

Der Brexit kommt:
Unsicherheit in der Reisebranche 01

Thomas Bareiß:
„Bewusstsein für
Tourismusthemen schaffen“ 03

**Tourismusstrategie
der Bundesregierung:**
Auslandsreisegeschäft
berücksichtigen 04

Abmahnungen:
Missbrauch im Sinne des fairen
Wettbewerbs eindämmen 05

Gedruckte Preisteile:
Digitale Alternativen ermöglichen 06

Ansprechpartner 07

Der Brexit kommt: Unsicherheit in der Reisebranche

Großbritannien kehrt der EU den Rücken. Seit November gibt es eine Einigung über die Bedingungen des Austritts. Das britische und das europäische Parlament müssen dieser aber noch zustimmen. Dafür ist noch bis März 2019 Zeit. Die Reisebranche steht vor rechtlichen Unsicherheiten.

Harter oder weicher Brexit?

Wenn das Austrittsabkommen nicht ratifiziert wird, gilt ab dem 30. März 2019 im Vereinigten Königreich das EU-Recht nicht mehr (= harter Brexit). Sollten Europaparlament und britisches Parlament zustimmen, gilt eine Übergangsfrist bis Ende 2020 (= weicher Brexit). Während dieser Frist wäre EU-Recht weiterhin anwendbar. Beide Szenarien bringen Unsicherheiten für die Reisebranche mit sich. Wesentliche Themen in der Übersicht:

→ **Stillstand im Flugverkehr:** Mit dem Brexit verlässt Großbritannien auch den gemeinsamen europäischen Luftraum. Die Folge: Alle Überflugrechte müssen neu ausgehandelt werden. Das braucht Zeit. Im Falle eines harten Brexit ist denkbar, dass Teile des Flugverkehrs zwischen Großbritannien und der EU für eine Weile zum Erliegen kommen. Langstreckenflüge mit Umsteigen zum Beispiel in London oder Manchester wären betroffen. Denn es gibt – im Gegensatz zu anderen Politikbereichen – keine WTO-Regelungen, auf die ersatzweise zurückgegriffen werden könnte.

→ **Risiken für Kunden:** Reiseunternehmen spüren diese Unsicherheit bereits jetzt. Sie müssen ihre Kunden über Risiken informieren, die sich aus dem Brexit ergeben. So können Reisen von, über oder nach Großbritannien nächstes Jahr auch kurzfristig storniert werden, sollten sie Brexit-bedingt nicht mehr durchgeführt werden.

→ **Visumpflicht:** Grenzkontrollen bei der Einreise nach Großbritannien sind schon jetzt die Regel, da das Land nicht zum Schengen-Raum gehört. Es kann nicht ganz ausgeschlossen werden, dass EU-Bürger nach dem Brexit visumpflichtig werden. →



Wichtige Ziele

Mobilität erhalten: Zu einem Stillstand des Flugverkehrs darf es nicht kommen. Leidtragende wären Reisende und Unternehmen. Volkswirtschaftliche Schäden in beträchtlicher Höhe wären die Folge. Daher ist zu hoffen, dass das Parlament in Großbritannien einem geregelten Brexit zustimmt und die kommenden Jahre nutzt, um die Flugrechte neu auszuhandeln. Eine Visumpflicht sollte auf jeden Fall verhindert werden. Nicht nur wäre der bürokratische Mehraufwand enorm. Vor allem wäre die Reisefreiheit erheblich eingeschränkt – eine der wichtigsten Errungenschaften in Europa.

Übergangsfrist verlängern: Es ist möglich, die geltende Brexit-Übergangsfrist zu verlängern, um mehr Zeit für Verhandlungen zu haben. Dem müssten alle 27 EU-Staaten zustimmen. Eine Verlängerung wäre wünschenswert. Die Wirtschaft hätte mehr Zeit, um sich an die neuen Rahmenbedingungen anzupassen.

Notfallplanung: Ein ungeordneter Austritt Großbritanniens ist für die Reisewirtschaft die denkbar schlechteste Lösung. Zwar hat die EU-Kommission für diesen Fall Notfallpläne verabschiedet. Diese sehen ad-hoc Maßnahmen vor, etwa um den Flugverkehr am Laufen zu halten. Es bleibt zu hoffen, dass diese Pläne nicht zum Einsatz kommen müssen.

