

Rede

**des Bayerischen Staatsministers
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie**

Martin Zeil

**anlässlich der Mitgliederversammlung
des ADAC Südbayern**

am 4. April 2009

in München

I. Begrüßung und Würdigung des ADAC

Sehr geehrter Herr Dr. Markl,
verehrte Damen und Herren!

Beim ADAC wird man gleich zur Begrüßung beschenkt. Vielen Dank für das „Ringbuch“. Ich will versuchen, diesem „**Vorschuss**“ gerecht zu werden und Sie umfassend über aktuelle tourismuspolitische Fragen zu informieren.

Dank für Einladung

Doch zunächst herzlichen Dank für die Einladung zu Ihrer Mitgliederversammlung. Ich bin ihr gerne gefolgt.

Würdigung ADAC

Beim Stichwort ADAC geht es mir – als dem für Fahrzeugsicherheit zuständigen bayerischen Minister – wie vermutlich den meisten Menschen im Land. Ich denke zuerst an Ihre **herausragenden Leistungen zur Verbesserung der Verkehrssicherheit wie**

- den Straßenwachtdienst,
- die Gebrauchtwagenchecks,
- die Pannenstatistik und
- Ihre wegweisende Rolle bei Crash-Tests.

Führender Mobilitätsdienstleister

Aber ich weiß auch, dass Ihre **Aktivitäten** in dem Themenfeld **Freizeit, Naherholung und Tourismus** dem in Nichts nachstehen.

Der ADAC ist nicht nur der größte Verein in Bayern, sondern zugleich ein führender Mobilitätsdienstleister. Das nutzt nicht nur Ihren Mitgliedern. Auch der **Tourismusstandort Bayern profitiert davon**.

Ich will nur die Reise-Berichterstattung in der ADAC-Motorwelt erwähnen: Sie stellt häufig attraktive Ziele im schönen Bayern vor und macht bei **16 Millionen Mitgliedern** Lust auf Ausflüge oder Urlaub. Dadurch konnte manche bayerische Tourismusregion neue Gäste gewinnen.

Dafür sage ich als der für Tourismus zuständiger Minister **herzlichen Dank**.

Nicht umsonst sitzt ein Tourismusexperte des ADAC im Beirat der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH.

II. Tourismus in Bayern stärken

Kein eigenes Tourismus- ministerium

Gerade habe ich mich daran gewöhnt, auf einschlägigen Veranstaltungen **als Tourismusminister angesprochen** zu werden. Da fordern Sie, sehr geehrter Herr Vorsitzender, ein eigenes Tourismusressort.

Ich bitte Sie: Gerade der Tourismus! Das sind doch die schönsten Veranstaltungen, die ein Wirtschaftsminister haben kann.

Im Ernst: Der Vorschlag ist problematisch.

Tourismus ist eine Querschnittsbranche. Fast jeder Politikbereich hat eine tourismuspolitische Dimension. Das fängt beim Erziehungsauftrag der Schulen an, reicht über das Gesundheitswesen, die Umwelt- und die Sozialpolitik bis zur landwirtschaftlichen Absatzförderung.

Es macht z.B. keinen Sinn, den Radwegebau von der Trassenplanung der Straße zu trennen.

In Bayern liegt die **Richtlinienkompetenz** für den Tourismus beim Wirtschaftsminister. Das ist sachdienlich. Ein eigenes Tourismusministerium würde bei ressortübergreifenden Fragen zu- meist das Nachsehen haben.

Es gibt allerdings **tourismuspolitischen Verbesserungsbedarf** in Bayern. Die neue Bayerische Staatsregierung hat in ihrer **Koalitionsvereinbarung** deshalb **ein deutliches Bekenntnis zum Tourismusland Bayern** abgegeben. Mit einem Bündel an Maßnahmen werden wir unsere Stellung als deutsches Tourismusland Nummer 1 weiter ausbauen.

Neues Tourismuskonzept

Die Umsetzung läuft bereits auf Hochtouren. Beispielsweise ist das bisherige **tourismopolitische Konzept der Staatsregierung (TPK)** aus dem Jahr 1993 unbestritten in die Jahre gekommen. Ich will dem bayerischen Tourismus bis zum Jahresende 2009 ein neues, zeitgemäßes Leitbild geben.

III. Tourismuswirtschaft in der Rezession

Eintrübungen im Tourismus ...

