Jahrbuch 2007/2008

BTW

Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.

Impressum

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

Verantwortlich für den Inhalt
Michael Rabe
Ulrich Rüter

Gesamtkoordination
Hermann F. Sack

Text
Ulrich Rüter
Hermann F. Sack
Nicole von Stockert
Sandra van de Walle

Layout und Konzeption
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)

- Vorwort 6
- Der BTW und seine Mitglieder 10
- Der BTW als Mitglied im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) 16

Die Aktivitäten des BTW in Deutschland

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft 21
- Tourismusgipfel am 8. und 9. Oktober 2007 in Berlin 22
- Die ITB vom 5. bis 9. März 2008 in Berlin 34
- Die politischen Themen des BTW 37

Der BTW als politischer Mitgestalter

Partner Bundesregierung 46
- Partner Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) 47
- Partner Auswärtiges Amt (AA) 49
- Partner Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 51
- Partner Bundesministerium der Finanzen (BMF) 52
- Partner Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) 53
- Partner Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) 55

Partner Deutscher Bundestag 57
Partner UN World Tourism Organization (UNWTO) 60

Die Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene

Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft 61
- Die politischen Themen des BTW 62

Der BTW als politischer Mitgestalter 65
- Partner Europäische Kommission 65
- Generaldirektion Unternehmen und Industrie 65

- Generaldirektion Energie und Verkehr 65
- Generaldirektion Wettbewerb 66
- Generaldirektion Binnenmarkt 66
- Generaldirektion Steuern und Zollunion 67
- Generaldirektion Umwelt 68
- Partner Europäisches Parlament (EP) 69

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Ein verlässlicher Indikator der Konjunktur

- Geschäftsreisen 74

Auch Urlaubsreisen weiter im Aufwind 78

- Incoming-/Binnentourismus – Daten, Fakten, Zahlen 78
- Outgoing-Tourismus – Daten, Fakten, Zahlen 91

Bildung und Ausbildung im Tourismus 97

Porträts einzelner Mitglieder im BTW

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH 108
- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club Deutschland (ADAC) 111
- Amadeus Germany GmbH 114
- ANGELL Akademie Freiburg 117
- Arabella International GmbH & Co. KG 120
- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH 123
- Bayern Tourismus Marketing GmbH 126
- Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) 129
- Cologne Business School (CBS) 132
- Deutsche Bahn AG 135
- Deutsche Lufthansa AG 138
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) 142
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) 146
- Deutscher ReiseVerband (DRV) 151
- Europäische Reiseversicherung AG 155
- Europa-Park Freizeit- und Familienpark Mack KG 159

- Flughafen Berlin-Schönefeld GmbH 163
- Flughafen Düsseldorf GmbH 166
- Flughafen Köln/Bonn GmbH 169
- Flughafen München GmbH 172
- Fraport AG (Frankfurt Airport Services Worldwide) 175
- Gebr. Heinemann 178
- Gütegemeinschaft Buskomfort (gbk) 181
- Hamburg Tourismus GmbH 185
- Hotelverband Deutschland (IHA) 188
- INFOX GmbH & Co. Informationslogistik KG 192
- Internationale Fachhochschule Bad Honnef · Bonn 194
- Messe Berlin GmbH 197
- Organisation für Teilzeitwohnrechte in Europa (OTE) 200
- PricewaterhouseCoopers AG WPG (PwC) 203
- RDA Internationaler Bustouristik Verband 206
- Steigenberger Hotels AG 209
- Thomas Cook AG 212
- Thüringer Tourismus GmbH 214
- Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) 216
- Touristik der REWE Group 219
- TUI AG 222
- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) 225

Vorwort

Mit Interesse hat Europa zugehört und reagiert, als der Beauftragte der Bundesregierung für Tourismus, Ernst Hinsken MdB, beim 7. Europäischen Tourismusforum und Treffen der EU-Tourismusminister im September 2008 in Bordeaux klargemacht hatte: Tourismus wird in Deutschland mehr und mehr als wichtiger Wirtschaftsfaktor angesehen. Prompt hat die französische Präsidentschaft angeregt, via EU-Kommission eine europaweite Studie zum Konsumverhalten der Touristen in Auftrag zu geben. Ein begrüßenswertes Projekt.

„Tourismus, lange Zeit ein Stiefkind der Politik, hat einen festen Platz im Parlament." Auch diese Feststellung der Vorsitzenden des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages, Marlene Mortler MdB, ist eine bemerkenswerte Markierung für die Tourismuspolitik der Bundesregierung. Sie ist auch eine Bestätigung der langjährigen verbandspolitischen Effizienz des BTW. Der „Wirtschaftsfaktor Tourismus" ist nicht nur als Thema in der Politik, sondern auch als Chance in der gesamten Gesellschaft angekommen.

Wir stehen vor großen Herausforderungen. Der Klimawandel wird – mancherorts bereits erkennbar – touristische Ziele verändern und Reiseströme verlagern. Wir brauchen daher frühzeitig Anpassungsstrategien. Zu Recht sollen naturnahe Urlaubsformen gezielt gefördert werden. Auch immer mehr ältere Menschen werden künftig reisen. Wellness- und Gesundheitstourismus sowie barrierefreier Tourismus werden an Bedeutung gewinnen. Im globalen Wettbewerb wird Deutschland weiter auf Qualitätstourismus setzen und seine Stärken im Städte- und Kulturtourismus sowie bei Geschäftsreisen betonen, ohne den Tourismus in der Fläche zu vernachlässigen.

Der auf 28 Millionen Euro aufgestockte Etat der Bundesregierung für die Anliegen der Branche ist daher konsequent. Das Gros der direkten Tourismusförderung mit gut 26,3 Millionen Euro entfällt auf die DZT, deren Arbeit nicht nur aktuell sehr effektiv ist, sondern künftig noch an Bedeutung gewinnt. Deutschland als Urlaubsland ist auf professionelles Marketing angewiesen. Der Wirtschaftsstandort Deutschland fliegt und fährt gut mit „Mobility Management" bei Geschäftsreisen.

Wir alle sind gefordert, Trends innerhalb der extrem vielseitigen und sich wandelnden Tourismuswirtschaft rechtzeitig zu erkennen. Auch dazu brauchen wir Fachleute – zum Forschen, Planen und zum praktischen Umsetzen von Erkenntnissen. Berufe in allen Sparten der Tourismuswirtschaft haben inzwischen einen hohen Stellenwert und sind sehr gefragt. Der BTW freut sich daher besonders, mit

der ANGELL Akademie Freiburg und der Cologne Business School jetzt insgesamt drei attraktive Bildungsträger zu seinen Mitgliedern zählen zu können. Dass sich mit der Steigenberger Hotels AG eine weitere leistungsstarke Hotelgruppe dem BTW angeschlossen hat, ist für den Spitzenverband der Tourismusbranche ebenfalls ein wichtiges Signal.

Beim Blick aufs Wahljahr 2009 werden wir genau beobachten, wie sich die Politik die künftigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft vorstellt. Wir erwarten klare Aussagen der Parteien zu den Themen Klimaschutz, Energiepolitik, Steuern und Arbeitsmarkt. Nur wenn die Politik bereit ist, vernünftige und verlässliche Grundlagen zu schaffen, kann die Tourismusbranche in Deutschland ein starker Wirtschaftsfaktor und interessanter Arbeitsmarkt bleiben.

Völlig deplaziert angesichts dramatisch steigender Energiepreise ist es, dass die EU Mobilität zusätzlich verteuern will. Der Emissionshandel in der angekündigten Form bedroht die Existenz von Fluggesellschaften und wird sich negativ auf die gesamte Reisebranche auswirken. Bereits der steigende Ölpreis hat für zahlreiche Insolvenzen weltweit sowie massive Stellenstreichungen und Entlassungen bei den Airlines gesorgt. Eine weitere Verteuerung der Mobilität durch den Handel mit Emissionsrechten in der jetzt von EU-Parlament und EU-Kommission vorgeschlagenen Form wird massive Auswirkungen auf den Tourismus in und für Europa und somit auch für Deutschland, haben. Die Kosten für Mobilität drohen zu explodieren – bei Urlaubern und bei Geschäftsreisenden.

Das angekündigte System des Emissionshandels bringt eine anfängliche Mehrbelastung von Wirtschaft und Verbrauchern von bis zu sechs Milliarden Euro pro Jahr. Zu leiden unter dem Rückgang des Reiseverkehrs durch verteuerte Flugtickets hätten auch die Schwellenländer. Gerade deren Wirtschaft aber ist auf Tourismus und Mobilität angewiesen.

Wir brauchen vielmehr einen konsequenten Klimaschutz, wie er effektiver und schneller durch eine europäische Flugsicherung erreicht wird. Wer der Umwelt wirklich helfen will, muss unnötigen Kerosinverbrauch durch Warteschleifen und unsinnige Umwege beseitigen. Wir benötigen auch keine nationalen Grenzen mehr in Europas Flugraum. Eine optimale Nutzung von Flugrouten spart schneller und wirkungsvoller Kerosin als die einseitige Belastung der in der EU startenden und landenden Fluggesellschaften durch Emissionshandel. Unser Appell an EU-Parlament und Ministerrat: Hände weg von diesem Vorschlag, nicht unterzeichnen und die Folgen des geplanten Emissionshandels neu abschätzen!

Auch die Feinstaubrichtlinie wird im Kreis der EU-Regierungen kontrovers diskutiert. Wenig durchdacht sind dabei Vorschläge, Reisebussen die Fahrt in die Innenstädte zu verwehren. Der Bus leistet bereits mit aktueller Technik einen beachtlichen Umweltbeitrag. Diesen Status kann die Branche weiter optimieren. Generelle Einfahrverbote für Reisebusse in Städte sind für Besucher wie auch die Kommunen selbst kontraproduktiv. Gerade Busreisende fördern die Wertschöpfung von Hotellerie, Gastronomie, Kultureinrichtungen und Einzelhandel. Angesichts der faktischen Umweltverträglichkeit des Reisebusses wäre es am besten, diesen von allen Einfahrverboten auszunehmen.

Scharf zu kritisieren ist der neue Sommerferien-Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK). Gegen alle bisherigen Empfehlungen der Bundesländer, den Korridor auf über 90 Tage – 15. Juni bis 15. September – auszuweiten, hat die KMK für den Zeitraum 2011 bis 2017 einen Gesamtferienzeitraum von grundsätzlich 80 bis 84 Tagen und für das Jahr 2014 von nur 73 Tagen bekannt gegeben. Damit ist eine Chance zur Entzerrung der Ferientermine in den bevölkerungsreichsten Bundesländern leichtfertig vertan worden. Die so verkürzte Hochsaison führt zu steigenden Preisen und sorgt gerade bei Familien für zusätzliche finanzielle Belastungen. Staus auf den Autobahnen von bisher nicht gekanntem Ausmaß sind programmiert. Ganz zu schweigen von den Auswirkungen auf Wirtschaft und Ferienregionen.

Das deutsche Gastgewerbe kämpft zu Recht um einen reduzierten Mehrwertsteuersatz. Bereits 22 von 27 Ländern in Europa haben das für ihre Hotellerie verwirklicht, fast die Hälfte der Staaten hat auch für die Gastronomie die Mehrwertsteuer reduziert. Im Interesse der gesamten Tourismuswirtschaft wird der BTW auch in dieser Angelegenheit politisch am Ball bleiben.

Klaus Laepple
Präsident
Bundesverband der Deutschen
Tourismuswirtschaft (BTW)

Michael Rabe
Generalsekretär
Bundesverband der Deutschen
Tourismuswirtschaft (BTW)

Der Bundesverband 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
info@btw.de · 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
  Vorsitzender des Vorstandes, Thomas Cook AG, Oberursel

- Ernst Fischer (Schatzmeister)
  Präsident, DEHOGA Bundesverband, Berlin

- Joachim Hunold
  Präsident, BDF Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften, Berlin
  (bis September 2007)

- Dietmar Kastner
  Vorsitzender der Geschäftsführung REWE Touristik Gesellschaft mbH, Köln
  (bis 29. Februar 2008)

- 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

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

- Dr. Rainer Schwarz
  Sprecher der Geschäftsführung, Flughafen Berlin-Schönefeld GmbH, Berlin

- André Witschi
  Vorsitzender der Geschäftsführung Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München
  (bis 30. Juni 2007); Vorsitzender des Vorstandes Steigenberger Hotels AG,
  Frankfurt am Main (seit 1. Februar 2008)

Generalsekretariat

RA Michael Rabe

Dipl.-Bw. Ulrich Rüter

- Rechtsanwalt Michael Rabe, Generalsekretär
- Dipl.-Bw. Ulrich Rüter, Geschäftsführer
- Nicole von Stockert, Pressereferentin (seit 1. Juli 2008)
- Carola Vergin, Sekretariat
- Rechtsanwalt Klaus-Heiner Lehne, Europabeauftragter, Brüssel
- Sandra van de Walle, Leiterin BTW-Büro, Brüssel

Mitglieder

- Accor Hotellerie Deutschland GmbH, München
  André Witschi, Vorsitzender der Geschäftsführung (bis 30. Juni 2007)
  Michael Mücke, Mitglied der Geschäftsführung (seit 1. Juli 2007)

- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (ADAC), München
  Hans Reuter, Geschäftsführer (bis 31. Oktober 2007)
  Dr. Peter Zimmer, Leiter Tourismus und Reisedienste (seit 1. November 2007)
  Erwin Pfeiffer, Leiter Touristischer Service und Marketing (seit 1. April 2008)

- Amadeus Germany GmbH, Bad Homburg
  Holger Taubmann, Vorsitzender der Geschäftsführung

- ANGELL Akademie Freiburg, Freiburg (seit 1. April 2008)
  Antoinette Klute-Wetterauer, Geschäftsführerin

- Arabella International GmbH & Co. KG, München
  Robert Salzl, Holdingvorstand i.R.

- Autobahn Tank & Rast Holding GmbH, Bonn
  Peter Markus Löw, Geschäftsführer

- Bayern Tourismus Marketing GmbH, München
  Richard Adam, Geschäftsführer

- Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin
  Hanns Peter Nerger, Geschäftsführer

- BDF Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften, Berlin
  Ralf Teckentrup, Präsident
  (seit September 2007)

- Cologne Business School GmbH (CBS), Köln (seit 1. Januar 2008)
  Prof. Dr. Torsten Widmann, Fachbereichsleiter Tourismus

- 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

- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband), Berlin
  Ernst Fischer, Präsident

- Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin
  Klaus Laepple, Präsident

- Deutsches Verkehrsforum, Berlin
  Thomas Hailer, Geschäftsführer

- 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, Berlin
  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
  Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer

- 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
  Dr. Florian Schütz, Präsident

- 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 AG, Hannover
  Dr. Gerhard Rolfes, Partner

- RDA Internationaler Bustouristik Verband, Köln
  Richard Eberhardt, Präsident

- REWE Touristik Gesellschaft mbH, Köln
  Dietmar Kastner, Vorsitzender der Geschäftsführung (bis 29. Februar 2008)
  Dr. Rembert Euling, Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1. März 2008)

- Steigenberger Hotels AG, Frankfurt am Main (seit 1. April 2008)
  André Witschi, Vorsitzender des Vorstandes

- Thomas Cook AG, Oberursel
  Dr. Peter Fankhauser, Vorsitzender des Vorstandes

- Thüringer Tourismus GmbH/Service Center Thüringen, 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)

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

BDI-Ausschüsse mit BTW-Mitgliedern

Ausschuss Außenwirtschaft

- TUI AG
  Günter Ihlau, Direktor Internationale Beziehungen

- Messe Berlin GmbH
  Dr. Martin Buck, Direktor KompetenzCenter Travel & Logistics

Ausschuss Energie

- Deutsche Bahn AG
  Dr. Florian Baentsch, Marketing/Vertrieb

Ausschuss Geld, Kredit und Währung

- Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
  Monika Dürrer, Geschäftsführerin

Ausschuss Multimedia- und Telekommunikation

- Amadeus Germany GmbH
  Peter W. Munzig, Direktor

- Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
  Olaf Roik, Referent für Standortpolitik und e-Business

Ausschuss Recht

- Deutsche Bahn AG
  Margret Suckale, Vorstand für Personal und Dienstleistungen der DB Mobility Logistics

- TUI AG
  Andreas Göhmann, Direktor Rechtsabteilung

- Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
  Dr. Rolf Giebeler, Bereichsleiter Recht & Projekte (METRO)

Ausschuss Sicherheitsfragen

- Deutsche Bahn AG
  Jens Puls, Leiter Konzernsicherheit

- Fraport AG
  Jürgen Mursch, Leiter Flughafensicherheit (FTB-PS)

Ausschuss 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, Referent für Steuern

Unterausschuss Internationale Steuerfragen

- Deutsche Lufthansa AG
  Armin Hibben, Leiter Internationale Steuern – CGN RT/F

- PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
  Dr. Volker Jorczyk, Leiter Competence Center Steuern

Ausschuss Umweltpolitik

- Deutsche Bahn AG

- Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
  Sonja Ziegler, Referentin Umweltpolitik

- TUI AG
  Mila Dahle, Leiterin Umweltmanagement/Nachhaltige Entwicklung

Ausschuss Verkehr

- Deutsche Bahn AG

- Deutsche Lufthansa AG
  Thomas Kropp, Leiter Bereich Konzernpolitik

- RDA Internationaler Bustouristik Verband
  Richard Eberhardt, Präsident

- Verband Deutsches Reisemanagement (VDR)
  Michael Kirnberger, Präsident

Unterausschuss Luftverkehr

- TUI AG
  Christoph R. Müller, Mitglied des Vorstandes

- Fraport AG
  Annegret Reinhardt-Lehmann, Sprecherin der Bereichsleitung Marketing, Vertriebsunterstützung, Gremien

- Deutsche Lufthansa AG
  Jan-Phillip Goertz, Konzernrepräsentanz

- Deutsches Verkehrsforum
  Rainer Schätzlein, Bereichsleiter Luftverkehr

- BDF Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften
  Dr. Tanja Wielgoß (bis 30. Juni 2008), Geschäftsführerin

Ausschuss Versicherungen

- Deutsche Bahn AG
  Dr. Rainer Freise, Leiter Versicherungen

- Europäische Reiseversicherung AG
  Konstantin von Klitzing, Leiter Personal/Recht

Ausschuss 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

Gemeinsame Ausschüsse der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) mit BTW-Mitgliedern (seit 1. Februar 2008)

Ausschuss BDA/BDI Berufliche Bildung

- DRV Deutscher ReiseVerband
  Hans Doldi, Vizepräsident

Ausschuss Forschungs-, Innovations- und Technologiepolitik

- Deutsche Bahn AG
  Birgit Chollee, Leiterin Geschäftsfeld Innovations-Management

Ausschuss Mittelstand

- Hotelverband Deutschland (IHA)
  Markus Luthe, Hauptgeschäftsführer

- DRV Deutscher ReiseVerband
  Hans Doldi, Vizepräsident

- Gütegemeinschaft Buskomfort (gbk)
  Rainer Klink, Vorsitzender

Ausschuss Statistik

- DZT Deutsche Zentrale für Tourismus
  Norbert Tödter, Leiter Unternehmensplanung

Die Aktivitäten des BTW in Deutschland
Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

Veranstaltungen
11. Tourismusgipfel am 8. und 9. Oktober 2007 in Berlin

Klaus Laepple

Zum elften Mal trafen sich am 8. und 9. Oktober 2007 Mitglieder und Partner des BTW sowie Botschafter, Politiker und Journalisten zum Tourismusgipfel des BTW in Berlin. Wie in den vergangenen Jahren waren erneut zahlreiche prominente Referenten der Einladung ins Hotel Adlon gefolgt.

