

DRV Deutscher ReiseVerband e.V.
DRV German Travel Association

Postfach 64 02 38

D-10048 Berlin

Albrechtstraße 10a

D-10117 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 2 84 06 - 15

Telefax: +49 (0) 30 2 84 06 - 32

E-Mail: presse@drv.de

Internet: www.drv.de

Eröffnungs-Pressekonferenz

ITB Berlin 2007

Freitag, 2. März 2007

11 Uhr

Messe Berlin

Klaus Laepple

**Präsident Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft
(BTW)**

Präsident Deutscher ReiseVerband (DRV)

– Es gilt das gesprochene Wort –

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

im Namen der deutschen Tourismuswirtschaft begrüße auch ich Sie sehr herzlich zur Eröffnungs-Pressekonferenz der ITB Berlin 2007.

Ich werde auf dieser Pressekonferenz zum einen eine Bilanz des vergangenen Jahres für die Reisebranche ziehen und Ihnen einen Ausblick auf die Entwicklung und die ersten Trends des laufenden Jahres geben.

Zum anderen will ich die Gelegenheit nutzen, um aktuelle Herausforderungen der Branche aufzuzeigen. Ich möchte es aber auch nicht versäumen, an die Politik einige offene Worte zu richten. Ich werde mich bei meinen Ausführungen möglichst kurz fassen und Ihnen später die Gelegenheit zum Dialog und für Fragen geben.

Die Welt zu Gast auf der ITB

Meine Damen und Herren, die Welt zu Gast bei Freunden – das war das Motto bei der Fußball-Weltmeisterschaft im vergangenen Jahr in Deutschland. Dieses Motto war für unser Land eine Verpflichtung, die wir in den Augen der Welt im vergangenen Sommer mit Bravour eingelöst haben. Doch auch nach der WM wollen wir offene und zuvorkommende Gastgeber sein. In den nächsten Tagen treffen sich wieder Menschen aus allen Erdteilen in Deutschland hier in Berlin zur größten Reisemesse der Welt. Ich bin mir sicher, wir werden alle Gäste herzlichst empfangen.

Die diesjährige ITB Berlin beginnt am kommenden Mittwoch mit einer Rekordbeteiligung von fast 11.000 Ausstellern aus 180 Ländern und Regionen. Viele Länder und Anbieter haben zudem ihre Standflächen

vergrößert. Glückwunsch an die Messe Berlin für diesen großartigen Erfolg.

Alle 26 Hallen auf dem Messegelände sind ausgebucht. Dieses große Interesse zeigt mir ganz deutlich, dass der persönliche Kontakt zum Kunden wichtiger denn je ist. Die Begegnungen der Menschen untereinander und das persönliche Kennenlernen fremder Länder und Kulturen werden trotz der zunehmenden digitalen Vernetzung in der Kommunikation nicht an Stellenwert verlieren.

Im Gegenteil, der persönliche Austausch wird immer wichtiger. Daraus ergeben sich in meinen Augen gute Aussichten für die Reisebranche. Die Stimmung in unserem Land ist zudem so positiv wie seit langem nicht mehr, die Wirtschaft floriert.

Bundesbürger wollen 2007 mehr verreisen

Nach jüngsten Studien planen die Bundesbürger in diesem Jahr mehr zu verreisen als in den Vorjahren. Sie blicken geradezu optimistisch der kommenden Reisesaison entgegen. Fast drei Viertel der Bevölkerung (71 Prozent) wollen nach einer repräsentativen Umfrage des BAT Freizeitforschungs-Instituts eine Urlaubsreise von mehr als fünf Tagen unternehmen.

Ein Jahr zuvor hatten nur 68 Prozent der Interviewten feste Reiseabsichten. Ich bin mir sicher, dass die ITB vielen Bürgern noch zusätzliche Anregungen und Anstöße für ihren Urlaub geben wird.

Deutschland ist auch 2006 wieder Reiseweltmeister

Doch auch das vergangene Jahr verlief für die hiesige Tourismusbranche positiv. Der gesamte Markt verzeichnet ein

Umsatzplus von zwei Prozent – trotz der anhaltenden Terrorgefahr und anderen Ereignissen in der Welt. Den Fußball-Weltmeistertitel haben wir als Gastgeber im Fairplay nach Italien abgegeben, doch Reiseweltmeister 2006 waren wieder die Deutschen. Sie gaben 60,5 Milliarden Euro weltweit für Reisen aus, soviel wie kein anderes Land. Im Vorjahr waren es 58,2 Milliarden Euro.

Nicht verändert hat sich dagegen die Aufteilung der Verkehrsmittel, mit denen die Deutschen in ihren Urlaub ab fünf Tagen Reisedauer starten. Für über die Hälfte (53 Prozent) aller Reisen wird das Auto genutzt, für rund ein Drittel (32 Prozent) das Flugzeug und für sieben Prozent der Reisen der Bus. Der Anteil der Bahn beträgt sechs Prozent.

