

Eröffnung des 20. Tourismusgipfels

Dr. Michael Frenzel

**Präsident des Bundesverbands
der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)**

Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: Beginn der Rede (Montag, 26. September 2016, 10:45 Uhr)

Anrede

Ich begrüße Sie alle herzlich zu unserem 20. Tourismusgipfel und freue mich sehr, dass wieder so viele von Ihnen den Weg hier ins Hotel Adlon gefunden haben. Ich bin überzeugt, dass der Weg sich gelohnt hat. Auf unserem Programm stehen heute höchst aktuelle Themen. Wir spannen den Bogen von dem Beitrag, den wir als Branche leisten können, den interkulturellen Dialog mit der arabischen Welt zu intensivieren, bis zu den Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung.

Ich freue mich wiederum, zahlreiche prominente Redner aus Politik und Wirtschaft begrüßen zu dürfen. Besonders freut es mich, dass uns am frühen Nachmittag Bundeskanzlerin Angela Merkel die Ehre erweist. Bereits zum zweiten Mal begeht sie mit uns einen runden Geburtstag des Tourismusgipfels, nachdem sie zum 10-jährigen Jubiläum ebenfalls als Rednerin zu Gast war. Vielleicht sollten wir sie für unseren 30. Geburtstag schon blocken.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, unsere Branche sieht sich aktuell mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert. Wir leben in unruhigen Zeiten.

Die politischen, gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft verändern sich derzeit rapide. Eine scheinbar omnipräsente Terrorgefahr verunsichert die Menschen nicht nur in Europa. Klassische Zielgebiete wie Ägypten, die Türkei, ja ganz Nordafrika melden drastische Einbrüche. Touristenströme werden umgelenkt ins westliche Mittelmeer, welches an die Kapazitätsgrenzen stößt. Auf der Ertragsseite hinterlässt dies tiefe Spuren: Airlines klagen über hohe Flugkapazitäten, die mangels Betten nicht voll ausgelastet werden können. Die Buchungen im Sommer haben sich nur schleppend entwickelt. Für unsere Kunden steht Sicherheit in den Zielgebieten an erster Stelle. Eine offene und ehrliche Kommunikation ist Gebot der Stunde. Dank der guten Zusammenarbeit mit dem Krisenstab des AA informiert die Branche aktuell und fair und hat hohe Flexibilität gezeigt bei Umbuchungen und Stornierungen, gleichwohl bleibt Verunsicherung.

Der von niemandem erwartete **Brexit** wird zum Zweiten das Bild der Branche weiter verändern. Er wird unmittelbare Auswirkungen z. B. auf das Geschäftsmodell unserer Airlines haben. Die Kaufkraft im englischen Markt ist durch ein abgewertetes Pfund geschwächt; multinationale Veranstalter müssen sich neu ausrichten. Gravierender als diese Folgen ist jedoch die Gefahr, die vom Brexit für die **Einheit Europas** ausgeht. Europa war für uns immer mehr als Schengen oder eine einheitliche Euro-Währung. Europa war die Garantie für ein nun schon über 70 Jahre währendes, friedliches Zusammenleben der Nationen, einer der historisch längsten Friedensperioden im europäischen Raum.

Ohne das friedliche Miteinander, das gemeinsame Handeln, das Zusammenwachsen wäre das rasante Wachstum des Tourismus in Europa undenkbar gewesen. Deshalb müssen wir uns mit aller Entschiedenheit für den Zusammenhalt der Europäischen Union einsetzen. Gelingen wird dies aber nur, wenn die europäischen Staaten die Institutionen und Aufgaben der EU kritisch hinterfragen und reformieren. Der Brexit hat seine tiefere Ursache in einem breiten Vertrauensverlust in die europäischen Institutionen, der über UK hinausgeht. Besinnung auf die Kernaufgaben der Gemeinschaft durch stärkere Betonung des Subsidiaritätsprinzips, Eindämmung der Regelungswut - siehe Pauschalreiserichtlinie -, gemeinsame Handlungsstärke in zentralen Fragen in der Flüchtlingspolitik, Reform der

Verfassung hin zu mehr demokratischer Willensbildung sind Kernpunkte, um Vertrauen in den europäischen Gedanken zu stärken.

