Jahrbuch
2006/2007

Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft
Berlin · Brüssel

Impressum

Herausgeber
Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Telefon 030/72 62 54-0
Telefax 030/72 62 54-44
E-Mail info@btw.de
Internet www.btw.de

Verantwortlich für den Inhalt
Ulrich Rüter

Text
Hermann F. Sack

Gestaltung und Koordination
pantamedia communications GmbH, Berlin

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

Inhalt

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) 7

Vorwort 8

Der BTW und seine Mitglieder 11

Der BTW als Mitglied im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) 18

Die politischen Themen des BTW 29

Aktivitäten des BTW in Deutschland 31

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

Die BTW-ITB-Dinner-Talks 32

Tourismusgipfel am 6. und 7. November 2006 in Berlin 34

„Gemeinsam für Europa" – Gespräch mit Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel am 6. Dezember 2006 in Berlin 45

Arbeitsessen mit Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB am 16. Januar 2007 in Berlin 47

Die ITB vom 7. bis 11. März 2007 in Berlin 52

Europäische Tourismusministerkonferenz am 15. und 16. Mai 2007 in Berlin 57

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Bundesregierung 59

Partner Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) 61

INHALT

Partner Auswärtiges Amt (AA) 64

Partner Bundesministerium für
Bildung und Forschung (BMBF) 67

Partner Bundesministerium der Finanzen (BMF) 68

Partner Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) 69

Partner Bundesministerium für
Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) 72

Partner Deutscher Bundestag 74

Partner UN World Tourism Organization (UNWTO) 77

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene 79

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

BTW eröffnet Büro in Brüssel 80

Bericht der Generaldirektion
Unternehmen und Industrie der EU-Kommission 81

Treffen der EU-Beauftragten des BTW
am 21. März 2007 in Brüssel 90

Arbeitsgespräch mit Jacques Barrot
am 26. März 2007 in Brüssel 92

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Europäische Kommission 94

Die Generaldirektionen 94

- Generaldirektion Unternehmen und Industrie 94
- Generaldirektion Energie und Verkehr 95

- Generaldirektion Wettbewerb 96
- Generaldirektion Binnenmarkt 96
- Generaldirektion Steuern und Zollunion 98
- Generaldirektion Umwelt 98

Partner Europäisches Parlament (EP) 100

Partner Europäisches Beratungs-
Zentrum der Deutschen Wirtschaft (EBZ) 104

Wirtschaftsfaktor Tourismus 105

Ausbildung im Tourismus 106

Urlaubsreisen

Incoming-/Binnentourismus 113

Outgoing-Tourismus 127

Geschäftsreisen 134

Porträts einzelner Mitglieder im BTW 139

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH 140
- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club Deutschland (ADAC) 143
- Amadeus Germany GmbH 146
- Arabella Hotel Holding International GmbH & Co. KG 150
- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH 154
- Bayern Tourismus Marketing GmbH 157
- Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) 161
- Deutsche Bahn AG 165
- Deutsche Lufthansa AG 169
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) 173

INHALT

- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) 178
- Deutscher ReiseVerband (DRV) 183
- Europäische Reiseversicherung AG 188
- Europa-Park Freizeit- und Familienpark Mack KG 192
- Flughafen Berlin-Schönefeld GmbH 195
- Flughafen Düsseldorf GmbH 199
- Flughafen Köln/Bonn GmbH 203
- Flughafen München GmbH 207
- Fraport AG (Frankfurt Airport Services Worldwide) 210
- Gebr. Heinemann 214
- Gütegemeinschaft Buskomfort (gbk) 217
- Hamburg Tourismus GmbH 221
- Hotelverband Deutschland (IHA) 225
- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG 229
- Internationale Fachhochschule Bad Honnef · Bonn 232
- MAIRDUMONT GmbH & Co. KG 236
- Messe Berlin GmbH 240
- Organisation für Teilzeitwohnrechte in Europa (OTE) 244
- PricewaterhouseCoopers AG WPG (PwC) 248
- RDA Internationaler Bustouristik Verband 251
- Thomas Cook AG 254
- Thüringer Tourismus GmbH/ Tourist Information Thüringen 258
- Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) 262
- Touristik der REWE Group 266
- TUI AG 269
- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) 273

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Vorwort

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland ist stabil, ein Wachstum von 2,6 Prozent wie im Jahr 2006 hat es seit 2000 nicht mehr gegeben. Gelingt es, die derzeitige positive Grundstimmung abzusichern, dürfte sich der Konjunkturaufschwung auch im Jahr 2008 fortsetzen. Die Voraussetzungen dafür sind gut. Jetzt ist die Politik am Zug.

Der BTW erwartet von der Bundesregierung – auch in schwieriger parteipolitischer Konstellation – deutliche und verlässliche Signale für die nächsten Jahre. Denn Deutschland braucht weiterhin, ja permanent, Reformen. In allen Bereichen, auf allen Ebenen, in allen Köpfen. Die Tourismuswirtschaft wird die Politik dabei sehr genau beobachten, analysieren und kommentieren. Denn mit ihrem hohen Wachstumspotential ist sie nachweislich Motor für viele Branchen – auch für den Arbeitsmarkt.

Ihre wirtschaftlichen Themenfelder von morgen sind die Verkehrswirtschaft sowie der Geschäftsreisemarkt mit den Chancen für Hotellerie und Gastronomie, das Geschäftsreise-Management in den Unternehmen und die Messewirtschaft. Die positive Entwicklung des Tourismus in Deutschland – 94 Milliarden Euro Wertschöpfung im Jahr 2006 – sowie der Sektor der saisonunabhängigen und weitgehend krisenfesten Geschäftsreisen – Ausgaben fast 48 Milliarden Euro in 2006 – stimmen zuversichtlich.

Besonders wichtige verbandspolitische Themen des BTW sind Sicherung der Mobilität, aktives Mitwirken – nicht zuletzt durch „versachlichte“ Information – beim Klimaschutz, sowie Förderung und Transparenz von Wissen sowie Wissensvermittlung in der Branche. Mobilität ist in allen Bereichen zu sichern und zu fördern. Nur wenn Verkehrswege wie Straße, Schiene, Luft und Wasser „im Verbund“ geplant werden, können Mobilität und Tourismus optimal organisiert werden. Wir werden daher weiter konsequent gegen unsinnige

BTW-Präsident Klaus Laepple

Abgaben und Belastungen in Deutschland sowie protektionistische und diskriminierende Praktiken in anderen Ländern angehen.

Priorität auch beim Klimaschutz: Der BTW wirbt nach wie vor bei allen Gelegenheiten für konsequenten Umweltschutz – vom globalen Klimaschutz über allgemeinen Naturschutz bis zu breit angelegtem Energiesparen. Dazu gehören auch die Pflege und Förderung von Kunst- und Kultureinrichtungen. Völlig legitim ist die Erwartung, dass Erfolge dabei auch der Tourismuswirtschaft selbst wieder zugute kommen. Jedes Engagement für vitale und ideelle Interessen von Menschen ist nicht nur ökonomische und moralische Pflicht, sondern auch eine sinnvolle Investition in eine erfolgreiche Verbandsarbeit.

Wie wachsam die deutsche Wirtschaft sein muss, wenn es darum geht, den Wirtschaftsstandort Deutschland zu sichern, zeigt die akute Gefährdung internationaler Mobilität durch neueste Diskussionen in Sachen Fluglärm. Aber Partikular-Interessen und elementare Interessen eines Exportlandes wie Deutschland müssen sehr sorgfältig gegeneinander abgewogen und dann politisch vertretbar sowie technisch und ökonomisch praktikabel gelöst werden. Der BTW hat daher im Schulterschluss mit anderen betroffenen Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft wie dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) sowie dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) die Erklärung „Drohendes Nachtflugverbot in Frankfurt – Verschläft Deutschland den Wettbewerb?“ mit unterzeichnet. Verbandspolitischer „Dauerbrenner“ bleibt das Ringen um eine Entzerrung der Sommerferien. Der Zeitraum von Mitte Juni bis Mitte

September muss unbedingt ausgeschöpft werden, um zu große zeitliche Überschneidungen in den einzelnen Bundesländern zu meiden.

Höchste Priorität hat nach wie vor die Vertretung der Interessen der deutschen Tourismuswirtschaft nicht nur in Berlin, sondern auch in Brüssel. Schließlich haben mittlerweile zwei Drittel der für die deutsche Wirtschaft wichtigen Gesetze ihren Ursprung in Brüssel. Gerade die Tourismuswirtschaft muss somit den „Finger am Puls" der europäischen Politik haben.

In einem weiteren Bereich ist der BTW gefordert: Wir müssen in Politik und Öffentlichkeit erkennbar dazu beitragen, auch die Zukunft der Branche zu sichern. Ein Schwerpunkt wird daher die Thematik Ausbildung und Weiterbildung in der deutschen Tourismuswirtschaft sein. Insbesondere brauchen wir mehr Transparenz zwischen den zahlreichen Bildungseinrichtungen der einzelnen Mitglieder des BTW. Vor allem junge Menschen müssen wissen, wie interessant und zukunftsträchtig eine Ausbildung in der Tourismuswirtschaft sein kann, wie Jugendliche – bereits auf dem Fundament einer soliden dualen Ausbildung – durch Weiterbildung beste Chancen für Karrieren in der deutschen Tourismuswirtschaft haben. Erfreulich und kein Zufall, dass der BTW mit der Internationalen Fachhochschule für Tourismus Bad Honnef · Bonn (IFH) ein neues und willkommenes Mitglied gewonnen hat.

Klaus Laepple
Präsident des Bundesverbandes
der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Der BTW und seine Mitglieder

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)
Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Telefon 030/72 62 54-0
Telefax 030/72 62 54-44
E-Mail info@btw.de
Internet www.btw.de

Präsident

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

Geschäftsführendes Präsidium

- Dr. Volker Böttcher

  Vorsitzender der Geschäftsführung,
  TUI Deutschland GmbH, Hannover

- Ernst Fischer (Schatzmeister)

  Präsident, DEHOGA Bundesverband, Berlin

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

- Robert Salzl

  Holdingvorstand i. R.,
  Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG, München

Präsidium

- Dr. Wilhelm Bender

  Vorsitzender des Vorstandes, Fraport AG, Frankfurt am Main

- Dr. Volker Böttcher

  Vorsitzender der Geschäftsführung,
  TUI Deutschland GmbH, Hannover

- Jürgen Büchy

  Vorsitzender der Geschäftsführung, DB Vertrieb GmbH, Berlin

- Richard Eberhardt

  Präsident, RDA Internationaler Bustouristik Verband, Köln

- Dr. Peter Fankhauser

  Mitglied des Vorstandes, Thomas Cook AG, Oberursel

- Ernst Fischer (Schatzmeister)

  Präsident, DEHOGA Bundesverband, Berlin

- Joachim Hunold

  Präsident (bis 7. September 2007),
  Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF), Berlin

- Dietmar Kastner

  Vorsitzender der Geschäftsführung,
  REWE Touristik Gesellschaft mbH, Köln

- Dr. Michael Kerkloh

  Vorsitzender der Geschäftsführung,
  Flughafen München GmbH, München

- Michael Kirnberger

  Präsident,
  Verband Deutsches Reisemanagement (VDR), Frankfurt am Main

- Klaus Laepple

  Präsident, Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

- Hanns Peter Nerger,

  Geschäftsführer, Berlin Tourismus Marketing GmbH, Berlin
  (Mitglied des Präsidiums bis 22. Mai 2007)

- Robert Salzl

  Holdingvorstand i. R.,
  Schörghuber Stiftung & Co. Holding KG, München

- Dr. Rainer Schwarz

  Sprecher der Geschäftsführung,
  Flughafen Berlin-Schönefeld GmbH, Berlin
  (Mitglied des Präsidiums ab 23. Mai 2007)

- André Witschi

  Vorsitzender der Geschäftsführung (bis 30. Juni 2007)
  Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

Generalsekretariat

- Rechtsanwalt Michael Rabe, Generalsekretär, Berlin
- Ulrich Rüter, Geschäftsführer, Berlin
- Carola Vergin, Sekretariat, Berlin
- Rechtsanwalt Klaus-Heiner Lehne, Europabeauftragter, Brüssel
- Sandra van de Walle, Leiterin BTW-Büro, Brüssel
  (seit 1. Januar 2007)

Mitglieder

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München

  André Witschi, Vorsitzender der Geschäftsführung
  (bis 30. Juni 2007)

- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC), München

  Hans Reuter, Geschäftsführer

- Amadeus Germany GmbH, Bad Homburg

  Holger Taubmann, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Arabella Hotel Holding International GmbH & Co. KG, München

  Robert Salzl, Holdingvorstand i. R.

- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH, Bonn

  Peter Markus Löw, Mitglied der Geschäftsleitung

- AVIS Autovermietung GmbH & Co. KG, Oberursel

  Wolfgang Neumann, Geschäftsführer

- Bayern Tourismus Marketing GmbH, München

  Richard Adam, Geschäftsführer

- Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin

  Hanns Peter Nerger, Geschäftsführer

- Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF), Berlin

  Joachim Hunold, Präsident (bis 7. September 2007)
  Ralf Teckentrup, Präsident (seit 8. September 2007)

- DB Vertrieb GmbH, Berlin

  Jürgen Büchy, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt am Main

  Thierry Antinori, Bereichsvorstand Marketing & Vertrieb
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Frankfurt am Main

  Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes
- DEHOGA Bundesverband, Berlin

  Ernst Fischer, Präsident
- Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

  Klaus Laepple, Präsident
- Deutsches Verkehrsforum, Berlin

  Thomas Hailer, Geschäftsführer
- Dorint AG, Düsseldorf

  Dr. Michael Theim, Vorstandssprecher
- Europäische Reiseversicherung AG, München

  Wolfgang Diels, Vorsitzender des Vorstandes
- Europa-Park Freizeit- und Familienpark Mack KG, Rust

  Roland Mack, Geschäftsführender Gesellschafter
- Flughafen Berlin-Schönefeld GmbH

  Dr. Rainer Schwarz, Sprecher der Geschäftsführung
- Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf

  Christoph Blume, Sprecher der Geschäftsführung
- Flughafen Köln/Bonn GmbH, Köln

  Michael Garvens, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Flughafen München GmbH, München

  Dr. Michael Kerkloh, Vorsitzender der Geschäftsführung

- Fraport AG, Frankfurt am Main

  Dr. Wilhelm Bender, Vorsitzender des Vorstandes

- Gebr. Heinemann, Hamburg

  Heribert Diehl, Vorsitzender des Beirats

- Gütegemeinschaft Buskomfort (gbk), Böblingen

  Martin Becker, Geschäftsführer

- Hamburg Tourismus GmbH, Hamburg

  Dietrich von Albedyll, Geschäftsführer

- Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), Berlin

  Holger Wenzel, Hauptgeschäftsführer (bis 30. Juni 2007)
  Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer (seit 1. Juli 2007)

- Hotel Adlon Kempinski Berlin, Berlin

  Stephan Interthal, Geschäftsführender Direktor

- Hotelverband Deutschland (IHA), Berlin

  Markus Luthe, Hauptgeschäftsführer

- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG, Troisdorf

  Michael Hoffmann, Geschäftsführer

- Internationale Fachhochschule Bad Honnef · Bonn, Bad Honnef

  Antoinette Klute-Wetterauer, Gründungspräsidentin
  Dr. Florian Schütz, Präsident (seit 1. Juli 2007)

- MAIRDUMONT GmbH & Co. KG, Ostfildern

  Dr. Volkmar Mair, Geschäftsführer
- Messe Berlin GmbH, Berlin

  Raimund Hosch, Vorsitzender der Geschäftsführung
- Organisation für Teilzeitwohnrechte in Europa (OTE), Brüssel

  Peter van der Mark, Generalsekretär
- PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Hannover

  Dr. Gerhard Rolfes, Partner
- REWE Touristik Gesellschaft mbH, Köln

  Dietmar Kastner, Vorsitzender der Geschäftsführung
- RDA Internationaler Bustouristik Verband, Köln

  Richard Eberhardt, Präsident
- Thomas Cook AG, Oberursel

  Dr. Peter Fankhauser, Mitglied des Vorstandes
- Thüringer Tourismus GmbH, Erfurt

  Bärbel Grönegres, Geschäftsführerin
- Tourismusverband Baden-Württemberg, Stuttgart

  Roger Heidt, Verbandsdirektor
- TUI Deutschland GmbH, Hannover

  Dr. Volker Böttcher, Vorsitzender der Geschäftsführung
- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR), Frankfurt am Main

  Michael Kirnberger, Präsident

Der BTW als Mitglied im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)

Die Interessen von Industrie und Tourismuswirtschaft sind auf vielen wirtschaftspolitischen Feldern identisch. Unternehmen beider Sektoren brauchen bessere Standortbedingungen in Deutschland und bessere Rahmenbedingungen für das Engagement im Ausland. Seit 1. Januar 2003 ist der BTW Mitglied im BDI.

Damit ist die Produktion von Dienstleistungen der industriellen Produktion von Wirtschaftsgütern verbandspolitisch gleichgestellt. Ziel der deutschen Tourismuswirtschaft ist es, durch die Mitgliedschaft im BDI die Interessen der Branche noch wirkungsvoller durchsetzen zu können.

Der BTW bündelt diese Interessen auf Unternehmens- und Verbandsseite, definiert den größtmöglichen gemeinsamen Nenner und bringt das Ergebnis mit der Stärke des BDI in den politischen Prozess ein. Vor allem wenn es darum geht, den politischen Stellenwert

BDI, Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin

der Tourismuswirtschaft zu erhöhen, arbeitet der BTW als Teil eines höchst effizienten Netzwerks mit verschiedenen Leistungsträgern und Verbänden eng zusammen.

Die politisch und publizistisch nachhaltige Präsentation wichtiger Themen wie Sicherung der Mobilität oder Steuerfragen sowie konkrete Sachfragen der Fachverbände und Mitgliedsunternehmen – Beispiel Steuerharmonisierung – bringt der BTW ebenfalls gebündelt und „angereichert" in die Politik ein. Mit der Mitgliedschaft im BDI kann der BTW somit dringende Anliegen der Branche gezielt einspeisen – bei den richtigen Personen und am richtigen Ort.

Die Erwartungen des BTW an die BDI-Mitgliedschaft haben sich bislang mit Blick auf die Interessenvertretung erfüllt. Besonders aktiv und wirksam vertritt der BDI die Interessen der vielen mittelständischen Unternehmen des BTW. Damit ist der Spitzenverband der deutschen Wirtschaft ein Sprecher der gesamten Industrie und der Dienstleistungswirtschaft geworden.

BTW-Mitglieder im BDI-Präsidium

- Dr. Michael Frenzel
  Vorsitzender des Vorstandes, TUI AG, Hannover
- Stefan Lauer
  Mitglied des Vorstandes,
  Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt am Main

BTW-Mitglieder im Vorstand des BDI

- Klaus Laepple
  Präsident, Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), Berlin
  Präsident, Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

Besetzung der BDI-Ausschüsse mit BTW-Mitgliedern

Außenwirtschaft	TUI AG Günter Ihlau, Direktor Internationale Beziehungen
	Thomas Cook AG N. N.
Energie	Deutsche Bahn AG Dr. Florian Baentsch, Leiter Marketing/Vertrieb Netze
Forschung und Technologie	Deutsche Bahn AG Birgit Chollee, Leiterin Geschäftsfeld Innovationsmanagement
Geld, Kredit und Währung	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Dr. Kathrin Andrae, Referentin für Finanzen
Konsumgüter	Deutscher ReiseVerband (DRV) N. N.
Mittelstand	Hotelverband Deutschland (IHA) Markus Luthe, Hauptgeschäftsführer
	DER Reisebüro Hamm GmbH & Co. KG (für DRV) Hans Doldi, Geschäftsführender Gesellschafter

	Schnaith/KM Reisen (für gbk) Rainer Klink, Geschäftsführer
■ Multimedia- und Telekommunikation	Amadeus Germany GmbH Peter W. Munzig, Direktor
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Olaf Roik, Referent e-Business und Statistik
■ Recht	Deutsche Bahn AG Margret Suckale, Personalvorstand
	TUI AG Andreas Göhmann, Direktor Rechtsabteilung
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Dr. Rolf Giebeler, Bereichsleiter Recht & Projekte (METRO)
■ Sicherheitsfragen	Deutsche Bahn AG Jens Puls, Leiter Konzernsicherheit
	Fraport AG Jürgen Mursch, Leiter Flughafensicherheit (FTB-PS)

Statistik	Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) Norbert Tödter, Leiter Unternehmensplanung
	Thomas Cook AG N. N.
Steuern	Deutsche Lufthansa AG Hartmut Wolter, Leiter Konzernsteuern
	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Michael Alber, Leiter Abt. Steuern und Finanzen
Unterausschuss Internationale Steuerfragen	Deutsche Lufthansa AG Dipl.-Kfm. Armin Hibben, Leiter Internationale Steuern – CGN RT/F
	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern
Umweltpolitik	Deutsche Bahn AG N. N.

	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Verena Böttcher, Geschäftsführerin Bereich Umweltpolitik
	TUI AG Dr. Wolf Michael Iwand, Direktor Umwelt
■ Verkehr	Deutsche Lufthansa AG Thomas Kropp, Leiter Bereich Konzernpolitik
	Deutsche Bahn AG N. N.
	RDA Internationaler Bustouristik Verband Richard Eberhardt, Präsident
	Verband Deutsches Reise- management (VDR) Michael Kirnberger, Präsident
■ Unterausschuss Luftverkehr	TUI AG Christoph R. Müller, Mitglied des Vorstandes

	Fraport AG Annegret Reinhardt-Lehmann, Sprecherin der Bereichsleitung Marketing, Strategie, Gremien
	Deutsche Lufthansa AG Jan-Phillip Goertz, Konzernrepräsentanz
	Deutsches Verkehrsforum Rainer Schätzlein, Bereichsleiter Luftverkehr
	Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) Dr. Tanja Wielgoß, Geschäftsführerin
■ Versicherungen	Deutsche Bahn AG Dr. Rainer Freise, Leiter Versicherungen
	Europäische Reiseversicherung AG Konstantin von Klitzing, Leiter Personal/Recht
■ Wettbewerb	Deutsche Lufthansa AG Nicolai von Ruckteschell, Chefsyndikus Konzern

	Deutscher ReiseVerband (DRV) Corinna Kleinert, Justitiarin
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Britta Gallus, Geschäftsführerin Büro Brüssel

BTW-Mitglieder in den BDI-Arbeits- und -Lenkungskreisen

■ Arbeitskreis Beihilfenpolitik	Deutsche Bahn AG Frank Miram, Leiter Europäische Rechtspolitik
	TUI AG Dr. Wolf-Dieter Zumpfort, Direktor Büro Berlin
■ Arbeitskreis Harmonisierung der indirekten Steuern in der EU	Deutsche Lufthansa AG Christian Lehmann, Leiter Steuerpolitik und -verfahrensrecht
■ Arbeitskreis Entwicklungspolitik	TUI AG Günter Ihlau, Direktor Internationale Beziehungen
■ Lenkungskreis Klimapolitik	Deutsche Bahn AG Dr. Petra König, Verkehrspolitik (MSV)

Arbeitskreis Kommunikation	Deutscher ReiseVerband (DRV) N. N.
	TUI AG Uwe Kattwinkel, Leiter Konzernkommunikation
Arbeitskreis Lohnsteuer	Deutsche Lufthansa AG Angelo Pisano, Leiter Indirekte Steuern
	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern
Arbeitskreis Messen und Ausstellungen	Messe Berlin GmbH Dr. Martin Buck, Direktor KompetenzCenter Travel & Logistics
Arbeitskreis Qualitätstest	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) RA Dr. Detlef Groß, Geschäftsführer Bereich Recht
Stiftung Warentest im Arbeitskreis Qualitätstest	DERPART Wimke Reisewelt (für DRV) Michael Keller, Geschäftsführer
	Fraport AG Holger Hirm, Stellv. Leiter Fundbüro

	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Ulrich Binnebößel, Referent für Non-Food
■ Arbeitskreis Technik und technische Regelsetzung	Deutsche Bahn AG Matthias Mather, Leiter Bahn-Umwelt-Management (TUM)
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Ulrich Binnebößel, Referent für Verkehrspolitik
■ Lenkungskreis Umweltschutz	Deutsche Bahn AG Matthias Mather, Leiter Bahn-Umwelt-Management (TUM)
	Fraport AG RA'in Antje Fink, Sicherheitsrecht, Flughafenentgelte
	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) Verena Böttcher, Geschäftsführerin Bereich Umwelt- politik
■ Arbeitskreis Umsatzsteuer	Amadeus Germany GmbH N. N.

