

Reisebranche wieder auf Wachstumskurs

2004 Jahr der Fernreisen

Statement von

Klaus Laepple

Präsident des

Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

und des

Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbands (DRV)

Eröffnungspressekonferenz ITB Berlin

Palais am Funkturm, Montag, 8. März 2004, 11.00 Uhr

Sperrfrist bis zum Beginn – es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren,

als neuer Vorsitzender des ITB-Fachbeirats freue ich mich, daß wir zur ITB Berlin 2004 – trotz des noch schwierigen wirtschaftlichen Umfelds – wieder mehr als 10.000 Aussteller aus 180 Ländern und Regionen begrüßen können. Daß drei Viertel aller Aussteller aus dem Ausland kommen, zeigt, wie international diese, zum Synonym unserer Branche gewordene Leitmesse aufgestellt ist.

Dr. Christian Göke, Dr. Martin Buck und dem ganzen ITB-Team möchte ich an dieser Stelle auch zu den vielen Innovationen der diesjährigen Messe gratulieren: Ob Market Trends & Innovations statt Wissenschafts-Zentrum, Tourismusbarometer, Ausblick auf das Reisejahr als Message oder China-Forum – die ITB geht mit der Zeit und ist ihr in mancher Hinsicht sogar voraus.

Alljährlich bietet die ITB Berlin den Fachbesuchern vielfältige Kontakte zur nationalen und internationalen Politik. Deshalb möchte ich diesmal – anders als im Vorjahr – mit den politischen Rahmenbedingungen und dem **Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)** als Spitzenorganisation unserer Branche beginnen.

Der BTW wird immer stärker. Ins vergangene Jahr waren wir als neues Mitglied des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI) gestartet. Diese Partnerschaft hat sich inzwischen bewährt und konnte ausgebaut werden. Vor allem aber hat der BTW selbst viele neue Mitglieder gewonnen. Neu beigetreten sind:

- die **Bayern Tourismus Marketing GmbH** als mit Abstand wichtigstes Inlands-Reiseziel,

- der **Tourismus-Verband Baden-Württemberg** als Verfolger in der Übernachtungs-Statistik,
- der **Europa-Park** als Marktführer unter den deutschen Freizeit- und Themenparks,
- **München** als bereits vierter großer **Flughafen** im Spitzenverband und
- die **Rewe-Touristik**, um die Troika der deutschen Tourismus-Konzerne im BTW zu vervollständigen.

Erst in der vergangenen Woche hat auch das Präsidium der **Arbeitsgemeinschaft Deutscher Luftfahrt-Unternehmen (ADL)** den Beitritt zum BTW beschlossen. Das ist eine gute Basis, um die politischen Anliegen unserer Branche noch nachdrücklicher vorzutragen.

Ein Thema steht dabei ganz weit oben auf der Agenda und droht für unsere Branche zum Milliardengrab zu werden: Die völlig verfehlte **Sommerferienregelung der Kultusministerkonferenz** bis zum Jahr 2010. Auch in diesem Jahr werden wir es wieder erleben, daß viele Betten im August dreifach belegt werden könnten, die im Juni und Juli leerbleiben. Wie bereits im Vorjahr haben die bevölkerungsreichsten Länder Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen zwischen dem 2. August und dem 4. September 2004 große Ferien. Wieder drohen Staus auf den Autobahnen und Schlangen an Flughäfen und Bahnhöfen. Wer also keine schulpflichtigen Kinder hat und diesen Zeitraum meiden kann, sollte das tun.

Fakt ist: Eine solchermaßen verkürzte Hochsaison verschlechtert die Auslastung von Unterkünften, Betrieben, Bahnen, Bussen, Flugzeugen, Reiseveranstaltern und ganzen Ferienregionen. Betriebswirtschaftlich ist das ein Preistreiber. Der BTW hat deshalb die Regierungschefs aller Bundesländer angeschrieben und an den Beschluß der Ministerpräsidentenkonferenz

vom 27. März 2003 erinnert, wonach ein Gesamt-Koordinierungszeitraum von 90 Tagen ausgeschöpft werden sollte. Davon kann keine Rede sein: Für dieses Jahr sind nur 81, 2005 bloß 84, 2006 und 2007 je 86, 2008 87 sowie 2009 und 2010 ganze 82 Tage vorgesehen. So hören unsere Kultusminister auf ihre Regierungschefs. Das ist absurdes Theater mit bitteren Folgen für den Familienurlaub und unsere ganze Branche.

