

Liberales Tourismuskonzept

Mehr Arbeitsplätze in der Tourismuswirtschaft durch liberale Politik

Deutschland hat die Fußballweltmeisterschaft 2006 genutzt und sich als gastfreundliches und weltoffenes Land präsentiert. Toller Service, ein gutes Preis- /Leistungsverhältnis und ein herausragendes kulturelles Angebot haben die Fußballweltmeisterschaft für unsere Gäste und uns zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht. Damit die WM 2006 zu einer dauerhaften Stärkung des Tourismusstandortes Deutschland beiträgt, müssen die Rahmenbedingungen für den Tourismussektor als einer der wichtigsten Dienstleistungs- und Wachstumsbranchen verbessert werden. So können zu den in Deutschland bereits bestehenden 2,8 Millionen Arbeits- und über 100.000 Ausbildungsplätzen im Tourismus weitere hinzukommen.

Durch die EU-Osterweiterung und die demografische Veränderung unserer Gesellschaft mit einer steigenden Zahl älterer Menschen, die über eine hohe Finanzkraft verfügen, kann eine positive Entwicklung des Tourismusstandortes Deutschland weitere Schubkraft erhalten. Aus der EU-Osterweiterung und der damit verbundenen räumlichen Nähe zu den neuen Mitgliedstaaten der Europäischen Union ergeben sich für Deutschland große touristische Potenziale. Der Tourismusstandort Deutschland kann zu den Gewinnern der EU-Osterweiterung werden. Dazu sind umfassende Anpassungen an die Veränderungen in der Sozial- und Altersstruktur der Reisenden, ihres Freizeit- und Reiseverhaltens, an neue Sicherheitslagen, an den wirtschaftlichen Strukturwandel und technologische Innovationen notwendig. Gemeinsames Ziel von Politik, Verbänden, Tourismuswirtschaft und Reisenden muss sein, diesen Anpassungsprozess erfolgreich zu gestalten, um die Wachstumsperspektiven zu nutzen. Relevante Entwicklungstrends und Bedürfnisse von potenziellen Reisenden müssen rechtzeitig erkannt und entsprechende Angebote gemacht werden.

In den neuen Ländern ist der Tourismus schon heute der Motor der Entwicklung ganzer Regionen. Servicebereitschaft und das Preis-/Leistungsverhältnis sind in ganz Deutschland auf einem hohen Niveau. Die Angebotsstrukturen sind günstig. Persönliche Sicherheit ist in Deutschland ebenso gegeben wie Sauberkeit und Hygiene. Deutschland als „Land der Dichter und Denker“ bietet ein herausragendes kulturelles Angebot mit seinen Kulturdenkmälern, Schlössern, Burgen, Kathedralen, historischen Städten und abwechslungsreichen kulturellen Veranstaltungen. Für viele Gäste sind deutscher Wein und deutsches Bier in einer einzigartigen Natur und Landschaft weitere touristische Highlights. Das Straßenverkehrsnetz ist zentrales Element einer vorbildlichen Infrastruktur, damit hat Deutschland alle Voraussetzungen, um im internationalen Wettbewerb zu profitieren und Marktanteile auszubauen. Insbesondere der boomende Städte- und Kongresstourismus beweist, welches Potenzial im Deutschland-Tourismus steckt.

Natur und Umwelt sind günstige Standortfaktoren für den Tourismus in Deutschland. Die vielfältigen Landschaftsformen und die intakte Umwelt bieten den Reisenden Erholung und viele Möglichkeiten der Freizeitgestaltung. In Deutschland gibt es 14 Nationalparks, 14 Biosphärenreservate und 95 Naturparke.

