 in Brüssel

Absage an europäischen Dachverband bekräftigt

Auf der Europäischen Tourismuskonferenz 2001, die am 27. Februar in Brüssel stattfand, stand die Frage der Gründung eines touristischen Dachverbandes auf europäischer Ebene ganz oben auf der Agenda. Unter dem Titel „A Challenge for the Industry and the EU Institutions“ diskutierten die europäischen Verbandsvertreter auf Einladung des Vizepräsidenten des Europäischen Parlaments, James Provan, mit den EU-Kommissaren Erkki Liikanen, zuständig für Unternehmen, und Loyola de Palacio, EU-Vizepräsidentin, zuständig für Verkehr, über die künftige Zusammenarbeit auf europäischer Ebene.

Der BTW hatte auf der Konferenz Gelegenheit, sowohl seine Verbandsstruktur als auch seine Haltung zu erläutern. In seiner Rede sprach sich BTW-Generalsekretär Christian Ehlers klar gegen eine gemeinsame europäische Dachorganisation aus. Da unterschiedlichste Wirtschaftszweige direkt oder indirekt in die Tourismusbranche eingebunden seien, würden auch die Auswirkungen von Gesetzesvorhaben und sonstigen Maßnahmen unterschiedlich bewertet. Bestes Beispiel seien Steuerregelungen oder die Umweltpolitik.

Da die Erfolgsstory des BTW auf eine sorgfältige Vorab-Analyse zurückzuführen sei, schlug Ehlers vor, auch in diesem Fall vorab ein Gutachten zur Gründung eines europäischen Dachverbandes erstellen zu lassen. Dabei stelle sich vielleicht sogar heraus, dass zunächst einmal die Gründung eigener Dachverbände in den EU-Mitgliedstaaten nach dem Muster des BTW Vorrang habe.

Enge Zusammenarbeit auf Basis der Gemeinsamen Erklärung

Der BTW tritt stattdessen für eine enge Zusammenarbeit zwischen der Tourismuswirtschaft und den europäischen Verantwortlichen auf Basis der im Jahr 2000 von den wichtigsten europäischen Tou-

rismusdachverbänden unterzeichneten Gemeinsamen Erklärung „Tourismus in Europa: Vereint aber doch verschieden“ ein.

Die konkreten Vorschläge des BTW auf der Konferenz:

- Pro Ratspräsidentschaft mindestens ein Treffen eines neugegründeten Ministerrats Tourismus
- Einrichten eines Dienstes zur Koordinierung der europäischen Tourismuspolitik in der EU-Kommission
- Anerkennung und Unterstützung der Tourismusplattform des Europäischen Parlaments als offizielle parlamentarische Intergroup
- Ein gemeinsam mit der Industrie organisierter jährlicher Tourismusgipfel

Neue Initiativen in der EU-Kommission

Zwei wichtige Initiativen gingen 2001/2002 nicht zuletzt auf Anregung des BTW von der EU-Kommission aus: die Mitteilung „Eine Binnenmarktstrategie für den Dienstleistungssektor“, KOM (2000) 888 endg., sowie die Mitteilung zur „Zusammenarbeit für die Zukunft des Tourismus in Europa“, KOM (2001) 665 endg..

Hindernisse im europäischen Binnenmarkt beseitigen

Die EU-Kommission hat sich in ihrer Mitteilung „Eine Binnenmarktstrategie für den Dienstleistungssektor“ zum Ziel gesetzt, die noch bestehenden nationalen Hemmnisse für den freien Dienstleistungsverkehr in der EU zu analysieren und zu beseitigen. Im April 2001 wurden Unternehmen und Verbände der Tourismuswirtschaft aufgefordert, die Probleme zu schildern, die ihnen bei Planung oder Durchführung grenzüberschreitender Tätigkeiten begegnen.

Der vom BTW zusammengefasste Themenkatalog reichte von Reiseleiterdiskriminierungen über die Margenbesteuerung, die Beschränkung bei der Einstellung von ausländischen Touristenführern, die Diskriminierung von ausländischen Fluglinien, die Achslast/das Gesamtgewicht von Omnibussen, die Busaussperrungen in Rom bis hin zu Hindernissen beim Groundhandling.