Die Bundesregierung war gleich mehrfach vertreten – durch die Bundesministerin der Justiz, Brigitte Zypries, den Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung sowie Beauftragten der Bundesregierung für die neuen Bundesländer, Wolfgang Tiefensee, und den Beauftragten für Tourismus, Ernst Hinsken MdB. Weitere Mitglieder des Deutschen Bundestages, Vertreter renommierter Forschungsinstitute und zahlreiche Vertreter aus der Tourismuswirtschaft traten ebenfalls ans Rednerpult oder nahmen auf den Podien Platz.

Im Fokus: Mobilität, Klimaschutz und Zukunft des Tourismus

Im Zeichen von drei besonders wichtigen Herausforderungen für die Branche stand die Veranstaltung, wie BTW-Präsident Klaus Laepple gleich zu Beginn unterstrich: Mobilität, Klimaschutz und Zukunft des Tourismus. Entsprechend vielfältig war auch das Programm. Vom Auftaktthema „Deutschland braucht Mobilität“ des Bundesverkehrsministers, Wolfgang Tiefensee, über die Thesen von Ex-Bundesumweltminister Klaus Töpfer zum Verhältnis „Klimaschutz versus Mobilität“ bis zur Podiumsdiskussion „Klima geht uns alle an!“ mit Luftfahrt-, Bahn- und Automobilvertretern spannte sich der Bogen.

Weiterer Schwerpunkt des BTW-Tourismusgipfels 2007 war das Thema Marktforschung und Prognosen zum Tourismus und zu Geschäftsmodellen der Tourismuswirtschaft im Jahr 2020. „Anmerkungen“ der Bundesministerin der Justiz, Brigitte Zypries, zu „Recht und Reisen, Gästen und Gesetzen“ sowie das parlamentarische Gespräch zum Thema „Wettbewerb und Verantwortung contra Verbote“ boten weitere spannende Aspekte zu den drei Leitthemen.

Laepple: Mobilität sichern und fördern

Als unbestrittenen Zukunftsmarkt stellte BTW-Präsident Klaus Laepple die Tourismuswirtschaft dar, einen Markt, von dem rund 2,8 Millionen Beschäftigte und acht Prozent aller Ausbildungsplätze in Deutschland sowie zahlreiche Arbeitsplätze in den Urlaubsländern abhängig seien. Die Branche entwickle sich positiv, die Deutschen behaupteten ihre Position als Reiseweltmeister. Der Tourismus erreiche einen Gesamtumsatz von 94 Milliarden Euro. Im Geschäftsreisebereich seien 2006 fast 48 Milliarden Euro ausgegeben worden, fasste Laepple die wichtigsten Zahlen und Fakten zusammen.

Mobilität sei für die Branche von elementarer Bedeutung. Deshalb müsse die Politik die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen, um Mobilität zu sichern und zu fördern. Nur wenn Verkehrswege wie Straße, Schiene, Luft und Wasser im Verbund geplant würden, könnten Mobilität und Tourismus optimal organisiert werden.

Der BTW werde daher konsequent gegen unsinnige Abgaben und Belastungen in Deutschland sowie protektionistische und diskriminierende Praktiken in anderen Ländern angehen, erklärte Laepple. Mit Sorge betrachte man die steigenden Kosten für Mobilität. Die Belastungen der Wirtschaft dürften nicht noch durch steuerliche Zusatzabgaben vergrößert werden.

Laepple: „Es geht auch um Chancengleichheit in einem globalisierten Markt. Und auf diesem Markt sind faire Grundlagen für die Mobilität im Luftverkehr unumgänglich."

Zu den wichtigsten Grundlagen gehörten die Schaffung eines einheitlichen Luftraums, der Ausbau der Verkehrsflughäfen und eine weltweit geltende Regelung für die Einbeziehung des Luftverkehrs in den Emissionshandel. Für alle Verkehrsträger müsse der Ausbau der Infrastruktur forciert werden, dies gelte unter anderem für den Schienenverkehr in Europa. Abgaben wie etwa die Pkw-Maut oder zusätzliche Abgaben für die Bustouristik lehnte Laepple strikt ab.

Eine weitere dringend notwendige Änderung sei die Entzerrung der Sommerferien auf drei Monate. Nur so könne ein Verkehrskollaps in Zukunft vermieden werden. Für den Straßenverkehr sei darüber hinaus ein optimiertes Baustellenmanagement unerlässlich. Unerfreulich für die Mobilität nannte Laepple die zunehmenden Hürden bei der Einreise in fremde Länder. Sicherheitsaspekte seien ernst zu nehmen, müssten aber mit einem Minimum an Bürokratie umgesetzt werden.

Von der Bundesregierung forderte Laepple verlässliche Signale für die nächsten Jahre. Trotz wirtschaftlich stabiler Zeiten sei der private Verbrauch zurückhaltend,

Dr. Thomas Middelhoff

was unter anderem Einzelhandel, Tourismus und Gastronomie in Deutschland belaste. Von weiteren Steuer- und Abgabeerhöhungen sei daher abzusehen. Stattdessen müssten Anreize für Ausgaben, beispielsweise durch einen halbierten Mehrwertsteuersatz für Gastronomie und Hotellerie, geschaffen werden.

Middelhoff: Tourismus – Megatrend im 21. Jahrhundert

Für Arcandor-Chef Dr. Thomas Middelhoff ist der Tourismus des 21. Jahrhunderts ebenfalls ein wichtiger Zukunfts- und Trendmarkt. Als „Branchenfremder" bekenne er sich klar zum Wachstumspotential der Touristik. Da alle Prognosen davon ausgingen, dass der internationale Reisemarkt wie in den vergangenen Jahren weiterhin kontinuierlich wachse, könne man vom Tourismus zu Recht als einem der Megatrends im 21. Jahrhundert sprechen. Allerdings kann man auch in einem Trendmarkt nicht nur vieles richtig, sondern auch einiges falsch und manches besser machen. Die für ihn persönlich wichtigsten Erfolgskriterien für ein Touristikunternehmen präsentierte Middelhoff den Gästen des Tourismusgipfels: Für die Unternehmen gelte es, sich auf die eigenen Kernkompetenzen zu konzentrieren, eine starke Marke zu entwickeln und die eigenen Markenversprechen einzuhalten. Zudem sei wichtig, den Internetvertrieb auszubauen, eine wettbewerbsfähige Kostenbasis sowie eine Unternehmenskultur zu schaffen – mit Kompetenz und Bereitschaft für Fusionen und Übernahmen.

Die Konsolidierung des europäischen Veranstaltermarktes, so die Prognose Middelhoffs, werde weitergehen. Das „Brot- und Buttergeschäft" sei und bleibe die Pauschalreise. Das Segment wachse zwar nicht mehr, verzeichne aber auch keine Umsatzrückgänge und sei „stabiles Business". Nur wer dieses Geschäft beherrsche und Geld damit verdiene, könne sich Freiräume für den Ausbau anderer Geschäftsfelder schaffen.

Im Pauschalreisegeschäft sieht der Arcandor-Chef Wachstum nur noch als sehr begrenzt möglich an. Die zu beobachtende Konsolidierung fokussiere sich deshalb auf das Erzielen kostenseitiger Synergien. Middelhoff zeigte sich über-

zeugt, dass sich im Veranstaltermarkt noch stärker als in der Vergangenheit zwei Gruppen herauskristallisieren: große Anbieter und kleine Spezialisten. Die Konsolidierung, so seine Prognose, werde in den nächsten drei bis fünf Jahren anhalten. Bisher gebe es nur regionale Wettbewerber, noch keine echten Global Player. Aus der europäischen werde deshalb voraussichtlich eine weltweite Konsolidierung werden. Zudem werde die Konzentration bei den Airlines, insbesondere bei den Low Cost Carriers, weiter zunehmen.

Zypries: Haftungsanforderungen an die Branche nicht überspannen!

Im Hotelpool grün gefärbtes Haar, schlechte Cocktails oder Hotelaufenthalte, bei denen 1.000 amerikanische Marineinfanteristen als Mitgäste zugegen sind – Brigitte Zypries, Bundesministerin der Justiz, hatte sich für ihren Vortrag ein wenig aus dem reichen Fundus der skurrilen Reisemängel bedient. Den Gästen des Tourismusgipfels wolle sie damit zeigen, dass die deutschen Gerichte auf fast alle Probleme eine Antwort finden. Das zeige, so Zypries, dass sich die Bestimmungen über den Reisevertrag im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) bestens bewährten.

Allerdings müsse im Blick behalten werden, dass sich die Reisewirklichkeit seit der Aufnahme der Regelungen ins BGB

Brigitte Zypries, Bundesministerin der Justiz

vor knapp 30 Jahren verändert habe. Neue Vertriebsformen wie das Internet, das Auftreten von Billigfluglinien und die Zunahme von Kreuzfahrten hätten unter anderem dazu geführt, dass die EU-Kommission nun die Pauschalreise-Richtlinie und damit die europarechtliche Vorgabe auf ihre Aktualität prüfe. Die Justizministerin gab sich in diesem Zusammenhang eher vorsichtig und mahnte an, das aktuelle Verbraucherschutzniveau nicht zu gefährden.

Es sei sinnvoll, zu überprüfen, ob die europarechtliche Definition der Pauschalreise noch aktuell ist. Für sie sei allerdings klar, dass ein Reisender den Schutz der europäischen Vorgaben auch dann genieße, wenn er keine vorgefertigte Reise aus dem Katalog buche, sondern sich einzelne Bausteine in ein und demselben Internetportal zusammenstelle. Billigfluglinien und Kreuzfahrten seien kein Anlass

für Rechtsänderungen. Die Bundesregierung werde deshalb darauf achten, dass es auf europäischer Ebene nur dort zu rechtlichen Änderungen beim Thema Pauschalreisen komme, wo es unbedingt notwendig sei.

Auf positive Resonanz im Publikum stieß ihre Ankündigung, dass man auf nationaler Ebene selbstkritisch prüfen wolle, ob das Reiserecht nicht etwas über das Ziel eines effektiven Verbraucherschutzes hinausschieße – besonders im Hinblick auf Geschäftsreisen. Ob für Firmen dasselbe Schutzbedürfnis bestehe wie für Privatreisende, sei fraglich.

Zypries appellierte auch an die Gäste, am Konsultationsverfahren der EU-Kommission zur Denied-Boarding-Verordnung teilzunehmen. Deutschland habe der Verordnung nicht zugestimmt, die Sperrminorität sei allerdings nicht erreicht worden. Möglicherweise ließen sich nun aber durch die Formulierung von Anwendungshinweisen Lösungen finden, die die Belange der Reisebranche besser berücksichtigten. Die Bundesministerin betonte, dass Haftungsanforderungen an die Tourismusbranche nicht überspannt werden dürften – auch im Hinblick auf die Fahrgastrechte bei Bahnreisen.

Unmissverständlich war auch ihre Forderung nach Abbau von Bürokratie. Unternehmerische Initiative dürfe nicht unter einem Wust von Bürokratie erstickt werden. Aus diesem Grund habe das Bundesministerium der Justiz auch eine Reform des GmbH-Rechts vorgelegt. Die Gründung einer GmbH solle einfacher, schneller und preiswerter werden. Eine durch Reformen erreichbare wirtschaftliche Belebung müsse sich jedoch auch in der Lohnentwicklung niederschlagen. Auf der anderen Seite sei die Große Koalition fest entschlossen, die Erbschaftssteuer so zu reformieren, dass sie den Generationenwechsel in den Betrieben erleichtert.

Tiefensee: starke Entwicklung und Wachstumspotential in Ostdeutschland

Nicht nur Zukunfts-, sondern auch Leitbranche nannte Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee den Tourismus in seinem Beitrag zu der Topveranstaltung. Tourismus habe eine zentrale Bedeutung bei der Verbindung von ökonomischen und ökologischen Entwicklungen.

Tiefensee sprach sich für eine „intelligente Verschränkung“ unterschiedlicher Verkehrsträger aus und unterstützte damit eine der Forderungen von BTW-Präsident Klaus Laepple am Beginn der Veranstaltung. Deutschland braucht Mobilität – diese einfache, aber gleichzeitig enorm wichtige Erkenntnis durchzog den Vortrag des Bundesministers. Gerade Ostdeutschland profitiere von den Möglichkeiten, die ein Ausbau und eine Verbesserung der

Bundesminister Wolfgang Tiefensee

Prof. Dr. Klaus Töpfer

Infrastruktur, insbesondere des Verkehrsnetzes, mit sich brächten. Eine Studie des Bundesverkehrsministeriums, die Tiefensee kurz vor Beginn des Gipfels vorgestellt hatte, ziehe eine positive Bilanz für die Tourismusentwicklung in Ostdeutschland.

In den vergangenen zehn Jahren waren danach 50 Prozent mehr Urlauber in die neuen Länder gekommen. Etwa 450.000 Erwerbstätige und damit rund acht Prozent aller Beschäftigten, seien in den neuen Bundesländern direkt oder indirekt von der Branche abhängig, so Tiefensee. Bis 2020 könnte jeder zehnte Beschäftigte in den fünf neuen Bundesländern vom Tourismus abhängig sein.

Die Reisewirtschaft sei eine der Branchen mit der höchsten Dynamik. Gleichzeitig biete sie gute Perspektiven für weiteres Wachstum, kommentierte der Verkehrsminister die Ergebnisse.

Der Anteil ausländischer Gäste liege in Ostdeutschland allerdings noch unter dem Bundesdurchschnitt. Das, so Tiefensee, liege vor allem daran, dass man sich hier nach der Wiedervereinigung vor allem auf Touristen aus Westdeutschland konzentriert habe. Er appellierte an die Zuständigen in den Gemeinden und Regionen, das „Kirchturmdenken“ aufzugeben, um eine stärkere Vernetzung der Regionen zu erreichen und den Bekanntheitsgrad der touristischen Ziele zu erhöhen.

Töpfer: Klimaschutz geht alle an

Der ehemalige Bundesumweltminister Klaus Töpfer appellierte an die Teilnehmer des BTW-Tourismusgipfels 2007, Klimaschutz auch im eigenen Interesse ernst zu

nehmen. Für die Tourismusbranche sei eine intakte Natur überlebenswichtig. Wenn immer mehr Menschen reisten, könnten sie damit auch die Geschäftsgrundlage des Tourismus zerstören. Umweltschutz sei daher nicht etwa ein Anschlag auf die Reiseindustrie, sondern auf Dauer ihr Garant. Seiner Ansicht nach sollten Menschen im Sinne des Klimaschutzes seltener, aber dafür länger reisen.

Auf den von Töpfer geforderten Emissionshandel reagierte Air Berlin-Vorstandsvorsitzender Joachim Hunold positiv. Allerdings müsse dieser für alle Fluggesellschaften gelten, da sonst Wettbewerbsverzerrungen unvermeidbar seien. Statt über das Vermeiden von Flügen solle man besser über die Reduzierung von Warteschleifen und Startverzögerungen diskutieren, lautete die von einem breiten Publikum unterstützte Meinung Hunolds.

Ernst Hinsken MdB

Hinsken: Klimawandel zwingt zu Nachdenken und Handeln

Auch der Beauftragte der Bundesregierung für Tourismus, Ernst Hinsken MdB, thematisierte in seinem Grußwort den Umwelt- und Klimaschutz. Mobilität ohne Umweltbelastung sei allerdings nur zum Teil denkbar. Dennoch stehe man vor besonderen Herausforderungen, der Klimawandel zwinge zum Nachdenken und zum Handeln.

Der Tourismus sei wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig auf eine intakte Umwelt angewiesen. Deshalb sei ein verstärktes Klimabewusstsein auch in der Tourismusbranche nicht nur sinnvoll, sondern notwendig.

Reisetrends: nur bedingt vorhersehbar

Quo vadis – wo steht der Tourismus im Jahr 2020? So lautete das Thema einer der zahlreichen und spannenden Podiumsrunden. Im Mittelpunkt standen ökonomische, ökologische und demographische Veränderungen, die zum Teil bereits eingesetzt haben, zum Teil absehbar sind. In einer 2006 veröffentlichten Studie zum Tourismus 2020 hatten sich fünf zentrale Trends herauskristallisiert:

Health Holidays

- Das neue Luxusgut Gesundheit verändert das Reiseverhalten

Mass Adventure-Tourism

- Exklusivität und Abenteuer sind aktueller denn je

Smart Travelling

- Der Urlaub der Zukunft soll erstklassig und preisgünstig sein

High Convenience

- Kunden sind umso zufriedener, je mehr Support und Service sie in Anspruch nehmen können

Social & Creative Travel

- Eine neue kreative Klasse wird ständig auf der Suche nach neuen Kontakten, Projekten und Inspiration sein

Weitestgehend einig waren sich die Marktforscher auf dem Podium, dass die Veränderung der Alterspyramide das künftige Reiseverhalten mitbestimmen wird. Eine mögliche Folge könnten vermehrte Kurzstreckenreisen und Reisen innerhalb Deutschlands sein. Allerdings wies Martin Lohmann von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen auch darauf hin, dass sich die Reisegewohnheiten, die sich bis zur Lebensmitte ausgeprägt haben, in der Regel auch im Alter fortsetzen. Wo der Tourismus 2020 stehen wird, sei insofern nur bedingt vorhersehbar. Kreuzfahrten, Gesundheits- und Wellnesstourismus würden ihren erfolgreichen Weg der vergangenen Jahre aber sicherlich fortsetzen.

v.l.n.r. Klaus Laepple, Roeland Vos, Carsten K. Rath

Innovationspreis für ArabellaStarwood

Der Innovationspreis der Deutschen Tourismuswirtschaft, der jährlich im Rahmen des Tourismusgipfels verliehen wird, ging 2007 an die ArabellaStarwood Hotels und Resorts. Ausgezeichnet wurde die Hotelgruppe für ihre Strategie, einen Global Player wie Starwood, der zahlreiche internationale Marken unter seinem Dach vereinte, aber in den deutschsprachigen Ländern, auf den Balearen und in Südafrika schwach aufgestellt war, mit einem renommierten und genau in diesen Märkten stark aufgestellten Unternehmen wie Arabella zu verbinden.

