

ZUR SACHE

Wirtschaftsfaktor Tourismus



agenda 2010



Inhalt

	Vorwort	4
1	Tourismus: Ein starker Wirtschaftsfaktor in Deutschland	7
2	Ausbildung: Gute Zukunftsaussichten	9
3	Entwicklung in Deutschland: Positive Bilanz	12
4	Entwicklung international: Zeichen stehen auf Wachstum	14
5	Förderung der Bundesregierung	15
	Finanzielle Förderung	15
	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.	15
	Deutsches Seminar für Tourismus e.V.	17
	Gemeinschaftsaufgabe	
	„Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“	18
	Eigenkapitalhilfe- und Existenzgründerprogramm (ERP)	20
	Förderung des Tourismus in Ostdeutschland	21
	Weitere Förderung	22

6	Tourismuspolitische Schwerpunkte der SPD-Bundestagsfraktion	23
	Neue Perspektive:	
	Tourismus in, an und auf dem Wasser	23
	Gleichberechtigt: Barrierefreier Tourismus für alle	25
	Wissen: Auf Reisen Kultur erleben	26
	Dienstleistung fördern:	
	Abschaffung der Trinkgeldsteuer	28
	Schutz: Kinder und Jugendliche vor sexueller Gewalt schützen	29
	Neue Märkte: Tourismus in der erweiterten Europäischen Union	31
	Fit und gesund: Deutschland per Rad entdecken	32
	Durchblick: Rauchfreiheit in der Gastronomie	34
	Volksfeste: Schausteller von der Maut befreit	35

7	Aktuelle und zukünftige Themen	37
	Die Branche entlasten: Bürokratieabbau	37
	Gemeinsam erholen: Urlaub für Familien	39
	Außengastronomie: Sommerabende im Biergarten	40
	Gegen überfüllte Ferienorte:	
	Entzerrung der Sommerferien	41
	Sicher und erfolgreich: Fußball-WM 2006	43
	Demographischer Wandel: Die Generation 50+	45
8	Schlussbetrachtung	47

Vorwort



Annette Faße, MdB

Ludwig Stiegler, MdB



*Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,*

Die Tourismuswirtschaft ist eine der expansivsten Branchen in Deutschland. Sie ist geprägt von einer umfassenden Dynamik, da sich die Rahmenbedingungen fortlaufend ändern.

Gesellschaft, Politik, Ökonomie und Ökologie beeinflussen stetig die Entwicklung des Freizeitverhaltens. Dabei dient der Tourismus nicht nur im eigentlichen Sinne der Erholung

großer Teile der Bevölkerung, sondern sichert und schafft gleichzeitig Arbeitsplätze in erheblichem Umfang.

Die Politik hat die Aufgabe mit all den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln und Instrumenten, günstige und sozial vertretbare Rahmenbedingungen zu schaffen. Hierbei ist einer der Schwerpunkte die Qualitätssicherung und -steigerung im gesamten touristischen Bereich. Vielfalt und Qualität der Infrastruktur und der Dienstleistungsangebote machen die Attraktivität des Reise- und Urlaubslandes Deutschland aus. Nur mit einer überzeugenden Qualität können Touristen und Ausflügler nachhaltig für Deutschland als Reiseziel gewonnen werden. Mit diesem erfolgreichen Konzept werden die vielen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Tourismusbranche heute und auch in Zukunft einen krisensicheren Arbeitsplatz haben und die Unternehmen weiterhin positive Entwicklungen verzeichnen.

Den Tourismus unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Gesichtspunkten zu fördern und auszubauen ist Aufgabe der sozialdemokratischen Tourismuspolitik in Deutschland.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, reading 'Annette Faße'.

Annette Faße, MdB
*Sprecherin der Arbeitsgruppe Tourismus
der SPD-Bundestagsfraktion*

A handwritten signature in blue ink, reading 'Ludwig Stiegler'.

Ludwig Stiegler, MdB
*Stellvertretender Vorsitzender
der SPD-Bundestagsfraktion*

Mehr als 60 Prozent aller Reisen der Deutschen führen durch das eigene Land. Der tourismusbezogene Inlandskonsum beträgt rund 135 Mrd. Euro, das sind mehr als 12 Prozent aller Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland. Zusätzlich werden durch Geschäftsreisen in Deutschland weitere 23 Mrd. Euro erwirtschaftet.

