

100 JAHRE DTV



Die Entwicklung des Tourismus in Deutschland 1902–2002



Deutscher Tourismusverband e.V.

Impressum

Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)

Bertha-von-Suttner-Platz 13

53111 Bonn

Tel.: 02 28 – 98 52 2-0

Fax: 02 28 – 69 87 22

eMail: kontakt@deutschertourismusverband.de

Internet: www.deutschertourismusverband.de

Redaktion: Nicole Habrich, Marina Reck, Barbara Reith

Druck: DCM – Druck Center Meckenheim GmbH & Co. KG

Bonn, im Mai 2002

100 JAHRE DTV

**Die Entwicklung des Tourismus
in Deutschland 1902–2002**



Deutscher Tourismusverband e.V.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
100 Jahre im Zeichen des Deutschlandtourismus	
Vom Bund Deutscher Verkehrsvereine zum Deutschen Tourismusverband	4
Die Präsidenten und Geschäftsführer des DTV	12
Einführung	13
Eckdaten der deutschen Tourismusgeschichte	13
Touristische Großräume und Reisegebiete	14
Das Bioklima in der Bundesrepublik Deutschland	15
Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	16
Die deutsche Reiseverkehrsbilanz	16
Ausgaben der Deutschen	17
Vergleich der Übernachtungskosten auf Campingplätzen in verschiedenen Ländern	19
Highlights	20
Höhepunkte – Wo Deutschland Spitze ist	20
Deutschlands Touristenhits	20
Das touristische Angebot	21
Beherbergungsangebot	21



Quelle: Staatsbad Bad Salzuflen

Die touristische Nachfrage	22
Reisen mit mindestens einer Übernachtung	22
Fremdenverkehrsintensität	23
Übernachtungen	24
Herkunft ausländischer Besucher	27
Die beliebtesten Reiseländer der Welt	28
Deutschland als Urlaubsreiseziel	29
Reiseintensität	29
Reisen ins In- und Ausland	30
Urlaubsreiseziele	31
Durchschnittliche Reisedauer	31
Verkehrsmittel	32
Organisationsform	34
Ausgewählte Angebotssegmente	35
Städtetourismus	35
Messen	36
Heilbäder und Kurorte	37
Camping und Caravaning	38
Urlaub auf dem Bauernhof	39
Radtourismus	40
Freizeit- und Erlebnisparks	41
Feriengroßprojekte	42
Tourismus in der DDR	43
Das touristische Angebot	43
Die touristische Nachfrage	46

Vorwort

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV), Partner und Förderer des öffentlichen Tourismus in Deutschland, feiert in diesem Jahr sein 100-jähriges Jubiläum. Anlass genug, einen Blick in die Vergangenheit des Deutschlandtourismus zu werfen und seine eindrucksvolle Entwicklung in Zahlen, Daten und Fakten zu dokumentieren. Eingebettet in einen Rückblick auf die touristische Entwicklung der vergangenen 100 Jahre gibt eine kurze Verbandsgeschichte Einblicke in die Aktivitäten des Dachverbandes des deutschen Tourismus.

Die vorliegende Datensammlung gibt einen Überblick über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Deutschland, über das touristische Angebot und über die touristische Nachfrage bis hin zu ausgewählten Angebotssegmenten. Ein kurzer Rückblick auf den Tourismus in der DDR rundet das Zahlenwerk ab. Ergänzt werden die Daten durch die jährlich erscheinende Broschüre „Der Tourismus in Deutschland. Zahlen – Daten – Fakten“ des DTV. Beide Publikationen können von der Internetseite www.deutschertourismusverband.de als druckfähige Vorlage heruntergeladen werden.

Für die statistische Analyse wurden nahezu ausschließlich Sekundärquellen herangezogen. Hierbei sind das Statistische Bundesamt, die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R) und die Deutsche Zentrale für Tourismus als die wichtigsten Datenquellen und Ansprechpartner zu nennen. Es wurden nur Segmente und Fragestellungen des Deutschlandtourismus ausgewählt, bei denen die Darstellung einer zeitlichen Abfolge möglich war. Das zusammengestellte Material kann Ihnen als Hintergrundinformation für eigene statistische Analysen dienen.


Ein herzlicher Dank gilt allen zitierten Institutionen für die freundschaftliche und kollegiale Unterstützung bei unseren Recherchen.



Dr. Jürgen Linde



Claudia Gilles



Dr. Jürgen Linde
Präsident des DTV



Claudia Gilles
Hauptgeschäftsführerin des DTV

100 Jahre im Zeichen des Deutschlandtourismus

Vom Bund Deutscher Verkehrsvereine zum Deutschen Tourismusverband

Im Jahr 2002 wird der Deutsche Tourismusverband 100 Jahre alt. Ein Rückblick in die Geschichte des Dachverbandes des deutschen Tourismus lohnt sich, will man die soziale, kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung nachvollziehen, die der Tourismus im Laufe des vergangenen Jahrhunderts hierzulande hatte. Deutschland präsentiert sich heute als erfolgreiches Urlaubs- und Reiseland. Seine landschaftliche und kulturelle Vielfalt lockt jedes Jahr Millionen von Reisenden aus dem In- und Ausland an. Die Besucherzahlen steigen. Der Tourismus ist zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden. Seine Erfolgsgeschichte wäre ohne die Anstrengungen der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen nicht geschrieben worden. Allein ihren Aktivitäten ist die Attraktivität Deutschlands als Urlaubsland zu verdanken. Viele dieser Verbände blicken heute auf eine lange Tradition zurück. Bereits vor der Gründung des damaligen Bundes Deutscher Verkehrsvereine (BDV) als zentralem Dachverband für den Deutschlandtourismus gab es seit Jahrzehnten die sogenannten Verkehrs-, Kurförderungs- oder Verschönerungsvereine. An den Brennpunkten des touristischen Geschehens betrieben diese Vereine die praktische Förderung des Tourismus. Außerdem trugen sie maßgeblich dazu bei, in der Bevölkerung und bei den Behörden ein Bewusstsein für die Bedeutung des Fremdenverkehrs zu schaffen. Erst die mit der Gründung des BDV gelungene Bündelung dieser lokalen Bestrebungen jedoch ermöglichte es, die Ideen, Aktivitäten und Erfahrungen der lokalen Vereine in einer zentralen Organisation zu sammeln. Gleichzeitig schuf dieser Schritt die Voraussetzung dafür, den Tourismus als bedeutenden Wirtschaftsfaktor sowie als kulturelle und soziale Aufgabe der Allgemeinheit herauszustellen und seine Förderung auch auf politischer Ebene gezielt zu unterstützen.

Reisen in der Vergangenheit – Ein Blick zurück

Das Reisen ist wahrscheinlich so alt wie die Menschheit selbst. Jedoch reisten die Menschen im frühen Jahrhundert nur äußerst selten um des Reisens selbst willen. Schließlich bedeutete jede Reise, den Weg ins Unbekannte anzutreten und sich zahlreichen Gefahren auszusetzen. Die größte Zahl der Reisenden im Mittelalter stellten außer den Händlern, die von Berufs wegen reisten, Pilger, die zur Erlangung

ihres Seelenheils weite Reisen zu heiligen Stätten unternahmen. Die Reisenden des 16. und 17. Jahrhunderts – immer noch wenige an der Zahl – suchten in der Ferne das Abenteuer und wurden von einem starken Entdeckungs- und Eroberungsdrang in die Ferne getrieben. Im 18. und 19. Jahrhundert jedoch wurde die Gesellschaft allmählich mobiler. Waren es im 18. Jahrhundert noch vornehmlich Bildungsreisende, die lange und oftmals beschwerliche Reisen auf sich nahmen, so reisten im 19. Jahrhundert bereits breitere, wenn auch meist noch elitäre, Bevölkerungsschichten. Der Erholungsaspekt trat neben den Bildungsdrang immer mehr in den Vordergrund. Die deutschen Seebäder erfreuten sich bereits seit Ende des 18. Jahrhunderts bei Adel und Großbürgertum eines regen Zulaufes: 1793 entstand an der Ostsee westlich von Rostock mit Doberan-Heiligendamm das erste deutsche Seebad. 1797 wurde Norderney zum ersten deutschen Nordseebad. Im 19. Jahrhundert erreichten die deutschen Heilbäder und Kurorte ihre Blütezeit. In der ersten Jahrhunderthälfte stieg Baden-Baden zum Weltbad auf, Wiesbaden wurde zur „Weltkurstadt“. Der eigentliche Durchbruch des Fremdenverkehrs jedoch ist eng an den Ausbau des Eisenbahnnetzes geknüpft. Seit Mitte des 19. Jahrhunderts erfolgte die touristische Erschließung neuer Gebiete durch die Schienenlegung in rasantem Tempo: Nachdem am 7. Dezember 1835 die erste sechs Kilometer lange Bahnstrecke zwischen Nürnberg und Fürth eingeweiht worden war, umfasste die Streckenlänge des deutschen Eisenbahnnetzes 1860 bereits 11.600 Kilometer. 1914, bei Ausbruch des Ersten Weltkrieges, hatte sie 63.700 Kilometer erreicht. Die Passagierzahlen stiegen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts nahezu explosionsartig: Waren es 1860 noch 4,46 Millionen Passagiere, so stieg die Zahl 1870 bereits auf 17,41 Millionen, 1880 auf 71,55 Millionen, 1890 auf 274,55 Millionen, um im Jahre 1900 schließlich bei 581,63 Millionen anzukommen¹. Die Bahn erlaubte nun auch dem bürgerlichen Mittelstand das Reisen, der zu meist jedes Jahr mit der Familie in die Sommerfrische aufbrach. Man reiste mit der Bahn stets an den gleichen Ort in die Mittelgebirge, die Alpen oder an die See, wo man traditionell das gleiche vergleichsweise bescheidene Quartier bezog, während die oberen Zehntausend das Leben in den mondänen Kurorten und Bädern genossen. Auch entdeckte man die Freude an der Bewegung in freier Natur. Mit der

¹ Vgl.: Horst W. Opaschowski, *Tourismusforschung*, Opladen 1989, S. 71

zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurden die ersten Bergsteigerclubs und Wandervereine gegründet. Gegen Ende des Jahrhunderts begann mit Turn- und Wanderfahrten die touristische Selbstorganisation der Arbeiterbewegung. Es entstanden erste Vereine, die Familienurlaube in Ferienheimen, bei Bauern in den Bergen oder Fischern an der See organisierten. Auch das Jugendreisen nahm seinen Anfang. Derart organisiert wurde das Reisen allmählich auch für weniger betuchte Bevölkerungsschichten erschwinglich. Im Fremdenverkehr wurden erste Weichen für den heutigen Massentourismus gestellt.