In einem ausführlichen Gespräch mit der zuständigen Abteilungsleiterin, Dr. Margot Fröhlinger, im Dezember 2001 wurde vereinbart, die Schwerpunkte auf die Themen Reiseleiterbehinderungen, einheitliche europäische Statistiken zum Reiseverkehr, Steuerfragen sowie Probleme im Bereich des General Agreement on Trade Services (GATS) zu legen. Mit einer Auswertung der Ergebnisse und konkreten Schritten seitens der EU-Kommission ist im Spätsommer 2002 zu rechnen.

Reiseleiterbehinderungen ganz oben auf der Agenda

Gerade das Thema Reiseleiterbehinderungen hat sich als trauriger Dauerbrenner erwiesen: Trotz einschlägiger Urteile des Europäi-

Reiseleiterbehinderung trauriger Dauerbrenner im EU-Ausland

schen Gerichtshofs gegen Italien, Frankreich, Spanien und Griechenland, Diskriminierungen gegen die freie Berufsausübung von Reiseleitern zu unterlassen, sind Behinderungen immer noch gang und gäbe. Speziell in Italien wurden ganze Städte zu Objekten erklärt, in denen nur dort lizenzierte Führer eingesetzt werden dürfen. Dies steht im Widerspruch zu der Auffassung, dass Reiseleiter überall führen dürfen, wo sich die Öffentlichkeit auch frei bewegen darf.

Im November 2001 hatten der BTW und die Hochschule Bremen ein Kooperationsabkommen über ein gemeinsames Reiseleiterzertifikat unterzeichnet. Seit Januar 2002 werden gemeinsame Prüfungen für Studenten und Praktiker abgehalten.

Mit dem gemeinsam vergebenen Reiseleiterzertifikat konnte die Objektivität dieses Dokumentes erhöht und gleichzeitig eine Professionalisierung der Reiseleitung erreicht werden. Der BTW setzt

sich nun dafür ein, dass das Zertifikat auch im Ausland anerkannt wird.

Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit des Tourismus in Europa fördern

Ebenfalls aktiv geworden ist der BTW beim Thema „Zukunft des Tourismus in Europa". In ihrer gleichlautenden Mitteilung von November 2001 hatte die EU-Kommission ein Maßnahmenpaket vorgeschlagen, um die europäische Tourismuspolitik zu verbessern und die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit im Tourismusbereich zu fördern. In einem Schreiben an EU-Kommissar Liikanen hat der BTW diese Initiative der Kommission begrüßt und seine grundsätzliche Bereitschaft signalisiert, konstruktiv an der Umsetzung des Maßnahmenpakets mitzuwirken.

Dazu hat der BTW – in Absprache mit dem Gesprächskreis Tourismusindustrie – der Kommission eine Aufstellung mit konkreten Handlungsvorschlägen zukommen lassen und Schwerpunkte aus Sicht der Tourismuswirtschaft gesetzt. Dazu zählt

- die Einrichtung einer zentralen, Generaldirektionen übergreifenden Koordinierungsstelle „Tourismus" und die Überprüfung sämtlicher Kommissionsinitiativen auf ihre Auswirkungen auf den Tourismus
- ein nach dem Vorbild des BTW-Tourismusgipfel jährlich stattfindender Europäischer Tourismusgipfel, der von der EU-Kommission und der jeweiligen Ratspräsidentschaft organisiert und koordiniert wird
- die Ausarbeitung der Tourismus-Satellitenkonten (TSA) in Anlehnung an die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus" des DIW und die Klärung der Finanzierungsfragen

- die Überarbeitung der Richtlinie zur Erfassung des statistischen Reiseverhaltens, regelmäßige statistische Erhebungen durch die einzurichtenden nationalen Kompetenzzentren und das Veröffentlichen der Daten durch Eurostat
- die Teilnahme von Branchenvertretern an der Lenkungsgruppe zur Ausarbeitung eines Papiers auf der Grundlage der Agenda 21, um den Sachverstand der Branche mit einzubeziehen

In seinem Antwortschreiben hat EU-Kommissar Liikanen bereits zugesagt, im Dezember 2002 ein erstes Europäisches Tourismusforum durchzuführen und die Einführung der TSA mitzufinanzieren. Der inzwischen eingerichteten Lenkungsgruppe zur Ausarbeitung eines Papiers auf der Grundlage der Agenda 21 gehören ebenfalls Vertreter der internationalen Tourismuswirtschaft an.