Diese nationalen Naturlandschaften sind reizvolle Urlaubsziele, in denen die Vielfalt der Natur und der Kultur Deutschlands entdeckt werden können. Nicht nur die Tourismusbranche kann von einer intakten Natur profitieren. Auch die Umwelt und Natur selbst kann durch den Tourismus gewinnen. Die Erfahrungen haben gezeigt, dass durch den Tourismus in Großschutzgebieten willkommene Einnahmen entstehen, die wiederum den Biosphärenreservaten oder den Naturparks zugute kommen. Naturnaher und nachhaltiger Tourismus sind deshalb ideologiefrei zu fördern. Gerade der Ausbau von Fahrradwegen und Wanderwegen sowie die Förderung nachhaltiger Natursportmöglichkeiten wie zum Beispiel Klettern und Paddeln ermöglichen es den deutschen Tourismusbetreibern, den Standort Deutschland noch attraktiver zu gestalten.

Doch können neue Arbeits- und Ausbildungsplätze nur durch eine konsequente Verbesserung der touristischen Rahmenbedingungen entstehen. Leider werden aber die notwendigen Freiräume für die überwiegend mittelständischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft in Deutschland zunehmend durch eine ausufernde Bürokratie beschnitten. Durch immer neue Regulierungen im ohnehin schon verkrusteten deutschen Arbeitsrecht wird die Schaffung neuer Jobs verhindert. Die Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 auf 19% zum 01.01.2007 ist konjunkturschädlich und konsumfeindlich und damit besonders schädlich für den Tourismus. Für die heimischen Gastronomen und Hoteliers haben die Wettbewerbsverzerrungen durch die Mehrwertsteuererhöhung in Verbindung mit der unterschiedlichen Anwendung der verringerten Mehrwertsteuersätze in Europa weiter zugenommen.

Notwendig sind grundlegende Reformen unserer sozialen Sicherungssysteme. Gerade für die Tourismusbranche sind zukunftssichere und marktwirtschaftliche Reformen eine Voraussetzung, um die touristischen Potenziale auszuschöpfen, die mit der Alterung unserer Gesellschaft verbunden sein können. Europa wird zunehmend wichtiger für die nationale Tourismuspolitik. Deshalb müssen wir uns verstärkt Gedanken darüber machen, ob es im Interesse des Tourismusstandortes Deutschland ist, dass die Europäische Union ihre Kompetenzen hier ausweitet. Auf nationaler Ebene ergaben sich durch die Beschlüsse zur Föderalismusreform Nachteile für die Branche. Insbesondere die positive Entwicklung des Kongress- und Messtourismus in Deutschland wird durch unterschiedliche Gesetze in den Ländern beeinträchtigt. Durch die vielfältigen Sparmaßnahmen der öffentlichen Hand und in den Unternehmen sind die Gesamtausgaben für Geschäftsreisen in Deutschland drastisch von 54,1 Milliarden Euro in 2003 auf 44,0 Milliarden Euro in 2004 zurückgegangen. Schließlich fordern Kriege, Terrorismus und Naturkatastrophen eine ständige Abwägung von notwendigen Sicherheitsvorkehrungen für Reisende und ungetrübten Reisespaß, der nicht durch lästige und überflüssige Maßnahmen beeinträchtigt werden sollte.

Grundsätzliche tourismuspolitische Ziele der FDP

Libérale Tourismuspolitik stärkt den Mittelstand und schafft neue Arbeits- und Ausbildungsplätze.

Libérale Tourismuspolitik ist integraler Bestandteil einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftspolitik. Damit wird der Standort Deutschland gestärkt. Liberale setzen auf die Zusammenarbeit aller Politikebenen in der EU, im Bund, in den Ländern und Regionen sowie Kommunen.

Libérale Tourismuspolitik schafft Freiräume für eigenverantwortliches Handeln. Sie baut Wettbewerbsverzerrungen ab und sorgt so für Wettbewerbsgleichheit am Markt. Davon profitieren Unternehmen und Verbraucher gleichermaßen.

Libérale Wirtschaftspolitik steht für Marktwirtschaft. Sie stärkt eigenverantwortliche Unternehmen, Arbeitnehmer und Reisende.

Libérale Tourismuspolitik setzt auf Toleranz, Offenheit, Freiheit und Vielfalt.

