

Tourismuspolitik: Wichtige Weichenstellungen notwendig

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

die deutsche Wirtschaft hat die Finanz- und Wirtschaftskrise hinter sich gelassen und blickt mit Optimismus in das Jahr 2011. Für die Reisebranche erfreulich: Die Unternehmen investieren wieder in Geschäftsreisen und wollen von den Vorteilen des Kundenkontakts vor Ort profitieren. So schafft das persönliche Gespräch mehr Vertrauen, gewährleistet Diskretion und ermöglicht effizientere Arbeitsabläufe. Die aktuelle Ausgabe der DRV-Politikthemen zeigt die Bedeutung des Geschäftsreisemarktes für die deutsche Wirtschaft.

Darüber hinaus weisen wir auf politischen Handlungsbedarf hin. Beispiel Leistungsschutzrecht: Zahlreiche Presseverlage in Deutschland wollen das berufsbedingte Lesen von Nachrichten im Internet gebührenpflichtig machen – eine erhebliche finanzielle Belastung für Reisebüros und Reiseveranstalter. Beispiel Bettensteuer: Immer mehr Gemeinden bitten Touristen zu Kasse und gefährden damit das Image des Deutschlandtourismus. Beispiel Standardisierung: Auf internationaler Ebene werden Normen für touristische Dienstleistungen erwogen – ohne ersichtlichen Mehrwert für Kunden oder Anbieter.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen



Jürgen Büchy
Präsident des Deutschen ReiseVerbandes



Jürgen Büchy
Präsident des Deutschen
ReiseVerbandes

DRV POLITIKTHEMEN – INHALT

POLITIK

Geschäftsreisebüros: Kompetente Partner für die deutsche Exportwirtschaft	2
Leistungsschutzrecht: Gegen die Einführung einer Internetgebühr	3
Bettensteuer: Kontraproduktiv für den Deutschlandtourismus	4
Tourismuskauflaute: Start frei für den neuen Beruf	5
Dienstleistungsstandards: Tourismusbranche sieht keinen Bedarf	6

GESELLSCHAFT & VERANTWORTUNG

DRV Hilfe ohne Grenzen: Reisebranche engagiert sich langfristig	7
Nachhaltigkeit: Reisebranche treibt Thema voran	8


KONTAKT / IMPRESSUM

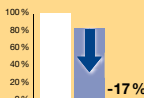
Ihre Ansprechpartner	9
----------------------	---

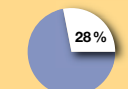
Geschäftsreisebüros: Kompetente Partner für die deutsche Exportwirtschaft

Deutschland lebt von einer starken Exportwirtschaft. Auch im Zeitalter von Videokonferenzen und Onlinekommunikation ist die persönliche Begegnung der Geschäftspartner dabei unerlässlich für den langfristigen Unternehmenserfolg. Entsprechend boomt der Geschäftsreisemarkt und erwirtschaftet aktuell über 40 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr. Geschäftsreisebüros sorgen für einen reibungslosen Ablauf der Reisen und sind damit wichtiger Partner der Unternehmen.

Geschäftsreisen fördern wirtschaftlichen Erfolg

 Jeder in Geschäftsreisen investierte US-Dollar resultiert in um 12,50 Dollar gesteigerten Einnahmen.

 Würden Geschäftsreisen abgeschafft, würde die Rentabilität eines durchschnittlichen US-Unternehmens um 17 Prozent sinken.

 US-amerikanische Unternehmen schätzen, dass 28 Prozent ihres bestehenden Geschäfts ohne persönliche Treffen verloren gehen würden.

Voraussetzung für Unternehmenserfolg

Die Bedeutung persönlicher Begegnungen für das Gelingen von Geschäftsbeziehungen liegt auf der Hand:

- **Vertrauensbildung:** Das persönliche Kennenlernen erzeugt Vertrauen und Sympathie – entscheidende Grundlage für dauerhafte Handelsbeziehungen.
- **Diskretion:** In Verhandlungen wird auch über vertrauliche Dinge gesprochen – Schriftverkehr oder Telefon können das Gespräch unter vier Augen nicht ersetzen.
- **Effizienz:** Es ist wissenschaftlich belegt, dass im persönlichen Gespräch oft deutlich schneller und effizienter Entscheidungen getroffen werden als bei Kommunikationsformen ohne direkten Kontakt.

