



---

Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 2. November 2009, 10:30 Uhr

Augenblicke schaffen. Augenmaß zeigen. Augenmarken setzen - Tourismusarchitektur für Bayerns Zukunft

## Begrüßungsrede

des  
Bayerischen Staatsministers  
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

## Martin Zeil

anlässlich  
des Bayerischen Tourismustags 2009

am 2. November 2009  
in Nürnberg

## **Begrüßung**

**Sehr geehrte Frau Professor Romeiß-Stracke,**

**sehr geehrte Frau Wiedenmann,**

**sehr geehrter Herr Professor Eberle,**

**sehr geehrte Präsidenten und Vorsitzende  
der anwesenden Verbände,**

**sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen aus  
dem Bayerischen Landtag, dem Bundestag  
und dem Europaparlament,**

**sehr geehrte Landräte und Bürgermeister,**

**sehr geehrte Referentinnen und Referenten,**

**sehr geehrte bayerische Tourismusfamilie!**

Ich begrüße Sie als Gastgeber sehr herzlich zum **Bayerischen Tourismustag 2009**. Es freut mich, dass Sie trotz Herbstferien in Bayern den Weg in dieses **moderne Kongresscenter** gefunden haben. Seine Architekten und Erbauer haben meine vollsten Sympathien: Sie haben die gelbe und blaue Ebene über die rote gesetzt!

## **Tourismustag der Premieren**

Das jährliche Stelldichein der Tourismusszene im Freistaat hat lange Tradition – und trotzdem gibt es **heuer eine Vielzahl von Premieren**:

- **Erstmals** findet der Tourismustag **im Herbst** statt. Das wird auch künftig so bleiben. Sie können sich nunmehr beim Tourismustag rechtzeitig und aus erster Hand über die Aktivitäten der by.TM für das jeweils bevorstehende Jahr informieren.
- **Erstmals** ist in Deutschland ein Tourismustag auf Länderebene komplett unter das Motto „Tourismusarchitektur“ gestellt worden. Bayern ist also einmal wieder Vorreiter.

- **Erstmals** sind wir beim Tourismustag daher auch eine **Kooperation** eingegangen. Die **Bayerische Architektenkammer** ist uns dankenswerterweise mit Rat und Tat bei der Durchführung der heutigen Veranstaltung zur Seite gestanden. Ich begrüße daher sehr herzlich auch alle anwesenden Architekten und Städteplaner sowie stellvertretend für sie **Rudolf Scherzer**, den **Vize-Präsidenten der Bayerischen Architektenkammer!**

## **Aktuelle Herausforderungen im Tourismus**

Der **Tourismus** kann sich **nicht von der generellen Wirtschaftsentwicklung abkoppeln**.

Rezession und Finanzkrise haben sowohl die **umsatzstarken Geschäftsreisen** als auch **klassische Urlaubsreisen getroffen**:

- **Firmen reduzieren Ausgaben** für Veranstaltungen und Meetings,
- die **Bürger sparen** aus Arbeitsplatzunsicherheit **am und im Urlaub**,
- zudem **reagiert die Branche** leider reflexartig mit dem **Drehen an der Preisspirale** nach unten.

## **Neue Politik auf Bundesebene inkl. MWSt-Reduzierung bei Hotellerie**

Umso wichtiger ist es gerade auch für den Tourismus in Deutschland und Bayern, dass **auf Bundesebene** jetzt die **Statik für wirtschaftliches Wachstum und Haushaltskonsolidierung** geschaffen wird. Die **Architekten des neuen Koalitionsvertrages** haben das schwarz auf weiß zu Papier gebracht und werden es umsetzen.

Einen **Leuchtturm für die touristische Weiterentwicklung** hat die neue Bundesregierung mit der Verständigung auf den **reduzierten MWSt-Satz von 7 % für die Beherbungs-**

**betriebe ab dem kommenden Jahr** geschaffen. Die Augen von Präsident Gallus leuchten heute noch, zumindest eines. Alle, die über Jahre und Jahrzehnte hinweg dafür engagiert gekämpft haben, dürfen sich als **Architekten dieser Regelung** fühlen.

Das **Zeitalter der größten Wettbewerbsverzerrung zu Lasten unserer Hotels und Pensionen** ist in Bälde vorbei!

## **1-Jahresbilanz Tourismuspolitik in Bayern**

Auf Bundesebene müssen die Absichten und Pläne jetzt in die Tat umgesetzt werden. **Auf Landesebene** haben wir im abgelaufenen Jahr schon bewiesen, dass im Freistaat **Architekten für ein tourismusfreundliches Klima am Werk** sind. Lassen Sie mich 3 Beispiele aufführen:

- Ich habe Anfang des Jahres einen Geburtsfehler des 3 Jahre alten **Sonderförderprogramms Hotellerie** beheben lassen. Investoren können jetzt nicht nur zinsgünstige Darlehen, sondern **alternativ** auch **Zuschüsse** bekommen. Das ist in einer Zeit, in der es gerade für diese Branche nicht leicht ist, Kredite zu bekommen, von enormer Bedeutung.