Die Gründungsjahre

Bis zur Jahrhundertwende hatten sich im Deutschen Reich nahezu 200 sogenannte Verkehrs- und Verschönerungsvereine gebildet. Im Königreich Sachsen hatten sich bereits zahlreiche Vereine zum „Verein Sächsischer Verkehrsvereine“ zusammengeschlossen. In Hessen beabsichtigten mehrere Badeorte, mit dem seit 1892 existierenden „Allgemeinen Deutschen Bäderverband“ erstmals einen Regionalverband ins Leben zu rufen. Der damalige Vorsitzende des Frankfurter Verkehrsvereins Ehrenfels erkannte die Notwendigkeit, die Vielfalt der Vereine und deren Interessen zu einer Gemeinschaft zusammenzufügen, die die Gemeinsamkeiten ihrer Absichten herausstellen und sich zum Sprachrohr der Interessen aller machen konnte. Am 24. und 25. Januar 1902 kamen auf Einladung des Frankfurter Verkehrsvereins zum ersten Mal die Vertreter von 24 Verkehrsvereinen zusammen und tauschten sich darüber aus, wie ihre jeweiligen Organisationen sich zu einem Bund vereinigen könnten, der die Behandlung aller gemeinsamen Angelegenheiten in die Hand nähme, gemeinsame Werbung tätigte und neue Mitglieder aus dem Mittelstand und aus Wirtschaftsunternehmen für die Interessen des deutschen Fremdenverkehrs gewänne. Der neu zu schaffende Bund sollte seinen Mitgliedern darüber hinaus als zentrale Informationsstelle dienen und den Austausch von Werbemitteln unter den Mitgliedern organisieren. Als zentrale Aufgabe bestimmte man für den Bund die Werbung im In- und Ausland sowie die Aufklärung der Behörden über die Bedeutung des Fremdenverkehrs. Ferner kam man in dieser ersten Gründungsbesprechung überein, dass sich der neue Bund für eine Verbesserung der Verkehrsmittel und der Verkehrsverbindungen hinsichtlich ihrer Qualität und Geschwindigkeit einsetzen und – um die Beherbergungseinrichtungen im Lande besser auslasten zu können – eine Dezentralisierung der Sommerferien in den Lehranstalten durchsetzen solle. Sitz des neu gegründeten Bundes Deutscher Verkehrsvereine (BDV) war zunächst die Geschäftsstelle des Frankfurter Verkehrsvereins. Auf einer ersten Mitgliederversammlung im Oktober 1902 in Düsseldorf verabschiedeten die insgesamt 23 erschienenen Vertreter die Satzung des BDV und bestimmten abschließend die wesentliche



Quelle: Tierpark Hagenbeck, Hamburg

Aufgabe des neu ins Leben gerufenen Bundes als die „Förderung der deutschen Verkehrsinteressen und Unterstützung seiner Mitglieder mit Rat und Tat, sowohl untereinander als auch seitens des Bundes.“ Zum neuen Sitz des BDV wurde Leipzig bestimmt.

Werben für Deutschland

Eine der wichtigsten Aufgaben des neu gegründeten BDV war die Werbung für das Reisen innerhalb und nach Deutschland. Schon bald richtete der Bund für seine Mitglieder ein Archiv für Arbeits- und Werbeschriften ein. Er gab weiterhin Hotelverzeichnisse, Reiseführer, Straßenpläne und andere Werbeschriften heraus. Nach dem Vorbild anderer Länder führte er in Deutschland die Werbung durch Bebilderung der Zugabteile ein. Bereits 1911 hatte sich die preußische Eisenbahnverwaltung dazu bereit erklärt, in ihren D- und Eilzugabteilen Fotos von deutschen Landschaften und Städten anzubringen. Wenige Jahre später war diese Form der Werbung in allen deutschen Bundesbahnen zu finden. Das dazu benötigte Bildmaterial gewann der BDV durch Fotowettbewerbe. Der BDV betrieb intensive Bemühungen, im Ausland Werbe- und Informationsbüros für das Reiseland Deutschland einzurichten. Leider ging dies aufgrund der hohen Kosten und der durch mangelnde Einsicht in die Bedeutung der Aufgabe begründete Bereitschaft der Öffentlichkeit und der Regierung, Mittel bereitzustellen, nur recht langsam voran. Immerhin betraute man verschiedene Reisebüros und geeignete Firmen im Ausland mit der Werbung für Deutschland. 1910 betrieb man bereits drei eigene Auskunftstellen im Ausland. Dass der Bund hierbei auf das engste mit den Eisenbahnverwaltungen und den Schifffahrtsgesellschaften zusammenarbeitete, zeigte, wie sehr damals bereits der Gedanke Fuß gefasst hatte, dass die Förderung des Reiseverkehrs eine Gemeinschaftsaufgabe sei. 1910 beteiligte sich der Bund mit 20.000 Werbeschriften an der Brüsseler Weltausstellung und

verzeichnete täglich mehrere Hunderte von Besuchern an seinen Informationsschaltern. Die erfolgreiche Arbeit des BDV zog viele neue Mitgliedschaften nach sich: 1911 war die Zahl der Mitglieder bereits auf 240 angewachsen, 1914 waren in ihm alle Teile des Reiches mit fast allen Verkehrsvereinen angeschlossen. Der Verband unterhielt inzwischen 50 Auskunftsstellen in der ganzen Welt. Einen Höhepunkt seiner Werbearbeit stellte die Sonderschau „Deutschland im Bild“ dar, die er 1914 auf der Internationalen graphischen Ausstellung in Leipzig präsentierte. Zur Selbstdarstellung und als Werbung für den Verein gab der BDV bis 1904 die Monatszeitschrift „Wandern und Reisen“ heraus. Ab 1905 nutzte man das „Illustrierte Fremdenblatt Union“ als Werbeblatt sowie die Zeitschrift „Verkehr“ für die Bundesmitteilungen. Im gleichen Jahr eröffnete in Berlin Unter den Linden eine erste zentrale Auskunftsstelle: das „Internationale öffentliche Verkehrsbüro“. Zwischen 1910 und 1930 erschien einmal monatlich die erste Auslandszeitschrift „Deutschland“ mit dem Untertitel „Zeitschrift für Heimatkunde und Heimatliebe – Organ für die deutschen Verkehrsinteressen“. Mit den Aktivitäten in seinen Gründungsjahren regte der BDV die Reiselust insbesondere des Mittelstandes und gehobener Kreise an. Trotz seines großen Engagements, deutsche Reisegebiete populär zu machen, registrierte der BDV jedoch zunehmend den Hang der Deutschen zu Auslandsreisen. Er appellierte deshalb an die „nationale Pflicht“ der Deutschen, doch erst einmal die deutsche Heimat kennen zu lernen, investierte noch mehr Geld in die Werbung und forderte öffentlich: „Deutsche, reiset in Deutschland!“.

Der Erste Weltkrieg und die Zeit danach

Mit dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges am 1. August 1914 kam der Tourismus in Deutschland praktisch zum Erliegen. Auf den auch während des Krieges stattfindenden Mitgliederversammlungen des BDV machte man sich aber schon Gedanken über die Zeit nach dem Krieg. Es entstanden Pläne zu einer nach einheitlichen Gesichtspunkten zentral aufgebauten deutschen Fremdenverkehrspolitik mit ebenso zentral gesteuerter Werbung. Sogar eine Denkschrift wurde verfasst: „Die Ausgestaltung der deutschen Verkehrswerbung nach dem Kriege“. Bald nach Friedensschluss erkannte man die Notwendigkeit, den Fremdenverkehr zum Wiederaufbau der Wirtschaft mit heranzuziehen und zur Wiedererlangung des Vertrauens in Deutschland gezielt die Förderung des Tourismus aus dem Ausland zu betreiben. An Voraussetzungen hatte man genug zu bieten: Die Landschaften und Städte, Museen und Sehenswürdigkeiten, Heilbäder und das Verkehrswesen hatten den Krieg weitgehend unversehrt überstanden. Doch musste die 1918 zusammengebrochene Fremdenverkehrswerbung im Aus-

land erst wieder aufgebaut werden. Der BDV selbst hatte aus dem Krieg nichts weiter als seine Leipziger Geschäftsstelle mit den Akten retten können. Seine Kasse war ebenso wie bei den regionalen und den lokalen Fremdenverkehrsstellen leer. Trotzdem begann die Arbeit sofort wieder. Der BDV konnte die meisten seiner früheren Mitglieder wieder zusammenbringen und bald setzten auch die Eisenbahnlinien wieder Ferien- und Ausflugszüge in die schönsten deutschen Reisegebiete ein. Der BDV nutzte die Gelegenheit und warb erneut in den Zugabteilen mit Bildern von deutschen Landschaften. Auch Reisebüros, Schifffahrtsgesellschaften und Eisenbahnvertretungen übernahmen wieder die Werbung für deutsche Feriengebiete. Die zwanziger Jahre waren für die Fremdenverkehrsarbeit in Deutschland die reinste Blütezeit. 1920 wurde in Berlin durch den Reichsverkehrsminister Groener die „Reichszentrale für Deutsche Verkehrswerbung“ gegründet, deren Aufgabe in der „Förderung des Reiseverkehrs vom Ausland nach Deutschland, aber auch des innerdeutschen Verkehrs“ durch „eine planmäßige Werbetätigkeit auf gemeinnütziger Grundlage“ lag. 1928 übernahm die „Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr“ die Aufgaben der Reichszentrale für die Deutsche Verkehrswerbung. 1929 wurde der damalige Kölner Oberbürgermeister Konrad Adenauer für ein halbes Jahr Vorsitzender des BDV. Ihm ist es zu verdanken, dass der Verband sich zu einer echten Dachorganisation des Fremdenverkehrs entwickelte. 1930 beschloss die BDV-Mitgliederversammlung unter Adenauers Vorsitz eine neue Satzung, die aus dem Bund Deutscher Verkehrsvereine den „Bund Deutscher Verkehrsverbände“ werden ließ. Dem BDV gehörten als Mitglieder die Regionalverbände an und den Regionalverbänden die örtlichen Verkehrsvereine. Im gleichen Jahr schlossen sich alle mit dem Fremdenverkehr befassten Institutionen zum „Reichsausschuss für den Fremdenverkehr“ zusammen, der durch Erlass des Reichsverkehrsministers 1931 in „Hauptausschuss für Fremdenverkehr“ und 1933 erneut in „Reichsausschuss für Fremdenverkehr“ umbenannt wurde.



Drittes Reich und Zweiter Weltkrieg

Mit der Machtergreifung der Nazis änderte sich das politische und gesellschaftliche Leben der Menschen in Deutschland grundlegend. Um die Zweifler und Gegner der Idee des Nationalsozialismus für sich zu gewinnen, setzten die Nazis eine gigantische Propagandamaschine in Bewegung. Ein Teil der Strategie war die totale Kontrolle der Freizeit durch ihre vollkommene Institutionalisierung. Am 27. November 1933 verkündete Robert Ley, Leiter der Deutschen Arbeiterfront, die Gründung der Organisation „Nach der Arbeit“. Vordergründig wurde der Zweck der Organisation, die kurz darauf in „Kraft durch Freude“ (KdF) umbenannt wurde, dahingehend definiert, dem Arbeiter durch sinnvolle Freizeitgestaltung neue Energie zuzuführen und so seine Arbeitskraft zu stärken. Das wirkliche Anliegen jedoch war es, keine persönlichen und privaten Freiräume zuzulassen. Der Einzelne wurde nicht nur während der Arbeit, sondern auch darüber hinaus lückenlos überwacht. Jede Möglichkeit der Bildung einer Opposition sollte von vornherein unmöglich gemacht werden. Im Rahmen ihres Freizeitangebotes organisierte die KdF-Bewegung auch Reisen. Sie sorgte sogar in Deutschland für einen ersten Reiseboom. Großen Teilen der Bevölkerung, die bisher keinen Urlaub kannten, bot sich erstmals die Möglichkeit zu verreisen. Die KdF-Angebotspalette reichte von Wanderungen und Tagesausflügen, Bahnfahrten an die See oder ins Gebirge, Skikursen in den Alpen bis hin zu Seereisen auf modernen Kreuzfahrtschiffen. Die Umsetzung einer solchen Reise jedoch scheiterte meist aus zeitlichen und finanziellen Gründen. Der Großteil der KdF-Touristen reiste innerhalb Deutschlands. Viele Fahrten führten in wirtschaftlich unterentwickelte Randgebiete des Deutschen Reiches, wie etwa in die Eifel, die bayerische Ostmark oder ins Allgäu, und dienten der Wirtschaftsförderung. KdF-Fahrten waren konkurrenzlos preisgünstig. Bei einem durchschnittlichen Monatsverdienst von 150 Reichsmark zahlte ein Berliner Arbeiter für eine 8-tägige Urlaubsfahrt an die Ostsee 32 Mark. Im Preis enthalten waren die Bahnfahrt, die Unterkunft, die Verpflegung und die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen.² In der Gestaltung seiner Urlaubstage unterlag der KdF-Tourist dafür einer strengen Reglementierung. Nach dem Prinzip Pünktlichkeit und Disziplin hatte sich jeder Teilnehmer an einer solchen Reise einem nahezu lückenlos gestalteten Programm anzuschließen, das keinen Freiraum für persönliche Vorlieben oder individuelle Aktivitäten ließ.