Die Tourismuswirtschaft umfasst das gesamte Gastgewerbe, vom Campingplatz bis zum Luxushotel, von der Eckkneipe bis zum Sternerestaurant. Dazu kommen die kleinen und großen Reiseveranstalter, die Reisebüros, der Verkehrsbereich mit Straße, Schiene, Wasser und Flug und die vielen Dienstleister, die den Aufenthalt vor Ort organisieren und so vielfältig und angenehm wie möglich gestalten. Dabei sind die touristischen Unternehmen in Deutschland zum größten Teil mittelständisch geprägt und haben zumeist erhebliche regionalwirtschaftliche Auswirkungen.

Insgesamt sind in Deutschland 2,8 Millionen Menschen direkt oder indirekt im Tourismussektor beschäftigt. Der Anteil der vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze an der Gesamtbeschäftigung liegt damit bei ca. 8 Prozent. Zum Vergleich: Elektroindustrie, Baugewerbe und Automobilindustrie zusammen kommen nicht auf diese hohe Anzahl von Arbeitsplätzen.



2 Ausbildung: Gute Zukunftsaussichten

Der Tourismus in Deutschland zählt zu den zukunftsfähigen und beschäftigungsintensiven Branchen in unserem Land. Dabei ist besonders die Ausbildungsleistung der Branche hervorzuheben. Die derzeit rund 104.500 Ausbildungsplätze in den zwölf touristischen Berufen stellen ca. 7 Prozent aller Ausbildungsplätze in Deutschland. 2004 konnte das Gastgewerbe 42.655 jungen Leuten einen neuen Ausbildungsvertrag anbieten. Dies entspricht einer Steigerung von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Dabei muss eines aus Sicht der Sozialdemokratie festgehalten werden: Wir halten am Jugendarbeitsschutz fest. Immer wieder wollen verschiedene Kräfte den Schutz der unter 18-jährigen aushöhlen. Mit uns bleibt es dabei, dass Jugendliche weiterhin nur bis 22:00 Uhr arbeiten. Ausnahmen bis 23:00 Uhr sind bereits möglich, wenn der Ausbildungsbetrieb im Schichtbetrieb organisiert ist. Forderungen, Jugendliche sollen länger arbeiten,

blenden die Schutzbedürftigkeit der noch nicht Volljährigen aus und verfolgen einseitig und unreflektiert Arbeitgeberinteressen. Außerdem ist es nach wie vor nicht nach zu vollziehen, welcher ausbildungsrelevante Inhalt nach 22:00 Uhr vermittelt werden soll. Wir stützen das Jugendarbeitschutzgesetz und wollen es nicht unter dem Deckmäntelchen des Bürokratieabbaus durchlöchern.

Um den neuen Anforderungen in der Tourismus- und Freizeitbranche gerecht zu werden, hat die Bundesregierung mit Unterstützung der involvierten Verbände den neuen Ausbildungs-

beruf des „Kaufmanns/der Kauffrau für Tourismus und Freizeit“ entwickelt. Damit erhalten die Betriebe eine maßgeschneiderte Ausbildungsmöglichkeit, um ihren qualifizierten Nachwuchs entsprechend ihrem konkreten Bedarf heranzubilden und zusätzliche Lehrstellen zu schaffen. Das neue Berufsbild deckt die Betreuung der Gäste vor Ort, die Servicequalität, die Erstellung und Vermarktung touristischer und freizeitwirtschaftlicher Produkte und das dafür nötige Marketing ab. Mit diesem Ausbildungsberuf wird ein weiterer Baustein für die Zukunftsbranche Tourismus geliefert.





3 Entwicklung in Deutschland: Positive Bilanz

Seit 1998 hat die jährliche Gästezahl in Beherbergungsstätten mit mehr als neun Betten einschließlich des Touristikingcamping von 314,4 auf 338,8 Millionen zugenommen. Die Anzahl der Gäste stieg im gleichen Zeitraum von 101,4 um 14 Prozent auf 116,4 Millionen. Mit diesem Wert wurde ein Rekordergebnis für die Beherbergungsbetriebe erreicht. Nicht nur, dass hiermit das Vorjahresergebnis um 3,4 Prozent übertroffen wurde, sondern auch der bisherige Höchststand aus dem Jahr 2000, der bei 113,7 Millionen Gästen gelegen hatte, wurde übertroffen.

Grundlegend für diesen Erfolg sind zum einen der boomende Städtetourismus und zum anderen die in überaus erfreulichem Maße ansteigende Zahl ausländischer Touristen. Mit rund 45,4 Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland

konnte im Jahr 2004 ein neuer Höchststand beim Incoming-Tourismus erzielt werden. Das Vorjahresergebnis steigerte sich damit um knapp neun Prozent.

