

DRV Deutscher ReiseVerband e.V.
DRV German Travel Association
Albrechtstraße 10a
D-10117 Berlin
Telefon: +49(0)30 28406-15
Telefax: +49(0)30 28406-32
E-Mail: kommunikation@drv.de
Internet: www.drv.de

Eröffnungspressekonferenz

ITB Berlin 2006

Freitag, 3. März 2006

11.00 Uhr

Messe Berlin

Klaus Laepple

Präsident

**Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft
(BTW)**

**Präsident Deutscher ReiseVerband
(DRV)**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
im Namen der deutschen Tourismuswirtschaft begrüße auch ich Sie herzlich zur Eröffnungs-Presskonferenz der ITB Berlin 2006. Dies ist für unsere Branche eine herausragende Presskonferenz. Sie gibt uns die Möglichkeit, entscheidende Themen zu beleuchten und die aktuelle Entwicklung zu charakterisieren. Im Mittelpunkt steht die Diskussion mit Ihnen.

Ein Wort zu meinem Vorgehen. Ich werde folgende Fragen beleuchten:

- Wo steht die Reisebranche?
- Wie wirken sich aktuelle Entwicklungen und Ereignisse aus?
- Was gilt es, an die Politik zu adressieren?

Diese Fragen möchte ich so kurz wie möglich beantworten.

Doch gestatten Sie zuvor einige Worte zur ITB an sich.

ITB ist die weltweite Leitmesse

Die ITB 2006 ist die 40. ITB. Die deutsche Reisebranche gratuliert Ihnen, Herr Dr. Göke, und der gesamten Messe Berlin hierzu herzlich. Die Messe Berlin hat aus einem anfänglich kleinen Reisemarkt **die wichtigste Reismesse**

der Welt entwickelt. Die ITB ist heute das Drehkreuz der internationalen Reisebranche.

Ich sehe vor allem einen Erfolgsfaktor: Die Messe Berlin pflegt einen direkten **Kontakt zu den führenden Köpfen** in der Reisebranche. Dadurch ist sie stets über die aktuellen Entwicklungen in der Touristik, im Transport, in der Technologie, in der Hotellerie und im Vertrieb informiert. Dieses Wissen ermöglicht vor allem eines: In den vergangenen 40 Jahren hat sich die ITB **immer wieder von innen heraus erneuert**. Das große Kongressprogramm der ITB 2006 ist hierfür ein Beleg.

Meine Damen und Herren, vor 40 Jahren hat mancher Leader der Branche gezweifelt, ob Berlin solch eine Reisemesse braucht. Heute kann ich Ihnen versichern: Es ist ein Glück, dass die weltweite Reiseindustrie die ITB hat. Die Tourismuswirtschaft bestärkt die Messe Berlin: **Halten Sie an Ihrem innovativen Kurs fest!** Herr Dr. Göke: Sie können auch in Zukunft auf die volle Unterstützung der deutschen Tourismusindustrie bauen.

Reisebranche erneut Wachstumsmotor

Meine Damen und Herren, kommen wir zur Wirtschaft: In

welchem Umfeld startet die ITB 2006 am kommenden Mittwoch? Auf den Punkt gebracht: Das Umfeld ist nach wie vor schwierig. Dennoch **wuchs die Reisebranche 2005 erneut kräftiger als die deutsche Wirtschaft** insgesamt. Reiseveranstalter, Reisebüros, Fluggesellschaften und die Bahn sind im Plus. Dies werden Sie im Rahmen der ITB in zahlreichen Pressekonferenzen detailliert erläutert bekommen.

Wer Fußballweltmeister wird, wird sich am 9. Juli 2006 hier in Berlin entscheiden. Eines steht schon jetzt fest: **Deutschland bleibt Reiseweltmeister**. Die Bundesbürger gaben umgerechnet 71 Mrd. US-Dollar für ihre Auslandsreisen aus und damit mehr als jedes andere Land.

2005 war erneut ein gutes Jahr. Die deutschen **Reiseveranstalter** erwirtschafteten erneut ein **Plus von rund 5 Prozent**. Zusammen mit der Vermittlung von Versicherungen, Mietwagen, Ausflugsangeboten und weiteren Einzelleistungen stieg der Umsatz auf 19,4 Mrd. Euro. Das ist ein besonders erfreuliches Ergebnis, wenn man genauer auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland 2005 zurück blickt. Der Wachstumsmotor ist im vergangenen Jahr noch nicht angesprungen. Zudem prägten Naturkatastrophen wie der Tsunami in Südostasien und

Wirbelstürme, das Auftreten der Vogelgrippe im Herbst und mehrere Anschläge das vergangene Jahr.