Impressionen 2007

v.l.n.r. Bundesminister Wolfgang Tiefensee,
Klaus Laepple

v.l.n.r. André Witschi, Petra Hedorfer, Ernst Fischer

v.l.n.r. Michael Rabe, Ernst Fischer, Robert Salzl,
Dr. Michael Frenzel, Dr. Wilhelm Bender

Klaus Laepple, Dr. Susanne Kastner MdB,
Michael Rabe, Dr. Wilhelm Bender

v.l.n.r. Dr. Christian Göke, Dr. Rainer Schwarz,
Dr. Wilhelm Bender

v.l.n.r. Dr. Michael Frenzel, Klaus Laepple,
Dr. Thomas Middelhoff

Referieren – diskutieren – moderieren

Die „Sachverständigen“ aus Politik und Wirtschaft beim 11. Tourismusgipfel 2007

In alphabetischer Reihenfolge: Dr. Volker Böttcher, TUI Deutschland · Michael Garvens, Flughafen Köln/Bonn · Peter Hauptvogel, Air Berlin (Moderation) · Klaus Hildebrandt, FVW-Mediengruppe (Moderation) · Ernst Hinsken MdB, Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus · Joachim Hunold, Air Berlin · Dr. Michael Inacker, Wirtschaftswoche (Moderation) · Stephan Interthal, Hotel Adlon Kempinski · Fritz Kuhn MdB, Bündnis 90/Die Grünen · Klaus Laepple, BTW · Prof. Dr. Martin Lohmann, F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen · Dr. Hartmut Mehdorn, Deutsche Bahn AG · Dr. Michael Meister MdB, CDU/CSU-Bundestagsfraktion · Dr. Thomas Middelhoff, Arcandor · Marlene Mortler MdB, Vorsitzende des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages · Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, BAT Stiftung für Zukunftsfragen · Prof. Dr. Harald Pechlaner, Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft · Carsten K. Rath, Arabella Hotel Holding · Jürgen Scharrer, Touristik R.E.P.O.R.T. (Moderation) · Ludwig Stiegler MdB, SPD-Bundestagsfraktion · Wolfgang Tiefensee, Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung · Prof. Dr. Klaus Töpfer, Bundesminister a.D. · Dr. Guido Westerwelle MdB, Vorsitzender der FDP und der FDP-Bundestagsfraktion · Matthias Wissmann, Verband der Deutschen Automobilindustrie · Klaus Wowereit, Regierender Bürgermeister von Berlin · Brigitte Zypries MdB, Bundesministerin der Justiz

Prof. Dr. Klaus Töpfer, Ulrich Rüter

Klaus Wowereit, Regierender Bürgermeister von Berlin

Impressionen 2007

Matthias Wissmann

Dr. Michael Meister MdB

Dr. Guido Westerwelle MdB

Joachim Hunold

Fritz Kuhn MdB

Ludwig Stiegler MdB

Dr. Hartmut Mehdorn

Michael Garvens

Dr. Volker Böttcher

v.l.n.r. Wolfgang Diels, Klaus Laepple, Johannes Zurnieden

v.l.n.r. Klaus Laepple, Marlene Mortler MdB

v.l.n.r. Ulrich Rüter, Klaus Laepple, Bundesminister Wolfgang Tiefensee

v.l.n.r. Prof. Dr. Harald Pechlaner, Klaus Hildebrandt, Prof. Dr. Martin Lohmann, Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

v.l.n.r. Matthias Wissmann, Michael Rabe

v.l.n.r. Michael Müller MdL, Thomas Kropp, Klaus-Heiner Lehne MdEP

Die ITB vom 5. bis 9. März 2008 in Berlin

Führende Messe und Besuchermagnet

Die führende Messe der globalen Reiseindustrie präsentierte im Jahr 2008 nicht nur mehr Aussteller als je zuvor. Trotz Streik und Schnee kamen an den fünf Messetagen auch mit knapp 117.900 mehr Besucher als im Vorjahr. 11.000 Aussteller aus 180 Ländern zeigten die neusten Produkte und Dienstleistungen der Reisebranche und inspirierten mit innovativen Ideen.

Fachbesucher aus aller Welt nutzten diese einzigartige Kommunikationsplattform, um die Weichen für die kommende Saison zu stellen. Das große Interesse zeigt, dass der persönliche Kontakt zum Kunden trotz zunehmender digitaler Vernetzung nicht an Stellenwert verliert. Schwerpunktthemen der ITB 2008 waren

- Kongress Trends & Innovations
- ITB Future Day: „Entwicklung der Kreuzfahrten“
- Hospitality Day: „Strategische Produktentwicklung und Klimawandel“
- Aviation Day: „Die Zukunft des Luftverkehrs“

Deutschland auch 2007 wieder Reiseweltmeister

Der leichte Aufwärtstrend der Branche ließ sich im Jahr 2007 erneut verspüren. Trotz aller Kriege, Terroranschläge und Umweltkatastrophen erwartet die Branche weltweit ein anhaltendes Wachstum. Kernbotschaft der jährlich vorgestellten Reiseanalyse war: Die Deutschen lassen sich trotz der drohenden Klimaveränderungen ihre Urlaubspläne nicht vermiesen. Marktforscher und Branchenexperten gingen sogar von steigender Reiselust im Jahr 2007 aus. Diese wurde durch die Angabe der UN World Tourism Organization (UNWTO) bestätigt, wonach die Deutschen von allen Nationen der Welt mit 78 Milliarden US-Dollar am meisten für ihre Auslandsreisen ausgaben.

Schwerpunktthemen der Kongresse waren die Auswirkungen der weltweiten Klimaveränderung auf die Reisebranche, die Entwicklung im Bereich der Billigflieger sowie der boomende Markt für Kreuzfahrten und Städtereisen.

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 deutschen Bahnen – also einschließlich der Wettbewerber der DB – beförderten insgesamt über 2,2 Milliarden Reisende. Die Streiks des vergangenen Jahres führten allerdings zu einem geringeren Wachstum als prognostiziert.

Rund zehn Millionen Fluggäste mehr starteten oder landeten auf den deutschen Flughäfen.

Damit erhöhte sich die Gesamtzahl der Fluggäste von 173 Millionen auf 184 Millionen. Das bedeutet einen Anstieg um 6,1 Prozent.

Die inländischen Fluggesellschaften berichten unisono vom starken Aufwind bei den Passagierzahlen. Lufthansa und die Air Berlin-Gruppe weisen Rekordwerte aus.

Die Zahl der Übernachtungen der Deutschen im Inland stieg im Jahr 2007 um 8,6 Millionen auf über 307 Millionen.

Kreuzfahrten auf den Weltmeeren erfreuten sich ebenfalls steigender Beliebtheit. Der seit einigen Jahren anhaltende Boom hat sich auch 2007 fortgesetzt, Umsätze und Passagierzahlen sind weiter kräftig gestiegen, sowohl bei den Hochsee- als auch bei den Flusskreuzfahrten.

Tourismus – Jobmotor und Zukunftsbranche

Die Tourismuswirtschaft ist für den Arbeitsmarkt ein wesentlicher Jobmotor – und damit eine Zukunftsbranche. Leider ist – entgegen dem Trend etwa in der Hotellerie – gerade bei den Reisebüros und Reiseveranstaltern die Zahl der Auszubil-

denden in den vergangenen vier Jahren gesunken.

Das Gastgewerbe mit über 100.000 Auszubildenden als volumenmäßig größter Ausbilder der Tourismusindustrie steigerte dagegen 2007 die Ausbildungszahlen um 1,8 Prozent. Die Ausbildung etwa zu Reiseverkehrskaufleuten ist für die jungen Menschen von heute die Eintrittskarte in die breite und internationale Welt der Reisebranche von morgen und sollte dementsprechend gefördert werden.

Deutsche Wirtschaft gibt wieder mehr für Geschäftsreisen aus

Hervorzuheben ist die Entwicklung des Geschäftsreisemarktes, da dieser einen

wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfungskette in der Tourismusindustrie leistet. Das Volumen der Geschäftsreise-Ausgaben hat wieder zugenommen. So stieg laut Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) infolge wirtschaftlicher Erholung die Anzahl der Geschäftsreisen ganz erheblich von fast 151 Millionen auf knapp 158 Millionen an – ein Plus von 4,6 Prozent. Der Anstieg der Ausgaben ist allerdings auch ein Ergebnis höherer Preise für die Reiseleistungen im Business Travel. Die enorme ökonomische Bedeutung der Geschäftsreisen ist anhand dieser Zahlen unbestreitbar.

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 war eine 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 zurück liegenden 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.

Die politischen Themen des BTW
Mobilität erhalten und optimieren

Luftverkehr: Infrastrukturen ausbauen – Verkehrsdrehscheiben optimieren

Das Netzsystem im Luftverkehr mit den zentralen Drehkreuzen Frankfurt am Main und München sowie weiteren wichtigen Flughäfen (Berlin, Köln und Düsseldorf) ist für Kunden besonders komfortabel. Mit einem beliebigen Flug nach Frankfurt am Main können über 30 Anschlussflüge innerhalb weniger als 45 Minuten erreicht werden. So wird die gesamte Exportnation Deutschland zuverlässig und schnell mit der ganzen Welt verbunden.

Allerdings übersteigt die Nachfrage nach Starts und Landungen seit Jahren das Angebot. Wenn beispielsweise Frankfurt und München ihre Rolle als führende Luftverkehrsstandorte erhalten wollen, ist der zügige Ausbau der Flughäfen dringend erforderlich. Während in Deutschland diskutiert wird, ziehen die internationalen Wettbewerber mit ihren Drehscheiben schon jetzt Nachfrage ab. Mit dem beantragten Nachtflugverbot droht Frankfurt ein weiterer entscheidender Nachteil im internationalen Standortwettbewerb. Denn internationale Märkte erfordern Mobilität Tag und Nacht.

Besonders komfortabel für Kunden – das Netzsystem im Luftverkehr

Moderne Flotten helfen sparen

Lufthansa und Fraport investieren zum Beispiel in die Modernisierung und Erweiterung bestehender Terminals in Frankfurt 1,6 Millionen Euro – am Tag! Zudem investiert Lufthansa weitere 800 Millionen Euro in acht Jahren in Gebäude in Frankfurt und erweitert dort massiv die Flotte. Ein klares Bekenntnis zum Standort Deutschland, an dem bereits heute rund 900.000 Menschen direkt oder indirekt in der Luftfahrtindustrie arbeiten.

Emission Trading System (ETS) muss wettbewerbsneutral sein

Die wettbewerbsneutrale Ausgestaltung des Emissionshandels sowie die Verwirklichung des Single European Sky sind klare Forderungen der deutschen Luftverkehrsbranche an die Politik. Darin stimmt sie mit der Beschlusslage der Bundesregierung überein.

Zur Reduzierung der Klimawirkung hat die Luftverkehrsbranche eine schlüssige und ausgewogene Gesamtstrategie vorgelegt. Die von der Industrie entwickelte 4-Säulen-Strategie sieht eine deutliche Reduzierung der Umweltauswirkungen des Luftverkehrs vor und sichert gleichzeitig Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit der Luftverkehrsindustrie.

Die im Mai 2008 im Umweltausschuss des EU-Parlaments beschlossenen Änderungen zur Richtlinie „Integration des Luftverkehrs in den Emissionshandel“ sind für die deutsche Luftverkehrsgesellschaft und den Standort Deutschland nicht im Sinne der Tourismuswirtschaft. Sie stehen im direkten Widerspruch zu Beschlüssen der Bundesregierung.

Deutsche Airlines: modernste Flotten und optimierte Arbeitsprozesse

Gerade die deutschen Fluggesellschaften leisten durch modernste Flotten und optimierte Arbeitsprozesse einen vorbildlichen Beitrag zum Sparen von Treibstoff und Senken von CO_2-Emissionen. Damit dies erfolgreich fortgesetzt werden kann, muss das Emissionshandelsystem wettbewerbsneutral ausgestaltet und mit der

Realisierung des Single European Sky verbunden werden – klare Forderungen der gesamten europäischen Luftverkehrswirtschaft.

Die geänderte Richtlinie führt stattdessen einseitige, massive Kostenfaktoren in den europäischen Luftverkehrsstandort ein – und dies zu einer Zeit, in der die Wirtschaftlichkeit der Branche ohnehin unter immensem Druck durch bisher nie gekannte Energiepreise steht. Die weitere Verschlechterung der Wettbewerbssituation Europas ist auch für die Arbeitsplätze ein denkbar schlechtes Signal.

Extremer internationaler Wettbewerb

Die deutschen Fluggesellschaften stehen in einem äußerst starken internationalen Wettbewerb. Der Treibstoffpreis stellt einen sehr großen Anteil der Betriebskosten dar. Die nun verabschiedete Richtlinie nimmt keine Rücksicht auf diese Situation. Seitdem das Gesetzgebungsvorhaben 2006 begonnen wurde, hat sich die Lage der Industrie nachhaltig geändert. Unter anderem ist der Ölpreis um 80 Prozent gestiegen. Durch eine neue Situationsanalyse und Folgeabschätzungen hätte hierauf verantwortungsvoll reagiert werden können.

Außereuropäische Staaten werden sich dem europäischen Emissionshandel nicht öffnen. Sie können sich auf internationale Abkommen berufen, die einseitige steuerähnliche Belastungen im Luftverkehr, der weltweit einheitlich gebührenfinanziert ist, verbieten. Ohne die Einbindung außereuropäischer Staaten in den Emissionshandel im Luftverkehr entstünden aber sehr groteske Wettbewerbsverzerrungen: EU-Airlines würden belastet, während internationale Wettbewerber auf denselben Flugrouten abgabenfrei fliegen und womöglich sogar zusätzlich entlastet würden.

Weil außerdem nur der Flugverkehr über europäische Umsteigepunkte verteuert wird, droht zusätzlich eine Verkehrsverlagerung hin zu Konkurrenzstandorten, insbesondere in die Golfregion. Mit solchen Systemfehlern kann die Einbeziehung des Luftverkehrs in den europäischen Emissionshandel keinen Nutzen für das Klima bringen.

Außerdem muss der zeitgleichen Umsetzung des Single European Sky, der wirtschaftlich wie ökologisch für Europa unabdingbar ist, von allen Mitgliedstaaten politisch Priorität eingeräumt werden. So kann zumindest eine begrenzte Entlastung für Fluggesellschaften am Standort Europa mit Wettbewerbern aus Asien, den Golfstaaten und den USA erreicht werden.

Es ist nicht akzeptabel, dass dieses zentrale EU-Projekt, das aktiv Klimaschutz

Umweltfreundlich mit neuen Abgasnormen

und Wettbewerbsfähigkeit verbindet, über Jahre geplant und vorbereitet wird, ohne dass sich konkrete Effizienzgewinne und mehr Nachhaltigkeit im europäischen Luftverkehr einstellen. Dieser Punkt gehört daher auf die Tagesordnung des Rates der Staats- und Regierungschefs. Zudem muss das gesamte Verfahren im Jahr 2014 innerhalb der EU-Verordnung detailliert überprüft werden, um möglichst schnell auf die ersten Erfahrungen reagieren zu können.

Straßenverkehr: Feinstaub vermeiden – am besten mit dem Bus

Der Reisebus leistet bereits jetzt schon mit der bisherigen Technik einen beachtlichen Umweltbeitrag. Diesen Status kann die Branche durch die technische Verbesserung bei Euro IV und Euro V Motoren – Euro IV gibt es erst seit Herbst 2006 zu kaufen – weiter optimieren. Perspektivisch werden Stickoxide bzw. Feinstaub noch um rund 60 Prozent abgesenkt werden. Außerdem ist der Bus das Verkehrsmittel, das den geringsten Verkehrsraum beansprucht und damit auch Ressourcen schont.

Allgemein wird davon ausgegangen, dass rund 20 bis 25 Prozent der Gesamtemissionen durch Verkehrsleistungen bedingt sind. Ein erheblicher Teil davon kommt allerdings nicht aus Motoren, sondern vielmehr aus der Aufwirbelung von Straßenstaub, Reifen- und Bremsenabrieb etc. An der Gesamtsumme dieser verkehrsbedingten Emissionen hat der Bus über die Fläche der Bundesrepublik gerechnet nur einen Anteil von 2,45 Prozent – bei knapp sechs Milliarden Beförderungsfällen ist das der größte Anteil aller Massenbeförderungen. Reisebusse tragen dazu weniger als ein Prozent bei.

Restriktionen bei den Einfahrten in deutsche Städte sind nicht nur für die Besucher, sondern insbesondere auch für die Städte selbst kontraproduktiv. Denn gerade Busreisegäste fördern auch die Wertschöpfung der städtischen Wirtschaft. Hotellerie, Gastronomie, Kultureinrichtungen und Einzelhandel werden

unter einem Fernbleiben von Bustouristen leiden.

Es ist auch schwer zu vermitteln, dass die Einfahrt für ortsansässige Unternehmen wie Handwerker und Spediteure, eventuell auch ortsfremde Lkw zur Anlieferung oder Versorgung der Wirtschaft, möglich ist, nicht aber die für Reisebusse, die Hotels und Gastronomie „bedienen“.

In diesem Bewusstsein ist eine einheitliche Regelung für die Umweltzonen in Deutschland zwingend notwendig. Die Übergangsfristen sind mindestens bis 2015 auszuweiten. Mit Blick auf die Umweltverträglichkeit des Reisebusses wäre es zielführend, diesen von jeglichen Einfahrverboten auszunehmen.