Dieser positive Trend setzt sich auch 2005 fort. Im ersten Quartal diesen Jahres stieg die Zahl der Gästeübernachtungen im Vergleich zum Vorjahresquartal um sechs Prozent auf 61,5 Millionen. Dabei stiegen die Übernachtungen inländischer Gäste um fünf Prozent, die der ausländischen Gäste wiederum um fast neun Prozent.





4 Entwicklung international: Zeichen stehen auf Wachstum

Laut World-Tourism-Organisation (WTO) lag die Anzahl der weltweiten internationalen Ankünfte 2004 mit 760 Millionen um zehn Prozent höher als im Vorjahr. Für Europa prognostiziert die WTO ein Wachstum der internationalen Ankünfte von jährlich ca. drei Prozent. Die deutsche Tourismuswirtschaft wird sich hiervon eine große Scheibe abschneiden. Die Bundesregierung hat hierzu unter anderem mit dem im Juli 2002 unterzeichneten ADS-Abkommen (Authorized Destination Status) mit China dafür gesorgt, dass Deutschland als erstes Land in Europa touristische Gruppenreisen chinesischer Staatsbürger in unserem Land durchführen konnte. Damit wurde für die heimische Tourismuswirtschaft ein enorm wichtiger Zeitvorsprung für die Erschließung des großen chinesischen Marktes eröffnet.



5 Förderung der Bundesregierung

Finanzielle Förderung

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

Die Bundesregierung fördert mit jährlich ca. 24,5 Millionen Euro die DZT. Die 1948 gegründete DZT hat die Aufgabe, im Ausland für Reisen nach Deutschland zu werben und dabei die Zusammenarbeit mit den dafür maßgeblichen nationalen und internationalen Stellen zu pflegen. Sie arbeitet eng mit den touristischen Marketingorganisationen der Länder sowie mit den Verbänden der deutschen Tourismuswirtschaft zusammen. Zur Nutzung von Synergieeffekten wirbt die DZT in kleinerem Umfang auch länderübergreifend im Inland.

Im Vordergrund der Marketingaktivitäten steht die Nutzung der Potenziale der EU-Beitrittsländer und des arabischen Raumes sowie die weitere Bearbeitung des Kulturtourismus. Ein weiterer

Schwerpunkt ist die Fußballweltmeisterschaft 2006. Die ganze Welt wird bei uns zu Gast sein. Diese einmalige Chance wird genutzt werden, um Deutschland weltweit als vielfältiges, tolerantes und gastfreundliches Land zu präsentieren.

Die Zuwendungshöhe des Bundes an die DZT konnte bisher trotz der notwendigen Haushaltseinsparungen konstant auf hohem Niveau gehalten werden. Die Unterstützung der DZT lohnt sich. Jeder in die Werbung investierte Euro kommt mehrfach in Form von Umsätzen durch Touristen wieder zurück und stärkt somit die heimische Tourismuswirtschaft.

Deutsches Seminar für Tourismus e.V. (DSFT)

Um die Qualität im Tourismusgewerbe zu erhalten und zu steigern, fördert die Bundesregierung das DSFT. Das DSFT ist die zentrale Weiterbildungseinrichtung der deutschen Tourismuswirtschaft. Nachwuchs-, Fach- und Führungskräfte aus allen Bereichen des Tourismus können sich hier auf die neuesten Trends vorbereiten und notwendige Anpassungen in ihren Betrieben oder Tourismusorganisationen vornehmen. Auch hier konnte trotz der globalen Haushaltskürzungen die finanzielle Förderung auf gleichbleibend hohem Wert gehalten werden.

*Gemeinschaftsaufgabe**„Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GA)*

Mit den Mitteln der GA können Investitionen der gewerblichen Wirtschaft, einschließlich der Tourismuswirtschaft sowie der wirtschaftsnahen Infrastruktur, z. B. Geländeerschließungen für Hotelneubauten oder Touristinformationen, gefördert werden. Dieses Instrumentarium wird ausschließlich in strukturschwachen Gebieten in Deutschland eingesetzt. Die im Bundeshaushalt zur Verfügung gestellten Mittel werden von den Ländern in gleicher Höhe kofinanziert.

Seit 1998 wurde mit ca. 1,15 Mrd. Euro GA-Mittel für das Gastgewerbe ein Investitionsvolumen von mehr als 3,5 Mrd. Euro angestoßen. Damit konnten in über 2.350 Fällen über 25.000 Dauerarbeitsplätze gesichert und neu geschaffen werden. Im Bereich der wirtschaftsnahen Infrastruktur für den Fremdenverkehr konnten in über 1.300 Fällen durch die Vergabe der GA-Mittel für den Tourismus ca. 1,4 Mrd. Euro an Investitionsvolumen ausgelöst werden.

