



Pressemitteilung

Berlin, 17. Juni 2009
Seite 1 von 1

HAUSANSCHRIFT Scharnhorststraße 34-37
10115 Berlin
INTERNET www.bmwi.de

Pressestelle
TEL +49 30 18615 6121 und 6131
FAX +49 30 18615 7020
E-MAIL Buero-L2@bmwi.bund.de

Bundesminister zu Guttenberg und Tourismusbeauftragter Hinsken: Bundesregierung stärkt den Tourismus in der Wirtschaftskrise

Unter Leitung des Tourismusbeauftragten der Bundesregierung, Ernst Hinsken, MdB, tagte der Tourismusbeirat beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Bundeswirtschaftsminister zu Guttenberg, der erstmalig teilnahm, wies besonders darauf hin, dass die Tourismusbranche als eine der Leitökonomien der Zukunft höchste politische Priorität genießt und warb für die Umsetzung der Tourismuspolitischen Leitlinien der Bundesregierung.

Im Mittelpunkt der Beratungen dieses wichtigsten Gremiums der deutschen Tourismuswirtschaft stand diesmal das Themenfeld „Bildungspolitik und Tourismus“. Dabei forderte der Parlamentarische Staatssekretär im Bundesministerium für Bildung und Forschung, Andreas Storm, Initiativen zur Förderung und Modernisierung der Ausbildung der Beschäftigten in der Tourismusbranche.

Ausführlich wurde die Tourismusentwicklung weltweit und in Deutschland diskutiert. Der Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft Klaus Laepple machte deutlich, dass dieses Jahr weltweit mit einem Minus von 10 Prozent und in der Bundesrepublik Deutschland von ca. 2,5 bis 3 Prozent ausgegangen werden muss. Mit noch mehr Werbung und verstärkter Qualität sowie weiteren Maßnahmen will man gegensteuern. Auch die Kreditklemme war Thema. Dabei wies KfW-Vorstandsmitglied Dr. Breuer darauf hin, dass allein im letzten Jahr 2.900 Betriebe der Tourismuswirtschaft mit 322 Mio. € gefördert worden sind.

Insgesamt herrschte die Auffassung vor, dass die Tourismuswirtschaft relativ solide aufgestellt ist. Wichtig sei aber, so Hinsken, „die vorhandenen Potenziale nicht ungenutzt zu lassen. Das betrifft sowohl eine gut ausgebaute touristische Infrastruktur als auch ein effektives Tourismusmarketing.“ Dazu gehört beispielsweise auch die gezielte touristische Nutzung von Jubiläen historischer Ereignisse und von sportlichen Großereignissen, die in den nächsten Jahren in Deutschland in großer Zahl anstehen.