Eine Neuorientierung ist darüber hinaus auch aus ganz aktuellen Gründen notwendig. Denn die schwere Krise der Weltwirtschaft und der Weltfinanzmärkte macht um die Tourismuswirtschaft keinen Bogen. Die Rezession wird der

Reisefreudigkeit im Jahr 2009 einen **Dämpfer** verpassen. Weltweit wird mit einem **Rückgang des Tourismus** um 2 % gerechnet.

... auch in Bayern

Wenn der **Welthandel** schwächelt, nehmen auch die **Businesskontakte** rund um den Globus ab. Geschäftsreisen und Tagungen machen aber nahezu ein **Drittel aller Hotelübernachtungen** im Freistaat aus.

Einbußen werden deshalb auch bei uns nicht ausbleiben. **Erste Bremsspuren** sind sichtbar: Aufgrund einer schwachen Auslandsnachfrage sind die Gästezahlen im Januar um 0,6 % gegenüber dem zum Vorjahresmonat zurückgegangen.

Die hervorragenden Zahlen für das Urlaubsjahr 2008, die Herr Dr. Markl bereits erwähnt hat, gehören erst einmal der Vergangenheit an.

Nicht nur das Negative sehen

Das sind keine rosigen Aussichten.

Umso wichtiger ist es mir, dass wir nicht die **Zuversicht** und das **Vertrauen** in unseren **Wirtschafts- und Tourismusstandort** verlieren. **Nur schwarzzumalen** entspricht übrigens auch **nicht unserer bayerischen Lebensart**.

Bayern hat gute Chancen, die Rezession **besser** zu überstehen als andere Länder.

Tourismus gut aufgestellt

Urlaub hat bei uns unverändert einen hohen individuellen und gesellschaftlichen **Stellenwert**. Ich rechne deshalb damit, dass sich der Bayertourismus 2009 als **relativ krisenfest** erweisen und sich gegen den Trend entwickeln wird.

Chance: Gäste aus dem Inland

Die Erfahrung zeigt: Bayern profitiert in konjunkturell schwierigen Zeiten tatsächlich von **Urlaubsreisen der deutschen Bevölkerung**. Für viele Erholungssuchende heißt es derzeit: **näher, kürzer, günstiger!**

Das ist bereits spürbar: Die inländischen Gästeankünfte haben im Januar gegen den Trend im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,4 % zugenommen.

Ich gehe davon aus, dass der **Freistaat** in diesem Jahr Italien und die Türkei in der **Beliebtheitsskala der Reiseziele** deutscher Urlauber überholt und sich hinter Spanien auf **Rang 2** einreicht.

IV. Am touristischen Erfolg arbeiten

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist der Erfolg im Tourismus kein Selbstläufer. Er ist aber machbar. Lassen sich mich deshalb auf ein paar wesentliche **Kernfaktoren für den touristischen Erfolg eingehen:**

1. Kaufkraft erhalten

Erstens müssen wir die inländische Kaufkraft sichern, damit der Inlandstourismus, unser wichtigster Quellmarkt, stark bleibt. Eine wachstumsorientierte Wirtschaftspolitik, die Beschäftigung und Einkommen der Bürgerinnen und Bürger sichert, ist deshalb Grundvoraussetzung jeder erfolgreichen Tourismuspolitik.

Unser Gastgewerbe leidet darunter, dass man bei Ebbe im Geldbeutel am leichtesten **beim Konsum sparen** kann. Gäste kaufen ihren Proviant im Supermarkt, statt ausgiebig bei unseren Wirten einzukehren. Die **unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze** für das Gastgewerbe einerseits und für Nahrungsmittel andererseits sind so gesehen **problematisch**.

2. Private Tourismus- investitionen

Zweitens brauchen wir für eine hohe Qualität im Bayertourismus **private Investitionen** und **Investoren**. Die Herausforderung des **Innovations- und Investitionswettlaufs im Tourismus** kann jeder einzelne Betrieb nur durch die Flucht nach vorne bestehen.

Gäste sind anspruchsvoll geworden

Der **Durchschnittsgast des Jahres 2009** ist **anspruchsvoll** geworden:

- Er **vergleicht Angebote**.
- Er **jagt Schnäppchen**.
- Er **setzt Qualität und hohen Gegenwert für sein Geld als selbstverständlich** voraus und erwartet zudem, vom Gebotenen positiv überrascht zu werden.