Reisebüros sind verlässliche Partner

Dienstliche Reisen müssen termingenaу geplant werden. Die rund 850 spezialisierten Geschäftsreisebüros in Deutschland sind dabei kompetente Ansprechpartner für die Unternehmen. Daneben wickeln die rund 11000 übrigen Reisebüros in Deutschland ebenso für kleine und mittelständische Unternehmen die geschäftlichen Reisen ab. Sie verfügen über das spezielle Know-how sowie über die notwendige Technik, um maßgeschneiderte Reiseangebote zu erstellen. Sie stellen sicher, dass ihre Kunden stets kostengünstige sowie ihren Bedürfnissen entsprechende Angebote erhalten. Die Reiseagenturen haben sich zudem in den vergangenen Jahren von reinen Reisevermittlern hin zu Servicepartnern entwickelt. Sie unterstützen ihre Kunden bei der Organisation ihrer Reisen sowie bei der Optimierung des Reise-managements.

Wachstumsmarkt mit guten Aussichten

2009 haben Mitarbeiter deutscher Unternehmen mehr als 145 Millionen Geschäftsreisen unternommen. Mit einem Ausgabenvolumen von über 40 Milliarden Euro ist der Geschäftsreisemarkt hierzulande ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Geschäftsreisen sichern über eine halbe Million Arbeitsplätze in Deutschland, u. a. bei Reisebüros, Veranstaltern, Verkehrsträgern oder Hotels. Die Zeichen stehen zudem gut, dass die Branche die Finanz- und Wirtschaftskrise inzwischen hinter sich gelassen hat und den Wachstumskurs fortsetzen wird. So rechnen heute doppelt so viele Firmen als noch vor einem Jahr für 2011 mit einem steigenden Geschäftsreisevolumen.



IGEL wehrt sich

Die Medien in Deutschland berichten kaum oder gar nicht über ihre Forderung nach einem Leistungsschutzrecht für Online-Presseerzeugnisse – eine bewusste Vorenthaltung von Informationen. Die „Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht für Presseverlage“ IGEL kämpft für mehr Öffentlichkeit und klärt über Vor- und Nachteile auf.

Weitere Informationen:

www.leistungsschutzrecht.info

Leistungsschutzrecht: Gegen die Einführung einer Internetgebühr

Mitarbeiter in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern sind auf frei verfügbare Nachrichten im Internet angewiesen, um ihre Kunden aktuell etwa über Streiks oder Behinderungen im Reiseverkehr zu informieren. Diese zentrale Informationsmöglichkeit würde massiv eingeschränkt, wenn künftig Gebühren für das berufliche Lesen von Online-Nachrichten erhoben werden – es leiden Kundenservice und Beratungsqualität. Der entsprechenden Forderung etlicher deutscher Presseverlage nach einem kostenpflichtigen Leistungsschutzrecht für Presseerzeugnisse im Internet darf daher nicht nachgegeben werden.

Presseverlage wollen kassieren

Wer zu beruflichen Zwecken frei im Internet verfügbare Nachrichten oder Inhalte – etwa auf Portalen wie „SPIEGEL online“ oder „bild.de“ – liest, soll dafür künftig eine Lizenz vorweisen und für diese bezahlen. Die Gebühr soll voraussichtlich als Pauschale über eine neue Verwertungsgesellschaft eingezogen werden – es droht eine zweite GEZ. Treiber dieser Forderung nach einem Leistungsschutzrecht sind die deutschen Presseverlage, die Profiteure der neuen Gebühr. Nicht akzeptabel: Die Verlage nutzen ihre Medienmacht und berichten in der Öffentlichkeit kaum oder sehr einseitig über das Thema, um ihre Forderung möglichst unbemerkt durchsetzen zu können.

Informationsfreiheit in Gefahr

Eine breite Front aus Wirtschaftsvertretern, Blogs, Organisationen und Medien wehrt sich nun gegen das Gebaren der Presseverlage und weist auf die Gefahren einer solchen Pressegebühr hin:

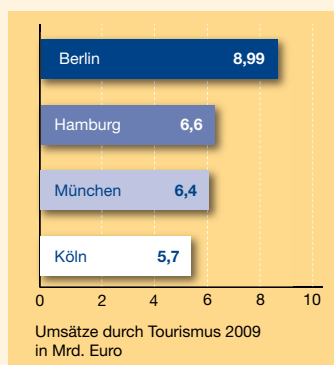
- **Informationsfreiheit:** Das Leistungsschutzrecht verbietet Mitarbeitern von Unternehmen, die die Lizenz nicht zahlen, faktisch das Lesen selbst kleinster, ansonsten frei verfügbarer Inhalte im Web.
- **Zusatzbelastung:** Der deutschen Wirtschaft droht durch die Abgabe eine Mehrbelastung in Milliardenhöhe.
- **Netzsperrern:** Jeder Arbeitsplatz ist grundsätzlich lizenzpflichtig – wollen Betriebe keine Gebühr bezahlen, weil sie die Angebote nicht nutzen, müssen sie den Zugriff ihrer Mitarbeiter auf die Inhalte technisch verhindern.
- **Innovationshemmnis:** Eine pauschale Gebühr behindert die im Web notwendige stete und qualitätsbezogene Weiterentwicklung.

Eingeschränkter Kundenservice

Die negativen Auswirkungen eines Leistungsschutzrechts bekommen Verbraucher zu spüren, wenn Reisebüros und Reiseveranstalter sie nicht rechtzeitig über Behinderungen oder Ausfälle informieren können. Denn gerade kleine Reisebüros – die Betriebe haben selten mehr als zwei oder drei Mitarbeiter – werden sich eine zusätzliche Abgabe nicht leisten können. Die Bundesregierung ist aufgerufen, sich dem Drängen der Presseverlage zu widersetzen und auf die Einführung des geforderten Leistungsschutzrechts zu verzichten.

Wichtige Einnahmequelle

Für Städte und Kommunen ist der boomende Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Er spült jedes Jahr mehrere Millionen Euro in die Haushaltskassen.



Allein in Hamburg hängen zudem 100 000 Arbeitsplätze von der Branche ab, in Berlin sind es sogar über 230 000 Jobs.

Quellen: Berlin Tourismus Marketing GmbH, 2009; Hamburg Tourismus GmbH, 2010; Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft, 2010; Köln Tourismus GmbH, 2010

Bettensteuer: Kontraproduktiv für den Deutschlandtourismus

Mit dem gesenkten Mehrwertsteuersatz für das Hotel- und Gastgewerbe hat die Bundesregierung 2010 eine wichtige steuerliche Entlastung für die Reisebranche auf den Weg gebracht. Doch die Erleichterungen werden nun konterkariert von Städten und Kommunen wie Köln oder Trier, die von Urlaubern und Geschäftsreisenden eine neue Steuer auf Übernachtungen erheben – die Bettensteuer belastet die Branche schwer und schadet dem Image des Deutschlandtourismus.

Städte und Kommunen bitten zur Kasse

Die Zwangsabgabe liegt bei bis zu fünf Prozent des Übernachtungspreises. Die Begründung ist absurd: Reisende sollen bezahlen, damit mit den eingenommenen Geldern wiederum der Tourismus in der Region gefördert werden kann. Ein knappes Dutzend Städte erhebt die Steuer oder überlegt ihre Einführung, die Ausgestaltung ist in jeder Stadt unterschiedlich. Deutschland droht damit ein unübersichtlicher Steuer-Flickenteppich. Übrigens: Die Bettensteuer müssen in Köln auch Passagiere von Kreuzfahrtschiffen zahlen, die lediglich für einen Tagesausflug halt machen – Wegelagerer par excellence.

Reisende und Reisebranche betroffen

Leidtragende der neuen Steuer sind Reisende, die spürbar mehr für ihre Übernachtungen bezahlen müssen. Aber auch für die Reisebranche hat die Abgabe gravierende Folgen:

- **Hotels:** Die neue Steuer erfordert eine Anpassung von Buchungssystemen und Abläufen sowie Schulungen des Personals – ein immenser Zeit- und Kostenaufwand.
- **Reiseveranstalter:** Die Bettensteuer wird häufig sehr kurzfristig eingeführt und kann in Katalogen oft nicht mehr berücksichtigt werden – die Veranstalter bleiben mitunter auf den Mehrkosten sitzen; denn liegen zwischen Buchung und Reiseantritt weniger als vier Monate, dürfen die Preise nachträglich nicht mehr angepasst werden.
- **Unternehmen:** Geschäftsreisende können sich die Steuer im Nachhinein zurückerstatten lassen – eine Farce, liest man das Kleingedruckte: Der Erstattungsantrag muss binnen eines Monats gestellt werden und u. a. die Originalrechnung des Hotels oder eine beglaubigte Kopie beinhalten.