Die Forderung des BTW ist glasklar: Wir wünschen uns bereits ab dem kommenden Jahr eine neue Sommerferienregelung mit einem **Koordinierungszeitraum vom 15. Juni bis 15. September** – also von **92 Tagen** – und **geringstmöglichen Überschneidungen** gerade der bevölkerungsreichen Bundesländer.

Petra Hedorfer und Staatssekretär Tilo Braune werden das wichtige Thema **Deutschlandtourismus** sicherlich erschöpfend behandeln. Deshalb möchte ich mich auf den kurzen Hinweis beschränken, wie wichtig die **Fußball-Weltmeisterschaft 2006** für das Standortmarketing und den Incomingtourismus sein wird. Das ist eine einmalige Chance, die nicht vertan werden darf. Der BTW steht als Partner bereit, um gemeinsam mit Bundesregierung und Deutscher Zentrale für Tourismus (DZT) ein **WM-Maßnahmenpaket** zu schnüren.

Damit wir uns international nicht blamieren, müssen die **Verkehrsinfrastruktur-Projekte** für die Fußball-WM ohne Abstriche umgesetzt werden, auch wenn Toll Collect dem Bund zu spät oder zu nicht hinreichenden Maut-Einnahmen verhilft.

In Stichworten möchte ich einige weitere bundespolitische Anliegen des BTW kurz ansprechen:

- Damit sich ausländische Gäste – aber auch die eigenen Bürger – wohlfühlen, braucht Deutschland **weder Ladenschlußgesetz noch Sperrstunden**.
- Gerade unsere international tätige Branche ist dringend auf **Beschäftigungsmöglichkeiten für Ausländer aus Nicht-EU-Staaten** angewiesen.
- Die **Luftverkehrsinitiative für Deutschland** braucht die nachhaltige Unterstützung von Bund und Ländern. Um international wettbewerbsfähig zu sein, brauchen wir **umfassende Flughafen-Betriebszeiten**, das heißt: So wenig Nachtflugverbote wie möglich. Grob wettbewerbsverzerrend, preistreibend und für den Tourismus schädlich wären auch alle nationalen oder europäischen Alleingänge zum Einführen einer Umsatzsteuer auf grenzüberschreitende Flüge oder Kerosinbesteuerung. **Sicherheitsmaßnahmen** im Luftverkehr müssen vom Staat und nicht von Passagieren, Airports und Fluggesellschaften finanziert werden. Solange für Fußballspiele von Schalke 04 kostenfrei Polizisten abgestellt werden, darf für den Luftverkehr nichts anderes gelten.
- Der BTW unterstützt nachdrücklich die **Halbierung des Mehrwertsteuersatzes im Schienenpersonenverkehr** ab 2005 und setzt sich für eine **steuerliche Gleichbehandlung** von Linien- sowie Reisebussen und der Bahn ein.
- Illegale Praktiken im **Busverkehr** müssen durch verstärkte Kontrollen unterbunden werden. Allerdings sind Schwarze Schafe äußerst selten: Nach 2.700 Kontrollen in Baden-Württemberg wurden ganze drei Busse stillgelegt.

Immer mehr für die Tourismuswirtschaft wichtige Entscheidungen fällt nicht die Bundesregierung, sondern die **Europäische Union**. Und dies leider oft in wenig transparenten Verfahren. Deswegen werden die Brüsseler

Brückenköpfe von BDI und BTW immer wichtiger. Auch dort haben wir handfeste politische Anliegen:

- Die europäischen **Schienennetze** müssen für grenzüberschreitenden Wettbewerb **geöffnet** werden.
- Die deutsche **Gastronomie und Hotellerie** brauchen Wettbewerbsgleichheit in Europa. Das erfordert eine **Mehrwertsteuersenkung**, die auch dem Deutschlandtourismus zugute käme.
- Bei **Duty-Free-Einkäufen** sollte die Steuer-Rückerstattung entbürokratisiert und lediglich an die Vorlage einer gültigen Rückflugbordkarte gebunden werden.
- **Beihilfen im Luftverkehr** wirken wettbewerbsverzerrend und müssen daher auf ein Mindestmaß beschränkt werden. Das gilt für den Flughafen Brüssel-Charleroi ebenso wie für Alitalia und Olympic Airways.
Dauersubventionen darf es nicht geben!