Eigenkapitalhilfe- und Existenzgründerprogramm (ERP)

Die ERP-Programme, die seit 2004 unter dem Titel Unternehmerkapital und Regionalförderprogramm laufen, sind speziell auf die mittelständische Wirtschaft zugeschnitten. Bisher vorliegende Zahlen aus 2003 zeigen auf, dass für das Hotel- und Gaststättengewerbe aus den ERP-Programmen ein Kreditvolumen von insgesamt 160 Millionen Euro für Existenzgründungen und den Ausbau von Betrieben zur Verfügung gestellt werden konnten. Dadurch wurden Investitionen von 600 Millionen Euro ermöglicht.

Förderung des Tourismus in Ostdeutschland

Seit 1991 sind rund 5,3 Mrd. Euro im Rahmen der GA „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ in den Tourismus in Ostdeutschland investiert worden. Dabei wurden vorrangig Hotels, Tagungszentren, Freizeiteinrichtungen, aber auch Infrastrukturprojekte wie Kurparks, Strandpromenaden oder Rad- und Wanderwege gefördert.

Seit 1990 sind mit Hilfe des ERP-Programms rund 5 Mrd. Euro an Kreditvolumen für ca. 56.000 Vorhaben im Hotel- und Gaststättengewerbe alleine in Ostdeutschland ermöglicht worden. Weiterhin sind aus den Mitteln der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien rund 1,9 Mrd. Euro für die Erhaltung des baukulturellen Erbes in Ostdeutschland investiert worden.



Weitere Förderung

Durch verschiedene in Auftrag gegebene Studien und Untersuchungen werden für die Branche u.a. die zukünftigen Potenziale neuer Geschäftsfelder beleuchtet und evaluiert. Beispielhaft sei hier auf die Studie „Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle“ und auf die Grundlagenuntersuchungen „Wirtschaftsfaktor Campingtourismus“ und „Wassertourismus in Deutschland“ hingewiesen. Alle im Auftrag erstellten Ausarbeitungen haben deutliche Impulse und nachhaltige Aktivitäten in der Tourismusbranche initiiert und zu einer verbesserten Umsatzlage der involvierten Betriebe geführt.



A background image showing people on a beach, with a person in the foreground and others further back, all in a soft, purple-tinted style.

6 Tourismuspolitische Schwerpunkte der SPD-Bundestagsfraktion

Neue Perspektive: Tourismus in, an und auf dem Wasser

Immer mehr Urlauber verbringen ihre Freizeit auf Kreuzfahrtschiffen, Hausbooten oder paddeln mit Kajak oder Kanu. Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit in Auftrag gegebene Studie „Wassertourismus in Deutschland“ hat ergeben, dass etwa 6,4 Millionen deutsche Bürger Wassersport betreiben. Deutschland ist mit seinen vielen und abwechslungsreichen Gewässern ein hochinteressantes Wassersportrevier im Zentrum Europas.

Die Regierungsfractionen haben die bundesweite Einführung des touristischen Informationssystems „Gelbe Welle“ initiiert. Der Deutsche Tourismusverband ist mit der Koordinierung der umzusetzenden Maßnahmen beauftragt. Die „Gelbe Welle“ soll die Verknüpfung von wasser- und landseitigen touristischen Angeboten zusammenführen. Die Bundesregierung hat zudem

dauerhaft die Fortführung des Charterscheins für Touristen zum Führen von Hausbooten auf Freizeitgewässern ermöglicht.

Das Regierungsbündnis hat verhindert, dass Freizeitkapitäne in Deutschland für die Benutzung der Wasserstraßen eine Vignette hätten kaufen müssen. Der Bundesrechnungshof hatte dies gefordert. Mit Hilfe der Regierungsfractionen ist auch eine übermäßige Erhöhung der Mieten und Pachten für Wassersportvereine für die Land- und Wasserflächen abgewiesen worden. Mit all diesen Maßnahmen konnte dem Wassertourismus in Deutschland der Rücken gestärkt werden.