- Wir haben gemeinsam mit dem Landtag ein **Seilbahnförderprogramm** aus der Taufe gehoben. Damit wird die touristische Infrastruktur im Freistaat noch einmal verbessert. Ich freue mich schon darauf, in einem Monat die neue Winklmoosalmbahn in Reit im Winkl zu eröffnen und damit das erste „Baby“ dieses Programms zu sehen.
- Last but not least habe ich die **Mittel fürs bayerische Tourismusmarketing** im laufenden und kommenden Jahr **um 1/3 erhöht**. Damit konnten und können wir zusätzliche Projekte der regionalen Tourismusverbände genauso unterstützen wie Aktivitäten der by.TM.

### **Bisherige Tourismusbilanz Bayern 2009**

Eine besonders erfreuliche und erfolgreiche Aktion ist unsere „**Urlaub-daheim-Kampagne**“: Die meisten Auguren hatten vorausgesagt, dass bei den Deutschen das Verreisen im eigenen Land heuer hoch im Kurs stehen wird.

Die by.TM hat schnell, ideenreich und überzeugend reagiert. **Viele Anschließter im Freistaat** haben erfreulicherweise **mitgezogen**. Gemeinsam haben sie die PR-Aktion „**ErlebnisSom-**

**mer 2009“** zu einem vollen Erfolg werden lassen. Das hat sich auch in der bisherigen **Tourismusbilanz 2009** niedergeschlagen:

- **Bayern** hat in den **Hochsommermonaten** sowohl bei den **Übernachtungen** als auch bei den **Gästekünften** ein **Plus von jeweils einem halben Prozent** verbuchen können.
- In den traditionell starken weiß-blauen Tourismusbereichen – bei den **ausländischen Gästen** und im **Geschäftsreise-sektor** – mussten wir im bisherigen Jahresverlauf Einbußen hinnehmen. Sie konnten nicht ganz, aber **spürbar vom Inlandsgeschäft kompensiert** werden.
- Das **bisherige Minus** von etwas **über 2 %** bei **Ankünften** und **Übernachtungen in 2009** ist alles andere als zufrieden stellend. Aber nahezu alle klassischen europäischen Urlaubsdestinationen wären froh um eine solche moderate Entwicklung.

*Meine sehr geehrten Damen und Herren,*

**Warum Thema  
„Tourismusarchi-  
tektur“ auf Bayer.  
Tourismustag**

Wie kann eine Region den **Strukturwandel erfolgreich meistern**? Jedes Konzept, das ich kenne, setzt dazu verstärkt auf die Dienstleistungswirtschaft. Ein Klassiker ist immer dabei: der **Tourismus**.

Seit dem **sogenannten Bilbao-Effekt** beschränkt sich das nicht nur auf landschaftlich schöne oder kulturhistorisch bedeutende Gegenden. Es wird auch bei bislang industriell geprägten und touristisch eher weniger entwickelten Regionen in die Waagschale geworfen. Das Thema „**Tourismusarchitektur**“ **gewinnt** daher permanent **an Relevanz** – sei es auf Seite der Touristiker, der Architekten, der Städteplaner oder der Natur- und Denkmalschützer.

Bei **zeitgenössischer Tourismusarchitektur** haben wir **in Deutschland inklusive Bayern** unbestritten einen **Nachholbedarf** – sowohl was die Umsetzung als auch die Diskussion darüber anbelangt.

Am Vorreiter Spanien will ich mich gar nicht orientieren. Es sind die **direkten bayerischen Wettbewerber** Südtirol, Österreich und Schweiz, die uns - unterm Strich betrachtet - ein gehöriges Stück voraus sind und die deshalb **Benchmark** sein sollten. Nicht von ungefähr

- positioniert sich z.B. **Vorarlberg** bereits seit längerem erfolgreich als **Architekturland** und zieht dadurch **neue, zahlungskräftige Gäste** an;
- haben wir mit **Prof. Eberle** einen **Keynote-Speaker** auserwählt, der **aus Vorarlberg** kommt und viele Projekte in unseren Wettbewerbsdestinationen realisiert hat;
- stammen **2** der heute von mir eingeladenen **Best-Practise-Beispielen** aus diesen Ländern.