	Deutsche Lufthansa AG Angelo Pisano, Leiter Indirekte Steuern
	Deutsche Lufthansa AG Hartmut Wolter, Leiter Konzernsteuern
	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern
■ Arbeitskreis Unternehmens-steuerreform	Deutsche Lufthansa AG Hartmut Wolter, Leiter Konzernsteuern
	Deutsche Lufthansa AG (Stellvertreter) Christian Lehmann, Leiter Steuerpolitik und -verfahrensrecht
	PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Dr. Gerhard Rolfes, Partner
■ Arbeitskreis Verfahrensrecht und Verwaltungspraxis	Deutsche Lufthansa AG Christian Lehmann, Leiter Steuerpolitik und -verfahrensrecht

Die politischen Themen des BTW

Die Erwartungen an die Tourismuswirtschaft, einen nennenswerten Beitrag zu den unter anderem in der Lissabon-Strategie niedergelegten Wachstums- und Beschäftigungszielen zu leisten, setzen verlässliche und vor allem international wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen voraus.

Dafür tritt der BTW in Berlin und in Brüssel mit all seinem Sachverstand und Engagement ein. Gerade weil die Tourismuswirtschaft aus zahlreichen heterogenen Unternehmensgruppen besteht, braucht sie eine starke, gemeinsame Lobby.

Dem BTW geht es dabei nicht um Einzelmaßnahmen, sondern um das „Gesamtgewicht" der Branche. Der komplexe Aufgabenkatalog, der alle Problembereiche der Tourismuswirtschaft einschließt, erfordert eine Prioritätenliste, die jährlich neu zu erstellen ist.

Zu den Kernforderungen des BTW zählen:

1. Zuwendungen für die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) auf das europäische Vergleichsniveau erhöhen
2. Mehrwertsteuer für Hotellerie und Gastronomie senken
3. Unternehmenssteuerreform nachbessern
4. Katalogpreisbindung vermeiden
5. Infrastruktur des Straßenverkehrs in Deutschland modernisieren und ausbauen
6. Maut für Pkw und Busse verhindern
7. Intermodalität der Verkehrsträger optimieren
8. Kapazitäten an den deutschen Flughäfen bedarfsgerecht ausbauen

9. Wettbewerbsverzerrende Subventionen im Airlinemarkt abbauen
10. Verkehrsträger durch die öffentliche Hand bei den stark gestiegenen Sicherheitskosten entlasten
11. Alleingang bei der Verschärfung der Nachtflugbestimmungen vermeiden
12. EU-Projekt „Single European Sky“ umsetzen
13. Europäischen Alleingang beim „Emission Trading System“ vermeiden
14. Luftverkehrsgerechte Umgebungslärm-Richtlinie anstreben
15. Revision der Handgepäckregelung für Flüssigkeiten im Luftverkehr umsetzen
16. Schienenverkehr in Europa nach deutschem Erfolgsrezept liberalisieren
17. Europäisches Hochgeschwindigkeitsnetz (Trans Net) aufbauen
18. Mineralölsteuersätze in der EU harmonisieren
19. Lenkzeiten im Busgewerbe neu regeln
20. Mehrwertsteuer und Margenbesteuerung innerhalb Europas harmonisieren
21. EU-Standards bei Visaregelungen harmonisieren
22. Revision des EU-Verbraucher-Acquis (Pauschalreise- und Timeshare-Richtlinie) umsetzen
23. Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung im Tourismus garantieren

Aktivitäten des BTW in Deutschland

BTW-ITB-Dinner-Talks

Tourismusgipfel 2006

ITB 2007

Gespräch mit Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel

Arbeitsessen mit Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB

Europäische Tourismuskonferenz

Die Partner des BTW

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

Die BTW-ITB-Dinner-Talks

Touristische Leistungsangebote zählen zu den wichtigsten Standortfaktoren für die regionale Wirtschaftsförderung. Ziel der BTW-ITB-Dinner-Talks ist es, den Dialog zwischen BTW und ITB Berlin/Messe Berlin GmbH auf der einen und den regionalen Tourismuskräften auf der anderen Seite zu fördern. Dabei geht es um eine bessere Zusammenarbeit zwischen touristischen Leistungsträgern, regionalen Vermarktungsorganisationen und den dazugehörigen Komplementärbereichen der Tourismuswirtschaft bis hin zur regionalen Politik.

Der BTW und die Messe Berlin GmbH wollen mit dieser Veranstaltungsserie in ganz Deutschland regionale Dialoge anstoßen. Bisher fanden folgende BTW-ITB-Dinner-Talk-Runden mit aktuellen Themen auf der Tagesordnung statt:

- 5. September 2006 in Düsseldorf

  Kapitän Ulf Wolter, MS Hanseatic, Hapag Lloyd Kreuzfahrten GmbH:
  Traumschiff MS Europa: „Ein Blick hinter die Kulissen“

- 8. November 2005 in München

  Kapitän Hagen Damaschke, MS Europa,
  Hapag Lloyd Kreuzfahrten GmbH: „Die Kreuzfahrt:
  Die Welt des Traumschiffs – ein Blick hinter die Kulissen“

- 12. September 2005 in Frankfurt am Main

  Gerd Hartmann, Vorsitzender der Geschäftsführung,
  AVIS Autovermietung GmbH & Co. KG:
  „Autovermietung: Vom Verleiher zum Verkäufer und zurück“

- 18. Januar 2005 in Köln

  Joachim Hunold, Präsident, ADL Arbeitsgemeinschaft
  Deutscher Luftfahrtunternehmen, jetzt Bundesverband der
  Deutschen Fluggesellschaften (BDF): „Low-Cost-Carrier“

- 9. Februar 2004 in Dresden

  Wolfgang Presinger, Geschäftsführer, Evo Bus:
  „Der Bus – das sicherste Verkehrsmittel“

- 9. Juli 2003 in Stuttgart

  Peter Waldinger, Technischer Geschäftsführer,
  Deutsche Flugsicherung (DFS):
  „Stau am Himmel – wie fliegen wir weiter?“

- 27. Januar 2003 in München

  Georg Fongern, Sprecher, Vereinigung Cockpit:
  „Sicherheit in der Luft – aus der Sicht im Cockpit“

- 30. September 2002 in Frankfurt am Main

  Georg Fongern, Sprecher, Vereinigung Cockpit:
  „Sicherheit in der Luft – aus der Sicht im Cockpit“

- 27. April 2002 in Berlin

  Jürgen Thomas, Mitglied Vorstand, Airbus:
  „A380 – a new way of flying durch neue Konzeption
  und modernste Technologie“

- 21. Januar 2002 in Düsseldorf

  Dr. Rainer Schwarz, Geschäftsführer, Flughafen Düsseldorf GmbH:
  „Präsentation des neuen Terminals am Düsseldorfer Flughafen“

- 22. Oktober 2001 in Hamburg

  Harry Harkimo, Begründer der Hartwall-Arena Helsinki:
  „Tourismusmarketing der Zukunft – die Arena Hamburg“

10. Tourismusgipfel am 6. und 7. November 2006 in Berlin

Am 6. und 7. November 2006 hat der BTW zum zehnten Mal namhafte Repräsentanten der Tourismuswirtschaft und der deutschen Politik sowie der Europäischen Union zum jährlichen Tourismusgipfel in Berlin eingeladen. Wie in den Jahren zuvor trafen 500 Vorstände, Geschäftsführer und Politiker im Berliner Hotel Adlon Kempinski zusammen.

Ein Schwerpunktthema des 10. Tourismusgipfels beschäftigte sich mit den Auswirkungen politischer Entscheidungen auf die Tourismusbranche. Durch Änderungen der Gesundheitspolitik, die Erhöhung der Mehrwertsteuer und die geplante Senkung der Lohnnebenkosten waren politische Themen ein Jahr nach Bildung der Regierung besonders aktuell.

Politik „aus erster Hand". Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel spricht zu den 500 Teilnehmern des Tourismusgipfels 2006.

In einer Podiumsdiskussion wurden von Vertretern der Tourismuswirtschaft die Folgen der sozial-, arbeitsmarkt- und steuerpolitischen Gesetzesvorhaben für die Industrie erörtert. In einer anschließenden parlamentarischen Gesprächsrunde stellten Politiker der vier großen Parteien die wirtschaftspolitischen Herausforderungen bzw. Programme für 2007 aus ihrer Sicht dar.

Ein zweiter Schwerpunkt war der Geschäftsreise-Standort Deutschland. Die ökonomische Bedeutung der Geschäftsreisen in Deutschland ist enorm: Einige hunderttausend Arbeitsplätze in Hotellerie und Gastronomie, bei Verkehrsträgern, Reisebüros und anderen Unternehmen verdanken ihre Existenz den Geschäftsreisen. Der BTW legt daher einen besonderen Fokus auf diese Branche.

Insgesamt 24 führende Repräsentanten aus Wirtschaft und Politik referierten anlässlich des 10. Tourismusgipfels für den BTW. Außer Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel zählten zu den prominenten Rednern – in der Reihenfolge des Programms:

- Michael Rabe, Generalsekretär des BTW
- Stephan Interthal,
  Geschäftsführender Direktor, Hotel Adlon Kempinski Berlin
- Marlene Mortler MdB,
  Vorsitzende, Ausschuss für Tourismus im Deutschen Bundestag
- Klaus Laepple, Präsident des BTW
- Wolfgang Mayrhuber,
  Vorsitzender des Vorstandes, Deutsche Lufthansa AG
- Michael Kirnberger,
  Präsident, Verband Deutsches Reisemanagement (VDR)
- Richard Eberhardt,
  Präsident, RDA Internationaler Bustouristik Verband

- Peter Meyer,
  Präsident, Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC)
- Dr. Rainer Schwarz,
  Vorsitzender der Geschäftsführung Flughafen Düsseldorf GmbH
- Dr. Karl-Friedrich Rausch,
  Mitglied des Konzernvorstandes, Deutsche Bahn AG
- Oliver Graue, Chefredakteur, BizTravel/FVW International
- Ernst Hinsken MdB,
  Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus,
  Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- Ernst Fischer, Präsident, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband)
- Dirk Gerdom, Head of Global Travel Management, SAP AG
- Dr. Christian Göke, Geschäftsführer, Messe Berlin GmbH
- Norbert Fiebig, Mitglied des Vorstandes, REWE Group
- Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband)
- Joachim Hunold, CEO, Air Berlin PLC & Co. Luftverkehrs KG
- Dr. Jochen Martin,
  Hauptgeschäftsführer, Deutscher ReiseVerband (DRV)
- Karl A. Schattmaier,
  Mitglied des Vorstandes, Hotelverband Deutschland (IHA)
- Roland Tichy, Stellv. Chefredakteur, Handelsblatt
- Matthias Berninger MdB, Bündnis 90/Die Grünen
- Dirk Niebel MdB, Generalsekretär, FDP
- Ronald Pofalla MdB, Generalsekretär, CDU
- Dr. Rainer Wend MdB, Wirtschaftspolitischer Sprecher, SPD
- Peter Hauptvogel, Leiter Unternehmenskommunikation,
  Air Berlin PLC & Co. Luftverkehrs KG

BTW-Präsident Klaus Laepple: Mehr Markt wagen!

Der BTW hat an die Bundesregierung und den Deutschen Bundestag appelliert, das Reformtempo deutlich zu erhöhen. In seiner Eröffnungsrede forderte BTW-Präsident Klaus Laepple, vor allem mehr Markt zu wagen. Die deutsche Tourismuswirtschaft habe ein großes Potential für Wachstum und für die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Dafür müsse man aber in der Politik die Voraussetzungen schaffen.

Als „überreguliert" bezeichnete der prominente Repräsentant der Tourismuswirtschaft den Arbeitsmarkt. Auch führten die Eingriffe der Verkehrspolitik zu unnötigen Kapazitätsengpässen und Umweltbelastungen. Die zum Teil unzureichende Qualifizierung der Schulabgänger und die zu geringen Anreize von Hartz IV führten zu Problemen bei der Besetzung von Stellen. Laepple machte deutlich, dass Arbeitssuchende eine Absicherung bräuchten. Noch wichtiger aber sei, ihnen den Weg zurück in eine Beschäftigung zu bahnen.

Der BTW-Präsident appellierte an die Bundesregierung, zur Schaffung neuer Arbeitsplätze den Kündigungsschutz zu lockern und argumentierte, die Tourismuswirtschaft brauche wie vielleicht keine zweite Branche die Möglichkeit, Arbeitsverhältnisse ohne bestimmte Sachgründe zu befristen. Reisen sei nun einmal ein Saisongeschäft. Wirtschaftliche Einflüsse, politische Entwicklungen und

BTW-Präsident Klaus Laepple appelliert an die Politiker: Mehr Markt wagen!

Naturereignisse schlügen schnell auf das Reiseverhalten durch. Das erfordere flexible Strukturen und damit die Möglichkeit, Arbeitsverhältnisse bei Bedarf und mehrfach ohne Sachgrund zu befristen.

Als kontraproduktiv bezeichnete Klaus Laepple das Jugendarbeitsschutzgesetz in dem konkreten Punkt, dass Jugendliche nur bis 22 Uhr arbeiten dürften, auch wenn sie länger arbeiten wollten. Sie würden damit für den Regelbetrieb am Abend ausfallen. Damit sei die Gastronomie gezwungen, volljährige Gymnasiasten minderjährigen Haupt- und Realschülern vorzuziehen. Dies erschwere den Haupt- und Realschülern erheblich den Zugang zum Arbeitsmarkt im Gastgewerbe. Laepple forderte, diesen Fehler zu korrigieren.

Die Steuerpolitik der Großen Koalition beurteilte der BTW-Präsident differenziert. Ein Kompliment sprach Klaus Laepple der Bundesregierung für die Reform der betrieblichen Erbschaftsteuer aus. Den vielen Unternehmen der Tourismusbranche, die vor einem Generationswechsel stehen, werde man hiermit die Sicherung der Zukunft erleichtern.

V. l. n. r.: Dr. Rainer Schwarz, Richard Eberhardt, Dr. Karl-Friedrich Rausch, Peter Meyer, Michael Kirnberger, Oliver Graue

Deutlich kritisierte Laepple eine Erhöhung der Mehrwertsteuer. Er wundere sich, auf wie wenig Gegenrede diese Steuererhöhung stoße. Sie sei eine Konsumbremse und schade der Wirtschaft, nicht nur der Tourismuswirtschaft. Die Reisebranche sei von der Steuererhöhung besonders stark betroffen, da die meisten Leistungen der Branche im Inland dem Regelsteuersatz unterlägen. Laepple nannte die Mehrwertsteuer-Erhöhung eine „Jugendsünde der Großen Koalition". Bei der Verkehrspolitik kritisierte Laepple Warteschleifen und Staus als hausgemacht. Warteschleifen am Himmel seien ökonomisch wie auch ökologisch unhaltbar und ein Skandal. Um Abhilfe zu schaffen, müssten schleunigst Flughäfen ausgebaut und die Flugsicherung neu ausgerichtet werden.

Der BTW-Präsident machte deutlich, dass mit dem Stopp für die Privatisierung der Deutschen Flugsicherung das eigentliche Problem nicht gelöst sei. Die Flugsicherung müsse vielmehr effizienter organisiert werden und vor allem kostengünstiger sowie umweltverträglicher arbeiten können.

V. l. n. r.: Dirk Gerdom, Ernst Fischer, Dr. Christian Göke, Oliver Graue

Ulrich Rüter, Dr. Angela Merkel, Klaus Laepple

Norbert Fiebig

Dr. Michael Frenzel, Thomas Holtrop, Robert Salzl

Wolfgang Mayrhuber

V. l. n. r.: Ernst Hinsken MdB, Marlene Mortler MdB, Klaus Laepple, Klaus-Heiner Lehne

Michael Rabe

Klaus Laepple, Michael Rabe

Ernst Burgbacher MdB, Robert Salzl, Klaus Laepple

Petra Hedorfer, Klaus Brähmig MdB

V. l. n. r.: Brunhilde Irber MdB, Klaus Laepple, Dr. Susanne Kastner MdB, Ernst Fischer

V. l. n. r.: Karl A. Schattmeier, Ingrid Hartges, Roland Tichy, Joachim Hunold, Dr. Jochen Martin

Die Tourismuswirtschaft sei sich ihrer besonderen Verantwortung für den Klimaschutz bewusst. Laepple betonte allerdings, dass Deutschland und Europa allein keine Gletscher retten könnten. Auch die Politik trage eine große Verantwortung, die Staatengemeinschaft für den Klimaschutz zu gewinnen. Laepple forderte dazu auf, technische Innovationen zur Reduktion des Energieverbrauchs und Schadstoffausstoßes besonders zu fördern und zu forcieren.

Im Interesse der Menschen müssten der wachsende Wunsch nach Mobilität, der steigende Bedarf an Transportkapazitäten und die Notwendigkeit der Schadstoffreduktion in ein schlüssiges Konzept gebracht werden. Der BTW-Präsident warnte vor nationalen und europäischen Sonderabgaben, da sie nur zu Wettbewerbsverzerrungen gegenüber internationalen Mitbewerbern führten. Damit würden genau die Fluggesellschaften aus dem Markt katapultiert, die sich bereits heute am aktivsten für Schadstoffreduktion einsetzen. Das aber könne nicht das Ziel einer weitsichtigen und verantwortungsbewussten Politik sein. Laepple forderte die Bundesregierung und die Landes-

V. l. n. r.: Matthias Berninger, Dr. Rainer Wend, Roland Tichy, Ronald Pofalla, Dirk Niebel MdB

regierungen zudem auf, aktiv die Ursachen der Autobahnstaus so weit wie möglich zu beseitigen. Die Staus seien auch das Ergebnis der Ballung der Schulferien der einzelnen Bundesländer. Laepple wiederholte seine mehrfachen Mahnungen und Appelle, die Sommerferien weiter zu entzerren. Unbedingt verbessert werden müsse auch das „Baustellen-Management", um zu den Zeiten maximalen Verkehrsaufkommens nicht noch zusätzliche Engpässe zu schaffen.

Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, die im Rahmen des Tourismusgipfels sprach, forderte der BTW-Präsident auf, beim Thema Autobahnfinanzierung für Klarheit zu sorgen. Die deutsche Tourismuswirtschaft lehne eine Pkw-Maut strikt ab, Kfz- und Mineralölsteuer reichten aus, das Geld müsse nur richtig eingesetzt werden.

Innovationspreis 2006 der Deutschen Tourismuswirtschaft an die Europäische Reiseversicherung AG

Der Innovationspreis der Deutschen Tourismuswirtschaft 2006 wurde an die Europäische Reiseversicherung AG verliehen. Der BTW würdigte damit die kontinuierliche Innovationskraft, mit der sich der international tätige Münchner Versicherungskonzern immer wieder von neuem auf das sich verändernde Reiseverhalten von Touristen und Geschäftsreisenden eingestellt habe.

BTW-Präsident Klaus Laepple überreichte den Preis im Rahmen des 10. Tourismusgipfels im Hotel Adlon Kempinski Berlin an den Vorstandsvorsitzenden der Europäischen Reiseversicherung AG, Wolfgang Diels. In seiner Laudatio würdigte der BTW-Präsident, dass die Europäische Reiseversicherung AG im Laufe ihrer 99-jährigen Geschichte eine Vielzahl an Versicherungen, Serviceleistungen und Vertriebskonzepten in den Markt eingeführt habe. Besonders falle auf, dass das Unternehmen seine Leistungen kontinuierlich proaktiv am sich verändernden Buchungs- und Reiseverhalten ausgerichtet habe.

Klaus Laepple, Wolfgang Diels

Zu den Innovationen der Europäischen Reiseversicherung zählen die Erfindung der Reisegepäck-Versicherung in Europa, die Reiseversicherung für Flugreisen, das „Rundum-Sorglos-Paket" als Kombination unterschiedlicher Reiseversicherungen, der eigene Informationsdienst für Sicherheits- und Gesundheitsinformationen, die Geschäftsreise-Versicherung, die Incoming-Versicherung für Deutschland-Besucher aus dem Ausland, die Eintrittskarten-Versicherung sowie das Reiseschutz-Paket für Schülerreisen. Gerade vor dem Hintergrund unvorhersehbarer Risiken, die sich aus Gesundheitsgefahren, aus Naturereignissen und aus politischen Entwicklungen ergeben können, sei eine vorausschauende Vorsorge sowohl für Touristen als auch für Geschäftsreisende von elementarer Bedeutung, so Laepple. Die Reisebranche könne die Reisenden nicht vor allen Gefahren bewahren, aber man könne den Reiseweltmeistern aus Deutschland zeigen, wie man bestmöglich für Notlagen Vorsorge treffen könne. Dies habe die EUROPÄISCHE über 99 Jahre hinweg bewiesen.

„Gemeinsam für Europa“ – Gespräch mit Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel am 6. Dezember 2006 in Berlin

„Gemeinsam für Europa“ – unter diesem Generalthema stand ein Gespräch zwischen Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel sowie den Bundesministern Franz Müntefering, Dr. Frank-Walter Steinmeier, Michael Glos MdB und Dr. Thomas de Maizière am 6. Dezember 2006 mit Vertreterinnen und Vertretern der Bürgergesellschaft in Berlin. Dabei ging es um die Frage, wie man anlässlich der deutschen EU-Ratspräsidentschaft auch optimal für Europa werben könne. Seitens der Tourismuswirtschaft nahm BTW-Präsident Klaus Laepple an dem Austausch teil und markierte die Position der Tourismuswirtschaft.

Im Mittelpunkt des Diskussionsbeitrags der Bundeskanzlerin standen vier Thesen:

1. „Die Bürgerinnen und Bürger in unserem Land wissen zu wenig über die Europäische Union. Wir haben mit Hilfe von Befragungsinstituten herausgefunden, dass 85 Prozent der befragten Deutschen vor etwa drei Wochen noch gar nicht wussten, dass Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft innehaben wird. Das heißt, wir müssen den Bürgern Europa näher bringen.

2. Die Jugendlichen sind unsere Verbündeten. Das richtet sich nicht gegen andere Gruppen, aber ich meine, gerade die jungen Menschen werden in ihrer Lebensperspektive in umfassender Weise von den Möglichkeiten Europas profitieren können. Ich glaube, viele Themen, vor deren Bewältigung wir international stehen – Friedenssicherung,

Europadialog mit Vertretern der Bürgergesellschaft am 6. Dezember 2006

Gestaltung der Globalisierung, Klimaschutz, also Fragen der nachhaltigen Entwicklung, sind auch Themen, die junge Leute in besonderer Weise ansprechen und aus denen hervorgeht, dass Europa natürlich eine Zukunftsaufgabe ist.

3. Viele Vorteile, die die Europäische Union mit sich bringt, sind so selbstverständlich geworden, dass sie gar nicht mehr ins Auge fallen – ob es nun die Zugehörigkeit zum Schengen-Verbund ist oder ob es die Vorteile des Euro sind. Wir wissen aus anderen Erfahrungen, wie schnell auch wieder Vorurteile entstehen. Das ist nicht gleich mit breiter Gewalt gleichzusetzen. Aber Fremdenfeindlichkeit ist ein Thema, ebenso Abschottung und Protektionismus. Kurzum: all das, was angesichts einer offenen Welt eine Rolle spielt. Europa steht vor riesigen Herausforderungen und deshalb sollten wir uns das auch immer wieder vergegenwärtigen.

4. Ohne Bürgergesellschaft wird die Politik den Bürgerinnen und Bürgern das Thema Europa nicht vermitteln können. Das heißt, wenn die Multiplikatoren in unserem Land die Chancen Europas nicht sehen, dann wird das auch nicht gelingen. Insofern müssen die wichtigen Leute in dieser Gesellschaft – die Multiplikatoren, die sich gesamtgesellschaftlich engagieren – auch gut über Europa sprechen. Es nutzt nichts, wenn man sagt „Europa ist eine prima Sache“ und im zweiten Teil der Rede, der 90 Prozent umfasst, darauf hinweist, was alles nicht richtig klappt.

„Wir haben uns als Bundesregierung das Motto gegeben ‚Europa gelingt gemeinsam‘. Es war nicht nur ein guter politischer Vorsatz, dass das in der Großen Koalition gelingt, und nicht nur im Hinblick auf die anderen Mitgliedstaaten gedacht, von denen wir hoffen, dass sie bei manchem unserer Projekte mitziehen werden, sondern das war auch im Hinblick auf die Gesellschaft gedacht.“, so Merkel.