EU-Projekt „FreeTime – Neue Technologien im Tourismus“

BTW informiert über Fördermöglichkeiten

Von Januar 2001 bis Mai 2002 konnte der BTW mit Hilfe des von der EU-Kommission geförderten Projektes „FreeTime – Neue Technologien im Tourismus“ kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der Tourismusbranche über die EU-Forschungsförderprogramme informieren und bei der Antragstellung unterstützen. Insgesamt 13 Projektteilnehmer aus zwölf Ländern (Belgien, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Island, Israel, Italien, Österreich, Slowakei, Spanien, Ungarn, Zypern) waren an diesem EU-Projekt mit 17-monatiger Laufzeit beteiligt. Ziel war die verstärkte Entwicklung und Nutzung neuer Technologien durch mittelständische Unternehmen im Tourismus.

Der BTW hat zu diesem Zweck eine Informationsbroschüre erstellt und rund 400 Fragebögen an mittelständische Betriebe und Forschungsinstitute, die im Bereich Hard- und Softwareanwendungen für die Tourismusbranche tätig sind, versandt. Des Weiteren wurde ein FreeTime Webportal unter www.freetime-europe.org aufgebaut. Neben der Präsentation aller Projektpartner konnte vom Webportal eine ständig aktualisierte Datenbank mit europaweit etwa 60 Unternehmen abgerufen werden, die Interesse an gemeinsamen EU-Projekten im Bereich Forschung und technologische Entwicklung hatten. Einige von ihnen präsen-

tierten auch schon eine konkrete Projektidee, sie suchten aber noch europäische Partner. Komplettiert wurde das Internetangebot durch weiterführende Informationen zum Projekt selbst sowie zu weiteren Projekten, Veranstaltungshinweisen oder Links rund um neue Technologien im Tourismus.

Regelmäßiger Erfahrungsaustausch auf europäischer Ebene

Von den angeschriebenen Unternehmen waren viele an weitergehenden Informationen interessiert. Einige Unternehmen wünschten ein individuelles Beratungsgespräch durch eine erfahrene EU-Projektberaterin, um sich detailliert über ihre Erfolgschancen zu informieren.

Darüber hinaus unterstützte der BTW diverse weitere Unternehmen bei der Partnersuche und Antragstellung und war hinsichtlich EU-Fördermitteln allgemein beratend tätig. Neben der Präsentation des Projektes auf diversen Veranstaltungen trug nicht zuletzt der regelmäßige Erfahrungsaustausch mit den europäischen Projektpartnern zum Erfolg bei. Die Teilnahme an weiteren Projekten ist geplant, um den BTW als wichtigen Partner auch auf europäischer Ebene stärker zu positionieren.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Reiseverhalten der Europäer

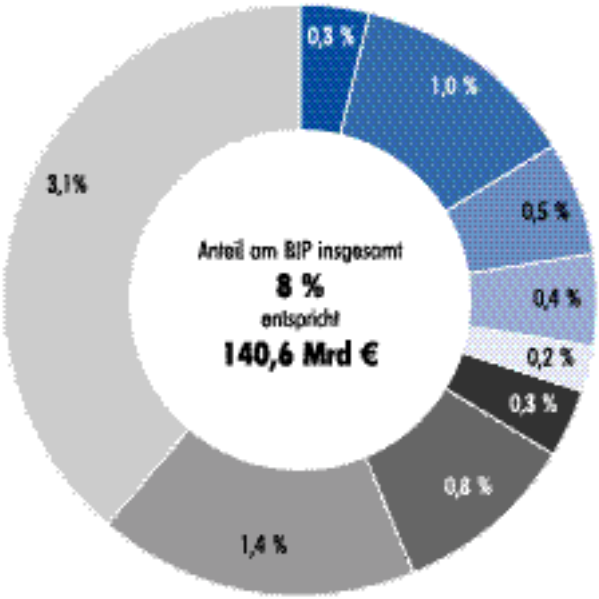
Marktstrukturen

Incoming

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 der Europäer

In 2001 haben die Europäer 408 Mio Auslandsreisen durchgeführt. Davon entfielen 340 Mio Reisen auf die Bevölkerung über 15 Jahre sowie rund 68 Mio Reisen auf Kinder unter 15 Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr ging das Auslands-Reisevolumen um 0,9 Prozent zurück.