Wahrscheinlicher ist, dass es künftig ähnliche Regelungen geben wird wie etwa in Norwegen, wo sich EU-Bürger nur 90 Tage ohne Visum aufhalten dürfen. Zeitaufwändige Grenzkontrollen sind in jedem Fall zu erwarten.

→ **Niederlassungsfreiheit:** Nach dem Brexit gilt die Niederlassungsfreiheit innerhalb der EU für britische Unternehmen nicht mehr. Betroffen sind insbesondere Gesellschaften in der Rechtsform einer „Limited“. In Deutschland werden diese Kapitalgesellschaften künftig wie Personengesellschaft behandelt. Die Folge ist existenzgefährdend: Gesellschafter oder Aktionäre müssten persönlich und unbeschränkt für die Verbindlichkeiten der Limited haften. Die Limited ist auch eine in der Reisebranche häufige Rechtsform. Sonderregelungen für eine gesellschaftsrechtliche Anerkennung sind daher notwendig.

Reiselustige Briten für die EU erhalten

Rund 564 Millionen Auslandsübernachtungen haben Briten 2016 in EU-Staaten verbracht. Es ist im Interesse der EU-27, diese britischen Gäste auch weiterhin begrüßen zu können.

Anzahl der Auslandsübernachtungen in EU-Staaten nach Wohnsitz, Angabe in Millionen

771

 Deutschland

564

 Vereinigtes
Königreich

200

 Frankreich

173

 Niederlande

113

 Spanien

105

 Polen

99

 Belgien

77

 Italien

73

 Schweden

72

 Österreich

Quelle: Eurostat; Auswahl: Top-10-Länder



© www.thomas-bareiss.de

Thomas Bareiß

Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie und Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus

Thomas Bareiß: „Bewusstsein für Tourismusthemen schaffen“

Im Interview: Thomas Bareiß, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie und Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus.

Wie wollen Sie in der nationalen Tourismusstrategie den **Outgoing-Tourismus** berücksichtigen?

„Wir wollen mit der Tourismusstrategie die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Deutschland, also auch der hier ansässigen Reisewirtschaft, stärken. Wir werden uns nicht auf den Inlands- und Incoming-Tourismus beschränken. Ein wichtiges Anliegen ist es mir, bei Regulierungsthemen in allen Politikbereichen mehr Bewusstsein und Sensibilität für tourismusspezifische Belange zu erreichen. Hiervon wird auch der Outgoing-Tourismus profitieren. Auch der Beitrag des Tourismus zur wirtschaftlichen Stabilisierung von Entwicklungs- und Schwellenländern wird eine Rolle spielen.“

Welche Erwartungen haben Sie an das **Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes**?

„Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes dient uns dazu, den Dialog mit der gesamten, ja sehr vielschichtigen Tourismusbranche zu intensivieren. Es soll uns konkret dabei unterstützen, innovative Projekte mit Modellcharakter zu fördern; dazu haben wir gerade die neue Fördermaßnahme LIFT (Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus) gestartet. Schließlich soll uns das Kompetenzzentrum helfen, langfristige Herausforderungen für den Tourismusstandort Deutschland zu identifizieren.“

Welche Schritte unternehmen Sie, um das Ziel der **Abschaffung der Urlaubssteuer** zu erreichen?

„Ich führe derzeit viele Gespräche im politischen Raum, um Möglichkeiten einer Lösung zu sondieren, die leider nicht so einfach ist wie die Frage suggeriert. Aber wenn man in der Sache etwas erreichen will und nicht nur Schaufensterpolitik betreibt, führt man solche Gespräche besser hinter den Kulissen.“

Kennzahlen zum deutschen Reisemarkt 2017

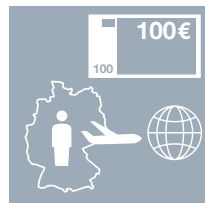
70 Mio.