Arbeitsessen mit Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB am 16. Januar 2007 in Berlin

Bei einem Spitzentreffen mit Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB und dem Tourismusbeauftragten der Bundesregierung, Ernst Hinsken MdB, hat der BTW seine tourismuspolitischen Vorstellungen und Forderungen zum Ausdruck gebracht.

BTW-Präsident Klaus Laepple forderte im Beisein hochrangiger Vertreter der Tourismuswirtschaft die Einbeziehung aller Fluggesellschaften in das von der EU-Kommission geplante Emissionshandelssystems für CO_2-Abgase des Luftverkehrs (ETS). Dieser Handel soll nach den Vorstellungen der EU-Kommission ab 2011 erst nur für innereuropäische Flüge und ab 2012 für alle Flüge von und nach Europa gelten.

Bei dem Treffen forderte Laepple den Bundeswirtschaftsminister auch auf, die Aufhebung der Katalogpreisbindung zu unterstützen. Bei Pauschalreisen sei der Reiseveranstalter für vier Monate an die veröffentlichten Preise gebunden, während die Einzelleistungen täglich neu veröffentlicht werden könnten. Es sei wichtig, dass die Reisebüros Zugang zu tagesaktuellen Preisen bekämen.

V. l. n. r.: Michael Rabe, Rainer Klink, Dr. Jochen Martin, Michael Kirnberger, André Witschi, Dr. Volker Böttcher, Ingrid Hartges, Thomas Hailer, Thomas Kropp, Ernst Hinsken MdB, Ulrich Rüter, Klaus Laepple, Richard Eberhardt, Michael Glos MdB, Christoph Blume, Jürgen Büchy, Dr. Michael Kerkloh, Robert Salzl, Dietrich von Albedyll, Wolfgang Diels, Petra Hedorfer, Dr. Michael Frenzel, Dr. Eckhard Franz, Tobias Jüngert, Dr. Peter Fankhauser, Joachim Hunold

Michael Glos MdB, Michael Rabe

Ulrich Rüter, Michael Glos MdB

Ernst Hinsken MdB, Dr. Michael Frenzel, Dietrich von Albedyll

Klaus Laepple, Tobias Jüngert

Zu den weiteren tourismuspolitischen Forderungen zählt der Abbau von Bürokratie. Der BTW bemängelt dabei, dass der Ausbau notwendiger Infrastrukturen für den Luftverkehr in Deutschland durch zu lange Planungs- und Genehmigungszeiten erheblich behindert werde. Die Wirtschaftsräume Deutschlands müssten optimal an globale Passagier- und Warenströme angebunden sein. Das Rückgrat bildeten dabei starke internationale Verkehrsdrehscheiben wie Frankfurt am Main oder München. Generell wurde bemängelt, dass viele Gesetzgebungsinitiativen zu sehr ins Detail gingen und nur unzureichend auf ihre wirtschaftlichen Auswirkungen hin untersucht würden. Gerade im Sektor Mobilität sei die Tendenz zur Überregulierung festzustellen. Auch Bundeswirtschaftsminister Glos brachte bei dem Spitzentreffen klar zum Ausdruck, dass eine stärkere Belastung des Flugverkehrs in Deutschland dem Luftverkehrsstandort und damit dem Wirtschaftsstandort Deutschland schade.

Petra Hedorfer, Dr. Eckhard Franz

Die diskutierte Einführung einer Pkw-Maut auf bundesdeutschen Autobahnen lehnt der BTW ab. Insbesondere bei Tagesausflüglern würde dies zu einem erheblichen Rückgang touristischer Aktivitäten führen. Umsatzeinbrüche im Gastgewerbe und bei den tourismusnahen Wirtschaftsbereichen wären das Ergebnis – ganz zu schweigen von der Beeinträchtigung der Erho-

lung und damit Lebensqualität zahlreicher Menschen. Besonders betroffen wäre auch die Busbranche. Die besondere Umweltfreundlichkeit des Reisebusses sowie die verkehrsentlastende Wirkung von Busreisen würden damit konterkariert.

Laepple lobte in dem Gespräch die herausragende Arbeit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), die mit ihrer Kampagne maßgeblich für ein positives Image des Reiselands Deutschland zur Fußball-WM und der erfreulichen Entwicklung der Besucherzahlen aus dem Ausland beigetragen habe.

Eine Studie der DZT zeige weitere Wachstumschancen im Incoming für den Deutschland-Tourismus bis 2015 auf dann 61 Millionen Übernachtungen pro Jahr aus dem Ausland. Dies würde zusätzliche Steuereinnahmen von kumuliert 5,4 Milliarden Euro nach sich ziehen.

Der DZT-Etat von derzeit 25 Millionen Euro liege im europäischen Vergleich im unteren Drittel und müsse mittelfristig um 20 Prozent erhöht werden.

Hohe Auszeichnung für Klaus Laepple

Anlässlich des Spitzentreffens wurde der Präsident des BTW und des DRV, Klaus Laepple, mit dem Verdienstkreuz der Bundesrepublik Deutschland für sein persönliches und ehrenamtliches Engagement ausgezeichnet.

Die Ehrung seitens des Bundespräsidenten für die außerordentlichen Leistungen des 67-Jährigen wurde von Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB überreicht, der auch die Laudatio während eines festlichen Empfangs in Berlin im Beisein zahlreicher prominenter Branchenvertreter hielt.

Michael Glos MdB, Klaus Laepple

Laepple habe die Tourismusbranche nachhaltig und im besten Sinne mitgeprägt, zur Völkerverständigung beigetragen und Arbeitsplätze gesichert, zitierte Glos aus der Begründung des Bundespräsidenten. Nicht zuletzt durch seinen Einsatz habe sich der Stellenwert der Tourismusbranche in der Wirtschaft wesentlich und erkennbar verbessert.

Klaus Laepple mache seit Jahren mit hohem Einsatz die gesellschafts- und volkswirtschaftliche Bedeutung dieses wichtigen Dienstleistungszweiges deutlich. Als Unternehmer beweise er zudem Mut und Weitsicht und trete als Mitgestalter in Wirtschaft und Gesellschaft auf. Glos hob besonders das soziale Engagement von Laepple hervor, da er sich beispielhaft auch für die Nachwuchsförderung einsetze – unter anderem als Vorstand der Otto Benecke Stiftung.

Der BTW- und DRV-Präsident, der zugleich auch Vorsitzender des Verwaltungsrates der DZT ist, nahm die Auszeichnung nach eigenen Worten „stellvertretend für die gesamte Branche“ an.

Die ITB vom 7. bis 11. März 2007 in Berlin

ITB ist die weltweite Leitmesse

Die ITB Berlin ist heute das internationale Drehkreuz der Branche und hat im Jahr 2007 mit über 177.000 Besuchern, davon über 108.000 Fachbesucher, alle Vorjahresergebnisse übertroffen.

Das große Interesse zeigt, dass der persönliche Kontakt zum Kunden wichtiger ist denn je. Die Begegnungen der Menschen untereinander und das Kennenlernen fremder Länder und Kulturen werden trotz der zunehmenden digitalen Vernetzung in der Kommunikation nicht an Stellenwert verlieren. Schwerpunktthemen der ITB waren:

- Kongress Trends & Innovation
- ITB Future Day: „Klimawandel"
- Hospitality Day: „Mittelmeer contra Alpen"
- Aviation Day: „Wandel im Luftverkehr"
- Messesonntag im Zeichen des Weltraumtourismus

Darüber hinaus informierte die Messe über Reisetrends, beschäftigte sich mit Geschäftsreisekosten im Fokus der Business Travel Days und verzeichnetet einen Zuwachs bei jungen, innovativen Messesegmenten.

Deutschland war auch 2006 wieder Reiseweltmeister

Das vergangene Jahr verlief für die deutsche Tourismusbranche positiv. Der gesamte Markt verzeichnet ein Umsatzplus von zwei Prozent – trotz der anhaltenden Terrorgefahr und anderen Ereignissen in der Welt. Reiseweltmeister 2006 waren wieder die Deutschen: Sie gaben 60,5 Milliarden Euro weltweit für Reisen aus, so viel wie kein anderes Land. Im Vorjahr waren es 58,2 Milliarden Euro.

Nicht verändert hat sich die Aufteilung der Verkehrsmittel, mit denen die Deutschen in ihren Urlaub ab fünf Tagen Reisedauer starten.

Für über die Hälfte (53 Prozent) aller Reisen wird das Auto genutzt, für rund ein Drittel (32 Prozent) das Flugzeug und für sieben Prozent der Reisen der Bus. Der Anteil der Bahn beträgt sechs Prozent.

Mehr Gäste und Passagiere im Inland

Die Tourismuswirtschaft blickt gerade auch für das Inland auf ein gutes Jahr zurück. In fast allen Segmenten stieg die Anzahl der Besucher und Passagiere:

- Die Deutsche Bahn transportierte 60 Millionen Gäste mehr als im Jahr zuvor und damit insgesamt über 1,8 Milliarden Reisende.
- Rund neun Millionen Fluggäste mehr starteten oder landeten auf den deutschen Flughäfen. Damit erhöhte sich die Gesamtzahl der Fluggäste auf 173 Millionen.
- Die inländischen Fluggesellschaften berichten unisono vom Aufwind bei den Passagierzahlen.
- Die Zahl der Übernachtungen der Deutschen im Inland stieg um 2,5 Millionen auf 298,5 Millionen.
- Kreuzfahrten auf den Weltmeeren erfreuten sich ebenfalls steigender Beliebtheit. Der seit einigen Jahren anhaltende Boom hat sich auch 2006 fortgesetzt, Umsätze und Passagierzahl sind weiter kräftig gestiegen.

Der Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter erhöhte sich zusammen mit der Vermittlung von Versicherungen, Mietwagen,

Ausflugsangeboten und weiteren Einzelleistungen auf 19,6 Milliarden Euro. Dabei hat sich nach Angaben der Anbieter die Ertragslage nochmals wesentlich verbessert.

Reiseland Deutschland erlebt Boom

Deutschland bekam aufgrund der Fußball-WM ein großes Stück vom Boom ab. Die Weltmeisterschaft war tatsächlich das erhoffte Highlight. Sie hat den zusätzlichen Schub für das Image und die touristische Nachfrage in Deutschland gebracht.

Einen wesentlichen Beitrag dazu hat auch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) geleistet. Die Tourismusmarketing-Organisation hat speziell im Inland mit der Umsetzung der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne maßgebliche Impulse gesetzt.

Im Ausland hat sie durch das Marketing rund um die Fußball-WM Begeisterung für das Reiseland Deutschland geschaffen. Das zeigen Umfragen bei den Besuchern ganz deutlich. 95 Prozent der im Auftrag der DZT befragten internationalen WM-Besucher empfanden die Deutschen als überwiegend herzlich. Zu 88 Prozent werden sie Deutschland als Reiseland weiterempfehlen.

So wird Deutschland bei den Besucherzahlen an das bisherige Rekordjahr anknüpfen können. Denn laut der Berechnungen des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2006 fast 53 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland in Deutschland gezählt – so viele wie noch nie.

Im Vergleich zum Jahr 2005 entspricht dies einem Wachstum von zehn Prozent. Besonders aus europäischen Ländern kamen mehr Besucher als bislang. Hier vor allem aus Großbritannien, Dänemark, den Niederlanden, Frankreich, Belgien und Italien.

Mehr Geld für Deutschlandmarketing

Es ist unerlässlich, dass die finanziellen Zuwendungen der Bundesregierung an die DZT nicht nur erhalten bleiben, sondern spürbar erhöht werden. Für diese Anhebung setzt sich beharrlich vor allem der BTW ein, zumal eine weitere Präsenz der DZT in wichtigen Auslandsmärkten auch politisch immer wieder angemahnt wird. Zudem erhalten bei Deutschlands europäischen Nachbarn die Tourismus-Organisationen wesentlich höhere Zuschüsse. Eine Anhebung der Zuwendungen ist daher eine höchst effiziente Investition in das Zielland Deutschland.

Die deutsche Wirtschaft gibt wieder mehr für Geschäftsreisen aus

Hervorzuheben ist die Entwicklung des Geschäftsreise-Markts, da dieser einen wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung in der Tourismusindustrie leistet. Das Volumen der Geschäftsreise-Ausgaben hat wieder zugenommen – obwohl die deutschen Unternehmen weiterhin gezwungen sind, bei den Reisekosten zu sparen.

So sank nach den Berechnungen der Geschäftsreise-Analyse 2006 des Verbandes Deutsches Reisemanagement (VDR) zwar die Anzahl der Dienstreisen, aber die Geschäftsreisenden gaben dafür mehr aus und übernachteten auch häufiger. Besonders stark gestiegen sind die Ausgaben mittelständischer Betriebe. Nach der verfügbaren Zahl für das Jahr 2005 unternahmen die deutschen Firmen 150 Millionen Geschäftsreisen und damit vier Millionen mehr als im Jahr 2004. Dafür gab die Wirtschaft insgesamt über 46 Milliarden Euro aus. Das ist ein Anstieg um fünf Prozent.

Klimaschutz verlangt globale Lösungen

Für den Tourismus ist eine intakte Umwelt unverzichtbar. Darum begrüßt die deutsche Tourismuswirtschaft die Bemühungen zur Reduzierung des Treibhausgas-Ausstoßes.

Doch die Pläne der EU-Kommission, vorerst nur EU-Fluggesellschaften in den Emissionshandel für den Kohlendioxid-Ausstoß einzubeziehen, lehnt die Tourismuswirtschaft ab.

Es darf keine Wettbewerbsverzerrung durch Insellösungen einzelner Staatengemeinschaften geben. Erderwärmung und CO_2-Belastung sind globale Probleme, die eine globale Antwort benötigen. Daher dürfen Umweltabgaben nicht nur für EU-Fluggesellschaften gelten.

Die EU-Ratspräsidentschaft Deutschlands ist die einmalige Gelegenheit, das Thema dort zu platzieren, wo es hingehört – nämlich auf die internationale Ebene. Nur dort kann effektiver Klimaschutz – vor allem im weltumspannenden Luftverkehr – angesiedelt sein. Zudem ist für die Tourismuswirtschaft absolut inakzeptabel, dass die Zuwachsraten im Luftverkehr nicht in die Berechnungen für den Emissionshandel einbezogen werden. Die Basis für die Ausstoßberechnungen kann nicht in weit zurückliegenden Jahren liegen, sondern muss das Wachstum im nächsten Jahrzehnt auf jeden Fall mit berücksichtigen.

Aus Sicht der Tourismuswirtschaft machen zudem die geplanten Entgelte für das Einfahren von Personenkraftwagen in die Innenstädte keinen Sinn, da sie nicht wirklich zur Entlastung der Verkehrsströme beitragen. Diese Pkw-Maut wird außerdem den Binnentourismus schwächen und zu spürbaren finanziellen Belastungen der Bürger führen.

Die Bundesregierung ist gefordert, die Infrastruktur für das Straßennetz und das Baustellen-Management zu optimieren, damit es nicht zu unnötigen Umweltbelastungen durch Staus kommt. Im Schienen-Fernverkehr unterstützt die deutsche Tourismuswirtschaft die Liberalisierung des Europa-Verkehrs.

Europäische Tourismusministerkonferenz am 15. und 16. Mai 2007 in Berlin

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Michael Glos MdB, hat am 15. Mai 2007 im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft die Europäische Tourismuskonferenz in Berlin eröffnet. Auf der vom Tourismusbeauftragten der Bundesregierung, Ernst Hinsken MdB, initiierten und von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) organisierten Veranstaltung nahmen über 500 internationale Gäste aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft teil.

Verschiedene Foren und Expertenrunden setzten sich mit Geschäftstourismus, Städtekooperationen – besonders unter dem Aspekt der grenzüberschreitenden Vermarktung von Kunst und Kultur – sowie den Auswirkungen des demografischen Wandels auf den Tourismus in Europa auseinander.

Unter der Headline „Tourismus – Wachstumsmotor der Zukunft" wurden vier besonders wichtige Wachstumssegmente der Tourismusbranche thematisiert:

1. Die Bedeutung von großen Sportereignissen als Imageträger für den Tourismus
2. Städtekooperationen und die grenzenlose Vermarktung von Kunst und Kultur
3. Geschäftstourismus – Wachstumspotentiale in Europa
4. Der demografische Wandel als Chance für die europäische Tourismusindustrie

Auch das Thema „Tourismus im Kontext des Klimawandels" spielte eine wichtige Rolle.

Im Rahmen der Europäischen Tourismuskonferenz, die mit einer halbtägigen Fachkonferenz unter Leitung von Bundesminister Michael Glos MdB und Ernst Hinsken MdB begann, kamen in

Potsdam die 27 EU-Mitgliedstaaten zu einem informellen Ministertreffen zusammen. Für die EU-Kommission war die bulgarische EU-Kommissarin für Verbraucherschutz Meglena Kuneva angereist.

Glos machte deutlich, dass Tourismus ein besonders dynamischer Dienstleistungssektor ist. Die richtigen Weichen müssten gestellt werden, damit Tourismus auch in Zukunft floriere – in Deutschland ebenso wie in Europa. Die Europäische Tourismuskonferenz war Teil des Programms der Bundesregierung zur EU-Ratspräsidentschaft. Die Veranstaltung sollte die Bedeutung des Tourismus für Wachstum und Beschäftigung in Europa deutlich machen und dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft weiter zu stärken.

Das Treffen der Tourismusminister stand unter dem Generalthema „Europa als Reiseregion im internationalen Wettbewerb". Ernst Hinsken, der die Sitzung moderierte, betonte, dass Europa mit einem Anteil am globalen Reiseaufkommen von 54 Prozent weltweit die Tourismusregion Nummer 1 sei. Man dürfe sich allerdings nicht auf den Lorbeeren ausruhen. Die Rahmenbedingungen für den Tourismus müssten ständig weiterentwickelt und verbessert werden.

Vorträge der Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton zur Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusstandorten sowie der Pazifisch-Asiatischen Tourismusorganisation PATA sorgten für lebhafte Diskussionen unter den Ministern und Delegierten.

Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB machte deutlich, dass Deutschland fast die Hälfte des Unesco-Weltkultur- und Weltnaturerbes besitze und es eine einzigartige Vielfalt von Kulturen und Landschaften auf engstem Raum gebe. Mit geeigneten Strategien lasse sich dieser Reichtum in Wachstum und Beschäftigung ummünzen. Nach Ansicht von Glos sei es gelungen, Denkanstöße zu geben, wie Europa seine Stärken im Tourismus weiter ausbauen könne.

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Bundesregierung

Interessen auf allen Ebenen vertreten

Das Engagement für vernünftige Rahmen- und Standortbedingungen der Tourismuswirtschaft ist eine Säule der BTW-Arbeit. Auf allen politischen und administrativen Ebenen setzt sich der BTW für die Belange der Branche ein.

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

Wichtiger Wirtschaftsfaktor – mittelständisch geprägt

Der Tourismus hat als Wirtschaftsfaktor in Deutschland große Bedeutung. Dies ist der Grund für die enge Zusammenarbeit von Bundesregierung und Tourismuswirtschaft. Eine Besonderheit liegt in der Heterogenität des Wirtschaftszweiges: Die Tourismuswirtschaft ist eine klassische „Querschnittsindustrie". Reiseveranstalter und Reisemittler, Hotels und Gaststätten, Campinganbieter, Sport- und Freizeitparks, Verkehrsbetriebe wie Fluglinien, Reedereien, Bahnen und Busunternehmen zählen ebenso dazu wie Teile des Einzelhandels und andere Wirtschaftszweige, die mittelbar vom Tourismus profitieren. Darunter sind auch Automobil-, Sportbekleidungs- und Sportgeräte-Industrie.

Abgesehen von wenigen so genannten integrierten Tourismuskonzernen ist die deutsche Tourismusindustrie mit ihren rund 190.000 Restaurants und Gaststätten sowie 55.000 Hotels und

Pensionen, knapp 20.000 Reiseunternehmen und 6.000 Busunternehmen überwiegend mittelständisch geprägt.

Zukunftsbranche und „Schwergewicht" der Volkswirtschaft

Die Tourismuswirtschaft zählt wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig zu den Zukunftsbranchen mit besonderen Wachstumschancen. Tourismuspolitik ist somit zu Recht integraler Bestandteil der Wirtschaftspolitik der Bundesregierung. Die Federführung liegt beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Als Querschnittsaufgabe berühren viele Einzelfragen jedoch auch Zuständigkeitsbereiche anderer Ressorts – unter anderem:

- Auswärtiges Amt (AA)
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
- Bundesministerium der Finanzen (BMF)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)

Partner Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Nach der Bundestagswahl 2005 wurde das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit zum Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Bundesminister für Wirtschaft und Technologie wurde Michael Glos MdB.

Für Abstimmungsprozesse zwischen Bund und Ländern, zur gegenseitigen Unterrichtung und zur Koordinierung tourismuspolitischer Aktivitäten gibt es den „Bund-Länder-Ausschuss Tourismus“, in dem das BMWi und die für Tourismus zuständigen Ministerien der Bundesländer vertreten sind.

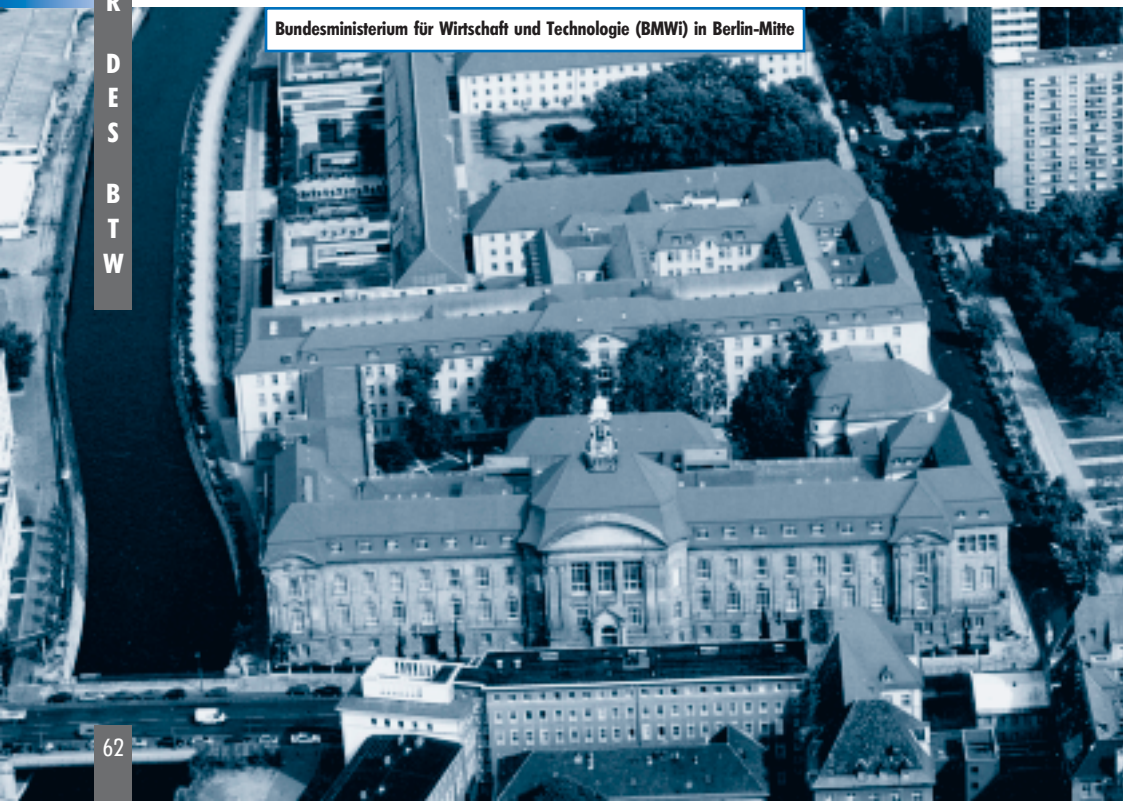
Das BMWi berichtet regelmäßig dem Ausschuss für Tourismus im Deutschen Bundestag über die Tourismuspolitik der Bundesregierung und gibt Auskunft auch bei diversen parlamentarischen Anfragen.