Attraktivität des Deutschlandtourismus in Gefahr

Die Bettensteuer bedient einmal mehr das Vorurteil von Deutschland als teurem Reiseziel. Erhebliche Wettbewerbsnachteile für die hiesigen Anbieter gehen damit einher. Die Städte und Kommunen schneiden sich mit der Steuer ins eigene Fleisch: Einige Unternehmen haben ihre Reiseabteilungen bereits angewiesen, Hotels im nahen Umland der betroffenen Städte zu buchen. Es ist zudem damit zu rechnen, dass Hotels ihre freiwilligen Leistungen etwa an Kulturförder- oder Marketingtöpfe reduzieren oder streichen. Die Verantwortlichen sollten neuerliche Belastungen für ihre Gäste überdenken, denn fernbleibende Touristen und Geschäftsleute bringen weder der lokalen Tourismuswirtschaft noch dem Fiskus Einnahmen.

Tourismuskaufleute: Start frei für den neuen Beruf

Die boomende Reisebranche in Deutschland ist auf qualifizierte Nachwuchskräfte angewiesen. Um Azubis für den Berufsalltag von heute und morgen fit zu machen, löst ab 1. August 2011 das neue Berufsbild Tourismuskaufmann/-kauffrau die bisherigen Reiseverkehrskaufleute ab. Nicht nur die Berufsbezeichnung ändert sich: Auch die Tätigkeitsfelder wurden den heutigen und zukünftigen Herausforderungen der Branche angepasst. Der DRV verantwortete auf Arbeitgeberseite federführend die Ausgestaltung des neuen Berufsbilds.

Die wichtigsten Änderungen der Ausbildungsordnung im Überblick

	ALT	NEU
Titel	Reiseverkehrskaufmann/-kauffrau	Tourismuskaufmann/-kauffrau
Zuständigkeiten	Einsatzgebiete: Reiseveranstaltung, Reisevermittlung, Touristik, Reisevermittlung, Beförderung	Wahlqualifikationen: Reisevermittlung, Reiseveranstaltung, Geschäftsreisen
Kundenkontakt	Kundenberatung und Verkauf allgemein	Kundenorientierte Kommunikation, Kundenbetreuung, Beschwerdemanagement
Veranstaltung	Reiseveranstaltung	Eigenveranstaltungen
Marketing	Marketing allgemein	Marktanalyse und Marketingmaßnahmen, Werbung und Verkaufsförderung, Vertriebs- und Absatzkanäle, Öffentlichkeitsarbeit
Vertiefende Inhalte	–	Service und Qualität Nachhaltigkeit und Umweltaspekte
Neue Bereiche	–	Geschäftsreisen

Die Branche verändert sich

Die Anforderungen an Mitarbeiter in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Das bisherige Berufsbild aus dem Jahr 1998, das 2005 geringfügig modifiziert wurde, war nicht mehr zeitgemäß. Die Schlagworte für die Neugestaltung lauten:

- **Neue Kommunikations- und Vertriebskanäle:** Das Internet und der Verkauf über Online-Portale, Discounter, Smartphones oder TV-Shoppingkanäle haben den Markt verändert.
- **Kundenorientierung:** Die aktive Gewinnung und Bindung von Kunden spielt eine immer größere Rolle im Arbeitsalltag.
- **Angebote:** Reisebüros übernehmen neue Aufgaben, vom stationären und Online-Vertrieb über Eigenveranstaltungen bis hin zu Firmendiensten.
- **Spezialisierung:** Reisebüros veranstalten zunehmend eigene Reisen und bieten immer mehr zusätzliche Dienstleistungen an.

Das Berufsbild geht mit der Zeit

Symbolträchtigste Änderung ist die Berufsbezeichnung: Der bisherige Titel der „Reiseverkehrskaufleute“ stellte die Beförderungsleistung in den Vordergrund – ein Relikt aus vergangenen Tagen. In Zukunft können Jugendliche eine Ausbildung zum Tourismuskaufmann und -kauffrau (Kaufmann/-frau für Privat- und Geschäftsreisen) beginnen. Neue Schwerpunkte sind unter anderem Marketing, Kommunikation und Kundenservice. Erstmals wurde auch das Thema Geschäftsreisen in die Ausbildungsordnung aufgenommen. Die Ausbildung ist thematisch breit gefächert, so dass die gesamte Tourismusbranche wie beispielsweise stationäre und Online-Reisebüros, Reiseveranstalter, Kreuzfahrt- und Busunternehmen sowie Leistungsträger Ausbildungsplätze zur Verfügung stellen können. Neu ist, dass nun auch Reiseabteilungen großer Unternehmen – und damit erstmals die Kundenseite – ausbilden können.