Dieses gestiegene Qualitätsbewusstsein ist auch ein Verdienst der langjährigen Bemühungen des ADAC um mehr Servicequalität der Dienstleistungen rund um Mobilität und Reisen.

ServiceQualität Deutschland

Deshalb ist das permanente Ringen um mehr Qualität im Tourismus so notwendig. Die **Initiative „ServiceQualität Deutschland“** schließt hier erfolgreich eine Lücke. Ich bin dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband dankbar,

dass er dieses Instrument **auch in Bayern eingeführt** hat. Mein Haus hat dafür eine Anschubfinanzierung von 500.000 € zur Verfügung gestellt.

Schmale Renditen, ...

Tourismusinvestitionen erwirtschaften bei uns vielfach nur **vergleichsweise geringe Renditen**. Ein Grund liegt darin, dass das Gewerbe **dienstleistungs-** und damit **vergleichsweise lohnintensiv ist**.

Hinzu kommen in weiten Bereichen **hohe Energiekosten** und eine **exzessive Abgabenlast** von der Mehrwertsteuer über die GEZ-Gebühren bis hin zur Künstlersozialkasse.

... ungünstige Rahmenbedingungen

Unsere Touristiker sind mindestens so tüchtig wie ihre Kollegen aus Nachbarländern. Diese können aber wegen besserer Rahmenbedingungen günstiger anbieten und besser verdienen.

Wir müssen unserer Tourismuswirtschaft deshalb dringend **die notwendigen unternehmerischen Spielräume** zurückgeben und **Wett-**

bewerbsverzerrungen beseitigen, vor allem im Bereich der Steuerbelastung.

**Ermäßigter
MWSt-Satz**

Ich danke deshalb für Ihren Rückenwind beim Thema Umsatzsteuer, Herr Dr. Markl. Die wichtigste, auch noch einigermaßen zügig umsetzbare Maßnahme zur Verringerung der Abgabenlast ist die Einführung des **ermäßigten Mehrwertsteuersatzes für das Hotel- und Gaststättengewerbe**.

Die neue Koalitionsregierung in Bayern hat erfreulicherweise hier mehr Schwung in das Thema gebracht. Wir haben im Koalitionsvertrag vereinbart, für einen **ermäßigten Mehrwertsteuersatz in Hotels und Gaststätten** zu kämpfen. Am Dienstag dieser Woche hat das Kabinett dazu eine **bayerische Bundesratsinitiative** beschlossen.

Um dieser Initiative mehr Nachdruck zu verleihen, wird die FDP-Bundestagsfraktion auch in den Deutschen Bundestag einen Antrag zur Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Hotellerie und Gastronomie einbringen. Wir werden bei dieser Frage nicht lockerlassen.

3. Wertschätzung für den Tourismus

Drittens muss der Tourismus bei unserer Bevölkerung die gebotene Wertschätzung erfahren.

Sie haben leider recht, Herr Dr.

Markl: Weite Teile der Bevölkerung in Bayern wollen überhaupt keinen Tourismus.

Vielerorts in Bayern werden Verkehrsbelastungen, die Belebung der Natur sowie die Gegenwart von fremden Menschen abgelehnt.

Aber: Touristen wollen nicht nur geduldet sein, sondern sich wohlfühlen. Auch Investoren gehen nur dorthin, wo sie willkommen sind. Gerade der Tourismus verbessert die **Chancen auf heimatnahe Arbeitsplätze. Die Einnahmen aus dem Tagestourismus sind für Gastronomie und Handel** oft überlebenswichtig. Das wird viel zu oft vergessen.

Meine Ansage lautet daher: Touristen und Tourismusinvestoren sind in Bayern willkommen. Wo wir ihnen den Weg ebnen können, werden wir dies gerne tun.

Kampagne PRO Tourismus

Genau hier setzt die **Kampagne PRO TOURISMUS** des Bayerischen Hotel- und Gaststät-

tengewerbes, der IHK für München und Oberbayern und des Tourismusverbandes München-Oberbayern an. Ich bin dafür außerordentlich dankbar und unterstütze diesen Ansatz, **das Tourismusbewusstseins** zu fördern, auch finanziell.

4. Tourismusmarketing ausbauen

Zu meinem vierten Erfolgsfaktor: Wir müssen die Wahrnehmbarkeit und Reichweite im Tourismusmarketing steigern.