Das BMWi als Ansprechpartner

- setzt sich ein für eine weitere Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft
- fördert touristische Projekte in strukturschwachen Regionen (Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur; Durchführung durch Bundesländer)
- fördert unter anderem Existenzgründungen in der Tourismuswirtschaft (ERP-Programm)
- finanziert zum großen Teil (rund 72 Prozent) die Werbung für Deutschland als Reiseziel durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
- hilft, die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu stärken, zum Beispiel indem es über das „Kompetenzzentrum E-Business Touristik“ (KET) kleine und mittelständische

Reisebüros an den elektronischen Geschäftsverkehr heranführt oder Maßnahmen und Modellprojekte zugunsten von Qualität und Nachhaltigkeit im Tourismus anstößt und finanziert, wie Projekte zum Fahrrad-, Wander- und Wassertourismus, zum barrierefreien Tourismus oder Qualifizierungsmaßnahmen

- wirkt mit an Strategien zur touristischen Umsetzung von Großereignissen wie Fußball-WM 2006
- hilft bei der Erschließung neuer (Quell-)Märkte im Ausland, wie derzeit VR China und Osteuropa
- wirkt mit an der Erhöhung der Sicherheit für deutsche Touristen im internationalen Reiseverkehr



Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) in Berlin-Mitte

- setzt sich für Chancengleichheit für deutsche Touristikunternehmen auf ausländischen Märkten und gegen Wettbewerbsverzerrungen ein
- berät die EU-Kommission in tourismuspolitischen Fragen
- gestaltet im Rahmen der Welttourismusorganisation (UNWTO) sowie der OECD globale tourismuspolitische Strategien und Empfehlungen und setzt sich für die Umsetzung des Global Code of Ethics for Tourism der UNWTO ein
- übernimmt Koordinations- und Moderationsaufgaben in der Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern
- berichtet regelmäßig an den Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages

Tourismusbeirat beim BMWi neu berufen

Im Beisein von Bundeswirtschaftsminister Michael Glos MdB hat sich der Beirat für Fragen des Tourismus beim BMWi in Berlin neu konstituiert. Ihm gehören jetzt 31 Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften, den kommunalen Spitzenverbänden und den Tourismusverbänden an, unter ihnen die Vorsitzende Marlene Mortler MdB und die Obleute des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages.

Den Vorsitz führt der Beauftragte der Bundesregierung für Tourismus, Ernst Hinsken MdB. Der neue Beirat wird einen regelmäßigen Dialog über tourismuspolitische Fragen führen, um weitere Potentiale für Wachstum und Beschäftigung zu erschließen. Aufgabe der Mitglieder bei diesem „Interessen-Clearing“ ist es, den Bundesminister für Wirtschaft und Technologie zu beraten und durch gutachterliche Stellungnahme zu unterstützen.

Partner Auswärtiges Amt (AA)

Pflege und Förderung der auswärtigen Beziehungen

Das Auswärtige Amt ist zuständig für die Pflege der Beziehungen zu anderen Staaten sowie zu den zwischen- und überstaatlichen Organisationen. Diese Aufgabe ist nach Art. 32 Grundgesetz Sache des Bundes. Kompetenz, Auftrag, Aufgaben, Organisation und Arbeitsweise des Auswärtigen Dienstes sowie die auslandsspezifischen Rechtsverhältnisse der Beschäftigten und ihrer Familien sind in dem Gesetz über den Auswärtigen Dienst vom 30. August 1990 geregelt.

Zur Pflege und Förderung der auswärtigen Beziehungen gehören unter anderem folgende Felder:

- Politik
- Wirtschaft
- Kultur
- Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- Wissenschaft und Technologie
- Entwicklungszusammenarbeit
- Konsular- und Völkerrecht
- Umwelt und Soziales

Angesichts aktueller Entwicklungen sieht sich der Auswärtige Dienst ständig vor neuen Aufgaben etwa bei der Konfliktprävention, der Nord-Süd-Zusammenarbeit und der Zusammenarbeit mit den Transformationsländern in Mittel- und Osteuropa. Von wachsender Bedeutung ist die Mitarbeit in der Europäischen Union und internationalen Organisationen wie den Vereinten Nationen, der NATO oder der OSZE.

Auslandsvertretungen – Deutschlands „Augen, Ohren und Stimme“

Der Auswärtige Dienst vertritt die Interessen Deutschlands, fördert den internationalen Austausch und leistet Deutschen im Ausland

Auswärtiges Amt (AA) in Berlin-Mitte

Schutz und Hilfe. Das Auswärtige Amt (AA) in Berlin ist die zentrale Schaltstelle der deutschen Diplomatie, in der außenpolitische Analysen und Konzeptionen sowie konkrete Handlungsanweisungen für die deutschen Auslandsvertretungen erarbeitet werden.

Die Auslandsvertretungen können als „Augen, Ohren und Stimme“ Deutschlands bezeichnet werden. Sie vertreten den Staat, wahren seine Interessen und schützen deutsche Bürgerinnen und Bürger im jeweiligen Gastland.

Der Bundesminister des Auswärtigen wird von Staatsministern und Staatssekretären unterstützt. Täglich findet unter Vorsitz der Staatssekretäre die „Direktoren-Runde“ mit allen Abteilungsleitern des AA statt.

Hier werden die aktuellen Entwicklungen in der Welt und die daraus zu ziehenden operativen Konsequenzen erörtert.

Wertvolle Sicherheitshinweise und Reisewarnungen

Für die deutsche Tourismusbranche spielen die vom AA herausgegebenen Länder- und Reiseinformationen eine entscheidende Rolle. Mit den Sicherheitshinweisen und Reisewarnungen hilft das Auswärtige Amt nicht nur deutschen Touristen bei ihrer Reiseentscheidung, sondern unterstützt auch die Reiseveranstalter bei der Planung und Gestaltung ihrer Reiseangebote in fremde Länder.

Liegt für ein Land eine Reisewarnung des AA vor, weil dort ein „erhöhtes Risiko" für Touristen besteht, sind die Reiseveranstalter gehalten, ihre Kunden entsprechend zu informieren und ihnen gegebenenfalls den Rücktritt von der Reise in dieses Land bzw. eine Umbuchung kostenfrei zu ermöglichen. In besonders bedrohlichen Fällen ruft das AA seinen Krisenstab zu teilweise täglichen Sitzungen zusammen.

Partner Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Die Innovationskraft Deutschlands zu stärken, zukunftsfähige Arbeitsplätze zu schaffen und die Qualität der Bildung zu erhöhen, das sind die Ziele des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).

Das BMBF ist nicht nur Geldgeber, sondern auch Partner in der deutschen Bildungs- und Forschungslandschaft. Es stellt allein oder zusammen mit den Bundesländern Mittel für verschiedene Einrichtungen zur Verfügung. Die Finanzierung umfasst auch Einrichtungen wie das Bundesinstitut für Berufliche Bildung (BIBB) in Bonn. Das BMBF wirkt aktiv in Aufsichtsräten oder als Mitglied dieser Einrichtungen mit.

Die Aufgaben des BMBF

Im Rahmen seiner Zuständigkeiten nach dem Grundgesetz hat das BMBF vielfältige Aufgaben. Sie umfassen:

- Rechtssetzung für die außerschulische berufliche Bildung und Weiterbildung sowie die dazu erforderlichen Grundsatz- und Koordinierungsaufgaben
- Forschungsförderung
- Gesetzgebung zur Ausbildungsförderung und deren Finanzierung (gemeinsam mit den Ländern)
- Förderung begabter Schülerinnen und Schüler, Auszubildender und Studierender
- Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses
- Förderung des internationalen Austausches von Auszubildenden, Studierenden, Weiterbildungsteilnehmern, Ausbildern und Ausbilderinnen sowie Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen

Zu den Aufgaben des BMBF gehört nach der Neuregelung der Zuständigkeiten im Rahmen der Föderalismusreform auch die Regelung allgemeiner Grundsätze der Hochschulzulassung und der Hochschulabschlüsse. Informationen über die Ausbildung speziell in der Tourismusbranche sind auf Seite 106 zu finden.

Partner Bundesministerium der Finanzen (BMF)

Mehr als Haushalts- und Steuerpolitik

Kernaufgabe des Bundesministers der Finanzen sind die Gestaltung der Finanzpolitik und die Grundausrichtung der Wirtschaftspolitik der Bundesregierung. Der Bundesfinanzminister hat damit eine zentrale Steuerungsfunktion innerhalb der Bundesregierung. Im Rahmen der von Bundeskanzler/in vorgegebenen politischen Richtlinien koordiniert er die Haushaltsvoranschläge der einzelnen Ministerien und entwirft den jährlichen Bundeshaushalt. Dabei verfügt der Minister über ein Widerspruchsrecht bei allen finanzpolitischen Entscheidungen der Regierung. So bündelt das Bundesfinanzministerium die finanziellen Belange der Regierung im Sinne einer nachhaltigen Finanzpolitik. Im Rahmen der Steuerpolitik sichert die Bundesregierung die finanzielle Leistungsfähigkeit des Staates. Dabei muss gewährleistet sein, dass Leistungsanreize und Leistungswille der Bürger und Unternehmen nicht beeinträchtigt werden. Zudem muss die Steuerpolitik die Sicherung der ökologischen Grundlagen unseres Gemeinwesens unterstützen.

Im Zuge des europäischen Integrations- (Europäische Wirtschafts- und Währungsunion) und des weltweiten Globalisierungsprozesses gewinnt die europäische und internationale Wirtschafts- und Währungspolitik als weiterer Aufgabenschwerpunkt zunehmend an Bedeutung. Darüber hinaus ist das BMF auch zuständig für die deutschen Postwertzeichen, die Regelung der Kriegsfolgelasten, das Bundesvermögen und den Zoll. Zentrale Aufgabe der Finanzpolitik ist daher die nachhaltige Sicherung der finanziellen Handlungsfähigkeit des Staates mittels Steuerpolitik.

Der BTW als Interessenvertreter der deutschen Tourismusbranche verfolgt mit besonderer Aufmerksamkeit, wie touristische Unternehmen und ihre angebotenen Leistungen steuerpolitisch behandelt werden.

Partner Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Seit Juni 1986 ist das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) innerhalb der Bundesregierung federführend verantwortlich für die Umweltpolitik des Bundes. Zum Geschäftsbereich gehören das Umweltbundesamt, das Bundesamt für Naturschutz sowie das Bundesamt für Strahlenschutz. Das BMU wird in Form von Gutachten und Stellungnahmen von unabhängigen Sachverständigengremien beraten. Die wichtigsten sind der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen und der Wissenschaftliche Beirat Globale Umweltveränderungen.

Seit Anfang der 90-er Jahre arbeitet das BMU gemeinsam mit dem BMWi, dem Umweltbundesamt sowie den Tourismus-, Naturschutz- und Umweltverbänden an der Schaffung einer Dachmarke für umweltorientierte und sozialverträgliche Angebote im Deutschlandtourismus. Zahlreiche lokale Einzelaktivitäten sollten so zur nachhaltigen Tourismusentwicklung gebündelt und intensiviert werden. Eine Umweltkennzeichnung sollte dabei eine Orientierungshilfe für den Verbraucher darstellen. Die an der Schaffung der Umweltdachmarke beteiligten Umwelt-, Verbraucher-, Tourismus- und Kommunalverbände haben sich auf den Markennamen „Viabono – Reisen natürlich genießen“ verständigt.

Viabono – Reisen natürlich genießen

Am 18. März 2002 wurde der Viabono-Trägerverein von zwölf Verbänden in Berlin gegründet. Heute repräsentieren 18 Mitglieder aus allen wichtigen Interessengruppen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Deutschland insgesamt 15 Millionen Verbraucher, 85.000 Tourismusunternehmen – darunter auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) als BTW-Mitglied – sowie 6.000 Tourismuskommunen. Viabono hat zusammen mit seinen Partnern anspruchsvolle Kriterien für die Vergabe

der Marke entwickelt. Diese bauen auf den Erfahrungen der Umwelt- und Verbraucherverbände auf, ebenso wie auf denen der kommunalen Spitzenorganisationen und der touristischen Wirtschaftsverbände.

„Natürlich genießen" hat für Viabono sehr viel mit intakter Natur und Umwelt zu tun. Zudem muss die Philosophie der Viabono-Partner stimmen. Die Kriterienkataloge „Beherbergung/Gastronomie" und „Kommune" wurden dazu durchgängig auf Themenfelder wie Abfall, Energie und Klima, Mobilität und Lärm ausgerichtet.

Die Umwelterklärung der deutschen Tourismuswirtschaft

Urlaub und Erholung verlangen nach einer gesunden Umwelt mit sauberem Wasser, reiner Luft, intakten Landschaften und wenig Lärm. Ökologie und Ökonomie stehen im Tourismus in direkter Wechselwirkung, oft genug auch im Widerspruch. Dabei belegen zahlreiche Untersuchungen, dass umweltgerechtes Verhalten oft kein Geld kostet, sondern sogar Kosten spart.

Der BTW unterstützt gemeinsam mit seinen Mitgliedern Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), RDA Internationaler Bustouristik Verband, DEHOGA Bundesverband und Deutscher ReiseVerband (DRV) internationale Aktivitäten der Bundesregierung für einen umwelt- und sozialverträglichen Tourismus.

Zusammen mit weiteren Spitzenverbänden und -organisationen der deutschen Tourismuswirtschaft war am 8. Oktober 1997 in Bonn eine gemeinsame Umwelterklärung an BMU und BMWi übergeben worden. Darin hatte sich die deutsche Tourismuswirtschaft zum nachhaltigen Tourismus als grundsätzlichem Leitbild für die künftige Entwicklung der Branche bekannt. Diese Umwelterklärung bezieht sich auf die 1992 in Rio de Janeiro verabschiedete „Rio-Deklaration"

sowie auf die Agenda 21 und ist eine Zusammenfassung und Fortschreibung von bereits existierenden Umwelterklärungen und -beschlüssen der Einzelverbände.

Mit dem Symposium „20 Jahre BMU – Bilanz und Perspektiven“ erinnerte das Bundesumweltministerium am 6. Juni 2006 in Berlin an seinen Gründungstag. Dabei stießen die Analyse von Erfahrungen sowie die Diskussionen über künftige Herausforderungen bei dem beachtlichen Publikum von rund 800 Teilnehmern auf ein großes Interesse.

Die Beiträge und Ergebnisse der Fachdiskussionen zeigen die ganze inhaltliche Breite des Themas Umwelt sowie die Vielfalt der einzelnen Positionen dazu. Zusammen mit den analytischen Aussagen des Symposiums sind sie eine Basis zum Erkennen von Problemen sowie für deren praktische Lösung durch die Politik. Die Dokumentation „20 Jahre BMU – Bilanz und Perspektiven“ gibt zugleich einen schnellen Überblick über zentrale Themenfelder der deutschen Umweltpolitik (www.bmu.de/20jahre).

Partner Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)

Die politischen Aufgaben Verkehr, Bau und Stadtentwicklung sind in einem Ministerium vereinigt. Das BMVBS ist damit das wichtigste Investitionsressort der Bundesregierung. Dort sind alle Zuständigkeiten des Bundes für verkehrliche und bauliche Infrastrukturen gebündelt: Bundesfernstraßen, Schienen- und Wasserwege, Städtebau, Stadtentwicklung und Raumordnung. Als herausragendes Innovationsministerium gibt das BMVBS Impulse für die Verkehrstechnologie und die Bauwirtschaft. In der Luftfahrt, in der Satellitennavigation, bei neuen Antrieben und Kraftstoffen sowie bei energiesparenden Bauweisen sind die Experten des Ministeriums für die Rahmenbedingungen verantwortlich.

Das Ministerium ist an den Standorten Berlin und Bonn mit insgesamt 1.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern tätig. Gemeinsam mit 21 nachgeordneten Behörden schaffen sie Voraussetzungen für wirtschaftliches Wachstum und den sozialen Zusammenhalt in Deutschland. Der motorisierte Verkehr auf Straßen, Schienen und in der Luft wächst unaufhaltsam – ungeachtet aller Forderungen nach „mehr Umweltbewusstsein, Ressourcenschonung und einer nachhaltigen Entwicklung“. Die für die Mobilität von morgen benötigte Infrastruktur ist jedoch nicht in gleichem Maße erweitert worden. Notwendige Maßnahmen zum Erhalt und zur Erweiterung scheiterten vor allem am Fehlen finanzieller Mittel und an langwierigen Genehmigungsverfahren.

Deutschland ist die zweitgrößte Exportnation der Welt. Die deutsche Wirtschaft ist deshalb auf schnelle und zuverlässige Verkehrsverbindungen angewiesen. Der Luftverkehr spielt dabei eine herausragende Rolle: Wertmäßig werden rund 40 Prozent der deutschen Exporte per Luftfracht abgewickelt. Der Luftverkehr unterstützt außerdem ganz erheblich den Tourismus in Deutschland, dem Land der Reiseweltmeister.

Im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft standen im Jahr 2007 folgende Themen im Fokus

- Vollendung des europäischen Eisenbahnraumes (Beseitigung der bestehenden Hemmnisse auf der Schiene)
- Emissionshandel (Gemeinsame Position zum Emissionshandel im Luftverkehr)
- Luftverkehrswirtschaft (Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Luftverkehrswirtschaft)
- Sicherheit im Straßenverkehr (Halbierung der Zahl der Verkehrstoten bis zum Jahr 2010)
- Europäische Kraftstoffstrategie und Vorschläge zu innovativen Antrieben (Reduzierung des Energieverbrauchs, Nutzung alternativer Kraftstoffe)
- Verbesserung der Logistik (Verbesserung der Sicherheit in der Lieferkette)
- Grünbuch Meerespolitik (Integrative Meerespolitik)

„Initiative Luftverkehr"

Das BMVBS hat im Juli 2003 die Schirmherrschaft für die „Initiative Luftverkehr" übernommen. Auf Anstoß der Deutschen Lufthansa, der Deutschen Flugsicherung und der Flughäfen München und Frankfurt am Main wurde diese Initiative ins Leben gerufen, um die Wettbewerbsfähigkeit des Luftverkehrsstandortes Deutschland zu verbessern.

Oberstes Ziel ist in Zeiten von Kerosinzuschlägen und Luftsicherheitsgebühren die Kostenentlastung aller am Luftverkehr Beteiligten. Prozessoptimierung und Reduzierung von Standortkosten, aber auch veränderte Rahmenbedingungen sollen dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland zu erhalten.

Partner Deutscher Bundestag

Die Tourismuspolitik der Bundesregierung wird entscheidend mitbestimmt vom Vollausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestages.

Für Abstimmungsprozesse zwischen Bund und Ländern, zur gegenseitigen Unterrichtung und zur Koordinierung tourismuspolitischer Aktivitäten wurde der „Bund-Länder-Ausschuss Tourismus“ eingerichtet, in dem das BMWi und die für Tourismus zuständigen Ministerien der Bundesländer vertreten sind.

Der Deutsche Bundestag hat mit dem Tourismusausschuss die Bedeutung der Wachstumsbranche Tourismus deutlich unterstrichen.

Ausschuss für Tourismus

Vom politischen Stiefkind zum eigenen Ausschuss

Tourismus, lange ein Stiefkind der Politik, hat inzwischen einen festen Platz im Parlament. Die Bedeutung dieser Wachstumsbranche spiegelt sich auch in der Arbeit des Ausschusses für Tourismus wider. Die Rahmenbedingungen für diesen Dienstleistungssektor und das Reiseland Deutschland stehen ganz oben auf der Agenda des Ausschusses, aber auch die globalen Auswirkungen des Reisens gehören zu seinen Themen.

Den Vorsitz des Ausschusses hat seit 2002 die Bundestagsfraktion der CDU/CSU. Vorsitzende ist Marlene Mortler CDU/CSU, Stellv. Vorsitzende ist Brunhilde Irber, SPD. Sprecher der einzelnen Fraktionen sind Klaus Brähmig, CDU/CSU, Ernst Burgbacher, FDP, Annette Faße, SPD, Nicole Maisch, Bündnis 90/Die Grünen und Dr. Ilia Seifert, DIE LINKE.

Marlene Mortler MdB, Vorsitzende, CDU/CSU

Brunhilde Irber MdB,
Stellv. Vorsitzende, SPD

Klaus Brähmig MdB,
CDU/CSU

Ernst Burgbacher MdB,
FDP

Annette Faße MdB,
SPD

Nicole Maisch MdB,
Bündnis 90/Die Grünen

Dr. Ilia Seifert MdB,
DIE LINKE

Der Ausschuss für Tourismus und seine Themen im Jahr 2006/2007

- Bilanz der Tourismuswirtschaft zur Fußball-WM 2006
- Der neue Ausbildungsberuf „Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit“
- Rahmenbedingungen für Geschäftsreisen in Deutschland
- Einfluss des demografischen Wandels auf den Tourismus
- Entwicklung des Qualitätstourismus in Deutschland

- Nationale Naturlandschaften – Chancen für Naturschutz, Tourismus, Umweltbildung und nachhaltige Regional-entwicklung
- Entwicklung zeitgemäßer Tourismusstrategien
- Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus
- Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Passgesetzes und weiterer Vorschriften
- Zukunftstrends und Qualitätsanforderungen im internationalen Ferntourismus
- Stärkung des Daten- und Rechtsschutzes bei der Weitergabe von Fluggastdaten an die USA
- Nutzung des Tourismus zur Armutsbekämpfung und zur sozialen und ökologischen Entwicklung in den Partnerländern
- Umfassende Förderung des Fahrradtourismus in Deutschland
- Luftverkehr und Auswirkungen auf den Tourismus
- Aus- und Fortbildung im Tourismusbereich

Partner UN World Tourism Organization (UNWTO)

Die UN World Tourism Organization (UNWTO), 1975 gegründet, ist eine zwischenstaatliche Organisation mit Sitz in Madrid. Als führende internationale Dachorganisation übernimmt sie eine zentrale und entscheidende Rolle auf dem Gebiet Reisen und Tourismus.

Ihr Ziel ist, eine gerechte, verantwortliche und nachhaltige Welttourismusordnung zu fördern, deren Nutzen im Rahmen einer offenen und wettbewerbsfähigen Marktwirtschaft von allen Sektoren der Gesellschaft geteilt wird.

Oberstes Organ ist die Generalversammlung, in der die Repräsentanten der inzwischen 150 Mitgliedstaaten, die assoziierten und die affiliierten Mitglieder sich alle zwei Jahre treffen. Unterstützt wird die Generalversammlung durch den Exekutivrat, der zweimal jährlich tagt. Die sechs Regionalkommissionen Afrika, Amerika, Ostasien und Pazifik, Europa, mittlerer Osten und Südasien tagen mindestens einmal jährlich und bestehen aus den vollwertigen Mitgliedern der Regionen.

Ausführendes Organ ist das Sekretariat. Generalsekretär ist Francesco Frangialli, wichtigster Ansprechpartner für die deutsche Tourismuswirtschaft ist Dr. Dirk Glaeßer.

Interkulturelles Bewusstsein und persönliche Freundschaften, die durch den Tourismus gefördert werden, dienen dem besseren internationalen Verständnis und dem Frieden unter allen Nationen sowie dem Schutz, Respekt und Erhalt des kulturellen Erbes der Menschheit.

UN World Tourism Organization – Zentrale in Madrid

Die drei Formen der Mitgliedschaft in der UNWTO:

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

Zur 2. International Conference on Tourism and Climate Change vom 1. bis 3. Oktober 2007 in Davos, organisiert von der UNWTO, werden bis zu 500 Teilnehmer – Vertreter von Regierungen, internationalen Tourismusorganisationen sowie Wissenschaftler – erwartet.

Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene

BTW eröffnet Büro in Brüssel

Der Bericht der GD Unternehmen und Industrie der EU-Kommission

Treffen der EU-Beauftragten des BTW in Brüssel

Arbeitsgespräch mit Jacques Barrot

Partner Europäische Kommission

Partner Europäisches Parlament (EP)

Partner Europäisches Beratungs-Zentrum der Deutschen Wirtschaft (EBZ)

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

BTW eröffnet Büro in Brüssel

Seit dem 1. Januar 2007 hat der BTW eine eigene EU-Repräsentanz in Brüssel. Leiterin der Repräsentanz ist Sandra van de Walle. Seit über zehn Jahren arbeitet Frau van de Walle mit den Brüsseler Institutionen. Die Schwerpunkte ihrer Arbeit in Brüssel waren von Beginn an Tourismus- und Verkehrsthemen. Sie hat während dieser Zeit für einen deutschen Europa-Abgeordneten im Europäischen Parlament gearbeitet, der Mitglied im Ausschuss für Verkehr und Tourismus ist. Weiterhin war sie sechs Jahre für die TUI AG in Brüssel tätig und hat die Belange der deutschen Luftfahrtindustrie in Brüssel vertreten. Europäische Tourismus- und Verkehrsthemen sind ihr daher bestens vertraut.