Konkrete Handlungsfelder liberaler Tourismuspolitik

Unsere Forderungen:

1. Eine Verringerung der Steuer- und Abgabenbelastung von Unternehmen und Verbrauchern. Dazu hat die FDP ein geschlossenes Konzept für die Reform der Einkommen- und Unternehmenssteuern vorgelegt. Liberale setzen auf ein niedriges, einfaches und gerechtes Einkommensteuerrecht mit den Sätzen 15, 25 und 35%. Schließlich dürfen auch zukünftig - wie es das FDP-Steuerkonzept vorsieht - keine Steuern auf Trinkgeld erhoben werden. Die Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 auf 19% zum 01.01.2007 ist konjunkturschädlich und konsumfeindlich und belastet damit insbesondere die Tourismusbranche.

2. Die Anwendung reduzierter Mehrwertsteuersätze für Hotellerie und Gastronomie in Deutschland. Zur Herstellung von Wettbewerbsgleichheit müssen auch in Deutschland wie in vielen anderen Mitgliedstaaten der EU reduzierte Mehrwertsteuersätze für Hotellerie und Gastronomie genutzt werden können. Mit der Mehrwertsteuererhöhung haben die in Europa ohnehin schon bestehenden Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der deutschen Gastronomen und Hoteliers weiter zugenommen. Die FDP steht für einen Kurs der Steuersenkung.

3. Der Abbau von überflüssiger Bürokratie und Regulierung. Die FDP setzt sich entschieden für einen drastischen Abbau von überflüssiger Bürokratie und Regulierung in allen Bereichen ein. Das betrifft z.B. das Arbeitsrecht und die anteilige Besteuerung der Vermittlungsentgelte bei flugüberschreitender Flugbeförderung. Aus Vereinfachungsgründen und zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrungen muss auf die anteilige Besteuerung der Vermittlungsentgelte von Reisebüros bei grenzüberschreitender Flugbeförderung und bei Überflügen verzichtet werden. Zum einen stehen die geringen Steuermehreinnahmen in keinem Verhältnis zum Aufwand der Reisebüros, zum anderen sind die Vermittlungsentgelte steuerfrei gestellt. Dies kann erreicht werden durch Streichung des § 4 Nr. 5 Abs. 2 Satz 1 Umsatzsteuergesetz.

4. Eine Flexibilisierung des deutschen Arbeitsmarktes mit zu starren Flächentarifverträgen und zu weitreichenden arbeitsrechtlichen Vorschriften ist überfällig. Wir brauchen mehr Flexibilität und nicht mehr Regulierung, um Arbeitsplätze in Deutschland zu schaffen und erhalten zu können. Die FDP will zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit an den Ursachen ansetzen. Dazu gehört eine Reform der sozialen Sicherungssysteme mit einer Reduzierung der Beitragslast, einer Reform des Arbeitsmarktes, des Tarifvertragsrechts und des Gesundheitswesens. Die mit dem schwarz-roten Haushaltsbegleitgesetz 2006 beschlossene Erhöhung der Pauschalabgabe bei der geringfügig entlohnten Beschäftigung (Minijobs) von 25 auf 30% widerspricht dem Ziel, den Faktor Arbeit zu entlasten. Damit sind massenhaft geringfügige Beschäftigungsverhältnisse weggefallen oder in die Schwarzarbeit abgewandert.

5. Verbesserte Ausbildungsmöglichkeiten für Jugendliche unter 18 Jahre statt einer Ausbildungsplatzabgabe. Im Jugendarbeitsschutzgesetz müssen die Arbeitszeiten für Jugendliche von 22.00 auf 23.00 Uhr ausgedehnt werden. Das erhöht die Chancen von Haupt- und Realschülern auf einen Ausbildungsplatz.

6. Keine gesetzlichen oder tariflichen Mindestlöhne. Mindestlöhne, egal in welcher Form sie festgelegt werden, lösen nicht die Arbeitsmarktprobleme, sondern verschärfen sie viel mehr. Sie führen im Ergebnis zu einer Verdrängung von Arbeitsplätzen, insbesondere im gering qualifizierten Bereich und zu einer Abwanderung in die Schwarzarbeit.

