

Deutscher Tourismusverband sieht sanften Tourismus im eigenen Land

## Tourismus in Krisenzeiten

Die Bundesregierung will sparen. Doch was ist, wenn auch die Menschen in Deutschland sparen, zum Beispiel am Urlaub, der längst eine Wirtschaftsgröße ist. KAB-Impuls fragte Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes, zu den Auswirkungen der Krise bei Deutschlandurlaubern.



Nicht nur die Krise sorgt dafür, dass Deutschland als Urlaubsland attraktiv ist, meint Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Tourismusverbandes. Foto: Deutscher Tourismusverband

**Impuls: Die Finanzkrise hat bereits im letzten Jahr auf die Stimmung der Deutschen gedrückt. Inwiefern hat sich die Krise auch auf die Reisefreudigkeit der Deutschen ausgewirkt?**

**Claudia Gilles:** Erstaunlicherweise gar nicht. Die Reiseintensität bleibt immer ungefähr gleich, seit vielen Jahren um die 75 Prozent. So war's auch im letzten Jahr. Allerdings geht da eine gewisse Schere auf. Die oberen Einkommen sparen eher im Urlaub, die unteren verzichten ganz aufs Reisen. Trotzdem ist die Reiseintensität auf dem Niveau der Vorjahre. Die Urlaubsnachfrage ist stabil geblieben und das Reiseverhalten der Deutschen verändert sich auch nicht revolutionär. Es gibt zwar immer mal

kleine Veränderungen, was Lieblingsziele betrifft – da rückt mal die Position 5 auf die Position 4 und umgekehrt. Insgesamt gibt es aber relativ wenig Bewegung.

**Impuls: Ist Deutschland als Urlaubsland stärker in den Fokus gerückt? Nach dem Motto: Bleibe im Lande und mehre es redlich!**

**Gilles:** Ja, aber nicht nur durch die Krise. Wenn man ein paar Zahlen mit einem gewissen Zeitabstand von 1999 bis 2009 anschaut, dann sieht man, dass 1999 29 Prozent aller Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands waren. Im Jahr 2004 waren es 30,8 Prozent, im Jahr 2008 waren es 31,2 Prozent und im Jahr 2009 32,5 Prozent. Das ist schon ein Anstieg, auch wenn im Jahr 2001 diese Zahl leicht rückgängig war. Wenn man aber die letzten zwei Jahre betrachtet, dann ist da ein Anstieg drin. Langfristig kann man sagen: „Wachstumskurs“, aber im Jahr 1994 war der Anteil schon mal bei 35 Prozent. Wir gehen also wieder auf dieses Ziel zu.

**Impuls: In welcher Weise hat sich das Konjunkturpaket der Bundes-**

**regierung mit der niedrigeren Umsatzsteuer im Hotelgewerbe auf die Tourismusbranche ausgewirkt?**

**Gilles:** Was wir bei der Mehrwertsteuer merken, ist, dass die Betriebe damit sehr unterschiedlich umgehen. Es gibt Betriebe, die geben die Erleichterung an ihre Kunden weiter. Das macht sich dann an den Preisen bemerkbar. Dann gibt es Betriebe, die geben wenigstens einen Teil davon an den Kunden weiter, und dann gibt es Betriebe – und das ist die größere Zahl –, die investieren in Mitarbeiterschulungen und Personalkosten, um Mitarbeiter zu halten, oder modernisieren ihre Häuser. Die Frage ist also was passiert mit den Einnahmen aus der Mehrwertsteuer. Und da geht es nicht nur um die Luxushotellerie, wie der „Spiegel“ schreibt. Denn wir haben durchschnittlich relativ geringe Betriebsgrößen in Deutschland, verglichen mit anderen europäischen Ländern, insbesondere Mittelmeerländern. Die meisten Betriebe sind nicht in der Luxushotellerie angesiedelt, sondern es handelt sich hier um Familienbetriebe, die haben so im Schnitt 30 bis 40 Betten.

**Impuls: In welches Bundesland fahren die Deutschen am liebsten?**

**Gilles:** Bayern ist Spitzenreiter bei der Anzahl der Übernachtungen. Aber was die Tourismusintensität betrifft, also die Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner, ist Bayern nicht an erster Stelle, sondern Mecklenburg-Vorpommern. An zweiter Stelle steht Schleswig-Holstein, an dritter Stelle steht Bayern und dann kommt Berlin. Es wird im Herbst eine Evaluierung geben. Seit Januar wird sie angewandt. Die Zahlen für 2010 haben wir noch nicht. Mecklenburg-Vorpommern ist ein relativ wenig besiedeltes Bundesland. Das spielt dabei eine große Rolle.