Reisen haben die Deutschen unternommen



74 Mrd. €

haben die Deutschen für Auslandsreisen ausgegeben



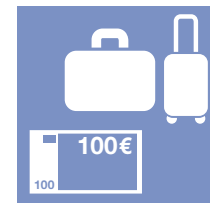
33,7 Mrd. €

Umsatz haben die deutschen Reiseveranstalter erzielt



26,4 Mrd. €

Umsatz haben die deutschen Reisebüros erzielt



(Urlaubs- und Geschäftsreisen)

Tourismusstrategie der Bundesregierung: Auslandsreisegeschäft berücksichtigen

Die Deutschen reisen gern und viel. 72 Prozent ihrer Reisen gehen ins Ausland. Nur 28 Prozent bleiben im eigenen Land. Das Auslandsreisegeschäft sichert und schafft Arbeitsplätze und sorgt für umfangreiche Investitionen – auch in Deutschland. Die Tourismusstrategie der Bundesregierung sollte international aufgestellt sein und den Outgoing-Tourismus entsprechend berücksichtigen.

Zeitplan



- **Offene Grenzen erhalten:** Freizügigkeit und Reisefreiheit innerhalb der EU sind die Kerngedanken der europäischen Integration. Es gilt sie unbedingt zu erhalten: Das Schengener Abkommen darf nicht zur Disposition gestellt werden.
- **Tourismus als Stabilisator nutzen:** Der Tourismus gehört zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in Schwellen- und Entwicklungsländern. Öffentliches und privates Engagement sollte weiter vorangetrieben und die Attraktivität der bereits vorhandenen Infrastruktur weiter verbessert werden.
- **Praxistauglichkeit des Reiserechts sicherstellen:** Die EU-Pauschalreiserrichtlinie wurde in deutsches Recht umgesetzt. Im Rahmen des vorgesehenen Evaluationsprozesses sollte die Bundesregierung frühzeitig die Rückkoppelung mit dem europäischen Gesetzgeber suchen.
- **Augenmaß beim Verbraucherschutz:** Reisende sind bereits jetzt sehr gut geschützt, insbesondere durch das Reiserecht. Es gibt seit langem die Möglichkeit, dass mehrere Personen ihre Klagen verbinden und gemeinsam ihr Recht durchsetzen. Sammelklagen, bei der die Kläger nicht selbst am Prozess teilnehmen und ihre Schadensersatzansprüche nicht individuell geprüft werden, sind daher unnötig.
- **Faire steuerliche Rahmenbedingungen:** Es drohen Einbußen, Geschäftsaufgaben und Arbeitsplatzverluste, weil die Finanzbehörden den Einkauf von Hotelzimmerkontingenten der Gewerbesteuer unterwerfen. Bei dieser gewerbesteuerlichen Hinzurechnung handelt es sich faktisch um eine Urlaubssteuer. Diese muss abgeschafft werden.
- **Flexible Sonn- und Feiertagsregelungen für Call Center:** Reisende erwarten zurecht, dass sie ihren Urlaub auch abends und am Wochenende buchen können. Geschäftsreisende sind darauf angewiesen, kurzfristig umbuchen zu können. Dafür brauchen Reiseunternehmen Call Center, die auch sonn- und feiertags arbeiten dürfen.
- **Digitalisierte Preisteile:** Immer noch sieht der Gesetzgeber gedruckte Preisteile in Reisekatalogen obligatorisch vor. Dies ist weder aus ökonomischer, noch aus ökologischer Perspektive sinnvoll. Die Politik sollte den Weg frei machen für digitale Alternativen, die den Kunden aktuell und transparent informieren.

Anstieg der Abmahnungen

Viele kleine und mittelständische Reisebüros erhalten vermehrt Abmahnungen, vor allem wegen Formfehlern in Impressum und Datenschutzerklärung. Das deckt sich mit der Entwicklung im gesamten Online-Handel. 2017 landete jede fünfte Abmahnung zeit- und kostenintensiv vor Gericht. Dabei dienen Abmahnungen ursprünglich dazu, Gerichtsverfahren zu vermeiden und Verstöße schnell und einfach zu beseitigen.