7. Eine konsequente 1:1-Umsetzung von EU-Richtlinien. Die FDP fordert, einen neuen Gesetzentwurf zu erarbeiten, der im Gegensatz zu dem von Schwarz-Rot verabschiedeten Gesetz eine 1:1 Umsetzung der EU-Antidiskriminierungsrichtlinien vornimmt und über deren Regelungsgehalt nicht hinausgeht.

8. Eine Entlastung der Hotellerie bei den Rundfunkgebühren. Die Belastung der deutschen Beherbergungsbetriebe durch die Rundfunkgebühr ist zu einem erheblichen Standortnachteil geworden. Die FDP fordert, die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf eine neue Grundlage zu stellen und die vom technischen Fortschritt überholte gerätebezogene Rundfunkgebühr durch eine Medienabgabe zu ersetzen.

9. Die Belastungen der Hotellerie bei der Kabelweitersendung reduzieren. Die Kabelweitersendung in internen Hotelnetzen fällt nach geltendem Recht in den Anwendungsbereich von § 20b Urheberrecht. Hier sollte –auch unter Berücksichtigung der entsprechenden Regelungen in den anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union– geprüft werden, inwieweit eine Neuregelung zugunsten von Hotels sachgerecht ist und welche Spielräume die verfassungs- und gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben des Urheberrechts dazu eröffnen.

10. Die deutsche Tourismuswirtschaft zu einem Gewinner der EU-Osterweiterung zu machen. Die neuen osteuropäischen Mitgliedstaaten bieten als Quellmärkte für deutsche Destinationen und als Zielgebiete für deutsche Touristen große Marktchancen. Um diese Potenziale zu nutzen, müssen die deutschen Reiseveranstalter ihre Vermarktungsanstrengungen intensivieren und die einheimischen Reisebüros ihre Angebotspalette neu gestalten. Der Aufbau von Tourismusdestinationen mit spezifischen Alleinstellungsmerkmalen ist erforderlich. Der zielgenaue Einsatz der knappen Mittel für Tourismusförderung ist auf Regionen mit hohem Tourismuspotenzial zu konzentrieren. Attraktive Angebote für osteuropäische Messe Teilnehmer sind zu entwickeln, um das Segment Geschäftsreisen weiter zu fördern und gleichzeitig Deutschland als internationalen Messestandort in Europa zu stärken.

11. *Tourismus als „beste Friedenspolitik“ verstehen.* Dem Sicherheitsbedürfnis von Reisenden muss Rechnung getragen werden. Kriege, Terror, Epidemien und Naturkatastrophen dürfen aber nicht als Vorwand für übertriebene und überflüssige Sicherheitsvorkehrungen missbraucht werden. Zur Wahrung von Persönlichkeitsrechten und individueller Freiheit ist das EuGH-Urteil, mit dem das Abkommen der EU mit den USA über die Übermittlung von Fluggastdaten für nichtig erklärt wurde, konsequent umzusetzen.

12. *Tourismus als beste Entwicklungshilfe begreifen.* Regionen, die in der Vergangenheit durch Krisen und Kriege gebeutelt wurden, erhalten durch Tourismus neue Impulse und können lernen sich aus eigener Kraft zu helfen. Die deutsche Tourismusindustrie wird dadurch zum Entwicklungsmotor für den Mittelstand in diesen Ländern und kann oft mehr bewirken, als teure Entwicklungshilfeprojekte. Sie darf dabei nicht behindert werden. Die Besteuerung von Kerosin im nationalen und europäischen Alleingang wirkt z. B. hier kontraproduktiv.

13. *Die weitere Liberalisierung der Öffnungs- und der Sperrzeiten,* weil Touristen an ihrem Aufenthalts- oder Urlaubsort auch abends ihre Freizeit so gestalten möchten, wie es ihren Wünschen entspricht. Dazu gehört der Abendeinkauf ebenso wie der Besuch einer Gaststätte oder eines Biergartens ohne zu starre zeitliche Befristungen. Liberale Öffnungs- und Sperrzeiten erhöhen ganz maßgeblich die Attraktivität des Tourismusstandortes Deutschland.