NEWSLETTER

aus Brüssel

Das Büro liegt in enger räumlicher Nähe zu den europäischen Institutionen und ist eingegliedert in eine Bürogemeinschaft bei Euro Commerce, der 1993 gegründeten Europa-Vertretung des Einzel-, Groß- und Außenhandels.

Bericht der GD Unternehmen und Industrie der EU-Kommission

Als Aktualisierung der ersten von der EU-Kommission durchgeführten Analyse des europäischen Tourismussektors ist der Bericht der GD Unternehmen und Industrie zu werten. Mit diesem Bericht wird die Untersuchung auf die Tourismuswirtschaft in der erweiterten Gemeinschaft ausgedehnt (EU 25).

Der Bericht zeigt, dass Europa im Vergleich zu anderen Großregionen weltweit als Tourismusdestination sehr stabil ist. Dazu beigetragen hat der EU-Erweiterungsprozess, der nicht nur die neuen Mitgliedstaaten als Reiseziele für den internationalen Tourismus attraktiver gemacht, sondern auch für eine Zunahme der Reisen zwischen alten und neuen Mitgliedstaaten gesorgt hat.

Die nach wie vor bestehenden Einkommensunterschiede sowie die unterschiedlichen Reisegewohnheiten eröffnen ein weites Feld wirtschaftlicher Chancen und bieten Anreize zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit. Die 15 wichtigsten Ergebnisse und Aussagen des Berichts:

Höhere touristische Nachfrage und Chancen für Unternehmen

1. In den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts gelang es Europa, seine Position als führendes Reiseziel des internationalen Tourismus zu festigen, wenngleich durch das internationale Umfeld die Entwicklung des globalen Tourismus beeinträchtigt wurde. Während die Zahl der internationalen Ankünfte weltweit in den Jahren 2001 und 2003 sogar rückläufig war, stieg sie in Europa weiter an. Seit 2004 hat sich die Zunahme der internationalen Ankünfte wieder beschleunigt – ein Trend, der ungeachtet steigender Ölpreise weiter anhält.

2. Durch den Erweiterungsprozess wurde die Position Europas als Tourismusdestination gestärkt. Die „Heranführungspolitik“ der

Gemeinschaft und die marktorientierten Reformmaßnahmen in den neuen Mitgliedstaaten führten zu einer enormen Zunahme der Touristenströme zwischen alten und neuen Mitgliedstaaten, die weiter anhält. Die Zahl der Übernachtungen von Reisenden aus den drei größten neuen Mitgliedstaaten Polen, Ungarn und Tschechische Republik – den alten Mitgliedstaaten am nächsten gelegen – wuchs von 1997 bis 2004 um 56 Prozent, in umgekehrter Richtung um 26 Prozent. Der innereuropäische Tourismus hat demnach im Verlauf des Erweiterungsprozesses an Bedeutung gewonnen.

3. Das unterschiedliche Preisniveau in den alten und neuen Mitgliedstaaten wird zweifelsohne den Wettbewerb verschärfen. Andererseits beeinflussen die hohen Wachstumsraten des Brutto-Inlandsprodukts (BIP) in den neuen Mitgliedstaaten die Entwicklung des Tourismus positiv und eröffnen so neue Märkte und Geschäftschancen für Tourismusunternehmen.

4. Aufgrund der Einkommensunterschiede zwischen alten und neuen Mitgliedstaaten ist die Zahl der Übernachtungen einheimischer Reisender in den neuen Mitgliedstaaten wesentlich niedriger. Aus demselben Grund wird auch die Hotelkapazität in den neuen Mitgliedstaaten häufiger von Reisenden aus dem Ausland genutzt. Da die wirtschaftliche Situation der Hauptgrund für die unterschiedliche Struktur der touristischen Nachfrage in den alten und den neuen Mitgliedstaaten ist, wird das schnelle Wirtschaftswachstum in den neuen Mitgliedstaaten zu einer Annäherung führen und in Verbindung mit steigender Nachfrage neue Geschäftschancen eröffnen.

5. Die Veränderung der Altersstruktur führt zu einem wachsenden Anteil der über 65-Jährigen. Die Daten – zwischen alten und

neuen Mitgliedstaaten sind keine wesentlichen Unterschiede feststellbar – belegen, dass Touristen im Alter von 65 Jahren aufwärts weiter reisen und ihre Reiseausgaben nicht wesentlich reduzieren. Berücksichtigt man, dass diese Altersgruppe Reisezielen im Inland den Vorzug gibt, ist davon auszugehen, dass der Wandel der Nachfragestruktur infolge der Alterung der Bevölkerung neue Märkte erschließen wird. Das gilt vor allem für regional orientierte kleinere Tourismusunternehmen und unter der Voraussetzung, dass diese die höheren Anforderungen dieser Altersgruppe an Dienstleistungsqualität und Barrierefreiheit erfüllen.

Das Altern der Bevölkerung hat auch eine steigende Zahl der Touristen mit Mobilitätseinschränkungen zur Folge. Eine aktuelle Studie schätzt ihre Zahl auf 260 Millionen Menschen mit einem potenziellen Umsatzvolumen von 166 Milliarden Euro. Da momentan in sämtlichen Mitgliedstaaten zu wenige touristische Einrichtungen existieren, die auf die Bedürfnisse dieser Gruppe abgestimmt sind, wird die Bedienung dieses Marktes einen Anstieg der Dienstleistungsqualität mit einer Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft insgesamt zur Folge haben.

Mehr Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit durch raschen Strukturwandel

6. Die Tourismusunternehmen in den alten wie den neuen Mitgliedstaaten haben eine ähnliche Struktur: Mehr als 90 Prozent sind Kleinstunternehmen mit einem bis neun Beschäftigten. 95 Prozent aller Tourismusunternehmen gehören dem HORECA-Sektor (Hotels und Gaststätten) an, 4,2 Prozent sind Reiseveranstalter (3,5 Prozent in den alten und 7,9 Prozent in den neuen Mitgliedstaaten). Auf Letztere entfällt jedoch in den alten Mit-

gliedstaaten ein Anteil von 28 Prozent am Umsatz des Sektors, in den neuen Mitgliedstaaten aber nur ein Anteil von 19 Prozent.

7. Als Reaktion auf die rasch steigende touristische Nachfrage in den neuen Mitgliedstaaten hat dort auch die Anzahl der Betten schneller zugenommen – um 36 Prozent in den neuen Mitgliedstaaten gegenüber 11,3 Prozent in den EU-15-Ländern im Zeitraum 1996 bis 2004.

   Auch wenn es in den neuen Mitgliedstaaten im Durchschnitt erheblich weniger Hotels pro Einwohner gibt als in den EU-15-Ländern, bewirkt dieser Prozess doch einen Strukturwandel im Beherbergungsbereich. Dieser wird zweifelsohne zu höherer Qualität und Wettbewerbsfähigkeit führen. Gerade Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus – dies gilt besonders für die „ortsgebundenen Unternehmen" des HORECA-Sektors – ist auch für eine neue Destination der wichtigste Faktor.

8. Im Unterschied zur Zahl der Hotels pro Einwohner, die in den neuen Mitgliedstaaten erheblich unter dem Durchschnitt liegt, ist die Zahl der Reiseveranstalter pro Einwohner überdurchschnittlich hoch. Angesichts der Tatsache, dass sich die größten Märkte für Reiseveranstalter in den alten Mitgliedstaaten befinden, ist davon auszugehen, dass in diesem Bereich ein erheblicher struktureller Anpassungsdruck besteht.

Beitrag zum Realisieren der Beschäftigungsziele der Lissabon-Strategie

9. Tourismus fungiert als Beschäftigungsmotor: Der Beschäftigungszuwachs im HORECA-Sektor übersteigt den Anstieg der Beschäftigungszahlen insgesamt, besonders viele junge Menschen sind dort beschäftigt. So ist die Altersgruppe der 15- bis 24-Jährigen in

diesem Wirtschaftszweig mit 22,4 Prozent doppelt so stark vertreten wie in der Wirtschaft mit insgesamt 10,3 Prozent.

10. Die Tatsache, dass die Beschäftigung im Tourismussektor in den neuen mittel- und osteuropäischen Mitgliedstaaten einen geringeren Anteil an der gesamten Beschäftigung hat, sollte nicht zur Fehlinterpretation verleiten. Da die Bedeutung des Sektors Dienstleistungen in diesen Mitgliedstaaten der EU generell immer noch weiter hinter der in den vormals EU-15-Ländern zurückbleibt, ist der Anteil der Beschäftigung im Tourismus an der gesamten Beschäftigung im Dienstleistungssektor insgesamt wesentlich höher. Daraus lassen sich das Potential des derzeitigen Strukturwandels sowie der Druck nachlesen, unter dem er sich vollzieht. Auch zum Abfedern des rasanten Strukturwandels auf dem Arbeitsmarkt in den neuen Mitgliedstaaten trägt der Tourismus wesentlich mehr bei.

11. Der HORECA-Sektor, insbesondere in den EU-15-Ländern, hat im Vergleich zur Wirtschaft insgesamt und zum Dienstleistungssektor einen erheblich höheren Anteil von Teilzeitarbeitsplätzen. Trotz des hohen Anteils von Teilzeitarbeitsplätzen beträgt die Wochenarbeitszeit in HORECA im Durchschnitt 2,2 Stunden mehr als in den übrigen Branchen, woraus sich ein Bezug auf die Bedeutung der Teilzeitarbeit zwischen den Mitgliedstaaten ablesen lässt.

12. Bei der Arbeitsproduktivität der Beschäftigten im Tourismus ergibt sich folgendes Bild: Am arbeitsintensivsten ist die Gastronomie mit 17.000 Euro pro Beschäftigtem, während die Produktivität in Hotels mit 29.000 Euro wesentlich höher ist. Der Bereich Reiseveranstalter und Reisebüros weist mit 56.000 Euro sogar eine höhere Arbeitsproduktivität auf als der Bereich der marktbestimmten Dienstleistungen insgesamt mit 41.000 Euro.

Wenn man auch die Einkommensunterschiede in den verschiedenen Bereichen des Tourismussektors berücksichtigt, fallen die Unterschiede weit geringer aus. Dasselbe gilt für die unterdurchschnittliche Arbeitsproduktivität der neuen mittel- und osteuropäischen Mitgliedstaaten sowie das Lohnniveau in diesen Ländern.

Die niedrige Arbeitsproduktivität lässt erkennen, dass Potential für Qualifizierung- und organisatorische Maßnahmen besteht. Das sollte aber nicht irrtümlich als bester Indikator für Wettbewerbsfähigkeit betrachtet werden. Die Wettbewerbsfähigkeit hängt vor allem auf lange Sicht von zahlreichen weiteren Faktoren ab, die nicht von den Unternehmen beeinflusst werden können, wie der öffentlichen Infrastruktur sowie dem Rechts- und Verwaltungsrahmen. Das World Economic Forum zum Beispiel stuft die neuen Mitgliedstaaten auf Rang 20 (Estland) bis 67 (Rumänien) ein, die alten Mitgliedstaaten auf Rang 1 (Finnland) bis 47 (Italien).

Ein innovativer Sektor, der von Innovationen profitiert

13. Innovationen sind von entscheidender Bedeutung für den Tourismus. Sie wirken sich auf die touristische Nachfrage und das touristische Angebot gleichermaßen aus: Der Anstieg der internationalen Touristenankünfte um 1.745 Prozent seit 1950 wäre ohne die technischen Innovationen im Verkehr, die Autoreisen und Flugreisen für fast jeden erschwinglich machen, undenkbar. Bei Innovationen der Tourismusunternehmen selbst geht es darum, durch Kostensenkung und Verbesserungen der Dienstleistungsqualität eine bessere Wettbewerbsfähigkeit zu erzielen. Dasselbe gilt für die stetige Zunahme der Online-Buchungen im Reiseverkehr. Sie geht nicht nur mit einem veränderten Verbrau-

cherverhalten einher, sondern bereitet auch den Weg für neue Marketingstrategien der Reiseveranstalter.

14. Bei der Zahl der Unternehmen, die Internetbuchungen erhalten, liegt der Tourismussektor über dem Branchendurchschnitt. Allem Anschein nach ist der Unterschied in den neuen Mitgliedstaaten noch größer.

15. Entsprechend der Entwicklung eines geänderten Nachfrageverhaltens wurden zahlreiche neue Produkte entwickelt wie naturnaher Tourismus, Wellnessreisen, Kulturtourismus usw.

    Produktqualität und Innovation sind wichtige Faktoren, wenn es darum geht, Tourismusdestinationen attraktiv zu halten. Ein Tourist entscheidet sich in der Regel für die Destinationen, deren Angebote – zum Beispiel bei Unterkunft, Veranstaltungen oder Aktivitäten – seine Wünsche in mehrerlei Hinsicht erfüllen. Die Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen kann daher nur gesichert oder verbessert werden, wenn alle betroffenen Akteure zusammenarbeiten sowie eine angemessene öffentliche Infrastruktur bereitgestellt wird.

Die sechs wichtigsten Schlussfolgerungen auf einen Blick

1. Der Bericht zeigt die Chancen auf, die sich im Zuge des EU-Erweiterungsprozesses für Tourismusunternehmen ergeben. Die Änderungen der touristischen Nachfrage, mit denen zu rechnen ist, werden zu verstärktem Wettbewerb führen, in erster Linie jedoch die Chance zu mehr Wettbewerbsfähigkeit bieten. Die Tourismuswirtschaft sollte ermutigt werden, diese Chancen zu ergreifen und das erweiterte touristische Potential zu nutzen.

2. In den neuen EU-Mitgliedstaaten ist die Tourismuswirtschaft schon seit Anfang der 90-er Jahre mit den ersten Schritten in

Richtung Erweiterung der Gemeinschaft dabei, ihren Rückstand aufzuholen. Dieser Prozess führte zu einer Zunahme touristischer Einrichtungen und gab Impulse für eine verstärkte Innovationstätigkeit sowie die Nutzung der modernen Kommunikationstechnologien.

3. Während die Marktkonzentration im HORECA-Sektor keine Gefährdung des Wettbewerbs bedeutet, hatte der Strukturwandel im Bereich Reiseveranstalter, vor allem bei virtuellen Reisebüros, eine sehr hohe Konzentration zur Folge, die von der EU-Kommission beobachtet wird.

4. Es ist eine der Besonderheiten des Tourismussektors, dass der Wettbewerb nicht nur auf der Ebene der Unternehmen stattfindet, sondern – vielleicht noch mehr – auf der Ebene der Destinationen. Im Wettbewerb zwischen den Reisezielen müssen jeweils alle Akteure vor Ort zur Zusammenarbeit ermutigt werden, um Angebote und Qualität der Destination zu verbessern, damit sie den Wünschen der Verbraucher gerecht werden.

5. Die Beschäftigung im Sektor Tourismus trägt zur Realisation der Beschäftigungsziele der Lissabon-Strategie bei. Um dieses Potential voll auszuschöpfen, sind alle Aktivitäten der Gemeinschaft in Bezug auf den Tourismus effizient zu koordinieren – wie auch in der EU-Mitteilung „Eine neue EU-Tourismuspolitik" artikuliert.

6. Die Tourismusstatistik ist ebenfalls zu verbessern, um für die Beobachtung der laufenden und künftigen Entwicklungen im Tourismus besser gerüstet zu sein und um Entwicklungen angemessen begegnen zu können, wie im Entwurf zur Änderung der geltenden Richtlinie zur Tourismusstatistik bereits vorgesehen.

Zusätzlich sollte die Tourismusstatistik durch „Tourismus-Satellitenkonten“ in allen Mitgliedstaaten und auf Gemeinschaftsebene ergänzt werden. Nur mit einem umfassenden System von Tourismus-Satellitenkonten können die politischen Entscheidungsträger die Leistung der Tourismuswirtschaft und ihren gesamtwirtschaftlichen Beitrag genau bewerten.

Auf lange Sicht sollte ein erweitertes System eingeführt werden, das die Simulation bestimmter Auswirkungen auf den Tourismus ermöglicht. Das gilt für politische Maßnahmen, aber ebenso für äußere Einwirkungen wie Terroranschläge, Natur- und andere Katastrophen.

Treffen der EU-Beauftragten des BTW am 21. März 2007 in Brüssel

Die EU-Beauftragten des BTW sind am 21. März 2007 im Europäischen Parlament in Brüssel zusammengekommen. Zum Thema europäische Verkehrspolitik berichtete Francis Morgan, Mitglied des Kabinetts von Verkehrskommissar Jacques Barrot, dass die Kommission nicht beabsichtige zum Thema Denied Boarding Compensation (DBC) die Verordnung zu überarbeiten. Er räumte aber Handlungsbedarf bezüglich der praktischen Umsetzung der Richtlinie ein. Darüber wolle man in den nächsten sechs Monaten mit den Airlines sprechen.

Zum Thema Luftsicherheit und Handgepäckregelung bei der Mitnahme von Flüssigkeiten stellte er fest, dass der Aufwand dieser Sicherheitsmaßnahmen möglicherweise nicht im ausgewogenen Verhältnis zum Sicherheitsgewinn stehe. Eine Revision setze aber voraus, dass innerhalb Europas und mit den USA Einigkeit in diesen Fragen erzielt werde.

Zum Thema Verbraucherschutz berichtete Giuseppe Abbamonte, Abteilungsleiter in der Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz, über das kurz zuvor veröffentlichte Grünbuch zum Verbraucherschutz.

Die EU-Beauftragten des BTW markierten die Position der deutschen Tourismuswirtschaft.

Dr. Rüdiger Leidner, Michael Rabe, Klaus-Heiner Lehne

Arbeitsessen in europäischer Runde

Im Zuge der Überarbeitung des gesamten Verbraucherschutz-Acquis stehe zunächst die Überarbeitung der Time-Sharing- und der Pauschalreise-Richtlinie an.

Bei der Time-Sharing-Richtlinie werde es in der zweiten Jahreshälfte 2007 einen neuen Vorschlag geben. Die Kommission erhalte in Verbindung mit dieser Richtlinie zwei bis drei Beschwerden pro Woche. Geplant sei eine Erweiterung des Anwendungsbereichs.

Bei der Reform der Pauschalreise-Richtlinie werde Ende 2007 ein Konsultationspapier veröffentlicht. Höchstwahrscheinlich werde der Anwendungsbereich erweitert.

Zum Thema „Einheitlicher Referenzrahmen“ / Common Frame of Reference (CFR) verwies Abbamonte darauf, dass auf der Grundlage des Berichts aus dem Jahr 2004 sechs Arbeitsgruppen gearbeitet hätten, deren Arbeit sich im Grünbuch zum Verbraucherschutz widerspiegele. Ende 2007 bzw. Anfang 2008 werde dann der „Einheitliche Referenzrahmen“ fertiggestellt sein.

Über die Arbeitsweise der Tourismusabteilung in der GD Unternehmen berichtete der scheidende deutsche Experte, Dr. Rüdiger Leidner.

Arbeitsgespräch mit Jacques Barrot am 26. März 2007 in Brüssel

Am 26. März 2007 hat eine Delegation des BTW unter Leitung von Robert Salzl, Vizepräsident des BTW, den Vizepräsidenten und Verkehrskommissar der Europäischen Kommission, Jacques Barrot, besucht. Dabei kamen im Wesentlichen die Themen Lenk- und Ruhezeiten für Busse, Klimawandel sowie Sicherheit zur Sprache.

In der Verordnung „Lenk- und Ruhezeiten für Busse“ sei geregelt, dass es 2008 einen ersten Bericht über die Anwendung und Umsetzung von der Kommission geben wird. Im Zuge der Berichterstattung könnte die Ausnahmeregelung für Bus-Rundreisen erneut aufgegriffen werden.

Im Rahmen der Umsetzung des Single European Sky (SES) könnten bis zu 13 Prozent an CO_2-Emissionen in Europa eingespart werden. Allerdings ist darauf hinzuwirken, dass die Umsetzung vorgezogen und nicht erst für 2020 angestrebt wird. Kommissar Barrot zeigte Ver-

Arbeitsbesuch einer Delegation des BTW bei Vizepräsident und Verkehrskommissar der Europäischen Kommission, Jacques Barrot

ständnis für diese Forderung, wies jedoch in diesem Zusammenhang auf „Probleme mit einzelnen Mitgliedstaaten“ hin.

Auch die zweiphasige Einführung des Emission-Trading-System (ETS) für die Luftfahrt, nämlich ab 2011 nur für innereuropäische Flüge und ab 2012 für alle Flüge, die einen europäischen Flughafen benutzen, stelle eine Wettbewerbsverzerrung zu Ungunsten der europäischen Luftfahrtindustrie dar.

Kommissar Barrot sagte zu, dass die erste Stufe im Jahr 2011 nur dann Bestand habe, wenn auch die zweite Stufe des Gesetzesvorschlages umgesetzt werden könne.

Zum Thema Sicherheitsregeln wurde festgehalten, dass die optimale Abwicklung des Umsteigeverkehrs in der EU nötig sei, um den Standort Europa für internationale Weiterflüge nicht zu gefährden. Weiterhin sollten die EU-Sicherheitsregeln immer wieder auf ihre Notwendigkeit hin überprüft werden.

Partner Europäische Kommission

Die Generaldirektionen

Generaldirektion Unternehmen und Industrie

Die GD Unternehmen und Industrie unter EU-Vizepräsident Günter Verheugen und Generaldirektor Heinz Zourek soll sicherstellen, dass die Gemeinschaftspolitiken die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in der EU stärken. Außerdem soll sie das Schaffen von Arbeitsplätzen und das Wirtschaftswachstum fördern.

Die GD setzt sich für das Erreichen des vom Europäischen Rat in Lissabon festgelegten Ziels ein, die EU zu einem wettbewerbsfähigen und dynamischen wissensbasierten Wirtschaftsraum zu machen. Sie ist maßgeblich daran beteiligt, dem „Lissabon-Prozess", der Ende 2004 und Anfang 2005 in Gang gesetzt wurde, neuen Schwung zu geben.

Die GD Unternehmen und Industrie steuert die Handelsbereiche, für die sie zuständig ist, und verwaltet Haushaltsmittel, mit denen spezifische Maßnahmen finanziert werden. Sie nutzt dabei die offene Koordinierungsmethode, um die Unternehmenspolitik in den Mitgliedstaaten ständig zu überprüfen.

Ferner tritt sie dafür ein, dass die Gemeinschaftspolitik einen generellen Beitrag zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der EU-Wirtschaft leistet. In der GD Unternehmen und Industrie sind über 930 Mitarbeiter tätig; sie verwaltet einen Haushalt von etwa 250 Millionen Euro.

Die wichtigsten Tätigkeitsbereiche und Aufgaben:

- Wettbewerbsfähigkeit und Entwicklung sichern mit dem Ziel, nachhaltig Arbeitsplätze zu schaffen und das Wachstum anzukurbeln.
- Unternehmerische Initiativen fördern mit dem Ziel, das Unternehmertum in der EU zu stärken. Ein besonderer Schwerpunkt liegt bei den kleinen und mittleren Unternehmen.

- Binnenmarkt „absichern“, damit keine versteckten Handelshemmnisse in der EU aufgebaut werden.
- Forschung, Innovation und Raumfahrt fördern als Schlüssel zur Stärkung von Wettbewerbsfähigkeit. So sind zum Beispiel die Lösung von Umweltproblemen sowie die friedliche Nutzung des Weltraums Wachstumsgebiete des 21. Jahrhunderts.

Generaldirektion Energie und Verkehr

Seit November 2004 ist der Vizepräsident der EU-Kommission, Jacques Barrot, für die Verkehrspolitik zuständig, Kommissar Andris Piebalgs zeichnet für die Energiepolitik verantwortlich. Die GD Energie und Verkehr unter Leitung von Matthias Ruete zählt mehr als 1.000 Mitarbeiter in zehn Direktionen in Brüssel und Luxemburg. Neben der Gestaltung der Verkehrs- und der Energiepolitik der EU, einschließlich des Beihilferechts, ist die GD für die Verwaltung der Finanzierungsprogramme für die transeuropäischen Netze und die technologische Entwicklung und Innovation verantwortlich. Die Gesamtvolumina belaufen sich dabei auf durchschnittlich eine Milliarde Euro pro Jahr im Zeitraum von 2000 bis 2006.

Neue Leitlinien für die europäische Energie- und Verkehrspolitik

Für Maßnahmen in den Bereichen Energie und Verkehr gibt es derzeit zwei Bezugsdokumente der Kommission: das Grünbuch „Hin zu einer europäischen Strategie für Energieversorgungssicherheit“ und das Weißbuch „Die Europäische Verkehrspolitik bis 2010: Weichenstellungen für die Zukunft“.