Engagement für den Nachwuchs

Seit jeher hat das Thema Nachwuchsgewinnung einen hohen Stellenwert beim DRV. So wirbt der Verband mit der eigenen Ausbildungsinitiative „Zukunft buchen!“ für die Schaffung von mehr Ausbildungsplätzen. Die Internetplattform www.tourismuszubi.de bietet Schülerinnen und Schülern Informationen zum Berufsbild und bringt sie auf einer Stellenbörse mit potenziellen Arbeitgebern zusammen. Einsatz, der sich lohnt: Seit Bestehen der Initiative konnten zahlreiche Ausbildungsbetriebe überzeugt werden, neu oder mehr auszubilden.

Dienstleistungsstandards: Tourismusbranche sieht keinen Bedarf

Die internationale Standardisierungsorganisation ISO will einheitliche Standards für touristische Dienstleistungen entwickeln. Dabei besteht hierfür im Tourismus kein Bedarf. Zu unterschiedlich sind die Dienstleistungen und Reiseziele. Profiteure von Standards sind oft nur die zertifizierenden Organisationen, die sich durch Standardisierungsverfahren neue Geschäftsfelder erschließen – auf Kosten von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Zudem stellen teure Zertifizierungsprozesse gerade für kleine und mittelständische Unternehmen eine organisatorische und finanzielle Herausforderung dar.

Tourismus lebt von der Besonderheit

Die Einmaligkeit von Reiseerlebnissen ist für die meisten Urlauber von größter Bedeutung. Menschen reisen in andere Länder, um fremde Kulturen und Bräuche kennen zu lernen. Diese Heterogenität der Branche macht Dienstleistungsstandards praktisch unmöglich: Deutsche Urlauber haben eine völlig andere Vorstellung davon, was einen schönen Urlaub ausmacht als japanische Touristen; Amerikaner legen auf anderen Service wert als Russen. Entsprechend unterschiedlich sind die Ausgangsbedingungen in den Reiseländern und die Produkte der Anbieter. Resultat einer Standardisierung wäre der kleinste gemeinsame Nenner, der weder für die Gäste noch für die Dienstleister von Nutzen ist.

Standardisierung führt zu Überregulierung

Die Tourismusbranche lehnt Standards nicht grundsätzlich ab, wenn für die Unternehmen und ihre Kunden daraus ein Mehrwert resultiert. Doch in vielen Bereichen sind vorgeschriebene Normen überflüssig und führen zu absurden Resultaten. Ein Beispiel: In einem aktuellen Entwurf für einen Dienstleistungsstandard für Touristinformationen soll das Verhalten der Mitarbeiter normiert werden. Dabei wurde festgelegt, das Lächeln der Empfangsmitarbeiter solle „natürlich und freundlich“, das Auftreten „geduldig und höflich“ sein. Derlei Vorgaben bedürfen sicherlich keines aufwändigen und kostspieligen Standardisierungsverfahrens und liegen zudem allein im Zuständigkeitsbereich der Unternehmensleitung.

Initiative muss von der Wirtschaft ausgehen

Klar ist: Neue Dienstleistungsstandards im Tourismus haben in den seltensten Fällen für Kunden oder Unternehmen der Reisebranche einen Mehrwert. Die zumeist mittelständischen Anbieter können sich zudem die kostspieligen Prüfverfahren und Zertifikate nicht leisten. Nicht ohne Grund wurde die Tätigkeit der Arbeitsgruppe zur Entwicklung touristischer Standards in der europäische Normungsbehörde CEN vor geraumer Zeit eingestellt. Die Erfahrung zeigt: Erfolgreiche Standards werden von den betroffenen Unternehmen selbst initiiert. Erzwungene Normen hingegen gehen in der Regel am Bedarf vorbei und finden in der Wirtschaft keine Akzeptanz. Zur Zeit droht die EU-Kommission, sich den Rufen des Europäischen Komitees für Normierung (CEN) und anderer Interessengruppen nach Standardisierung von touristischen Dienstleistungen anzuschließen – gegen den ausdrücklichen Wunsch der Branche.