Trotz alledem hat die Tourismusbranche positiv abgeschlossen. **Im Plus lag 2005 auch die Bahn.** Sie transportierte in den ersten zehn Monaten 2005 insgesamt 1,5 Milliarden Fahrgäste, ein Plus von 50 Millionen. **Deutlich angestiegen ist 2005 auch der Flugverkehr.** Die Deutschen Verkehrsflughäfen verzeichneten 165,4 Millionen Fluggäste. Das waren 6,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Ohne Transitverkehr lag die Passagierzahl bei 164,2 Millionen.

Low Cost bringt Wachstum

Triebfeder des Luftverkehrs waren die neuen innereuropäischen und innerdeutschen Punkt-zu-Punkt-Verbindungen der so genannten Low-Cost-Carrier. Der Linien- und Charterflug nahm im einstelligen Prozentbereich zu. Allerdings machen sie nach wie vor mehr als 80 Prozent des Gesamtaufkommens aus. Auch im Linienflug nahm vor allem der Europaverkehr zu. Auf der Fernstrecke möchte ich insbesondere auf das steigende Aufkommen zwischen Deutschland und China sowie Indien hinweisen.

Die Trendziele 2005 der deutschen Urlauber

Wohin reisen die Deutschen? Das beliebteste Reiseziel ist unverändert Deutschland. Die ausländischen Trendziele 2005 waren:

- Türkei
- Spanien mit den Balearen und den Kanaren
- Griechenland
- Tunesien und Marokko.

Es gab aber auch Länder, die 2005 **weniger Gäste** aus Deutschland verzeichneten. Dies sind

- Sri Lanka
- Thailand
- die Malediven
- und Ägypten.

Die vom Tsunami betroffenen Länder verloren zwangsläufig Gäste. Dies hat sich jedoch längst wieder gedreht, wie ich gleich erklären werde. Ägypten erlitt mit dem Anschlag in Sharm el Sheikh einen Rückgang. Nicht an die Vorjahre anknüpfen konnte Bulgarien. Die rege Bautätigkeit und die damit verbundene Beeinträchtigung spielte eine entscheidende Rolle.

Trends 2006: Die Tsunami-Länder sind zurück

Was sind die Trends 2006? Beim Badeurlaub ist Spanien mit all seinen Landesteilen der Shooting Star. Auf der Fernstrecke freue ich mich, heute sagen zu können: Die Länder, die der Tsunami getroffen hat, sind zurück. Keiner von uns hat vergessen, was am 26. Dezember 2004 in Südostasien geschah. Und keiner von uns hat vergessen, welche besondere Verantwortung die Reisebranche für den Neuanfang der betroffenen Länder trägt.

Ich hatte Ihnen vor einem Jahr hier gesagt: **Die Reisebranche wird die vom Tsunami getroffenen Länder nicht im Stich lassen.** Die Branche hat Wort gehalten. Und vor allem: Die Urlauber aus Deutschland haben Wort gehalten ! Besonders schnell hat sich Thailand wieder als sehr gut gebuchtes Reiseziel etabliert. Auch Sri Lanka und die Malediven sind wieder im Plus. Ich lege diese Länder den ITB-Besuchern weiterhin ans Herz. Sie brauchen unsere Unterstützung.

Fußball-WM 2006 – Die Deutschen verreisen doch

Ein Wort noch zur Fußball-Weltmeisterschaft. Die deutsche Reisebranche freut sich auf die Gäste aus aller

Welt. Die WM wird das größte Event in diesem Jahr. Gastgeber Deutschland ist vorbereitet. Ich kann Ihnen aber auch Entwarnung geben: Wegen der WM streichen die Deutschen nicht ihren Sommerurlaub. Allen Unkenrufen zum Trotz verreisen die Deutschen auch während der Weltmeisterschaft.

Der Juni ist ein extrem stark gebuchter Monat, trotz und wegen der WM. Die Aktionen der Reiseveranstalter haben eingeschlagen. Die Angebote für nicht fußballbegeisterte Frauen von Fußballfans, die gemeinsam verreisen, oder die Hotels mit Großbildleinwand für die Fußballfans wirken wie Magneten.