Schienenverkehr: nach deutschem Erfolgsrezept europaweit liberalisieren

Deutschland ist eine der zehn wettbewerbsstärksten Volkswirtschaften der Welt. Maßgeblich dafür ist das gut ausgebaute, leistungsfähige Verkehrsnetz – mit 34 Autobahnkilometern und 116 Kilometern Bahnstrecke je 1.000 Quadratkilometer Fläche der Erfolgsfaktor im internationalen Standortwettbewerb der Wirtschaftsstandorte schlechthin. Damit das so bleibt und die Verspätungen auf der Schiene künftig aus dem Alltagsgeschehen verbannt werden, ist eine echte Investitionsoffensive für alle Verkehrsträger notwendig. Doch nicht nur höhere Investitionen insgesamt sind geboten, sondern auch ihre gezielte Verwendung. Prioritäten sollten auf wichtige Achsen und Korridore der Schiene gesetzt werden.

Seit den 90er Jahren CO_2-Ausstoß deutlich reduziert

Eine ausgewogene Balance zwischen Mobilität und Umweltschutz ist die zentrale Herausforderung moderner Wirtschafts- und Unweltpolitik sowie nachhaltiger Unternehmensstrategien. Das gilt insbesondere mit Blick auf wachsende Ansprüche auf Mobilität der Bürger und die steigende Transportintensität im Güterverkehr. Die deutsche Mobilitätswirtschaft hat bereits frühzeitig in klimaschonende Technologien investiert. Bei Betrachtung der Umweltbilanz der

Deutschen Bahn AG wird deutlich, dass sie seit Beginn der 90er Jahre gemeinsam mit der Bahnindustrie den CO_2-Ausstoß um knapp 30 Prozent gesenkt hat.

Güterverkehr wird sich verdoppeln

Der Güterverkehr in Deutschland in den Wachstumsregionen rund um die Großstädte wird sich in den nächsten 20 Jahren auf den bewährten Nord-Süd-Achsen und Ost-West-Korridoren von heute knapp 600 Milliarden Tonnenkilometern auf mehr als 1.200 Milliarden Tonnenkilometer mindestens verdoppeln.

Der europäische „Aktionsplan Güterverkehrslogistik“ wurde im Oktober 2007 von der EU-Kommission veröffentlicht. Das Deutsche Verkehrsforum unterstützt die Zielsetzung des Aktionsplans, das europäische Verkehrssystem durch moderne Logistiklösungen zu optimieren. Der Aktionsplan muss ein „Level Playing Field“ für deutsche Unternehmen im europäischen Wettbewerb gewährleisten und eine Überregulierung durch europäische Gesetzgebung vermeiden. Insbesondere werden eine Liberalisierung (vor allem eine Marktöffnung im EU-Schienengüterverkehr), eine Harmonisierung und eine Standardisierung für den Logistiksektor erhofft.

Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee hat die Bedeutung der Logistik für den Standort Deutschland erkannt und den Masterplan „Güterverkehr und Logistik“ angekündigt. Dazu hat er die Kompetenz der Wirtschaft und Wissenschaft, der Verbände und Ministerien sowie der Länder an einen Tisch geholt, um gemeinsam einen anwendbaren und praxisnahen Plan zur Förderung und Verbesserung des Güterverkehrssystems zu entwickeln. Mehr als 700 Experten brachten so ihre Expertise in den Masterplanprozess ein.

Die komplexen Zusammenhänge erfordern Transparenz, um die gesamtwirtschaftlichen Prioritäten erkennen zu können. Partikularinteressen müssen dabei hintanstehen. Auch nach Vorlage des Masterplans ist es aus Sicht des Deutschen Verkehrsforums von größter Wichtigkeit, den gemeinsamen „Runden Tisch“ von Bund, Ländern, Wirtschaft und Verbänden fortzusetzen.

Novellierung der Pauschalreiserichtlinie überfällig

Die Pauschalreiserichtlinie (90/314/EWG) vom Juni 1990 dient dem Schutz von Verbrauchern beim Abschluss von Pauschalreiseverträgen innerhalb der EU. Die Richtlinie regelt unter anderem die Haftung von Reiseveranstaltern und Reisemittlern für die ordnungsgemäße Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen, Informationspflichten und Anforderungen zum Inhalt von Reiseprospekten wie zum

Bestehende Sommerferienregelung führt vermehrt zu Staus © Mihai Musunoi – Fotolia.com

Beispiel klare Preisangaben, Art und Qualität der Unterbringung oder Pass- und Visa-Bestimmungen. Sie ist in den Paragraphen 55 und 651a ff. des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) in nationales Recht umgesetzt.

Es besteht zunehmend Handlungsbedarf seitens der Reiseveranstalter für die Flexibilisierung der Katalogpreisbindung. Es wird gefordert, die gegenwärtige Rechtslage, die die Pflicht zur Nennung eines Endpreises der Reise im Katalog vorsieht, dahingehend zu öffnen, dass unverbindliche Preisangaben mit der Möglichkeit, jederzeit den aktuellen Preis zu erfragen, ausreichend sind. Dem Vorschlag steht die Bundesregierung aufgeschlossen gegenüber. Er wird deshalb auf ihr Ersuchen hin gegenwärtig durch die Europäische Kommission geprüft.

Sommerferienregelung nach wie vor unbefriedigend

Das seit 1971 praktizierte Verfahren, die Schulferien der einzelnen Bundesländer auf verschiedene Termine zu legen, trägt wesentlich zu einer Entlastung der Urlauberverkehrsströme und der Unterkunftskapazitäten bei.

Auf der Kultusministerkonferenz im Mai 1999 wurde das Modell für den Zeitraum 2005 bis 2010 modifiziert, so dass zwei Rollierungskreisläufe entstanden.

Drei Ländergruppen rollieren auf dem frühen Ferienbeginn, zwei auf dem späten. Somit haben die einzelnen Länder konstante Ferienanfangstermine.

Die Kultusministerkonferenz hat nunmehr eine Sommerferienregelung für den Zeitraum 2011 bis 2017 beschlossen, die den Belangen der deutschen Tourismuswirtschaft nicht ausreichend gerecht wird. Der Gesamtferienzeitraum beträgt grundsätzlich nur 80 bis 84 Tage, im Jahr 2014 sogar nur 73 Tage, und liegt damit 1,6 Tage unter dem Durchschnittswert der laufenden Ferienperiode 2005 bis 2010 von 82,9 Tagen.

Aus Sicht der Tourismuswirtschaft ist es nicht gelungen, die Ferienzeiten hinreichend zu entzerren oder einen Ferienbeginn unter der Woche einzuführen. Dies führt bei weiter steigendem Verkehr zu Staus auf den Autobahnen, Schlangen an Flughäfen und Bahnhöfen sowie Engpässen bei verfügbaren Unterkünften.

Durchschnittlich werden täglich etwa eine Million Übernachtungen in gewerblichen Unterkünften in Deutschland getätigt. In den Ferienmonaten Juli und August 2007 waren es 42,7 Millionen bzw. 44,7 Millionen Übernachtungen. Im Juni und September 2007 waren es 35,8 Millionen bzw. 37,7 Millionen Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen, davon viele Familien mit schulpflichtigen Kindern. Im Vergleich dazu werden in den restlichen Monaten des Jahres durchschnittlich „nur“ 20 Millionen bis 30 Millionen Übernachtungen gezählt.

Mit jedem Ferientag, der unterhalb des möglichen Gesamtferienzeitraums von drei Monaten (15. Juni bis 15. September) liegt, gehen der Tourismuswirtschaft in Deutschland über eine Million Gästeübernachtungen bzw. Umsätze in Höhe von rund 100 Millionen Euro verloren.

Vor diesem Hintergrund fordert die Tourismuswirtschaft eine Ausweitung des Zeitraums für das Jahr 2014. Dies steht auch auf der Agenda der Ministerpräsidentenkonferenz im Herbst 2008.

Mehrwertsteuer für das Gastgewerbe reduzieren

Die EU hat derzeit 27 Mitgliedstaaten und fast in jedem Land gilt ein anderer Steuersatz. Dabei ist zwischen zwei Steuersätzen zu unterscheiden: dem allgemeinen und dem reduzierten Steuersatz. Aktuell wenden 21 der 27 Mitgliedstaaten in der Hotellerie den reduzierten Steuersatz an, in der Gastronomie sind es nur elf.

Somit müssen die Länder, die einen vollen Steuersatz für die Gastronomie haben, aber lieber den reduzierten Steuersatz anwenden wollen, für eine Änderung des europäischen Rechts votieren.

Hoher Mehrwertsteuersatz im Gastgewerbe führt zu Wettbewerbsnachteilen © DEHOGA/Cordula Giese

Aber eine Änderung gibt es nur, wenn alle Mitgliedstaaten zustimmen – nach dem geltenden Einstimmigkeitsgebot. Vor allem Deutschland hat aber bislang diese notwendige und sinnvolle Änderung blockiert.

Die Anwendung des vollen Mehrwertsteuersatzes in Deutschland trägt zusammen mit den im europäischen Vergleich hohen Lohn- und Lohnnebenkosten zum hohen Preisniveau und zum damit verbundenen Wettbewerbsnachteil bei.

Für den Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus, Ernst Hinsken MdB, steht erfreulicherweise das Thema Wettbewerbsverzerrung bei der Umsatzsteuer weiterhin ganz oben auf der Agenda. Denn in einem zusammenwachsenden Europa und einem gemeinsamen Binnenmarkt darf auch die Harmonisierung der Mehrwertsteuersätze kein unlösbares Problem sein.

Der BTW als politischer Mitgestalter
Partner Bundesregierung

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 Sportgeräteindustrie. 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 war das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit zum Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie umstrukturiert worden. 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

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

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. Beispiel: 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
- 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 UN World Tourism Organization (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

Der Tourismusbeirat im BMWi

Im Beisein von Bundeswirtschaftsminister Michael Glos hat sich der Beirat für Fragen des Tourismus beim BMWi in Berlin 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 Beirat führt einen regelmäßigen Dialog über tourismuspolitische Fragen, 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)

Auswärtiges Amt (AA) in Berlin-Mitte

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 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 Auswärtigen Amts 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 Angebote für Reisen 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 Berufsbildung (BIBB) in Bonn. Das BMBF wirkt aktiv in Aufsichtsräten oder als Mitglied dieser Einrichtungen mit.

Die Aufgaben des BMBF

- 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 gehören nach der Neuregelung der Zuständigkeiten im Rahmen der Föderalismusreform auch die Regelung allgemeiner Grundsätze der Hochschulzulassung und der Hochschulabschlüsse. Angestoßen vom BMBF wollen sich Bund und Länder im Hochschulpakt 2020 gemeinsam den Herausforderungen der Hochschulen stellen und somit die Ausbildungschancen der nächsten akademischen Generationen sichern.

Seit 1970 untersteht dem BMBF das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), das anerkannte Kompetenzzentrum zur Erforschung und Weiterentwicklung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Das BIBB identifiziert Zukunftsaufgaben der Berufsbildung, fördert Innovationen in der nationalen wie internationalen Berufsbildung und entwickelt neue, praxisorientierte Lösungsvorschläge für die berufliche Aus- und Weiterbildung.

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 vom Bundeskanzler/von der Bundeskanzlerin vorgegebenen politischen Richtlinien koordiniert er die Haushaltsvoranschläge der einzelnen Ministerien und entwirft den jährlichen Bundeshaushalt. Dabei verfügt der Bundesfinanzminister über ein Widerspruchsrecht bei allen finanzpolitischen Entscheidungen der Regierung.

So bündelt das BMF 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) sowie des weltweiten Globalisierungsprozesses gewinnt die europäische und internationale Wirtschafts- und Währungspolitik als weiterer Aufgabenschwerpunkt zunehmend an Bedeutung.

Darüber hinaus ist das BMF 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.

Im vergangenen Jahr spielten in diesem Zusammenhang unter anderem die Frage der Absenkung der Mehrwertsteuer für die Hotellrie auf sieben Prozent sowie die Neuregelung der Erbschaftsteuer eine wichtige Rolle.

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 90er 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 hatten sich auf den Markennamen „Viabono – Reisen natürlich genießen“ verständigt.

Viabono – Reisen natürlich genießen

Am 18. März 2002 war der Viabono-Trägerverein von zwölf Verbänden in Berlin gegründet worden. Heute repräsentieren 18 Mitglieder aus allen wichtigen Interessengruppen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Deutschland insgesamt 15 Millionen Verbraucher, 85.000 Tourismusunternehmen – darunter auch den Deutschen 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.

Das Bundesministerium unterstützt zudem die Energiekampagne Gastgewerbe, die vom DEHOGA Bundesverband und vom

Hotelverband Deutschland durchgeführt wird. Mittels einer Internetseite, eines Energiesparprogramms und Informationsblättern erhalten Hoteliers und Gastronomen Hilfestellung rund um das Thema Energie.

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.

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.

Verkehrsprojekte Deutsche Einheit
Schienennetz; Stand August 2008

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 Bundesverkehrsministerium 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 heraus-

ragende 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“ – für den Standort Deutschland

Das BMVBS hat im Juli 2003 die Schirmherrschaft für die „Initiative Luftverkehr“ übernommen. Auf Anstoß der Deutschen Lufthansa, der Deutschen Flugsicherung sowie 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.

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

Bettina Herlitzius MdB
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Dr. Ilia Seifert MdB
DIE LINKE

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

Der Ausschuss für Tourismus und seine Themen 2007/2008

Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung

Der Bericht der Bundesregierung für die 16. Wahlperiode stellt ausführlich die Lage der Tourismuswirtschaft, die tourismuspolitischen Maßnahmen der Bundesregierung und die künftigen Herausforderungen an die Tourismuspolitik dar. Die politischen Herausforderungen konzentrieren sich auf die Bereiche Globalisierung, Klimawandel, demographischer Wandel, Sicherheit und Veränderungen im Reiseverhalten. Anträge zu den Herausforderungen und Folgen des demographischen Wandels für den Tourismus stellten die Koalitionsfraktionen und die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen. Der demographische Wandel in unserer Gesellschaft mit einer steigenden Zahl älterer, gut ausgebildeter, finanzkräftiger und aktiver Menschen wird zu Veränderungen im Freizeit- und Tourismusmarkt führen. Es wird damit gerechnet, dass Seniorinnen und Senioren bis zum Jahr 2035 bis zu sechs Prozent mehr für Reisen ausgeben werden.

Messen und Geschäftsreisen

Der Antrag „Messen und Geschäftsreisen der Großen Koalition als Chance für den Tourismusstandort Deutschland“ macht deutlich, dass Messen und Geschäftsreisen von enormer ökonomischer Bedeutung für den Wirtschafts- und Tourismusstandort Deutschland sind. Bei mehr als 1.850.000 Veranstaltungen mit 88 Millionen Teilnehmern werden insgesamt 54,4 Milliarden Euro umgesetzt.

Kreuzfahrt- und Fährtourismus

Auch für den Kreuzfahrt- und Fährtourismus in Deutschland machten sich die Fraktionen der CDU/CSU und SPD in einem Antrag stark. Ob Flusskreuzfahrten oder Kreuzfahrten auf See, kaum ein anderes Segment der Tourismusbranche ist in jüngster Zeit mit solchen Geschwindigkeiten gewachsen wie der Kreuzfahrttourismus. 2006 ist in Deutschland ein Umsatz vom mehr als 1,36 Milliarden Euro mit Hochseekreuzfahrten erzielt worden.

Internationaler Ferntourismus

Sowohl die Koalitionsfraktionen wie die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen widmen sich in ihrem Antrag den Problemen und Herausforderungen, die der internationale Ferntourismus in Schwellen- und Entwicklungsländern mit sich bringt.

Schon heute hat der Tourismus in vielen dieser Länder einen bedeutenden Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung geleistet. Der Tourismus bietet also Chancen zur Armutsbekämpfung sowie zur sozialen und ökologischen Entwicklung der Partnerländer.

Barrierefreies Reisen

Für knapp sieben Millionen Menschen in Deutschland bedeutet Reisen eine ganz besondere Herausforderung. Menschen mit ganz unterschiedlichen Behinderungen treffen beim Reisen immer wieder auf Barrieren. Aufgrund des demographischen Wandels wird der Anteil mit Mobilitätseinschränkungen in den nächsten Jahren kontinuierlich zunehmen. Der barrierefreie Tourismus wird zudem zum Qualitätsmerkmal. Die öffentliche Anhörung des Tourismusausschusses „Barrierefreies Reisen“ diente einerseits der Bestandsaufnahme, andererseits den Aufgaben, denen sich der Tourismus in Sachen Barrierefreiheit in den nächsten Jahren stellen muss.

Kooperationen als Chancen

Grenzenüberschreitende Kooperationen zwischen Regionen, Kommunen, Institutionen, Organisationen und Wirtschaft bieten eine Chance für die Vertiefung bilateraler Beziehungen zwischen Ländern sowie für die Förderung der wirtschaftlichen Zusammenarbeit, zum Beispiel auf dem Gebiet des Tourismus. Um zu erfahren, wie grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der Praxis funktioniert, und um festzustellen, wo Handlungsbedarf besteht, hat sich der Tourismusausschuss in einer öffentlichen Anhörung über grenzüberschreitende Tourismuskooperationen informiert.

500 Jahre Reformation

Eine zunehmend größere Bedeutung kommt dem Religionstourismus zu. Allein in Deutschland werden 681 Wallfahrtsstätten und jährlich etwa 800.000 Pilgerreisen gezählt. Religiös motivierte Reisen werden auch zum Reformationsjubiläum im Jahr 2017, in dem sich der Beginn der Reformation zum 500. Mal jährt, erwartet. „Luther 2017 – 500 Jahre Reformation“, unter dieser Überschrift soll das Reformationsjubiläum in Deutschland gefeiert werden. Ebenso betitelt war eine öffentliche Anhörung des Tourismusausschusses, in deren Mittelpunkt die geplanten Feierlichkeiten aus Anlass des 500. Jahrestages von Luthers Thesenanschlag an die Schlosskirche in Wittenberg standen.

Neues aus Europa

Neue Entwicklungen in der EU-Tourismuspolitik sowie Verbraucherschutzpolitik im Tourismus standen bei Gesprächen mit dem Vizepräsidenten der Europäischen Kommission und Kommissar für Unternehmen und Industrie, Günter Verheugen, sowie Abgeordneten des Europaausschusses für Verkehr und Fremdenverkehr in Brüssel auf dem Programm.

Partner UN World Tourism Organization (UNWTO)

UN World Tourism Organization – Zentrale in Madrid

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.

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

An der 2. International Conference on Tourism and Climate Change vom 1. bis 3. Oktober 2007 in Davos, organisiert von der UNWTO, hatten zahlreiche Vertreter von Regierungen und internationalen Tourismusorganisationen sowie Wissenschaftler teilgenommen.