Durch die Machtübernahme der Nationalsozialisten nahm die demokratisch bestimmte Phase der Verbandsgeschichte des BDV ein abruptes Ende. Zügig setzten die Nazis eine einheitliche Organisation des deutschen Fremdenverkehrs



sowie der mit ihm zusammenhängenden Fachgebiete durch. Der seit 1931 bestehende Reichsausschuss für Fremdenverkehr erhielt eine feste Grundlage durch das am 23. Juni 1933 in Kraft getretene Gesetz über den Reichsausschuss für Fremdenverkehr. Dieses Gesetz schuf den Begriff der Fremdenverkehrsgemeinde, mit dem alle Gemeinden gemeint waren, deren Zahl der Fremdenübernachtungen im Jahr ein Viertel der Einwohnerzahl überstieg. Alle Fremdenverkehrsgemeinden waren gezwungen, mit eigens geregelten Beitragssätzen Mitglieder der jeweils zuständigen Landesverkehrsverbände zu werden und waren damit automatisch dem nunmehr durch ein weiteres Gesetz gebildeten Reichsfremdenverkehrsverband in Berlin angeschlossen. Der BDV wurde mit dem Allgemeinen Deutschen Bäderverband zum Bund Deutscher Verkehrsverbände und Bäder zusammengelegt und ging 1936 im Reichsfremdenverkehrsverband auf, der wiederum direkt der Aufsicht der Abteilung Fremdenverkehr im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda unterstellt war. Der Reichsfremdenverkehrsverband unterhielt am Potsdamer Platz in Berlin repräsentative Räume mit Büros sowie eine zentrale Auskunftsstelle mit Schaltern für die verschiedenen Landesverbände, Heilbäder und eine Vertretung der Mitteleuropäischen Reisebüros. Außerdem gab es in dem Haus am Potsdamer Platz Ausstellungsräume, in denen monatlich wechselnde Landschafts-, Städteausstellungen und Empfänge für die Reisebüros und die Presse stattfanden. Die Wochenzeitschrift „Der Fremdenverkehr“ war als amtli-

² Vgl.: AMK-Berlin (Hrsg.), Reisen und Tourismus – Ein historischer Überblick, Berlin 1987

ches Verkündungsblatt autorisiert und avancierte laut Weisung des Reichsfremdenverkehrsverbandes zur Pflichtlektüre der regionalen Verbände und örtlichen Vereine.

Die gesamte Fremdenverkehrsarbeit war nun zentral geregelt. In enger Zusammenarbeit mit der Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr, die ausschließlich für die Fremdenverkehrswerbung im Ausland erhalten wurde, warb man unter anderem mit Werbefilmen für das Reisen in Deutschland. Die Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr unterhielt mittlerweile 47 Auslandsvertretungen in der ganzen Welt. Sie wurden im Zuge der Vorbereitungen und Durchführung der Olympischen Spiele 1936 in Berlin und Garmisch-Partenkirchen zu Außenstellen nationalsozialistischer Propaganda. Drei Jahre nach dem friedlichen Olympia begann mit dem Einmarsch deutscher Truppen in Polen der Zweite Weltkrieg. Der Fremdenverkehr kam wie schon im Ersten Weltkrieg bald zum Erliegen. Sein Ende rechtfertigte Goebbels auf ganz spezielle Art: „Erst siegen, dann reisen!“ lasen die Passagiere jetzt auf den Werbeflächen in den Reichsbahnwaggonen. Bald schon wurden die ersten Kurorte zu Lazarettstädten umfunktionierte. Vom Haus des Fremdenverkehrs am Potsdamer Platz standen nach den Bombentepichen der Alliierten nicht einmal mehr die Grundmauern.

Der Wiederaufbau

Wer mochte nach der Kapitulation Deutschlands angesichts der existentiellen materiellen und seelischen Not an das Reisen denken? Hotels waren zerstört, mit Evakuierten, Flüchtlingen, Vertriebenen und Verwundeten belegt oder von den alliierten Siegermächten beschlagnahmt. Die Aufteilung in verschiedene Besatzungszonen erschwerte das Reisen zusätzlich. Die Besatzungsmächte reglementierten die Bewegungsfreiheit des Einzelnen, indem sie ihm zunächst nur erlaubten, sich in einem bestimmten Radius um seinen Wohnort zu bewegen. Ständig mussten Kontrollpunkte passiert und Passierlaubnisse vorgezeigt werden. Die Einreise in eine andere Besatzungszone war nur unter größten Schwierigkeiten zu bewältigen. Die noch vorhandenen Transportkapazitäten dienten in erster Linie dem Gütertransport und erst an zweiter Stelle der Personenbeförderung. Ein Großteil der Bahnlinien war zerstört. Die wenigen noch intakten Züge verkehrten selten und unregelmäßig, und so machten sich die meisten zu Fuß auf den Weg. Soldaten, Kriegsgefangene, Flüchtlinge und Vertriebene, die dazu gezwungen waren, reisten unter den schlimmsten Bedingungen. Die Situation in den westlichen Besatzungszonen verbesserte sich jedoch bald. 1947 schlossen sich die amerikanische und die britische Besatzungszone zusammen. Die Kooperation mit dem französisch besetzten Teil Deutschlands wurde intensiviert und der amerikanische Marschallplan zum Wiederaufbau Europas trat in Kraft.



Quelle: Deutsche Bahn AG, Frankfurt am Main

Das wohl entscheidende Hindernis bei der Wiederbelebung des Deutschlandtourismus war die geringe Geldwertstabilität. Bis zur Währungsreform am 20. Juli 1948 gab es keinen nennenswerten Tourismus. Ende der vierziger Jahre setzte in Westdeutschland der touristische Aufschwung ein. Nach den Jahren des Krieges und persönlicher Entbehrungen gab es in weiten Teilen der Bevölkerung ein „touristisches Nachholbedürfnis“. Dies war nun realisierbar geworden, wenn auch lange Arbeitszeiten und geringe Urlaubsansprüche die Entwicklung des Tourismus zunächst noch behinderten. Schließlich schuf das Wirtschaftswunder mit steigenden Realeinkommen die materiellen Voraussetzungen für den Massentourismus.

Bereits 1946 war dem Deutschen Städtetag eine Eingabe vorgelegt worden, die eine Einheitsorganisation für das Verkehrs- und Bäderwesen für notwendig hielt und die um die Zustimmung der Aufsichtsbehörden zur Wiederaufnahme der Verbandstätigkeit warb. Am 6. September 1946 trafen sich auf der Hohensyburg bei Dortmund Vertreter von Organisationen des Fremdenverkehrs und von Behörden. Nachdem die Alliierten zunächst ein Verbot erlassen hatten, Fremdenverkehrsorganisationen tätig werden zu lassen, einigte man sich nun darauf, dass in der britischen Besatzungszone die Landesfremdenverkehrsverbände und der BDV wieder entstehen sollten. Es gelang jedoch nicht, eine gemeinsame Dachorganisation für Fremdenverkehr und Bäderwesen zu errichten, da bereits im Juni 1946 ein Bäderwirtschaftsverband gegründet worden war, der 1947 zum Deutschen Bäderverband werden sollte. Am 25. Juni 1947 erfolgte die Neugründung des Bundes Deutscher Verkehrsverbände, der sich 1948 im gleichen Haus mit der Deutschen Zentrale für den Fremdenverkehr, die mit der Auslandswerbung die Aufgaben der einstigen Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr fortführen sollte, in der Frankfurter Beethovenstraße 69 niederließ. Gemeinsam brachten die beiden Organisationen die Zeitschrift „Der

Fremdenverkehr“ heraus, die ihr Erscheinen erst 1990 einstellte.

Auch im sowjetisch besetzten Teil Deutschlands gab es nach Kriegsende wiederholt Versuche, die alte Verbandsstruktur wieder anzusiedeln. Diese Versuche wurden jedoch durch die Militärregierung verboten. Bereits wiederbegründete Landesverbände in Thüringen und Sachsen oder die Touristenorganisationen Naturfreunde, der Thüringer Waldverein oder die Sektion des Deutschen Alpenvereins wurden wieder aufgelöst. Nach dem Vorbild der sowjetischen Monopolbetriebe für den Fremdenverkehr wurde in der Ostzone und der späteren DDR der organisierte Tourismus aufgebaut. Der individuelle Tourismus war unerwünscht, weil unkontrollierbar. Trotz aller Einschränkungen wurde auch für die Ostdeutschen das Reisen zu einer ihrer Lieblingsbeschäftigungen.

Der Tourismus in den 50er Jahren

In den 50er Jahren begann das Ausland an Beliebtheit zu gewinnen. Südtirol und Gardasee hießen nun die Traumziele deutscher Urlauber. Da jedoch den wenigsten die finanziellen Mittel zur Verfügung standen, verbrachten die meisten Deutschen ihren Urlaub im Inland. 1954, als zum ersten Mal touristische Daten erhoben wurden, reisten 24 Prozent der deutschen Bevölkerung im Alter über 14 Jahre (9,3 Millionen Personen). Davon blieben 85 Prozent im Inland, nur 15 Prozent reisten ins Ausland. Diese Auslandsreisen führten hauptsächlich nach Österreich (6 Prozent) und nach Italien (4 Prozent). Als Verkehrsmittel der Haupturlaubsreise dominierte die Bahn: 1954 verreisten 56 Prozent der Urlauber mit der Bahn, einen PKW verwendeten 19 Prozent und mit dem Bus fuhren 17 Prozent der Touristen³. Neben dem Bahn-, PKW- und Bustourismus wurden den Westdeutschen seit Mitte der 50er Jahre auch wieder See- und Flugreisen angeboten. Doch waren diese Reisen im Vergleich zu heute umständlich und für viele unerschwinglich.

Die Bemühungen des BDV, das Reisen in Deutschland attraktiver zu machen und seine wirtschaftliche Bedeutung zu dokumentieren, beinhalteten neben der Bekanntmachung von touristischen Regionen durch Werbeschriften und Auftritten auf Verkehrsausstellungen unter anderem auch die Schaffung einer einheitlichen Fremdenverkehrsstatistik, die einheitliche Regelung der Steuerabgaben von touristischen Institutionen, die Förderung der wissenschaftlichen Erforschung des Fremdenverkehrs, die professionelle Ausbildung der im Tourismus Tätigen, die Durchsetzung einer

³ Vgl.: Studienkreis für Tourismus (Hrsg.), Urlaubsreisen 1954-1985, 30 Jahre Erfassung des touristischen Verhaltens der Deutschen durch soziologische Stichprobenerhebungen, Starnberg 1986



Quelle: Ameropa, Bad Homburg

vernünftigen Ferienregelung sowie die Beseitigung von Lärm durch Verkehrseinschränkungen in den Kur- und Ferienorten.

Der Tourismus in den 60er und 70er Jahren

1960 reisten 28 Prozent (11,8 Millionen Westdeutsche) in den Urlaub. Jetzt benutzten schon 38 Prozent den PKW für ihre Urlaubsreise. 1968 erreichte der mit dem Auto durchgeführte Urlaub einen Anteil von 60 Prozent. Mit zunehmender privater Motorisierung und dem verstärkten Angebot von Charterflügen wurde das Ausland für deutsche Reisende immer besser erschwinglich. Blieben 1960 noch 69 Prozent der Urlauber im Inland, so verreisten 1968 zum ersten Mal mehr westdeutsche Urlauber ins Ausland – nämlich 51 Prozent oder 8,6 Millionen Bundesbürger – als im Inland blieben. In wechselnder Reihenfolge waren (und sind) Spanien, Italien und Österreich die beliebtesten Auslandsreiseziele.