Nun spreche ich als Präsident des **Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verbands (DRV)** zu Ihnen. Nach zwei Minusjahren ist der Ausblick für die deutsche Reisebranche wieder positiv. Zahlreiche Untersuchungen machen uns Mut:

So hat bereits im September vergangenen Jahres die **Prognos AG** für den **Tourismus in Europa** ein **reales Marktwachstum von fünf Prozent** in diesem und dem nächsten Jahr sowie von jährlich drei bis vier Prozent bis 2010 vorausgesagt. Ohne weitere Schocks von geopolitischem Ausmaß würden die europäischen Touristen bis 2005 zur gewohnten Reiseintensität und -frequenz zurückkehren. **Immer größere Produktvielfalt** eröffne den Kunden neue Möglichkeiten und führe zu neuen Wachstumsimpulsen für die Tourismuswirtschaft. Zunehmend individuellere Reiseansprüche würden mit Flexibilität und Modularisierung des Angebots beantwortet. Die

Pauschalreise der Zukunft biete volle Flexibilität bei maximaler Convenience, so Prognos-Chef Gustav Greve.

Mit 25 Prozent Marktanteil bleibe **Deutschland der wichtigste europäische Quellmarkt**, für den Prognos 2004 ein moderates Wachstum erwartet. Langfristig würden die Reiseausgaben hierzulande um 3,4 bis 3,8 Prozent ansteigen, die Umsätze der Reiseveranstalter noch um einen halben bis ganzen Prozentpunkt mehr.

„Reisebranche kehrt auf Wachstumskurs zurück“, hat die **Dresdner Bank** ihre diesjährige **Analyse** zu Struktur und Perspektiven des deutschen Auslandsreiseverkehrs überschrieben. In erster Linie deuteten gesamtwirtschaftliche Indikatoren auf eine Erholung hin, argumentiert Bank-Volkswirt Hans-Peter Muntzke. Die Aussichten für eine konjunkturelle Erholung hätten sich verbessert, die Stimmungsindikatoren hellten sich auf und der Aktienmarkt habe zugelegt. Die Furcht vor Arbeitsplatzverlusten lasse nach, die **Konsumbereitschaft** werde – psychologisch unterstützt durch die **Steuerentlastung** – in diesem Jahr voraussichtlich um 1,5 Prozent steigen. Das werde sich auch auf die Reise-Nachfrage auswirken: Urlaub zähle zu den wichtigsten Konsumgütern, ein **Urlaubsverzicht** werde die **große Ausnahme** bleiben.

Die Dresdner Bank weist auf verbesserte geopolitische Rahmenbedingungen hin, Niedrigpreisfluggesellschaften erschlossen neue Wachstumssegmente und im Schnitt um zehn Prozent preisgünstigere Pauschalreisen sorgten für Mengenimpulse. Die Buchungseingänge deuteten auf **ein anziehendes Reiseklima, Nachholeffekte** könnten für Impulse sorgen und mit Irak-Krieg und SARS seien zwei **wichtige Negativ-Faktoren entfallen**. Hans-Peter Muntzke erwartet einen **Zuwachs** von fünf Prozent bei den

Auslandsreise-Ausgaben auf gut **55 Milliarden Euro**. Eine Erholung der klassischen Urlaubsdestinationen Spanien, Türkei und Ägypten zeichne sich ab, aber auch Ziele in Mittel- und Osteuropa würden kräftig zulegen. Fernreisen seien wieder gefragt und gewännen wechselkursbedingt zusätzlich an Attraktivität.

