



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 25. Februar 2011, 11:00 Uhr

Bayerns Tourismus 2011 - Erfolg durch Inspiration,
Innovation, Interaktion

Rede

des
Bayerischen Staatsministers
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

Martin Zeil

anlässlich
der Jahrespressekonferenz Tourismus

am 25. Februar 2011
München

- *Anrede* -

Zwei Wochen lang, bis vorigen Sonntag haben wir mitgefiebert bei einem sportlichen Großereignis, das auch für den bayerischen Tourismus ein Highlight war. Die **Ski-WM** in Garmisch-Partenkirchen hat wieder einmal eindrucksvoll gezeigt, was unser Aushängeschild im Tourismus ist: **Gastfreundschaft!** Zuschauer, Medien und Sportler aus aller Welt waren begeistert von dem, was dort geboten wurde: ein weiß-blaues Wintererlebnis vom Feinsten.

Auch das Jahr 2010 war ein **Rekordjahr** für den Tourismus im Freistaat: **Nie hatten wir mehr Gäste** als im vergangenen Jahr: es waren 28 Millionen. Die Zahl der **Übernachtungen** ist mit rund 78 Millionen auf den höchsten Stand seit 2001 geklettert. Sie kennen die **Zahlen** und finden sie aufbereitet in unserer Pressemappe.

Die **Zeichen stehen aber auch 2011 auf Wachstum**. Der Tourismusboom hält für unsere Regionen viel Potenzial bereit. Das gilt es auszubauen.

Dieser stolze Erfolg ist trotzdem kein Grund sich auszuruhen, sondern **Motivation und Inspiration**, um den Tourismus in Bayern weiter voranzubringen.

I. Inspiration – Innovation - Interaktion

„**Inspiration – Innovation – Interaktion**“ – unter dieses **Motto** möchte ich 2011 die Aktivitäten der bayerischen Tourismusverantwortlichen in Bayern stellen! Das Bayerische Wirtschaftsministerium ist auch künftig **ein verlässlicher Partner und Förderer des weiß-blauen Tourismus**, unserer Destinationen und Leistungsanbieter. Unser aller Interesse ist: den Tourismus als **Leitökonomie** für Bayern zu stärken und Bayerns Position als eines der führenden Reiseziele in Europa und **Tourismusland Nr. 1 in Deutschland** auszubauen. Mit einer Wertschöpfung von **rund 25 Milliarden Euro** pro Jahr sichert der Tourismus das Einkommen von mehr als **560.000 Einwohnern** in Bayern. Sie sehen: Tourismus im Freistaat ist big business.

Im vergangenen Jahr haben wir deshalb **rund 48 Millionen** in die **touristische Infrastruktur**

investiert. **266 Projekte** mit einem **Volumen von über 200 Millionen Euro** konnten bayernweit realisiert, **über 3.000 Arbeitsplätze** im Freistaat gesichert und neu geschaffen werden. An dieser bewährten Förderpolitik werden wir festhalten!

2010 war für die Bayerische Tourismuspolitik ein Jahr der **Neupositionierung**. Nach 16 Jahren war ein **neues Tourismuspolitisches Konzept** überfällig. Damit geben wir allen Entscheidungsträgern im Bayerntourismus einen **Orientierungsrahmen** und **konkrete Leitlinien** für ihre Arbeit.

Um im weltweiten Wettbewerb um Gäste und Urlaubsorte die Nase vorn zu haben, setzen wir auf ein einfaches Erfolgsrezept mit zwei zentralen Leitgedanken:

- Destinationen und Leistungsanbieter müssen **kreativ, innovativ und qualitativ hochwertig** sein.
- Die Politik muss die Rahmenbedingungen für einen freien **Wettbewerb** gestalten.