Neue Ansprechpartnerin für EU-Themen im DRV

Anne Steinbrück ist neue Ansprechpartnerin des Deutschen ReiseVerbands für Europathemen. Bereits seit 2009 hatte Sie den bisherigen EU-Beauftragten des DRV, Dr. Jochen Martin, bei seiner Arbeit in Berlin und Brüssel unterstützt. Die studierte Politikwissenschaftlerin mit dem Abschluss „European Master of Public Affairs“ der niederländischen Universität Maastricht war zuvor im Kommunikations- und Public Affairs-Bereich tätig.

DRV POLITIKTHEMEN

01-11

Naturkatastrophen nehmen zu

Allein die zehn größten Naturkatastrophen seit 1950 forderten über 1,5 Millionen Menschenleben.

Jahr	Ereignis	Land	Todesopfer
1970	Tropischer Zyklon, Überschwemmungen	Bangladesch	300 000
1976	Erdbeben	China	242 000
2010	Erdbeben	Haiti	222 570
2004	Erdbeben, Tsunami	Indonesien, Indien, Thailand, Sri Lanka	220 000
2008	Zyklon Nargis	Burma	140 000
1991	Tropischer Zyklon, Sturmflut	Bangladesch	139 000
2005	Erdbeben	Pakistan	88 000
2008	Erdbeben	China	84 000
1970	Erdbeben	Peru	67 000
1990	Erdbeben	Iran	40 000

DRV Hilfe ohne Grenzen: Reisebranche engagiert sich langfristig

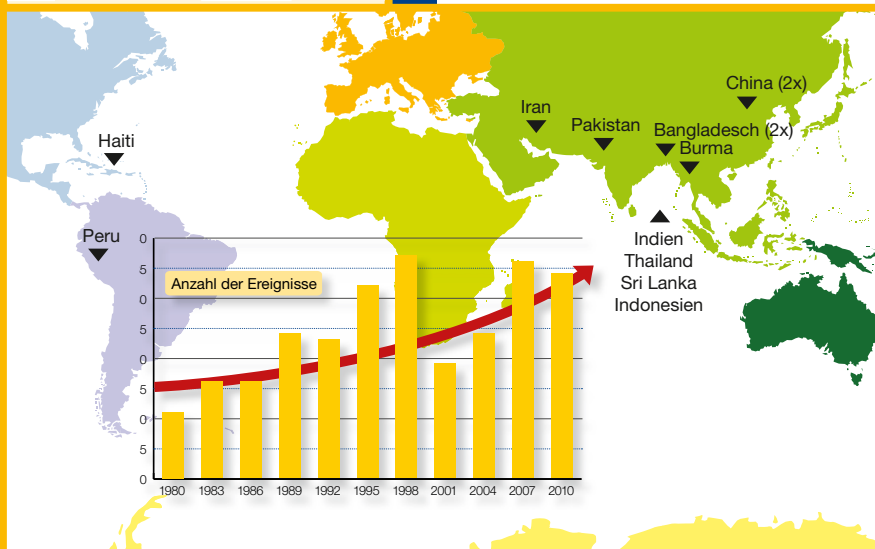
Weltweit hat die Zahl und Zerstörungskraft von Naturkatastrophen in den vergangenen Jahrzehnten deutlich zugenommen. Die Reisebranche hilft, wenn Menschen durch Katastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Brände in Not geraten sind. Der 2002 ins Leben gerufene Verein DRV Hilfe ohne Grenzen nutzt dafür die einmaligen logistischen Möglichkeiten und das weltumspannende Transportmittelnetz seiner Mitglieder, darunter Reiseunternehmen und Fluggesellschaften. Der Verein setzt auf langfristiges Engagement und beteiligt sich über Jahre hinweg an den Wiederaufbaumaßnahmen in den Krisenregionen:

Tsunami in Asien

In der bislang größten Solidaraktion der Reisebranche stellte der DRV Hilfe ohne Grenzen über 800 000 Euro für die im Dezember 2004 durch den Tsunami verwüsteten Länder bereit. Zwei Jahre lang blieb der Verein in der Region aktiv und initiierte elf Projekte, etwa den Wiederaufbau von Pre-Schools für Kinder im Alter von zwei bis fünf Jahren, von Krankenhäusern und von Kinderheimen. Nicht zuletzt dank der Unterstützung der Reisebranche hat sich die Lage in den Ländern inzwischen wieder weitgehend normalisiert. Auch die Politik hat die Arbeit von DRV Hilfe ohne Grenzen im Rahmen einer Sitzung des Tourismusausschusses 2010 ausdrücklich gelobt.