**Positivbeispiele in Bayern inkl. Appell an Brauindustrie**

**Bayern** ist aber beileibe **keine tourismusarchitektonische Diaspora**. In vielen Regionen, Kommunen, Unternehmen und Branchen gibt es **Pioniere**, die Maßstäbe setzen und „mit Architektur Gäste machen“. Nur ein **paar Beispiele** aus **unterschiedlichsten Bereichen**:

- Mit der **BMW-Welt** und der **Allianz Arena** hat München in den letzten Jahren zwei architektonische Highlights bekommen, die zu den **attraktivsten Tageszielen im süddeutschen Raum** gehören.
- Überall in Bayern sind **Museen** entstanden, die ihre Attraktivität auch von außen zeigen: Das reicht vom **Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg** über das **Keltenmuseum in Manching** und das **Franz-Marc-Museum in Kochel** bis hin zum **Museum Brandhorst in München**.
- Die **Weinwirtschaft in Franken** hat den touristischen und wirtschaftlichen **Mehrwert guter und gesamtkonzeptioneller Architektur beispielhaft umgesetzt**. Vinotheken, Weingüter und Gästehäuser schaffen vielerorts Raum zum Genießen. Sie sind **touristische Aushängeschilder** im Freistaat.

Mir ist klar, dass Wein gegenüber **Bier** Imagevorteile genießt. Aber warum sollte **Architektur** nicht auch ein **Katalysator** sein, wie wir das Getränk, mit dem Bayern national und internati-

onal zuerst in Verbindung gebracht wird, **höher und wertiger positionieren?**

Auch hier gibt es **Erfolg versprechende Ansätze**: Das **Hundertwasser Turmprojekt** der Brauerei Kuchlbauer **in Abensberg** könnte wegweisend sein. Gewiss: Hundertwasser war nicht Architekt, sondern Künstler. Aber entscheidend ist im Tourismus, wie die Gäste ein Bauwerk annehmen.

Sie sehen: Wir hätten auch **jede Menge bayerische Best-Practise-Beispiele** auswählen können. Bewusst haben wir jedoch heute auf **außer-bayerische Testimonials** gesetzt, die eine zusätzliche Sichtweise einbringen können. Sie sind es, die mit ihren Konzepten und Investitionen – um einen Untertitel des heutigen Tourismustages aufzunehmen – **Augenblicke für Gäste schaffen**. An ihren Erfahrungsberichten bin ich sehr interessiert.

**Initialzündung /  
5 Punkte**

Der heutige **Tourismustag** soll aber **keine „Wow-Veranstaltung“** sein, deren **Wirkung** schnell wieder **verpufft**. Er soll eine **Initialzündung**

**ung** geben. Fünf Punkte liegen mir dabei besonders am Herzen.

### **Bayernweites Netzwerk**

1. Wir wollen in **Bayern** ein **neues informelles Netzwerk** aus **Touristikern, Landes- und Städteplanern, Designern und Architekten** anstoßen. Frau Romeiß-Stracke hat bereits verdeutlicht, dass Tourismus und Architektur ihre Synergiepotenziale lange Zeit nicht optimal ausgeschöpft haben. Und durchs Reden und Austauschen bringt man die Leut' und die Ansichten zusammen, wie man in Bayern zu sagen pflegt.

### **Regionale Initiativen**

2. Auf **regionaler Ebene** sollen künftig **Kooperationen und Initiativen** zwischen den betroffenen Akteuren entstehen, wie sie z.B. die Architektenkammer und der Tourismusverband Oberbayern bereits jetzt planen.

### **Tourismusarchitektur rentabel**

3. Es soll sich in den Köpfen festsetzen: **Investitionen in Tourismusarchitektur** sind kein Wagnis – sie **rentieren sich!**  
Einer Studie in Österreich zufolge haben 9 von 10 Befragten erklärt, dass sich ihre Investitionen in Tourismusarchitektur gelohnt

hätten. Bei mehr als der Hälfte lagen die wirtschaftlichen Kenndaten nach der Investition deutlich über dem Durchschnitt der jeweiligen Branche. Gerade unsere **Hotellerie** sollte das mitnehmen, wenn sie jetzt mit dem reduzierten MWSt-Satz wieder **mehr Luft für notwendige Investitionen** hat.

#### **Spirit für Tourismusarchitektur**

#### 4. Wir wollen einen **neuen Spirit für Tourismusarchitektur im Land** generieren!

Das impliziert **zum einem, mehr Mut** zu fassen und **„ja“ zu sagen**. „Ja“ zum Setzen und Zulassen **neuer touristischer Augenmarken** - gegen Konventionen, gegen Widerstände, gegen Langeweile!