Investitionen in Qualität und Innovation sind **Grundstein** für einen erfolgreichen Tourismus

der Zukunft. Unverzichtbar ist zudem **Chancengleichheit** für alle Konkurrenten. Ich werde mich deshalb weiter dafür einsetzen, **Wettbewerbsverzerrungen abzubauen** und die Rahmenbedingungen für die überwiegend mittelständische Tourismuswirtschaft zu verbessern.

Die von Bayern forcierte **Senkung der Mehrwertsteuer** für die Hotellerie durch die Bundesregierung war ein **wichtiger Meilenstein** - und dazu stehe ich nach wie vor. Überlegungen, dies zurückzunehmen und wieder abzuschaffen, **widerspreche ich energisch**. Die reduzierte Mehrwertsteuer ist ein wirtschaftspolitisches Musterbeispiel, wie Initiative und Innovation in Unternehmen stimuliert werden können – sowohl in der Hotellerie direkt als auch im nachgelagerten Zulieferbereich, etwa dem Bauhandwerk. Hoteliers in ganz Deutschland und auch in Bayern nutzen die so gewonnenen finanziellen **Spielräume für Investitionen** in Infrastruktur, Personal und Qualität der Leistungen.

Bundesweit haben bis heute fast 5.000 Übernachtungsbetriebe **Investitionen in Höhe von**

859 Millionen Euro für Neuanschaffungen, Renovierungen und Modernisierungen getätigt. In Bayern wurden laut Umfrage des Verbandes zusätzliche Investitionen in einer Größenordnung von mehr als 106 Millionen Euro geplant. Insgesamt konnten bundesweit **über 6.200 Arbeitsplätze geschaffen** werden.

Dabei ist der Sekundäreffekt noch gar nicht berücksichtigt, denn **jeder Euro Investition** des Hotelgewerbes zieht Umsatz, Gewinn und Beschäftigung **bei Zulieferbetrieben nach sich. Genau diesen Effekt haben wir beabsichtigt!** Wir werden deshalb an dieser Mehrwertsteuer-senkung festhalten!

Gleichzeitig setzen wir im Tourismuspolitischen Konzept **neue Akzente:**

- Wir wollen die Entwicklung des **Gesundheitstourismus** und die Vernetzung von Heilbädern und Gesundheitswirtschaft vorantreiben.
- Wir wollen den **ländlichen Raum stärken** mit den tragenden Säulen ‚Urlaub auf dem Bauernhof‘ sowie ‚Heilbäder und Kurorte‘.

- Wir setzen weiter auf einen **nachhaltigen und umweltverträglichen** Tourismus. **Der Tourismus lebt von einer intakten Umwelt.**
- Im hart umkämpften Tourismusmarkt müssen wir mehr denn je **Qualität** groß schreiben. Nur so können wir Urlauber gewinnen und auch dauerhaft halten.
Die Bayerische Staatsregierung baut auf **Qualitätsoffensiven, Premiumstrategien** und eine konsequente **Aus-, Fort- und Weiterbildung** des Personals im Tourismus.
- Unverzichtbar für den wirtschaftlichen Erfolg ist zum einen ein **klares zielgruppen- und produktorientiertes Marketing**. Hier setzen wir weiter auf die bewährte Arbeit unserer **Bayern Tourismus Marketing GmbH**. Zum anderen müssen heutzutage die **neuen Medien** genutzt und eingesetzt werden. Ob Online-Marketing oder App-Angebote für die Smartphones der Gäste – bei der Akquise und Betreuung von Urlaubern muss sich die Tourismusbranche dem **Zeitgeist stellen** und **neue Trends** aufgreifen.

- Schließlich stellt der **demografische Wandel** neue Anforderungen: der Urlaub muss auch **älteren oder gehbehinderten Gästen** Spaß machen. Ein Stichwort der Zukunft lautet: **Barrierefreiheit**.

II. Qualität und Innovation

Letzten Endes liegt der Schlüssel zum Erfolg bei den Destinationen und Tourismusakteuren **vor Ort**, vor allem den Unternehmen. Gäste, besonders glückliche Gäste, bekommt nur derjenige, der Eigeninitiative zeigt, Qualität hochhält und bereit ist für Innovationen.