Sie markieren einen grundlegenden Politikwandel mit dem Ziel, die nötigen Reformprozesse zu beschleunigen, die Erweiterung vorzubereiten und die EU-Politik auf ihre Bürger auszurichten. Ein entschei-

dendes Jahr war bereits 2005, als für die zurückliegenden fünf Jahre Bilanz gezogen und künftige Herangehensweisen festgelegt wurden. Die Maßnahmen orientierten sich an einer Reihe von Prioritäten:

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der EU
- Besserer Schutz der Bürger
- Förderung einer nachhaltigen Entwicklung
- Bereitstellung der transeuropäischen Netze einschließlich Galileo
- Verbesserung der Sicherheit und Gefahrenabwehr
- Meisterung der Globalisierung durch internationale praktische Zusammenarbeit

Generaldirektion Wettbewerb

Die GD Wettbewerb unter Kommissarin Neelie Kroes und Generaldirektor Philip Lowe verfolgt das Ziel, die Wettbewerbsbestimmungen der Staatsverträge durchzusetzen. Dadurch soll sie sicherstellen, dass der Wettbewerb im EU-Markt nicht verzerrt wird.

Aufgabenschwerpunkte der Generaldirektion Wettbewerb liegen in den Bereichen Kartellrecht, Fusionskontrolle, Liberalisierung und staatliche Fördermittel.

Die GD Wettbewerb untersucht außerdem das internationale Ausmaß der europäischen Wettbewerbspolitik und deren Auswirkungen auf internationale Beziehungen.

Generaldirektion Binnenmarkt

Die GD Binnenmarkt und Dienstleistungen (GD MARKT) gehört zu den 37 Generaldirektionen und Diensten, aus denen sich die EU-Kommission zusammensetzt. Ihre Hauptaufgabe ist die Koordinie-

rung der Binnenmarktpolitik der Kommission, die den freien Verkehr von Personen, Waren, Dienstleistungen und Kapital innerhalb der Union sicherstellen soll. Bereits in den ersten zehn Jahren seines Bestehens seit Anfang 1993 hatte der Binnenmarkt 2,5 Millionen neue Arbeitsplätze geschaffen und für einen Wohlstandszuwachs von 877 Milliarden Euro gesorgt. Politisch untersteht sie Kommissar Charlie McCreevy, geleitet wird sie vom Generaldirektor Jörgen Holmquist. Der Binnenmarkt ist einer der wichtigsten und beständigsten Schwerpunkte der Politik der Europäischen Union.

Die GD MARKT legt die gesamte Gemeinschaftspolitik für den Binnenmarkt fest und koordiniert sie. Ihre wichtigste Aufgabe besteht darin, zum Wohle der Bürger und Unternehmen der Union die Integration der europäischen Märkte voranzutreiben und Behinderungen eines freien Dienstleistungs- und Kapitalverkehrs sowie der Niederlassungsfreiheit zu beseitigen.

Die Generaldirektion entwirft Reformkonzepte und -maßnahmen zur Steigerung der Dynamik und der Wettbewerbsfähigkeit der EU-Wirtschaft.

So ist die GD MARKT unmittelbar dafür zuständig, Vorschläge für europäische Rechtsvorschriften in den Bereichen reglementierte Berufe, Dienstleistungen, Gesellschaftsrecht und Unternehmensführung, Vergabewesen, geistiges und gewerbliches Eigentum sowie Postdienste zu unterbreiten und – sobald sie vom Europäischen Parlament und dem Rat verabschiedet sind – auch deren Umsetzung zu überwachen.

Auf dem Gebiet der Finanzdienstleistungen besteht ihr Ziel in der Schaffung eines Rechtsrahmens für die Integration der Kapitalmärkte der Union und der Vollendung eines Binnenmarkts für Finanzdienstleistungen.

Generaldirektion Steuern und Zollunion

Unter Kommissar László Kovács und Generaldirektor Robert Verrue nimmt die GD Steuern und Zollunion aktiv am Erreichen der strategischen Ziele der Europäischen Union teil. Die Generaldirektion befasst sich in regelmäßigen offenen Dialogen mit Interessenvertretern und Interessenten mit diesen Themen, um sicherzustellen, dass ihre Regelungen und Vorschläge mit den rapiden Veränderungen in der Praxis Schritt halten.

Besonders hervorzuheben sind die Aufgabengebiete:

- Verwaltung, Verteidigung und Weiterentwicklung der Zollunion als aktiver Beitrag zum Schutze der EU-Außengrenzen
- Beseitigen von Steuerhindernissen, die Einzelpersonen und Unternehmen vom freien, grenzüberschreitenden Wirtschaften und vom Nutzen der vollen Vorteile des Binnenmarktes abhalten, sowie Anregen von Veränderungen in Steuersystemen zum Verwirklichen der Unionsziele wie Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltige Entwicklung
- effektive Reaktion auf internationale Herausforderungen in der Zoll- und Steuerpolitik
- Erleichtern der Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten im Kampf gegen Steuerhinterziehung und Zollbetrug

Generaldirektion Umwelt

Die Umwelt für gegenwärtige und zukünftige Generationen zu schützen, zu erhalten und zu verbessern sowie nachhaltige Entwicklung zu fördern, ist Hauptanliegen der GD Umwelt unter Kommissar Stavros Dimas und Generaldirektor Mogens Peter Carl. Hauptaufgabe ist es, neue Rechtsvorschriften zu initiieren, auszuarbeiten

und sicherzustellen, dass vereinbarte Maßnahmen in den Mitgliedstaaten auch umgesetzt werden. Folgende Ziele stehen im Vordergrund:

- Erhalt und Verbesserung der Lebensqualität durch Sicherstellen eines hohen Schutzniveaus bei natürlichen Ressourcen
- wirksame Risikoabschätzung und wirksames Risikomanagement sowie fristgerechtes Durchführen der gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften
- Fördern von Ressourcenwirksamkeit bei Herstellung, Verbrauch und Abfallbeseitigung sowie Einbeziehen von Umweltbelangen in andere Politikfelder der EU
- Fördern von Wachstum in der EU gemäß den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Bedürfnissen der EU-Bürger
- Auseinandersetzung mit den aktuellen globalen Herausforderungen, insbesondere mit Klimaänderung und Erhalt der biologischen Vielfalt international
- Sicherstellen, dass alle Strategien und Aktionen in den genannten Bereichen auf einem sektorübergreifenden Konzept basieren
- Beteiligen aller Akteure und Zielgruppen am Gesamtprozess und erfolgreiches Vermitteln der Strategien und Aktionen

Partner Europäisches Parlament (EP)

Das Europäische Parlament ist die Vertretung der Völker und Menschen in Europa. Die Bürger wählen ihre Volksvertreter direkt für fünf Jahre in allgemeinen, freien und geheimen Wahlen. Zusammen mit dem Ministerrat beschließt das EP Gesetze, die in allen Mitgliedstaaten der EU gültig sind. Es besteht aus den Vertretern der Völker der in der EU zusammengeschlossenen Staaten, wie es im Vertrag von Rom aus dem Jahre 1957 heißt.

Seine 785 Abgeordneten aus 27 Nationen vertreten derzeit rund 490 Millionen Bürgerinnen und Bürger. Präsident des EP ist seit 16. Januar 2007 Professor Dr. Hans-Gert Pöttering aus Deutschland.

Wie viele Abgeordnete aus den einzelnen EU-Staaten kommen, ist vertraglich vereinbart. So stellt Deutschland 99 Abgeordnete – aus allen Bundesländern. Sie sind im EP in 20 verschiedenen Ausschüssen vertreten, so auch im Ausschuss für Auswärtige Angelegenheiten (AFET), im Ausschuss für Wirtschaft und Währung (ECON) sowie im Ausschuss für Verkehr und Fremdenverkehr (TRAN).

Der Ausschuss für Verkehr und Fremdenverkehr (TRAN)

Dafür sind die 13 deutschen Abgeordneten im Ausschuss zuständig:

1. Entwickeln einer gemeinsamen Politik für Eisenbahn- und Straßenverkehr sowie Binnen- und Seeschifffahrt und Luftfahrt, insbesondere gemeinsame Vorschriften für den Verkehr innerhalb der EU, den Auf- und Ausbau von transeuropäischen Netzen im Bereich Verkehrsinfrastruktur, die Bereitstellung von Verkehrsdienstleistungen sowie die Beziehungen zu Drittländern im Verkehrssektor und die Verkehrssicherheit
2. die Beziehungen zu internationalen Verkehrsorganisationen
3. Fremdenverkehr

Europäisches Parlament

4. Postdienste

5. Überwachung der laufenden Ausgaben im Zuständigkeitsbereich anhand der von der Kommission vorgelegten periodischen Berichte

Ausschuss für Wirtschaft und Währung (ECON)

Der Ausschuss ist zuständig für

1. die Wirtschafts- und Währungspolitik der Union, das Funktionieren der Wirtschafts- und Währungsunion sowie das europäische Währungs- und Finanzsystem, einschließlich der Beziehungen zu den einschlägigen Institutionen oder Organisationen

2. den freien Kapital- und Zahlungsverkehr wie grenzüberschreitende Zahlungen, einheitlicher Zahlungsverkehrsraum, Zahlungs-

bilanz, Kapitalverkehr sowie Anleihe- und Darlehenspolitik, Kontrolle der Kapitalbewegungen mit Ursprung in Drittländern, Maßnahmen zur Förderung des Kapitalexports der Union

3. das internationale Währungs- und Finanzsystem, einschließlich der Beziehungen zu Finanz- und Währungsinstituten und -organisationen
4. die Wettbewerbsregeln und staatliche oder öffentliche Beihilfen
5. die Steuervorschriften
6. die Regelung und Überwachung von Finanz-Dienstleistungen, -Institutionen und -Märkten, einschließlich Finanzberichte, Rechnungsprüfung, Buchhaltungsregeln, Corporate Governance und sonstige gesellschaftsrechtliche Fragen, die speziell die Finanzdienstleistungen betreffen

Ausschuss für Auswärtige Angelegenheiten (AFET)

Der Ausschuss ist zuständig für

1. die Gemeinsame Außen- und Sicherheitspolitik (GASP) sowie die Europäische Sicherheits- und Verteidigungspolitik (ESVP). Dabei wird der Ausschuss von einem Unterausschuss für Sicherheit und Verteidigung unterstützt.
2. die Beziehungen zu anderen EU-Organen und -Einrichtungen, der UNO sowie anderen internationalen Organisationen und interparlamentarischen Versammlungen für Angelegenheiten, die in seinen Zuständigkeitsbereich fallen.
3. die Stärkung der politischen Beziehungen zu Drittländern, insbesondere denjenigen in der unmittelbaren Nachbarschaft der Union, durch umfassende Kooperations- und Hilfsprogramme oder internationale Übereinkünfte.

4. die Eröffnung und Überwachung sowie den Abschluss von Verhandlungen über den Beitritt europäischer Staaten zur Union.

5. Fragen im Zusammenhang mit den Menschenrechten, dem Schutz von Minderheiten und der Förderung demokratischer Werte in Drittländern. Dabei wird der Ausschuss von einem Unterausschuss Menschenrechte unterstützt. Unbeschadet der einschlägigen Bestimmungen sind Mitglieder anderer Ausschüsse und Organe mit Zuständigkeiten in diesem Bereich eingeladen, an den Sitzungen des Unterausschusses teilzunehmen.

Der Ausschuss koordiniert die Arbeit der Gemischten Parlamentarischen Ausschüsse und der Parlamentarischen Ausschüsse für Zusammenarbeit sowie die Tätigkeit der interparlamentarischen Delegationen, Ad-hoc-Delegationen und Wahlbeobachtungsmissionen in seinem Zuständigkeitsbereich.

Partner Europäisches Beratungs-Zentrum der Deutschen Wirtschaft (EBZ)

Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) ist seit 1989 Träger des Europäischen Beratungszentrums der Deutschen Wirtschaft (EBZ). Dieses ist Teil des europaweiten Netzes von Euro Info Centre (EIC), einer Organisation, die im Auftrag der EU-Kommission (GD Unternehmen und Industrie) vor allem kleine und mittlere Unternehmen dabei unterstützt, Marktchancen auf dem Binnenmarkt zu erkennen und zu realisieren.

Das EBZ bietet in einem leistungsfähigen Verbund ein breites Spektrum branchenübergreifender Beratungs- und Informationsdienstleistungen. Es informiert und berät vor allem zu den Themen:

- Europäische Rechtsvorschriften wie Verordnungen, Richtlinien, Kommissionsvorschläge sowie Stand der EU-Gesetzgebung
- Maßnahmen und Initiativen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)
- Normen und technische Standards
- Öffentliches Auftragswesen
- EU-Förderprogramme
- EU-Länder – Marktdaten, Fördermaßnahmen, Kontakte
- Kooperationsmöglichkeiten

Zur zielgerichteten Aufgabenerfüllung verfügt das EBZ über Verbindungsstellen in BDI-Mitgliedsverbänden. Der BTW als „Partner im Netz des EBZ“ sowie die weiteren Mitglieder stehen zur Information und Beratung insbesondere der kleinen und mittleren Unternehmen aus den jeweiligen Branchen oder Regionen zur Verfügung.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Ausbildung im Tourismus

Die Entwicklung des Incoming- und Binnentourismus

Die Entwicklung des Outgoing-Tourismus

Geschäftsreisen

Ausbildung im Tourismus

Für die Führungskräfte von morgen

Deutschland muss sich im internationalen Wettbewerb erfolgreich behaupten können. Dazu brauchen wir weiterhin exzellent ausgebildete Fach- und Führungskräfte. Allerdings ist aus der klassischen Aus- und Weiterbildung inzwischen ein permanentes Anpassen aller Qualifikationen geworden.

Im Jahr 2000 hat die Europäische Union in Lissabon das Ziel formuliert, Europa zum „wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsraum der Welt zu machen". Das aber ist nur zu erreichen, wenn sich sektoral transnationale Netzwerke bilden, die gemeinsam und praxisorientiert die Entwicklung der Aus- und Weiterbildung fördern und somit spürbar zur Modernisierung des europäischen Arbeitsmarktes beitragen.

Eine Volkswirtschaft wie die deutsche braucht nicht nur ausbildungsfähige junge Menschen, sondern auch beschäftigungsfähige erwachsene Arbeitnehmer. Beschäftigungsfähig aber ist nur, wer auch die Kompetenzen hat, eine Beschäftigung aufzunehmen und wer diese Kompetenzen dann auch kontinuierlich weiterentwickelt. Das gilt gerade für neue und steigende berufliche Anforderungen.

Diese Faktoren stärken die Beschäftigungsfähigkeit

- Fundierte fachwissenschaftliche Ausbildung mit Praxisbezug
- Möglichkeit zum Erwerb überfachlicher Kompetenzen wie Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Selbständigkeit sowie interkultureller Kompetenzen bereits im Studium
- Fähigkeit und Bereitschaft zu lebenslangem Lernen
- Fähigkeit und Bereitschaft, die eigenen Kompetenzen auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes zu beziehen und weiterzuentwickeln

Bildung schafft und sichert Zukunft – auch im Tourismus

In Zeiten permanenter und zunehmender Mobilität sowie wachsender Freizeit hat sich die Tourismuswirtschaft zur weltweit größten Wachstumsbranche entwickelt. Sie steht für einen Produktionswert von 185 Milliarden Euro, für 2,8 Millionen Arbeitsplätze und 140.000 Auszubildende.

Mit steigender Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen wächst aber nicht nur das Interesse in Politik und Öffentlichkeit am Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Immer mehr Menschen sehen in der Branche rund um Urlaub, Reisen, Essen, Trinken und Schlafen auch einen interessanten Bereich, in dem sie gerne arbeiten möchten.

Das Aufeinandertreffen des wachsenden Bedarfs der Tourismuswirtschaft an Fachkräften auf allen Ebenen sowie des großen Interesses von Arbeitnehmern an einer Beschäftigung im Tourismus sind ein erfreuliches Signal – für die Branche und die Gesellschaft. Denn tatsächlich sind die Chancen des beruflichen Einstiegs in eine dynamische Branche sowie der individuellen beruflichen Fort- und Weiterbildung in diesem Wirtschaftszweig stetig gewachsen – mit zunehmender Tendenz. Und auch die Gesellschaft kann von diesem Reservoir an Arbeitsplätzen profitieren.

Das legitime Eigeninteresse der Tourismuswirtschaft

Zunächst hat die deutsche Tourismuswirtschaft selbst – völlig legitim – größtes Interesse daran, berufliche Chancen für möglichst viele Einsteiger, Umsteiger und Aufsteiger zu schaffen und die Zukunft der Branche durch systematische Förderung der Ausbildung in allen relevanten Bereichen zu sichern und zu optimieren.

Fakt ist: Eine Berufsausbildung in einem der Basisberufe der Tourismuswirtschaft, etwa im Hotel- und Gaststättengewerbe, oder ein

breit angelegtes wirtschaftwissenschaftliches Studium – ideal kombiniert mit einschlägigen Praktika – sind eine gute Ausgangsposition.

Einen „Durchmarsch – gar im Laufschritt" vom Koch zum Hoteldirektor gibt es allerdings nicht. Die immer mehr international agierende Tourismuswirtschaft als eine moderne Dienstleistungsbranche bietet anspruchsvolle Arbeitsplätze, die nur mit verantwortungsbewusstem Arbeiten und diszipliniertem Lernen zu erreichen – und zu behalten sind.

Qualifizierte Führungskräfte werden dringend gesucht

Die deutsche Tourismuswirtschaft braucht für heute und morgen immer mehr gut ausgebildete Mitarbeiter – auf allen Ebenen ihres Dienstleistungsspektrums. Besonders aktuell ist der Bedarf an hoch qualifizierten Führungskräften. Denn gerade sie sollen und werden Verantwortung tragen für die Ausbildung und Beschäftigung aller anderen Mitarbeiter in den touristischen und dem Tourismus nahe stehenden Unternehmen, Verbänden und Organisationen.

Kennzeichnend für den Tourismus ist die große Heterogenität der ihm zuzurechnenden Betriebe und ihrer Ausrichtung. So vereint der Tourismus unter seinem Dach eine bunte Sammlung von Teilsegmenten wie zum Beispiel Kultur, Sport, Gesundheit, Touristik, Wellness oder Fitness. Dazu kommt der gesamte Bereich der Freizeitwirtschaft, der nicht trennscharf vom Bereich Tourismus abzugrenzen ist und somit eher als „Teilsegment Freizeit" bezeichnet werden kann. Zu den Freizeiteinrichtungen zählen insbesondere Sport- und Freizeitparks, Golfanlagen, maritim touristische Unternehmen (Marinas) und die Fahrgastschifffahrt. Tourismuspolitisch wie wirtschaftlich ist zweifellos auch das Segment Camping ein bedeutender Teil des Tourismus.

Die zahlreichen Möglichkeiten einer Erstausbildung im Tourismus

Die Tourismus- und Freizeitbranche kennt bereits eine Vielzahl von Ausbildungsberufen. Neben den Sport- und Fitnesskaufleuten, den Hotel- und Gaststättenberufen sowie den Veranstaltungskaufleuten ist der Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau der Ausbildungsberuf in der dualen Berufsausbildung schlechthin, der den Tourismus in den Mittelpunkt stellt. Dieser „klassische" touristische Beruf wurde mit dem Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit um weitere, bisher nicht berücksichtigte, Segmente der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ergänzt.

Dazu gehören lokale und regionale Tourismusorganisationen wie Verkehrsämter und -vereine, regionale Tourismus-Marketingorganisationen und -verbände, Kur-, Bäder- und Wellnessbetriebe, Freizeit- und Erlebnisparks, Ferienanlagen und -parks, Campingplätze, maritim touristische Unternehmen sowie touristisch orientierte Verkehrsunternehmen.

Das Berufsbild des Kaufmanns/der Kauffrau für Tourismus und Freizeit beinhaltet die wesentlichen Qualifikationen, die in diesen Tourismus- und Freizeiteinrichtungen in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen haben. Die Ausbildungsinhalte der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr wurden aus dem Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau herausgelöst und in den neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit integriert.

Im Unterschied zu den Reiseverkehrskaufleuten gibt es nunmehr Fachkräfte, die vor Ort – und somit direkt am Kunden – freizeitwirtschaftliche und touristische Produkte erstellen sowie Dienstleistungen erbringen. Die spezifischen Belange der Region und die

Kenntnisse über diese Besonderheiten sind die Grundlage für die praktische Arbeit dieser neuen Fachkräfte.

Aktuelle Ausbildungsberufe im Tourismusgewerbe auf einen Blick

- Ausbildungsberufe im Gastgewerbe
  - Fachkraft im Gastgewerbe
  - Fachmann/-frau für Systemgastronomie
  - Hotelfachmann/-frau
  - Hotelkaufmann/-frau
  - Koch/Köchin
  - Restaurantfachmann/-frau
- Ausbildungsberufe bei Touristischen Leistungsträgern
  - Kaufmann/-frau im Eisenbahn- und Straßenverkehr
  - Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit
  - Kaufmann/-frau für Verkehrsservice
  - Luftverkehrskaufmann/-frau
  - Reiseverkehrskaufmann/-frau
  - Schifffahrtskaufmann/-frau
  - Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr
  - Sport und Fitness Kaufmann/-frau
  - Veranstaltungskaufmann/-frau
  - Kaufmann/-frau im Gesundheitswesen

Tourismus – auch ein wissenschaftlicher Studiengang

Die Veränderungen der europäischen Hochschullandschaft prägen die Studienabschlüsse der deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Berufsakademien und anderer Hochschulen. Der Diplom- und Magistertitel weicht dem neuen Bachelor- und Masterabschluss.

Das neue Studiensystem ist zweiphasig und gestuft. Die erste Phase, der Bachelor-Studiengang, endet mit dem Bachelor-Examen. Die zweite Phase, der Master-Studiengang, schließt mit dem Master-Examen ab. Das Master-Examen entspricht etwa dem bisherigen universitären Diplom- bzw. dem Magister-Abschluss. Entscheidend ist, dass beide Abschlüsse unabhängig voneinander für einen Berufseinstieg qualifizieren.

Der Bachelor-Abschluss ist ein akademischer Grad, der nach einer Regelstudienzeit von mindestens sechs Semestern an einer Universität, Fachhochschule oder anderen Hochschule erworben werden kann. Die Abschlussarbeit heißt Bachelor-Arbeit oder auch Bachelor-Thesis. Studierende erhalten den Abschluss „Bachelor of Arts“ oder „Bachelor of Science“.

Master ist der Abschluss eines akademischen Aufbaustudienganges und setzt den erfolgreichen Abschluss eines Bachelor-Studienganges voraus. Es handelt sich somit um eine fachvertiefende bzw. fachübergreifende Weiterqualifizierung.

Der Masterstudiengang umfasst mindestens zwei Semester und kann entweder direkt an das Bachelor-Studium angeschlossen werden oder erst nach einigen Jahren Berufstätigkeit erfolgen. Am Ende des erfolgreichen Studiums steht der Titel „Master of Arts“ oder „Master of Science“.

Die Ausbildungsinstitutionen auf einen Blick

- Berufsakademie: Abschluss Bachelor of Arts
- Fachhochschule:
  - Abschluss: Bachelor of Arts
  - Abschluss: Bachelor of Arts und Master of Arts
  - Abschluss: Master of Arts

- Universität
  - Vollzeitstudium:
    Abschluss: Bachelor of Science / Master of Science
  - Aufbaustudium:
    Abschluss: Master of Science

Im Fahrplan des Bologna-Prozesses

Damit ist die deutsche Ausbildung im Tourismus Erfolg versprechend in den Bologna-Prozess integriert, der einen einheitlichen europäischen Hochschulraum bis 2010 zum Ziel hat und an dem sich 46 europäische Länder beteiligen.

Durch den Bologna-Prozess wächst Europa im Hochschulbereich stärker zusammen und ermöglicht so eine bessere Nutzung des vorhandenen Wissenspotentials. Kernelement des geplanten gemeinsamen europäischen Hochschulraums ist die Einführung eines gestuften Studiensystems aus Bachelor, als erstem berufsbefähigendem Abschluss, sowie Master und Promotion als europaweit vergleichbaren Abschlüssen.

Urlaubsreisen

Incoming-/Binnentourismus

Eine Analyse in Zusammenarbeit mit der DZT

Nach dem Rekordjahr 2005 hat der internationale Tourismus 2006 weiter zugenommen: Weltweit wurden insgesamt 842 Millionen touristische Ankünfte gezählt, das entspricht einem Anstieg um 4,9 Prozent und absolut 40 Millionen mehr als im Jahr 2005. Deutschland nahm dabei Rang 5 der beliebtesten Reiseziele in Europa ein.