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 – hier nur einige Beispiele:

- Die Deutsche Bahn transportierte 60 Millionen Gäste mehr als im Jahr zuvor und damit insgesamt über 1,8 Milliarden Reisende.
- Rund neun Millionen Fluggäste mehr starteten oder landeten auf den deutschen Flughäfen. Damit erhöhte sich die Gesamtzahl der Fluggäste auf 173 Millionen.
- Die inländischen Fluggesellschaften berichten unisono vom Aufwind bei den Passagierzahlen.
- Die Zahl der Übernachtungen der Deutschen im Inland stieg um 2,5 Millionen auf 298,5 Millionen.

- Kreuzfahrten auf den Weltmeeren erfreuten sich ebenfalls steigender Beliebtheit. Der seit einigen Jahren anhaltende Boom hat sich auch 2006 fortgesetzt, Umsätze und Passierzahl sind weiter kräftig gestiegen.

Die Ergebnisse der jeweiligen Unternehmen erfahren sie in den nächsten Tagen hier auf der ITB. Eine zusammenfassende Kennzahl kann ich Ihnen aber schon heute nennen: Der Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter erhöhte sich zusammen mit der Vermittlung von

- Versicherungen,
- Mietwagen,
- Ausflugsangeboten,
- und weiteren Einzelleistungen

auf 19,6 Milliarden Euro. Dabei hat sich nach Angaben der Anbieter die Ertragslage nochmals wesentlich verbessert.

Die Trendziele 2006 der deutschen Urlauber

Meine Damen und Herren, kommen wir nun zu der spannenden Frage: Wohin reisen die Deutschen eigentlich?

Das beliebteste Reiseziel ist unverändert Deutschland. Nach wie vor gehören die Alpen sowie die Küsten und Mittelgebirgsregionen zu den am häufigsten besuchten Urlaubszielen der Deutschen im eigenen Land.

Die ausländischen Trendziele 2006 waren:

- Italien,
- Spanien,
- Portugal,
- Marokko,
- und die Fernreiseziele – hier vor allem Asien und das südliche Afrika

Zunehmend entdecken die Urlauber auf ihren Fernreisen auch bislang noch wenig bekannte Regionen - wie etwa Indochina. Gefragt waren zudem Angebote zu Zielen mit der Anreise per Bahn und Auto.

Es gab aber auch Länder, die im vergangenen Jahr weniger Gäste aus Deutschland verzeichneten. Dies sind:

- Ägypten,
- Tunesien,
- die Karibik,
- Bulgarien,
- und die Türkei.

Hierbei möchte ich besonders erwähnen, dass die in den Vorjahren bei Deutschen besonders beliebte Türkei vor kurzem eine große Image- und Werbekampagne gestartet hat. Das Land reagiert somit aktiv auf die Besucherrückgänge, die auf die Vogelgrippe, den Karikaturenstreit oder die Terroranschläge zurückzuführen sind.

Das Resultat dieser Werbekampagne ist bereits nach wenigen Wochen bemerkenswert: Das Interesse der Urlauber steigt wieder und die Buchungen bei den Reiseveranstaltern nehmen zu. Das freut mich

umso mehr, weil der Deutsche ReiseVerband seine Jahrestagung 2007 im Spätherbst im türkischen Badeort Belek ausrichten wird.

Trends 2007: Viele Deutsche zieht es in die Ferne

Ich hatte Ihnen eingangs versprochen, auch die Trends für dieses Jahr zu skizzieren.

Sehr gefragt bei den Bundesbürgern sind 2007 die Fernreisen – etwa nach Asien, Mexiko und auf die Malediven. Gleiches gilt auch für die Karibik, die wie bereits erwähnt im vergangenen Jahr weniger Besucher anlockte. Bei den Nahzielen werden Reisen nach Italien, Spanien und Tunesien stark nachgefragt. Die Buchungszahlen für Städtereisen und Wellness-Angebote liegen ebenfalls im Plus. Und auch das gehobene Preissegment der Luxusreisen verzeichnet Zuwächse.

Tourismus bleibt weltweit dynamische Wachstumsbranche

Meine Damen und Herren, vor diesem Hintergrund der positiven Signale aus dem Markt gehen wir auch für dieses Jahr von einem Wachstum der Tourismusbranche in Deutschland aus. Wir erwarten ein Plus für den Gesamtmarkt in gleicher Höhe wie 2006. Damit unterstreicht die Reisebranche ihren wichtigen Stellenwert in unserer Wirtschaft.

