



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 3. April 2009, 11:30 Uhr

Pressestatement

des
Bayerischen Staatsministers
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Martin Zeil

anlässlich
der Jahrespressekonferenz Tourismus
2009

am 3. April 2009
im München

Gliederung:

I. Bayern – das Winterurlaubsland

II. Tourismus in Bayern 2009

III. Bayerns Tourismuspolitik

IV. Beim kommenden Aufschwung vorne dabei

Anrede

- **Sehr geehrte Vertreter der Medien,**
- **sehr geehrter Herr Präsident Gallus,**
- **sehr geehrter Herr Vorsitzender
Holetschek,**
- **sehr geehrte Frau Wiedenmann!**

I. Bayern – das Winterurlaubsland

Winterurlaubs- land Bayern

Bei der diesjährigen Jahrespressekonferenz Tourismus möchte ich den Schwerpunkt auf das **bayerische Winterhalbjahr** setzen, wie es die Einladung und das Ambiente vor dem Festsaal schon angedeutet haben.

Warum?

- Weil der Wintertourismus eine Besonderheit Bayerns ist. Kein anderes Bundesland hat diese Saison in vergleichbarer Ausprägung.
- Und weil der Winterurlaub Jahr für Jahr an wirtschaftlicher Bedeutung gewinnt.

Die aktuellen Zahlen zeigen, dass **Bayern als Wintererlebnis gefragt** ist:

- Von November bis einschließlich April konnten wir rund 30 Millionen Übernachtungen verzeichnen. Das sind rund 18 Prozent mehr als vor zehn Jahren.
- Die Übernachtungen im Sommer nahmen dagegen im selben Zeitraum lediglich um 1,6 Prozent zu.

- Der Anteil der Winterurlauber ist kontinuierlich gestiegen und liegt aktuell bei 39,8 Prozent. Vor zehn Jahren waren es noch 37 Prozent.

Amtliche Gästezahlen für die Wintersaison 2008 werden erst im Juni vorliegen. Ich gehe aber davon aus, dass der Anteil der Winterurlauber in Bayern in dieser Saison auf über 40 Prozent steigen wird. Noch nie war der Winter für den bayerischen Tourismus wirtschaftlich so wertvoll wie heute!

**Sonderumfrage
bayerische
Bergbahnbe-
triebe**

Eine aktuelle Umfrage bei den wichtigsten bayerischen Bergbahnen zeigt, dass die **klassischen Winterurlaubsgemeinden** eine **erfreuliche Bilanz** ziehen können:

- Einige Orte hatten eine vergleichbare Saison wie im Vorjahr, z.B. am Arber oder Brauneck.
- Die meisten Orte verzeichneten deutliche Umsatz- und Gästezuwächse: Das reicht vom Spitzingsee mit 4 Prozent über die Oberstdorfer Fellhornbahn mit rund 9 Prozent bis hin zum Garmisch-

Partenkirchener Classic-Skigebiet mit über 12 Prozent.

- Überdurchschnittliche Zugewinne gab es dort, wo neu in Beschneiungsanlagen investiert wurde: im Jennergebiet in Berchtesgaden mit 30 Prozent und im Bayerischen Wald am Hohenbogen mit 110 Prozent Gästeplus.

Dieser Winter hat eindrucksvoll bewiesen: Wer in **Qualität, Komfort und Schneesicherheit** investiert, kann **mehr Gäste begrüßen und höhere Umsätze** verzeichnen!

Bayerns Winter ist multi-optional

Ohne Zweifel ist **Schnee** ein wichtiger **Anreiz** für den Winterurlaub im Freistaat, vor allem angesichts der über **50 Prozent Aktivurlauber**. Nicht umsonst hat die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH (by.TM) ihre erfolgreiche aktuelle **Winterkampagne „SchneeBayern“** getauft.

Im Gegensatz zu einigen Wettbewerbern ist Schnee aber nicht unser einziger Trumpf: **Vielseitigkeit** ist und bleibt auch in Zukunft die große Stärke des bayerischen Wintertourismus –

angefangen vom Wintersport über Winterwellness bis hin zu spannenden Städtereisen im Winter.

