

Mitteilung

des Wirtschaftsministeriums

**Unterrichtung des Landtags in EU-Angelegenheiten;
– Vorhaben von herausragender politischer Bedeutung –¹⁾**

Zukünftige europäische Tourismuspolitik

Vorhaben: Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“
KOM(2010) 352 endg.²⁾

BR-Drucksache: –

Federführendes Ressort: Wirtschaftsministerium

Aktenzeichen: 3–4360.2/EU–KOM 30. 06. 10

Beteiligte Ressorts: –

1. Voraussichtlicher Abschluss der Beratungen

Am 20. Juli 2010 hat sich in Brüssel die RAG Wettbewerbsfähigkeit mit der Mitteilung befasst.

- a) Plenum Bundesrat steht noch nicht fest
- b) EG – Ministerrat offen

¹⁾ Unterrichtung gemäß Vereinbarung vom 13. Dezember 1995 zu Artikel 34 a LV (GBl. 1996 S. 65). Vorgelegt mit Schreiben des Wirtschaftsministeriums vom 4. August 2010.

²⁾ Die Mitteilung der Kommission kann beim Informationsdienst des Landtags eingesehen oder im Internet abgerufen werden unter: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_de.pdf.

2. Gegenstand und Zielsetzung des Vorschlags

Am 30. Juni 2010 hat die Kommission ihr Konzept zur Förderung des Tourismus in Europa unter dem Titel „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ vorgelegt. In Übereinstimmung mit dem Vertrag von Lissabon wird mit der europäischen Tourismuspolitik im Wesentlichen das Ziel verfolgt, die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftszweigs zu steigern und dabei nicht außer Acht zu lassen, dass diese langfristig betrachtet eng mit ihrer Nachhaltigkeit verbunden ist. Dieses Ziel steht in eindeutigen Zusammenhang mit der neuen Wirtschaftsstrategie der Union „Europa 2020“ und insbesondere mit der Leitinitiative „Industriepolitik im Zeitalter der Globalisierung“.

Vorrangiges Ziel des europäischen Aktionsrahmens ist es, den wirtschaftlichen Erfolg des Tourismus in Europa zu fördern.

In einer am 14. April 2010 in Madrid stattgefundenen Konferenz über den europäischen Tourismus unterstützten die EU-Minister die „Erklärung von Madrid“, in der eine Reihe von Empfehlungen für die Umsetzung einer konsolidierten europäischen Tourismuspolitik enthalten ist und die Notwendigkeit verstärkter Bemühungen um eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftszweigs hervorgehoben sowie anerkannt wird. Zur Verwirklichung dieser Ziele sollen folgende Maßnahmen zur Tourismusförderung dienen:

- a) Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa
- b) Förderung der Bemühungen um einen nachhaltigen, verantwortungsvollen Qualitätstourismus
- c) Konsolidierung des Images und der Außenwirkung Europas als ein nachhaltiges Qualitätsreiseziel bestehendes Ganzes
- d) Bestmögliche Nutzung des Potenzials der politischen Maßnahmen und der Finanzinstrumente der EU zur Entwicklung des Tourismus

Die Mitgliedstaaten sind dazu aufgerufen, ihre nationalen Interessen einfließen zu lassen.

3. Wesentlicher Inhalt und Bewertung aus Sicht des Wirtschaftsministeriums

Die Europäische Kommission will mit der vorliegenden Mitteilung ein koordiniertes Konzept für die tourismusbezogenen Initiativen fördern und einen Aktionsrahmen schaffen, um die Wettbewerbsfähigkeit sowie die Fähigkeit zu nachhaltigem Wachstum zu stärken. Hierzu schlägt sie eine Reihe europäischer oder multinationaler Initiativen vor, durch die diese Ziele verwirklicht und die Zuständigkeiten, die der Union durch den Vertrag von Lissabon zur Förderung des Tourismus übertragen wurden, in vollem Umfang genutzt werden sollen.

Zu den Maßnahmen im Einzelnen:

Zu a): Zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit soll unter anderem die Innovationstätigkeit im Tourismus ausgebaut, die Qualität des Angebots gesteigert und die beruflichen Qualifikationen in der Branche verbessert werden. Das Tourismusgewerbe als Wirtschaftszweig besteht überwiegend aus kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und verfügt somit über ein enormes Potenzial zur Entwicklung unternehmerischer Initiativen.