Anhand einiger beeindruckender Zahlen möchte ich Ihnen einmal die Bedeutung dieses Wirtschaftszweigs für unser Land aufzeigen. Rund 3,3 Milliarden Tagesreisen unternehmen die Deutschen jährlich. 800 Millionen davon sind Geschäftsreisen, die anderen 2,5 Milliarden privat veranlasst. Das sind sehr beeindruckende Zahlen.

Aber nicht nur in Deutschland sondern auch weltweit bleibt der Tourismus eine dynamische Wachstumsbranche. Trotz Terrorwarnungen oder Vogelgrippe stieg die Zahl der Urlauber auf unserem Globus im vergangenen Jahr um 4,5 Prozent auf 842 Millionen.

Reiseland Deutschland erlebt Boom

Wenn ich den Blick dabei auf unser Land richte, kann ich mit Freude sagen: Deutschland bekam aufgrund der Fußball-WM ein großes Stück davon ab. Die Weltmeisterschaft war tatsächlich das erhoffte Highlight. Sie hat den zusätzlichen Schub für das Image und die touristische Nachfrage in Deutschland gebracht, den wir uns alle von diesem Top-Event versprochen haben. Einen wesentlichen Beitrag dazu hat auch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) geleistet. Die Tourismusmarketing-Organisation hat speziell im Inland mit der Umsetzung der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne maßgebliche Impulse gesetzt.

Im Ausland hat sie durch das Marketing rund um die Fußball-WM Begeisterung für das Reiseland Deutschland geschaffen. Das zeigen Umfragen bei den Besuchern ganz deutlich. 95 Prozent der im Auftrag der DZT befragten internationalen WM-Besucher empfanden die Deutschen als überwiegend herzlich. Zu 88 Prozent werden sie Deutschland als Reiseland weiterempfehlen.

So werden wir bei den Besucherzahlen an das bisherige Rekordjahr 2005 anknüpfen können. Denn laut der Berechnungen des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2006 fast 53 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland in Deutschland gezählt – so viele

wie noch nie. Im Vergleich zum Jahr 2005 entspricht dies einem Wachstum von zehn Prozent. Besonders aus europäischen Ländern kamen mehr Besucher als bislang. Hier vor allen aus Großbritannien, Dänemark, den Niederlanden, Frankreich, Belgien und Italien.

Deutsche Wirtschaft gibt wieder mehr für Geschäftsreisen aus

Besonders hervorheben möchte ich an dieser Stelle noch die Entwicklung des Geschäftsreise-Markts, da dieser einen sehr wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung in der Tourismusindustrie leistet. Laut BTW-Mitglied Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) hat das Volumen der Geschäftsreise-Ausgaben wieder zugenommen – obwohl die deutschen Unternehmen weiterhin gezwungen sind, bei den Reisekosten zu sparen.

So sank nach den Berechnungen der Geschäftsreise-Analyse 2006 zwar die Anzahl der Dienstreisen, aber die Geschäftsreisenden gaben mehr dafür aus und übernachteten auch häufiger. Besonders stark gestiegen sind die Ausgaben von mittelständischen Betrieben. Nach der jüngst verfügbaren Zahl für das Jahr 2005 unternahmen die deutschen Firmen 150 Millionen Geschäftsreisen und damit vier Millionen mehr als im Jahr 2004. Dafür gab die Wirtschaft insgesamt über 46 Milliarden Euro aus. Das ist ein Anstieg um fünf Prozent.

Geschäftsreisende sorgen bei Fluggesellschaften und anderen Anbietern für eine stabile Nachfrage. Zum Beispiel auch in der Hotellerie. 2005 pumpten sie durch ihre wachsenden Ausgaben für Beherbergung sogar über eine Milliarde Euro mehr als im Vorjahr in den Wirtschaftskreislauf.

Feste Preise in den Reisekatalogen sind nicht mehr zeitgemäß

Meine Damen und Herren, anhand der geschilderten Entwicklung sehe ich gute Vorzeichen, dass der Reisemarkt auch 2007 weiter wächst. Natürlich unterliegt unsere Branche Veränderungen und Umbrüchen. So auch auf dem Markt der organisierten Urlaubsreise. Die Pauschalreise von heute ist eine andere als noch vor einigen Jahren. Sie ist individueller geworden, die Menschen wollen flexibler verreisen. Das eine Mal soll es ein individueller Kurztrip von drei Tagen sein, das andere Mal ein Pauschal-Badeurlaub für elf Tage zusätzlich mit Mietwagen. Auf die veränderten Bedürfnisse der Reisenden haben sich die Reiseveranstalter eingestellt. Auch die großen Anbieter, das möchte ich an dieser Stelle hervorheben.