Die Aktivitäten des BTW auf europäischer Ebene
Der BTW zwischen Politik und Wirtschaft

Die politischen Themen des BTW

Eine Agenda für die Tourismuspolitik der Europäischen Union

Die europäischen Institutionen in Brüssel und Straßburg haben sich 2007 und 2008 mit einer Vielzahl von Themen befasst, die Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft in Deutschland haben. Im Oktober 2007 stellte die EU-Kommission ihre Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen europäischen Tourismus vor.

Diese Agenda soll der Kommission dazu dienen, künftige Maßnahmen im Tourismusbereich mit anderen Politikbereichen, unter anderem Umwelt, Verkehr, Wettbewerb oder Verbraucherschutz, abzustimmen und Europa als attraktives Reiseziel zu stärken. 2011 sollen die bis dahin erzielten Fortschritte in einem Bericht bewertet werden.

Basierend auf einer Mitteilung der EU-Kommission zur neuen EU-Tourismuspolitik aus dem Jahr 2006 nahm das Europäische Parlament einen Bericht des Vorsitzenden des Verkehrsausschusses, Paolo Costa, an. Schwerpunkte sind unter anderem die europäische Visapolitik, die Erhebung von statistischen Daten zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit Europas als Hauptreiseziel, der Verbraucherschutz samt Passagierrechten sowie die soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit.

Hoher Stellenwert für den Verbraucherschutz

Zu einem Grünbuch zum gemeinschaftlichen Besitzstand im Verbraucherschutz, das die Kommission sieben Monate zuvor vorgestellt hatte, nahm das Europäische Parlament im September 2007 Stellung. Die Kommission hatte vorgeschlagen, acht sektorspezifische Verbraucherrichtlinien in Kombination mit einem so genannten horizontalen Instrument zu überarbeiten.

Das bedeutet zum einen, dass jede einzelne dieser acht Richtlinien, zu denen unter anderem die Pauschalreiserichtlinie, die Fernabsatzrichtlinie, die Richtlinie über Teilnutzungsrechte, die Richtlinie zum Verbraucherschutz beim Abschluss von außerhalb von Geschäftsräumen getroffenen Verträgen sowie die Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen gehören, geändert werden soll.

Zum anderen sollen insbesondere übergreifende Begriffe wie der des „Verbrauchers“, die bisher in jeder einzelnen Richtlinie separat und damit zum Teil recht unterschiedlich definiert werden, eine einheitliche Definition erhalten. Den kombinierten Ansatz unterstützte das Parlament in seiner Stellungnahme. Im November 2007 hielt die EU-Kommission zur Vorbereitung der Richtlinienüberarbeitung eine Konferenz mit Interessenvertretern ab, bei der offene Fragen geklärt werden sollten.

Verkehrsübergreifend spielte und spielt in Brüssel weiterhin das Thema Passagierrechte eine große Rolle. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Aspekt „Passagiere mit eingeschränkter Mobilität“. Im Juli 2008 trat eine EU-Verordnung für barrierefreien Luftverkehr europaweit in Kraft, die die Rechte von Flugpassagieren mit eingeschränkter Mobilität ausweitet. Ähnliche Verordnungen für den Schiffsbereich und auch für den Bus- und Bahnverkehr werden voraussichtlich folgen.

Klimawandel und Klimaschutz prägen fast alle Politikbereiche

Die Themen Klimawandel und Klimaschutz durchziehen und betreffen mittlerweile die meisten Politikbereiche in Brüssel. So legte die EU-Kommission im Berichtszeitraum einen Vorschlag zur Einbeziehung der Luftverkehrsindustrie in das bereits bestehende Emissionshandelssystem (ETS) vor. Trotz heftiger Proteste und zahlreicher Argumente gegen diesen Vorschlag, beschloss das Europäische Parlament schließlich im Juni 2008, dass der Luftverkehr ab 2012 in den europäischen Emissionshandel einbezogen wird.

Auch eine Mitteilung der EU-Kommission zum Thema Ökologisierung des Verkehrs nahm sich des Themas Klimawandel an. Unter anderem geht es in diesem im Juni 2008 vorgelegten Papier um die Internalisierung externer Kosten, das heißt von Kosten, die durch Klimawandel, Lärm, Stau oder lokale Umweltverschmutzung entstehen. Nach Willen der EU-Kommission soll damit erreicht werden, dass die Verursacher und nicht die Steuerzahler für Kosten durch Umweltschäden aufkommen. Eine Konsultation zu diesem Vorhaben war bei Redaktionsschluss noch nicht beendet.

Breites politisches Arbeitsfeld Luftverkehr

Für den Luftverkehr war im Berichtszeitraum unter anderem das Thema computergestützte Reservierungssysteme spannend. Als problematisch hat sich insbesondere die Definition des Mutterunternehmens erwiesen. Eine endgültige Entscheidung in dieser Frage ist noch nicht gefallen.

Auch das 3. Liberalisierungspaket enthält einige für die Fluggesellschaften schwierige Punkte, die 2007/2008 in den europäischen Institutionen diskutiert wurden. Unter anderem ging es dabei um die genaue Preisangabe auf den Flugscheinen. Das Europäische Parlament stimmte im Juli 2008 einer Verordnung zu, die den Anbietern von Flugreisen vorschreibt, künftig den tatsächlichen Gesamtpreis inklusive aller Gebühren und Aufschläge anzugeben. Damit sollen Lockangebote verhindert werden. Die Verordnung wird aller Wahrscheinlichkeit nach schon im Herbst 2008 in Kraft treten.

Dauerbrenner Single European Sky (SES)

Der so genannte Single European Sky (SES) blieb ebenfalls Thema in Brüssel. Seit 2004 versucht die EU-Kommission den kleinteiligen Luftraum neu zu strukturieren. Zwar liegen die Vorteile eines solchen Projektes auf der Hand. Durch eine sinnvolle Umsetzung des SES könnten bis zu 13 Prozent CO_2 eingespart, Verspätungen reduziert und der Luftraum sicherer gestaltet werden. Dennoch kommt man nur zögerlich voran, da es sich als politisch schwierig erwiesen hat, die 27 Mitgliedstaaten zur Aufgabe von Kompetenzen und Zuständigkeiten zu bewegen und so auf einen Nenner zu bringen.

Im Januar 2008 verabschiedete das Europäische Parlament einen ein Jahr zuvor veröffentlichten Richtlinienentwurf zum Thema Flughafengebühren. Ziel dieser Richtlinie soll sein, für Transparenz und einen faireren Wettbewerb zu sorgen. Regelungen hinsichtlich der Informationspflichten, der Transparenz und der Berechnungen der Entgelte sollen vereinheitlicht werden. Nachdem sich auch die Verkehrsminister der Mitgliedstaaten als zuständiger Ministerrat auf einen in Teilen abgeänderten Text verständigt haben, wird die Richtlinie voraussichtlich – nach der notwendigen Abstimmung mit dem Parlament – im Herbst 2008 veröffentlicht.

Mit der Überarbeitung der Weitergabe von Passagierdaten an die USA und dem vierteljährlichen Update der so genannten Black List mit Fluggesellschaften, die aus Sicherheitsgründen nicht über Europa fliegen dürfen, standen zwei weitere Themen aus dem Flugbereich auf dem Programm der europäischen Gremien.

Auch bei Bus/Bahn hat sich was getan

In Sachen Busverkehr ging es in Brüssel im Berichtszeitraum insbesondere um die Wiedereinführung der 12-Tage-Regelung im Reisebusverkehr. Das Europäische Parlament hat dieser Wiedereinführung bereits im Frühsommer zugestimmt und die EU-Kommission signalisierte ebenfalls, dass sie das Vorhaben unterstützen wird. Nun liegt es am Verkehrsministerrat, den Stimmen von Parlament und Kommission zu folgen.

Auch mit dem Schienenverkehr hat sich Brüssel befasst. Im Herbst 2007 wurde das 3. Eisenbahnpaket verabschiedet, das sich unter anderem mit den Rechten und Pflichten von Fahrgästen beschäftigt und eine Steigerung der Qualität des Personenverkehrs zum Ziel hat. Teil des Pakets ist daher eine im Dezember 2009 in Kraft tretende Verordnung, die unter anderem Informationspflichten, eine Haftungsregelung und die Frage der Entschädigungsleistungen im Falle von Verspätungen beinhaltet.

Partner Europäische Kommission
Die Generaldirektionen (GD)

Generaldirektion Unternehmen und Industrie

Die GD Unternehmen und Industrie unter EU-Vizepräsident Günter Verheugen und Generaldirektor Heinz Zourek soll sicherstellen, dass die Gemeinschaftspolitik die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in der EU stärkt. 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“ 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.

Teil der Generaldirektion ist die so genannte Tourism Unit. Im Idealfall sollten dieser Abteilung aus Sicht des BTW künftig die Funktion einer zentralen Anlaufstelle für die touristischen Interessenvertreter sowie die Aufgabe der Folgenabschätzung aller die Tourismusbranche betreffenden Gesetzesvorhaben auf EU-Ebene zukommen.

Die wichtigsten Tätigkeitsbereiche und Aufgaben der Generaldirektion:

- 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 Weltraums Wachstumsgebiete des 21. Jahrhunderts

Generaldirektion Energie und Verkehr

Seit Mai 2008 ist der Vizepräsident der EU-Kommission, Antonio Tajani, 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.

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

Diese Dokumente markieren einen grundlegenden Politikwandel mit dem Ziel, die nötigen Reformprozesse zu beschleunigen, die Erweiterung vorzubereiten und die Politik der EU auf ihre Bürger auszurichten. Ein entscheidendes Jahr war bereits 2005, als für die zurückliegenden fünf Jahre Bilanz gezogen und künftige Herangehensweisen festgelegt wurden. Die Maßnahmen orientierten sich an folgenden 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 europäi-

schen 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 Koordinierung 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 von 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 GD MARKT entwirft Reformkonzepte und -maßnahmen zur Steigerung der Dynamik und der Wettbewerbsfähigkeit der EU-Wirtschaft.

So ist sie 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 vom 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

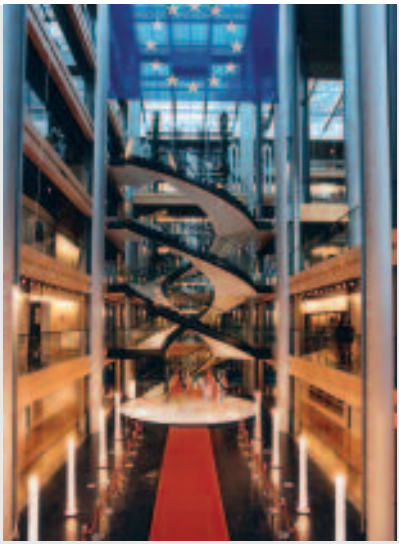
Partner Europäisches Parlament (EP)

Außenansicht des Europäischen Parlaments

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 Aus-



Innenansicht des Europäischen Parlaments

schuss 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

4. Postdienste

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

Der 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, Zahlungsbilanz, Kapitalverkehr sowie Anleihe- und Darlehens-

Europäisches Parlament

politik, 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 Finanzdienstleistungen, -institutionen und -märkten, einschließlich Finanzberichte, Rechnungsprüfung, Buchhaltungsregeln, Corporate Governance und sonstiger gesellschaftsrechtlicher Fragen, die speziell die Finanzdienstleistungen betreffen

Der 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.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Geschäftsreisen

VDR: Geschäftsreisen – ein verlässlicher Indikator der Konjunktur

Berufsbedingte Mobilität ist ein facettenreicher, hochdynamischer Teil der Wirtschaft. Jeder zweite Euro, der in deutschen Hotels ausgegeben wird, kommt, so der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR), von Geschäftsreisenden. Und Millionen von Urlaubsreisenden profitieren nachhaltig von Angeboten, die vom Geschäftsreisemarkt indirekt mitfinanziert werden. Der Geschäftsreisemarkt bleibt ein verlässlicher 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.

Stärkere Geschäftsreisetätigkeit war schon vor dem jüngsten ökonomischen Aufschwung zu beobachten. 2007 wuchs sie mit der Wirtschaft und Arbeit: Die Anzahl der Beschäftigten in Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern stieg um 4,6 Prozent auf über 22 Millionen. Mit zwei von fünf Geschäftsreisen ist die Dienstleistungsbranche nach wie vor am häufigsten unterwegs.

Ausgaben in Höhe von knapp 49 Milliarden Euro

Jeder dritte Beschäftigte unternahm laut „VDR-Geschäftsreiseanalyse 2008“ mindestens eine Geschäftsreise im Jahr 2007. 167 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von knapp 49 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit 137 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag. Die Anzahl der Geschäftsreisen in Deutschland ist in den letzten vier Jahren kontinuierlich gestiegen. Waren es 2004 noch rund 146 Millionen Reisen, so betrug die Zahl 2007 fast 167 Millionen – plus etwa 14 Prozent.

Im selben Zeitraum stiegen die Ausgaben der deutschen Wirtschaft für Geschäftsreisen aber nur um rund elf Prozent – von 44 Milliarden Euro 2004 auf knapp 49 Milliarden Euro. Somit wurden – trotz Kerosinzuschlägen und Nullprovision – Kosten in Höhe von rund einer Milliarde Euro eingespart. Die durchschnittlichen Kosten für Geschäftsreisen betrugen 2005 noch 335 Euro pro Reise, sanken 2006 auf 325 Euro und 2007 auf 316 Euro. Aktives Travel Management macht sich folglich bezahlt.

Besonders sparsam war der öffentliche Sektor. Bei zwei Prozent mehr Dienstreisen konnten die Ausgaben um zwei Prozent gedrosselt werden. Kleine und mittlere Unternehmen haben 2007 von den vielen auf sie zugeschnittenen Steuerungsangeboten profitiert: Bei vier Prozent mehr Reisen gaben sie ein Prozent mehr Geld aus. Große Unternehmen hatten mit einer halben Million mehr Beschäftigten (plus 21 Prozent) entspre-

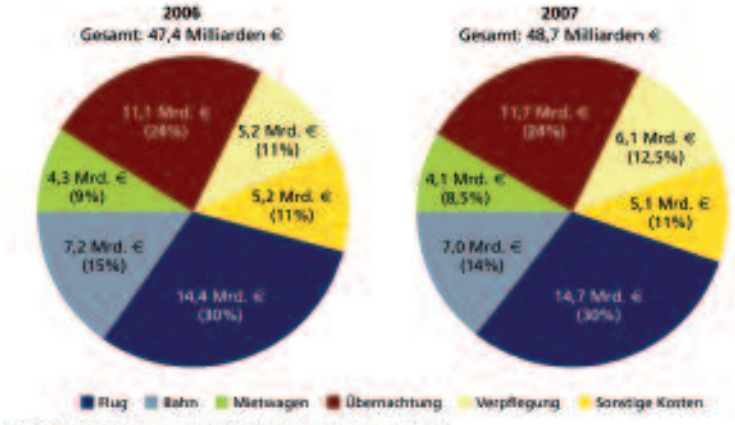
chende zweistellige Zuwächse bei Reisevolumen und Reisekosten. Doch auch sie konnten ihre Kosten im Verhältnis erfolgreich kontrollieren (plus 33 Prozent bei der Anzahl der Geschäftsreisen gegenüber plus 24 Prozent bei der Zunahme der Ausgaben).

Geschäftsreisen wieder etwas länger

Erstmals seit fünf Jahren sind Geschäftsreisen durchschnittlich wieder etwas länger geworden. 2007 dauerte eine Geschäftsreise durchschnittlich 2,3 Tage. Der Anteil von Geschäftsreisen ohne Übernachtung nahm um drei Prozentpunkte ab. Fast jede fünfte Reise dauerte vier Tage oder länger. Im öffentlichen Sektor betrug der Anteil von Dienstreisen ohne Übernachtung 68 Prozent. Das ist ein leichter Rückgang zugunsten von zwei- bis dreitägigen Reisen, die oft zu Tagungen, Seminaren und Fortbildungen führen.

Trotz ihres Kostenbewusstseins sind Unternehmen und ihre Geschäftsreisenden der Wachstumsgarant der Reisebranche. Gaben Urlauber 2007 nur 50,9 Milliarden Euro statt 53,9 Milliarden Euro wie 2006 aus (minus sechs Prozent), kletterte das Gesamtbudget der Wirtschaft für Geschäftsreisen von 47,4 Milliarden Euro auf knapp 48,7 Milliarden Euro – ein Plus von knapp drei Prozent. Das schafft wertvolle Arbeitsplätze im In- und Ausland.

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereichen 2006 bis 2007



Quelle: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2008, www.geschaeftsreiseanalyse.de

Erstmals seit fünf Jahren sind Geschäftsreisen durchschnittlich wieder etwas länger geworden

Während die Ausgaben für Flugtickets gestiegen sind, wurde für Mietwagen und Bahnfahrten weniger aufgewendet. 2007 haben längere Reisen zu einem leichten Rückgang des Transportkostenanteils geführt – es wurde mehr übernachtet. Hotels sind also die Gewinner der geschäftlichen Mobilität: Die Zahl der Übernachtungen deutscher Geschäftsreisender stieg in nur einem Jahr – von 2006 auf 2007 – um insgesamt sieben Prozent.

Reisen ins Ausland: Wachstumsrate explodiert

Bei Reisen ins Ausland explodierte die Wachstumsrate, separat betrachtet, sogar auf stolze 28 Prozent. In der ausländischen Hotellerie gaben deutsche Geschäftsreisende 2007 über drei Milliarden Euro aus – ein kräftiger Anstieg um rund 24 Prozent zum Vorjahr. Mit Geschäftsreisenden kann die Hotellerie rechnen. Neue Geschäftsfelder, positive Auftragslage, mehr Mitarbeiter sowie neue Einsatzorte, aber auch die Zunahme von Schulungen, Messen und Tagungen sind die Gründe, weshalb auch 2008 ein Mehr an Übernachtungen durch deutsche Geschäftsreisende zu erwarten ist.

Deutsche Geschäftsreisende übernachten weltweit vor allem in der 3- und 4-Sterne-Hotellerie. Den Löwenanteil von 52 Prozent an geschäftlichen Übernachtungen verbucht die 3-Sterne-Hotellerie

für sich. An zweiter Stelle liegt die 4- und 4+-Sterne-Kategorie. In der Tophotellerie finden nur vier Prozent aller geschäftlichen Übernachtungen statt. Doppelt so häufig bettet man sich am unteren Ende der Skala. Somit sind Gasthöfe, Pensionen, Privatzimmer, Tagungs- und Fortbildungsstätten eine feste Größe, Kosten zu sparen. Apartments und Boardinghouses werden am wenigsten genannt.