Deutschland, meine Damen und Herren, steht, um einen dritten Punkt zu nennen, vor der gesellschaftlichen und politischen Herausforderung, die zwar schwächer gewordenen aber nach wie vor vorhandenen **Flüchtlingsströme** zu meistern. Dies wird nur gelingen, wenn wir hunderttausenden Zuwanderern nachhaltige Perspektiven für ein neues Leben eröffnen, sie in unser gesellschaftliches und wirtschaftliches Leben integrieren. Fremdenfeindlichkeit ist unserer weltoffenen Branche fremd. Wir können einen wichtigen Beitrag leisten. Als großer Arbeitgeber können wir zur Stabilität in den Krisenländern beitragen. Der Öffentlichkeit ist kaum bewusst, dass schon heute 15 deutsche Auslandstouristen einen Arbeitsplatz in den Entwicklungs- und Schwellenländern sichern. Wir sind im wahrsten Sinne des Wortes Entwicklungshelfer. Umso mehr freut es uns, dass wir die enge Zusammenarbeit mit dem BMZ an einem gemeinsamen runden Tisch intensivieren konnten und gemeinsam als Branche über Initiativen in den Zielgebieten reden.

Zum zweiten können wir hier in Deutschland vielen Zuwanderern Beschäftigung bieten. Schon heute haben z.B. im Hotel- und Gaststättengewerbe rund 30 % der Mitarbeiter Migrationshintergrund. Der Politik müssen wir zurufen: Ermöglicht den Menschen, möglichst schnell zu arbeiten; ein sicherer Arbeitsplatz ist der beste Weg, eine schnelle Integration voranzubringen.

Angesichts dieser geballten Liste von Herausforderungen liegt die Frage nahe, ob der Tourismus in einer tiefen, strukturellen Krise steckt. Meine Antwort ist klar: nein! Die Menschen reisen weiter und das ist gut so! Ziele haben sich verändert, aber die **Lust am Reisen ist prinzipiell ungebrochen**. Einige wenige Zahlen belegen dies eindrucksvoll:

Wir erinnern uns, dass vor 10 Jahren weltweit rund 800 Millionen Touristen gezählt wurden, 2012 waren es erstmals mehr als eine Milliarde, 2015 haben wir uns der 1,2 Milliarden Marke genähert.

Und auch 2016 gilt: Die Menschen reisen trotz der Verunsicherung, die die verschiedenen Anschläge hinterlassen. Sie reisen sogar noch einmal mehr als in den letzten Jahren. Von Januar bis April waren laut UNWTO 5,3 % mehr Touristen über die Grenzen hinweg unterwegs als im selben Vorjahreszeitraum. Natürlich war dieses Wachstum getrieben vom asiatischen Markt, doch auch der europäische Markt ist immerhin noch um 4 % gewachsen.

Schauen wir uns den Tourismusstandort Deutschland an, so können wir auch hier ein erfreuliches Wachstum verzeichnen. Die Beherbergungsbetriebe haben bis einschließlich Juli 3 % mehr Übernachtungen gezählt, als in den ersten sieben Monaten des letzten Jahres. Der Gastgewerbeumsatz legt weiter zu. Die Passagiere an Deutschlands Flughäfen, von denen auch viele Deutschlandbesucher sind, nehmen zu.

Klar ist aber auch: Die Wahl des Reiseziels wird stärker überdacht als früher. Der Blick auf das Reiseverhalten der deutschen Urlauber zeigt: Reiseströme verschieben sich insbesondere von Nordafrika und vom östlichen ins westliche Mittelmeer. Fernreisen sind gefragt. Viele Deutsche verbringen ihren Urlaub 2016 auch im eigenen Land. Es gibt also definitiv Gewinner und Verlierer.

Die generelle Reiselaune der Deutschen wird durch die Nachrichten über Terror und Krisen nur kurzfristig getrübt. Das hat unser BTW-Tourismusindex zum Halbjahr bestätigt: Die

Ereignisse in Paris, Istanbul und Brüssel sind an den Deutschen zwar nicht spurlos vorbeigegangen. Sie haben zu einer gewissen Verunsicherung geführt und die Reiselaune zu Beginn des Jahres gedämpft. Der weitere Indexverlauf bis Mitte des Jahres bestätigt allerdings die Erfahrung, dass die Reiselaune nach einer krisenbedingten Verunsicherung wieder an Fahrt aufnimmt.