Gleichberechtigt: Barrierefreier Tourismus für alle

Viele der ca. 25 Millionen mobilitätseingeschränkten Menschen in Deutschland verreisen nicht, da es an geeigneten Angeboten mangelt. Die Tourismuspolitiker der Regierungskoalition haben sich diesem Thema angenommen und mit Hilfe der in Auftrag gegebenen Studie „Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle“ aufzeigen können, dass hier erhebliche Potenziale für die Reisenden, wie auch für die Tourismuswirtschaft liegen. Verschiedene Dachverbände der Tourismuswirtschaft und der Behindertenverbände haben bereits Zielvereinbarungen und Kooperationsprojekte unterzeichnet und durchgeführt. Dabei ist zu bedenken, dass diese Maßnahmen allen zu Gute kommen: Müttern mit Kinderwagen, Reisenden mit Gepäck, älteren Menschen, die nicht gut sehen oder hören können, Kindern und vielen anderen mehr.

Mit dem von der Regierungskoalition verabschiedeten Anti-Diskriminierungsgesetz ist es gelungen, auch das Merkmal der Behinderung mit in das Zivilrecht zu übernehmen. Von verschiedenen Seiten wurde dies stark bekämpft. Doch wer sich mit den Tatsachen befasst, der wird schnell zur Einsicht gelangen, dass die Regierung richtig und umsichtig gehandelt hat.

Wissen: Auf Reisen Kultur erleben

Deutschlands kultureller Reichtum bietet in- und ausländischen Gästen ein breitgefächertes Angebot. Im Rahmen der jüngsten EU-Erweiterung unterstützt der Tourismus, insbesondere der Kulturtourismus, den Integrationsprozess.

Die Tourismuspolitiker der Regierungskoalition setzen sich hierbei für die Ziele und Aktivitäten des Kultursektors auf der einen und der Tourismuswirtschaft auf der anderen Seite ein. Beide können z. B. durch gemeinsames Marketing oder gezieltere Besucherlenkung besser in Übereinstimmung gebracht werden. Ferner wird beabsichtigt, gerade auf dem Lande, den Kulturtourismus zu entwickeln. Abseits der Metropolen gibt es in Deutschland eine bunte Vielfalt an kulturellen Bauwerken und Festivitäten zu entdecken.

Zur Zeit wird geprüft, ob der durchschlagende Erfolg der deutschen Bewerberstädte zur Kulturhauptstadt Europas 2010 in einem Wettbewerb zur Kulturhauptstadt Deutschlands fortgeführt werden kann.



Dienstleistung fördern: Abschaffung der Trinkgeldsteuer

Auf Antrag der SPD-Bundestagsfraktion wurde die Besteuerung von Trinkgeldern abgeschafft. Die Steuer auf die Trinkgelder beeinträchtigte die Motivation der Beschäftigten im Service. Gerade der Kontakt zu den Gästen ist von entscheidender Bedeutung, so dass es an motivierenden Elementen für die zumeist niedrig entlohnzten Servicemitarbeiter nicht fehlen darf.



Schutz: Kinder und Jugendliche vor sexueller Gewalt schützen

Mit dem von der Regierungskoalition verabschiedeten Aktionsplan zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor sexueller Gewalt und Ausbeutung ist ein großes Maßnahmenbündel in Gang gebracht worden. Im Tourismusbereich sind in Zusammenarbeit mit „terre des hommes“ und der Europäischen Kommission Informationsfilme zum Kampf gegen Kindersextourismus erarbeitet worden. In diesem Zusammenhang wurde auch der Aufbau der Internetseite „child-hood.com“ gefördert. Diese Internetseite gibt Auskunft darüber, was Reisende selbst zum Schutz von Kindern tun können, wenn diese in ihrem Urlaub Hinweisen auf Kindesmissbrauch begegnen.

Die Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder gegen sexuelle Ausbeutung (ECPAT) und der Deutsche Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV) haben gemeinsam einen Verhaltenskodex zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung vereinbart. Mit finanzieller Unterstützung der Bundesregierung wurde das Faltblatt „Kleine Seelen – Große Gefahr“ veröffentlicht und in den Zielländern an Urlauber ausgeteilt. Weiterhin wurde der Spot „Words“ mit finanzieller Unterstützung der Bundesregierung hergestellt. Dieser Spot soll vor allem junge Erwachsene für die Problematik der sexuellen Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen sensibilisieren. Der Spot wird auch als Kinoversion gezeigt.

Neue Märkte:

Tourismus in der erweiterten Europäischen Union

Mit der Erweiterung der Europäischen Union ist es zum einen zu neuen und leichter zu erreichenden Urlaubszielen gekommen, zum anderen aber auch zu neuen Märkten, da nun auch Reisen nach Deutschland unternommen werden können. Durch die stetig hohe Förderung der DZT können diese neuen Märkte sehr gut für die deutsche Tourismuswirtschaft erschlossen werden.