Für Übernachtungen und Verpflegung auf Geschäftsreisen wurden 2007 rund 1,5 Milliarden Euro mehr als im Vorjahr ausgegeben. Bereits nach dem Sommer 2006 hatte das deutsche Gastgewerbe angekündigt, die Preise anzuheben. Steigerungen bei Energie-, Personal-, Reinigungs- und Kfz-Kosten wurden seitens der Hotellerie in Preisverhandlungen mit eingebracht. Nicht nur mehr und längere Reisen, sondern auch die weltweit gestiegenen Lebensmittelpreise schlagen bei den Verpflegungskosten mit 17 Prozent im Jahresvergleich voll durch. Diese tauchen in gestiegenen Frühstückspreisen wieder auf. Mehr Geschäftsverhandlungen und damit ein Anstieg der Bewirtungsausgaben wird eine weitere Ursache sein.

Immer mehr professionelle Travel Managers

Der Einsatz von professionellen Travel Managers in Unternehmen hat zugenommen. Die Geschäftsführung – und damit auch die Chefsekretariate – kümmern sich heute wesentlich öfter um das Thema als vor vier Jahren. Zu diesem hohen Anteil tragen vor allem kleine und mittlere Unternehmen bei (77 Prozent). Die Bedeutung der Personalstellen, Einkäufer und Controller ist marginal rückläufig. Dafür sind „sonstige Bereiche“ und Outsourcing stärker vertreten.

Wie im Vorjahr werden Telefon- und/oder Videokonferenzen in etwa zwei Drittel der Unternehmen genutzt. „Virtuelle Meetings“ expandieren somit derzeit nicht, trotz heißer Klimadebatte. Neun von zehn Unternehmen planen für 2009 gleich viel oder mehr Geschäftsreisen. Jede dritte Firma wird öfter fliegen. Mietwagenfirmen können auf etwas stärkere Zuwächse hoffen als in den Vorjahren, ebenso die Bahn, denn jede vierte Firma rechnet mit mehr erdgebundenen Geschäftsreisen.

Urlaubsreisen
Incoming-/Binnentourismus

Eine Analyse in Zusammenarbeit mit der DZT

Das Jahr 2007 war für den Deutschland-Tourismus von einer ganz besonderen Kontinuität geprägt: Es ging weiter aufwärts – aus allen wichtigen Quellmärkten und das ganze Jahr hindurch. Getragen von der Euphorie des Fußball-Sommermärchens 2006 hatte die DZT ganz sportlich prognostiziert, 2007 auch ohne vergleichbares Großereignis an die großartigen Ergebnisse des WM-Jahres nahtlos anzuknüpfen.

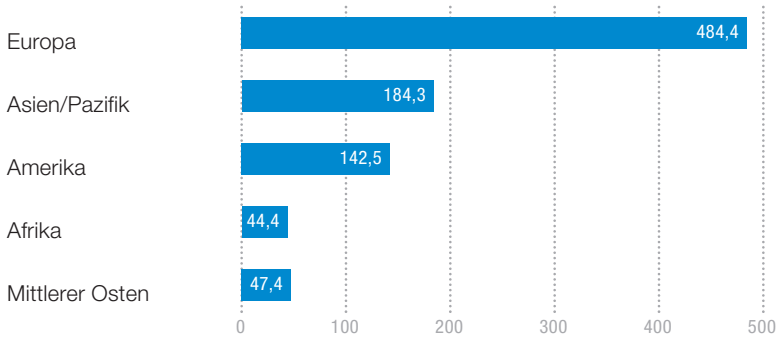
Die Bilanz übertraf die gesetzten Erwartungen bei weitem. Der Inlandstourismus – seit Jahren auf hohem Niveau stabil – legte deutlich zu. Erstmals wurden mehr als 307 Millionen Übernachtungen aus dem Inland registriert und so ist eine neue Rekordmarke in der Geschichte des Reiselandes Deutschland zu verzeichnen. Auch beim Incoming übertrafen sich die Vorhersagen mit einem mehr als dreiprozentigen Wachstum auf fast 55 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste deutlich.

Die Entwicklung des internationalen Tourismus

(Quelle: DZT/UNWTO 2008)

2007 verzeichnete der weltweite Tourismus mit 903 Millionen Ankünften einen sensationellen Zuwachs von 6,6 Prozent. Der bislang größte Zuwachs internationaler Ankünfte aus 2005 (plus 5,5 Prozent) wurde damit erneut übertroffen.

903 Millionen internationale Ankünfte 2007 (plus 6,6 Prozent)



Quelle: DZT/UNWTO, weltweite Ankünfte 2007 in Millionen, Stand Juni 2008

Alle regionalen Zielmärkte konnten im Berichtsjahr wachsen und zählten deutlich mehr internationale Ankünfte als im Vorjahr:

- Europa ein Plus von 4,8 Prozent
- Asien/Pazifik ein Plus von 10,4 Prozent
- Amerika plus 4,9 Prozent
- der Mittlere Osten plus 16,4 Prozent
- Afrika ein Plus von 7,4 Prozent

Europa konnte seine Spitzenstellung im internationalen Tourismus mit 484,4 Millionen Ankünften und einem Anteil von 53,6 Prozent behaupten. Insgesamt generierte der Tourismus ein Plus von 4,8 Prozent bei den internationalen Ankünften.

Innerhalb des Kontinentes verzeichnete besonders die Region Südeuropa/Mittelmeer mit einem Plus von sieben Prozent auf 176 Millionen Ankünfte gute Zuwächse. Auch West- und Nordeuropa entwickeln sich mit einem Plus von 3,6 Prozent (Westeuropa) beziehungsweise zwei Prozent (Nordeuropa) äußerst positiv.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland

(Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt/GWS 2008)

Als Querschnittsbereich verschiedener Branchen hat der Tourismus in Deutschland einen gesamtwirtschaftlichen Produktionswert von 185 Milliarden Euro und eine Wertschöpfung von 94 Milliarden Euro. Dieser Produktionswert wird vor allem in mittelständisch geprägten Unternehmen, zum Beispiel in den rund 52.000 Betrieben des Beherbergungsgewerbes, erzielt und bietet insgesamt 2,8 Millionen Beschäftigten Einkommen.

Die Förderung eines qualitativen und quantitativen Wachstums des Tourismus nach und in Deutschland ist das Hauptziel der DZT.

Dies bedeutet vor allem eine quantitative Steigerung der Übernachtungszahlen, die Stärkung der Wettbewerbsposition Deutschlands im europäischen Vergleich und die Erhöhung der Einnahmen aus dem Incoming zur Verbesserung des außenwirtschaftlichen Gleichgewichts.

Indirekte und direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-$
1	USA	1.442,8
2	China	508,6
3	Japan	438,1
4	Deutschland	316,2
5	Frankreich	307,0
6	Spanien	276,7
7	UK	262,3
8	Italien	226,1
9	Kanada	154,6
10	Mexiko	130,2

Quelle: DZT 2008, TSA/WTTC 2008

Direkte Effekte des Tourismus

Rang	Land	Mrd. US-$
1	USA	542,4
2	Japan	162,5
3	Frankreich	115,7
4	China	109,0
5	Spanien	102,5
6	UK	97,0
7	Italien	94,0
8	Deutschland	88,7
9	Australien	46,3
10	Kanada	45,8

Quelle: DZT 2008, TSA/WTTC 2008

Die Entwicklung des Deutschland-Incoming

(Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt/IPK 2008)

Mit einem Plus von 3,5 Prozent ist der deutsche Incoming-Tourismus 2007 selbst gegenüber dem sensationellen WM-Jahr 2006 weiter gestiegen. Insgesamt verbrachten internationale Gäste im letzten Jahr 54,8 Millionen Übernachtungen in Deutschland.

Nicht nur bei den Übernachtungen konnte Deutschland punkten: Auch die internationalen Ankünfte 2007 übertrafen mit einem Plus von 3,6 Prozent diejenigen des Vorjahres deutlich. Im Fokus der ausländischen Besucher standen weiterhin die deutschen Metropolen: Jede dritte Übernachtung von Gästen aus Europa, Asien und Übersee in Deutschland wurde in den zehn Magic Cities (Berlin, München, Hamburg, Frankfurt am Main, Köln, Dresden, Düsseldorf, Stuttgart, Leipzig, Hannover) gezählt. Spitzenreiter unter den deutschen Großstädten ist und bleibt Berlin mit 6,6 Millionen Übernachtungen und einem Zuwachs von 11,6 Prozent, gefolgt von München.

Berlin nimmt mit seinen deutlich überdurchschnittlichen Zuwächsen und einem Anteil von zwölf Prozent am gesamten Incoming-Tourismus eine Schlüsselstellung in der internationalen Nachfrage nach Deutschland ein. Besonders im Geschäftstourismus zeigte die Hauptstadt 2007 starke Zuwächse, die zum Teil auch in der deutschen EU-Ratspräsidentschaft begründet waren. Berlin war 2007 besonders bei Briten, Italienern, Spaniern und US-Amerikanern beliebt.

Die größte Dynamik bei den Auslandsreisen kam 2007 aus Europa mit einem überdurchschnittlichen Plus von 5,3 Prozent. Wichtigster Wachstumstreiber unter den europäischen „Top Ten“ ist Spanien.

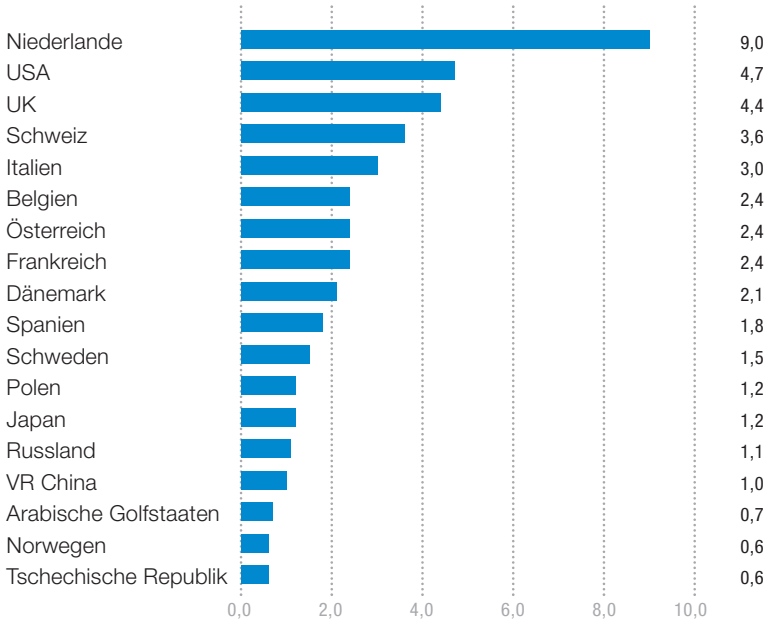
Aufgrund eines stetigen Wirtschaftswachstums boomt der spanische Auslandstourismus seit einigen Jahren und legte 2007 wieder um 15 Prozent bei den Reisen zu (Quelle: DZT/IPK). Dabei beflügeln vor allem die Low-Fare-Angebote nach Berlin sowie der Urlaub in Bayern die Nachfrage aus Spanien.

Wichtigster Volumenmarkt blieben 2007 die Niederlande, die mit einem Plus von 2,5 Prozent im Jahresverlauf weiterhin ein stetiges Wachstum aufwiesen.

Hier war Deutschland 2007 erstmals das beliebteste Urlaubsland und hat damit Frankreich überholt, wie Untersuchungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zeigen. Besonders mit den Kurz- und Zweiturlaubsreisen konnte Deutschland bei den Niederländern deutliche Zugewinne erzielen.

Zweitwichtigster europäischer Quellmarkt war auch 2007 wieder Großbritannien mit 4,4 Millionen Übernachtungen. Bei der fußballbegeisterten Nation ist ein eindeutiger und nachhaltiger WM-Effekt erkennbar. Der Anstieg der Übernachtungs-

Beherbergungsstatistik inkl. Camping



Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt 2008

Übernachtungen in Millionen

Ausländerübernachtungen in den Bundesländern 1993 und 2007

Seit 1993 konnten 20 Millionen zusätzliche Übernachtungen für das Reiseland Deutschland generiert werden

	1993	Marktanteil in %	2007	Marktanteil in %	2007/1993 in %
Bayern	8.107.767	23,4	12.802.538	23,4	+ 57,9
Nordrhein-Westfalen	5.043.924	14,5	7.755.399	14,2	+ 53,8
Baden-Württemberg	5.040.549	14,5	7.436,523	13,6	+ 47,5
Berlin	1.898.454	5,5	6.613.928	12,1	+ 248,4
Hessen	4.316.049	12,4	5.381.567	9,8	+ 24,7
Rheinland-Pfalz	4.404.525	12,7	4.823.600	8,8	+ 9,5
Niedersachsen	2.131.263	6,1	2.733.591	7,6	+ 28,3
Hamburg	959.405	2,8	1.536.324	2,8	+ 60,1
Sachsen	541.826	1,6	1.344.860	2,5	+ 148,2
Schleswig-Holstein	879.958	2,5	1.276.197	2,3	+ 45,0
Mecklenburg-Vorpom.	243.495	0,7	753.631	1,4	+ 209,5
Brandenburg	268.445	0,8	705.929	1,3	+ 163,0
Thüringen	292.069	0,8	529.787	1,0	+ 81,4
Sachsen-Anhalt	182.506	0,5	416.508	0,8	+ 128,2
Bremen	209.356	0,6	369.905	0,7	+ 76,7
Saarland	158.496	0,5	299.190	0,5	+ 88,8
Gesamt	34.709.627		54.779.477		+ 57,8

Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt 2008, Beherbergungsstatistik inkl. Camping

zahlen von 2005 auf 2007 um rund elf Prozent zeigt, dass auf den britischen Inseln die Deutschlandbegeisterung nicht nachlässt.

An zweiter Stelle der Quellmärkte insgesamt standen 2007 wieder die USA mit 4,7 Millionen Übernachtungen und einem Anteil von 8,5 Prozent. Damit konnte hier das hohe Niveau des FIFA-WM-Jahres 2006 trotz eines gegenüber dem Dollar sehr starken Euro sowie einer schwieriger werdenden amerikanischen Wirtschaft gut gehalten werden. Von den Bundesländern konnte 2007 Bayern das größte Übernachtungsvolumen aus dem Ausland mit 12,8 Millionen verzeichnen, gefolgt von Nordrhein-Westfalen (7,8 Millionen) und Baden-Württemberg (7,4 Millionen).

Die höchsten Zuwächse im Incoming hatten im Berichtsjahr Berlin (plus11,6 Prozent), auf Rang zwei steht Mecklenburg-Vorpommern mit plus 8,4 Prozent, danach Bayern mit einem Zuwachs von 6,2 Prozent.

Generell ist der Tourismus in Deutschland ein stetig wachsender Wirtschaftsfaktor. So nahmen 2007 die Einkünfte durch ausländische Gäste um etwa ein Prozent – WM-bereinigt um sieben Prozent – auf 26,5 Milliarden Euro zu, so die Analyse der Dresdner Bank. Für das Jahr 2008 erwartet das Kreditinstitut ein weiteres Plus von rund vier Prozent.

Das Deutschland-Image in der Welt 2007

(Quelle: DZT/Anholt-GMI 2007-2008)

Das globale Image eines Landes steht im engen Wechselverhältnis mit seiner Attraktivität als Reiseland. Im renommierten Anholt GMI Nation Brands Index (NBI) kletterte Deutschland bereits im dritten Quartal des WM-Jahres 2006 um zwei Ränge auf den zweiten Platz. Die Nachhaltigkeit des Imagetransfers zeigt sich im Jahr eins nach der WM: Im dritten Quartal 2007 eroberte Deutschland erstmals den ersten Platz im NBI und konnte diesen auch im vierten Quartal erfolgreich verteidigen.

Im Zusammenspiel von kontinuierlicher Marktbearbeitung und -präsenz sowie der Magnetwirkung öffentlichkeitswirksamer Einzelereignisse entfaltet Marketing besondere Kraft. Daraus leitet die DZT die nachhaltige Wirkung des Sportevents FIFA WM 2006™ als größte Werbemaßnahme der vergangenen Jahre für den Standort Deutschland ab.

Die Reisen der Deutschen im Inland

(Quelle: DZT/Statistisches Bundesamt/IPK 2008)

Einen historischen Rekord verzeichnet das Inlandsmarketing im Jahr 2007: 307,1 Millionen Übernachtungen und damit ein Plus von drei Prozent auf bereits sehr hohem Niveau – dies ist die bemerkenswerte Bilanz für das Reiseland Deutschland im Inland. Laut Deutschem Reisemonitor der DZT kann der Inlandstourismus überproportional von der Reiselust der Deutschen profitieren.

Besonders hervorzuheben ist, dass die Zahl der längeren innerdeutschen Urlaubsreisen ab vier Nächten erstmals seit Jahren um 15 Prozent wächst, die langen Auslandsurlaube der Deutschen aber nur um vier Prozent steigen. Großstädte und Metropolen profitieren von der weiterhin großen Beliebtheit von Städtereisen (DZT/IPK: plus 32 Prozent) sowie von der Zunahme der Geschäftsreisen um zehn Prozent.

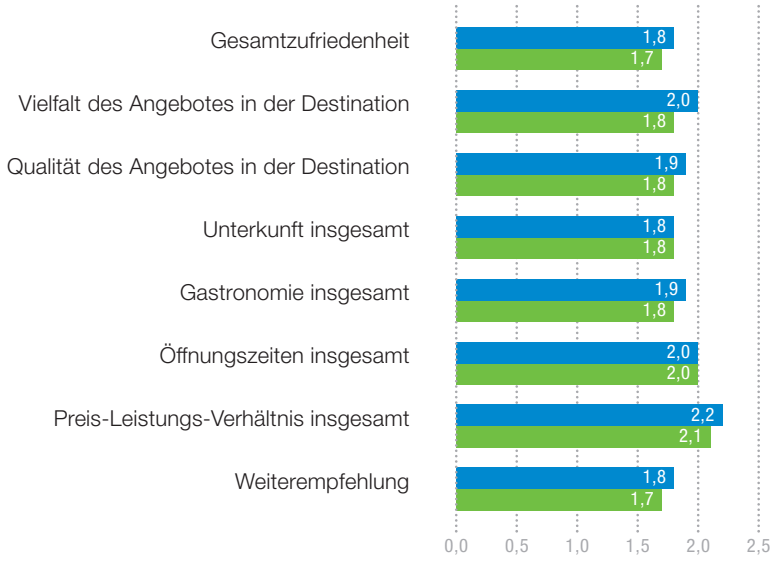
Das Statistische Bundesamt zählte im Jahr 2007 in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern ein Übernachtungsplus von 4,9 Prozent bei Inländern im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Berlin hält mit 10,7 Millionen Übernachtungen die unangefochtene Spitzenposition im Städteranking der Deutschen und registrierte mit plus 6,9 Prozent zugleich die höchsten Zuwächse. Auf Platz zwei kommt Hamburg mit 5,9 Millionen.

