



---

**Es gilt das gesprochene Wort!**

**Sperrfrist: 18. Februar 2008, 13:30 Uhr**

## **Rede**

der  
Bayerischen Staatsministerin  
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

## **Emilia Müller**

anlässlich  
des Bayerischen Tourismustages 2008

am 18. Februar 2008  
in München

## **Gliederung**

I.	Tourismus – weltweite Zukunftsbranche	1
II.	Benchmark Bayern	2
III.	2007 – Tourismusrekordjahr im Freistaat	3
IV.	Bayern – Tourismus im Fokus	4
V.	Bayerns Tourismus auf dem Weg nach 2020	7
VI.	Wiedereintritt Bayerns in den DTV	15

## I. Tourismus – weltweite Zukunftsbranche

Sehr geehrte Damen und Herren,  
herzlich willkommen auf dem **Bayerischen Tourismustag 2008!** Ich freue mich, dass wieder so viele Mitstreiterinnen und Mitstreiter für den weiß-blauen Tourismus zu diesem traditionellen Stell-dichein gekommen sind.

Der **Tourismus** ist eine der **weltweit wichtigsten Branchen** und einer der am **stärksten wachsenden Wirtschaftsbereiche**. Allein beim internationalen Reiseverkehr geht die Welttourismusorganisation von einer Verdoppelung der Ankünfte auf 1,6 Mrd. bis zum Jahr 2020 aus.

Ich habe den diesjährigen Bayerischen Tourismustag unter das **Motto „Tourismus in Bayern 2020“** gestellt. Deshalb bin ich äußerst gespannt auf das nachfolgende Impulsreferat, für das wir mit **Herrn Matthias Horx** einen der renommiertesten Auguren in Europa gewinnen konnten.

Ebenso herzlich begrüße ich die nationale Tourismus-Kompetenz mit **Herrn Ernst Hinsken**,

**Tourismusbeauftragter der Bundesregierung, und Herrn Reinhard Meyer, den neuen Präsidenten des Deutschen Tourismusverbandes.**

## **II. Benchmark Bayern**

**Bayern** ist heute auf vielen Gebieten „**Benchmark**“ in Deutschland. Sei es beim Wachstum, sei es bei der Schaffung neuer Arbeitsplätze, sei es bei der Konsolidierung der öffentlichen Haushalte.

Diese erfolgreiche Politik setzt die Staatsregierung mit dem aktuellen **Programm „Zukunft Bayern 2020 – Kinder, Bildung, Arbeitsplätze“** konsequent fort. Auch im Jahr 2020 soll gelten:

Der Freistaat

- ist Innovationsland Nummer 1;
- ist Wachstumsspitzenreiter;
- bietet Arbeitsplätze für alle.

Ich bin mir sicher: Dazu wird auch der Tourismus einen gewichtigen Beitrag leisten.

### III. 2007 – Tourismusrekordjahr im Freistaat

Im Tourismus verfügt Bayern über eine glänzende Ausgangslage. Unsere **Tourismusbilanz 2007** verdeutlicht das eindrucksvoll: **2007** war das **beste Jahr seit** dem weltweit erfolgten touristischen Einschnitt durch den 11. September **2001**.

- Mit **26,4 Mio. Ankünften** und einem **Plus von 3,6 %** verzeichnete Bayern den **vierten Gästerekord in Folge**.
- Aufwärts ging es auch bei den **Übernachtungen: 76,2 Mio.** bedeuteten ein Plus von über 2 %.
- **Mehr als jede fünfte Übernachtung bundesweit** erfolgte zwischen Aschaffenburg und Berchtesgaden.

Der **konjunkturelle Aufschwung** ist 2007 **bei den bayerischen Beherbergungsbetrieben** angekommen – erfreulicherweise **in allen Landesteilen**. Alle bayerischen Regierungsbezirke verzeichneten ein Gästeplus.

Auch für den **bayerischen Tourismus 2008** bin ich **optimistisch**.

**Die Konjunktur ist intakt.** Die Zunahmen beim Reisebudget liegen über der Entwicklung beim privaten Konsum. Die aktuelle Reiseverkehrsbi-  
lanz der Dresdner Bank erwartet für Deutschland sowohl bei den Ausgaben der einheimischen Ur-  
lauber als auch der ausländischen Gäste **Zu-  
wächse von 4 %**. Gerade von der Zunahme aus-  
ländischer Besucher sollte Bayern wieder über-  
proportional profitieren.