Am 17. Mai 1963 nannte der BDV sich in „Deutscher Fremdenverkehrsverband“ (DFV) um. Unter dem Motto „Wieder mal Urlaub in Deutschland“ warb er Ende der 60er Jahre mit breit angelegten Anzeigenaktionen, sowie auf Pressereisen und -konferenzen, um das Image des eigenen Landes zu heben und der Auslandsbegeisterung der Deutschen entgegen zu wirken. Des weiteren gründete er einen Arbeitskreis Städtetourismus, der sich gezielt mit den Chancen und Problemen des Tourismus in großen und mittleren Städten sowie mit speziellen Werbemöglichkeiten für Städte befassen sollte. Weitere Aktivitäten des Verbandes lagen unter anderem in der Vermittlung von Werbedienstleistern an seine Mitglieder, in der Herausgabe verschiedenster Nachschlage- und Informationswerke zum Reisen in Deutschland sowie in der direkten Vergabe spezifischer Auskünfte bei individuellen Reisewünschen. Seit 1971 veröffentlichte der Verband Kataloge mit familien- und behindertengerechten Urlaubsangeboten. Außerdem engagierte er sich für die Verbesserung des Campingangebotes sowie für den Ausbau der Anerkannten Tourist-Informationsstellen. In seiner täglichen Arbeit hielt der Spitzenverband engsten Kontakt zur Bundesregierung und war im „Beirat für Fragen des Tourismus“ beim Bundeswirtschaftsminister vertreten.

Der Tourismus in den 80er und 90er Jahren

Die Entwicklung des Tourismus hat sich seit der Nachkriegszeit wirtschaftlichen und politischen Krisen gegenüber als stabil erwiesen. Weder die Rezession von 1966/67 und der Ölpreisschock im Jahr 1973, noch der Golfkrieg (1991) oder der Bürgerkrieg in Jugoslawien (1991-96) konnten – außer in den unmittelbar betroffenen Krisengebieten – die Reiselust nachhaltig bremsen. Der PKW setzte seinen Siegeszug als bevorzugtes Reiseverkehrsmittel fort. Von geringen Rückgängen Ende der 60er und Anfang der 80er Jahre abgesehen, stieg die Reiseintensität der West- und schließlich auch der Ostdeutschen stetig. Wenn auch immer noch die meisten Deutschen die „Schönste Zeit des Jahres“ innerhalb Deutschlands verbrachten, stieg die Zahl derer, die ihren Urlaub im Ausland verbrachten, kontinuierlich. Die fünf wichtigsten Inlandsdestinationen waren Bayern, gefolgt von Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern (nach der Wiedervereinigung), Baden-Württemberg und Niedersachsen. Die beliebtesten Auslandsreiseziele waren 1995 Spanien, Italien, Österreich, Frankreich und Griechenland. Beliebtestes Reisemittel war das eigene Auto (52,3 Prozent), gefolgt vom Flugzeug (28,8 Prozent), dem Bus (9,8 Prozent) und der Bahn (8 Prozent).

Nach seinem 1984 durchgeführten Umzug nach Bonn konzentrierte sich der DFV auf seine tourismuspolitischen

Aufgaben, nach 1995 betrieb er zusätzlich den Ausbau seiner Facharbeit, entwickelte Klassifizierungssysteme und baute den Service und die Beratung seiner Mitglieder aus.

Die Wiedervereinigung

Nach der Öffnung der innerdeutschen Grenzen bildete sich in Berlin unverzüglich ein „Ständiger Arbeitskreis deutsch-deutscher Fremdenverkehr“. Der DFV verfasste ein Positionspapier, in dem er Methoden für die Zusammenarbeit der Touristiker beider deutscher Landesteile sowie Maßnahmen für die Aus- und Weiterbildung und die Forschung im Tourismus empfahl. Zu der zweiten Zusammenkunft des Arbeitskreises kamen Vertreter von DDR-Ministerien, Zuständige für das Erholungswesen, Vertreter wissenschaftlicher Forschungsstellen und Reiseorganisationen zusammen. Man diskutierte ein Positionspapier zum Aufbau touristischer Organisationen und zur Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft der Bundesrepublik. Ferner begab man sich an die Ausarbeitung von Marketingstrategien im Städte-tourismus sowie im Camping- und Jugendtourismus. Der enorme Anstieg des Besuchsverkehrs und des grenznahen Verkehrs brachte zudem das Thema Verkehrsentwicklung auf die Tagesordnungsliste. Angeregt durch den DFV wurden für reisewillige DDR-Bürger Informationsschriften über Reisen in die Bundesrepublik, sowie umgekehrt über Reisen in die DDR herausgebracht. Auch Angebote für preisgünstige Reisen und Kurzreisen wurden publiziert. Weiterhin arbeitete der Verband an einem vom innerdeutschen Ministerium herausgegebenen „Leitfaden für die praktische Tourismusarbeit“ mit, der kostenlos an touristische Informationsstellen, Landratsämter, Bibliotheken und andere Institutionen in der DDR verteilt wurde. Ergänzt durch Bildungsmaßnahmen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Seminar für Fremdenverkehr stellten all diese Maßnahmen eine Hilfe bei der Bewältigung der auftauchenden Probleme in einer Zeit des Umbruchs dar. Nach der offiziellen Wiedervereinigung stellten die ersten Landesfrem-



Quelle: Landesbildstelle Berlin

denverkehrsverbände aus den neuen Bundesländern ihren Aufnahmeantrag zur Mitgliedschaft im DFV. Dieser integrierte die neu gewonnenen Mitglieder kurzerhand in die Arbeit der Fachausschüsse, der Geschäftsführerkonferenz und anderer Gremien. Neben materieller Unterstützung erhielten die neuen Mitglieder vor allem unbürokratische praktische und fachliche Unterstützung: So halfen die Verbände aus Baden-Württemberg und Bayern in Sachsen, die Landesverbände aus Hessen und Rheinland-Pfalz engagierten sich in Thüringen, Niedersachsen gab in Sachsen-Anhalt Unterstützung, Schleswig-Holstein in Mecklenburg-Vorpommern und die Verbände von Rheinland und Westfalen brachten ihr touristisches Know-how nach Brandenburg.

Der DTV heute

Um Deutschland bei stetig steigenden Ansprüchen auch für Deutsche als Reiseziel attraktiv zu halten, bedarf es vielfältiger Anstrengungen, vor allem aber einer klaren Differenzierung und merklichen Qualitätssteigerung des touristischen Angebotes. Ferien auf dem Bauernhof, Aktiv-Urlaube, Städtereisen oder spezielle Arrangements wie etwa „Gesundheitswochen“ werden heute fast überall angeboten. Auf den Deutschlandurlauber warten moderne Golfplätze, Eisstadion, künstlich beschneite Skipisten, Themen- und Freizeitparks, attraktive Spaßbäder und vieles mehr. Für regnerische Urlaubstage halten viele Touristenorte Schlechtwetterprogramme oder sonstige „wasserdichte“ Angebote bereit. Zahlreiche touristische Anbieter haben sich auf bestimmte Zielgruppen wie Singles, Senioren, Gesundheits- oder Kurzurlauber spezialisiert. In enger Zusammenarbeit mit Fachorganisationen erstellt der Dachverband des Deutschlandtourismus, der sich zum 1.1. 1999 in „Deutscher Tourismusverband“ (DTV) umbenannte, heute Studien und Umsetzungsleitfäden zu den verschiedensten touristischen Segmenten. Er entwickelt Klassifizierungssysteme und baut die Service- und Beratungsleistungen für seine Mitglieder von Jahr zu Jahr aus. Mit vielfältigen Wettbewerben, bundesweiten Studien und der Erarbeitung von Produktleitlinien trägt er nicht unerheblich zur Verbesserung des touristischen Angebotes in Deutschland bei. Zu den Mitgliedern des DTV gehören heute Tourismusorganisationen, die gemeinsam rund 4.500 Tourismusorte und -regionen vertreten. Der Verband ist deren Interessenvertretung auf dem bundespolitischen Parkett. 1999 wurde auf Initiative des DTV das länderübergreifende Inlandsmarketing auf die DZT übertragen, um Synergien im In- und Auslandsmarketing besser nutzen zu können.

Zukunftstrends

Alle Megatrends der Gesellschaft – die Alten (und die Frauen) kommen, Individualisierung und Erlebnisorientie-

rung, Gesundheitstrend und mehr Mobilität und Flexibilität der Lebensbiographien – tangieren den Tourismus. Der Trend zu Erlebnis und Wellness hat ihn bereits erfasst und einen Boom ausgelöst. Das Bewusstsein der Selbstverantwortung für die eigene Gesundheit lässt nach Wegen zu mehr Wohlbefinden von Körper, Geist und Seele suchen. Wellnessangebote mit hohem persönlichen Zuwendungsfaktor sind gefragt. Die Auflösung traditioneller Familienstrukturen und die Unregelmäßigkeit und Unvorhersehbarkeit von Lebensläufen lässt das Schema „70 Prozent aller Familienreisen liegen in den Sommermonaten mit einer durchschnittlichen Reisedauer von 14 Tagen“ ins Wanken geraten. Reisen werden immer kurzfristiger, kürzer und bei guter Konjunktur auch immer öfter unternommen. „Value for money“ lautet das Motto. Ausgesprochen Reiseerfahrene aller Altersgruppen suchen sich im Internet die preisgünstigsten Angebote. Sie nutzen Kunden- und Bonusprogramme. Sie vergleichen und prüfen. Die Tourismusbranche hat in den vergangenen Jahren einen hohen Professionalisierungs- und Konzentrationprozess erfahren. Die Individualisierung der Reismotive bietet Raum für Nischen und Spezialangebote.

In der Kundenansprache gewinnen Qualitätsargumente eine besondere Bedeutung. Qualitätsoffensiven und Qualitätskennzeichnungen, wie sie zum Beispiel der DTV mit seinen Klassifizierungen und Kategorisierungen nach Sternen durchführt, bringen dem Kunden mehr Produktransparenz und den Anbietern Marktvorteile. Der DTV wird weiterhin Trends nachspüren und den Verantwortlichen vor Ort das Know-how an die Hand geben, ihre Produkte den Kundenwünschen angemessen zu gestalten. Als überregionales Netzwerk wird der Verband auch in Zukunft als Informations-, Kommunikations- und Wissenspool für Praktiker und Dienstleister im Deutschlandtourismus fungieren. Auf politischer Ebene wird er den Stellenwert des Tourismus innerhalb Deutschlands hervorheben und für einen naturverträglichen Ausbau der touristischen Infrastruktur eintreten.

Quellen:

- Deutscher Fremdenverkehrsverband (DFV), 1902 – 1972, Frankfurt am Main 1972
- Petra Krempien, Geschichte des Reisens und des Tourismus: Ein Überblick von den Anfängen bis zur Gegenwart, Limburgerhof 2000
- Dr. Franz Bertold-Fackler, Hans Krumbholz, Reisen in Deutschland: Eine kleine Tourismusgeschichte, München 1997
- AMK-Berlin (Hrsg.), Reisen und Tourismus – Ein historischer Überblick, Berlin 1987
- Horst W. Opaschowski, Tourismusforschung, Opladen 1989
- Studienkreis für Tourismus (Hrsg.), Urlaubsreisen 1954 – 1985, 30 Jahre Erfassung des touristischen Verhaltens der Deutschen durch soziologische Spichprobenerhebungen, Starnberg 1986

Die Präsidenten und Hauptgeschäftsführer des DTV

Präsidenten

1902 – 1911	Kaufmann O. Winkler, Leipzig
1911 – 1921	Fabrikant Friedrich Gontard, Leipzig
1921 – 1927	Fabrikant Carl Miller, Magdeburg
1927 – 1929	Reichsverkehrsminister a.D. Dr. Heinrich Krohne, Berlin
1929 – 1930	Oberbürgermeister Dr. Konrad Adenauer, Köln
1930 – 1933	Reichswirtschaftsminister a.D. Dr. Eduard Hamm, Präsidialmitglied des Deutschen Industrie- und Handelstages, Berlin
1933 – 1945	Bayerischer Wirtschaftsminister a.D. Staatssekretär Hermann Esser, München/Berlin
1947 – 1948	Oberbürgermeister Dr. Hermann Pünder, Köln
1948 – 1957	Oberbürgermeister Dr. Walter Kolb, Frankfurt am Main
1957 – 1967	Oberbürgermeister Dr. Werner Bockelmann, Frankfurt am Main
1967 – 1991	Staatsminister a.D. Dr. Rudolf Eberhard, München
1991 – 1995	Regierungspräsident a.D. Dr. Raimund Eberle, München
1995 – 1999	Umwelt- und Verkehrsminister Hermann Schaufler, Stuttgart
Seit 1999	Staatsminister a.D. Dr. Jürgen Linde, Potsdam