Erdbeben in Haiti

Das verheerende Erdbeben in Haiti Anfang 2010 hat rund 1,5 Millionen Menschen obdachlos gemacht – zwei Drittel von ihnen haben bis heute kein Dach über dem Kopf. Die Infrastruktur des Landes wurde fast vollständig zerstört. Der DRV Hilfe ohne Grenzen leistet nun, nachdem Haiti aus dem Fokus der Öffentlichkeit verschwunden ist, seinen Beitrag zur Krisenbewältigung. Der Verein unterstützt hierbei das Projekt der Deutschen Welthungerhilfe zum Wiederaufbau einer Berufsschule – wichtige Voraussetzung einer funktionierenden Sozialstruktur.



Insgesamt ist die Zahl der jährlichen Naturkatastrophen mit großem Ausmaß in den letzten 30 Jahren angestiegen.

Flut in Pakistan

Eine gigantische Flutwelle überschwemmte im August vergangenen Jahres weite Teile von Pakistan. Der DRV Hilfe ohne Grenzen hat dem Bündnis Entwicklung Hilft Spendengelder zur Verfügung gestellt. Über Partner vor Ort konnte der Aufbau von mehr als 300 Nothilfecamps unterstützt werden, in denen rund 175 000 Menschen mit Zelten, Lebensmitteln, Wasser sowie sanitärer und medizinischer Hilfe versorgt wurden. Über 100 000 Euro an Spendengeldern konnte der Verein bei seinen Mitgliedern dafür sammeln.

Ein weiteres Land benötigt Hilfe: Seit Januar 2011 sammelt der Verein Mittel für die in Brasilien vom schlimmsten Erdbeben der Landesgeschichte betroffenen Menschen – 50 000 Euro stehen für die Projektarbeit vor Ort zur Verfügung.

Quelle: Munich Re Topics Geo 2010

Nachhaltigkeit: Reisebranche treibt Thema voran

Tourismus lebt von einer intakten Natur und gesunden Sozialstrukturen in den Reiseländern. Ressourcenschutz und soziales Engagement sind für die Reisebranche daher von größter Bedeutung. Die Reiseunternehmen treiben das Thema in zahlreichen Projekten und Foren voran. Branchenübergreifend setzt sich der Deutsche ReiseVerband mit eigenen Initiativen für nachhaltige Entwicklung in Tourismusregionen ein. Drei Beispiele:

Umweltschutz: EcoTrophea für vorbildliche Projekte

Einmal jährlich kürt der DRV Tourismusprojekte, die im Bereich Nachhaltigkeit neue Maßstäbe setzen. Der Verband ist dabei Vorreiter: Bereits seit 1987 – die Umweltbewegung steckte damals noch in den Kinderschuhen – wird die EcoTrophea verliehen. Seitdem hat sich die Zahl der Bewerber vervielfacht, die Preisträger gelten weltweit als Vorbilder. Die Auszeichnung setzt Zeichen und motiviert andere Anbieter im Tourismusbereich zu noch mehr eigenem Engagement.

Kinderschutz: Gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern

Die kommerzielle sexuelle Ausbeutung von Kindern ist ein weltweites Problem, das auch viele Urlaubsländer betrifft. Gemeinsam mit seinen Partnern setzt sich der DRV seit Jahren für eine Sensibilisierung von Beschäftigten im Tourismus sowie von Reisenden ein. Zuletzt half der Verband 2010 bei der Verbreitung des Videoclips „Witness“, der Reisende auffordert, bei Kindesmissbrauch nicht wegzusehen, sondern zu handeln. Das Faltblatt „Kleine Seelen, große Gefahr“ klärt zudem Urlauber über Hintergründe und Hilfsmöglichkeiten auf, beispielsweise durch eine Meldung von Verdachtsfällen an die neu eingerichtete Meldeadresse stopp-missbrauch@bka.de. Gemeinsam mit Tourismusverantwortlichen und in Kooperation mit seinen Partnern sowohl in Deutschland als auch in den Reiseländern führt der DRV zudem Schulungen in Tourismusunternehmen durch, um Mitarbeitern konkrete Handlungsempfehlungen zu vermitteln.