Alle regionalen Zielmärkte verzeichneten steigende Zahlen bei den internationalen Ankünften:

- Europa ein Plus von 4 Prozent
- Asien/Pazifik ein Plus von 8 Prozent
- Amerika ein Plus von 2 Prozent
- der Mittlere Osten ein Plus von 6 Prozent
- Afrika ein Plus von 10 Prozent

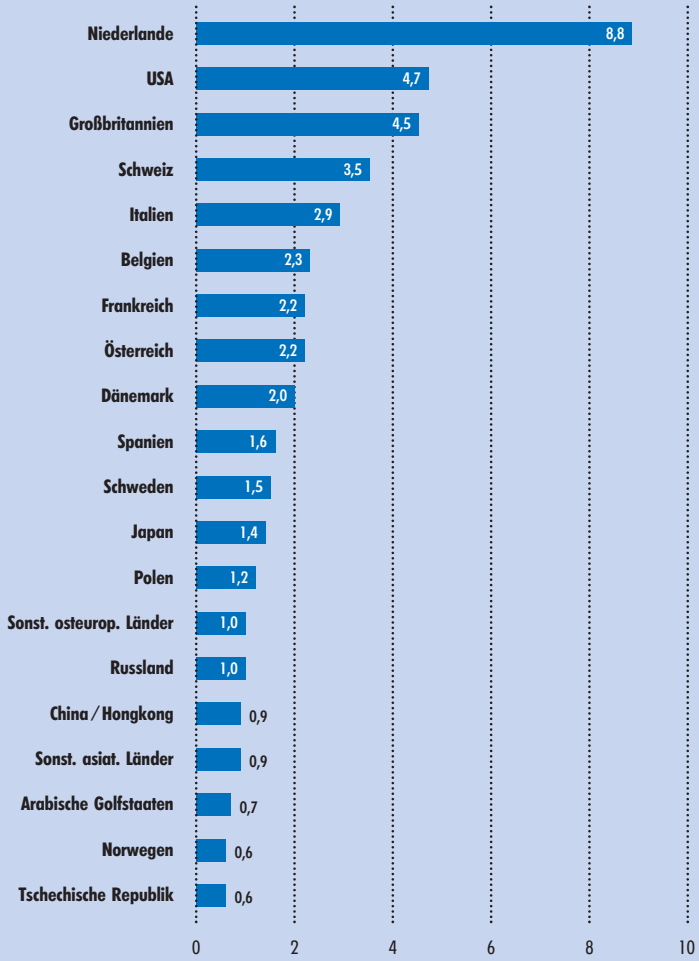
Innerhalb Europas mit 457 Millionen Ankünften liegen Südeuropa (164 Millionen) und Westeuropa (150 Millionen) weiterhin an der Spitze. Bezogen auf die Reisen wächst Deutschland im Jahr 2006 mit 9,6 Prozent deutlich stärker als Europa mit insgesamt 4,3 Prozent und liegt ebenfalls über dem globalen Trend von plus 4,9 Prozent.

Tourismus stärkt den Wirtschaftsstandort Deutschland

Das Hauptziel der DZT besteht in der Förderung eines qualitativen und quantitativen Wachstums des Tourismus nach und in Deutschland. Dies bedeutet vor allem eine quantitative Steigerung der Übernachtungen, die Stärkung der Wettbewerbsposition Deutschlands im europäischen Vergleich und die Erhöhung der Einnahmen aus dem Incoming zur Verbesserung des außenwirtschaftlichen Gleichgewichts.

RDA-Mitgliederversammlung 2007:
Ulrich Rüter, Petra Hedorfer, Richard Eberhardt

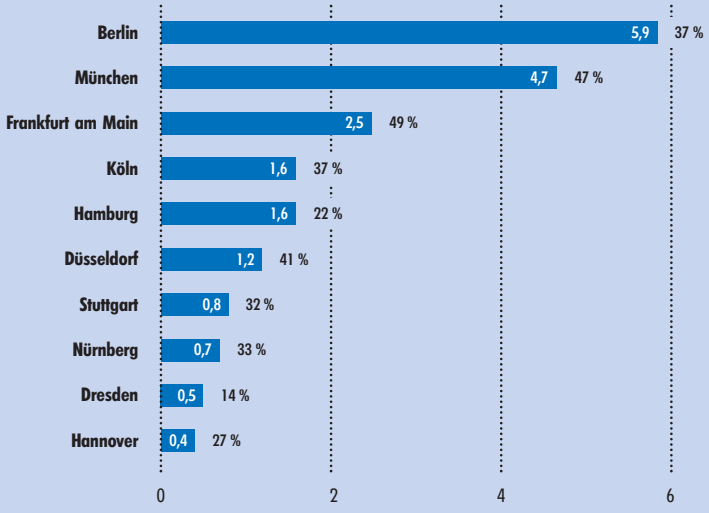
Top-20-Quellmärkte für Deutschland nach Übernachtungen 2006



Quelle: DZT 2007; Statistisches Bundesamt 2007

Top-Städte in Deutschland nach Übernachtungen ausländischer Gäste 2006

in Millionen



Quelle: DZT 2007; Statistische Landesämter 2007;
die Prozentangaben beziehen sich auf den Anteil der Ausländer- an den Gesamtübernachtungen

Als Querschnittsbereich verschiedener Branchen hat der Tourismus in Deutschland einen gesamtwirtschaftlichen Produktionswert von 185 Milliarden Euro und eine Wertschöpfung von 94 Milliarden Euro. Damit erzielt der Tourismus einen direkten Anteil von rund 3,2 Prozent am Bruttoinlandsprodukt (BIP) ohne Geschäftsreisen, VFR-Reisen und öffentliche Investitionen. Er wird vor allem in mittelständisch geprägten Unternehmen, zum Beispiel in den rund 53.000 Betrieben des Beherbergungsgewerbes, erzielt und bietet insgesamt 2,8 Millionen Beschäftigten Einkommen. Die DZT fördert

so weltweit auch die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Deutschland. Von Januar bis Dezember 2006 wurden in Deutschland 52,9 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland in gewerblichen Betrieben mit mehr als neun Betten und auf Campingplätzen gezählt. Im Vergleich zum Reisejahr 2005 entspricht dies einem überdurchschnittlichen Zuwachs von 9,8 Prozent.

Bereits heute kommt in Deutschland knapp jeder fünfte Gast aus dem Ausland. In Frankfurt am Main ist es bereits jeder zweite, in Berlin jeder dritte. Mit jährlich steigenden Einnahmen und im Jahr 2006 mit 26,1 Milliarden Euro ist das Incoming-Geschäft ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor für den Standort Deutschland.

Highlights

Wachstum aus allen Regionalmärkten

Ein Wachstum im Deutschland-Tourismus war im WM-Jahr 2006 durchgängig in allen relevanten Quellmärkten zu verzeichnen. Alle ausländischen Quellmärkte wiesen kumuliert von Januar bis Dezember 2006 ein Plus von 9,8 Prozent bei den Übernachtungen auf. Besonders dynamisch entwickelten sich die Überseemärkte, die mit plus 12,9 Prozent noch stärker bei den Deutschlandreisen zulegen konnten als die europäischen Länder mit plus 8,7 Prozent. Hier einige Beispiele:

- Plus 4,2 Prozent auf mehr als 8,7 Millionen Übernachtungen aus dem wichtigsten Volumenquellmarkt, den Niederlanden
- Plus 14,1 Prozent auf mehr als 4,5 Millionen Übernachtungen aus dem drittwichtigsten Incoming-Markt, dem Vereinigten Königreich
- Plus 7,1 Prozent auf fast 3,5 Millionen Übernachtungen aus der Schweiz
- Plus 8,4 Prozent auf fast 2,3 Millionen Übernachtungen aus Belgien

- Plus 8,7 Prozent auf ca. 2,2 Millionen Übernachtungen aus Frankreich
- Plus 10,3 Prozent auf fast 2 Millionen Übernachtungen aus Dänemark

Zuwächse aus traditionellen Überseemärkten

Die wichtigsten Übersee-Quellmärkte haben 2006 ein beachtliches Wachstum erbracht:

- Plus 5,2 Prozent auf fast 4,7 Millionen Übernachtungen aus den USA – nach kontinuierlichem Wachstum in den letzten Jahren kommt der Deutschland-Tourismus der US-Amerikaner wieder dem Rekordergebnis von 2000 näher
- Plus 5,3 Prozent auf knapp 1,4 Millionen Übernachtungen aus Japan – das zweitstärkste Jahr nach 2000 in den letzten zehn Jahren

Das Reiseland Deutschland ist attraktiv in Mittel- und Fernost

- Das Incoming aus dem Wachstumsmarkt China legte auch 2006 mit plus 8,4 Prozent weiter zu und erreichte mehr als 924.000 Übernachtungen
- Israel konnte einen Sprung nach vorn machen und wuchs mit einem Plus von 18 Prozent auf über 373.000 Übernachtungen
- Südkorea konnte sein beeindruckendes Vorjahreswachstum weiter fortsetzen und erreichte mit plus 6,5 Prozent mehr als 325.000 Übernachtungen

Städte- und Eventreisen immer beliebtere Urlaubsreisearten

Städte- und Eventreisen waren im Jahr 2006 bei den internationalen Deutschlandreisenden besonders beliebte Urlaubsformen. Allein aus Europa wuchs das Segment der Städte- und Eventreisen um 11 Prozent und war damit 2006 die beliebteste Reiseart bei Urlaubsreisen

Quellmärkte Nordwest- und Südwesteuropa

	Übernachtungen 2006	DZT-Prognose ÜN 2015	Urlaubsauslandsreiseintensität	Einwohner 2006 in Mio.
Nordwesteuropa	**15.984.165**	**17.700.000**	**81,1 %**	**87,1**
Niederlande	8.778.441	9.500.000	113,3 %	16,4
Großbritannien	4.531.179	4.700.000	69,2 %	59,8
Belgien	2.254.192	2.900.000	101,3 %	10,4
Luxemburg	420.353	6.000.000	167,0 %	0,5
Südwesteuropa	**10.099.081**	**14.200.000**	**33,9 %**	**169,5**
Schweiz	3.451.905	5.400.000	135,7 %	7,3
Italien	2.853.427	3.900.000	26,5 %	58,1
Frankreich	2.223.960	2.400.000	34,1 %	60,7
Spanien	1.669.799	2.500.000	25,2 %	43,4
Summe	**26.083.246**	**31.900.000**		**256,6**

Quelle: DZT 2007; Statistisches Bundesamt 2007

nach Deutschland. Die Dynamik in diesem großen Volumen ist vor allem auf die FIFA-WM 2006™ in Deutschland, auf zusätzliche Angebote im Low-Cost-Bereich und ein herausragendes Preis-Leistungsverhältnis im internationalen Vergleich zurückzuführen.

- Die Bundeshauptstadt Berlin verzeichnete plus 17,9 Prozent
- Düsseldorf wies mit plus 10,6 Prozent eine besonders starke Dynamik bei den Übernachtungen auf
- Die barocke Elbstadt Dresden konnte mit plus 9,7 Prozent ebenfalls ein hohes Wachstumsvolumen aufweisen

Quellmärkte Nordosteuropa / Russland

	Übernachtungen 2006	DZT-Prognose ÜN 2015	Urlaubsauslandsreiseintensität	Einwohner 2006 in Mio.
Nordosteuropa / Russland	**6.852.866**	**7.700.000**	**18,4 %**	**212,4**
Dänemark	1.956.103	2.000.000	104,7 %	5,4
Schweden	1.521.611	1.900.000	62,1 %	9,1
Norwegen	575.253	600.000	93,2 %	4,6
Finnland	447.951	600.000	90,0 %	5,3
Polen	1.156.992	1.200.000	17,1 %	38,5
Russland	964.898	1.000.000	7,7 %	142,5
Baltische Staaten	230.078	500.000	28,5 %	7,0

Quelle: DZT 2007; Statistisches Bundesamt 2007

Hotellerie durch Deutschland-Incoming weiter im Aufwind

Für die Hotellerie sind internationale Gäste ein wesentliches Standbein, da sie mittlerweile im Durchschnitt 20 Prozent aller Übernachtungen generieren. Gegenüber dem Reisejahr 2005 stiegen die Übernachtungen internationaler Gäste um 10,1 Prozent auf knapp 43 Millionen. Von den rund 53 Millionen Gesamtübernachtungen ausländischer Gäste im Jahr 2006 wurden somit etwa vier von fünf Übernachtungen in Hotels, Hotel garnis, Gasthöfen und Pensionen verbracht.

Hierbei wird auch die große Bedeutung des Geschäftsreisetourismus sichtbar. Deutschland hat überproportional hohe Anteile im

internationalen Geschäftsreisemarkt und steht weltweit an der Spitze der Messestandorte. Hannover ist mit 495.265 qm der Messeplatz mit den global größten Ausstellungskapazitäten. Deutschland hat 2006 zum dritten Mal in Folge seinen Spitzenplatz in Europa als Standort für Kongresse und Tagungen behaupten können.

Der wirtschaftliche Einfluss des Incoming von Übernachtungsgeschäftsreisen aus Europa nach Deutschland wurde 2006 mit einem Umsatz von 6,3 Milliarden Euro deutlich. International ist Deutschland die zweitwichtigste Destination der Kongress- und Tagungswirtschaft hinter den USA.

Neben dem klassischen Beherbergungsgewerbe konnte auch die Parahotellerie, welche die touristische Nachfrage nach günstigeren Unterkünften befriedigt, mit einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis kräftige Zuwächse von 7,3 Prozent bei den Übernachtungen internationaler Touristen verzeichnen.

Das mit Abstand beliebteste Bundesland bei den ausländischen Gästen 2006 war Bayern, das knapp ein Viertel (23 Prozent) aller Übernachtungen auf sich vereinte. Die drei ersten Bundesländer Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg schöpften mehr als die Hälfte (51 Prozent) des Marktvolumens der Übernachtungen aller ausländischen Gäste ab.

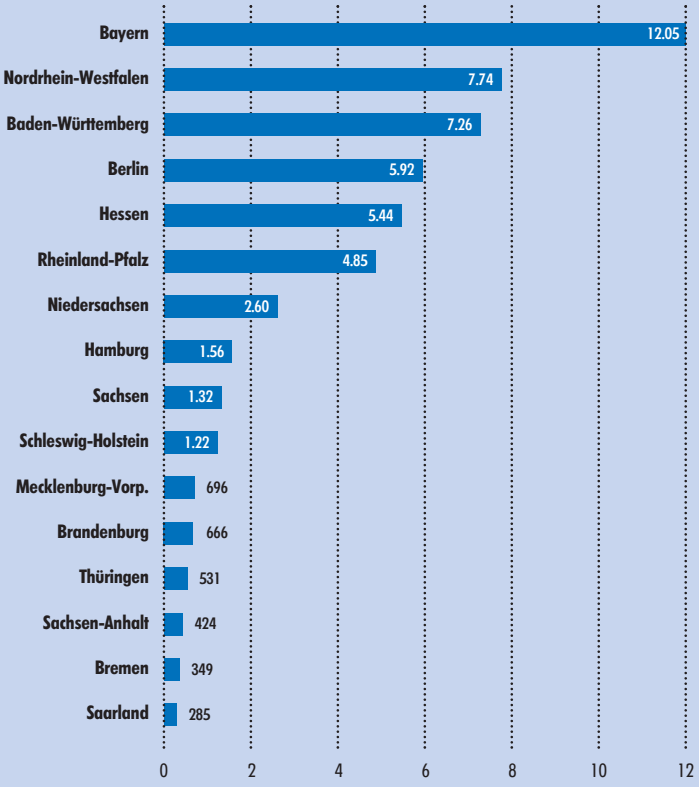
Gesundheits- und Wellnessangebote stark nachgefragt

Während bei den Inlandsreisenden in den prädikatisierten Kurorten und Heilbädern eine Sättigung auf hohem Niveau zu beobachten ist, nimmt die Nachfrage aus dem Ausland mit einem Plus von 9,3 Prozent weiter zu.

Diese Entwicklung spiegelt die anhaltende große Nachfrage internationaler Reisender nach Gesundheits- und Wellnessreisen wider,

Übernachtungen von ausländischen Gästen nach Bundesländern 2006

in Millionen



Quelle: DZT 2007; Statistische Landesämter 2007

denn das Angebot an Kuren, Wellness- oder Schönheitsbehandlungen von Hotels und Resorts in über 300 Kurorten und Heilbädern ist außerordentlich vielfältig und abwechslungsreich.

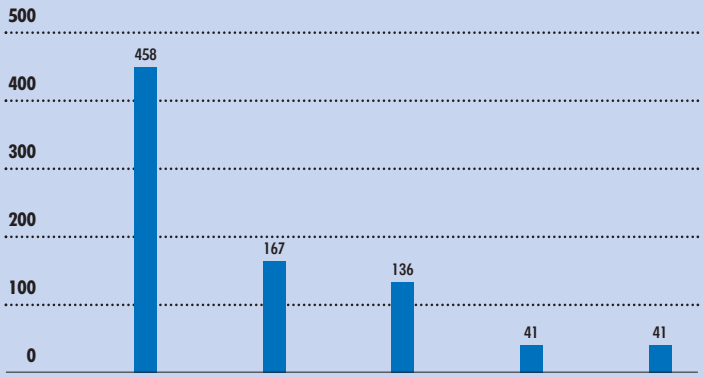
Die Reisen der Deutschen im Inland

Die Deutschen sind auch im Jahr 2006 Reiseweltmeister und ihr beliebtestes Reiseziel bleibt weiterhin Deutschland. Entsprechend den neuesten Daten von IPK International haben deutsche Destinationen einen Marktanteil an allen Reisen ab einer Übernachtung von 74 Prozent (plus ein Prozentpunkt). Insgesamt wurden 212,2 Millionen Reisen gezählt. Laut Reiseanalyse 2007 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) ist diese positive Entwicklung auch auf einen gestiegenen Marktanteil der Urlaubsreisen ab vier Nächten zurückzuführen. Mit 32,1 Prozent lag dieser Anteil im Jahr 2006 um 1,7 Prozentpunkte höher als im Vorjahr. Damit ist Deutschland auch bei Haupturlaubsreisen das beliebteste Ziel der Deutschen: Auf Rang zwei folgt Spanien mit 14 Prozent Marktanteil, Italien liegt mit 7,3 Prozent auf Platz drei, Österreich schließt sich mit 5,8 Prozent an. Besonders erfreulich bei den Urlaubsreisen: Die Reiseintensität konnte von 73,6 Prozent im Jahr 2005 auf 74,7 Prozent im vergangenen Reisejahr gesteigert werden. Somit konnte keinerlei Reisemüdigkeit der Deutschen aufgrund der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006™ festgestellt werden – Urlaub hat für die Deutschen einen weiterhin hohen Stellenwert.

Die beliebtesten Bundesländer

Hamburg verzeichnete von Januar bis Dezember 2006 ein Plus von 9,6 Prozent bei den Inländerübernachtungen und wies damit wie im Vorjahr den stärksten Zuwachs aller Bundesländer auf. Bei den Flächenländern konnten Sachsen und Sachsen-Anhalt mit plus 5,7 bzw. 5,6 Prozent am stärksten wachsen. Dabei lockten z. B. in Sachsen-Anhalt regionale Höhepunkte wie z. B. die Landesgartenschau in Wernigerode, der Sachsen-Anhalt-Tag oder die 1.200-Jahr-Feier der Stadt Halle zahlreiche Gäste ins Bundesland zwischen Elbe und Harz.

842 Millionen registrierte internationale Ankünfte 2006



Quelle: DZT 2007; UNWTO 2007

Bei den Urlaubsreisen zog es die Deutschen auch 2006 weiterhin in die Berge und ans Meer: Bayern behauptet im Jahr 2006 trotz leichter Einbußen mit einem Marktanteil von 6,7 Prozent aller Urlaubsreisen der Deutschen im In- und Ausland seinen ersten Platz als beliebteste Ferienregion. Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Baden-Württemberg folgen mit leichten Zuwächsen auf den Plätzen zwei bis fünf. Gemeinsam erzielen diese fünf Bundesländer rund drei Viertel der 20,7 Millionen Urlaubsreisen in Deutschland. Wichtigstes Verkehrsmittel auf allen Reisen der Deutschen ist und bleibt der Pkw/das Wohnmobil mit einem Anteil von 73 Prozent. Die Bahn notiert mit einem Anstieg von zwei Prozentpunkten auf 17 Prozent eine höhere Attraktivität bei den Reisenden, die u. a.

Beitrag der Tourismuswirtschaft 2006

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-$
1	USA	1.390,8
2	Japan	446,5
3	China	301,2
4	Deutschland	267,7
5	Frankreich	250,0
6	UK	212,8
7	Spanien	212,3
8	Italien	192,5
9	Kanada	131,8
10	Mexiko	118,4

Quelle: DZT 2007; TSA / WTTC 2007

Tourismus Satelliten Konto / Tourismus Satellite Account (TSA)

Die **Tourismuswirtschaft** (Tourismuswirtschaft bzw. -effekte im weitesten Sinne) zeigt den weitergehenden Einfluss der touristischen Nachfrage auf andere Bereiche der Volkswirtschaft, also alle Auswirkungen, die die touristische Nachfrage auf die jeweilige lokale oder nationale Volkswirtschaft hat (nachfrageseitige Betrachtung).

durch flexible und konkurrenzfähige Produkte der Bahn im Reiseverkehr sowie steigende Unterhaltungskosten beim Auto zu erklären sind.

Chancen zur Vermarktung des Reiselandes Deutschland im Ausland

Als Analysten des für Deutschland relevanten Reisegeschehens sieht die DZT 2006 „10 Chancen zur Vermarktung des Reiselandes Deutschland im Ausland“, um die Wettbewerbsfähigkeit der Destination Deutschland auch in Zukunft weiter zu stärken. Die wichtigsten Kernaussagen:

- Das weltweite Image Deutschlands wird zunehmend vom Image des Reiselandes Deutschland geprägt.

Beitrag der Tourismusindustrie 2006

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-$
1	USA	518,4
2	Japan	168,5
3	Frankreich	95,8
4	Spanien	81,6
5	Italien	81,6
6	UK	79,9
7	Deutschland	78,0
8	China	63,4
9	Mexiko	42,0
10	Kanada	41,5

Quelle: DZT 2007; TSA / WTTC 2007

Tourismus Satelliten Konto / Tourismus Satellite Account (TSA)

Die **Tourismusindustrie** (tourismustypischer Bereich) zeigt die engeren ökonomischen Wirkungen, insbesondere Güter und Dienstleistungen, die direkt für Besucher erstellt werden, wie Beherbergung und Transport (angebotsseitige Betrachtung).

- Die Wachstumsdynamik des Deutschland-Tourismus kommt aus dem Ausland. Deshalb müssen wir bei den internationalen Ankünften schneller wachsen als der europäische Durchschnitt.
- Die Vernetzung der Verkehrsträger Flug, Schiene und Straße ist eine zentrale Zukunftsaufgabe.
- Das Reiseland Deutschland muss seine Marktführerschaft im Geschäftstourismus gegenüber Asien sichern und Standortvorteile aktiv nutzen.
- Deutschland muss den weltweiten demografischen Wandel in den Industriestaaten als Chance für mehr internationale Reisen nach Deutschland nutzen sowie die Marktführerschaft im Inland halten.

- Deutschland sollte seine Stellung als zweitwichtigstes Kulturreiseziel der Europäer weltweit ausbauen und seine Stärke „Fülle der Einzigartigkeiten“ forcieren
- Von Kuren bis Wellness muss das Thema Gesundheit aktiv mit dem Reiseland Deutschland verbunden werden
- Die Herausforderungen des weltweiten Klimawandels müssen in der touristischen Produktentwicklung berücksichtigt werden
- Die touristischen Destinationen in Deutschland müssen sich noch internationaler präsentieren und in das Auslandsmarketing investieren
- Die Nutzung aller Vertriebswege (Multichannelling) ist der Erfolgsfaktor für die weltweite Kundenansprache im touristischen Marketing

Ziele für 2007

Im Berichtsjahr hat die DZT konkrete operative Zielsetzungen für ihr Marketing formuliert. Dazu gehören die Steigerung des Städtetourismus, insbesondere des Kulturtourismus und des promotablen Geschäftstourismus in Metropolen, z. B. Magic Cities, und in kleineren Kulturstädten, z. B. Historic Highlights, UNESCO-Welterbestätten sowie die Förderung von gesundheitsorientierten Reisen, z. B. Aktivurlaub, Wellness, Radfahren oder Wandern. Auch die Festlegung von marktspezifischen Zielen auf der Basis von Marktanalysen und Marktbewertungen sowie die Vermarktung relevanter marktspezifischer Schwerpunktthemen gehören zu den wichtigen Zielen der DZT im laufenden Jahr. Im Fokus ihrer Aktivitäten steht der Vertrieb von Deutschlandprodukten, den sie durch Umsetzung der Multi-Channelling-Strategie realisiert. Darüber hinaus plant die DZT, ihre „Public Private Partnership“-Kooperationen zu erweitern, weitere Mitglieder zu gewinnen und in Kooperation mit den 16 Bundesländern das überregionale Inlandsmarketing zu fördern.

