

travel tribune

Der Nachrichtendienst für die Tourismuswirtschaft

Berlin - Tourismus pur im Deutschen Bundestag: Experten aller Parteien diskutierten den "Tourismuspolitischen Bericht der Bundesregierung". Es sei "eine Sternstunde" für alle Tourismuspolitiker gewesen, so **Brunhilde Irber** (SPD). Schließlich habe man das Papier "in der Kernzeit debattieren können".

Vor allem zwei Themen bewegten die Parlamentarier vergangenen Donnerstag: Die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze des Gastgewerbes und der Freizeitparks innerhalb der EU - und die verkorkste Sommerferienregelung.

Während Bundeswirtschaftsminister **Wolfgang Clement** (SPD) die Steuerfrage

Anmeldung:
www.elvia.de oder
Tel. 0 89 / 6 24 24 - 220

SEÜFZ!

RATLOS? Nicht mehr lange!

Für prima Klima im Büro sorgt das neue
Trainment **Keiner versteht mich – 8 Wege
aus der Kommunikationsfalle**. Jetzt anmelden und Kommunikationsprofi werden!

ELVIA
AKADEMIE
Die moderne Art der Weiterbildung

Nr. 44/03

30.10.2003

LH weist Vorwürfe zurück: Nichts zu tun mit Aero Lloyd-Debakel	Seite 2
Neckermann Reisen: "Macht's möglich"-Slogan stirbt	Seite 3
Israel: "Höchste Vorsicht geboten"	Seite 3
Bahn: Bayern will bei Verspätung Anspruch auf Schadenersatz	Seite 4
My Travel verkauft Töchter in den USA	Seite 5
Karstadt-Quelle mit Billig-Anbieter	Seite 6
tt-Gespräch mit Heike Bähre: Fehlt Nachfrage, hilft auch kein Geld	Seite 7
Emirates: Gewinn gestiegen	Seite 9
AEA: Mehr Passagiere im August	Seite 10
TUI bündelt Aktivitäten in Österreich	Seite 10
Ryanair: "Drei bis vier" zusätzliche deutsche Flughäfen	Seite 11
Germanwings plant deutlichen Passagierzuwachs	Seite 12
Hapag Lloyd: Besseres Ergebnis als 2002	Seite 13

travel tribune, Unterster Zwerchweg 8, 60599 Frankfurt am Main, Postfach 70 31 40, 60568 Frankfurt am Main, Telefon (069) 625024, Telefax (069) 625026, Email info@travel-tribune.de, www.travel-tribune.de. travel tribune ist ein vertraulicher Informationsdienst und dient nur der persönlichen Unterrichtung des Empfängers, Vervielfältigungen und Weitergabe sind nicht gestattet. Zitate aus dem Inhalt sind bei Quellenangabe erlaubt. travel tribune erscheint im 21. Jahrgang jeden Donnerstag und kostet monatlich 20,50 Euro (Jahresbezug) zzgl. Porto und gesetzliche Mehrwertsteuer. Die Abonnementsdauer beträgt ein Jahr. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht 12 Wochen vor Ablauf gekündigt wird. Herausgeber: Th. Michael Schweizer. Redaktion: Hans-Joachim Brings (verantwortlich), Dorothee Baer-Bogenschütz. Anzeigen: UMS GmbH, Julius-Hölder-Straße 56, 70597 Stuttgart, Telefon (0711) 564600, Telefax (0711) 556882, Email umsgmbhums@aol.com. Anzeigenleitung: Wilfried H. Glaser. Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 15 vom 1. Dezember 2002.

tt-Gespräch mit Heike Bähre: "Wo die Nachfrage fehlt, hilft auch kein Geld"

Berlin - Den Tourismus vor und nach der Wende im Osten Deutschlands beleuchtet **Heike Bähre** vom Integron-Institut in Berlin: Herauskam eine mehr als 500 Seiten starke Studie* in Buchform.

tt: Als 1989 die Mauer fiel, begannen die Ostdeutschen die Welt zu entdecken: Tun Sie das immer noch?

Bähre: Ja, aber wesentlich einkommensabhängiger: Die Reiselust hat sich abgeschwächt. Ostdeutsche reisen inzwischen weniger als Westdeutsche.

tt: Warum?

Bähre: Die Gründe liegen auf der Hand: Eine verfestigt hohe Arbeitslosigkeit, zudem eine zum Teil drastische Verschuldung der Haushalte. Hinzu kommt zunehmend eine steigende soziale Unsicherheit.

tt: Wie hat sich das Reiseverhalten im Rückblick gewandelt?

Bähre: 1990 haben über 80 Prozent Urlaub gemacht, zehn Jahre später nur noch 74 Prozent. In der DDR-Zeit waren zwangsweise das eigene Land und die befreundeten Ostblock-Länder Reiseziele. Aber auch nach der Wende war Deutschland, ob Osten oder Westen, gefragt.

tt: Haben Sie Zahlen?

Bähre:
Hinweis der Autorin:

Zahlendreher: Im Jahr 2000 machten die Ostdeutschen 4,2 Mio. (nicht 3,3) Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands.
tt: [Vgl. a.a.O., S. 430 – 431.]