Sogar der Leiter des Hamburger **BAT-Freizeit-Forschungsinstituts**, mein ehemaliger Kommilitone **Professor Dr. Horst W. Opaschowski**, sieht in seiner **20. Deutschen Tourismusanalyse** die **Bundesbürger** wieder **auf gepackten Koffern** sitzen: Zuversicht gebe die Tatsache, daß die **Zahl der Reiseverweigerer** von 2003 auf 2004 um einen Prozentpunkt auf 25 Prozent **gefallen** ist. Hoffnungen richteten sich insbesondere auf die 33 Prozent Unentschlossenen. „Springt jetzt die Konjunktur an und bieten die Reiseveranstalter ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, kann es wieder Licht am Ende des Tunnels geben“, formuliert Professor Opaschowski. – Er war wohl lange nicht mehr im Reisebüro, sonst wüßte er, daß die Preise kaum noch tiefer sinken können! Das belegt auch der von der „FVW International“ ermittelte **Durchschnittspreis**, der im vergangenen **Jahr um über fünf Prozent auf nur noch 554 (2002: 580) Euro gefallen** ist.

Ganz besonders positiv stimmt mich auch der **starke Katalogabfluß** in den deutschen Reisebüros, der dieses Jahr neue Rekordhöhen erreicht hat. Das zeugt von gewachsener Reiselust.

Nun aber zu den harten Zahlen. Damit Sie besser vergleichen können, möchte ich wie im Vorjahr auf vier Bereiche näher eingehen:

- das Geschäftsjahr 2003
- die Trendziele
- die noch nicht abgeschlossene Wintersaison 2003/4 sowie

- den Ausblick auf die Sommersaison 2004.

Das Geschäftsjahr 2003

Im abgelaufenen touristischen Geschäftsjahr per 31. Oktober 2003 haben die **Teilnehmerzahlen um 5 Prozent abgenommen** und die **Pauschalreisen-Umsätze sind um 6 Prozent** auf rund 15,3 Milliarden Euro **zurückgegangen**. Die Flugumsätze sind um acht Prozent zurückgegangen, während die Reiseumsätze mit Auto, Bahn und Bus bei leicht rückläufigen Teilnehmerzahlen stabil geblieben sind.

Bei den Reisen der Bundesbürger ab fünf Tagen Dauer liegt das **Auto** mit unverändert 56 Prozent auf Rang eins, gefolgt vom **Flugzeug** mit 29 Prozent wie im Vorjahr. Der **Bus** hat um ein auf 8 Prozent zugelegt, während die **Bahn** mit fünf Prozent das Schlußlicht bildet. Wegen des hohen Kurzreisenanteils dürfte der Marktanteil der Bustouristik insgesamt deutlich höher liegen. **Hochsee- und Fluß-Kreuzfahrten haben bei Umsätzen und Passagieren deutlich zugelegt**. Um wieviel genau, verrät Ihnen mein Vorstandskollege Richard Vogel bei einer DRV-ITB-Presskonferenz am Samstag von 11.00 bis 12.00 Uhr in der ICC-Lounge. Dazu laden wir Sie herzlich ein.

In den Pauschalreisezahlen nicht enthalten sind IATA-Flugtickets im Wert von circa 7,3 Milliarden Euro. Die Bahnverkäufe der Reisebüros lagen bei etwa 0,9 Milliarden Euro.

Nicht berücksichtigt sind die Zahlen für Autovermietung, Hotelzimmer und Reiseversicherungen, von denen ein Gutteil auf Geschäftsreisen entfällt.

Insofern spiegelt die Summe von **23,5** (2002: 25) **Milliarden Euro** nur den touristischen Teil des Gesamtmarkts wider.

Das ist abermals ein Rückgang, wobei die Reisebüro-Umsätze mit minus 9 Prozent noch etwas stärker zurückgegangen sind als die der Veranstalter. Bereinigt um etwa 300 Neueröffnungen, haben im vergangenen Jahr über 400 Reisebüros geschlossen, was Sie allerdings nicht mit Insolvenzen gleichsetzen dürfen. Dennoch bleibt es dabei: Als Flächenstaat verfügt Deutschland über die **höchste Reisebüro-Dichte weltweit**.

Die Trendziele

Mit 34,3 Prozent Marktanteil hat **Deutschland** im vergangenen Jahr seine Position als **Lieblingsziel der Bundesbürger** bei den Reisen ab fünf Tagen Dauer behauptet. Angesichts des scharfen internationalen Wettbewerbs und des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds ist das ein großer Erfolg der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Auch hat die Zahl der Pauschalangebote in Veranstalter-Katalogen und Reisebüros weiter zugenommen.