Lassen Sie mich auf ein aktuelles, **außergewöhnliches Beispiel aus der Schweiz** eingehen:

Das Design der **neuen Monte-Rosa-Hütte** mag für alpine Traditionalisten gewöhnungsbedürftig sein. Sie ist jedoch ein High-Tech-Meisterwerk der Ingenieurskunst, das Umwelttechnik, Ressourcenschonung, Architektur und Gästeorientierung einzigartig verbin-

det - und das im äußerst sensiblen hochalpinen Bereich!

**Auf der Gegenseite** impliziert dieser Spirit in vielen Fällen, **auch „Nein“ zu sagen.**

Ob

- städtebauliche bzw. denkmalgeschützte Ensembles,
  - gewachsene Strukturen von Natur- und Menschheitsarchitektur,
  - schützenswerte Landschaften,
- all das gehört für Bayern auch zur **unverzichtbaren Tourismusarchitektur.**

**Architektonische Stand-Alone-Lösungen** haben **touristisches Potenzial** und sind oft ein Garant für Erfolg. Aber wir dürfen dabei den **Blick fürs Ganze nicht aus den Augen verlieren** und wir müssen gerade auch bei der touristisch relevanten Architektur mit Augenmaß vorgehen.

Können Sie sich einen noch so schönen Glaspalast in der Altstadt von Rothenburg o.d. Tauber vorstellen? Einen riesigen Hotel-

turm am Königssee? Eine puristisch-weiße Inneneinrichtung im Bamberger Schlenkerla?

Ich meine: Das ist genauso wenig sinnvoll wie die dogmatische Verweigerung touristischer Weiterentwicklungsmöglichkeiten in landschaftlich oder kulturhistorisch weniger sensiblen Regionen oder Gemeinden.

Ich meine auch: In vielen Fällen können **Kompromisse und Konsensbildung** die beteiligten Partner und die Regionen sowohl touristisch als auch architektonisch weiter bringen als stures Festhalten an Vorstellungen.

**Chance Umwelt- und Denkmalschutz**

5. **Ressourcenschonung und Klimawandel** sind **nicht das Ende außergewöhnlicher Tourismusarchitektur**. Im Gegenteil - sie können sich in innovativer und ästhetischer Form niederschlagen. Auch das soll und wird die heutige Veranstaltung zeigen.

**Spezielle  
Aktivitäten des  
StMWIVT inkl.  
neuer Touris-  
musarchitek-  
turpreis**

Als für den bayerischen Tourismus und die bayerischen Architekten zuständiger Minister ist es mir ein wichtiges Anliegen, selbst aktiv zu diesem Spirit beizutragen:

- Bereits im letzten Jahr hatten wir eine **Sonderauswertung „Architektur“ im Rahmen der Reiseanalyse** in Auftrag gegeben und veröffentlicht.
- Bei der **touristischen Investitionsförderung** werden wir **architektonische Komponenten als Erfolgsfaktoren** entsprechend **berücksichtigen**.
- Die **by.TM** hat mit ihrer vor drei Jahren eingeführten **Marke „Sightsleeping – Schlafen für Augenmenschen“** einen **Volltreffer** gelandet. Um diesen beneiden uns viele andere Länder.

Die **Sightsleeping-Broschüre** ist heuer auf der ITB zum **besten deutschsprachigen Urlaubsprospekt** einer Destination ausgezeichnet worden. Das liegt sicherlich an der Qualität des Auftritts. Es liegt aber auch daran, dass das **Thema „Tourismusarchitektur“** in der Branche und bei den Gästen als **„sexy“** gilt. Ich oute mich

hier als ausgesprochener Sightsleeping-Fan. Wir werden dieses schöne Projekt weiter forcieren.

- Die **Bayerische Architektenkammer** und das **Bayerische Wirtschaftsministerium** wollen ihre **Kooperation in Sachen Tourismusarchitektur langfristig und nachhaltig fortsetzen**. Ich habe daher mit dem Präsidium der Architektenkammer vereinbart, in Bayern künftig regelmäßig einen **Tourismusarchitekturpreis** zu vergeben.

*Meine sehr geehrten Damen und Herren,*

### **Menschlichkeit von Tourismus- architektur**

der bekannte finnische Architekt und Designer *Alvar Aalto* hat behauptet: „Es gibt 2 Dinge in der Architektur: Menschlichkeit oder keine.“ Für den Tourismus ist die Frage rein rhetorischer Natur, welche dieser beiden Dinge wir brauchen. **Tourismusarchitektur** darf und soll spannend, aufregend, ja manchmal sogar kontrovers sein. Aber sie muss dabei **immer menschlich bleiben!** Denn kaum eine andere Branche kann so wie der Tourismus für sich

beanspruchen, dass sie **Menschen für Menschen betreiben.**

## **Schluss**

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen heute interessante Vorträge. Nehmen Sie Inspiration und Anregungen mit!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!