14. *Die weitere Entzerrung der Ferienzeiten,* weil dies im Interesse der Tourismuswirtschaft und der Touristen ist. Dazu ist eine familienfreundliche Ausdehnung der Sommerferienregelung auf 90 Tage erforderlich.

15. *Die Unterstützung neuer Konzepte von maßgeschneiderten touristischen Angeboten für Senioren.* Wegen der demographischen Entwicklung wird das touristische Marktsegment der Senioren in Deutschland quantitativ wachsen. Damit ergeben sich für die Tourismuswirtschaft längerfristige Wachstumschancen. Als Grundlage zur Beurteilung dieser Wachstumspotenziale ist eine verstärkte Befassung der Tourismuswissenschaften durch interdisziplinäre Forschungsansätze zum demographischen Wandel unter besonderer Berücksichtigung touristischer Aspekte sinnvoll.

16. *Die Verbesserung des touristischen Angebots für Menschen mit Behinderungen,* um ihre gesellschaftliche Integration sicherzustellen und ihnen insbesondere auch im Freizeit- und Gesundheitsbereich die Möglichkeiten zu eröffnen, die ihrer besonderen Situation, unter anderem auch ihrer wirtschaftlichen, entsprechen.

17. *Die Unterstützung neuer Kur- und Urlaubskonzepte der Kur- und Heilbäder,* mit denen diese die Herausforderungen der EU-Osterweiterung und die durch die unterschiedlichen Reformen verursachten Rückgänge auszugleichen versuchen. Angesichts des demographischen Wandels, der stärkeren Hinwendung zu einer gesünderen Lebensgestaltung und der Zunahme von Kurzurlaubern liegt ein enormes Potenzial im Gesundheits-, Wellness- und Erholungstourismus. Deshalb müssen diese Bereiche konkurrenzfähig werden. Ein vielfältiger Gesundheitstourismus führt darüber hinaus zu einem volkswirtschaftlichen Mehrwert und entlastet langfristig auch das Gesundheitswesen.

18. Eine Offensive zur Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung, weil der Tourismusstandort Deutschland mehr als andere von der Qualität seines Angebots abhängt. Beispielhaft ist die Initiative ServiceQualität des Landes Baden-Württemberg. Mittlerweile haben weitere sieben Länder dieses System übernommen. Problematisch ist die inflationäre Entwicklung im Bereich der Qualitätssiegel und das Auftauchen immer neuer Qualitätszeichen. Die erfolgreiche Etablierung der Hotelstandards in die international üblichen fünf Sterne-Kategorien unterstreicht, dass sich die Branche auf wenige Zeichen konzentrieren sollte. Qualitätsmanagementsysteme nach Din-Normen haben sich wegen hoher Kosten und dem bürokratischen Aufwand nicht etablieren können.

19. Den nachhaltigen Tourismus ideologiefrei durch eine vernünftige Abwägung zwischen den Interessen des Tourismus und des Naturschutzes fördern. Vertragsnaturschutz und freiwillige Selbstverpflichtungen, z. B. von Sportvereinen, haben für uns Vorrang vor ordnungsrechtlichen Auflagen.

20. Die Förderung strukturschwacher Regionen, damit die Anpassung an die allgemeine Wirtschaftsentwicklung gelingt und die Schere zwischen den strukturstarken und –schwachen Regionen geschlossen wird. Dies gilt insbesondere auch für die neuen Bundesländer. Durch die Schaffung attraktiver Fahrradangebote können insbesondere in strukturschwachen Gebieten Arbeitsplätze geschaffen werden. Der jährliche Umsatz aus dem Fahrradtourismus in Deutschland liegt bei über fünf Milliarden Euro und kann durch eine bessere Koordinierung des deutschlandweiten Radfernwegenetzes weiter gesteigert werden.

21. Eine Offensive für Urlaub auf dem Lande, da diese Urlaubsform nicht nur eine wichtige zusätzliche Einkunftsquelle für landwirtschaftliche Betriebe bedeutet, sondern auch für die Regionen.