Infolge einer längeren Dauer der Auslandsreisen nahm das Auslandsübernachtungsvolumen um 3,2 Prozent auf 3,211 Mrd Übernachtungen von Erwachsenen plus 640 Mio Übernachtungen von Kindern zu. Die mittlere Dauer einer Auslandsreise der Europäer liegt jetzt bei 9,4 Nächten bzw. 10,4 Reisetagen.

Trotz schwieriger Wirtschaftslage in einigen westeuropäischen Kernmärkten nahmen die Ausgaben der Europäer für Auslandsreisen zweistellig um 10,6 Prozent auf 322 Mrd Euro zu. Ursachen hierfür sind, neben boomenden Reiseausgaben Großbritanniens, der Schweiz oder Russlands sowie einiger anderer Länder, auch die Schwäche des Euro und eine steigende Inflation der Reisepreise. Die mittleren Ausgaben pro Person für eine Auslandsreise der Europäer lagen bei 953 Euro und pro Nacht bei 100 Euro.

Sieben Auslands-Urlaubsarten verzeichneten Wachstum. Die Hitliste der boomenden Auslands-Urlaubsarten führt einmal mehr der Sun + Beach Urlaub an (+ 2,3 Mio Urlaube am Wasser), gefolgt von

Urlaub auf dem Wasser (+ 1,6 Mio), Kurzurlauben auf dem Land (+ 1,5 Mio), Kurz-Rundreisen (+ 0,4 Mio), Wellness (+ 0,3 Mio), Leisure Park Visits (+ 0,3 Mio) und Event Stays (+ 0,1 Mio). Alle anderen Urlaubsarten stagnierten oder erlitten Nachfragerückgänge.

Im Jahr 2001 waren die Destinationstrends stark differenziert. Neben boomenden Inlandsreisen und Auslands-PKW-Reisen verzeichneten das östliche Mittelmeer (+ 9 Prozent), Nordeuropa (+ 6 Prozent),

Wellnessurlaub als eine der sieben Urlaubsarten mit Wachstum

Asien (+ 6 Prozent) sowie bedingt auch das westliche Mittelmeer (+ 4 Prozent) und Westeuropa (+ 3 Prozent) Marktanteilsgewinne.

Dagegen verzeichneten Mitteleuropa und Osteuropa (je - 3 Prozent) leichte Verluste sowie Nordafrika (- 6 Prozent) und Australien/Pazifik (- 9 Prozent), besonders aber Amerika (- 15 Prozent) und Afrika südlich der Sahara (- 16 Prozent) relativ starke Einbußen.

In kaum einem anderen Konsumbereich ist die Zufriedenheit der Kunden so hoch wie im internationalen Tourismus. 2001 hat sich diese Zufriedenheit sogar noch leicht auf 92 Prozent erhöht. Die größten Zuwächse wurden für die Urlaubsziele Schweden, Finnland, Frankreich, Deutschland, Baltische Länder, Tschechien und Dänemark gemessen.

Reiseverhalten der Deutschen

In 2001 haben die Deutschen einschließlich mitgereister Kinder 155,6 Mio Urlaubsreisen (In- und Ausland) unternommen. Hiervon

waren 90,2 Mio Urlaube länger als vier Tage. Darüber hinaus wurden 65,4 Mio Kurzurlaube (ein bis vier Tage) realisiert. Während die längeren Urlaube um zwei Prozent zunahmen, ging die Zahl der Kurzurlaube stark zurück. Von den insgesamt 155,6 Mio Urlaubsreisen unternahmen die Deutschen 67,3 Mio ins Ausland. Mehr als die Hälfte der Urlaubsaufenthalte verbrachten die Deutschen aber im Inland.