Lassen Sie mich einige **Beispiele** nennen:

Die **bayerischen Wintersportregionen** unterstreichen zurzeit den Ruf Bayerns als **Winterurlandsland Nr. 1 in Deutschland**. Die **Ski-WM in Garmisch**, die **Weltmeisterschaften** am Königssee, in Inzell und in Ruhpolding im nächsten Jahr stellen eindrucksvoll unsere hohe Kompetenz und Professionalität bei der Ausrichtung von großen Sportereignissen unter Beweis. Das ist unsere **perfekte Visitenkarte**

für Olympia 2018! Unterstützung für unsere Olympiabewerbung haben wir jüngst von höchster Stelle erhalten: **Bundespräsident Wulff** hat bei seinem Besuch in Bayern am Dienstag seinen persönlichen Einsatz zugesagt.

Bayerns Hotellerie und Gastronomie ist sehr gut ins Jahr 2011 gestartet. Ich möchte in diesem Zusammenhang auch das neue Präsidium des bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, allen voran Herrn Präsidenten Ulrich Brandl, loben. Ihnen ist ein sehr positiver Start ins Amt gelungen. Ich freue mich auf eine weiter konstruktive Zusammenarbeit.

Auch in puncto **Qualität von Service und Dienstleistungen** unternimmt Bayerns Hotellerie und Gastronomie große Anstrengungen. Ein **guter Service bringt in der gesamten Dienstleistungswirtschaft den entscheidenden Wettbewerbsvorteil.**

Deshalb ist die Initiative „**ServiceQualität Deutschland in Bayern**“ so wichtig. Dieses umfassende Qualitätsmanagementsystem

nimmt die gesamte touristische Leistungskette in den Blick. Und mit dem „**Bayerischen Qualitätstag**“ hat der Hotel- und Gaststättenverband eine Institution ins Leben gerufen, um die Erfolge der Unternehmen im Bereich Service- und Dienstleistungsqualität würdig in Szene zu setzen. Ich danke den bayerischen Hotel- und Gaststättenbetrieben und dem Verband für das unermüdliche Engagement bei der Umsetzung von Servicequalität in die betriebliche Praxis.

Initiative und Innovation sind aber auch das Erfolgsrezept für unsere bayerischen **Heilbäder**. Ihre Wettbewerbssituation hat sich nachhaltig verändert. Eine zukunftssträchtige Strategie setzt auf **innovative Angebote**: es gilt zu **kooperieren und neue strategische Allianzen** zu schmieden mit anderen Branchen wie dem produzierenden Gewerbe, dem Handel und der Dienstleistung. Wir müssen zusammen mit der Gesundheitswirtschaft neue Anreize für neue Zielgruppen schaffen. Ich denke zum Beispiel an das Thema Medical Wellness.

III. Menschen machen Tourismus

Tourismus bedeutet immer und vor allem Interaktion. Nur Gastgeber, die einen guten Kontakt zu ihren Gästen haben, werden auch weiterempfohlen – und darauf kommt es an! Gerade im Tourismus rückt der Mensch mit seiner Qualifikation, seinen Fähigkeiten und seinen persönlichen Eigenschaften in den Blickpunkt.

Wir wollen uns in unserer Tourismuspolitik mit dem **Menschen als Dienstleister und als Schlüsselfaktor für den Erfolg** der Branche näher beschäftigen. Damit möchten wir all jenen, die mit ihrer Leistung ein solches Rekordjahr wie 2010 erst möglich gemacht haben, die gebührende Anerkennung erweisen. Deshalb werden wir den diesjährigen **Tourismustag** im Herbst **2011** unter das **Motto „Menschen machen Tourismus“** stellen. Bis dahin wünsche ich uns allen ein **erfolgreiches Tourismusjahr 2011!**