Bei den Flächenstaaten hat Mecklenburg-Vorpommern mit plus 6,2 Prozent von Januar bis Dezember die Nase vorn.

Absolut gesehen macht das nördliche Bundesland mit 25,6 Millionen Inlandsübernachtungen dem nach wie vor beliebtesten Ziel Bayern (2007: plus 1,4 Prozent auf 63,5 Millionen) damit den ersten Platz nicht streitig, doch weist es auf eine Trendwende hin: Der Norden gewinnt bei den Deutschen an Profil.

Die nach absoluten Übernachtungszahlen gemessen zweit- und drittbeliebtesten Ziele der Deutschen sind Baden-Württemberg und Niedersachsen. Die beiden Flächenstaaten konnten mit plus

Gesamtzufriedenheit mit dem Urlaubsaufenthalt



Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Angeboten vor Ort?“

Skala Zufriedenheit: 1 = „Äußerst zufrieden“ bis 6 = „Eher enttäuscht“

Skala Weiterempfehlungsabsicht: 1 = „Sehr sicher“ bis 6 = „Sicher nicht“

Quelle: DZT/ERV 2008

4,1 Prozent (35 Millionen Übernachtungen) und plus 2,7 Prozent (33,2 Millionen Übernachtungen) im Jahresverlauf ein positives Ergebnis verzeichnen. Auch Hessen zog am Ende des documenta-Jahres eine positive Bilanz: plus 4,7 Prozent auf 21,5 Millionen Inlandsübernachtungen.

Wichtig für die Reiseindustrie sind die DZT/IPK-Ergebnisse, wonach heute im Inland rund 25 Prozent der Urlaube via Internet gebucht werden für weitere 19 Prozent der Reisenden ist das World Wide Web eine wichtige Informationsquelle zur gewählten Destination.

Insgesamt ist die Zahl der Online-Urlaubsbuchungen für das Inland 2007 um 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Aber auch das Reisebüro (plus 22 Prozent) und die Direktbuchungen beim Hotel (plus 32 Prozent) konnten 2007 Zuwachsraten zu Lasten bisher eher spontaner Reisen ohne Vorausbuchung (minus 22 Prozent) erzielen.

Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

(Quelle: DZT/ERV 2008)

Um das Reiseland Deutschland auch in Zukunft als Vorbild für Qualitätstourismus zu positionieren, hat die DZT in Zusammenarbeit mit der Europäischen Reiseversicherung (ERV) das zunächst auf mindestens drei Jahre angelegte Gemeinschaftsprojekt „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“ entwickelt. Im Berichtsjahr wurden erstmals in- und ausländische Reisende vor Ort (mehr als 15.000 persönliche Interviews) ausführlich befragt, die dem Reiseland Deutschland nach einer ersten Halbjahresbilanz die Gesamtnote 1,8 ausstellten (Skala von eins = „Äußerst begeistert“ bis sechs = „Eher enttäuschend“).

Themen sind unter anderem Motive, Aktivitäten, Zufriedenheit und Ausgabeverhalten während der Reise in Deutschland. Die jährlichen Befragungen bieten die Chance, Trends aufzuspüren und die Wirksamkeit von Marketingaktionen zu überprüfen.

Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt kontinuierlich und fließt aktuell in die Entwicklung individueller Strategieansätze bei den Beteiligten sowie weiteren Partnern ein.

Übernachtungen 2007 und Potential 2015 aus den Auslandsmärkten

(Quelle: DZT-Marktforschung/Stat. Bundesamt 2008)

Regionalmanagement Nordwesteuropa

Mit insgesamt rund 16 Millionen Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Nordwesteuropa einen Anteil von rund 30 Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Die Niederlande, Großbritannien und Belgien gehören zu den Top-Quellmärkten für das Deutschland-Incoming. Bis 2015 ist eine weitere Steigerung des Übernachtungsvolumens auf rund 19 Millionen möglich.

Regionalmanagement Nordosteuropa

Mit insgesamt rund 7,4 Millionen Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Nordosteuropa einen Anteil von rund 13,5 Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Die DZT erwartet auch aus Nordosteuropa und Russland steigende Übernachtungszahlen in Deutschland, sofern die wirtschaftliche Entwicklung weiter positiv bleibt. Mittelfristig wird ein Anstieg auf mehr als 9,4 Millionen Übernachtungen nordeuropäischer und russischer Gäste in gewerblichen Betrieben über neun Betten prognostiziert.

Regionalmanagement Südwesteuropa

Mit insgesamt rund elf Millionen Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Südwesteuropa einen Anteil von rund 20 Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Die vier südwesteuropäischen Traditionsmärkte Schweiz, Frankreich, Italien und Spanien lassen weiterhin ansteigende Übernachtungszahlen erwarten: Bis 2015 rechnet die DZT mit zusammen mehr als 16 Millionen Übernachtungen.

Regionalmanagement Südosteuropa

Mit insgesamt rund 3,8 Millionen Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Südosteuropa einen Anteil von rund sieben Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Neue Chancen für den Deutschland-Tourismus aus Südosteuropa ergeben sich durch eine gemeinsame Erschließung und Vermarktung von grenzüberschreitenden Natur- und Kulturregionen.

Regionalmanagement Amerika/Israel

Amerika und Israel haben einen Anteil von knapp zwölf Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland. Die USA waren mit 4,7 Millionen Übernachtungen 2007 der wichtigste Überseemarkt.

Die USA sind für das Reiseland Deutschland weltweit der zweitwichtigste Quellmarkt und aus Übersee die Nummer eins. Zusammen mit Kanada, Mittel- und Südamerika und Israel steuerten sie 2007 rund 6,4 Millionen Übernachtungen zum Deutschland-Incoming bei. Für das Jahr 2015 wird ein Übernachtungsvolumen von acht Millionen prognostiziert.

	Übernachtungen 2007	DZT-Prognose ÜN 2015	UAR in %*	Einwohner Mio.**
Nordwesteuropa	16.266.119	19.000.000	81,1	88,2
Niederlande	8.996.531	9.500.000	113,3	16,4
Großbritannien	4.412.579	5.600.000	69,2	60,8
Belgien	2.421.613	3.200.000	101,3	10,5
Luxemburg	435.396	700.000	167,0	0,5

* UAR = Urlaubsauslandsreisenintensität 2006 | ** Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

	Übernachtungen 2007	DZT-Prognose ÜN 2015	UAR in %*	Einwohner Mio.**
Nordosteuropa/ Russland	7.390.934	9.400.000	18,4	212,4
Dänemark	2.131.938	2.500.000	104,7	5,4
Schweden	1.500.265	1.900.000	62,1	9,1
Norwegen	627.073	700.000	93,2	4,6
Finnland	518.678	700.000	90,0	5,3
Polen	1.228.823	1.500.000	17,1	38,5
Russland	1.095.723	1.500.000	7,7	142,5
Baltische Staaten	288.434	600.000	28,5	7,0

* UAR = Urlaubsauslandsreisenintensität 2006 | ** Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

	Übernachtungen 2007	DZT-Prognose ÜN 2015	UAR in %*	Einwohner Mio.**
Südwesteuropa	10.823.726	16.100.000	33,9	172,3
Schweiz	3.603.045	5.500.000	135,7	7,5
Italien	3.036.460	4.400.000	26,5	58,9
Frankreich	2.351.218	2.900.000	34,1	61,7
Spanien	1.833.003	3.300.000	25,2	44,2

* UAR = Urlaubsauslandsreisenintensität 2006 | ** Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

	Übernachtungen 2007	DZT-Prognose ÜN 2015	UAR in %*	Einwohner Mio.**
Südosteuropa	3.753.682	4.800.000	56,0	35,9
Österreich	2.386.205	3.200.000	98,1	8,2
Tschechien	585.149	700.000	45,7	10,2
Ungarn	463.331	500.000	34,6	10,1
Slowakei	189.656	200.000	38,7	5,4
Slowenien	129.341	200.000	89,2	2,0

* UAR = Urlaubsauslandsreisenintensität 2006 | ** Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

Regionalmanagement Amerika/Israel	Übernachtungen 2007	DZT-Prognose ÜN 2015	Einwohner Mio.*
gesamt	6.417.225	8.000.000	912,2
USA	4.661.543	6.100.000	305,8
Kanada	531.179	700.000	32,9
Mittel-/Südamerika	854.632	700.000	566,6
Amerika	6.047.354	7.500.000	905,3
Israel	369.871	500.000	6,9

* Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

Regionalmanagement Asien/Australien	Übernachtungen 2007*	DZT-Prognose ÜN 2015*	Einwohner Mio.*.**
gesamt	5.165.668	6.500.000	4.954,7
Japan	1.193.745	1.200.000	128,0
China/Hongkong	950.759	2.000.000	1.343,5
Asien, Afrika, Australien, Neuseeland und Ozeanien	5.165.668	6.500.000	4.954,7

* ohne Israel | ** Daten 2007

(Quelle: DZT-Marktforschung/Statistisches Bundesamt 2008)

Regionalmanagement Asien/Australien

Mit insgesamt rund 5,2 Millionen Übernachtungen 2007 haben die Quellmärkte in Asien und Australien einen Anteil von rund zehn Prozent an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland.

Asien ist ein wichtiger Zukunftsmarkt für das Reiseland Deutschland: Insgesamt sind mittelfristig rund 6,5 Millionen Übernachtungen bis zum Jahr 2015 aus Asien, Südafrika, Australien und den arabischen Golfstaaten zu erwarten.

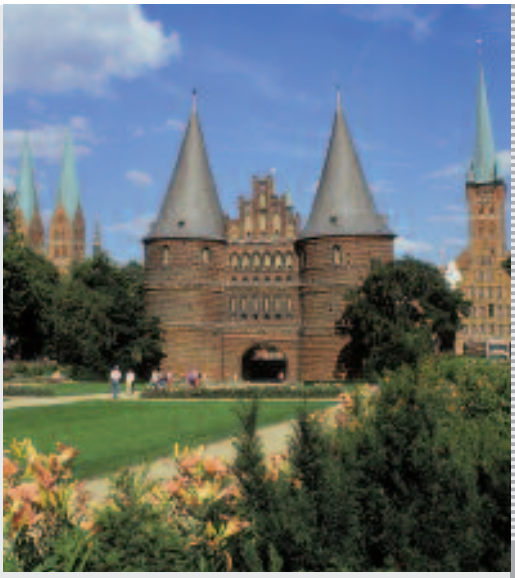
Handlungsfelder für die Vermarktung des Reiselandes Deutschland im Ausland

(Quelle: DZT-Marktforschung 2008)

Um die Herausforderungen im weltweiten Tourismus erfolgreich zu meistern und im Wettbewerb der Destinationen zu bestehen, hat die DZT zehn Handlungsfelder für die künftige Ausrichtung des Marketings definiert:

1. Das weltweite Deutschland-Image wird in Zukunft stärker vom Image des Reiselandes Deutschland geprägt und kann so positiv entwickelt werden

2. Das Reiseland Deutschland muss auch in Zukunft bei den internationalen Ankünften schneller wachsen als der europäische Durchschnitt. Die Dynamik kommt aus dem Ausland



3. Das Reiseland Deutschland muss innerhalb Europas marktführend in der touristischen Verkehrsinfrastruktur werden. Die Vernetzung von Flug, Bahn und Straße ist die zentrale Zukunftsaufgabe für den Tourismus

4. Das Reiseland Deutschland muss seine Marktführerschaft im Geschäftstourismus gegenüber Asien sichern und Standortvorteile aktiv nutzen

5. Das Reiseland Deutschland muss die sich ergebenden Chancen des weltweiten soziodemographischen Wandels in Industriestaaten touristisch nutzen und seine Marktführerschaft im Inland halten

6. Das Reiseland Deutschland muss seine Stellung als Kulturreiseziel Nr. 2 der Europäer weltweit ausbauen und seine Stärken in der Fülle der Einzigartigkeiten forcieren

7. Das Reiseland Deutschland muss seine herausragende Position im Gesundheitstourismus national stärken. In allen Segmenten von der Kur bis zu Medical Wellness muss das Thema Gesundheit aktiv mit dem Reiseland Deutschland verbunden werden

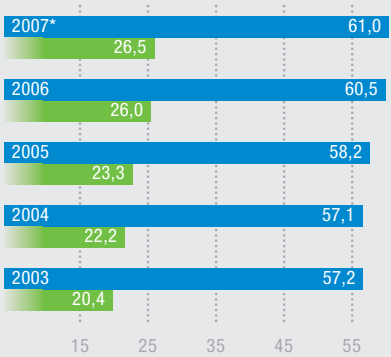
8. Der weltweite Klimawandel wird Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft in Deutschland mit sich bringen, die langfristig in der Produktentwicklung zu berücksichtigen sind

9. Die touristischen Destinationen in Deutschland müssen sich zukünftig noch stärker internationalisieren und kontinuierlich in das Auslandsmarketing investieren

10. Die Nutzung aller Vertriebswege, „Multichannelling“, im Deutschland-Tourismus ist Erfolgsfaktor für das touristische Marketing in der Kundenansprache weltweit

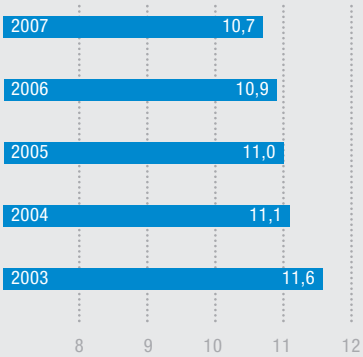
Outgoing-Tourismus

Ausgaben/Einnahmen Deutschlands im internationalen Reiseverkehr



■ Ausgaben in Milliarden Euro
■ Einnahmen in Milliarden Euro

Wie lange dauert eine Urlaubsreise im Durchschnitt?



Ø Aufenthaltsdauer in Tagen

2007 gaben die Deutschen laut UNWTO 78,0 Milliarden US-Dollar für Reisen ins Ausland aus. Damit bestätigten die Deutschen erneut ihre Position als Reiseweltmeister. Die USA rangieren mit Reiseausgaben in Höhe von 76,5 Milliarden US-Dollar für Reisen weiterhin auf Platz 2. Nach Berechnungen der Dresdner Bank haben die Ausgaben der Deutschen für Reisen ins Ausland im Jahr 2007 das Spitzenniveau des Jahres 2001 überschritten. Als Reiseziel profitiert Deutschland von der wachsenden Reiselust seiner ausländischen Gäste und konnte seine Einnahmen weiter steigern.

Quelle: Deutsche Bundesbank
*Hochrechnung Dresdner Bank

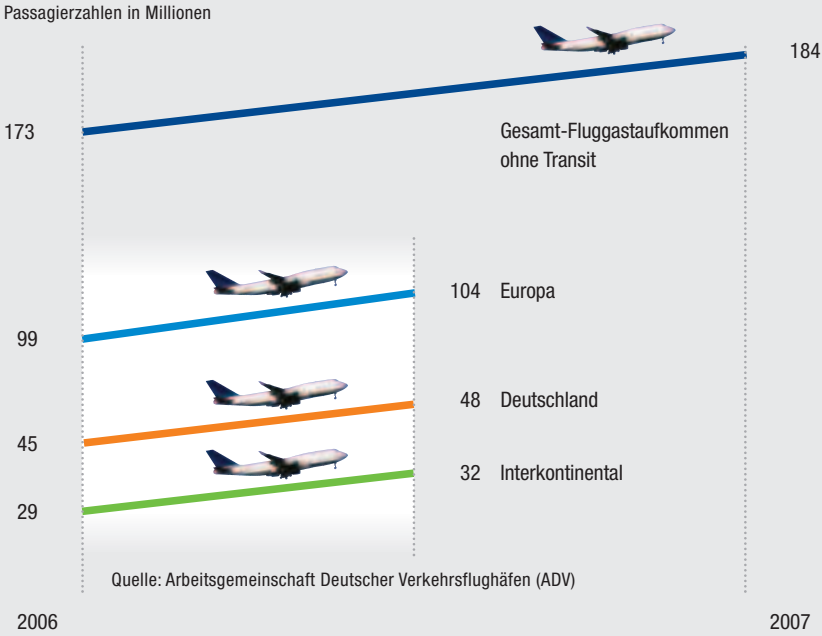
Die durchschnittliche Länge einer Urlaubsreise hat sich in den vergangenen fünf Jahren um knapp einen Tag verkürzt. Im Jahr 2007 betrug sie 10,7 Tage.

Quelle: TouristScope / TUI
GfK-TravelScope, DRV

Das Passagieraufkommen im Flugverkehr

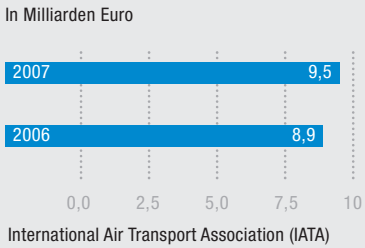
Im Jahr 2007 starteten oder landeten auf deutschen Flughäfen insgesamt 183,6 (2006: 173,0) Millionen Fluggäste.

Das sind 10,6 Millionen Fluggäste mehr als 2006, was einem Zuwachs von 6,1 Prozent entspricht.



Flugticket-Umsatz der IATA-Fluggesellschaften über Reisebüros in Deutschland

In Deutschland über das Abrechnungssystem Billing Settlement Plan (BSP) des internationalen Luftfahrtverbandes IATA abgewickelte Flugticketumsätze:



Kreuzfahrtenmarkt Deutschland

Urlaub auf dem Kreuzfahrtschiff war auch im Jahr 2007 weiterhin auf Erfolgskurs. Umsatz und Passagierzahlen von Hochsee-Kreuzfahrten konnten weiter zulegen. Auch der Umsatz im Fluss-Kreuzfahrtenmarkt stieg erneut an.