Ist die Welt also in Ordnung? Ganz sicher nicht. Es gibt zwar keinen Grund, die depressive Stimmung zu teilen, die sich in Teilen der Öffentlichkeit mit Blick auf unsere Branche breit gemacht hat. Allerdings sind dieses Wachstum und der aktuelle Status nicht gottgegeben. Natürlich profitieren wir von der generellen Reiselaune und der aktuellen Konsumfreude der Deutschen. Unsere Branche, die 4,4 % des Bruttosozialproduktes in Deutschland erwirtschaftet, und fast 3 Millionen Menschen Arbeit gibt, mehr als die Automobilindustrie, ist hoch anfällig gegenüber staatlichen Eingriffen.

Politische Rahmenbedingungen wirken oft wie Sand im Getriebe unserer Wachstumsbranche:

- Das gilt in Sachen Steuer- und Abgabepolitik, bei der wir auf viele Altbekanntes treffen wie Luftverkehr- und Bettensteuer, die immer wieder geforderte Busmaut oder die gewerbesteuerliche Hinzurechnung.
- Das gilt in Sachen Verbraucherschutz, egal ob es um die Pauschalreiserichtlinie oder die immer wieder diskutierte und in Nordrhein-Westfalen nun kurz vor der Einführung stehende Hygieneampel in der Gastronomie geht.
- Und das gilt in Sachen Bürokratie, gerade für die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen unserer Branche. Die Bundesregierung hat sich auf die Fahnen geschrieben, die bürokratischen Belastungen in Deutschland abzumildern und die Unternehmer so zu entlasten. De facto wird aber weiter Bürokratie aufgebaut.

Lassen Sie mich stellvertretend etwas näher auf vier konkrete Themen eingehen, bei denen es dringenden Handlungsbedarf gibt:

Die geplante **Umsetzung der Pauschalreiserichtlinie** in deutsches Recht muss dringend geändert werden: Der Entwurf des Bundesjustizministeriums sattelt auf die ohnehin schon überzogenen Vorgaben der EU-Richtlinie noch einmal drauf. Er gefährdet Existenzen von Hotels und Pensionen, Reisebüros und -veranstaltern, Busunternehmen und vielen mehr. Marktaustritte sind absehbar. Die in Europa einzigartige Angebotsvielfalt könnte nachhaltig geschädigt werden. Rechtsklarheit und Rechtssicherheit müssen durch praxistaugliche Definitionen der Pauschalreise und der verbundenen Reiseleistungen hergestellt werden. Einzelleistungen müssen explizit aus dem Entwurf herausgenommen werden! Wir sind im Gespräch mit dem Bundesministerium der Justiz und setzen darauf, unsere Position zu vermitteln.

Ich habe am letzten Freitag ein Gespräch mit Bundesjustizminister Heiko Maas geführt und noch einmal eindringlich auf die Belastungen für die Branche verwiesen.

Ein Dauerbrenner bleibt zum zweiten die **gewerbesteuerliche Hinzurechnung**. Die Finanzverwaltungen der Länder halten trotz vielfältiger Initiativen aller Verbände nach wie vor an ihrer Auslegung des Gewerbesteuergesetzes fest, nach der der Einkauf von Hotelzimmern durch Reiseveranstalter wie Anlagevermögen bewertet wird und so der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung unterfällt. Diese fatale Fehlinterpretation treibt nicht nur die Steuerlast deutlich in die Höhe. Sie verzerrt auch massiv den Wettbewerb. Für

Hotelvermittlungsplattformen wie HRS oder Reiseveranstalter mit Sitz im EU-Ausland gilt sie nämlich nicht, selbst wenn sie im deutschen Markt tätig sind. Ein in Münster ergangenes Urteil – in einem von der Politik häufig zum Musterverfahren hochstilisierten Verfahren – hat keine Klarheit gebracht. Das Gericht hält die gewerbsteuerliche Hinzurechnung für teilweise zulässig – und zwar nur für den so genannten Nettokaltmiete-Anteil. Aber wie soll man diesen Anteil in der Praxis bestimmen? Kein Veranstalter – egal ob die TUI oder ein kleiner Busreiseveranstalter – bekommt die Nettokaltmiete vom Hotel einzeln ausgewiesen.

Das Urteil hat in seiner Praxisfremde gezeigt, dass das Problem auf politischer Ebene gelöst werden muss. Wir brauchen eine Lösung, die Rechtssicherheit schafft. Eine Lösung, die ohne Wenn und Aber verhindert, dass die gewerbsteuerliche Hinzurechnung bei der Anmietung von Hotelzimmern greift. Hier bleiben wir gemeinsam mit dem DRV weiter am Ball.