II. Tourismus in Bayern 2009

Rekordjahr 2008 als Fundament

Die weltweite Konjunkturschwäche wird sich auch auf die Tourismuswirtschaft im Freistaat auswirken. Wie in vielen anderen Branchen wird es **2009** daher auch hier zu Einschnitten kommen.

Unsere Tourismus-Branche kann aber auf ein erfolgreiches Fundament des Rekordjahres 2008 aufbauen:

- Mit rund 27 Millionen Gästen halten wir den fünften Rekord in Folge.
- Beim Urlaub auf dem Bauernhof erzielten wir mit 11,5 Millionen Übernachtungen eine neue Bestmarke.
- Das bayerische Gastgewerbe verbuchte ein reales Plus beim Umsatz von einem Prozent. Bundesweit war dagegen trotz stärkerem Gästewachstum ein Umsatzminus von 2,5 Prozent zu verzeichnen.

Wachstumspause 2009

Die Erfahrung zeigt: Bayern hat in Krisenzeiten stets davon **profitiert**, dass die Deutschen ihren Urlaub verstärkt im Inland verbringen. Ich rechne daher damit, dass der Freistaat 2009 Italien und die Türkei bei der Beliebtheit der Reiseziele deutscher Urlauber überholt und sich hinter Spanien auf Rang 2 einreicht.

Aufgrund der weltweiten Konjunkturschwäche werden jedoch weniger ausländische Gäste als in den letzten Jahren nach Bayern kommen. Auch die Zahl der **Geschäftsreisen in Bayern** wird spürbar zurückgehen. Der Geschäftstourismus trägt zu einem Drittel aller Umsätze im Gastgewerbe bei. Geschäftsreisende geben pro Tag deutlich mehr aus als Privatreisende. Im Schnitt sind das rund 600 Euro bei mehrtägigen Reisen und rund 200 Euro bei Tagesreisen. Der Privatreisende gibt dagegen durchschnittlich 83 Euro pro Tag aus.

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) prognostiziert für Deutschland einen Übernachtungsrückgang in 2009 von zwei Prozent. Auch der Tourismus in Bayern wird dieses Jahr voraussichtlich eine Wachstumspause hinnehmen

müssen. Doch unsere Tourismusangebote sind attraktiv. Deshalb dürfte Bayern weniger stark betroffen sein als der Bundesdurchschnitt.

III. Bayerns Tourismuspolitik

Die neue Staatsregierung hat sich die Stärkung des Tourismuslands Bayern auf die Fahnen geschrieben und fest im Koalitionsvertrag verankert. Wir haben bereits ein umfangreiches Bündel von Maßnahmen auf den Weg gebracht.

Stärkung touristische Infrastruktur – Bsp. Seilbahn-Programm

1. Wir werden die touristische Infrastruktur weiter ausbauen. Bestes Beispiel hierfür ist unser neues **Seilbahn-Förderprogramm**. Die Modernisierung unserer Seilbahnen kommt unseren Gästen im Winter wie im Sommer zu Gute und sichert Einkommen und Arbeitsplätze vor Ort.

Stärkung der Wettbewerbsposition von Bayerns Gastgewerbe

2. Wir wollen die Wettbewerbssituation des baye-rischen Gastgewerbes konsequent weiter verbessern.
 - Dazu haben wir die Initiative „**Service-Qualität Deutschland in Bayern**“ gestartet. Die mit 500 000 Euro ausgestattete

Kampagne wird gut nachgefragt. Bereits im Januar konnte ich die ersten Zertifizierungen überreichen.

- Zudem haben wir unser **Sonderförderprogramm für die bayerische Hotellerie** attraktiver gemacht. Investierende Betriebe können nun auch mit Zuschüssen anstelle von zinsgünstigen Darlehen gefördert werden. Ich habe das in die Wege geleitet, weil für Finanzierungen oft eine bessere Eigenkapitalbasis notwendig ist.
- Wir werden über den **Bundesrat** einen **niedrigeren Mehrwertsteuer-Satz** für Hotellerie und Gastronomie einfordern. Nach dem ECOFIN-Beschluss ist jetzt der Zeitpunkt gekommen, um die eklatanten Wettbewerbsverzerrungen auf europäischer Ebene endlich abzubauen. Bayern hat die längste Grenze zu anderen EU-Ländern und wird durch die inakzeptable Haltung des Bundesfinanzministers benachteiligt.