In einem vereinten Europa setzen sich die Regierungsfractionen für gleiche Arbeits- und Sozialbedingungen in der Tourismuswirtschaft ein. Ebenso soll erreicht werden, dass die Qualitäts- und Leistungsstandards vereinheitlicht werden.

Fit und gesund: Deutschland per Rad entdecken

2,45 Millionen Deutsche verbrachten ihren mehrtägigen Urlaub überwiegend im Fahrradsattel. Dies sind beinahe neun Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei sind 76 Prozent der Radurlaube sogar Haupturlaubsreisen. Die DZT hat daher eigens einen Katalog für Fahrradurlaub in Deutschland erstellt.

Der von der Bundesregierung erarbeitete Nationale Radverkehrsplan 2002 – 2012 wurde im Sommer 2004 nochmals mit einem Antrag gestärkt. Deutschland soll zu einem der fahrradfreundlichsten Länder Europas werden. Zum Erreichen dieses Ziels ist eine koordinierende Stelle geschaffen worden. Hiervon profitiert in erheblichen Maße der Fahrradtourismus. Die touristischen Erfolge des Oder-Neiße-Radwegs, des Elbe-Radwegs und des Berlin-Kopenhagen-Radwegs geben dem Handeln der Bundesregierung recht.

Um Radfahren sicherer zu gestalten, hat die Bundesregierung die Mittel für Bundesstraßen begleitende Radwege um das Doppelte auf 100 Millionen Euro jährlich angehoben. Die Bahn hält ein breites Angebot zur Fahrradmitnahme vor. Verhandlungen werden noch über die Fahrradtransport im ICE-Fernverkehr geführt. Die Koalitionsfraktionen werden sich auch weiterhin für diese gesunde und naturfreundliche Form des Radreisens einsetzen.



Durchblick: Rauchfreiheit in der Gastronomie

Die Bundesregierung hat auf unbürokratischem Weg mit dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband eine Zielvereinbarung zur Rauchfreiheit in speiseorientierten Restaurants getroffen. Demnach sollen bis zu 40 Prozent der Tische in Zukunft rauchfrei sein.

Beispiele aus dem europäischen Ausland zeigen, dass diese Maßnahmen von der Bevölkerung beachtet und begrüßt werden. Die Gastronomen erkennen, dass hierin ein enormer Marketingvorteil versteckt liegt. Die Mehrheit der Nichtraucher wird es sehr befürworten, die reichhaltigen kulinarischen Spezialitäten in hiesigen Restaurants ohne den störenden Rauch von Zigaretten genießen zu können.

Volksfeste: Schausteller von der Maut befreit

Traditionelle Volksfeste erfreuen sich nach wie vor hoher Beliebtheit. Zusammen mit den Weihnachtsmärkten und Schützenfesten werden zu diesen Anlässen mehr als 200 Millionen Besucher pro Jahr gezählt. Alleine durch die größeren Weihnachtsmärkte werden auf und an den Plätzen weit mehr als 800 Millionen Euro umgesetzt.

Um die Schausteller, die all diese Feste erst mit Leben erfüllen, zu fördern, wurden u. a. erhebliche Erleichterungen bei der Freistellung von Fahrverboten für Transportfahrten an Sonn- und Feiertagen durchgesetzt. Ferner sind die Schausteller von der LKW-Maut ausgenommen worden. Mit dem im Sommer 2005 verabschiedeten Bürokratieabbaugesetz ist es gelungen, diese Berufsgruppe von weiterer Bürokratie zu befreien.

Volksfeste und Märkte sind ein wichtiges Kulturgut und tragen auch international zu einem guten Deutschlandbild bei, man denke nur an das Oktoberfest oder den Christkindelsmarkt in Nürnberg. Daher wird sich die SPD-Bundestagsfraktion weiter für die Belange der Schausteller einsetzen.





7 Aktuelle und zukünftige Themen

Die Branche entlasten: Bürokratieabbau

Mit der Änderung des Gaststättengesetzes ist es gelungen, eine höhere Serviceorientierung in der Dienstleistungsbranche zu erreichen.

Im Rahmen einer gewerblichen oder freiberuflichen Tätigkeit darf in Zukunft auch die entgeltliche Abgabe von alkoholfreien Getränken und Speisen ohne eine Erlaubnispflicht im Sinne des Gaststättengesetzes im Nebenbetrieb erfolgen. Damit ist es möglich, längere Wartezeiten für Kunden, z. B. beim Friseur oder Architekten, mit kleinen Annehmlichkeiten zu überbrücken.