#### **IV. Bayern – Tourismus im Fokus**

Der **bayerische Tourismus** ist als **Leitökonomie** im Freistaat **2007 noch stärker in den öffentli-  
chen und politischen Fokus** gerückt.

Die Staatsregierung hat mit dem **Regierungs-  
programm „Bayern 2020“**, der **beschlossenen  
Tourismusoffensive** und der **Regierungserklä-  
rung von Ministerpräsident Dr. Beckstein** ein  
deutliches **Signal** an die Branche gesetzt.

Ich erinnere insbesondere an

- die von uns initiierte **Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für die Berg- und Seilbahnen,**
- die **Aufstockung des 100-Millionen-Sonderförderprogramms für die bayerische Hotellerie auf 300 Millionen €** und
- die äußerst erfolgreich angelaufene und von uns mitfinanzierte **Image- und Marketingkampagne für die bayerischen Heilbäder.**

Die **Mehrheitsfraktion im Landtag** unterstützt unsere Linie. Sie hat **zusätzlich 1,6 Mio. €** für das Tourismusmarketing und die Weinwerbung im Nachtragshaushalt 2008 **bereitgestellt**. Damit sind weitere touristische Impulse möglich. Dafür an dieser Stelle mein ausdrücklicher Dank!

- Anrede -

Wir haben neue touristische Leuchtturmprojekte aktiv begleitet und binden diese ins Bayern-Marketing mit ein. Das reicht vom

- modernisierten Erlebnisbergwerk in Berchtesgaden,
- dem Goldsteig-Prädikatswanderweg in Ostbayern

- über die BMW-Welt
- und die Vorzeige-Hotelbauten Kranzbach und Elmau im Werdenfelser Land
- bis hin zum Kurzentrum Weißenstadt in Oberfranken
- und zum neuen Jugend- und Familiengästehaus Nördlingen.

Ein besonderes Highlight war die Aufnahme der **Tourismusmarke Bayern** in den Olymp der **77 deutschen Superbrands** im vergangenen Herbst. Darunter finden sich so bekannte Marken wie Lufthansa, Miele, Haribo und Nivea. Wir sind die **einzige Destination** in diesem illustren Kreis. Das ist ein **Ritterschlag** für den Tourismusstandort Bayern und insbesondere für die Arbeit unserer Bayern Tourismus Marketing GmbH!

**Auf der letztjährigen ITB in Berlin** hat sich der Tourismus-Standort Bayern erstmals **als attraktive Einheit** mit all seinen Facetten präsentiert. Zu diesem Bayern-Auftritt gratuliere ich allen Beteiligten.

## V. Bayerns Tourismus auf dem Weg nach 2020

- Anrede -

Der touristische Erfolg Bayerns muss laufend und immer härter erarbeitet werden. Bei aller Freude über das Wachstum muss es uns als **souveränen Spitzenreiter** gelingen, **weitere Marktanteile in Deutschland zu gewinnen!**

Um dieses Ziel zu erreichen, setze ich auf eine vielfältige Strategie. Wir brauchen eine verbesserte **Imagepflege, Internationalität, Innovation, Individualisierung, Investitionsfreundlichkeit, Kooperation und Qualität.**

### Mehr Qualität

Die Qualitätssteigerung wird auch in den nächsten Jahren ein **Dauerbrenner** sein. Sie war letztes Jahr zentrales Thema am Tourismustag. Wir stehen in Bayern im unmittelbaren Vergleich und Wettbewerb zu unseren österreichischen und schweizer Nachbarn – das ist auch ein Ansporn. Deshalb dürfen wir nie aufhören, besser zu werden!

Ansatzpunkt Nr. 1 ist **der Service**. Ich erhoffe mir viel vom neuen Qualitätssiegel **ServiceQualität Bayern** des BHG. In zwei Wochen auf dem Tag des bayerischen Gastgewerbes wird der Startschuss für das von uns finanziell unterstützte Projekt gegeben. Der Gast und auch der potentielle Urlauber müssen spüren, wie sehr sich unsere Tourismusakteure für sie einsetzen.