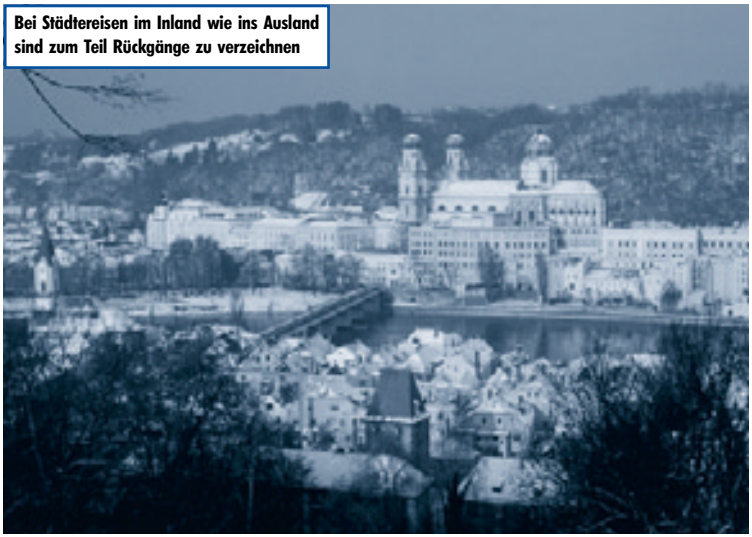
Während die Zahl der Kurzreisen kräftig abnahm, gab es bei längeren Inlandsreisen ein kräftiges Plus. Im Gefolge stieg das Übernachtungsvolumen der Deutschen leicht an. Die mittlere Reisedauer (In- und Ausland) liegt jetzt bei 5,6 Nächten.

Trotz einer Wirtschaftslage am Rande der Rezession nahm der Reisemarktumsatz leicht zu. Davon hat 2001 aber nur das Inland mit einer Zunahme der Reiseausgaben der Deutschen um zehn Prozent profitiert. Dagegen nahmen die Ausgaben für die Auslandsreise um drei Prozent ab, was nicht zuletzt auf den terrorbedingten Ausfall teurer Fernreisen zurückzuführen ist.

Das Internet war im Reisejahr 2001 schon bei jeder vierten Reise der Deutschen in irgendeiner Form beteiligt. Dabei nahmen erstmals die Online-Buchungen rascher zu als die Online-Informationen. Die meisten Klicks führten zu www.Bahn.de und www.Lastminute.de.

Für Städtereisen ins Inland wie ins Ausland sind zum Teil Rückgänge zu verzeichnen. Dagegen nahmen der Inlandsurlaub am Wasser sowie die Deutschland-Rundreisen stark zu. Die Nachfrage nach Sun + Beach im Ausland bleibt stabil, wenn auch mit stärkerer Verlagerung vom westlichen zum östlichen Mittelmeer, insbesondere in die Türkei.

Nicht zuletzt als Folge des 11. September kam die deutsche Nachfrage nach Pauschal-Auslandsreisen in eine Krise. Gleichzeitig zog aber die



Bei Städtereisen im Inland wie ins Ausland sind zum Teil Rückgänge zu verzeichnen

Nachfrage nach Inlands-Pauschalreisen kräftig an. Seit Ende 2001 ist auch eine langsame Erholung der Auslandspauschalreisen absehbar.

Wohl als Spätfolge des EXPO-Booms waren Urlaubsziele im Umkreis von 150 km um Hannover im Minus. Süddeutschland verzeichnete ein stabiles bis leicht positives Aufkommen an Inlands-Urlaubern. Gewinner des turbulenten Reisejahres waren die Ostsee sowie Sachsen und Brandenburg.

Im November 2001 wurde die Talsohle des Markteinbruchs erreicht. Seit Dezember 2001 nimmt die Zahl der Reisen der Deutschen wieder zu. Auch die Reiseabsichten der Deutschen sind nicht mehr so negativ wie noch im Oktober 2001. Damals wollten als Folge des 11. September noch 45 Prozent der Deutschen ihre Reisepläne revidieren.