Outgoing-Tourismus

Im Touristikjahr 2005/2006 konnten die Reiseveranstalter ihren Umsatz um rund ein Prozent steigern. Auch die Reisebüros verbuchten steigende Umsätze, das Plus fiel aber etwas schwächer aus. Die Eckdaten der organisierten Reise lauten: 19,6 Milliarden Euro Umsatz und 37,6 Millionen Urlauber.

Zudem können folgende Fakten festgehalten werden: Die Zahl der Urlaubsreisen bleibt auf hohem Niveau, der Urlaub wird leicht kürzer, an der Wahl des Verkehrsmittels ändert sich fast nichts.

Das Gros des deutschen Veranstaltermarktes machen mit rund zwei Drittel TUI, Thomas Cook und REWE Touristik aus. Die Big Six, also TUI, Thomas Cook und REWE zusammen mit FTI, Öger und Alltours, bringen es sogar auf einen Marktanteil von über 80 Prozent. Diese Konzentration unterstreicht die Bedeutung der sechs führenden Veranstalter für die Entwicklung der ganzen Branche.

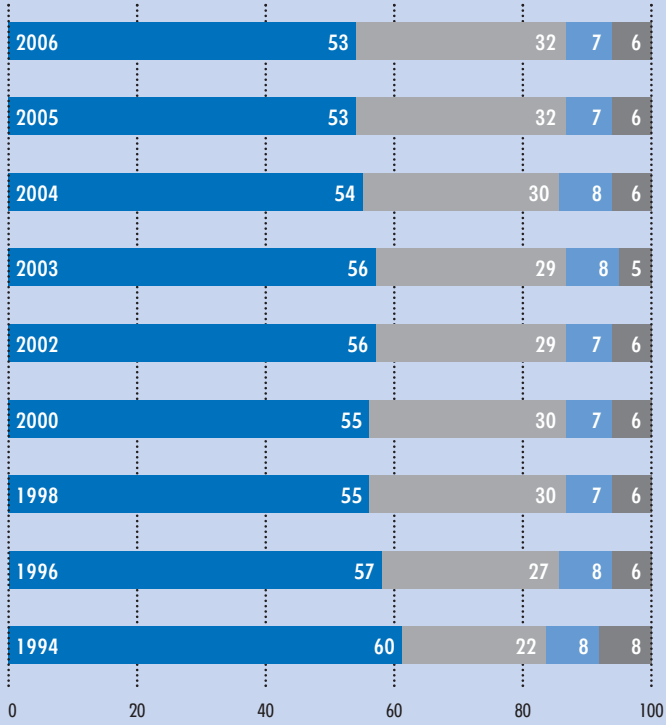
Bei den Urlaubszielen konnten die Balearen und Italien gegenüber dem Vorjahr steigende Gästezahlen aus Deutschland verzeichnen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat sich von 11,0 auf 10,9 Tage ganz leicht verkürzt.

Urlaub auf dem Kreuzfahrtschiff erfreute sich auch im Jahr 2006 wachsender Beliebtheit. Umsatz und Passagierzahlen von Hochseekreuzfahrten konnten weiter zulegen. Der Umsatz im Flusskreuzfahrtenmarkt fiel um 1,6 Prozent niedriger aus als 2005.

Tag der Bustouristik 2007: Michael Rabe, Richard Eberhardt, Klaus Laepple, Dieter Gauf

Welche Verkehrsmittel nutzen die deutschen Urlauber

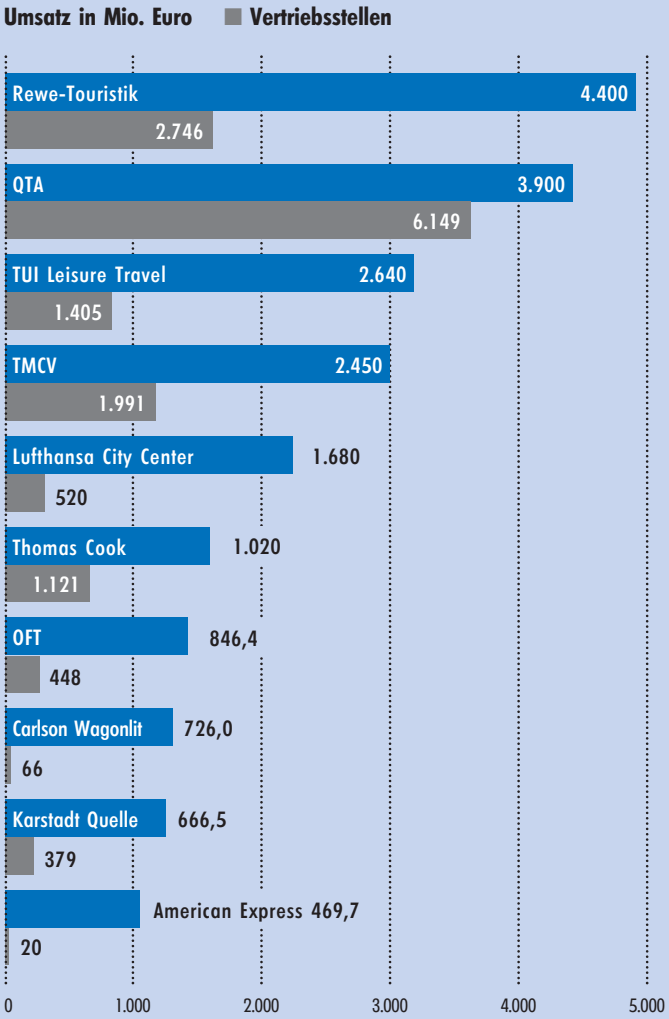
Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer, in Prozent



jeweils zwei Prozent: keine Angaben

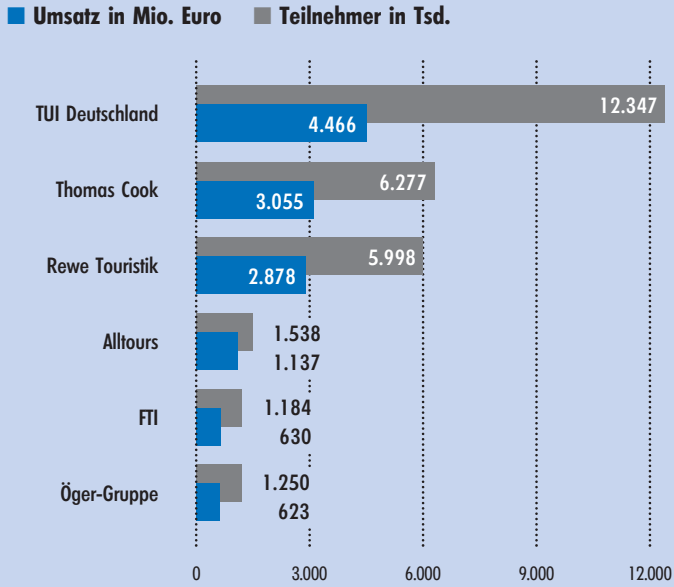
Quelle: TouristScope / TUI, GfK-TravelScope

Die größten Reisevertriebs-systeme 2005



Quelle: FVW Dokumentation Ketten und Kooperationen 2005

Die größten Reiseveranstalter in Deutschland



Der Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter 2006 betrug 19,6 Milliarden Euro.

Marktanteile der Reiseveranstalter

TUI Deutschland	28,0 %
Thomas Cook	19,1 %
Rewe Touristik	18,0 %
Alltours	7,1 %
FTI	4,0 %
Öger-Gruppe	3,9 %
Sonstige	19,9 %

100 Prozent = Gesamtumsatz der 61 führenden Reiseveranstalter laut FVW Dokumentation.

Quelle: TouristScope / TUI, GfK-TravelScope

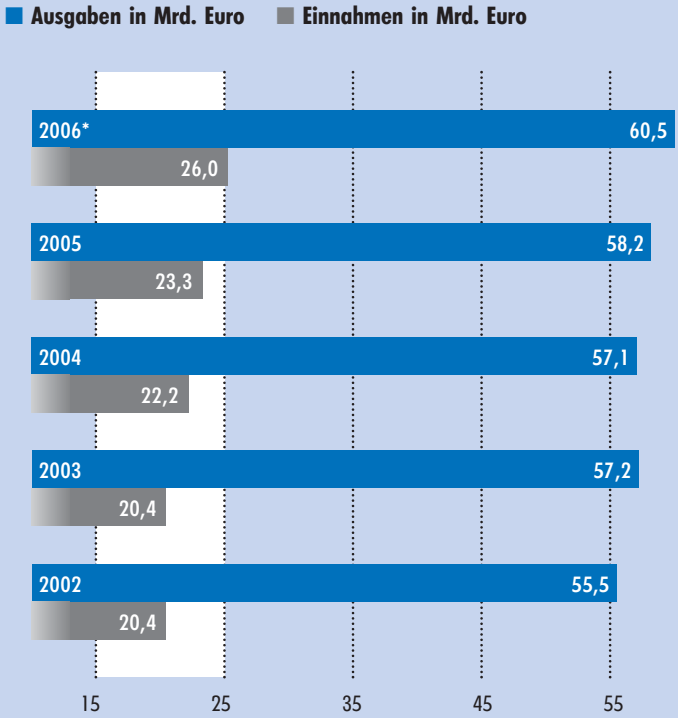
Die 10 beliebtesten Reiseziele weltweit

Besucher im Jahr (in Mio.)	2005	2006
Frankreich	76,0	78,0
Spanien	55,6	58,5
USA	49,4	50,9
China	46,8	49,6
Italien	36,5	k.A.
Großbritannien	30,0	32,1
Deutschland	21,5	23,6
Mexiko	21,9	21,3
Österreich	20,0	20,3
Türkei	20,3	18,9

Im Jahr 2006 wurden weltweit insgesamt 842 Millionen (2005: 808 Millionen) internationale touristische Ankünfte gezählt. Das entspricht einer Steigerung von 4,5 Prozent gegenüber 2005. Die meisten Besucher weltweit zählte im Jahr 2005 Frankreich, gefolgt von Spanien und den USA. Deutschland rangierte auf Platz 7 in der Beliebtheitsskala.

Quelle: UNWTO

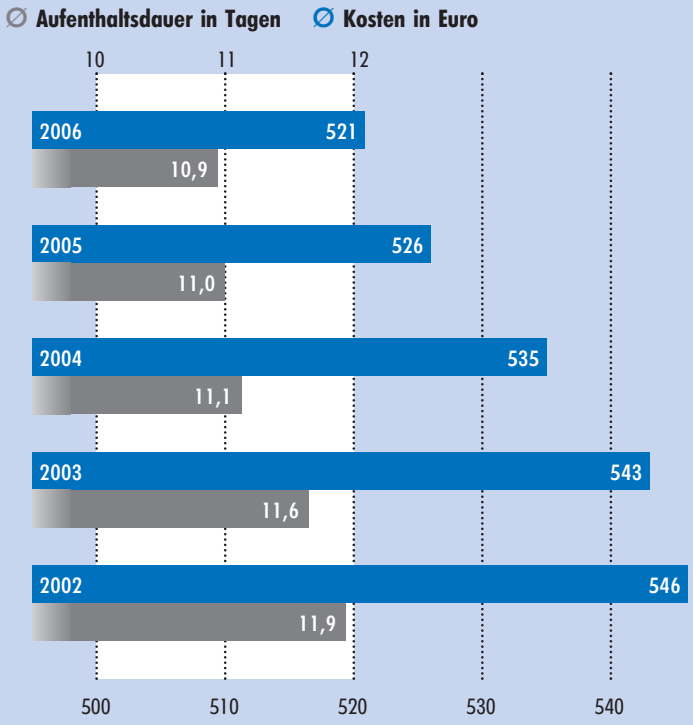
Ausgaben und Einnahmen Deutschlands im internationalen Reiseverkehr



2006 gaben die Deutschen laut UNWTO 72,7 Milliarden US-Dollar (60,5 Milliarden Euro) für Reisen aus. Damit bestätigten die Bundesbürger erneut ihre Position als Reiseweltmeister. Die USA rangieren mit Reiseausgaben in Höhe von 69,2 Milliarden US-Dollar für Reisen weiterhin auf Platz 2. Nach vorläufigen Schätzungen der Dresdner Bank haben die Ausgaben der Deutschen für Reisen ins Ausland im Jahr 2006 das Spitzenniveau des Jahres 2001 überschritten. Als Reiseziel profitiert Deutschland von der wachsenden Reiselust seiner Gäste und konnte seine Einnahmen weiter steigern.

*Quelle: Deutsche Bundesbank, *Hochrechnung Dresdner Bank*

Wie viel kostet eine Pauschalreise im Durchschnitt?



Die durchschnittlichen Kosten der Pauschalreise haben sich in den vergangenen vier Jahren kaum verändert. Im Vergleich zu 2005 hat die durchschnittliche Reisedauer nur um 0,1 Tage abgenommen. Die Durchschnittskosten sind um 5 Euro und damit deutlich geringer gesunken als in den Vorjahren.

Wichtig: Bei den durchschnittlichen Kosten der Pauschalreisen sind ausschließlich Kosten enthalten, die vorab an den Reiseveranstalter für Transport, Unterkunft etc. gezahlt wurden, jedoch keine Ausgaben der Urlauber vor Ort (beispielsweise für Souveniers).

Quelle: TouristScope / TUI, GfK-TravelScope, DRV

Geschäftsreisen

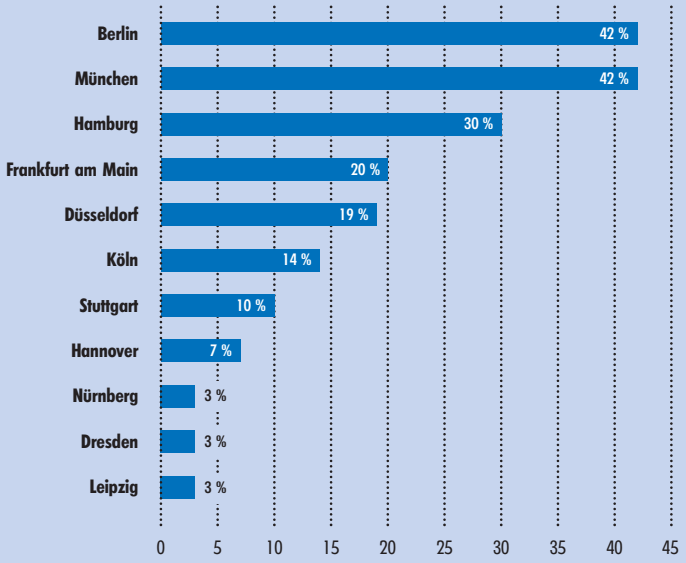
Geschäftsreisen sichern – konservativ gerechnet – weit über eine halbe Million Arbeitsplätze in Deutschland. Und Millionen von Urlaubsreisenden profitieren nachhaltig von Angeboten, die vom Geschäftsreisemarkt indirekt mitfinanziert werden. Der Geschäftsreisemarkt bleibt ein zuverlässiger Indikator der wirtschaftlichen Lage und wirkt zugleich stabilisierend: Er ist saisonunabhängig und weitgehend krisenfest, weil Mobilität von Mitarbeitern meistens eine wichtige Voraussetzung für Wachstum ist.

Der „VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007" zufolge, die der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) in Zusammenarbeit mit Bearing Point vorgelegt hat, führten 2006 fast 158 Millionen Geschäftsreisen (2005: 151 Millionen) zu Ausgaben in Höhe von 47,4 Milliarden Euro (2005: 46,2 Milliarden Euro), gleichbedeutend mit 148 Euro (2005: 146 Euro) pro Geschäftsreisender pro Tag. 2006 unternahm jeder dritte Beschäftigte mindestens eine Geschäftsreise.

Im Jahr 2006 dauerte eine Geschäftsreise durchschnittlich nur noch 2,2 Tage. Der Anteil von maximal dreitägigen Geschäftsreisen betrug bereits 84 Prozent. Dienstreisen des öffentlichen Sektors sind traditionell kurz und sind durchschnittlich ebenfalls noch kürzer geworden. 2006 betrug der Anteil von Dienstreisen ohne Übernachtung 70 Prozent – eine Zunahme im Vergleich zum Jahr 2003 von drei Prozentpunkten. Mittlerweile werden 54 Prozent der Geschäftsreiseausgaben für Verkehrsmittel getätigt, ein Anstieg um fünf Prozentpunkte in einem Jahr. Hierzu tragen vor allem stark gestiegene Kerosin- und Benzinpreise bei. Reaktion: Im Januar 2007 waren 74,4 Prozent aller neu in Flotten zugelassenen Pkw Dieselfahrzeuge.

Die Kosten für Übernachtungen sind anteilig auf dem Niveau des Jahres 2005 geblieben – jeder vierte Euro wird hier ausgegeben. Verpflegungsausgaben konnten hingegen gesenkt werden. Die Ausgaben für

Deutsche Städte, die 2008 für Geschäftsreisen an Bedeutung gewinnen werden



Quelle: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007

Flugtickets und Mietwagen sind gestiegen. Vermehrte Eintagesreisen tragen zu einem Rückgang der Gesamtausgaben für Übernachtung bei und somit zu einer Erhöhung des Transportkostenanteils.

Im Jahr 2006 gab es 51,9 Millionen Übernachtungen durch Geschäftsreisende deutscher Betriebe. Zum Wachstum von einem Prozent bei der Gesamtanzahl haben stärker die größeren Betriebe mit mehr als 500 Mitarbeitern beigetragen (plus drei Prozent).

In inländischen Beherbergungsbetrieben haben deutsche Geschäftsreisende 2006 insgesamt rund 40,3 Millionen Nächte verbracht; ein

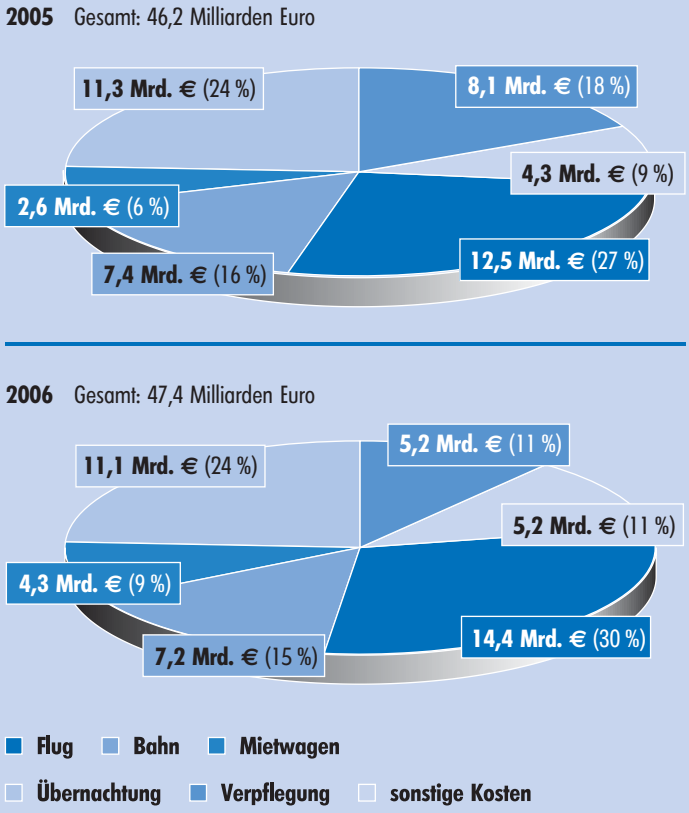
leichter Anstieg vom Vorjahr. Größere Betriebe waren vermehrt im Ausland unterwegs, kleinere Betriebe dagegen zunehmend im Inland. Die Umsätze in Höhe von 8,6 Milliarden Euro sind stabil geblieben; das entspricht etwa der Hälfte der Gesamtumsätze im klassischen Beherbergungsgewerbe. In der ausländischen Hotellerie wurden etwa 2,5 Milliarden Euro ausgegeben. Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden Durchschnittskosten pro Übernachtung sanken im Jahr 2006 um acht Euro auf 134 Euro.

Können sich Beherbergungsbetriebe im kommenden Jahr auf mehr Übernachtungen durch Geschäftsreisende freuen? 70 Prozent der befragten Unternehmen erwarten gleich bleibende Übernachtungszahlen, doch jedes fünfte rechnet mit einem Zuwachs: Die Anzahl der Hotelübernachtungen in 2008 wird somit weiter steigen.

Eine voraussichtlich steigende Anzahl von Hotelübernachtungen im kommenden Jahr ist nur vereinzelt auf eine zunehmende Dauer der Geschäftsreisen zurückzuführen. Neue Geschäftsfelder und eine positive Auftragslage sind für drei von vier Firmen der Hauptgrund. Jedes dritte Unternehmen schickt dementsprechend auch mehr Mitarbeiter auf Geschäftsreise – hier sind besonders viele kleine und mittlere Unternehmen zu sehen (50 Prozent Nennungen). Besonders größere Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern steuern neue Ziele an (36 Prozent).

Als sonstige Gründe werden genannt: Qualitätssicherung, die eines längeren Aufenthalts bedarf, sowie – insbesondere in Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern – die Zunahme von Schulungen, Messen und Tagungen. Fünf Prozent der Firmen rechnen mit weniger Übernachtungen. Hiervon 41 Prozent begründen dieses mit strengerer Kostenkontrolle. Jede dritte hat weniger Mitarbeiter, die verreisen. Bei jeder fünften Firma laufen die Geschäfte nicht gut (18 Prozent).

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2005 bis 2006



Quelle: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007

Telefon- und/oder Videokonferenzen werden bereits in zwei Drittel der Unternehmen genutzt. Eine nähere Analyse ergibt, dass in Abhängigkeit der Reisestruktur eine größere Neigung zum Einsatz

besteht: Bei einem Anteil von Auslandsreisen von mindestens 20 Prozent ist die Tendenz, die Kosten durch Alternativen für Geschäftsreisen zu reduzieren, höher als bei Firmen, die mehr im Inland reisen. Reisen insbesondere zum Neugeschäft werden aber als Wachstumsgarant kaum ersetzbar sein. Für vermeidbare Meetings jedoch gibt es mittlerweile akzeptable alternative Konferenzformen.

Geht der öffentliche Sektor bei Telefon- und Videokonferenzen mit gutem Beispiel voran? Mitnichten, hier beträgt der Anteil lediglich rund 40 Prozent. Ein deutliches Signal an die Politik, dieses Sparpotential unter die Lupe zu nehmen.

Welche Städte können mit Wachstum durch Geschäftsreisende im nächsten Jahr rechnen? 50 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass mindestens eine deutsche Stadt 2008 für Geschäftsreisen an Bedeutung gewinnen wird. 42 Prozent dieser Unternehmen nennen Berlin beziehungsweise München.

Für das Jahr 2008 planen neun von zehn Unternehmen gleich viel oder mehr Geschäftsreisen. Jede vierte Firma wird öfter mit dem Flugzeug unterwegs sein; neue Geschäftsfelder und gute Auftragslage werden hier überdurchschnittlich oft als Gründe genannt (78 Prozent). Das Argument „mehr Mitarbeiter, die verreisen“, spiegelt sich bei allen Transportmitteln als zweiter Hauptgrund für größeres Reisevolumen wider. Neue Geschäftsreiseziele steuert jede vierte Firma an, die mit Wachstum rechnet.

Und noch eine Erkenntnis ergab die „VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007“: Größere Unternehmen, die auf das Know-how eines Travel Managers zurückgreifen, federn den Kostendruck im Geschäftsreisebereich nachweislich gut ab. Kleine und mittlere Unternehmen hingegen, die Travel Management ignorieren, werden eindeutig zum Spielball der Anbieter und strapazieren ihre Profitabilität.