Ansatzpunkt Nr. 2 ist die **touristische Infrastruktur**. Sowohl der turnusmäßige **Betriebsvergleich für das bayerische Hotel- und Gaststättengewerbe** als auch die in den Medien breit, aber leider viel zu pauschalierend behandelte **Studie zum Investitionsstau** haben uns folgendes vor Augen geführt:

Im bayerischen Gastgewerbe sind **weitere Verbesserungen nötig**, auch wenn wir mittlerweile schon **auf einem guten Weg** sind.

Ich nehme die Resultate und Empfehlungen sehr ernst. Deshalb werden wir **künftig nicht nur Modernisierungen**, sondern **auch Neuinvestitionen fördern**, wenn entsprechender Bedarf be-

steht. D.h. wir erweitern unser Förderprinzip auf „*Qualität und Wettbewerb*“.

### **Mehr Investitionsfreundlichkeit**

Wir brauchen darüber hinaus auch vor Ort ein **Klima, das offen für touristische Investitionen** ist. Das soll Investoren und Betreiber nicht davon entbinden, bei diesen meist sensiblen Themen transparent zu agieren und zu überzeugen. Aber wichtige **touristische Leuchttürme** können sich nicht entwickeln ohne die Menschen, die mit ihren Ideen und ihrer Beharrlichkeit dahinter stehen.

### **Mehr Innovation**

Auch im Tourismusbereich brauchen wir **verstärkt Innovationen**. Der bayerische Tourismus muss sich zwar nicht neu erfinden. Aber er muss Innovationen\_künftig noch stärker anstoßen und sie beharrlich umsetzen. Das gilt bei der Infrastruktur, beim Service, bei den Angeboten oder beim Marketing. Nur wer innovative Produkte oder Besonderheiten vorweist kann den Markt mit bestimmen!

Um hier ein Signal zu setzen, werden wir den „**Bayerischen Innovationspreis für Angebots-**

**gestaltung im Tourismus**“ nicht nur neu auflegen, sondern mit noch mehr Wertigkeit versehen.

### **Mehr Individualisierung**

Ich sehe die Zukunft des bayerischen Tourismus nicht im Urlaub von der Stange. Die Urlaubsnachfragementalität wird immer **vielschichtiger**, die **Zielgruppen heterogener**. Vieles spielt dabei mit, etwa die **demographische** oder die **gesellschaftliche Komponente**. Wir müssen uns auf ältere Reisende und mehr Singles einstellen.

Hier können wir mit **Individualisierung und geschickter regionaler Abdeckung** der Angebote punkten.

Individualisierung im Tourismus baut auf **Mobilität**. Der Tourismus in Bayern kann sich nur entscheidend fortentwickeln, wenn auch das **Verkehrsangebot konsequent ausgebaut** wird.

Für unseren **Geschäftsreisebereich**, an dem mittlerweile 30 % der touristischen Arbeitsplätze in Bayern hängen, sind z.B. auch der **Transrapid als schnelle Anbindung vom Flughafen zum**

**Hauptbahnhof enorm wichtig, aber auch der künftige Ausbau der 3. Startbahn.**

Für den **Fahrradtourismus** ist die **Mitnahmemöglichkeit der Räder in den Zügen von Bedeutung**. Wir wollen an der bekannten Regelung festhalten. Das bedeutet: spezielle Vereinbarungen mit den Landkreisen dort, wo es für den Fremdenverkehr sinnvoll ist.

**Zudem wollen wir** mit der **DB Regio** und den anderen Unternehmen zuverlässige, **langfristige Vereinbarungen** treffen. Für mich ist das ein zentrales Anliegen. Denn der Fahrradtourismus wird künftig eine noch größere Rolle spielen.

Darum engagieren wir uns beim **Runden Tisch Radverkehr (RTR)** gemeinsam mit dem ADFC. Ich bin gespannt auf die Grundlagenstudie zum Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus. Sie wird aktuell beim Deutschen Tourismusverband erstellt.

## **Mehr Internationalität**

- Anrede -

Bayerns **wichtigster Quellmarkt** mit einem Übernachtungsanteil von derzeit rund 83 % ist **nach wie vor Deutschland**. Deshalb werden wir ihn auch weiterhin bestmöglich pflegen.

Neue Chancen bieten sich aber insbesondere auch bei ausländischen Gästen. Aus den wirtschaftlichen Boomländern wie China, Indien und Russland werden nicht nur Geschäftsreisen zunehmen. Von dort werden Millionen neue Touristen auf ihre ersten und bald selbstverständlichen Reisen gehen.