Eine vorgesehene Maßnahme: Schaffung eines „europäischen Kulturerbe-Siegels“.

Zu b): Die Europäische Kommission ist bestrebt, jene Initiativen zu fördern, die eine verantwortungsvolle Ressourcenbewirtschaftung (Energie, Wasser, Rohstoffe usw.) vorantreiben.

Einige vorgesehene Maßnahmen: Entwicklung eines Systems von Indikatoren für ein nachhaltiges Reisezielmanagement. Auf der Grundlage dieses Systems will die Kommission ein europäisches Gütesiegel zur Werbung für europäische Reiseziele entwickeln. Des Weiteren strebt die Kommission die Entwicklung eines europäischen „Gütesiegels für Tourismus“ an, mit dem die Qualität der touristischen Dienstleistungen zur Zufriedenheit der Kunden verbessert werden soll.

Zu c): Die Europäische Kommission verfolgt das Ziel, die touristische Nachfrage für Reisen in und nach Europa anzuregen. Hierzu gibt es bereits ein Tourismusportal *www.visiteurope.com*, welches von der Kommission bereits im Jahr 2006 eingerichtet wurde. Daneben beabsichtigt die Kommission, verschiedene thematische Tourismusprodukte mit europäischer oder multinationaler Dimension insbesondere auf den wichtigen Tourismusmessen zu präsentieren und einen höheren Bekanntheitsgrad zu erzielen.

Vorgesehene Maßnahmen sind unter anderem die Schaffung eines echten europäischen Tourismusgütesiegels, mit dem die nationalen und regionalen Werbemaßnahmen ergänzt werden können und durch das sich Europa stärker gegenüber anderen internationalen Reisezielen profilieren kann, die Bewerbung des Tourismusportals *www.visiteurope.com* sowie die Durchführung gemeinsamer Werbemaßnahmen bei internationalen Großveranstaltungen und wichtigen Touristikmessen.

Zu d): Die Kommission strebt eine bessere Einbindung des Tourismus in die verschiedenen politischen Aufgabenbereiche an. Des Weiteren möchte sie dafür sorgen, dass die ordnungsgemäße Anwendung der geltenden Rechtsvorschriften es ermöglicht, das ganze Potenzial an Wettbewerbsfähigkeit, das in dieser Branche steckt, freizusetzen. Die Kommission setzt sich gezielt ein, die verschiedenen betroffenen Politikbereiche zu koordinieren, um bei der Festlegung und Durchführung der politischen Maßnahmen die Interessen und Bedürfnisse der Touristikbranche umfassend zu berücksichtigen.

Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg begrüßt das erklärte Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Europa zu steigern. Die vorgeschlagenen Maßnahmen, wie z. B. die Schaffung eines europäischen „Gütesiegels für Tourismus“ (vgl. Ziff. 5.2, vorgesehene Maßnahmen Nr. 13 und Ziff. 5.3, vorgesehene Maßnahmen Nr. 18) sind jedoch unter dem Aspekt der Subsidiarität eher kritisch zu betrachten.

Nach Artikel 195 AEUV ergänzt die Union lediglich die Maßnahmen der Mitgliedstaaten im Tourismussektor. Das bedeutet, dass die konkreten Initiativen – welche den Bereich des Tourismus angehen – aus rechtlichen Gründen keine verbindliche Vorgabe für die Mitgliedstaaten sein können. Außerdem ist der Tourismus weitgehend Sache der Akteure vor Ort im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Betätigung im gegenseitigen Wettbewerb. Die Einflussmöglichkeit des Landes ist hier sehr begrenzt. Das Land könnte deshalb die Umsetzung von verbindlichen Maßnahmen nicht gewährleisten.

Aus Verbraucher-Sicht haben europaweite Gütesiegel durchaus Vorteile. Europaweit einheitliche „Gütesiegel“ machen in den Bereichen Sinn, wo in den Mitgliedsstaaten gleiche oder ähnliche Strukturen vorhanden sind. Ein Beispiel positiver Bemühungen in diesem Bereich ist die europäische Hotelklassifizierung.

Ungleich schwieriger wird es aber in Bereichen in denen in den Mitgliedsstaaten staatliche Regularien oder Vorschriften vorhanden sind. Beispiel hierfür ist etwa der Bereich der Prädikatisierung nach dem Kurortgesetz als Angelegenheit der Bundesländer und weit differierenden Regelungen in den einzelnen Mitgliedsstaaten.