**Impuls: Tourismus ist in vielen Regionen der Erde der Hauptwirtschaftsfaktor. Welche Rolle spielt der Tourismus als Wirtschaftskraft in den neuen Bundesländern und speziell**

**in Mecklenburg-Vorpommern?**

**Gilles:** Da haben wir sehr aktuelle Zahlen, weil es dort gerade ein neues Tourismus-Konzept gibt. Der Tourismus trägt dort zu 10 Prozent des Primäreinkommens bei. Das ist hier so wichtig wie in keinem anderen Bundesland. Also ebenso wichtig wie zum Beispiel Handwerk oder Industrie. Das sind Brutto-Umsätze von 5,1 Milliarden Euro. Diese Zahlen beziehen sich nicht nur auf die Hotelübernachtungen, sondern auch auf die Umsätze von Campingplätzen, privaten Quartieren und den Tagestourismus. Für die anderen Bundesländer gibt es nur Zahlen über den übernachtenden Tourismus.

**Impuls: Ist Urlaub in Deutschland gleichzusetzen mit sanftem bzw. nachhaltigem Tourismus?**

**Gilles:** Das wäre ein bisschen zu einfach. Auch wenn man mit dem Auto

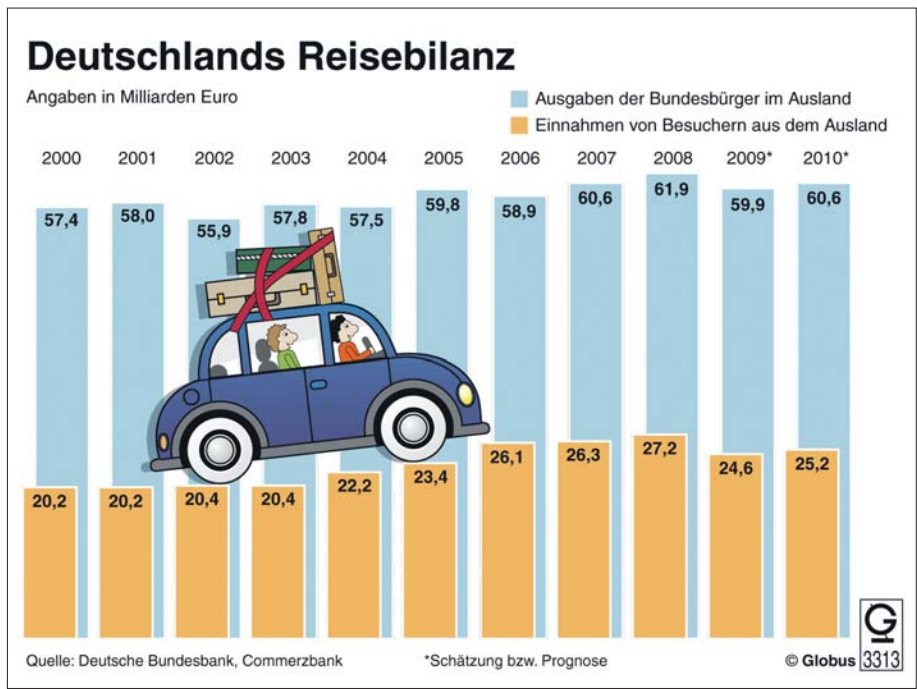
fährt, ist das ja nicht gleich sanfter Tourismus. Es gibt aber ganz viele Segmente in Deutschland, die einen großen Anklang finden, die schon in eine nachhaltige Richtung gehen: wenn man sieht, wie wichtig Camping ist, wie wichtig Radtourismus ist, wie wichtig Wandern ist, wie beliebt regionale Produkte sind, also Produkte der Küche aus der Region. Wenn ich nach Schleswig-Holstein fahre, möchte ich dort keine Semmelknödel essen. Da will ich natürlich Fisch haben. Etwas, was dort typisch ist.

**Impuls: Sanft heißt auch ohne Flugzeug?**

**Gilles:** Wir haben immer noch einen hohen Anteil an PKW-Reisen in Deutschland. Die Bahn macht etwa 7 Prozent aller Urlaubsreisen aus. Da hat sich leider lange nicht viel getan. Das ist das Niveau, das wir seit vielen Jahren haben, und der Tatsache geschuldet, wenn Sie mit Kind und Kegel verreisen mit Fahrrad etc., dann wird es natürlich schwierig. Die Bahn bietet zwar auch Transportmöglichkeiten, die Realität ist aber wohl, dass man noch mal schnell was ins Auto schmeißt. Ganz beliebt besonders bei der älteren Generation sind Reisen mit dem Bus. Der Bus ist ja durchaus auch ein nachhaltiges und ökologisches Reisemittel, und das über Landesgrenzen hinweg.