22. Die Mittelvergabe an die DZT auf hohem Niveau zu stabilisieren, damit die Werbung für den Tourismusstandort Deutschland, vor allem in den mittel- und osteuropäischen Mitgliedstaaten und in Asien, intensiviert werden kann. Ein erfolgreiches Marketing durch die DZT ist eine wichtige Voraussetzung für weiteres Wachstum der Branche.

23. Die Gleichbehandlung der Verkehrsträger und deren Vernetzung, um der Tourismuswirtschaft ein Infrastrukturnetz als Basis zu bieten, indem alle Verkehrsträger gleichberechtigt vertreten sind und das keine Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten privater Verkehrsträger kennt. Insbesondere die weiterhin bestehenden Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der Reisebusse als umweltfreundliche und sichere Verkehrsmittel müssen abgebaut werden.

24. Die Stärkung der dualen Ausbildung, damit den touristischen Wünschen und Bedürfnissen, zum Teil auch durch die Schaffung neuer Berufsbilder, entsprochen werden kann. Das deutsche Seminar für Fremdenverkehr, das die zentrale Weiterbildungseinrichtung in der deutschen Tourismuswirtschaft ist und für dessen angemessene Finanzierung auch in Zukunft gesorgt werden muss, hat hier eine Schlüsselfunktion.

25. Den Erhalt eines eigenständigen Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag. Der Ausschuss ist ein wichtiger Ansprechpartner für die Tourismusbranche. Die FDP ist für eine Bündelung der Tourismuskompetenzen in der Bundesregierung beim Bundeswirtschaftsministerium.

26. Keine Flugticketsteuer oder Kerosinsteuer im nationalen oder im europäischen Alleingang. Eine solche Steuer führt zu Wettbewerbsverzerrungen, die den Luftverkehrsstandort Deutschland und die Reisenden belasten und nur von geringem Nutzen für die Umwelt ist, sowie Arbeitsplätze vernichtet.

27. Die strikte Einhaltung der Subsidiarität. Eine Verlagerung tourismuspolitischer Kompetenzen von nationaler auf europäische Ebene lehnen wir ab. Die bisherige Kompetenzverteilung hat sich für die Tourismusbranche in Deutschland und die Reisenden bewährt.

28. Die Infrastruktur und das Marketing für Wassertourismus verbessern. Deutschland verfügt über 10.000 km Wasserstraßen, viele Binnenseen und 23.000 km Küste. Durch einen Abbau der gesetzlichen Bestimmungen muss die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wassersportreviere erhöht werden. Die Infrastruktur entlang der Wasserwege muss ausgebaut und das Marketing der Tourismus- und Wirtschaftsverbände muss wie in anderen touristischen Bereichen gebündelt und effizienter gestaltet werden.

29. Keine unangemessene Besteuerung von Wohnmobilen. Die FDP setzt sich für eine angemessene Besteuerung von Wohnmobilen ein, um die große ökonomische und gesellschaftliche Bedeutung des Caravan- und der Campingtourismus zu erhalten.

30. Synergien bei der Außendarstellung Deutschlands nutzen. Die Zusammenarbeit der Tourismuswirtschaft mit bundeseigenen Einrichtungen im Ausland, wie dem Goethe-Institut oder dem DAAD, den deutschen Botschaften weltweit und Landesvertretungen in Brüssel können starke Impulse vor allem auf den Kulturtourismus bringen. Ein stärkerer Austausch mit den Sportverbänden bei der Darstellung auf internationalen Sportveranstaltungen muss angestrebt werden, um von einem gemeinsamen Marketing im Ausland zu profitieren.

31. Industriedenkmäler als touristische Attraktionen erhalten. Bei der Feststellung der Wirtschaftlichkeit eines Industriedenkmals sollte der touristische Aspekt stets mit einbezogen werden. Dies gilt vor allem für wirtschaftlich schwache Regionen, welche die Industriedenkmäler in ein größeres touristisches Konzept eingebunden haben.