



Pressemitteilung

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

DEHOGA Bayern und Fränkischer Weinbauverband bauen Kooperation aus

DEHOGA-Bayern Präsident Ulrich N. Brandl und der fränkische Weinbaupräsident Artur Steinmann vereinbaren gemeinsame Wege bei der Stärkung des Tourismuslandes Bayern



Stärken durch Ausbau der Kooperation ihre Stärken (v.l.): Der fränkische Weinbaupräsident Artur Steinmann mit Geschäftsführer Hermann Schmitt, die fränkische Weinkönigin Sabine Ziegler sowie vom Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern Hauptgeschäftsführer Ralf Schell und Präsident Ulrich N. Brandl.

(München / Würzburg) Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern und der Fränkische Weinbauverband werden künftig stärker denn je kooperieren.

„Wir wollen gemeinsam konstruktiv und intensiv dabei mitwirken, Bayern als schlagkräftige Urlaubsdestination international noch wettbewerbsfähiger zu machen“, erläutert DEHOGA-Bayern Präsident Ulrich N. Brandl, der hinzufügt: „Neben einer eng abgestimmten Zusammenarbeit auf Verbandsebene zählt hierzu selbstverständlich auch, den Frankenwein als kulinarischer Spitzenbotschafter weiter zu fördern.“

„Ziel ist es, Bayern als Genussregion zu etablieren“, so Weinbaupräsident Artur Steinmann, „ dazu kann auch das fränkische Weinland mit seinem Frankenwein, den fränkischen Spezialitäten und der einmaligen Kulturlandschaft einen wichtigen Teil dazu beitragen, denn ca. 8 Prozent der bayerischen Tourismusumsatzes werden dort erwirtschaftet. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit in Franken, zwischen der Landesanstalt für Wein- und Gartenbau, dem Tourismusverband Franken, dem DEHOGA Bayern und dem Weinbauverband kann beispielhaft für ganz Bayern werden.

Hintergrund des Schulterschlusses ist die auf beiden Seiten gewonnene Erkenntnis, dass die derzeitigen Tourismusstrukturen reformbedürftig sind. Der DEHOGA Bayern-Präsident betont jedoch: „Es gibt aber definitiv genügend Potenzial, um **gemeinschaftlich** den Tourismusstandort Bayern strukturell zu erneuern und damit

Seite 1 von 2

Seite 2 von 2

die starke Marke „Bayern“ und seinen Platz im Wettbewerb internationaler Destinationen nicht nur zu festigen, sondern noch weiter auszubauen.“ Die Legitimation dazu, diesen Prozess anzustoßen, ziehen die beiden Unternehmervverbände aus der Tatsache, dass die Unternehmer der Branche am Ende nicht nur die Umsätze, sondern auch das Groß der Steuerrückflüsse für den Staat generieren.

„Die Zeit ist reif, zu handeln“, so Brandl, „denn noch hat das Tourismusland Bayern den Zenit seines Produktlebenszyklus nicht überschritten.“ Laut vorläufigen Zahlen des Statistischen Landesamtes kamen im Winterhalbjahr zwischen November 2010 und April 2011 mit rund 11,4 Millionen erstmals mehr als elf Millionen Gäste nach Bayern, was einen Zuwachs gegenüber dem Vorjahreszeitraum von rund sechs Prozent bedeutet. „Ich denke die Menschen kommen sowohl wegen den Bergen als auch den Weinbergen nach Bayern“, betont Steinmann, „und dies muss zukünftig auch eine stärkere Berücksichtigung bei der staatlichen Werbung (BayTM) finden“.

Ebenfalls erstmalig kletterte auch die Zahl der Übernachtungen über die 30-Millionen-Marke. Ein Zuwachs von 3,4 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum von vor einem Jahr, konnten 30,1 Millionen Übernachtungen gezählt werden. Regionale Gewinner sind hierbei neben Oberbayern Ober-, Mittel- und Unterfranken. Schwaben und die Oberpfalz blieben mit Zuwächsen auf einem hohen Niveau. Mit zu diesem Rekord-Halbjahr haben auch die zahlreichen Investitionen seitens der Hotellerie, die erst durch die Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Beherbergungsdienstleistungen ermöglicht wurden.

„Betrachtet man jedoch die Zahlen hinter den Zahlen, besteht ein deutliches Stadt-Landgefälle“, erläutert Brandl und fügt hinzu: „So positiv sich der Städtetourismus entwickelt, so sehr brauchen insbesondere Hoteliers und Gastronomen auf dem flachen Land faire Wettbewerbsbedingungen, um mit den Metropolen und den angrenzenden, ausländischen Feriendestinationen mithalten zu können.“

- Ende der Pressemitteilung -