Stärkung der bayerischen Heilbäder

3. Die Heilbäder als wichtigste Säule des bayerischen Tourismus im ländlichen Raum erhalten **weitere Sonderfördermittel:**

- Zum einen kann die erfolgreiche Kampagne „Rein ins gesunde Leben“ mit 150.000 Euro Landesmittel fortgesetzt werden.
- Zum anderen haben wir erreicht, dass die Heilbäder 3,5 Millionen Euro Bundesmittel aus dem Konjunkturpaket II für Investitionen erhalten.

Erweiterung Tourismusmar- keting

4. Um neue Akzente im Tourismus zu setzen, müssen auch die Marketingaktivitäten ausgebaut werden. Erfreulicherweise ist der Landtag meinem Vorschlag gefolgt und hat in dieser Woche der Aufstockung des Marketing-Budgets um 33 Prozent auf 8 Millionen Euro im Haushalt zugestimmt. Damit wollen wir das **Auslandsmarketing** weiter ausbauen, z.B. im jungen Tourismusmarkt Indien. Parallel dazu wird die by.TM im **Inlandsmarketing** verstärkt Akzente setzen. Dazu gehört beispielsweise die „**Urlaub-daheim-Kampagne**“.

Auch die regionalen Tourismusverbände profitieren von den zusätzlichen Geldern: Sie können damit künftig größere, reichweitenstarke Maßnahmen umsetzen wie zum Beispiel die Vermarktung von Wintersport-Events.

Olympia- Bewerbung

5. Stichwort Olympia-Bewerbung: Auch das ist ein wichtiges Anliegen unserer Koalitionsvereinbarung! **Richard Adam** übernimmt diese wichtige Herausforderung. Als Gründungsgeschäftsführer der by.TM verfügt er über Kompetenz und Erfahrung für diese Aufgabe. Mit **Sybille Wiedenmann** haben wir eine hervorragende Nachfolgerin, die für Kontinuität bei der by.TM sorgt. Über die by.TM organisieren wir in **Vancouver** bei den olympischen Winterspielen im kommenden Jahr ein **Bayerisches Haus**. Dort sollen Multiplikatoren wie Journalisten oder Reiseveranstalter für das Winter- und Sportland Bayern begeistert werden. Ich selbst werde mich für unsere Bewerbung als **Olympia-Austragungsort** mit ganzer Kraft **einsetzen**.

Neues Thema: Tourismusarchi- tektur

Neben den bereits angestoßenen Maßnahmen werden wir selbstverständlich permanent neue Trends im Tourismus aufgreifen. Zukunftsforscher Matthias Horx hat unlängst festgestellt, dass zunehmend Künstler und Architekten Impulse in Tourismus-Standorten setzen. Als erstes Bundesland werden wir daher den Bayerischen Tourismustag 2009 am 2.11. in Nürnberg unter das Motto „Tourismusarchitektur“ stellen.

Neues Tourismuskonzept Bayerns

Meine Damen und Herren,
damit all diese wichtigen Maßnahmen und Initiativen ihre optimale Wirkung entfalten, brauchen sie einen konzeptionellen Rahmen. Das bisherige **Tourismuspolitische Konzept der Staatsregierung** aus dem Jahr 1993 ist unbestritten in die Jahre gekommen. Deshalb möchte ich dem bayerischen Tourismus ein **neues, modernes Leitbild** geben. Nachdem nun der Bund endlich seine Tourismuspolitischen Leitlinien verfasst hat, werden wir auf dieser Basis bis Jahresende einen **Kompass für den Bayerntourismus des nächsten Jahrzehnts** errichten.

IV. Beim kommenden Aufschwung vorne dabei

Meine Damen und Herren,
die Tourismusbranche hat sich bisher wohltuend von der Vielzahl von Schwarzmalern abgehoben und auch die Chancen in der Krise betont. Ich bin zuversichtlich, dass der Tourismus in Bayern auch künftig eine starke Säule der bayerischen Wirtschaft bleibt. Wir jedenfalls haben das Fundament dafür bereitgestellt.