(Quelle: IPK International)

Incoming / Binnentourismus

Nach dem durch die Weltausstellung EXPO geprägten Rekordergebnis des Vorjahres waren im Jahr 2001 beim Incoming-Tourismus Rückgänge zu verzeichnen. Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste verringerte sich um 4,4 Prozent gegenüber dem Jahr 2000 auf 37,9 Mio. Es ist schwierig abzuschätzen, inwieweit diese Entwicklung durch die Ereignisse des 11. September mitverursacht worden ist, oder es sich doch in erster Linie um eine gewisse Normalisierung nach den ungewöhnlich hohen Zuwächsen des Vorjahres handelt.

Betrachtet man die Entwicklung der Jahre 1993 bis 1999, also unter Ausschluss des Ausnahmejahres 2000, so liegt der Wert des Jahres 2001 immer noch über der trendmäßigen Entwicklung dieser Jahre. Und auch der Verlauf der monatliches Veränderungsraten deutet eher darauf hin, dass die Entwicklung des Jahres 2001 durch die des Vorjahres geprägt wurde und dementsprechend der Einfluss des 11. September eher als gering anzusehen ist. So wurde im September 2001 mit -14 Prozent zwar der höchste Rückgang bei den Übernachtungen ausländischer Gäste registriert, doch dürfte dies vor allem darauf zurückzuführen sein, dass im September 2000 mit +20,6 Prozent auch der höchste Zuwachs erreicht worden war.

Vergleicht man dagegen die monatliche Entwicklung der Übernachtungszahlen der ausländischen Gäste mit der des Jahres 1999, so liegt der Wert für den September 2001 immer noch um 3,8 Prozent über dem für das Jahr 1999. Erst in den Monaten Oktober und November 2001 sanken die Übernachtungszahlen der ausländischen Gäste leicht unter das Niveau des Vorjahres 1999 ab. Im Dezember lagen sie dann wieder deutlich darüber. Unter den wichtigen Herkunftsländern wurden die größten Rückgänge der Über-

nachtungen bei den Gästen aus den USA (-16,9 Prozent) und aus Japan (-12,6 Prozent) festgestellt. Ebenfalls stark gingen die Übernachtungszahlen der Gäste aus dem Vereinigten Königreich (-9,4 Prozent) und aus Schweden (-7,3 Prozent) zurück. Auch hier ist die naheliegende Vermutung, dass die Ereignisse des 11. September maßgebliche Ursache für diese Rückgänge seien, zu relativieren durch die Tatsache, dass die genannten vier Länder im Vorjahr mit jeweils zweistelligen Zuwachsraten die höchsten Steigerungen der Übernachtungszahlen erreichten.

Bei allen vier Ländern handelt es sich zudem um solche, die nicht zur Euro-Zone gehören. Zumindest gegenüber den Währungen von dreien der vier Länder (Vereinigtes Königreich, Japan und Schweden)

Vor allem bei Gästen aus den USA und Japan sind Rückgänge bei den Übernachtungen zu verzeichnen

ist der Außenwert des Euro im Jahr 2001 angestiegen. Dies hat in der Regel eine dämpfende Wirkung auf die Reisetätigkeit, da Deutschland oder allgemein der Euro-Raum als Reiseziel für die Gäste aus diesen Ländern teurer geworden ist (+17,0 Prozent).

Die höchsten Zuwachsraten bei den Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland erreichten mit Brandenburg (+8,0 Prozent) und Mecklenburg-Vorpommern (+4,3 Prozent) zwei der neuen Bundesländer. Im östlichen Teil Deutschland ist der Anteil ausländischer Gäste an der Gesamtzahl der Übernachtungen mit 5,8 Prozent allerdings immer noch deutlich niedriger als im früheren Bundesgebiet, wo er 13,0 Prozent beträgt. Insgesamt konzentrieren sich die ausländischen Gäste stark auf wenige Bundesländer. So entfallen mehr als die Hälfte aller Übernachtungen dieser Gästegruppe (52,4) auf die drei Bundesländer Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg, 90 Prozent entfallen auf acht, also die Hälfte aller Bundesländer.

Im Jahr 2001, dem Jahr des Tourismus in Deutschland, konnten die Hotels, Pensionen und sonstigen Beherbergungsbetriebe mit neun oder mehr Betten 107,4 Mio Gäste begrüßen. Das waren 0,8 Prozent weniger als im Vorjahr, das allerdings wegen der EXPO 2000 ein außergewöhnlich hohes Ergebnis erbracht hatte. Bei der Zahl der Übernachtungen, für die Tourismuswirtschaft letztlich die ökonomisch wichtigere Größe, konnte das Vorjahresrekordergebnis 2001 sogar noch leicht übertroffen werden.