Hier wollen wir **Bayern und seine Regionen noch deutlicher positionieren** und auf die ausländischen Besucher eingehen.

Heuer findet nach 15 Jahren erstmals wieder der **Germany Travel Mart** in Bayern statt. Er ist die **ideale Plattform**, um die **Internationalisierung** des bayerischen Tourismus **voranzutreiben**.

## Mehr Imagepflege

- Anrede -

Wir wären mit Blick auf die Zukunft schlecht beraten, unser traditionelles **Bayern-Image** über Bord zu werfen. Wir werden darauf aufbauen und die **Marken- und Produktlinienstrategie der by.TM** konsequent fortführen. Wo immer es der Puls der Zeit erfordert werden wir neues Terrain besetzen. Aber vor allem an Bewährtem festhalten. Denn das zeichnet uns aus, das erwarten unsere Gäste.

Die zunehmenden Übernachtungszahlen im Winterhalbjahr und die Resonanz in diesem Winter zeigen, dass **Bayern ein Wintererlebnis erster Kategorie** ist.

Wir wollen mit diesem Pfund wuchern und unsere Stellung als **Ganzjahresdestination** stärken. Dafür werden wir **wintersportliche Großereignisse mit ihrer internationalen Medienrelevanz** als Vehikel nutzen.

Die Staatsregierung

- unterstützt daher die **Ski-WM 2011 in Garmisch-Partenkirchen**,
- genauso stehen wir anderen traditionellen Wintersportorten bei ihren Bemühungen um Großevents zur Seite,
- schiebt die Bewerbung Münchens für **Olympia 2018** voran.

### Mehr Kooperation

- Anrede -

Ich wünsche mir für den bayerischen Tourismus ein **Mehr an Kooperation**. Ich spreche da zum einem die **touristischen Player auf allen Ebenen** an.

Zum anderen brauchen wir einen **besseren Zusammenschluss und Austausch zwischen Stadt und Land**. Davon können beide Seiten profitieren. Wer hier zusätzliche Chancen auslotet, handelt langfristig und weitsichtig!

## VI. Wiedereintritt Bayerns in den DTV

Wir müssen uns im Tourismus verstärkt um optimale Rahmenbedingungen kümmern. Der Weg fällt umso leichter, je vereinter man ihn mit starken Partnern gehen kann. Deshalb habe ich entschieden, dass **Bayern nach 11 Jahren bewusster Abstinenz wieder dem Deutschen Tourismusverband beitrifft.**

Der DTV hat sich in den letzten Jahren aus meiner Sicht neu ausgerichtet: Es gefällt mir, dass

- in den Gremien des DTV heute Praktiker das Sagen haben;
- der DTV mit seinen Qualitätsoffensiven ein überzeugendes Konzept verfolgt und
- der DTV wichtige Themen besetzt.

Natürlich sind wir Bayern selbstbewusst und können auf eigene Erfolge verweisen. Ich nenne beispielhaft die Marken ***Kinderland, WellVital, Gipfeltreffen*** oder den neuesten Sprößling ***Sight-sleeping***.

Herr Adam ist als Sprecher der Landesmarketing-Organisationen über Bayerns und Deutschlands Grenzen hinaus anerkannt. Er wird dort zusätzlich Verantwortung übernehmen. **Ich bin mir sicher**, wir erreichen dadurch eine **win-win-Situation** - sowohl für den bayerischen als auch den deutschen Tourismus.

Auch **die bayerischen Kommunen und Regionen profitieren finanziell von der Mitgliedschaft des Freistaats**: vor allem bei DTV-Klassifizierungen.

Der Schulterschluss von DTV und Bayern ist ein **Signal für einen erfolgreichen Tourismus auf dem Weg ins Jahr 2020**. Ich freue mich, dass wir ihn heute beim Bayerischen Tourismustag bekannt geben können.

Ich danke **Frau Weishäupl**, die als Vizepräsidentin beim DTV nicht nur die Interessen Münchens und des Städtetourismus vertreten hat, sondern auch die Anliegen Bayerns.

Ihnen allen wünsche ich einen aufschlussreichen Tourismustag und interessante Eindrücke auf der C-B-R!

Ich möchte jetzt **Herrn DTV-Präsident Meyer** bitten, einige Worte an uns zu richten, bevor **Herr Horx** uns in die Welt des Reisens von morgen entführen wird.