Hauptgeschäftsführer

1902 – 1912	Dr. K. Seyfert
1912 – 1920	Josef Schumacher
1922 – 1926	Dr. Ferdinand Vester
1926 – 1929	Dipl.-Kfm. Born
1929 – 1931	Dr. A. Tremöhlen
1931 – 1933	Hans-Arthur Lux
1933 – 1945	Otto Goetz Ritter von Heilingbrunner
1947 – 1948	Kunibert Ochs, Stadtrat i. R.
1948 – 1955	Dr. August Lignau
1956 – 1967	Matthias Thömmes
1967 – 1968	Franz F. Schwarzenstein
1968 – 1982	Dr. Ernst Bernhauer
1982 – 1984	Marco Graf von Schlippenbach
1984 – 1997	Jürgen Werner
Seit 1997	Claudia Gilles

Einführung

Eckdaten der deutschen Tourismusgeschichte

römische Kaiserzeit	Erste deutsche Kurorte (Badenweiler, Baden-Baden, Wiesbaden, Aachen, Ems)
852	Ältestes deutsches Volksfest in Bad Hersfeld (Lullusfest)
1793	Erstes deutsches Ostsee-Seebad in Doberan-Heiligendamm
1797	Erstes deutsches Nordsee-Seebad in Norderney
Mitte 19. Jahrhundert	Gründung erster Musikfestivals
1891	Erste Luxuskreuzfahrt der Hamburg-Amerikanische-Aktien-Gesellschaft
1902	Erstes Familienbad für Frauen und Männer in Westerland (Ermöglicht Eltern, zusammen mit ihren Kindern zu baden, Ledige hatten keinen Zutritt)
1909	Gründung der ersten Jugendherberge in Altena in Westfalen
1910	Erste Luftreise mit dem Zeppelin
1919	Deutsche Luftreederei startet den Luftverkehr zwischen Berlin und Weimar
1949	Jungferntflug des ersten Düsenpassagierflugzeugs
1954	Beginn der systematischen Erfassung des Tourismus durch Befragungsuntersuchungen, seit 1970 fortgeführt durch die Reiseanalyse, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.), Kiel
1966	Erste Internationale Tourismus Börse ITB (heute größte Reisemesse der Welt)

Quellen:

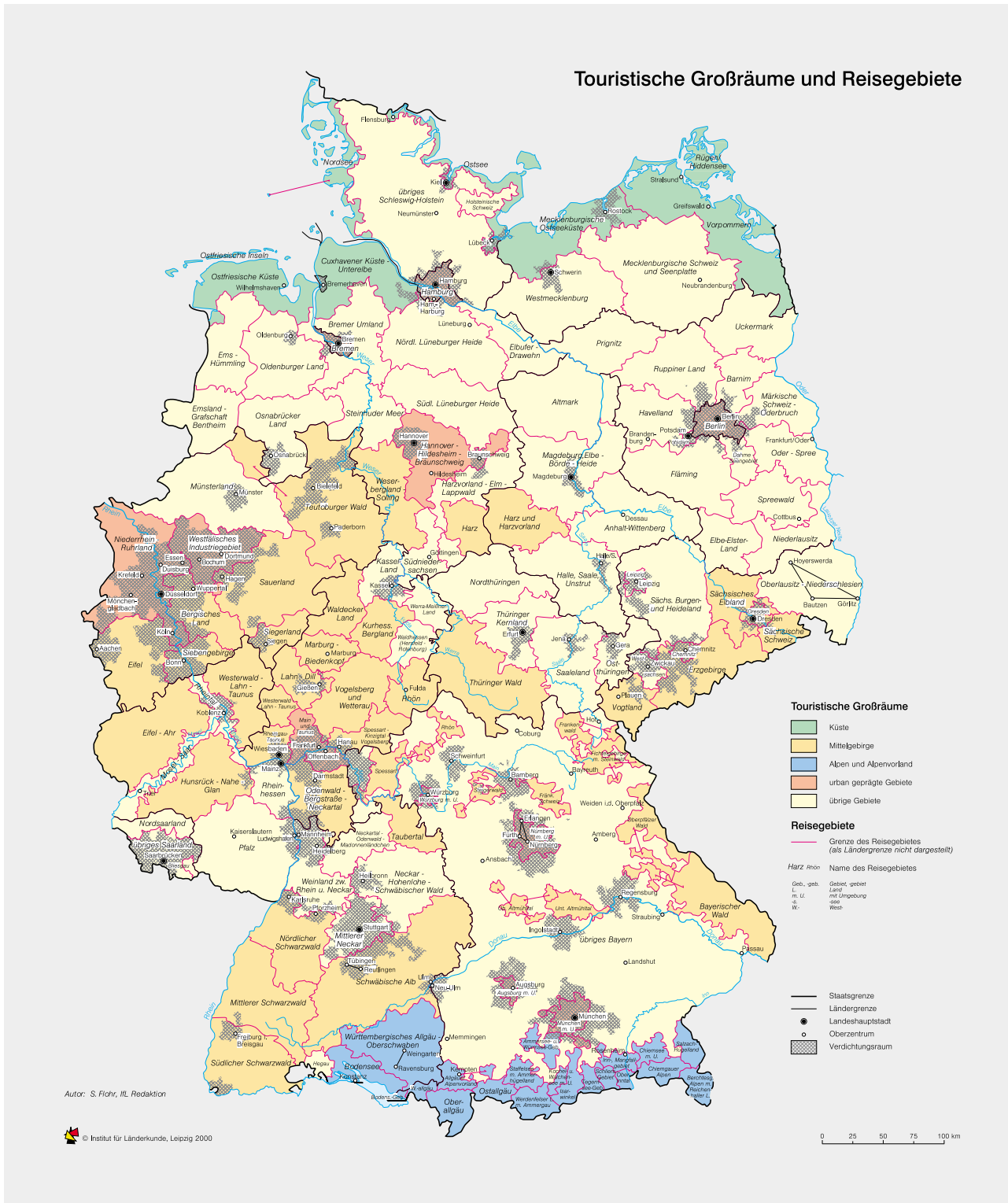
Dr. Franz Bertold-Fackler, Hans Krumbholz, Reisen in Deutschland: Eine kleine Tourismusgeschichte, München 1997

Petra Krempien, Geschichte des Reisens und des Tourismus: Ein Überblick von den Anfängen bis zur Gegenwart, Limburgerhof 2000

Otto Schneider, Die Ferien-Macher: Eine gründliche und grundsätzliche Betrachtung über das Jahrhundert des Tourismus, Hamburg 2001

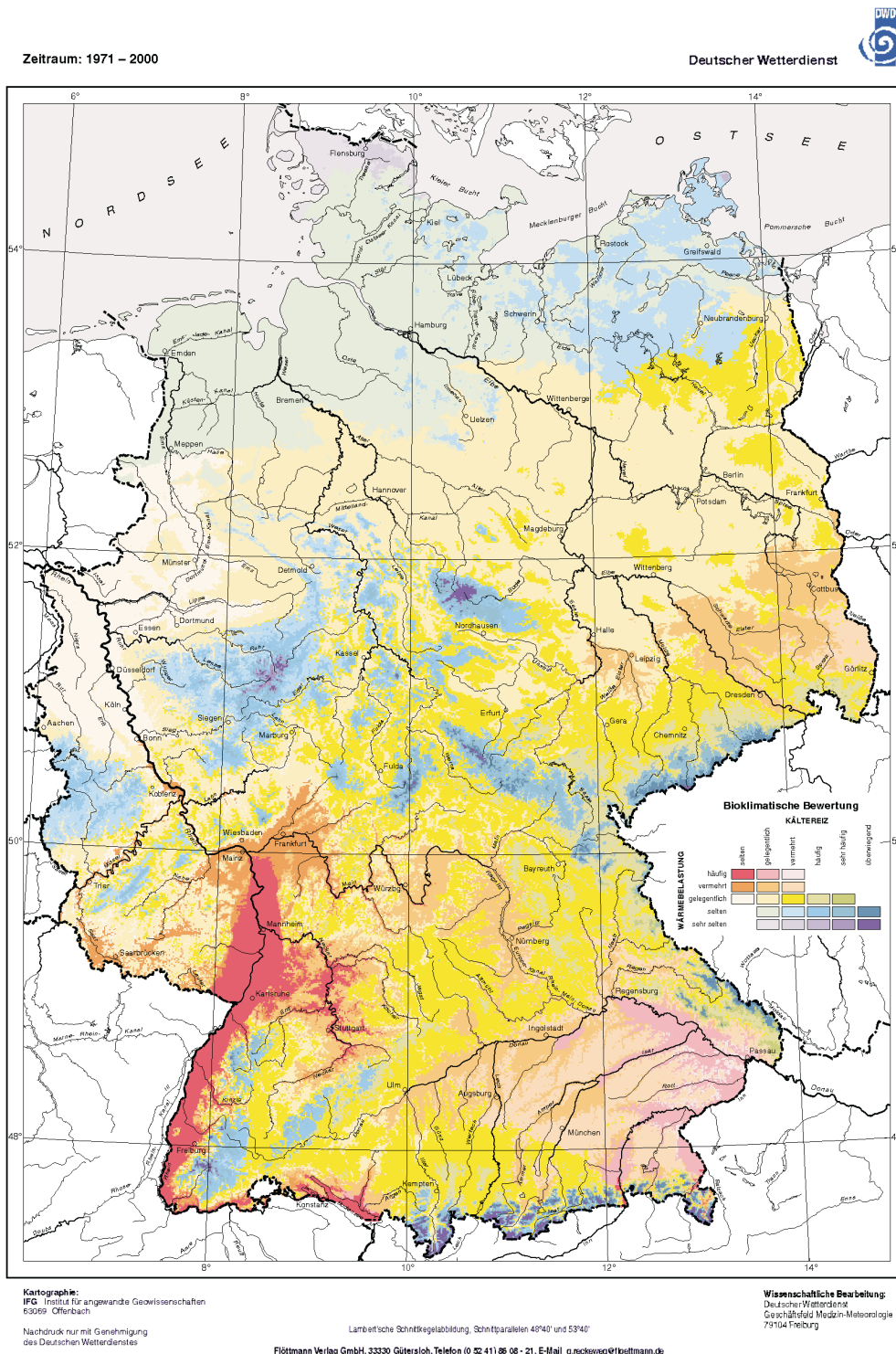
Touristische Großräume und Reisegebiete

Die Karte der Bundesrepublik Deutschland zeigt die touristischen Großräume und Reisegebiete. Die Reisegebiete dieser Karte stimmen mit den Reisegebieten der aktuellen regionalen Gliederung der amtlichen Statistik des Statistischen Bundesamtes überein. Die Entwicklung der touristischen Großräume ist im Kapitel „Die touristische Nachfrage“ dargestellt.