Bei den internationalen Reisezielen konnten im vergangenen Jahr **Asien** (trotz SARS!), **Bulgarien**, die **Karibik**, **Kroatien**, **Nordamerika**, **Rumänien** und **Rußland** **Zuwächse** verzeichnen. Rückgänge – allerdings vielfach nur leichte – hatten Frankreich, Griechenland, Italien, Nordafrika, Spanien (mit Ausnahme der Kanarischen Inseln) und die Türkei. Bei Nordafrika und der Türkei sind die ersten vier Monate des Jahres regelrecht dem Krieg im Irak zum Opfer gefallen. Das war im Rest des Jahres leider nicht mehr aufzuholen.

Dieses Jahr erwarten wir eine Renaissance der Fernreise, deren Marktanteil im vergangenen Jahr auf 5,1 (2002: 5,2) Prozent abgeschmolzen ist. Ich gehe sogar noch einen Schritt weiter und sage: **2004 wird das Jahr der Fernreisen!**

Hauptursache ist neben dem großen Nachholbedarf der **starke Euro**, der insbesondere Reisen in die **USA**, die **Karibik**, nach **Kanada** und **Mexiko** sowie in **Teile Südostasiens ungemein attraktiv** macht. Die Katalogpreise für diese Regionen sind um bis zu 20 Prozent und teilweise sogar noch stärker gesunken. Einkaufsvorteile werden zudem über Angebotsflyer, neue Katalogauflagen und Preisänderungen in den Reisebüro-Systemen weitergegeben. Da andererseits auf dem Nordatlantik die Flugkapazitäten nach wie vor begrenzt sind, sollten die noch **bis Ende des Monats** verfügbaren **Frühbucheangebote** genutzt werden. Nach den Gesetzen von Angebot und Nachfrage würde ich in diesem Jahr nicht auf Nordamerika-Last-Minute spekulieren.

Besonders positiv wirkt sich der **schwache Dollar** wegen des **hohen Nebenkostenanteils** bei Reisen in die USA und nach Kanada aus: „All inclusive“ ist zwar englisch, aber dort ein Fremdwort. Halb- und Vollpension wird bei Nordamerika-Reisen kaum angeboten und auch wenig nachgefragt. Nicht mal das Frühstück ist immer Teil des Reisepreises. Dank des starken Euro schmeckt dort also jede Mahlzeit besonders gut.

Die USA und – mit Abstrichen – Kanada sind zudem **Shoppingziele**. Ohne neue Turnschuhe oder Blue Jeans kommen nur wenige Urlauber zurück. Hier trägt ein schwacher Dollar ganz erheblich zum Einkaufsvergnügen bei. Diese Erfahrung machen viele Gäste, die Amerika mit **Mietwagen oder**

Campmobil „erfahren“ auch beim Tanken an der Zapfsäule: In Euro umgerechnet, scheint sich die Preisanzeige im Zeitlupentempo zu bewegen. Da sich die deutsche Exportwirtschaft ja bereits heftig über den zu schwachen Dollar beklagt, haben unsere Kunden längst erkannt, daß es die Phase der günstigen Wechselkurse zu nutzen gilt.

Anders als in den Medien teilweise suggeriert, stehen dem die verschärften Sicherheitsvorkehrungen nicht im Wege. Vielmehr werden die USA auch deswegen als **sehr sicheres Reiseziel** empfunden. Nach dem Visa-Waiver-Abkommen können Bundesbürger mit dem roten EU-Paß problemlos einreisen. Lediglich von Austauschstudenten oder Journalisten, die als Berichterstatter einreisen, werden Fingerabdrücke genommen und Fotos gemacht.

