



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 22. September 2008, 12:00 Uhr

Pressestatement

der
Bayerischen Staatsministerin
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Emilia Müller

bei der
Jahrespressekonferenz Tourismus 2008

am 22. September 2008
in München

Gliederung

I. Zwischenbilanz 2008	1
II. Internationales Reiseziel Bayern	3
III. Politik für den Bayern-Tourismus	4
IV. Jahresprognose 2008	6

- Anrede -

Ich begrüße Sie herzlich zu unserer traditionellen Jahrespressekonferenz Tourismus 2008 – heuer mit dem **Sonderaspekt „Wies’n, Jahrmärkte und Volksfeste“**.

Die **Wies’n** ist für unseren Tourismus Gold wert. Die alljährlich über 6 Mio. Gäste geben in den 16 Tagen rund 1 Mrd. € in der Region aus. Das Oktoberfest wird im In- und Ausland als das bayerische Fest wahrgenommen.

Bayern ist **bundesweit** die **Hochburg der Volksfeste und Jahrmärkte** – gerade jetzt im Spätsommer und Frühherbst. Mit **über 36 Mio.** Festbesuchern pro Jahr hat Bayern einen **Bundesanteil von 21%**.

I. Zwischenbilanz 2008

Auch 2008 haben die Festivitäten dazu beigetragen, dass Bayerns **Tourismusbilanz** der ersten 7 Monate **hervorragend** ist:

- Mit rd. 44 Mio. haben wir **2,3 % mehr Übernachtungen** als im Vorjahr.

- Die **Zahl der Gäste stieg um 2,4 %** auf über 15,2 Mio.
- Der **Juli** war der erste Monat überhaupt mit **über 3 Mio. Gästen**.

Besonders erfreulich: der **jahrelange Trend zum kürzeren Aufenthalt** konnte **erfolgreich gestoppt** werden.

Nahezu alle Regionen profitierten vom Aufschwung im Tourismus. Schwaben war dabei an der Spitze mit 4,3 % mehr Übernachtungen, gefolgt von Mittelfranken mit 3,8 %.

Bemerkenswert ist, dass **2008 deutsche (+ 2,5 %) und ausländische (+ 2,1 %) Gäste gleichermaßen für Wachstum sorgen.**

Zwar bremst der **starke Euro** die Dynamik beim Auslandstourismus etwa bei Gästen aus den USA und Japan. Dagegen entdecken die **Niederländer** immer stärker das Urlaubsland Bayern. Mit einem Plus von bisher 6 % werden sie am Jahresende wieder die zahlreichsten ausländischen Gäste sein und die USA bei den Übernachtungen von Platz 1 verdrängen.

Auch **russische Touristen** kommen gerne nach Bayern. 2008 haben wir ein sattes Plus von 28 %. Bei den kaufkräftigen **arabischen Gästen** geht es mit 13 % ebenfalls weiter aufwärts.

II. Internationales Reiseziel Bayern

Nach Russland weist **Indien** 2008 das höchste Wachstum auf. Über 18 % mehr indische Touristen zeigen die künftige Bedeutung des Subkontinents. Ich will Bayern als **Reiseziel in Indien** noch bekannter machen. Indische Touristen sollen in 5 bis 10 Jahren bei uns so selbstverständlich sein wie heute beispielsweise unsere japanischen Gäste!

Gemeinsam mit der by.TM werde ich bei meiner **Indien-Reise in zwei Monaten** für das Urlaubsland Bayern werben. Vielleicht werden schon bald „Bollywood-Filme“ nicht mehr in den Schweizer Bergen gedreht, sondern unterm Watzmann oder am Walchensee.

Die by.TM **vermittelt** zusammen mit dem Film-FernsehFonds Bayern **bayerische Drehorte**. Sie war daran beteiligt, dass der bekannte Comedian

Bully Herbig in den letzten Wochen am **Walchensee** die Außenaufnahmen seines **Wickie-Films** gedreht hat. Mit dieser **innovativen und effektiven Tourismus-Werbung** erreichen wir ein Millionenpublikum.

Zusätzliche Übernachtungen kommen mittelfristig **hauptsächlich aus dem Ausland**. Als **international bekannteste deutsche Destination** haben wir hier einen wertvollen Wettbewerbsvorsprung, den wir weiter ausbauen wollen.

So fand nach 15 Jahren der **Germany Travel Mart (GTM)** erstmals wieder im Freistaat statt. Die by.TM hat zusammen mit ihren Partnern den Heimvorteil genutzt und Bayern beim größten GTM aller Zeiten vor 800 ausländischen Einkäufern und Journalisten erfolgreich präsentiert.

III. Politik für den Bayern-Tourismus

Die Staatsregierung stärkt aktiv den weiß-blauen Tourismus. So haben wir mit **28 Mio. € Regionalförderung** touristische Investitionen im Umfang von 160 Mio. € unterstützt. Beim **Sondermodernisierungsprogramm für die bayerische Hotel-**

lerie haben wir das Volumen für zinsgünstige Darlehen auf **300 Mio. €** verdreifacht.

Die neue **Qualitätsoffensive des BHG „ServiceQualität Deutschland“** fördern wir in Bayern mit **500.000 €**. Wir unterstützen die **Kampagne der bayerischen Heilbäder „Rein ins Gesunde Leben“** mit der Schauspielerin Ursula Buschhorn.

Die by.TM startet zudem eine **Wintertourismus-Offensive**. Durch geringere Anfahrtszeiten und -kosten können gerade bayerische und deutsche Gäste im Freistaat umweltverträglicher Winterurlaub machen als zum Beispiel in Österreich.

Wir haben ein **Sonderförderprogramm für Skigebiete in Bayern** beschlossen. Wenn die EU wie erwartet zustimmt, können wir Investitionen in Skigebiete flexibler und mit höheren Fördersätzen unterstützen.

Dank unseres Einsatzes wurde der **MwSt-Satz bei Seilbahnen** reduziert. Davon haben bislang über 4 Mio. Gäste profitiert. Auch im Gastgewerbe will Bayern die Wettbewerbsverzerrungen gegenüber unseren benachbarten Konkurrenten

nicht länger hinnehmen. Wir unterstützen daher den BHG bei seiner Forderung nach **Einführung eines reduzierten MWSt-Satzes für die Hotellerie**. Leider ist die Mehrheit der Länder im Bundesrat unserer Linie nicht gefolgt.

IV. Jahresprognose 2008

Ich weiß, dass die Tourismusbranche derzeit mit Belastungen wie dem starken Euro, hohen Energiepreisen und gestiegener Inflation zu kämpfen hat. Dennoch ist die **Entwicklung** im bisherigen Jahresverlauf dank der **ständig steigenden Qualität des bayerischen Urlaubsangebots** und der **erfolgreichen PR-Aktivitäten der by.TM** robust und **positiv**.

Ich bin daher optimistisch: Am **Ende des Jahres** wird beim **Gäste-Wachstum eine „2“ vor dem Komma** stehen und wir werden mit rund **27 Mio. Ankünften den fünften Urlauberrekord in Folge** feiern können.

Dies zeigt: Die **Staatsregierung** hat auch für diese wichtige Branche im Freistaat die **Weichen richtig gestellt**.