Ich kann mich des Eindrucks nicht erwehren, dass immer noch **viele Marketingmaßnahmen** eher der kommunalen **Identitätspflege** dienen als zusätzliche Ankünfte und Übernachtungen zu akquirieren. Hohe **Messeaufwendungen** stehen vielfach in keinem rechten Verhältnis zu den damit eingefahrenen Vorausbuchungen.

Mittelansatz um 2 Mio. erhöht

Wir leisten mit dem Doppelhaushalt 2009/2010 einen Beitrag, Bayern im „Werbungswettbewerb“ besser zu positionieren. Ungeachtet der angespannten Haushaltslage konnten wir eine Mehrung des **Mittelansatzes für das landesweite Tourismusmarketing** um brutto 2 Mio. €

erreichen.

Der Bayerische Landtag hat den Haushalt vorgestern erfreulicherweise so verabschiedet.

Allerdings, so lautet meine Vorgabe, darf **der staatliche Beitrag zum Tourismusmarketing nur in wirklich wahrnehmbare, reichweitenstarke Kampagnen** fließen.

Der Zersplitterung der Werbelandschaft entgegenwirken

Derzeit wirkt unsere **Werbelandschaft** auf Außenstehende eher zersplittert. Sie haben das vorhin zu Recht beklagt. Das schwächt Bayern als Reiseland. Eine wahrnehmbare Werbetrummel kann nur schlagen, wer eine reichweitenstarke, attraktive Plattform aufgebaut hat.

Vorbild Österreich?

Wir verfolgen natürlich auch die Marketinganstrengungen unserer internationalen Konkurrenten. Das ausländische Vorbild taugt aber nicht immer, beispielsweise die Forderung nach einer Tourismusabgabe wie in Österreich. Diese Tourismusabgabe stammt von 1911, also noch aus der Kaiserzeit. Nach Auffassung der österreichischen Kollegen wäre sie heute nicht mehr durchsetzbar.

Außerdem steht die neue Koalitionsregierung in

Bayern entschieden für die **Entlastung** von Bürgern und Wirtschaft und nicht für zusätzliche Abgaben und Umverteilung.

Alternative byTM

Unser Ansatz ist marktwirtschaftlich und angebotsorientiert. Die **reichweitenstarken Werbeplattformen unserer Bayern Tourismus Marketing GmbH** stehen allen bayerischen Tourismusakteuren offen. Es wird sich herumsprechen, dass erst diese Bündelung der Gelder international wahrnehmbare Kampagnen ermöglicht. Und nur das Marketing, das den Endkunden auch tatsächlich erreicht, kann zusätzliche Ankünfte und Übernachtungen generieren

Wir müssen aber sehen: Die Nutzung dieser Plattform ist ein Gebot der Vernunft. Es gibt aber **keinen Anschluss- und Benutzungszwang an die byTM.**

Bevorstehende oder geplante **Großereignisse** wie die **alpine Ski WM 2011** in Garmisch-Partenkirchen oder **Winter-Olympia 2018** müssen wir für ganz Bayern touristisch nutzen. Das funktioniert nur mit einem zentral gesteuerten Konzept der byTM.

V. Tourismus und Mobilität

Meine Damen und Herren!

Enger Zusammenhang von Tourismus und Mobilität

Tourismus und viele Formen der Freizeitgestaltung haben viel mit Mobilität zu tun. Der ADAC selbst ist das wohl beste Beispiel, wie eng diese beiden Themen zusammengehören.

Im Vordergrund für die Tourismusbranche steht die **individuelle Mobilität**. **Drei von vier der inländischen Bayern-Urlauber reisen mit dem Auto an.**

Reiseerleichterungen dank automobiler Fortschritt

Erst der automobiler Fortschritt hat größere Urlaubsreise **für breite Bevölkerungsschichten** ermöglicht und einfach gemacht.

Noch vor ein paar Jahrzehnten konnte dies sehr mühsam sein. Es soll Zeitgenossen gegeben haben, die mit ihrem vollgeladenen Auto den Zirler Berg im Rückwärtsgang hochgefahren sind, weil sie im ersten Gang die 16 % Steigung nicht geschafft hätten.

Diese Zeiten sind gottlob vorbei. Das **Automob-**

bil des 21. Jahrhunderts ist leistungsfähig, komfortabel und sicher. Insbesondere was die bayerischen Hersteller angeht, ist es auch noch innovativ, vielfach sparsam im Verbrauch und abgasarm.