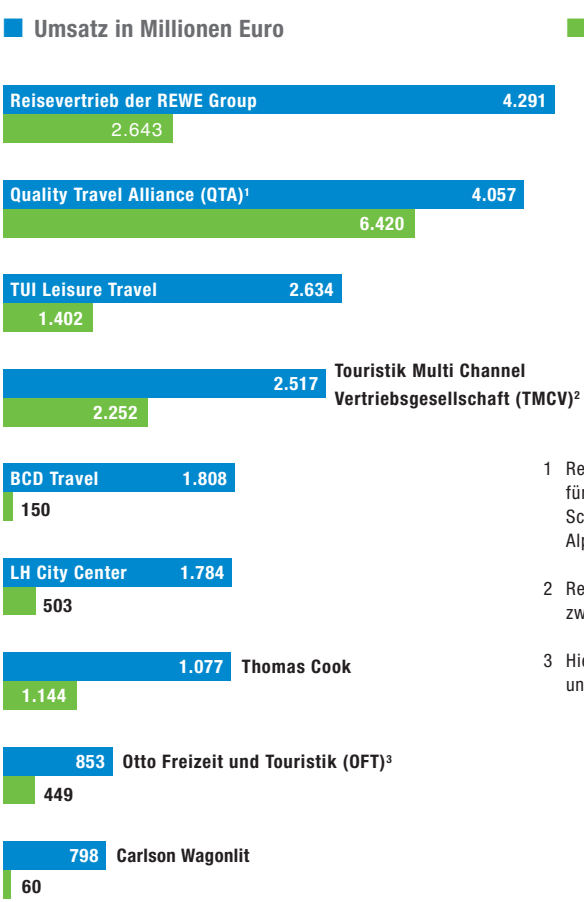
Zu den beliebtesten Destinationen bei Hochsee-Kreuzfahrten zählten das Mittelmeer, Nordland und die Karibik sowie USA. Im Segment der Fluss-Kreuzfahrten standen 2007 Fahrten auf der Donau, dem Nil und die zahlreichen Deutschland-Routen hoch in der Gunst der deutschen Passagiere.

Hochsee-Kreuzfahrten		
	2006	2007
Umsätze	1,36 Milliarden €	1,44 Milliarden €
Passagierzahlen	705.010	762.753
Ø Reisepreis	1.928 €	1.885 €
Ø Reisedauer	9,7 Tage	9,35 Tage

Fluss-Kreuzfahrten		
	2006	2007
Umsätze	364,4 Millionen €	394,5 Millionen €
Passagierzahlen	310.655	334.280
Ø Reisepreis	1.173 €	1.180 €
Ø Reisedauer	7,6 Tage	7,76 Tage

Quelle: DRV-Kreuzfahrtenmarktstudie 2007

Die größten Reisevertriebssysteme 2006



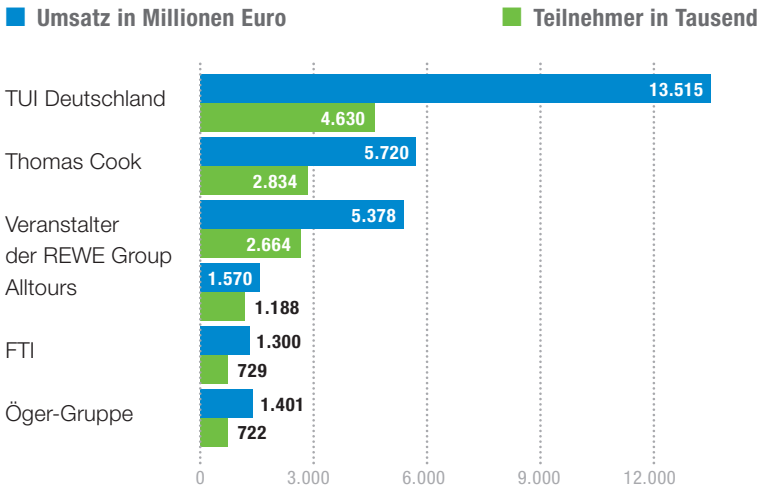
1 Reisebüro-Allianz aus fünf Verbunden: RTK, Schmetterling, Best-RMG, Alpha, TUI Travel Star.

2 Reisebüro-Allianz aus zwei Verbunden: TSS, AER

3 Hierzu gehört unter anderem Reiseland.

Quelle: FVW-Dokumentation Ketten und Kooperationen 2006

Die größten Reiseveranstalter in Deutschland



Der Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter 2007 betrug 20,3 Milliarden Euro.

Marktanteile der Reiseveranstalter

TUI Deutschland	**22,8 %**
Thomas Cook	**14,0 %**
Veranstalter der REWE Group	**13,1 %**
Alltours	**5,9 %**
FTI	**3,6 %**
Öger-Gruppe	**3,6 %**
Übrige Veranstalter	**37,0 %**

Bezogen auf 20,3 Milliarden Euro Gesamtumsatz der Reiseveranstalter 2007

Quelle: FVW-Dokumentation deutsche Veranstalter 2007, DER-Marktforschung, eigene Berechnungen DRV

So viele Reisebüros gibt es in Deutschland

	2006	2007
Klassische Reisebüros	3.596	3.301
Business Travel	876	939
Touristische Reisebüros	7.394	7.164
Summe Reisebüros	11.866	11.404
Davon		
IATA-Agenturen	4.250	4.147
DB-Agenturen	3.135	3.048

Definitionen

Klassisches Reisebüro:	Reisebüro mit mindestens einer Veranstalter- und mindestens einer Verkehrsträgerlizenz
Business Travel:	Reisebüro/Dienstleister/Betriebsstelle eines Firmenreisedienstes, die überwiegend Dienstreise- und Geschäftsreisekunden betreuen
Touristisches Reisebüro:	Reisebüro mit mindestens zwei Veranstalterlizenzen, ohne Verkehrsträgerlizenz

So gliedern sich die Umsätze der Reisebüros

Konsolidierte Umsätze aller Reisevertriebsstellen in Milliarden Euro

	2006	2007
Gesamtumsatz	20,8	21,1*
Davon		
Privatkundengeschäft	13,7	13,8
Business Travel	7,1	7,3

Die Reisebüros wickeln auch die meisten der IATA-Flugticket-Umsätze von insgesamt 9,5 Milliarden Euro ab.

*Erwartungen vorläufig

Quelle: DRV-Vertriebsdatenbank, DER-Marktforschung

Bildung und Ausbildung im Tourismus

Für die Führungskräfte von morgen

Das Angebot an qualifizierten Fachkräften wird zur bestimmenden Größe für die künftige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Deutschland. Die berufliche Qualifizierung und auch die berufliche Weiterbildung spielen eine herausragende Rolle in der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft. Der Wettbewerb zwischen den Unternehmen wird zunehmend über qualifizierte Mitarbeiter/-innen entschieden.

Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung steht auch ein weiteres Thema immer wieder im Mittelpunkt der Diskussion: die dringende Suche nach qualifiziertem Nachwuchs und die damit verbundene Aus- und Fortbildung. In Deutschland sind in den letzten Jahren eine höhere Studienanfängerzahl und eine höhere altersbezogene Anfängerquote als wichtige hochschulpolitische Ziele angesehen worden. Dahinter steht die Absicht, den Anteil der Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Deutschland dem Niveau anzunähern, das in vergleichbaren OECD-Staaten vorhanden ist.

Die zunehmende Globalisierung führt zu einem „Wettbewerb um kluge Köpfe". Bildung wird deshalb das zentrale Thema für die Zukunft. „Bildung braucht Anstrengung" hat Bundespräsident Dr. Horst Köhler in seiner Grundsatzrede

Bundespräsident Dr. Horst Köhler

zur Bildung formuliert. Investitionen für Bildung sind somit stets auch Investitionen für die Zukunft.

Bildung – ein Prozess lebenslangen Lernens

Nach Alexander von Humboldt ist Bildung „die Anregung aller Kräfte des Menschen, damit diese sich über die Aneignung der Welt entfalten und zu einer sich selbst bestimmenden Individualität und Persönlichkeit führen".

Bildung wird aber auch als Wirtschaftsfaktor immer wichtiger. Im Jahr 2000 hatte die Europäische Union in Lissabon das Ziel formuliert, Europa zum „wettbe-

werbsfähigsten 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.

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.

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.

Ausbilden – für die Praxis von morgen

Ausbildung umfasst die Vermittlung von Fähigkeiten und Kenntnissen an Auszubildende durch eine ausbildende Stelle. Im Unterschied zum umfassenderen Begriff der Bildung verfolgt die Ausbildung praktische Absichten.

Mit der Entscheidung für eine Ausbildung wird die Weichenstellung für den weiteren Lebensweg gelegt. Neben den persönlichen Interessen, Stärken und Zielen sollten auch die Inhalte, Anforderungen und Perspektiven des zukünftigen Berufes mit in die Überlegungen einbezogen werden. Wichtig ist es daher, sich möglichst frühzeitig und umfassend über alle Möglichkeiten zu informieren. Empfehlenswert ist eine persönliche Berufswahlstrategie innerhalb der 351 Berufsbilder.

Zukunftsaufgabe: studieren plus forschen

Das Studium ist definiert als das wissenschaftliche Lernen und Forschen an Hochschulen, also Universitäten und gleichgestellten Hochschulen, Kunsthochschulen, Fachhochschulen sowie Akademien, soweit diese Hochschulen gleichgestellt sind. Ferner wird auch die Aus- oder Weiterbildung an Berufsakademien als Studium bezeichnet.

Neigungen und Interessen werden im Laufe der Jahre sichtbar und sollten als Grundlage für die Studiengangwahl dienen. Es ist generell ersichtlich, dass Bildung essentiell ist. Sie beginnt im frühen Kindesalter und gestaltet sich als lebenslanger Prozess. Dieses drückt sich auch

Ticket für die Zukunft – Ausbildungsberufe im Tourismus

in der Vielfalt der angebotenen Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten aus.

Weiterbildung sind alle Aktivitäten, die der Vertiefung, Erweiterung oder Erneuerung von Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten von Menschen dienen, die eine erste Bildungsphase abgeschlossen haben und in der Regel erwerbstätig waren oder in der Familie gearbeitet haben.

Fortbildung ist neben der Berufsausbildungsvorbereitung, der Berufsausbildung und der beruflichen Umschulung ein Teilbereich der Berufsbildung. Nach §1 des Berufsbildungsgesetzes (BBiG) sollen durch Fortbildung Qualifikationen, die bereits in einem Ausbildungsberuf erworben wurden, erhalten, erweitert, der technischen Entwicklung angepasst oder so ausgebaut werden, dass ein beruflicher Aufstieg möglich wird. Man unterscheidet so in Anpassungsfortbildung und Aufstiegsfortbildung.

Von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft

Seit dem Beginn des Strukturwandels zur Dienstleistungsgesellschaft gewinnt der tertiäre Sektor verstärkt an ökonomischer und sozialer Bedeutung. Dienstleistungen sind zum Wachstumsmotor für die deutsche Wirtschaft geworden. Moderne und vernetzte Informations- und Kommunikationstechnologien treiben die Internatio-

Im Mittelpunkt der Diskussion: die dringende Suche nach qualifiziertem Nachwuchs und die damit verbundene Aus- und Fortbildung

nalisierung voran. Das verschärft auch den Wettbewerb im Bereich Tourismus.

Aus diesen Gründen und 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 ist ein erfreuliches Signal – für die Branche und für die Gesellschaft.

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. Auch die Gesellschaft kann von diesem Reservoir an Arbeitsplätzen profitieren.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Der Beitrag von Tourismus und Reiseverkehr zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) beläuft sich weltweit insgesamt auf 10.855 Milliarden US-Dollar oder 9,9 Prozent. Die Reisebranche schafft weltweit rund 240 Millionen Arbeitsplätze. Dies entspricht einem Anteil von rund 8,4 Prozent aller Arbeitsplätze.

Als Querschnittsbereich verschiedener Branchen hat der Tourismus in Deutschland einen gesamtwirtschaftlichen Produktionswert von 185 Milliarden Euro. Er steht für 140.000 Auszubildende und bietet insgesamt 2,8 Millionen Beschäftigten ein Einkommen. Strukturpolitisch sind die Arbeitsplätze von besonderer Bedeutung, vor allem in ökonomischer Hinsicht. Die Deutschen gaben im Jahr 2007 60,6 Milliarden Euro für Urlaub im Ausland und

61,9 Milliarden Euro für Urlaub in Deutschland aus. Ausländische Besucher gaben in Deutschland für Urlaub 26,3 Milliarden Euro aus. Sowohl die Anzahl der Übernachtungen von Deutschen (307,1 Millionen) als auch die von ausländischen Besuchern in Deutschland (54,8 Millionen) hat im vergangenen Jahr nochmals zugenommen.

In einer Zeit hoher Arbeitslosigkeit kann der Tourismus daher weltweit ohne Zweifel als großer Hoffnungsträger betrachtet werden: Die Tourismuswirtschaft ist der größte Arbeitgeber der Welt.

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 Kultur, Sport, Gesundheit, Touristik, Wellness oder Fitness.

Dazu gehören der gesamte Bereich Geschäftstourismus und 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, maritime touristische Unternehmen (Marinas) und die Fahrgastschifffahrt. Darüber hinaus gehört auch das Segment Camping dazu.

Folglich sollten touristische Unternehmen die Qualifizierung und Kompetenzentwicklung ihrer Mitarbeiter als strategische Aufgabe sehen, um so eine Differenzierung im Wettbewerb zu erzielen.

Dabei bilden gerade im Tourismus Kompetenzen und Qualifikationen von Führungskräften und Beschäftigten eine wichtige Voraussetzung für Qualität und Innovation. Innovative Weiterbildung schafft somit eine entscheidende Ressource, die Wettbewerbsvorteile bewirkt und Substituierbarkeit erschwert.

Berufsausbildung im Tourismus

Regelwerk der beruflichen Erstausbildung ergänzt

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/-kauffrau der Ausbildungsberuf in der dualen Berufsausbildung schlechthin, der den Tourismus in den Mittelpunkt stellt. Das besondere Spektrum „klassischer touristischer Beruf“ wurde mit dem Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit um weitere bisher nicht berücksichtigte Segmente der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ergänzt.

Zu den Ausbildungsbetrieben zählen unter anderem lokale und regionale Tourismusorganisationen wie Verkehrsämter und Verkehrsvereine, regionale Tourismus-Marketingorganisationen und -verbände, Kur-, Bäder- und Wellnessbetriebe, Freizeit- und Erlebnisparks, Ferienanlagen und Ferienparks, Campingplätze, maritime touristische Unternehmen sowie touristisch orientierte Verkehrsunternehmen.

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

Ausbildungsberufe im Gastgewerbe (IHK)

- Fachkraft im Gastgewerbe
- Fachmann/-frau für Systemgastronomie
- Hotelfachmann/-frau
- Hotelkaufmann/-frau
- Koch/Köchin
- Restaurantfachmann/-frau

Ausbildungsberufe bei touristischen Leistungsträgern (IHK)

- Reiseverkehrskaufmann/-frau

- Kaufmann/-frau für Verkehrsservice
- Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit
- Kaufmann/-frau im Eisenbahn- und Straßenverkehr
- Kaufmann/-frau im Luftverkehr
- Servicekaufmann/-frau im Luftverkehr
- Schifffahrtskaufmann/-frau
- Sport und Fitnesskaufmann/-frau
- Sportfachmann/-frau
- Veranstaltungskaufmann/-frau

Staatlich anerkannte Abschlüsse

- Staatlich geprüfter Assistent/ Staatlich geprüfte Assistentin für Freizeitwirtschaft
- Staatlich geprüfter Assistent/ Staatlich geprüfte Assistentin für Hotelmanagement
- Staatlich geprüfter kaufmännischer Assistent/Staatlich geprüfte kaufmännische Assistentin
- Staatlich anerkannte(r) internationale(r) Touristikassistent(in)
- Wellness-Spezialist(in) staatlich geprüft

Zunächst hat die deutsche Tourismuswirtschaft selbst 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.

Gerade in der Hotelbranche sind die Investitionen in das „Humankapital“ ausbaufähig. Eine relativ hohe Mitarbeiterfluktuation als mögliche Folge eines nur durchschnittlichen Entlohnungssystems im Vergleich zu anderen Bereichen lässt die Nachfrage nach gut qualifiziertem Personal lauter werden.

Fakt ist: Eine Berufsausbildung in einem der Basisberufe der Tourismuswirtschaft, etwa im Hotel- und Gaststättengewerbe, oder ein breit angelegtes wirtschaftswissenschaftliches Studium – ideal kombiniert mit einschlägigen Praktika – ist 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.

Akademische Ausbildung im Tourismus

Staatliche und private Ausbildungsstätten (Universität, Fachhochschule, Duale Hochschule, Sonstige)

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.

Dieses 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 Magisterabschluss. Entscheidend ist, dass beide Abschlüsse unabhängig voneinander für einen Berufseinstieg qualifizieren.

Der Bachelor-Abschluss ist ein akademischer Grad, der nach einer Regelstudiendauer 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 zumeist den Abschluss „Bachelor of Arts“ oder „Bachelor of Science“.

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

Der Master-Studiengang 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“.

Zu unterscheiden ist zwischen staatlichen und privaten Anbietern. Dazu gehören Universitäten, Fachhochschulen, Hochschulen, Duale Hochschulen (Berufsakademien) und Akademien.

Bei der Auswahl der jeweiligen Ausbildungsstätte sind folgende Auswahlkriterien zu berücksichtigen:

- Gründungsdatum der Ausbildungsstätte
- Gründungsdatum des Fachbereiches
- staatliche Anerkennung
- Anzahl der Dozenten/Professoren/WiWi/LfbA
- Praxiserfahrung der Dozenten
- Publikationen der Dozenten
- Veröffentlichungen/ Forschungsprojekte
- Studieninhalte
- Studiendauer
- Studienabschluss
- Akkreditierung durch FIBAA oder EQUIS
- Unterrichtssprache
- Fremdsprachenangebot
- Anzahl der Partnerhochschulen im Ausland
- Anzahl der Bewerber
- Anzahl der Studienanfänger
- Anzahl der Absolventen
- Gründungsdatum des Fachbeirats
- Teilnehmer des Fachbeirats
- Anzahl der Tagungen des Fachbeirats
- Wohnungsmarkt/ Studentenwohnheim
- Studienführer
- Alumni-Betreuung/Career-Service

Wichtige Adressen und Informationsquellen

Studien- und Berufswahl
www.studienwahl.de

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Industrie- und Handelskammern (IHK)
- www.ihk-lehrstellenboerse.de/ (Ausbildungsangebote)

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
- www.bibb.de/de/index.htm

Bundesagentur für Arbeit
- www.arbeitsagentur.de/
- berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/index.jsp (Berufsnet – Netzwerk für Berufe)
- infobub.arbeitsagentur.de/kurs/index.html (Kursnet – berufliche Aus- und Weiterbildung)

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
- www.bmwi.de/

Deutscher Bildungsserver
- www.bildungsserver.de