Ein weiteres Thema, das uns beschäftigt ist das Thema **Maut** auf Deutschlands Straßen. Das gilt nicht nur für die glücklicherweise weiter auf Eis liegende PKW-Maut. Das gilt auch für die immer wieder geforderte Busmaut. Wir sagen gemeinsam mit unseren Kollegen vom RDA ganz klar: Hände weg von der Busmaut! Die Forderung der Länderverkehrsminister, die Ausnahmen für Fern- und Reisebusse von der LKW-Maut zu kippen, ist für uns indiskutabel. Deshalb sind wir dankbar, dass sich Bundesverkehrsminister Dobrindt in dieser Frage deutlich gegen die Busmaut positioniert hat.

Und schließlich als letztes Beispiel das Thema **Arbeitszeitgesetz**. Viele Fälle zeigen, dass die geltende Höchstarbeitszeit von im Regelfall acht und in Ausnahmefällen zehn Stunden nicht zeitgemäß ist. Egal ob es um die Hochzeitsgesellschaft geht, die länger feiert, Teilzeitkräfte, die sich an einigen Tagen abends noch etwas hinzuverdienen möchten oder die Mutter, die gern flexibel an einigen Tagen länger und an anderen kürzer arbeiten würde, um die Zeit mit ihren Kindern besser einteilen zu können: Arbeitszeiten sollten individueller und flexibler aufgeteilt werden können und so an die Lebenswirklichkeit angepasst werden. Uns geht es nicht um eine Verlängerung der Gesamtarbeitszeit, nicht um unbezahlte Mehrarbeit, nicht um ein Weniger an Jugendarbeitsschutz oder Mindestruhezeiten. Es geht tatsächlich „nur“ um mehr Flexibilität!

Dies ist, meine Damen und Herren, unsere Situation. Ganz anders stellt sich die Lage für viele unserer Mitbewerber dar, mit denen wir uns zu messen haben. Wir sehen uns konfrontiert mit deutlich weniger belasteten und teilweise sogar weitgehend unregulierten Wettbewerbern:

- Das gilt für die Konkurrenz aus VAE im Luftverkehrsbereich.
- Das gilt für die Sharing Economy u.a. im Übernachtungsbereich.
- Das gilt für Buchungsplattformen, die teils monopolartige Strukturen annehmen und traditionellen Unternehmen durch immense Gebühren, Vorgaben wie Best Price-Klauseln und teilweise intransparente Ranking-Bedingungen das Leben schwer machen.
- Und Datengiganten wie Google und Facebook klopfen auch immer vehementer an die Tourismustür...

Unser Appell an die Politik lautet daher: Sorgen Sie für Rahmenbedingungen, die auch den traditionellen Anbietern in einem immer komplexer und globaler werdenden Wettbewerb Luft zum Atmen lassen. Die uns Raum zum erfolgreichen Wirtschaften lassen. Schaffen Sie finanzielle Sonderbelastungen ab! Vermeiden Sie überbordenden Verbraucherschutz!

Wir brauchen ein Umdenken in vielen Ministerien, im Parlament und auch auf Landesebene. Mobilen Anbietern wie Reiseveranstaltern oder Luftverkehrs-unternehmen kann man es sonst nicht verübeln, wenn sie über Verlagerung ins Ausland nachdenken. Viele andere Betriebe wie Restaurants, Hotels oder Reisebüros haben diese Option jedoch nicht. Die Tourismusbranche ist nicht nur heimatverbunden, sondern in vielen Teilen auch heimatgebunden. Unternehmer müssen Belastungen entsprechend schultern oder aufgeben.

Aktuell brummt glücklicherweise die Konjunktur. Ich möchte aber nicht daran denken, was wird, wenn die höchst positiven konjunkturellen Rahmenbedingungen wegbrechen und der Wettbewerb um die Kunden noch härter wird.