Auf der Mittelstrecke profitieren die **Emirate** vom starken Euro und dem Kriegsende im Irak. – Nun aber zu Trendzielen, die uns näher liegen und dementsprechend ein höheres Volumen aufweisen: Nach einem starken Winter entwickelt sich **Ägypten** regelrecht zum **Boomziel**. Auch die **Türkei** ist besonders gefragt und wird Zuwächse verzeichnen. **Mallorca** wird 2004 eine Renaissance im deutschen Markt erleben: Nach der Abschaffung der Ökosteuer und der verbesserten Werbung sollte auch die DRV-Jahrestagung vom 25. bis 28. November 2004 in Palma den Balearen weiter Auftrieb geben. Abzuschwächen scheint sich hingegen der Aufwärtstrend für Bulgarien und Kroatien. Das kann sich aber im Laufe der Sommersaison noch ändern, da das klassische Spätbucher-Ziele sind.

Wenn auch auf niedrigem Niveau, so erschließen sich die künftigen **osteuropäischen Mitglieder der Europäischen Union** doch neue Zielgruppen. Mit dem EU-Beitritt rücken uns diese Staaten gedanklich näher. Unter an-

derem die Eurovisions Grand Prix in Estland und Lettland haben für ein positives Image gesorgt. Und die Deutsche Lufthansa hat ihr Osteuropa-Angebot merklich ausgebaut.

Bei der DRV-Pressekonferenz am Freitag um 14.00 Uhr in der ICC-Lounge werde ich Ihnen den neuen ITB-Sonderdruck unseres Faltblatts „**Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt**“ vorstellen, den Sie anschließend auch am DRV-Stand 107 in Halle 10.1 erhalten. Leider weist die Tourist-Scope-Statistik für Urlaubsreisen der Deutschen ab fünf Tagen Dauer einen nochmaligen Rückgang der **durchschnittlichen Aufenthaltsdauer** aus: Statt 11,9 Tage, wie noch 2002, waren es **2003** nur **11,6 Tage**. Die **Haupturlaubsreise** ist heutzutage eben nur noch **zwei** statt drei **Wochen** lang, weil in den meisten Fällen mindestens ein weiterer Urlaub geplant ist. Das führt – auch wegen der eingangs kritisierten Sommerferienregelung – zu einer **Verlagerung in Richtung Herbst, Ostern und Pfingsten**.

Die aktuelle Wintersaison

Die Wintersaison ist ja noch nicht abgeschlossen, sondern läuft auf der Fernstrecke noch bis April. Gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitpunkt beträgt das **Umsatzplus** zur Zeit etwa **zwei Prozent**. Hinzugekommen haben insbesondere **Fernreisen und Ägypten**.

Ausblick auf die Sommersaison 2004

Die Sommersaison ist für die deutsche Tourismuswirtschaft mindestens doppelt so wichtig wie der Winter. Die **Buchungseingänge verbessern sich von Woche zu Woche**, inzwischen haben wir das **Vorjahresniveau erreicht** und die **Tendenz zeigt nach oben**, was die vorhin erwähnten Prognosen bestätigt.

Drei **Belastungsfaktoren** für das Sommergeschäft will ich dennoch nicht verschweigen: An erster Stelle die verfehlte **Sommerferienregelung** der Kulturmisterkonferenz, die erneut den August zum Problem-Monat macht. Hinzu kommen die **Fußball-Europameisterschaft** vom 12. Juni bis 4. Juli 2004 **in Portugal** und die **Olympischen Spiele** vom 13. bis 29. August 2004 **in Athen**. Da kommt es erfahrungsgemäß vor, daß sich Kunden lieber vor den Fernseher setzen als in Urlaub zu fahren. Die deutschen Reiseveranstalter und ihre Hotelpartner haben allerdings vorgesorgt: Viele Häuser sind mit zusätzlichen TV-Geräten ausgestattet worden, so daß Feriengäste kein Spiel und keinen Wettkampf versäumen müssen.

Die Erfahrungen mit den **Frühbucherangeboten** sind **positiv**: Insbesondere Familien haben davon Gebrauch gemacht und tun dies weiter. Das ist eine **Normalisierung**, die den **Spätbuchertrend verlangsamt**. Und das ist gut für Kunden und Branche, weil mehr Planungssicherheit zu Einkaufsvorteilen führt.

Die **Smart Shopper haben früh gebucht**. Wir gewinnen immer mehr den Eindruck, daß die **Arbeitssituation** und nicht länger der Preis zum **Hauptmotiv für Last-Minute-Buchungen** geworden ist.