Keine Verschärfung der Umweltzone München

Ich verstehe deshalb Ihren Ärger, Herr Dr. Markl, über die neu entflammte **Diskussion zur Verschärfung der Münchner Umweltzone.** Der Verkehr ist in den letzten Jahren insgesamt sauberer geworden, wenn auch noch nicht in erwünschtem Umfang. Für Aktionismus besteht in dieser Situation kein Anlass.

Abgesehen davon, dass Umweltzonen in der Praxis ein **Biotop für wuchernden Bürokratismus** sind, stellen sich mir zwei Fragen:

- Warum soll **erstens** eine erst vor kurzem eingeführte Maßnahme verschärft werden, bevor überhaupt die Chance besteht, die Wirksamkeit zu überprüfen?
- Warum muss es **zweitens** immer erst zum Streit kommen, bis die berechtigten Interessen der Wirtschaft – in diesem Fall viele kleine und mittelständische Gewerbetreibende

im Raum München – angemessen berücksichtigt werden?

Abwrackprämie

Auch mit Ihrer kritischen Haltung zur Abwrackprämie rennen Sie bei mir offene Türen ein. Deutschland steckt hier erhebliche Summen in ein Programm, das sich rasch als Strohfeuer erweisen könnte.

Denn wir erleben hier ganz klar **Vorzieheffekte**, die kurzfristig den Fahrzeugherstellern und dem Fahrzeughandel nutzen. Die Befürchtung, dass das dicke Ende, sprich die Absatzflaute, dadurch nur hinausgeschoben wird, ist nicht von der Hand zu weisen. Außerdem führt die Prämie zu strukturellen Verwerfungen, weil das jetzt in neue Fahrzeuge gesteckte Geld für andere Konsummöglichkeiten fehlt.

Bei den freien, herstellerunabhängigen Kfz-Fachbetrieben schaut es bereits heute anders aus. Wegen der vorzeitigen Verschrottung hunderttausender noch funktionsfähiger Fahrzeuge brechen diesen die Aufträge weg.

A 99

Sehr geehrter Herr Dr. Markl, nochmals danke für das „**Ringbuch A 99**“.

Ich werde es mit Interesse lesen.

Ob es mich von meiner Meinung abbringt, ich würde den Ringschluss nicht mehr erleben, ist offen.

Ich habe schon vor, noch lange zu leben.

Aber **Naturschutz und Umweltgesetzgebung** greifen immer stärker **in die Infrastrukturplanung ein**.

Bei großen Vorhaben hat das allem politischen Willen zum Trotz **überlange Verfahrensdauern** zur Folge. Projekte wie der A 99-Südring, an denen sich der politische Widerstand mit aller Konsequenz abarbeiten wird, sind von der Verfahrensdauer erst recht unkalkulierbar.

Ihren Optimismus in Ehren: Ob eine in großen Teilen **oberirdische Streckenführung** durchsetzbar ist, kann man durchaus **anzweifeln**.

VI. Schluss

Mobilität sicherstellen

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch. Ich bin genauso leidenschaftlich Verkehrsminister wie ich auch Tourismusminister bin. Es gehört zu meinen vornehmsten Aufgaben, **für Menschen**

und Wirtschaft die notwendige **Mobilität sicherzustellen**. Das ist **ein wichtiges Stück Lebensqualität**, aber auch **unverzichtbare Voraussetzung für die weitere wirtschaftliche Entwicklung Bayerns**.

Mobilität **umwelt- und klimagerecht** herzustellen, wird dabei immer wichtiger. Der **Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel** und die **Verlagerung auf umweltverträgliche Verkehrsträger** nehmen deshalb einen breiten Raum in meiner Arbeit ein.

Die Straße wird dennoch auf absehbare Zeit Verkehrsträger Nummer 1 und der Individualverkehr unverzichtbar bleiben – gerade in einem Flächenland wie Bayern.

Ich suche deshalb ganz bewusst den Dialog auch mit den Interessenvereinigungen des Individualverkehrs. Denn gute Politik lässt sich nach meiner Überzeugung nicht im Gegeneinander, sondern nur im **Schulterschluss mit den Betroffenen** erfolgreich gestalten.

Deshalb darf ich abschließend nochmals für die Einladung und die Gelegenheit danken, meine tourismuspolitischen Vorstellungen vorstellen zu können. Ich bin auch in Zukunft gerne zum Gespräch mit dem ADAC bereit.

Vielen Dank!