Nachhaltigkeitsinitiative: Futouris finanziert CSR-Projekte

Als Schirmherr unterstützt der Deutsche ReiseVerband darüber hinaus die Nachhaltigkeitsinitiative Futouris, die seit 2009 zahlreiche Projekte in den Zielländern durchführt. Die Erfolge sprechen für sich:

- **Erreicht:** Über ein Dutzend Projekte wurden bislang weltweit gefördert, Schwerpunkte sind Bildung, Umwelt- und Klimaschutz sowie der Erhalt der biologischen Vielfalt in Reiseländern. Wichtige Projekte aus dem Jahr 2010 sind beispielsweise „Lebensnester“ und „Wa(h)lheimat“, hier stehen der Wiederaufbau zerstörter Lebensräume auf Haiti sowie der Aufbau eines Wal- und Delfinbeobachtungsnetzwerkes unter Beteiligung von lokalen Akteuren auf Teneriffa im Vordergrund.
- **Erweitert:** Der im Oktober 2010 neu gegründete Wissenschaftsbeirat von Futouris besteht aus renommierten, international tätigen Experten auf dem Gebiet des nachhaltigen Tourismus. Diese entwickeln Projektstandards und sorgen für eine langfristige Sicherung und Qualifizierung des Nachhaltigkeitsanspruches bei Futouris.



Dr. Peter Zimmer (l.), ehemaliger Vorsitzender der DRV-Umweltjury, Christina Arndt (m.), Leiterin des DB-Geschäftsreisevertriebs, Peter Westenberger (r.), Leiter Nachhaltigkeits- und Umweltinformation der DB bei der Übergabe der DRV-Umweltauszeichnung

Gewinner der EcoTrophea 2010

Umweltverträgliche Mobilität ist ein Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit. Die Deutsche Bahn (DB) setzt hier mit ihren „Umwelt-Plus“-Angeboten ein Zeichen: Die DB kauft vorab Strom aus erneuerbaren Energien und speist diese in ihr Stromnetz ein. Unternehmen oder touristische Anbieter können dann die komplett CO₂-freien „Umwelt-Plus“-Bahnreisen buchen. Emissionen werden damit von vornherein vermieden. Am Ende des Geschäftsjahres erhalten die Kunden von der DB eine vom TÜV Süd geprüfte Bescheinigung über die CO₂-Einsparungen. Mit den Einnahmen finanziert die DB zudem den Neubau von Anlagen zur Produktion von regenerativen Energien. Das Angebot soll demnächst auch für Privatkunden zur Verfügung stehen. Für dieses vorbildliche Angebot wurde die Bahn mit der DRV-Auszeichnung EcoTrophea 2010 ausgezeichnet.

Ihre Ansprechpartner

Als Deutscher ReiseVerband (DRV) sind wir erster Ansprechpartner für Politik und Ministerien bei allen Fragen rund um das Thema Tourismus.



Hans-Gustav Koch
Hauptgeschäftsführer

☎ +49 (0) 30 28406-0
✉ koch@drv.de



Anne Steinbrück
Europabeauftragte,
Referentin Business Travel

☎ +49 (0) 30 28406-45
✉ steinbrueck@drv.de



Torsten Schäfer
Leiter Kommunikation

☎ +49 (0) 30 28406-20
✉ schaefer@drv.de



Sibylle Zeuch
Pressesprecherin

☎ +49 (0) 30 28406-15
✉ zeuch@drv.de

Der DRV repräsentiert Reiseveranstalter und Reisebüros aller Organisationsformen und Größen, ebenso wie Anbieter von Einzelleistungen in der Reisebranche und ausländische Fremdenverkehrsämter gegenüber Politik, Wirtschaft und Medien im In- und Ausland.

Die DRV-Mitglieder erwirtschaften über 80 Prozent des Umsatzes des deutschen Reisebüro- und Reiseveranstaltermarktes. Mitgliedsunternehmen vom inhabergeführten Einzelunternehmen bis zum börsennotierten internationalen Konzern machen den DRV zu einem der weltweit größten und einflussreichsten Verbände der Reisebranche.

Herausgeber:

DRV Deutscher ReiseVerband e.V.
Schicklerstraße 5-7
10179 Berlin

Verantwortlich:

Torsten Schäfer
Leiter Kommunikation

Agenturpartner:

Blumerry GmbH,
Berlin

Redaktionsschluss:

29. April 2011