Geschäftsreisen: Firmen reisen preisbewusster

Besonders hinweisen möchte ich Sie auch auf die **Entwicklung der Geschäftsreisen**. Das BTW-Mitglied Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) hat in der Geschäftsreise-Analyse 2005 eine bemerkenswerte Dynamik aufgezeigt. Man kann es auf die Formel bringen: **Die deutschen Unternehmen reisen etwa gleich viel, aber zu deutlich niedrigeren Kosten**. 2004 – dies ist die jüngste Zahl – unternahmen die deutschen Firmen 146 Millionen Geschäftsreisen. Sie dauerten im Durchschnitt 2,4 Tage.

Dafür gab die Wirtschaft insgesamt 44 Milliarden Euro aus. Das ist ein Rückgang um fast 19 Prozent.

Die Unternehmen sind heute preissensibler. **Sie nutzen gezielt Preisvergleichsmöglichkeiten.** Low-Cost-Carrier und Drei-Sterne-Hotels statt Business Class und Fünf-Sterne-Haus sind bei vielen mittlerweile die Regel. Die Reiserichtlinien wurden verschärft. Dies hat laut VDR bei den Anbietern zu einem Umdenken geführt. Sowohl Hotels als auch Fluggesellschaften stellen sich auf das gestiegene Kostenbewusstsein der Firmen ein.

Die Low-Cost-Carrier verdanken ihr Wachstum im Geschäftsreise-Markt ihrer Streckenplanung, die verstärkt große Metropolen einschließt. **Immer mehr Verbindungen der Billigflieger werden dadurch für Geschäftsreisende interessant.**

Auf einen Krisenfall jederzeit vorbereitet

Gestatten Sie mir zwei Anmerkungen zu aktuellen Ereignissen, welche die Bevölkerung derzeit sehr beschäftigt und selbstredend auch die Reisebranche. Die Vogelgrippe ist inzwischen in mehreren europäischen Ländern aufgetreten, darunter auch in Deutschland. Die Reisebranche steht bereits

seit Herbst 2005 zu diesem Thema in direktem Kontakt zum Auswärtigen Amt und zum Bernhard-Nocht-Institut für Tropenmedizin in Hamburg.

Vogelgrippe ist keine Gefahr für Reisende

Die Lage stellt sich derzeit wie folgt dar: **Die Vogelgrippe ist eine Tierseuche.** Es ist bis heute kein Fall bekannt, in dem sich ein Urlauber mit dem Virus H5N1 infiziert hätte. Es ist auch kein Fall bekannt, in dem das Virus von Mensch zu Mensch übertragen wurde. Deshalb müssen sich Reisende nach Einschätzung der Mediziner nicht vor der Vogelgrippe fürchten. Sie sollten jedoch die Verhaltensempfehlungen beherzigen und Distanz zu Gefieder wahren.

Die Reisebranche nimmt das Thema ernst. Die Kommunikation zwischen der Reisebranche, dem Auswärtigen Amt und den medizinischen Instituten steht. Die Krisenmanager der Reisebranche sind über die Entwicklung stets aktuell informiert. **Grund zur Panik oder zu Warnungen besteht nicht.**

Wenn durch die Vogelgrippe eine Gefährdung für Reisende entstehen sollte, würden die Krisenmanager sofort handeln. Die Abläufe hierfür sind fixiert. Sie haben

sich vielfach bewährt, nicht zuletzt bei der größten Hilfs- und Rettungsaktion in der Geschichte der Reisebranche nach dem Tsunami in Südostasien.

Das Wichtigste, was die betroffenen Regionen tun können, ist ein **professionelles und gezieltes Krisenmanagement** durchzuführen. Zugleich ist eine **offene und schnelle Kommunikation** gegenüber der Öffentlichkeit unverzichtbar. Solch ein Ereignis sorgt verständlicherweise zunächst einmal für Verunsicherung. Deshalb es wichtig, die Lage vor Ort und die Vorgehensweise kompetent und offen zu erklären. Wenn dies gegeben ist, gehe ich davon aus, dass in den betroffenen Reisezielen sehr schnell wieder Alltag herrscht. Das lehrt uns die Erfahrung.

Thailand ist das beste Beispiel. Das Land wurde durch die Flutkatastrophe in schlimmer Weise getroffen. Die Menschen vor Ort und ihre Helfer haben entschlossen und überzeugend gehandelt. 2006 wird Thailand sogar mehr Besucher empfangen als vor dem Tsunami.