Das Bioklima in der Bundesrepublik Deutschland

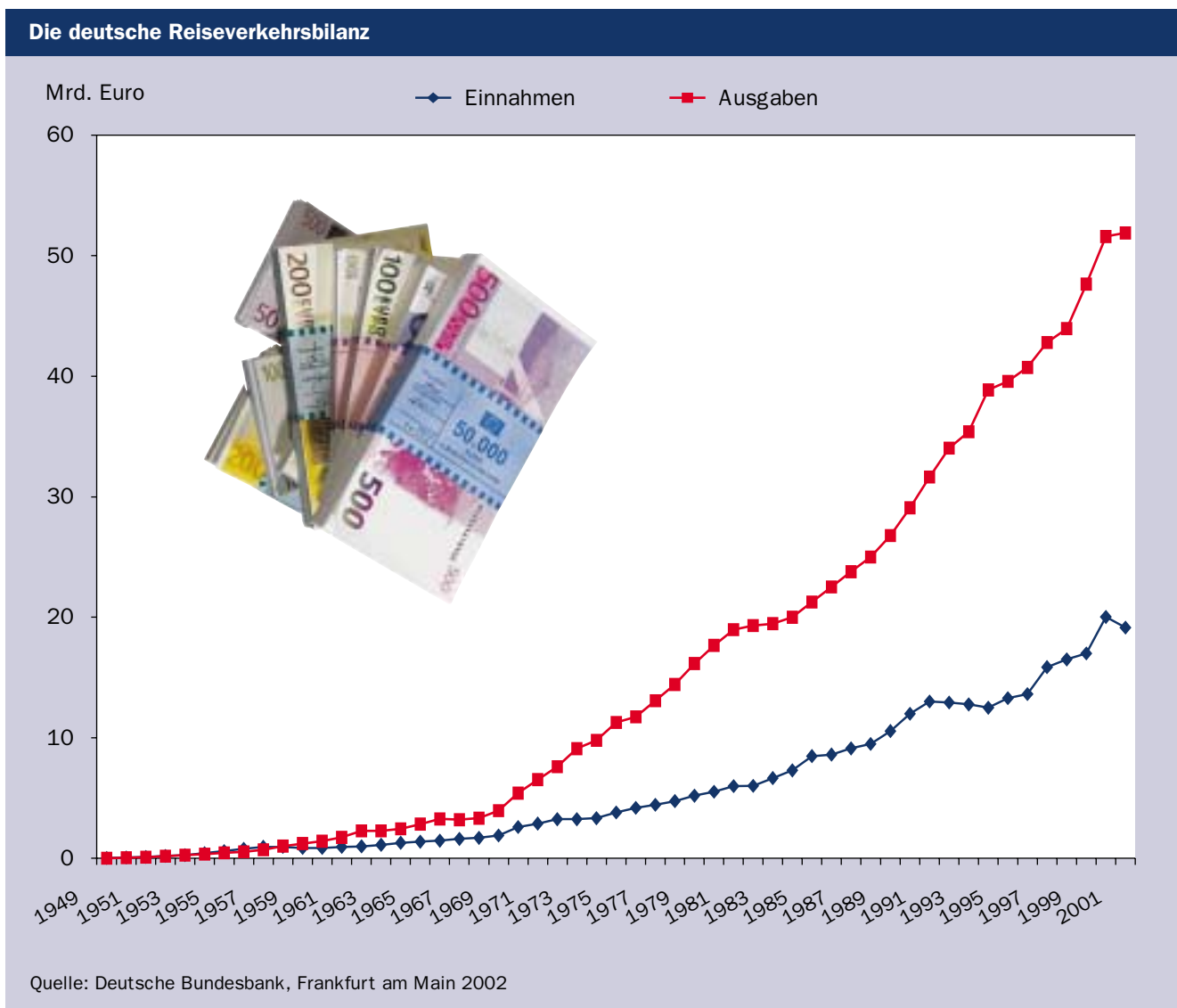
Die Bioklimakarte der Bundesrepublik Deutschland stellt den Einfluss des Klimas auf den Menschen dar. Sein Wohlbefinden, seine Leistungsfähigkeit und seine Gesundheit können von den klimatischen Verhältnissen stark beeinflusst sein. Wird tagsüber ein Schwellenwert der gefühlten Temperatur überschritten, so wird dieser Tag als ein Tag mit Wärmebelastung definiert. Ein Tag mit Kältereiz liegt dann vor, wenn der Tagesmittelwert der gefühlten Temperatur kleiner als ein bestimmter Schwellenwert ist (Deutscher Wetterdienst, Freiburg 2002).



Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Die deutsche Reiseverkehrsbilanz

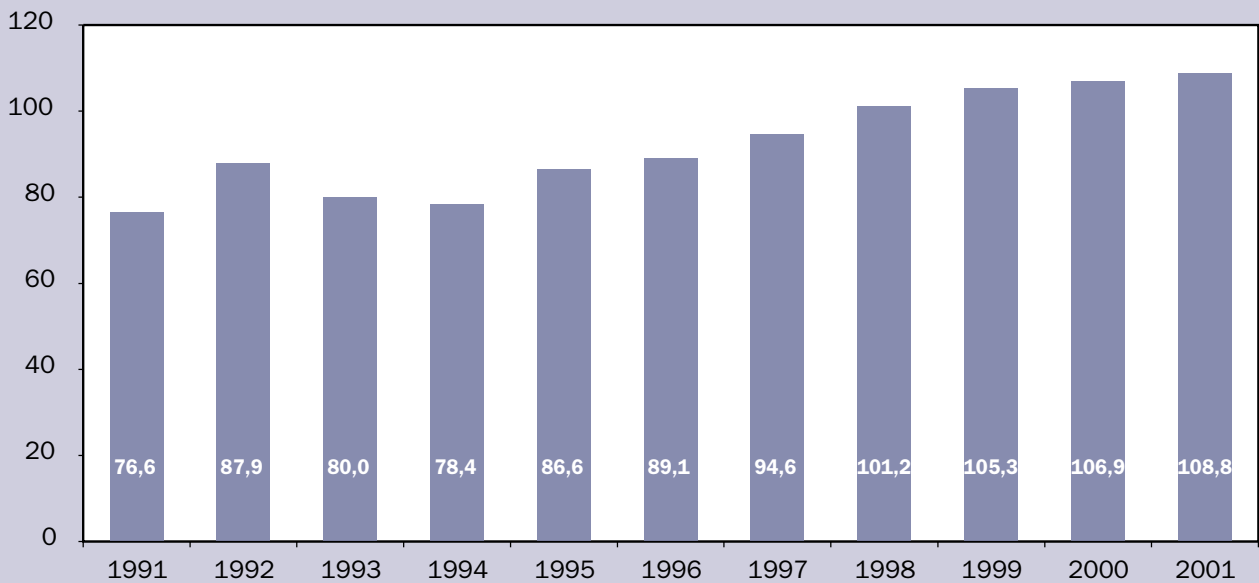
Kaum ein Volk auf der Welt reist so viel und so oft wie die Deutschen. Die Ausgaben der Deutschen für Privat- und Geschäftsreisen ins Ausland sind seit 1949 von rund 7 Millionen Euro auf 51,9 Milliarden Euro im Jahr 2001 angestiegen. Andererseits zählt auch Deutschland zu den attraktivsten Destinationen, so dass die Reiseeinnahmen von ausländischen Gästen in Deutschland in 2001 auf 19,1 Milliarden Euro angewachsen sind (Deutsche Bundesbank, Frankfurt am Main 2002). Vor allem aber führten allein im Jahr 2001 18,5 Millionen Urlaubsreisen (mit einer Dauer von mindestens 5 Tagen, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R), Kiel 2002) sowie zahlreiche Tages-, Geschäfts- und Kurzurlaubsreisen der Deutschen zu inländischen Destinationen. Diese Ausgaben der Deutschen in Deutschland sind nicht in der Reiseverkehrsbilanz der Deutschen Bundesbank erfasst.



Ausgaben der Deutschen

Ausgaben der Deutschen bei Reisen mit mindestens einer Übernachtungen im In- und Ausland

Mrd. Euro

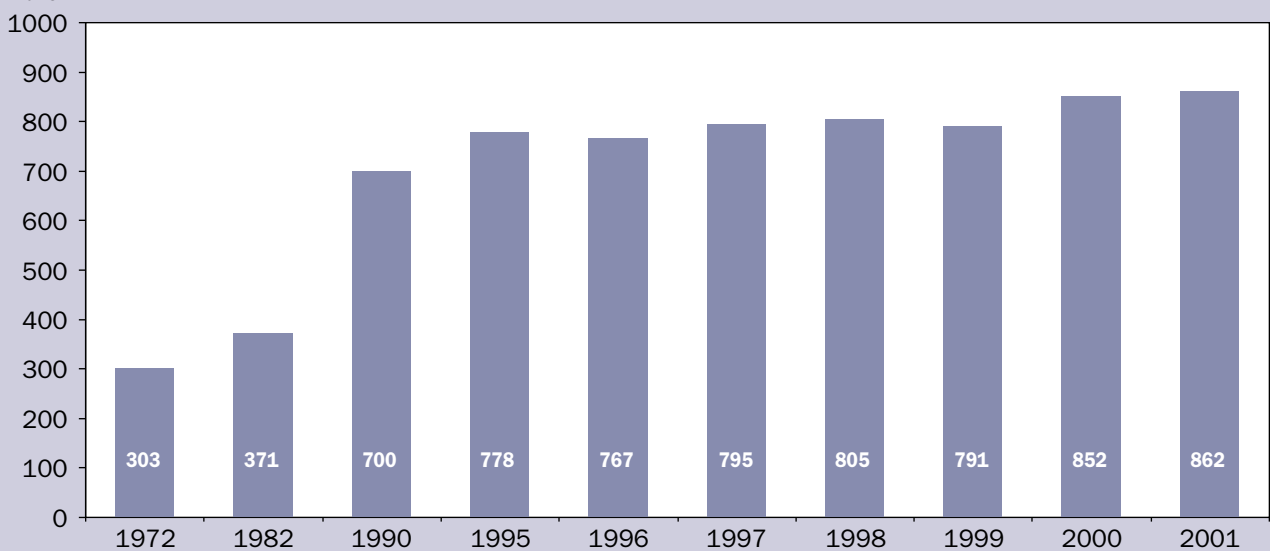


Quelle: IPK International, München 2002

Anm.: Diese Grafik zeigt die Gesamtausgaben für alle Reisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren ins In- und Ausland ab einer Übernachtung.

Durchschnittliche Reiseausgaben pro Person für die Haupturlaubsreise

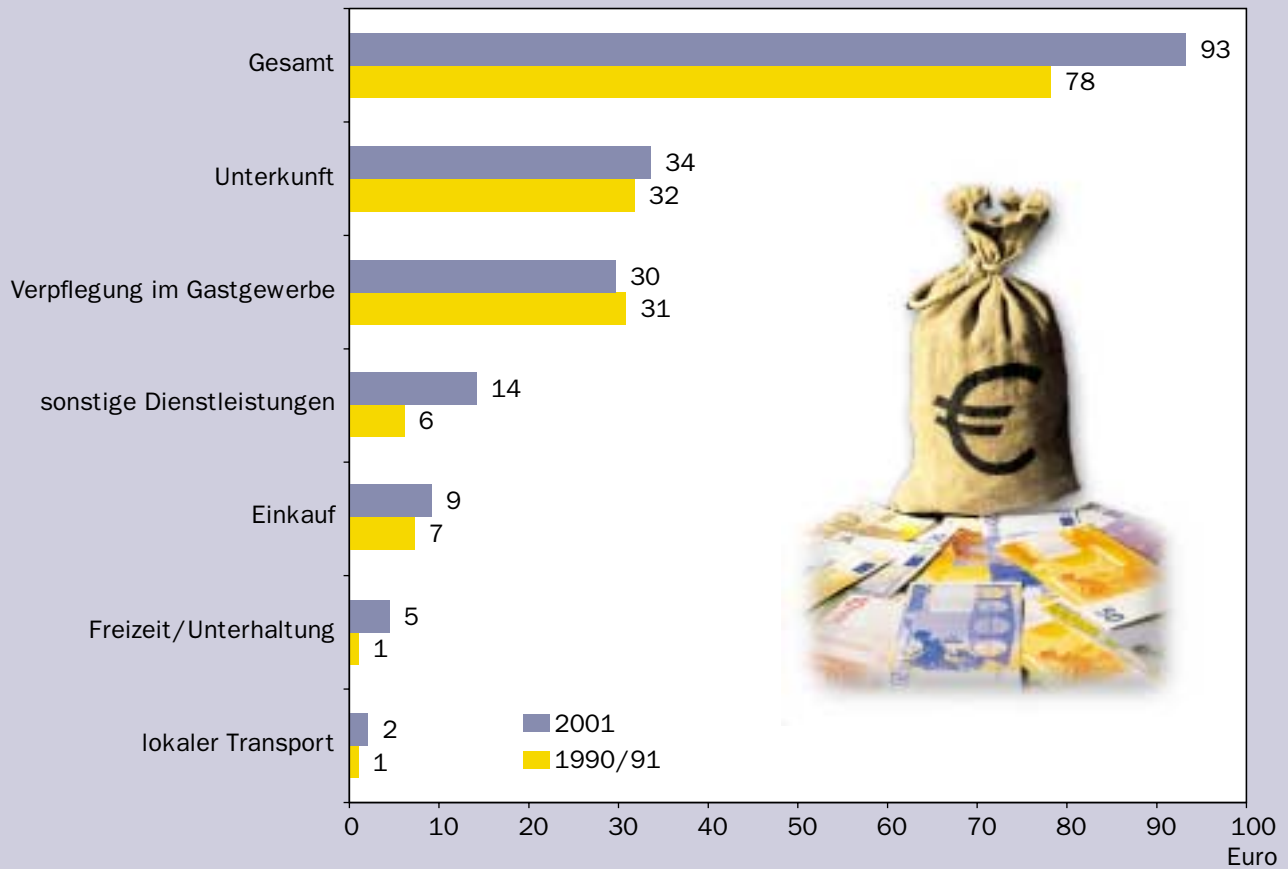
Euro



Quelle: Die RA - Trendstudie 2000 - 2010, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R), Kiel 2000; Reiseanalyse RA 2002, F.U.R, Kiel 2002

Anm.: Die durchschnittlichen Reiseausgaben beziehen sich auf die Haupturlaubsreise (ab 5 Tagen) unabhängig davon, ob das Reiseziel im In- oder im Ausland liegt. Erfasst wird die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren und bis 1990 nur Reisende aus den alten Bundesländern.