1990 etwa haben die Ostdeutschen noch 9,9 Millionen Urlaubsreisen innerhalb der Bundesrepublik gemacht - und 3,3 Millionen ins Ausland. Zehn Jahre später waren es 7,6 Millionen Auslandsreisen und 3,3 Millionen innerhalb Deutschlands. Jetzt macht sich aber langsam wieder ein gegenteiliger Trend bemerkbar.

In die neuen Länder floss nach der Wende viel Geld. Wurden die Fördermittel gezielt oder nach dem Gießkannen-Prinzip verteilt?

Bähre: Am Anfang nach dem Gießkannen-Prinzip. Als sich die Tourismus-Referate der Bundesländer gefestigt und eingerichtet hatten, kam es auch zu einer konzeptionellen Tourismusplanung.

tt: Wurden Regionen bevorzugt?

Bähre: Nein. Die Länder konnten aber selbst Schwerpunkte setzen. So verlief die Förderung nur da positiv, wo auch schon vorher die Potenziale vorhanden waren. Interessant dabei: Eine besonders hohe Förderquote brachte nicht automatisch eine hohe Bettenauslastung - wo Nachfrage fehlt, hilft auch kein Geld. Was nützen drei neue Luxushotels in frühen Industriezentren, wenn die Wirtschaft dort am Boden liegt?

tt: Wo war die Förderung besonders erfolgreich?

Bähre: In den Gebieten, wo schon vor der Wende der Tourismus blühte - also beispielsweise in Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen und der Sächsischen Schweiz. Und in Dresden, Leipzig und Weimar.

tt: Wie hoch waren die Tourismussubventionen insgesamt?

* "Tourismuspoltik in der Systemtransformation", 526 Seiten, 85 Euro, ISBN 3-9808801-2-5.

- Bähre:** Bis zum Jahr 2000 flossen insgesamt 8,6 Milliarden D-Mark. Mit dem Ergebnis, dass in den traditionellen Reisegebieten die Entwicklung eindeutig am günstigsten verlief - dort gab es eine höhere Auslastung, eine höhere Übernachtungsintensität und höhere Nächtigungszahlen als in allen anderen Gebieten.
- tt:** Stichwort Bettenboom.
- Bähre:** Der wurde durch Steuergeschenke ausgelöst, die Kapitalanlegern von Seiten des Staates gemacht wurden. Inzwischen haben wir deutliche Überkapazitäten. Deshalb sollten die steuerrechtlichen Vorteile für Kapitalanleger zunächst einmal abgeschafft werden. Sie sind solange überflüssig, solange es Überkapazitäten gibt.
- tt:** Die steigende Arbeitslosigkeit und der Wegzug der Jugend lähmt die ostdeutsche Gesellschaft: Was bedeutet das für den Tourismus?
- Bähre:** Viele Regionen hoffen, dass diejenigen Jugendlichen, die derzeit im Westen in touristischen Berufen ausgebildet werden, irgendwann einmal in ihre Heimatregionen zurückkommen. Eine höhere Auslastung der vorhandenen Bettenkapazität könnte da von Nutzen sein.
- tt:** Vielleicht helfen da mehr Reisen von Westdeutschen in die neuen Länder.
- Bähre:** Gewiss. Aber es läuft nicht schlecht: 1990 wurden von Westdeutschen 1,1 Millionen Reisen nach Ostdeutschland gezählt, 2000 waren es bereits 3,2 Millionen.
- tt:** Was wird den Tourismus in Ostdeutschland künftig prägen?
- Bähre:** Es wird sich nicht viel ändern: Ich bezweifle, dass sich Tourismus in strukturschwachen Regionen nachhaltig etablieren lässt. Die Gewinner von heute werden auch die Gewinner von morgen sein. Nischen wie Urlaub auf dem Bauernhof oder Nationalpark-Tourismus werden allerdings auch im Osten künftig zunehmend gefragt sein.
- DFDS Seaways verkauft "Prince of Scandinavia"** **Lübeck** - Die Reederei DFDS Seaways meldet den Verkauf ihres Kreuzfahrtschiffes "Prince of Scandinavia" an den italienischen Mitbewerber Moby. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Aufgrund des Verkaufs korrigierte DFDS sein erwartetes Ergebnis für 2003 in Höhe von umgerechnet 21,5 Millionen Euro auf 17,5 Millionen Euro nach unten. Grund hierfür seien die Kosten für die Kündigung der Besatzung sowie einen "kleinen Verlust" beim Verkauf des Schiffes.
- Iberia mit Gewinneinbruch** **Madrid** - Die spanische Fluggesellschaft Iberia meldet für die ersten neun Monate einen Umsatzrückgang von 3,2 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Besonders drastisch fiel das Minus - mit 42 Prozent auf 135 Millionen Euro - beim Betriebsergebnis aus.
- NH Hotels: Nettogewinn gestiegen** **Madrid** - Die spanische Gruppe NH Hotels meldet für die ersten neun Monate dieses Jahres einen Nettogewinn von 30,5 Millionen Euro, gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Zunahme von 50,1 Prozent. Der Umsatz stieg um 2,2 Prozent auf 668,4 Millionen Euro.