Karikaturenstreit nicht verallgemeinern !

Ich möchte auch auf ein zweites aktuelles Thema eingehen. Die Karikaturen vom Propheten Mohammed in einer Zeitung

haben zu einer Vielzahl von Protesten von Moslems und einzelnen Ausschreitungen geführt. Das ist Fakt. Zu behaupten, wir befänden uns in einem Streit oder gar Krieg der Kulturen, geht zu weit. **Die Reisebranche grenzt sich von dieser Polarisierung ab.**

Ich appelliere an alle, den Karikaturenstreit nicht zu verallgemeinern. Millionen Deutsche sind jährlich in Ländern mit islamischer Kultur zu Gast. Sie sind es bewusst. Und es ist zweifellos für uns alle ein Gewinn, dass wir gerade durch das Reisen andere Länder und Kulturen kennen und verstehen lernen.

Reformstau in Deutschland muss sich lösen

Meine Damen und Herren, wie gut sich die Reisebranche entwickelt, dies hängt auch maßgeblich von der Politik ab. Ja, die Reisebranche ist optimistisch, dass sich der Reformstau in unserem Land auflöst. Die überzeugenden Anzeichen hierfür stehen allerdings noch aus. Wir stellen fest: Die **Verbraucher sind nach wie vor verunsichert** und zögernd. Dies gilt ganz besonders für die Familien. Ihnen fehlt offenkundig das Vertrauen in eine sichere Zukunft. Das ist auch verständlich.

Wer für Kinder aufkommt, für ihre Entwicklung und Ausbildung aufkommt, wer den Lebensraum für die Familie finanziert und zugleich in der Gewissheit lebt, dass die gesetzliche Altersversorgung später nicht ausreichen wird und Sparen eigentlich unverzichtbar ist, der dreht den Euro dreimal um. **Familien Planungssicherheit und Vertrauen zu geben**, wird eine Kernaufgabe für die deutsche Politik.

Mehrwertsteuererhöhung bremst die Konjunktur

Die Reisebranche warnt ausdrücklich davor, Steuern und Sozialabgaben weiter in die Höhe zu treiben. Die für 2007 geplante Erhöhung der Mehrwertsteuer wird eine Konsumbremse. Die Wirtschaft aber braucht **Signale der Entlastung**, nicht der Belastung.

Entwicklungshilfe – Nein zu Ticketabgabe

Einen neuen Versuch, die Reisenden zu schröpfen, möchte ich an dieser Stelle hervorheben: Es ist für die Tourismuswirtschaft absolut inakzeptabel und indiskutabel, dass nun die Passagiere der Fluggesellschaften herausgepickt werden, um die Entwicklungshilfe zu finanzieren. Ein entsprechender Vorschlag stammt aus Frankreich. Es soll demnach eine Extra-Ticketabgabe

eingeführt werden. Fünf bis 20 Euro je Flug sollen für die Entwicklungshilfe aufgeschlagen werden. Das ist populistische Willkür.

Keine Frage, höhere Ausgaben für die staatliche Entwicklungshilfe müssen sein. Doch diese sind aus der allgemeinen Steuer zu finanzieren. Wahllos die Flugreisenden herauszugreifen, ist nicht hinnehmbar und würde den Fluggesellschaften massiv schaden. Dieser höchst preissensible Markt kann zusätzliche Belastungen nicht abfedern. **Ich rufe die Bundesregierung auf:** Erteilen Sie dieser Ticketabgabe eine Absage !

2006 zurück zum alten Spitzenwert

Meine Damen und Herren, ich bin überzeugt, vor uns liegt ein weiteres Erfolg versprechendes Jahr für die Reisebranche. Nach den schwierigen Jahren 2002 und 2003 werden wir bis Ende dieses Jahres die **Spitzenwerte von 2001 wieder erreichen**. Die Vorzeichen hierfür sind gut. Wie die Hotels, Fluggesellschaften, Bustouristik, Bahn, Zielgebiete und Reiseveranstalter Reiselust wecken – dies zeigt die ITB wie keine zweite Messe. Lassen Sie sich inspirieren ! Ich stehe nachher gerne für Ihre Fragen bereit.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

12106 Zeichen

Medienkontakt:

Sibylle Zeuch

Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: (030) 2 84 06-15

<http://www.driv.de>/E-Mail: kommunikation@driv.de