**Impuls: Welche Kriterien müssen Reiseveranstalter erfüllen, um einen nachhaltigen Urlaub in Deutschland anbieten zu können?**

**Gilles:** Wichtig ist natürlich: sanfte Anreise fördern! Auch bei der Mobilität vor Ort. Was da ganz beliebt ist, sind Gästekarten. Die bieten oft für eine Stadt, für eine Kommune oder sogar für eine gan-



ze Region die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs. Und zwar ist da alles inkludiert. Sie müssen sich nicht mit dem Fahrplan auseinandersetzen, mit Tarifzonen. Ein sehr gutes Beispiel ist hier die Konus-Gästekarte im Schwarzwald. Reiseveranstalter sollten sensibilisieren für Nachhaltigkeit, indem man zum Beispiel sagt: Hier haben wir keine verpackten Lebensmittel oder es gibt Mülltrennung. Wichtiger Teil: Regionale Produkte sollten bevorzugt werden. Das betrifft Lebensmittel, aber auch Baumaterial und Einrichtungsgegenstände von regionalen Produzenten. Hinweise auf Artenvielfalt und das ökologische System sollten kommuniziert werden. Die Hervorhebung der regionalen Kultur und Identität ist sicherlich ein wichtiges Thema.

**Impuls: In einigen Wochen beginnt in Deutschland wieder die Ferienzeit. In diesem Jahr starten Bremen, Sachsen-Anhalt und Thüringen als erste Bundesländer in den sechswöchigen Urlaub. Wäre ein Start aller Bundesländer besser?**

**Gilles:** Als unser Verband vor acht Jahren 100 Jahre alt wurde, habe ich einmal zum leidigen Thema Ferienregelung recherchiert. Heraus kam: Das war schon zwischen den Weltkriegen ein Thema. Wir versuchen natürlich vor dem Hintergrund von Verkehrsfragen und Auslastung in den Regionen möglichst weit im Sommer zu entzerren. Theoretisch gibt es die Möglichkeit so um die 90 Tage, von Mitte Juni bis Mitte September. Das bedeutet aber, dass es ein rollierendes System gibt mit Bundesländergruppen, die einwohnermäßig ungefähr gleich stark sind. Eine Gruppe früh, eine Gruppe in der Mitte und eine Gruppe spät.



Warum in die Ferne schweifen, wenn das (die) Weite so nah ist? Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle und Berlins Bürgermeister Klaus Wowereit warben auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) in Berlin für einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern. Fotos: ITB

**Impuls: Woran scheitert es?**

**Gilles:** Dieses Thema ist schwierig. Es gibt Bundesländer, die haben noch Pfingstferien und die wollen möglichst spät mit den Sommerferien beginnen. Die machen diese Rolle nach vorne nicht mit.

Die anderen Bundesländer wollen natürlich auch mal nach vorne und in die Mitte, und es soll ja auch nicht zu heiß sein. Aber vor allen Dingen spielen pädagogische Gründe bei der Entscheidung der Kultusministerkonferenz eine große Rolle. Das Schuljahr darf nicht zu kurz sein, deshalb dürfen die Schulferien nicht zu früh beginnen und das neue Schuljahr darf nicht zu spät wieder anfangen. Es ist also ein hochsensibles und hochkomplexes Thema, zumal es ja die Länderhoheit in dieser Frage gibt. Von der Bundesebene können wir immer nur appellieren. Die Länder regeln das dann unter sich. Die Wirtschaftsminister haben unseren Appell immer unterstützt, die Kultusminister dagegen haben aber andere Vorstellungen. Wir haben da nicht immer das Optimale rausholen können. Mit Kompromissen muss man also leben.

## SANFTER TOURISMUS

Der Begriff „Sanfter Tourismus“ wurde von dem Zukunftsforscher Robert Jungk 1980 geprägt für eine Art des Tourismus, die seit etwa Mitte der 80er Jahre in kleinem Rahmen von Veranstaltern oder bestimmten Tourismusregionen angeboten wird. Es geht bei dieser Form des Tourismus um Bemühungen, dem ressourcenvernichtenden und umweltfeindlichen Massentourismus ein human- und umweltorientiertes Tourismusmodell entgegenzusetzen. Oberste Zielsetzung dieser Tourismuspolitik ist es, die Zielkonflikte von Freizeit und Umwelt weitgehend zu entschärfen. Innerhalb einer intakten Umwelt sollen die Bedürfnisse der erholungssuchenden Menschen mit den Interessen der ortsansässigen Bevölkerung in Einklang gebracht werden. Drei wesentliche Anliegen werden verfolgt:

1. **so wenig wie möglich auf die bereiste Natur einzuwirken und ihr zu schaden,**
2. **die Natur möglichst nah, intensiv und ursprünglich zu erleben,**
3. **sich der Kultur des bereisten Landes möglichst anzupassen.**