Unsere Forderungen werden wir natürlich auch im Rahmen des anstehenden Wahlkampfes deutlich machen. Hier und heute geben wir den Startschuss für die vom BTW initiierte Kampagne „Auf Zukunft gebucht – Die Tourismuswirtschaft“. Die Motive, die Sie hier heute im Raum sehen, werden uns im kommenden Jahr begleiten. Mit der Kampagne wollen wir den Wahlkampf positiv begleiten. Sie soll zeigen, wie stark und relevant wir sind, welcher Wert und welche Werte hinter uns stecken: Die Tourismuswirtschaft als Wertschöpfer und Arbeitgeber, Branche der Vielfalt und starke Einheit, schöne Momente-Schaffer und öffentliches Wohnzimmer, Integrierer und Völkerverständiger. In einem zweiten Schritt soll sie verdeutlichen, dass das alles nur möglich ist, wenn auch die Rahmenbedingungen stimmen und was sich dafür in Deutschland ändern muss. Wir konnten bereits viele Unterstützer gewinnen - innerhalb des BTW und darüber hinaus. Die Kampagne ist schon vor ihrem Start das geworden, was sie sein soll: Keine BTW-Kampagne, sondern eine Kampagne der Tourismuswirtschaft. Und wir freuen uns natürlich über jeden weiteren Unterstützer und Botschafter, der die Kampagne mitträgt und auf noch breitere Füße stellt.

Lassen Sie mich zusammenfassen:

Unsere Branche, auf die wir stolz sein können, ist ein gewichtiger Wirtschaftsfaktor in unserem Land und international. Wir sind die Friedensbranche, die den interkulturellen Dialog fördert und fordert. Lassen Sie uns gemeinsam dafür eintreten, dass die Rahmenbedingungen vernünftig bleiben, dass wir weiter wachsen können und unseren Beitrag zu Wohlstand und Frieden in Deutschland und in der Welt leisten können. Und lassen Sie uns auch darüber sprechen, wie Tourismus in Destinationen nachhaltig und zum Nutzen beider Seiten weiterentwickelt werden kann.

Ich danke Ihnen herzlich für Ihre Aufmerksamkeit.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, lassen Sie mich sogleich zu unserem nächsten Tagesordnungspunkt überleiten. Die Förderung des interkulturellen Dialogs gehörte immer zum Selbstverständnis unserer Branche. Gerade in heutigen Zeiten ist insbesondere der Dialog mit der arabischen Welt dringender denn je. Die Gefahr einer Diskriminierung der arabischen Welt ist evident.

Um diesen interkulturellen Dialog zu fördern, haben wir ein erstes Forschungs- und Dialogprojekt mit dem Center for Innovation and Sustainability in Tourism – kurz CIST – ins Leben gerufen. CIST haben wir als BTW im vergangenen Jahr gemeinsam mit Vertretern aus der Tourismuswissenschaft, weiteren Verbänden des Tourismus sowie der TU Berlin und der Fraunhofer Gesellschaft gegründet. Die Vertreter unserer Partner begrüße ich herzlich.

Eine erste Veranstaltung zum transkulturellen Dialog wird im kommenden Jahr in Jordanien stattfinden. Mehr dazu werden wir sicher auch später im Rahmen unseres Podiums hören.

Wir freuen uns außerordentlich, dass ein höchst prominenter Vertreter der internationalen Tourismusbranche die Schirmherrschaft für diese Dialogreihe übernommen hat, den ich nun auch aufs Herzlichste als ersten Redner begrüßen möchte: UNWTO-Generalsekretär, Dr. Taleb Rifai.

Sehr geehrter Herr Rifai, wir sind Ihnen sehr dankbar, dass Sie heute extra für unseren Tourismuspipfel aus Asien angereist sind, umso mehr als wir wissen, dass Sie heute Nachmittag schon wieder zurück zur offiziellen Feier des morgigen Welttourismustages nach Bangkok fliegen.

Taleb Rifai ist ein leidenschaftlicher Kämpfer für den Tourismus. Er hat viel dafür getan, dass die ökonomische Bedeutung dieser Branche als Wachstumsökonomie wahrgenommen wird. Allein unter seine Ägide als UNWTO-Generalsekretär ist die Zahl der internationalen Touristen von knapp 900 Millionen auf rund 1,2 Milliarden angewachsen – also um rund ein Drittel binnen sechs Jahren.

Er ist ein Kosmopolit par Excellence mit einem offenen Ohr für die Wirtschaft und mit der Sensibilität, die Relevanz des Tourismus auch mit dem Blick auf die Anbieter, die Wirtschaft und nicht nur aus Sicht der Destinationen zu sehen. Ich bin mir sicher, dass CIST keinen würdigeren Schirmherr für die transkulturelle Dialogreihe gewinnen konnte und ich freue mich nun außerordentlich auf Ihre Ausführungen.

Lieber Taleb, die Bühne gehört Ihnen.