Anteil der Abmahnungen im
Online-Handel, die gerichtlich
geklärt werden müssen

2015
7%

2016
13%

2017
20%



Quelle: Händlerbund

Abmahnungen: Missbrauch im Sinne des fairen Wettbewerbs eindämmen

Die Bundesregierung will gegen unseriöse Abmahnungen vorgehen. Das ist gut, denn in der Reisebranche sind missbräuchliche Abmahnungen häufig. Schein-Mitbewerber wie Briefkastenfirmen belasten insbesondere kleine Reisebüros. Dem soll nun ein Riegel vorgeschoben werden. Der Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs geht in die richtige Richtung. Er weist aber Schwachstellen auf.

Unseriöse Abmahnungen

Immer wieder kommt es vor, dass Reisebüros wegen Kleinigkeiten abgemahnt werden. Etwa wegen fehlender Angaben im Impressum des Internetauftritts oder fehlerhafter Datenschutzerklärungen. Häufig steckt ein finanzielles Eigeninteresse von unseriösen Mitbewerbern, „Abmahnvereinen“ und deren Rechtsanwälten dahinter. Oft stehen die Abmahner in keinem echten Wettbewerbsverhältnis zu den Abgemahnten. Das Problem: Dies schadet nicht nur den Unternehmen, sondern bringt auch berechtigte Abmahnungen in Verruf.

Fairen Wettbewerb sichern

Das geplante Gesetz stellt Abmahnungen nicht grundsätzlich in Frage. Die Bundesregierung will nur den Missbrauch damit unterbinden: Wirtschaftsverbände sollen abmahnen dürfen, aber nur, wenn sie in einer Liste beim Bundesamt für Justiz geführt und wenn die Interessen ihrer Mitglieder unmittelbar betroffen sind. Neu ist zudem, dass Abmahnende nachweisen müssen, dass sie tatsächlich in echter Konkurrenz zueinander stehen. Das sichert den fairen Wettbewerb.

Finanzielle Anreize unterbinden

Abmahnungen sollen sich nicht mehr finanziell lohnen. Wer nur Kleinigkeiten abmahnt, bekommt seine Aufwendungen im Rahmen der Abmahnung künftig nicht mehr erstattet. So wird es wohl seltener zu kostenintensiven Gerichtsverfahren kommen, die insbesondere kleine Unternehmen belasten – für die mittelständisch geprägte Reisebranche eine gute Nachricht.

Nachbesserungsbedarf angehen

Der Gesetzentwurf ist ein Schritt in die richtige Richtung. Er enthält allerdings noch zu viele unbestimmte Rechtsbegriffe, die der Auslegung bedürfen. Das steht dem Ziel, die Zahl der Gerichtsverfahren zu reduzieren, entgegen. Außerdem sind die Hürden für die Eintragung in die Liste beim Bundesamt für Justiz immer noch nicht hoch genug. Unseriöse Verbände könnten die Anforderungen zumindest formal erfüllen. Nicht zuletzt ist der Online-Handel mit weitem Abstand am meisten von missbräuchlichen Abmahnungen betroffen. Daher sollte für diesen Bereich die Klagebefugnis für Konkurrenten ausgeschlossen werden, soweit es sich um Verstöße gegen bestimmte formale Kennzeichnungs- und Informationspflichten handelt.

Ressourcenverschwendung



Das entspricht einem Gewicht von



und legt man die Blätter nebeneinander,
einer Fläche von



Gedruckte Preisteile: Digitale Alternativen ermöglichen

Der Gesetzgeber sieht bis heute gedruckte Preisteile in Reisekatalogen obligatorisch vor. Sie liegen den Katalogen in Millionenaufgabe bei. Dies ist weder aus ökonomischer, noch aus ökologischer Perspektive sinnvoll. Die Politik sollte den Weg frei machen für digitale Alternativen, die den Kunden aktuell und transparent informieren. Dafür müssten drei Gesetze geändert werden.

Nicht nachhaltig

Tausende Tonnen Papier werden jedes Jahr für separate Preisteile in Reisekatalogen bedruckt. Entsprechend groß sind die Kosten für Transport, Lagerung und Entsorgung. Das ist aus ökologischer Perspektive nicht vertretbar. Zudem hat sich das Nutzerverhalten stark verändert: Kunden informieren sich in der Regel online oder im Reisebüro. Es ist daher davon auszugehen, dass ein Großteil der Preisteile ungelesen im Altpapier landet.