**Durchschnittliche Ausgaben der Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben
(Vergleich 1990/91 und 2000)**



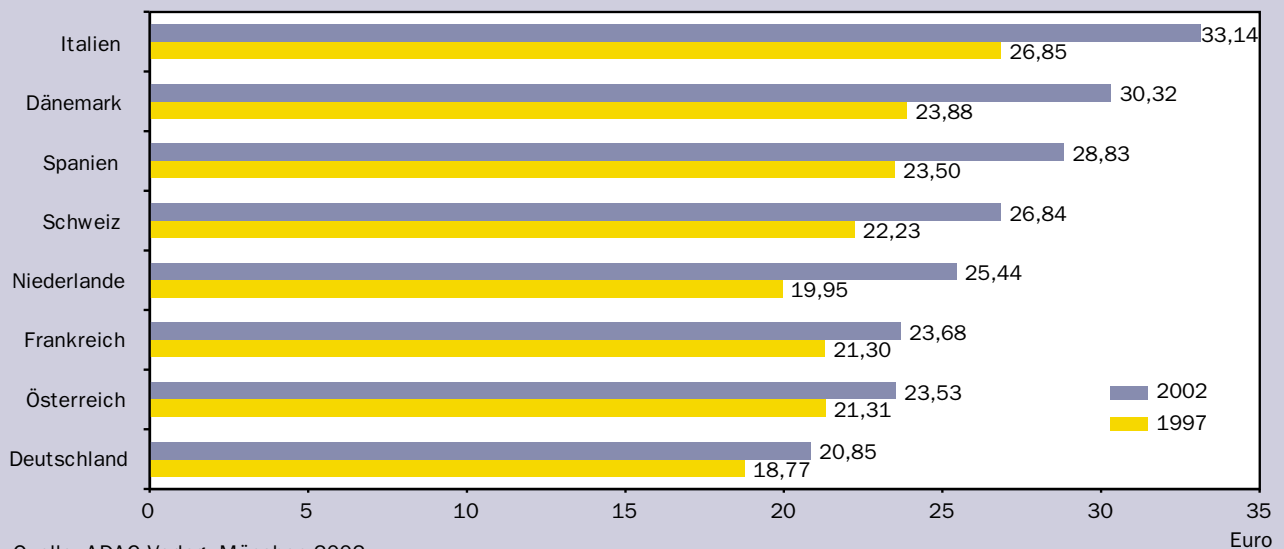
Quelle: Die Ausgabenstruktur im übernachtenden Fremdenverkehr in der Bundesrepublik Deutschland (ohne Beitrittsgebiet), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr der Universität München (dwif), München 1992; Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, dwif, München 2002

Anm.: 1990/91 nur alte Bundesländer

Das Ausgabeverhalten der Gäste wird von saison-spezifischen Gegebenheiten der einzelnen Destinationen, Reiseanlass, sozio-demographischen Einflussfaktoren sowie durch den Ortstyp des Zielgebietes beeinflusst. Zwischen 1990/91 und 2000 sind die durchschnittlichen Ausgaben der Übernachtungsreisen in gewerblichen Betrieben um rund 19 Prozent gestiegen. Die größten Zuwächse gibt es bei den sonstigen Dienstleistungen (zum Beispiel Parkgebühren, Kongress-/Tagungsgebühren) sowie im Bereich Freizeit und Unterhaltung. Die Ausgaben für Verpflegung im Gastgewerbe sind hingegen leicht rückläufig. Hervorzuheben ist jedoch, dass sich in den einzelnen Bundesländern unterschiedliche Entwicklungen im Ausgabeverhalten abgespielt haben (Die Ausgabenstruktur im übernachtenden Fremdenverkehr in der Bundesrepublik Deutschland (ohne Beitrittsgebiet), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr der Universität München (dwif), München 1992; Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, dwif, München 2002).

Vergleich der Übernachtungskosten auf Campingplätzen in verschiedenen Ländern

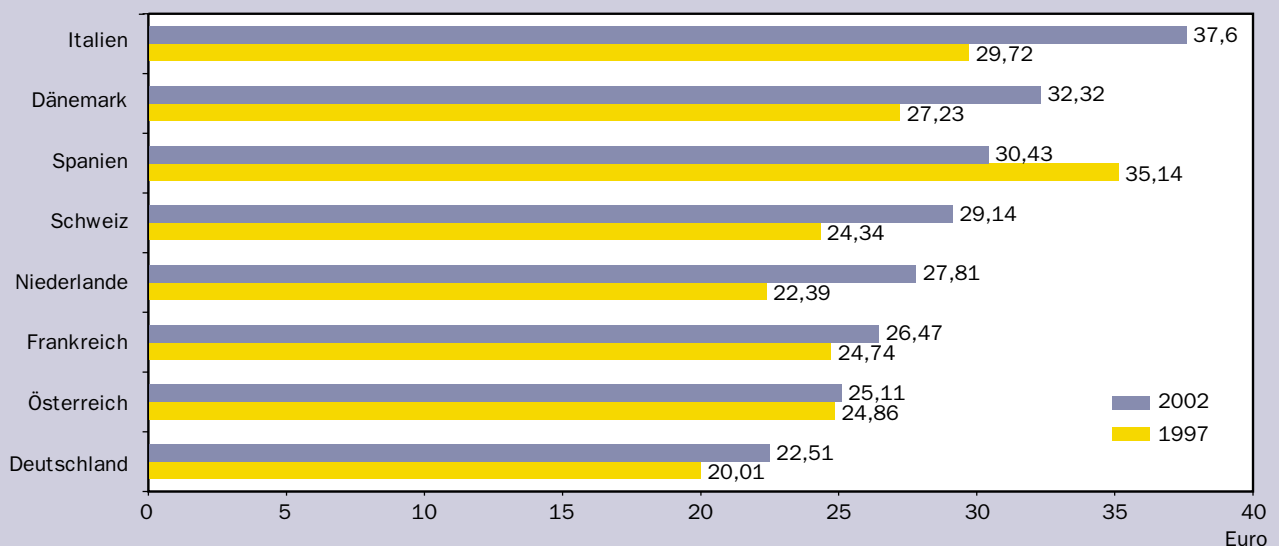
Vergleich der Übernachtungskosten auf Campingplätzen der mittleren Kategorie (Vergleich 1997 und 2002 in ausgewählten Ländern)



Quelle: ADAC Verlag, München 2002

Anm.: Durchschnittspreise aller Campingplätze für eine Übernachtung von 2 Erwachsenen und einem Kind einschließlich Auto und Caravan-Stellplatz, Strom (2 kw) und Warm-Dusche (dreimal), Nebengebühren und Kurtaxe

Vergleich der Übernachtungskosten auf Campingplätzen der gehobenen Kategorie (Vergleich 1997 und 2002 in ausgewählten Ländern)



Quelle: ADAC Verlag, München 2002

Anm.: Durchschnittspreise aller Campingplätze für eine Übernachtung von 2 Erwachsenen und einem Kind einschließlich Auto und Caravan-Stellplatz, Strom (2 kw) und Warm-Dusche (dreimal), Nebengebühren und Kurtaxe

Die beiden Grafiken belegen, dass Deutschland im Vergleich zu wichtigen europäischen Campingdestinationen ein sehr günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweist.

Highlights

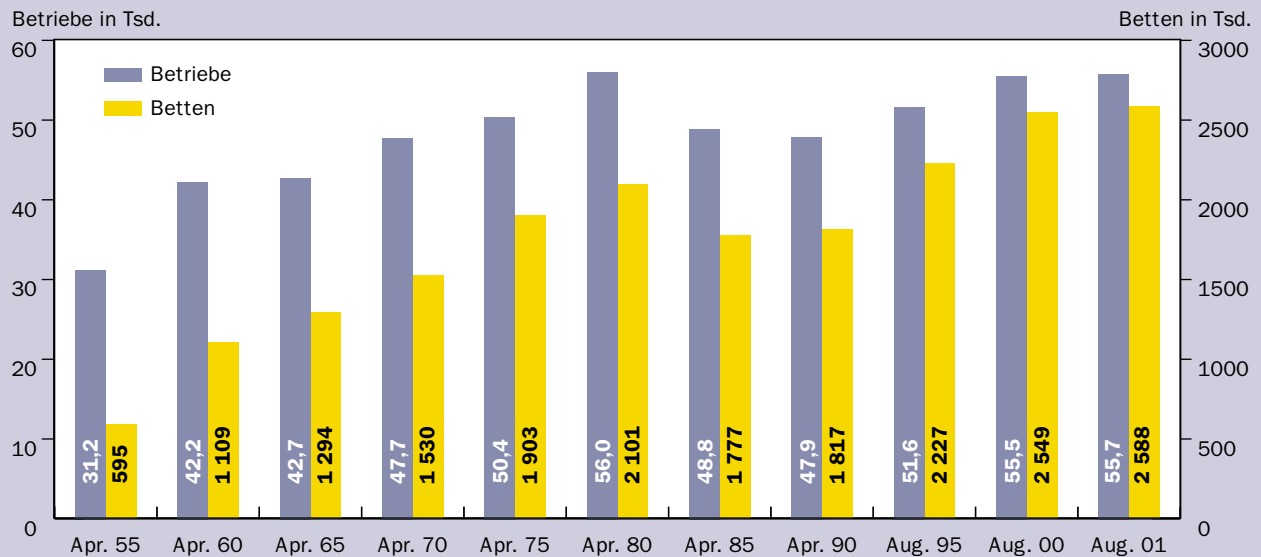
Höhepunkte – Wo Deutschland Spitze ist	
Höchster Berg Deutschlands	Zugspitze mit 2.963 Metern
Größter Klettergarten Deutschlands	Fränkische Schweiz mit rund 5.000 Routen
Größte Insel Deutschlands	Rügen mit 962 Quadratkilometern
Europas breitetster Strand	Amrum: Bis zu einen Kilometer weit schiebt sich der Kniepsand ins Inselinnere
Größter Binnensee Deutschlands	Bodensee, 305 der insgesamt knapp 539 Quadratkilometer gehören zu Deutschland
Längster Fluss Deutschlands	Rhein mit 865 Kilometern
Größte gotische Kirche Deutschlands	Kölner Dom
Höchster Kirchturm der Erde	Ulmer Münster mit seinem 161 Meter hohen Turm
Quelle: fww international, Hamburg 2001	