Auch ambulante Imbissstände, die nicht länger als einen Tag, beispielsweise zu einem Dorffest, an einem Ort ihre Speisen und Getränke verkaufen, bedürfen nun nicht mehr einer Erlaubnispflicht. Mit einer Anzeigepflicht bei den Behörden bleibt eine Kontrolle bestehen.

Weiterhin ist der Schwellenwert für die Erlaubnispflicht für einen Beherbergungsbetrieb von acht auf zwölf Betten angehoben worden. Die Erhöhung gibt kleineren Betrieben mehr Flexibilität, in Zeiten von Spitzennachfragen, z. B. bei Messen, entsprechend reagieren zu können. Diese Maßnahme erleichtert auch die Einkommenssituation der bäuerlichen Betriebe, die sich mit dem „Urlaub auf dem Bauernhof“ ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein geschaffen haben.

Gemeinsam erholen: Urlaub für Familien

Die etwa 9,4 Millionen Familien mit minderjährigen Kindern stellen eine der wichtigsten Zielgruppen für die touristischen Leistungsanbieter in Deutschland dar. Jährlich werden mehr als 13 Millionen Urlaubsreisen mit Kindern unter 14 Jahren unternommen. Damit entfallen auf dieses Segment mehr als ein Fünftel aller Urlaubsreisen. Neben den klassischen Familien sowie Alleinerziehenden fahren zunehmend auch Großeltern mit Enkeln in Urlaub.

Mit einem erst kurz vor der Sommerpause 2005 verabschiedeten Antrag der Regierungsfractionen sollen u.a. die Stellung der gemeinnützigen Familienerholungsstätten gestärkt werden, eine Grundlagenuntersuchung durchgeführt sowie die Erstellung eines bundeseinheitlichen Gütesiegels geprüft werden.



Die Regierungskoalition fördert Familien umfassend und zielgerichtet. Ein gelungener Urlaub stärkt die Familien und hilft dabei, Alltagskonflikte leichter anzugehen und zu lösen. Familienurlaub und Familienerholungsmaßnahmen sind gerade für einkommensschwache Familien und Familien in belasteten Lebenssituationen von großem Wert.

Außergastronomie: Sommerabende im Biergarten

Verschiedene Kräfte versuchen immer wieder, die Sperrzeiten der Außergastronomie generell von derzeit 22:00 auf 24:00 Uhr zu verlegen. Dies blendet das berechtigte Ruhebedürfnis der Anwohner aus und ist mit der SPD-Bundestagsfraktion nicht zu machen.



Die SPD-Bundestagsfraktion hält daran fest, die Ausgestaltung der Sperrzeiten für die Außengastronomie bei den Ländern zu belassen. Diese delegieren die Regelungsbefugnis an die Kommunen. Diese können am besten entscheiden, welche Biergärten Anwohner übermäßig stören und welche nicht. Die Kompetenz vor Ort soll weiterhin bürgernah genutzt werden und zu einem Ausgleich zwischen den wirtschaftlichen Interessen der Gastronomie und dem Ruhebedürfnis der Anwohner führen.

Gegen überfüllte Ferienorte: Entzerrung der Sommerferien

Die Festlegung des Sommerferienzeitraumes liegt in der Hoheit der Länder. Der derzeitige Sommerferienzeitraum ist zu kurz. Die Kultusministerkonferenz ist zwar im Juni 2003 von ihrem

Beschluss vom Mai 1999 abgerückt und weitete den Ferienkorridor von durchschnittlich 75 auf nun 83 Tage aus. Doch ist dies noch weit entfernt von den vor der Neuregelung seit vielen Jahren geltenden 90 Tagen.

Der Tourismuswirtschaft in Deutschland gehen pro verlorenem Sommerferientag mehr als 1 Million Übernachtungen verloren. Durch die übermäßige Nachfrage im August kommt es zu Engpässen und somit zu höheren Kosten, die insbesondere für Familien mit schulpflichtigen Kindern zu finanziellen Mehrbelastungen führen.

Die Tourismuspolitiker der SPD-Bundestagsfraktion wollen daher nochmals auf die Ministerpräsidenten und Kultusminister der Bundesländer zugehen und gemeinsam mit ihnen Modelle für eine Ausdehnung des Ferienzeitraumes erörtern.