Digital und transparent

Digitale, nachhaltige Alternativen existieren bereits. Sie erlauben die transparente Aufschlüsselung der zahlreichen Preisvarianten in Abhängigkeit von Abflughafen, Terminen, Zimmerkategorien etc. Im Reisebüro oder bei der Online-Buchung erhalten Kunden vor er Buchung ohnehin den aktuellen Reisepreis – das ist bereits jetzt gelebte Praxis. Der Gesetzgeber sollte hier dem Fortschritt nicht im Weg stehen. Im Katalog sollten Preisindikationen, z.B. in Form von Preisspannen, ausreichen.

EU-Richtlinien ändern

Wünschenswert wäre, wenn in Zukunft in Katalogen auf die Möglichkeit einer Preisanfrage verwiesen werden könnte. Der Weg dorthin ist allerdings nicht einfach. Es müssten zwei europäische Richtlinien und ein deutsches Gesetz geändert werden.

Erstens die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken. Sie regelt, dass der Preis zu den wesentlichen Informationen gehört, die der Verbraucher vorliegen haben muss, wenn er – etwa in einem Katalog – zum Kauf aufgefordert wird. Wird der Preis nicht genannt, liegt eine unzulässige irreführende Unterlassung vor. In Deutschland findet sich die entsprechende Regelung im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Zweitens legt die europäische Verbraucherrichtlinie fest, dass der Gesamtpreis einer Dienstleistung zu den vorvertraglichen Informationspflichten gehört, die ein Anbieter dem Kunden zur Verfügung stellen muss.

Preisangabenverordnung modernisieren

Schließlich sollte die deutsche Preisangabenverordnung modernisiert werden. Sie stammt aus dem Jahr 1985 und fordert bei der Werbung für Dienstleistungen und Produkte die Angabe des Endpreises. Eine zeitgemäße Anpassung tut Not: Unternehmen sollten auch online über Preise informieren dürfen.

POLITIKBRIEF

der Reisewirtschaft für Entscheider
in Politik, Medien und Wirtschaft

AUSGABE WINTER 2018

Impressum

Herausgeber

Deutscher Reiseverband
German Travel Association
Schicklerstraße 5–7
10179 Berlin
T +49 30 28406-0
info@drv.de
drv.de

Projektleitung

Dr. Ellen Madeker

Verantwortlich

Torsten Schäfer

Agenturpartner

Köster Kommunikation
GDE | Kommunikation gestalten

Redaktionsschluss

3. Dezember 2018



Ihre Ansprechpartner



Norbert Fiebig

Präsident

T +49 (0) 30 28406-12
fiebig@drv.de



Dirk Inger

Hauptgeschäftsführer

T +49 (0) 30 28406-12
inger@drv.de



Torsten Schäfer

Leiter Kommunikation

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



Dr. Ellen Madeker

Leiterin Politische
Kommunikation

T +49 (0) 30 28406-57
madeker@drv.de



Volker Adams

Leiter Politik

T +49 (0) 30 28406-45
adams@drv.de



Alexandra Wolfram

Europabeauftragte

T +49 (0) 30 28406-46
wolfram@drv.de

Der DRV

Als Spitzenverband repräsentiert der DRV die Reisewirtschaft in Deutschland und setzt sich vor allem für die Belange von Reiseveranstaltern und Reisemittlern ein. Hinter dem DRV steht eine bedeutende Wirtschaftskraft: Seine Mitglieder repräsentieren den größten Teil des Umsatzes im Reiseveranstalter- und Reisemittlermarkt. Mehrere Tausend Mitgliedsunternehmen, darunter zahlreiche touristische Dienstleister, machen den DRV zu einer starken Gemeinschaft, die die vielfältigen Interessen bündelt – nach dem Motto „Die Reisewirtschaft. Alle Ziele. Eine Stimme.“



twitter.com/DRVde



instagram.com/deutscher_reiseverband



facebook.com/DRVde



youtube.com/DRVvideo