



Pressemitteilung

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Neun Verbandspräsidenten fordern Stärkung der Leitökonomie Tourismus

Mittlerweile fordern neun bayerische Verbandspräsidenten bessere personelle und finanzielle Ausstattung der Leitökonomie Tourismus / Wirtschaftsstaatssekretär Pschierer erklärt Tourismus zur „Chefsache“

(München) In Zeiten, die von Schlagzeilen über Wirtschaftskrisen, Betriebsschließungen und spektakulären Unternehmensabwanderungen in Billiglohnländer gekennzeichnet sind, wird mehr denn je die Bedeutung des Tourismus als Leitökonomie der Zukunft deutlich. Die Tourismuswirtschaft ist, wie kaum eine andere Branche, standortgebunden. Verteilt über das ganze Land, sichern gastgewerbliche Unternehmer gemeinschaftlich mit touristischen Dienstleistern und Zulieferern Arbeits- und Ausbildungsplätze insbesondere auch in strukturschwachen Regionen. Laut einer Studie des Bundeswirtschaftsministeriums trägt die Tourismusbranche in Deutschland inklusive Vorleistungen mittlerweile 9,7 Prozent zur Bruttowertschöpfung des Landes bei, dabei liegt der Anteil Bayerns an der touristischen Wertschöpfung Deutschlands bei 18,5 Prozent.

„Als Querschnittsbranche profitieren viele Wirtschaftszweige wie Einzelhandel, Handwerk oder Dienstleistungsbetriebe von den im Tourismus jährlich umgesetzten 31 Mrd. Euro“, erläutert **Ingolf F. Brauner, Präsident des Bunds der Selbständigen - Gewerbeverband Bayern**. Der **Präsident des Fränkischen Weinbauverbands Arthur Steinmann** führt aus: „Bayernweit bietet der Tourismus mehr Arbeitsplätze und trägt mehr zur Bruttowertschöpfung bei, wie Landwirtschaft, Fahrzeugindustrie, Maschinenbau oder Bankwirtschaft.“ „Insgesamt ist das Einkommen von über 560.000 Einwohner Bayerns vollständig vom Tourismus abhängig, das ist angesichts von 4,8 Mio. Gesamtbeschäftigten im Freistaat ein Riesenpfund“, so **Wenzel Bradac, Präsident des Bayerischen Landesverbands der Marktkaufleute und der Schausteller**. „Wenn der Tourismus folgerichtig als Leitökonomie angesehen und vom Wirtschaftsstaatssekretär auf dem Bayerischen Tourismustag sowie dem CSU-Parteitag als „Chefsache“ proklamiert wird, müssen dementsprechend auch dessen Organisationsstrukturen überprüft und angepasst werden“ fordert **Ulrich N. Brandl, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern**.

- Seite 1 von 2 -

- Seite 2 von 2 -

„Die Frage der Positionierung des Tourismus ist eine Frage der Glaubwürdigkeit: Dies könnte sich auf ministerialer Ebene auch darin widerspiegeln, dass die Schaffung einer eigenen Tourismusabteilung mit zusätzlichen Mitarbeitern und deutlich höherer finanzieller Ausstattung nötig wird, zudem muss die Tourismusförderung auf neue Beine gestellt werden“, ergänzt **Klaus Holetschek, 1. Vorsitzender des Bayerischen Heilbäder-Verbandes**.

Friedrich Düll, Präsident des Bayerischen Brauerbundes, fügt hinzu: „Es gilt heute mehr denn je, sich Wettbewerbsvorteile gegenüber touristischen Mitbewerbern zu erarbeiten.“ Sein Kollege **Gerhard Ilgenfritz, Präsident der Privaten Brauereien Bayern** ergänzt: „Gerade wir als Verband der Privaten Brauereien in Bayern wirken seit vielen Jahren auf unsere Mitglieder in der Fläche hin, sich in ihren Brauereien und Gasthöfen so aufzustellen, dass sie auch touristisch attraktiv sind, z.B. durch Brauerei-Besichtigungen oder Verkostungen. Wir müssen natürlich unseren Brauern dabei auch klarmachen können, dass auch die Politik dahinter steht und das nicht nur mit Worten, sondern auch mit Taten bzw. mit finanziellen Mitteln, die den Tourismus in den Regionen fördern.“

Das Fazit von **Georg Spätling, Präsident des Landesverbands der Campingwirtschaft in Bayern**, lautet: „Die Tatsache, dass Bayern heute Deutschlands Tourismusland Nummer 1 ist, ist keine Selbstverständlichkeit, im Gegenteil, sie ist Verpflichtung auch weiterhin Benchmark zu bleiben. Hierfür bedarf es effizienter Strukturen gleichermaßen wie eine schlagkräftige Organisation – es ist Zeit zu handeln.“ **Georg Schlagbauer, Landesinnungsmeister des Fleischerverbandes Bayern**, betont: „Unseren Freistaat touristisch attraktiv zu halten, ist gerade für die mittelständischen, handwerklichen Familienbetriebe entscheidend, denn sie tragen mit Produkten wie Münchner Weißwurst, Leberkäse und Schwarzgeräuchertem zum positiven Image Bayerns viel bei. Eine bessere personelle und finanzielle Ausstattung der Leitökonomie Tourismus wäre deshalb ein deutliches Signal.“

- Ende der Pressemitteilung -