Insgesamt wurden in diesem Jahr 326,6 Mio Übernachtungen gezählt, 0,1 Prozent mehr als im Jahr 2000. Dies konnte dadurch erreicht werden, dass der Anstieg der Übernachtungen der inländischen Gäste (+2,0 Mio entsprechend +0,8 Prozent) die Rückgänge bei den Übernachtungen der Gäste aus dem Ausland (-1,7 Mio entsprechend -4,4 Prozent) insgesamt kompensierte.

Ostdeutsche Bundesländer bei den Zuwachsraten von Übernachtungen ganz vorne mit dabei

Dabei war die Entwicklung in den einzelnen Bundesländern sehr unterschiedlich. Den höchsten Anstieg der Übernachtungszahlen mit einem Plus von 8,3 Prozent erzielte Mecklenburg-Vorpommern, das von allen Bundesländern in den letzten zehn Jahren die expansivste Tourismusentwicklung aufwies. Die Zahl der Übernachtungen hat sich hier gegenüber 1992, dem ersten Jahr mit gesamtdeutsch ausgewiesenen Ergebnissen aus der Beherbergungsstatistik, fast verdreifacht (+196,7 Prozent). An zweiter Stelle lag 2001 mit einem Plus von 5,3 Prozent Brandenburg, das in diesem Jahr mit Potsdam Gastgeber der Bundesgartenschau war. Die Ottonen-Ausstellung in Magdeburg und die damit verbundenen Sonderveranstaltungen verhalfen Sachsen-Anhalt zu einem Zuwachs von 2,1 Prozent bei den Übernachtungen und damit dem dritten Rang in der Liste der Bundesländer.

Wie schon in den Vorjahren entwickelte sich der Tourismus in den neuen Ländern und Berlin-Ost besser als im früheren Bundesgebiet:

19,7 Mio Gäste wurden in den östlichen Bundesländern gezählt (+ 2,2 Prozent gegenüber 2000). Sie brachten es auf 61,4 Mio Übernachtungen. Das entspricht einem Plus von 3,2 Prozent. Die Beherbergungsbetriebe in den alten Bundesländern mussten dagegen leichte Rückgänge hinnehmen. Die Zahl der Gäste ging um 1,5 Prozent zurück auf 87,7 Mio, die Übernachtungen verringerten sich um 0,6 Prozent auf 266,52 Mio.

Der Anstieg der Übernachtungszahlen in den neuen Ländern einschließlich Berlin-Ost führte dazu, dass hier die Kapazitätsauslastung in den Betrieben der Hotellerie (gemessen an der Bettenauslastung) im vierten Jahr hintereinander wieder anstieg, wogegen die Bettenauslastung in den Betrieben im früheren Bundesgebiet leicht rückläufig war. Im Niveau liegt sie allerdings in den alten Bundesländern noch leicht über der in den neuen Ländern und Berlin-Ost.

Unter den verschiedenen Betriebsarten des Beherbergungsgewerbes konnten die Ferienzentren, Ferienhäuser und -wohnungen mit +3,0 Prozent die höchste Steigerung der Übernachtungszahlen erzielen. Demgegenüber mussten die Betriebe der Hotellerie (Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni) zum ersten Mal seit fünf Jahren wieder einen Rückgang der Übernachtungen um 0,6 Prozent hinnehmen. Dies ist allerdings auch vor dem Hintergrund der außergewöhnlich starken Steigerung des Vorjahres zu sehen (+6,7 Prozent). Gegenüber 1999 lag die Zahl der Übernachtungen bei den Betrieben der Hotellerie mit 196,9 Mio um 6,3 Prozent höher.