Fazit

Unser **Markt hat sich verändert**, aber die deutschen Reiseveranstalter haben entsprechend reagiert: Die **Zielgruppenansprache** wurde ganz erheblich verbessert. Die Angebote sind **viel flexibler und individueller** geworden, das trifft den Trend zu kürzeren Reisen. Zusammengefasst, können unsere Veranstalter wirklich alles.

Längst sind in den Systemen, über die in unserer Branche nahezu alles läuft, dynamische Preise hinterlegt und **Preise werden der Marktsituation angepaßt** – nicht immer täglich, aber immer öfter. Tagespreise hat es schon immer gegeben. Aber das ist keine Einbahnstraße: **Knappe Güter** – da denke ich an die Flugkapazitäten auf der Fernstrecke – **werden teurer**. Andererseits sind Menschen, die ganz normal Urlaub machen, nicht vom Aussterben bedroht. Davon dürfte zum Beispiel Mallorca profitieren.

Reisebüros und Reiseveranstalter machen immer mehr die Erfahrung, daß **zuschlagfreie Einzelzimmer** meist **zuerst ausgebucht** sind. Das folgt der Bevölkerungsentwicklung: Wir werden immer älter und die Zahl der Ein-Personen-Haushalte ist seit der Wiedervereinigung um mehr als 16 Prozent gestiegen.

Bei den **Reisearten** ist keine Trendwende in Sicht: **Wellness, Cluburlaub und All inclusive laufen bombig**. Bei **Wellness** verzeichnen wir oft **zweistellige Zuwachsraten**, obwohl von Ameropa und Dertour **zusätzliche Spezialkataloge** erschienen sind. Die **Wellness-Hochburg** ist **Deutschland** und die Kundenerwartung geht immer mehr in Richtung komfortabler Vier-Sterne-Häuser mit ebenso freundlichem wie qualifiziertem Fachperso-

nal, mit Saunalandschaft und Kosmetikangebot. Ganz wichtig sind neben einem guten Wochenend-Wellness-Angebot Sauberkeit und Ambiente.

Für **Cluburlaub** spricht das **umfassende Aktivitäten-Angebot**, das den Kunden zur Verfügung steht, wann immer sie es wünschen. Das ist bei **All inclusive** ähnlich, erstreckt sich auf Speisen und Getränke, vor allem aber schätzen die All-inclusive-Urlauber die **Kalkulationssicherheit** des Gesamtpreises. Auf Mallorca und ansatzweise auch in Deutschland nimmt All inclusive immer mehr zu.

Ein neuer Trend ist der steigende Absatz von **Land- und Städtereisenerangements als Ergänzung zu Low-Cost-Flügen**. Andererseits mögen die Billigflieger zwar Mallorca im Visier haben, aber darin sehe ich keine wirkliche Gefahr für Pauschalreiseveranstalter und die etablierten Ferienfluggesellschaften: Anders als bei Pauschalreisen sind Billigflüge mit Versicherungsschein Mangelware. Alternativen zu in Pauschalpaketen eingeschlossenen Transfers sind meist teurer als die Billigflugtickets. Neben Bordservice und Sportgepäck-Transport sehe ich auch bei den Flugzeiten gravierende Unterschiede.

Der DRV erwartet **2004 ein Marktwachstum von drei bis fünf Prozent** beim Umsatz und noch höhere Teilnehmerzahlen. Ohne die verfehlte Sommerferienregelung, Fußball-Europameisterschaft und Olympische Spiele hätte es in diesem Jahr sogar noch mehr werden können. Bei den Fernreisen sehen wir eine Trendwende. Gut möglich, daß die USA 2004 an die guten Gästezahlen des Jahres 2000 anknüpfen können. Fest steht: **Der touristische Motor ist wieder angesprungen!**

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Medienkontakt:

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)
Christian Boergen, Kommunikation
Telefon-Durchwahl (030) 2 84 06-16
E-Mail presse@btw.de
Internet www.btw.de

Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV)
Sibylle Zeuch, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon-Durchwahl (030) 2 84 06-15
E-Mail zeuch@drv.de
Internet www.drv.de

beide

Albrechtstraße 10
D-10117 Berlin
Fax (030) 2 84 06-32