



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 2. November 2009, 13:30 Uhr

Pressestatement

des
Bayerischen Staatsministers
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Martin Zeil

bei der
Pressekonferenz anlässlich des
Bayerischen Tourismustags 2009

am 2. November 2009
in Nürnberg

Gliederung

| | |
|---|----------|
| I. Doppelte Premiere | 2 |
| II. Positive Signale in schwierigen Zeiten | 2 |
| III. Chance Tourismusarchitektur | 3 |
| IV. Marketing für Tourismusarchitektur | 6 |

I. Doppelte Premiere

Der Bayerische Tourismustag in diesem Jahr ist eine **Premiere im doppelten Sinn**. Zum einen richten wir den Tourismustag erstmals nicht allein aus, sondern in Kooperation mit der **Bayerischen Architektenkammer**. Gemeinsam haben wir ihn unter das Motto ‚Tourismusarchitektur für Bayerns Zukunft‘ gestellt. Zum anderen ist es mein erster Tourismustag als Bayerischer Wirtschafts- und Tourismusminister.

II. Positive Signale in schwierigen Zeiten

2009 ist für den Tourismus in Bayern ein schwieriges Jahr. Die Wirtschaftskrise hat sowohl den **umsatzstarken Geschäftsreisetourismus** als auch den **klassischen Urlaubstourismus getroffen**. Das Bilderbuchwetter in den drei Hochsommermonaten Juni bis August und unsere **erfolgreiche ‚Urlaub-daheim‘- Kampagne** haben jedoch den **Negativtrend** deutlich **abgemildert**. Für das Gesamtjahr erwarte ich dank der guten Sommerbilanz nur noch einen Rückgang von zwei Prozent bei den Ankünften und 2,4 Prozent bei den Übernachtungen.

Eine spürbare Entlastung für das Gastgewerbe, für die ich mich persönlich stark eingesetzt habe, bringt der **reduzierte Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent**. Er gilt ab dem kommenden Jahr. Das steigert die Wettbewerbsfähigkeit unserer Hotellerie und gibt ihr wieder mehr **Spielraum für Investitionen**. Ich appelliere an die Betriebe, diesen Spielraum zu nutzen und die Qualität der Angebote weiter zu steigern.

III. Chance Tourismusarchitektur

Eine vielversprechende Möglichkeit, das touristische Angebot in Bayern noch attraktiver zu machen, bietet die **Tourismusarchitektur**. Wir haben im Freistaat bereits **hervorragende Initiativen**, wie beispielsweise

- Weinfranken mit seinen Vinotheken, Weingütern und Gästehäusern, oder
- der Hundertwasserturm in Niederbayern, der in Kürze eröffnet wird.

Die Messlatte bei der Tourismusarchitektur legen derzeit noch andere Länder. Dazu gehören **einige unserer stärksten Wettbewerber** wie Vorarl-

berg, Südtirol und die Schweiz. Wir haben hier **zweifellos noch Nachholbedarf**. Allerdings haben wir in Bayern ein großes **Potenzial**, das wir künftig noch stärker nutzen müssen.

Die heute vorgestellten Beispiele haben eindrucksvoll gezeigt, was mit Kreativität, Beharrlichkeit und guten Konzepten alles möglich ist:

- eine ländliche **Tourismusregion in Südtirol**, die das Thema Architektur konsequent und durchdacht umsetzt und dabei Landschaft, Altes und Neues gelungen zusammen führt;
- ein **familiär geführtes Vier-Sterne-Hotel** in Längenfeld, das gezielt naturbewusste Gäste anspricht und in seinem umweltschonend gebauten Holzhotel beste Belegungsquoten erzielt (Hotel Waldklausen);
- ein **Brauhaus in Ingelheim**, das seine Braukunst in moderner, zeitgenössischer Architektur gelungen präsentiert.

Die Beispiele und der Impulsvortrag von Prof. Eberle machen Mut. **Es lohnt sich, auf Tourismusarchitektur zu setzen und in Tourismusarchitektur zu investieren.**

Eine Befragung aus Österreich bestätigt dies eindrucksvoll:

- Bei **mehr als der Hälfte der befragten Betriebe** lagen die **betriebswirtschaftlichen Kenndaten** nach einer architektonisch anspruchsvollen Investition **deutlich über dem Branchenschnitt**,
- **9 von 10** Befragten betrachten rückblickend ihre Investition als **lohnend**.

Wichtig ist mir, dass von diesem Tourismustag **drei Botschaften** ausgehen:

1. Wir brauchen in Bayern touristische Leistungsträger, die sich dem Thema **Tourismusarchitektur** stärker öffnen. Das Potenzial ist zweifellos vorhanden.
2. Wir brauchen in Bayern ein **informelles Tourismusarchitektur-Netzwerk**. Dazu gehören nicht nur Touristiker und Architekten, sondern auch Designer, Regionalentwickler, Städteplaner und Denkmalschützer. Denn **gelungene Tourismusarchitektur** bedeutet auch **Ensembleschutz, Landschaftschutz und Respekt vor unserem kulturhistorischen Erbe**.

3. Wir müssen das Bewusstsein dafür schaffen, dass **Ressourcenschonung und Klimawandel nicht im Widerspruch** zu gelungener Tourismusarchitektur stehen. Das Gegenteil ist der Fall. Sie **ermöglichen innovative und ästhetische Gestaltungen**.

IV. Marketing für Tourismusarchitektur

Architektur lockt Gäste an. Touristen, die Sinn für Architektur haben und ihre Reiseziele entsprechend auswählen, sind meist gebildet und kaufkräftig. Sie sind damit eine hochattraktive Zielgruppe, die Bayern bei seinen Marketinganstrengungen beachten muss. Wir haben in Bayern deshalb mit ‚**Sightsleeping – Schlafen für Augenmenschen**‘ eine eigene, sehr erfolgreiche Marke entwickelt. Frau Wiedenmann wird Ihnen hierzu gleich Näheres berichten.

Um für dieses touristische Zukunftsthema weiterhin zu werben, werden wir künftig gemeinsam mit der Bayerischen Architektenkammer einen eigenen **Tourismusarchitekturpreis** ausloben.

Zukunftsgerichtete Tourismusarchitektur in Bayern orientiert sich an dem Slogan des heutigen Tourismustags:

- Augenblicke schaffen.
- Augenmaß zeigen.
- Augenmarken setzen.

Der Tourismustag hat mit diesem Schwerpunkt eine gelungene Premiere gefeiert und viele interessante Einblicke in ein spannendes Zukunftsthema gegeben.