Sicher und erfolgreich: Fußball-WM 2006

Die Bundesregierung hat den Deutschen Fußballbund bereits bei der WM-Bewerbung intensiv unterstützt und gegenüber dem Weltfußball-Verband FIFA Regierungsgarantien abgegeben, die maßgeblich dazu beigetragen haben, dass Deutschland den Zuschlag erhalten hat. Alleine bei der Verbesserung der Verkehrswege hat der Bund 3,7 Mrd. Euro in den Ausbau der Bundesfernstraßen investiert. Davon profitieren auch die Zufahrten zu den 12 Austragungsstadien. In die Steigerung der Leistungsfähigkeit der Schienenstrecken wurden mehrere Milliarden Euro investiert sowie mit 802 Millionen der Nahverkehr optimiert.

Deutschland hat während der WM die einmalige Chance, sich in der ganzen Welt als serviceorientiertes und gastfreundliches Land zu präsentieren. Mit einem Gastgeberkonzept soll dies unterstützt werden. Ein Baustein daraus ist die Service- und



Freundlichkeitskampagne, die von der Deutschen Zentrale für Tourismus geleitet wird. Zielgruppen der Kampagne sind alle Personengruppen, die mit den Gästen aus dem In- und Ausland sowie den Medienvertretern in Kontakt kommen. In allen Bereichen soll Deutschland optimal auf die An- und Abreise sowie den Aufenthalt der zahlreichen Gäste vorbereitet sein.

Insgesamt erwartet man während der WM mit mehr als fünf Millionen Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben ein Umsatzplus von ca. drei Mrd. Euro. Ziel der SPD-Tourismuspolitik ist es jedoch nicht, nur die Zeit während der WM zu nutzen, sondern auch vor und nach der WM die internationale Aufmerksamkeit auf das Reiseland Deutschland zu lenken. Reisende aus aller Welt sollen dauerhaft für Deutschland begeistert werden.

Demographischer Wandel: Die Generation 50+

Die Bevölkerung wird in Zukunft älter werden. Der Anteil der über sechzigjährigen wird von heute einem Viertel auf fast 40 Prozent in der Mitte dieses Jahrhunderts ansteigen. Damit werden sich die Anspruchshaltungen der Reisenden ändern. Die bereits erwähnte Barrierefreiheit wird noch mehr in den Vordergrund rücken. Eine barrierefreie Umgebung nutzt nicht nur dem Mobilitätseingeschränkten, auch Menschen, die nicht mehr gut sehen oder hören können, profitieren z. B. von großer Schriftgröße und gut verständlichen Ansagen.

Die Tourismuspolitiker der SPD-Bundestagsfraktion haben eine Studie in Auftrag gegeben, die diese Entwicklung untersuchen soll und Handlungsempfehlungen gibt. Alle im Tourismus tätigen müssen sich rechtzeitig auf diese Veränderungen am Markt einstellen. Nur so wird man sich gegenüber der internationalen Konkurrenz behaupten können.





8 Schlussbemerkung

Die Tourismuspolitik der SPD-Bundestagfraktion hat viele Facetten. Der Tourismussektor beginnt bei der Kneipe, reicht über alle Verkehrsarten bis hin zum Luxushotel. Wirtschaft, Umwelt, Verkehr, Kultur, Gesundheit und viele andere Bereiche sind involviert.

Die Ziele der SPD-Tourismuspolitik konzentrieren sich auf:

- >> eine dauerhafte wirtschaftliche Stärkung der Tourismuswirtschaft,
- >> sozial ausgewogene Rahmenbedingungen für alle Beteiligten,
- >> Qualitätssicherung und -steigerung des Tourismus in Deutschland,
- >> ein umweltverträgliches Wachstum,
- >> das Erschließen neuer Märkte im In- wie auch im Ausland,
- >> eine zukunftsorientierte Planung in allen Bereichen des Tourismus und
- >> eine Harmonisierung der Rahmenbedingungen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.

Impressum

Herausgeberin:

SPD-Bundestagsfraktion

Petra Ernstberger MdB, Parlamentarische Geschäftsführerin

Platz der Republik 1

10557 Berlin

Text und Redaktion:

Alexander Amersberger

Bezugsadresse:

SPD-Bundestagsfraktion

Öffentlichkeitsarbeit

Platz der Republik 1

10557 Berlin

oder unter:

www.spdfraktion.de

Gesamtherstellung:

Petra Bauer, Cicero Werbeagentur, Berlin/Bonn

pb.cicero@t-online.de

Fotos: Joker (Titelhintergrund; S. 11, 13, 46)

Projekt Photos (S. 21, 22, 24, 27, 28, 33, 36, 39, 40, 43)

Juli 2005

Diese Veröffentlichung der SPD-Bundestagsfraktion dient ausschließlich der Information. Sie darf während eines Wahlkampfes nicht zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden.

www.spdfraktion.de