Ergebnisse der Beherbergungsstatistik 2001

Merkmal	Mio	Übernachtungen Veränderungen zu Vorjahr
Übernachtungen insgesamt	347,9	+0,1
Beherbergungsstätten/Bundesländer		
Baden-Württemberg	39,3	+0,1
Bayern	74,5	+0,6
Berlin	11,3	-0,6
Brandenburg	8,8	+5,3
Bremen	1,3	-2,2
Hamburg	4,8	-2,9
Hessen	25,6	-0,1
Mecklenburg-Vorpommern	19,8	+8,3
Niedersachsen	33,9	-4,4
Nordrhein-Westfalen	37,0	+0,9
Rheinland-Pfalz	18,4	-3,8
Saarland	2,2	+1,0
Sachsen	14,5	-0,2
Sachsen-Anhalt	5,6	+2,1
Schleswig-Holstein	20,9	+0,2
Thüringen	8,8	-1,7
Herkunftsländer		
Niederlande	5,5	+0,3
USA	4,2	-16,9
Vereinigtes Königreich	3,5	-9,4
Schweiz	2,2	+2,1
Italien	2,1	-2,6
Österreich	1,7	-0,4
Frankreich	1,7	-4,0
Belgien	1,5	-4,6
Japan	1,3	-12,6
Dänemark	1,2	-2,7
Schweden	1,2	-7,3

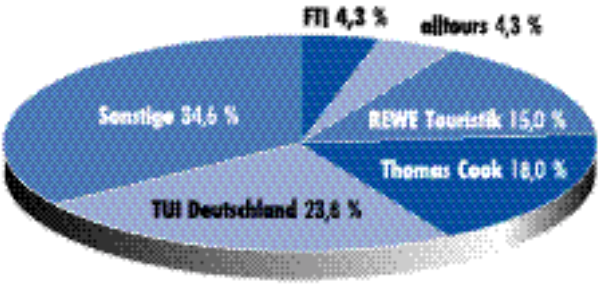
Quelle: Statistisches Bundesamt, 2002

Outgoing

Der deutsche Veranstalter-Markt stößt an seine Grenzen. Die relativ hohen Steigerungsraten des Vorjahres konnten im Touristikjahr 2000/2001 (31. Oktober) nicht wiederholt werden – vor allem nicht bei den Teilnehmerzahlen. Der Veranstaltermarkt erzielte mit 39,5 Mio Teilnehmern einen Umsatz von 41 Mrd DM. Dies entspricht beim Umsatz im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung von vier Prozent. Dem steht bei den Teilnehmern lediglich ein mageres Plus von 1 Prozent gegenüber. Bei den Veranstalterreisen war der Flugmarkt mit 1 Prozent rückläufig, während die erdgebundenen Reisen um 4,5 Prozent zugenommen haben.

Dementsprechend schnellte der durchschnittliche Umsatz pro Teilnehmer 2000/2001 um 46 DM auf 1124 DM hoch. Gegenüber dem Vorjahr sind die Preise damit rund 4,3 Prozent gestiegen – im Geschäft mit Fernreisen könnte sogar die Marke von zehn Prozent erreicht worden sein. Bei den Flugpauschalreisen waren die durch

Marktanteile der Reiseveranstalter in Deutschland 2001



Quelle: RW, Dokumentation "Deutsche Veranstalter in Zahlen 2001"

Höhere Treibstoffkosten durch Kerosinzuschläge erstmals in die Preise inkludiert

die höheren Treibstoffkosten ausgelösten Kerosinzuschläge, die die Veranstalter im vergangenen Jahr eingeführt hatten, erstmals in die Preise inkludiert. Auch der hohe Kurs des US-Dollars und Preiserhöhungen der Hoteliers in einigen Destinationen wurden von den Veranstaltern an die Kunden weitergegeben. Hinzu kommt, dass die Veranstalter im Touristikjahr 2000/2001 erstmals Überkapazitäten im Ferienflug aus den Markt genommen haben – vor allem mit Blick auf ihren Ertrag.

Die Ereignisse des 11. September wirkten sich mit Ausnahme von Nordamerika-Reisen im Touristikjahr 2000/01 nicht aus.

Somit haben die Veranstalter ihren Umsatz in diesem Jahr vor allem durch Preiserhöhungen ausgeweitet. Zwar gab es geringfügige Verschiebungen bei den Marktanteilen einzelner Veranstalter. Aber der Gesamtmarkt der organisierten Urlaubsreise ist angesichts des geringen Teilnehmerplus von 1,7 Prozent kaum gewachsen.