Der Tourismus des Landes Baden-Württemberg steht vor neuen Herausforderungen, denen Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft gerecht werden müssen. Den tourismuspolitischen Handlungsrahmen dafür hat das Land Baden-Württemberg in seiner „Tourismuskonzeption Baden-Württemberg“ im vergangenen Jahr geschaffen.

Erfolgsfaktoren wie Eigenverantwortung, Kooperationsbereitschaft, Qualitätsbewusstsein und Innovationskraft prägen dabei die weitere Tourismusentwicklung in Baden-Württemberg. Die großen wirtschaftlichen Potenziale des Tourismus in Baden-Württemberg gilt es konsequent auszuschöpfen.

Die Nachfrageentwicklung ist das Ergebnis unterschiedlicher Prozesse auf einzelnen Märkten wie etwa Gesundheitstourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Städte- oder Kulturtourismus. Es ist weit mehr als nur ein Thema oder Angebot, das den Tourismus in Baden-Württemberg prägt. Demnach bedarf es einer differenzierten Betrachtung einzelner Potenziale, um die besonderen Eigenarten des Tourismus in Baden-Württemberg zu erfassen. Dies gilt in gleicher Weise für den Tourismus im ungleich größeren Rahmen der gesamten EU. Die Schaffung eines europäischen „Gütesiegels für Tourismus“ könnte dieser Differenziertheit der Märkte nicht gerecht werden. Ein Beispiel dafür ist die gesundheitstouristische Marke „WellnessStars“.

Das Land Baden-Württemberg hat eine ausgeprägte gesundheitstouristische Kompetenz und eine überdurchschnittlich bekannte „Erlebnismarke“ im Wellness-Segment mit den „WellnessStars“. Die in Baden-Württemberg entwickelte Marke wurde inzwischen um die „Medical Wellness Stars“ erweitert und hat bereits in zahlreichen Bundesländern Deutschlands Fuß gefasst und auf breiter Basis Anerkennung gefunden. Die „WellnessStars“ sind auch bereits grenzüberschreitend in Südtirol vorhanden. Gespräche laufen bereits mit Betrieben in der Schweiz und in Österreich.

Dieses Beispiel zeigt, dass es nicht in allen Bereichen Sinn macht, ein europäisches Gütesiegel von der EU neu zu entwickeln. Vielmehr sollte versucht werden bereits bestehende, an der Basis entwickelte und im Markt akzeptierte Gütesiegel, zu nutzen.

Das Wirtschaftsministerium hält es für sinnvoll, bei dem europäischen Tourismusportal www.visiteurope.com auf herausgehobene nationale Tourismusangebote, wie etwa den Automobilsommer 2011 zu verlinken (vgl. Ziff. 5.3, vorgesehene Maßnahmen Nr. 19).

Das Wirtschaftsministerium plädiert daneben für die Einrichtung eines deutschen Sprachangebots als einer der Amtssprachen der EU auf dem Tourismusportal www.visiteurope.com.

Weitgehend sollten transparente Kriterien für die Darstellung europäischer Reiseziele auf www.visiteurope.com geschaffen werden.

Im Hinblick auf die Verbesserung der beruflichen Qualifikationen der Arbeitnehmer im Tourismusgewerbe (vgl. Ziff. 5.1, vorgesehene Maßnahmen Nr. 5) hält es das Wirtschaftsministerium über die Information zu den Möglichkeiten bestehender Programme hinaus für sinnvoll, Qualifizierungsangebote zur Entwicklung länderübergreifender Tourismusprodukte, zur Stärkung der Sprachkompetenz im Tourismus und zur Stärkung der Dienstleistungsqualität vermehrt zu unterstützen.

Gemäß den Feststellungen des Tourismuskonzepts Baden-Württemberg zu den zu erwartenden soziodemografischen Veränderungen wird der Anteil der Älteren und Hochaltrigen im Zuge des demographischen Wandels bis 2030 stark und danach bis 2050 leichter zunehmen. Dies wird auf Nachfrageseite für veränderte Anspruchshaltungen gegenüber den Tourismusanbietern sorgen. Das Wirtschaftsministerium hält es für sinnvoll, in den Katalog der vorgesehenen Maßnahmen zusätzlich Maßnahmen zur Stärkung des Bewusstseins der Tourismusanbieter für die Reisebedürfnisse auch von alten und hochaltrigen Menschen mit aufzunehmen.