Das Reiseveranstalter-Geschäft wird weiter professionalisiert und somit auch profitabler. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in einem der wichtigsten Wirtschaftszweige Deutschlands. Doch um Flexibilität für den Kunden auch vollständig bieten zu können, müssen die gesetzlichen Rahmenbedingungen dem veränderten Konsumentenverhalten angepasst werden. Damit komme ich den zu wesentlichen Forderungen an die Politik:

Ich möchte deutlich hervorheben, dass eine Flexibilisierung der Preisgestaltung in den Katalogen unumgänglich ist. Feste Preise in Katalogen, die für einen längeren Zeitraum vom Veranstalter nicht geändert werden dürfen, sind nicht mehr zeitgemäß. Alle Anbieter, ob Fluggesellschaften oder Hotels, können ihre Preise der Nachfrage auf dem Markt anpassen. Die Katalogpreise der Veranstalter gelten jedoch solange unverändert, bis ein neuer Katalog nach Ablauf der

Gültigkeitsdauer erscheint. Dieses für den Kunden unverzichtbare Nachschlagewerk kann bis zu anderthalb Jahren auf dem Markt sein. Die Bundesregierung muss diese Forderung nach Flexibilisierung möglichst zügig umsetzen, um fairen Wettbewerb für die Veranstalter zu ermöglichen.

Klimaschutz verlangt globale Lösungen

Meine Damen und Herren, das derzeit intensiv diskutierte Thema des Klimaschutzes ist auch uns ein Anliegen. Für den Tourismus ist eine intakte Umwelt unverzichtbar – das möchte ich ausdrücklich betonen. 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, lehnen wir ab. Es darf keine Wettbewerbsverzerrung durch Insellösungen einzelner Staatengemeinschaften geben. Erderwärmung und CO₂-Belastung sind globale Probleme, die eine globale Antwort benötigen. Daher dürfen Umweltabgaben nicht nur für EU-Fluggesellschaften gelten, wie es die derzeitigen Vorschläge vorsehen.

Die EU-Ratspräsidentschaft Deutschlands bietet die einmalige Gelegenheit, das Thema dort zu platzieren, wo es hingehört – nämlich auf 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 Ausstoß-Berechnungen kann nicht in weit zurückliegenden 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.

Ich rufe die Bundesregierung deshalb auf:

Optimieren Sie die Infrastruktur für das Straßennetz und das Baustellenmanagement, damit es nicht zu unnötigen Umweltbelastungen durch Staus kommt. Verbessern Sie zudem den Schienenverkehr des öffentlichen Nahverkehrs! Gerade auch im Schienen-Fernverkehr unterstützen wir sowohl die Netzwerkoptimierung von Unternehmensseite als auch die Liberalisierung des Europa-Verkehrs auf politischer Ebene.

Mehr Geld für das Deutschlandmarketing

Meine Damen und Herren, ich habe eingangs die Leistungen der Deutschen Zentrale für Tourismus in Bezug auf das positive Image Deutschlands und die erfreuliche Besucherentwicklung zur Fußball-WM hervorgehoben. Diesen positiven Trend gilt es nun weiter auszubauen. Darum ist es unerlässlich, dass die finanziellen Zuwendungen unserer Regierung nicht nur erhalten bleiben, sondern spürbar erhöht werden. Für diese Anhebung setzen wir uns auch vor dem Hintergrund ein, dass eine weitere Präsenz der DZT in wichtigen Auslandsmärkten gerade auch von der Politik immer wieder angemahnt wird. Zudem bekommen

die anderen Tourismusmarketing-Organisationen bei unseren europäischen Nachbarn wesentlich höhere Zuschüsse. Eine Anhebung der Zuwendungen ist daher eine wirklich lohnende Investition in das Zielland Deutschland.

Paketversand: Neuer Service für die Messebesucher

Meine Damen und Herren, ich bin überzeugt, die Reisebranche ist für 2007 gut gerüstet. Und die ITB wird die positiven Signale und die Aufbruchstimmung noch verstärken. Machen Sie sich auf der größten Reisemesse der Welt selbst ein Bild davon. Auf einen ganz neuen und hilfreichen Service auf der ITB möchte ich Sie noch zum Abschluss meiner Rede hinweisen:

Die Fachbesucher, Reisebüromitarbeiter und das Publikum müssen sich nicht mehr mit gesammelten Prospekten, Katalogen und Unterlagen oder Werbegeschenken auf ihrem Heimweg abschleppen. Auf der ITB wird es erstmals das Angebot eines Paketversands geben. Gegen einen Obolus werden alle Kataloge und Materialien direkt nach Hause oder an den Arbeitsplatz geschickt. Dies ist eine sinnvolle Innovation, die den Besuchern den Messerundgang erleichtert und sie von zusätzlichen Lasten befreit.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich stehe Ihnen im Anschluss gerne für Fragen zur Verfügung.

14746 Zeichen

Medienkontakt:

Sibylle Zeuch
Pressesprecherin
Telefon: (030) 2 84 06-15
E-Mail: presse@drv.de