Deutschlands Touristenhits	
	Besucherzahlen 2001
Kölner Dom	5.000.000
Europa-Park Rust	3.100.000
Rothenburg ob der Tauber	2.500.000
Phantasialand, Brühl	2.000.000
Reichstag, Berlin	2.000.000
Brocken/Harz	1.400.000
Insel Mainau im Bodensee	1.283.239
Schloss Neuschwanstein	1.281.473
Schloss Heidelberg	1.054.044
Deutsches Museum, München	1.046.327
Berliner Fernsehturm	1.036.427
Love Parade, Berlin	1.000.000
Aachener Dom	1.000.000
Cap Arkona, Insel Rügen	850.000
Helgoland	555.904
Flughafen Frankfurt/Main (Besucherterrasse)	518.701
Dresdener Zwinger/Gemäldegalerie Alte Meister	439.047
Wartburg	435.941
Zugspitze	433.904
Gewandhaus, Leipzig	419.997
Dresdener Semperoper	403.310
Schloss Sanssouci, Potsdam	345.427
Quelle: Recherche des DTV, zum Teil basierend auf Schätzungen der jeweiligen Institutionen, Bonn 2002	

Das touristische Angebot

Beherbergungsangebot

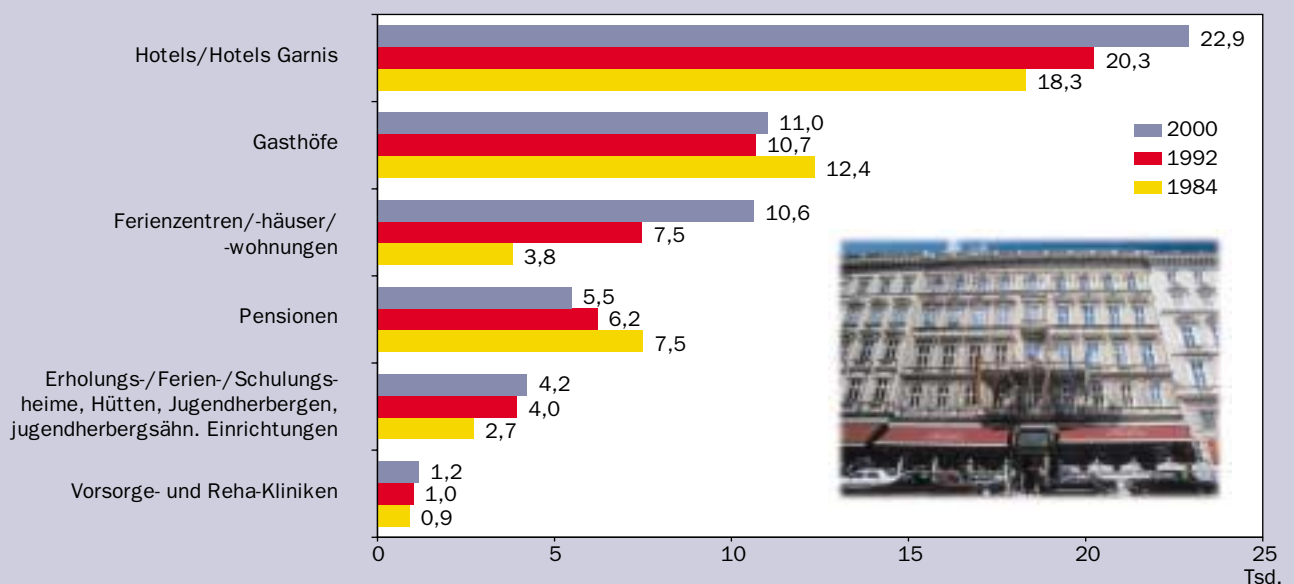
Entwicklung des gesamten Beherbergungsangebots und der angebotenen Betten



Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1956 – 2002

Anm: 1960 ohne Berlin (West); Ab 1992 alte und neue Bundesländer; Nach der Änderung des Gesetzes über die Statistik der Beherbergung im Reiseverkehr (BeherbStatG) wurden ab Januar 1981 nur noch Betriebe in die Statistik einbezogen, die nach Einrichtung und Zweckbestimmung dazu dienen, mehr als acht Gäste gleichzeitig vorübergehend zu beherbergen.

Beherbergungsangebot nach Betriebsarten (Vergleich 1984, 1992 und 2000)

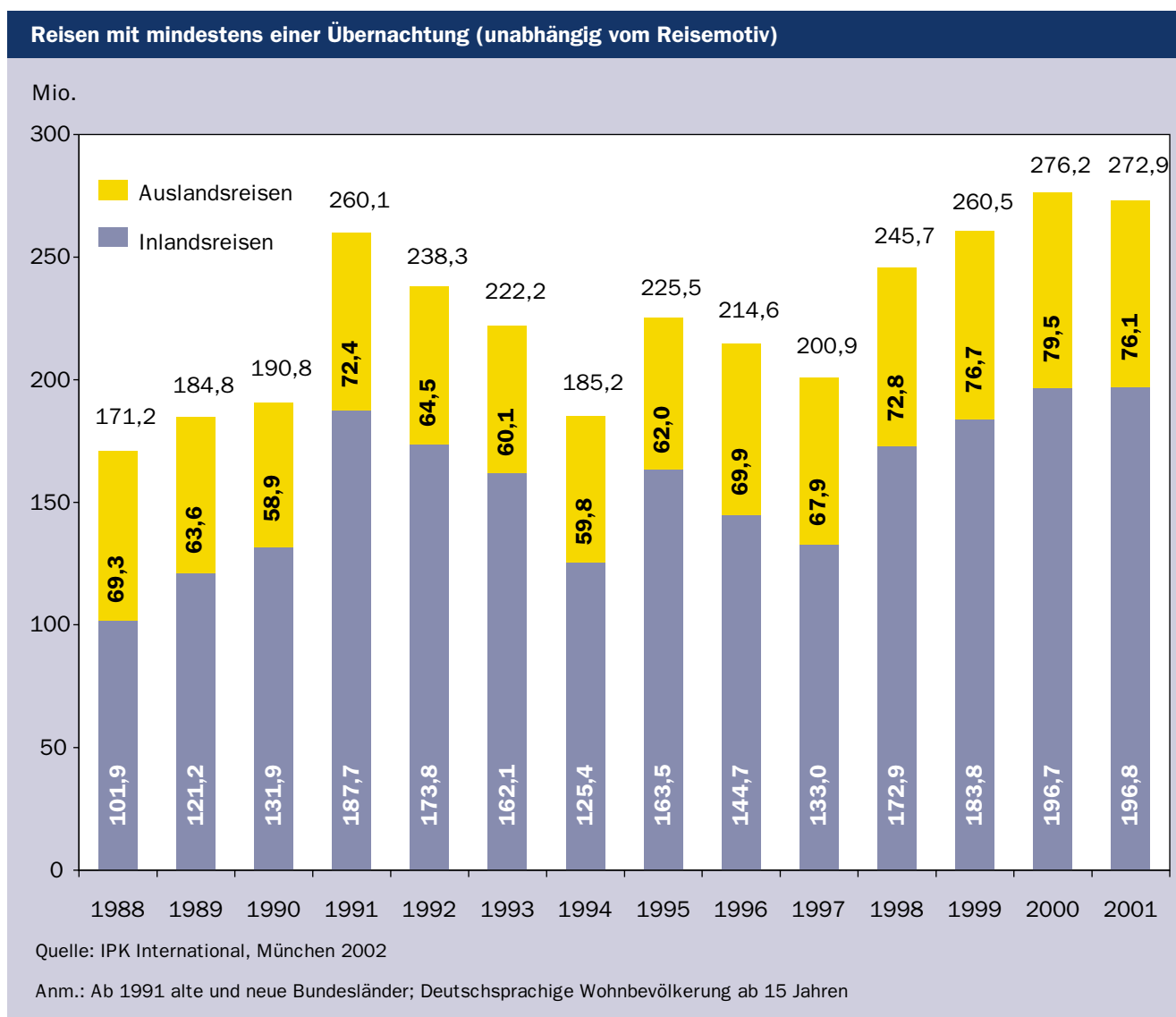


Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1985, 1993, 2001

Anm.: 1984 nur alte Bundesländer

Die touristische Nachfrage

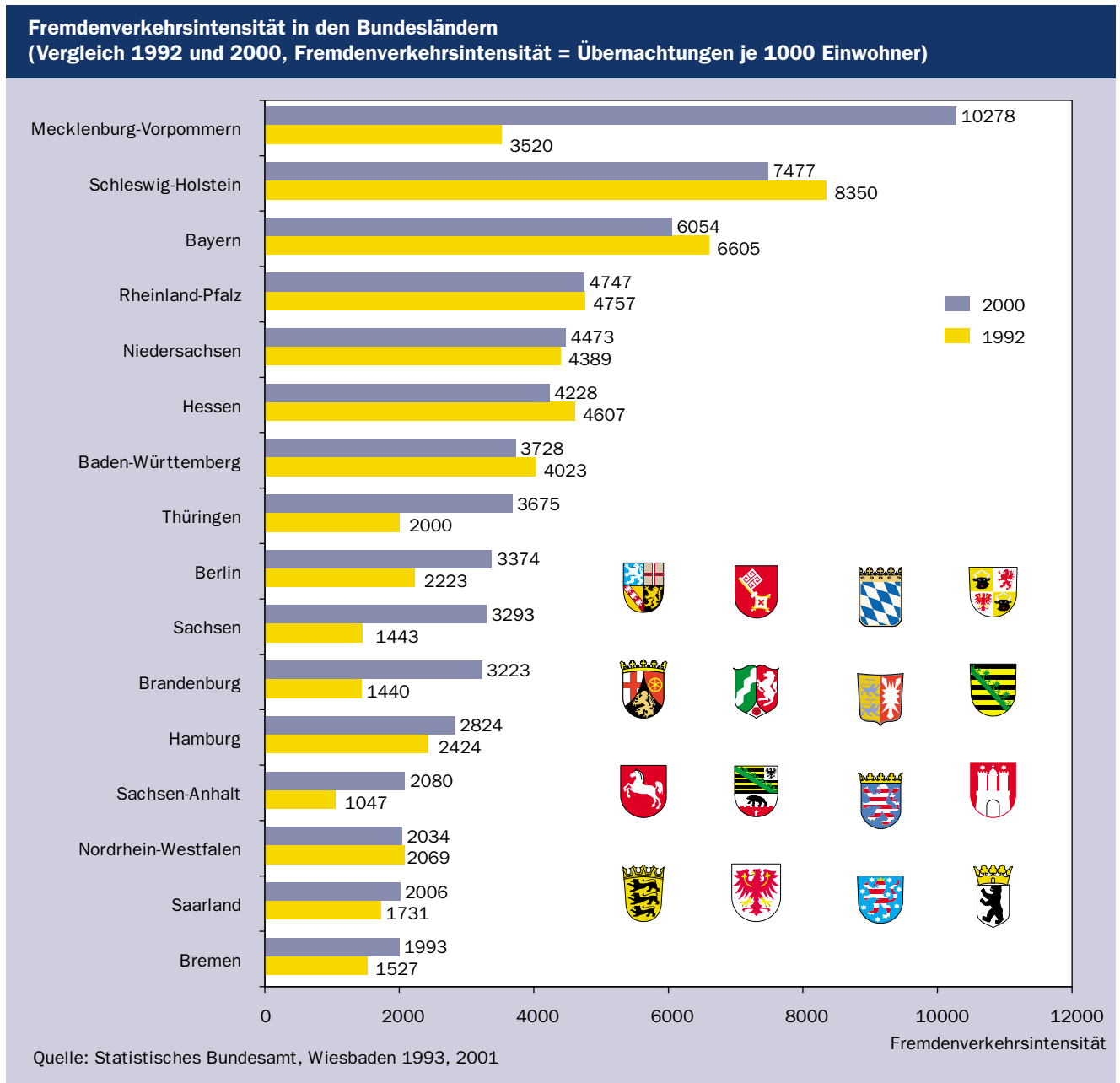
Reisen mit mindestens einer Übernachtung



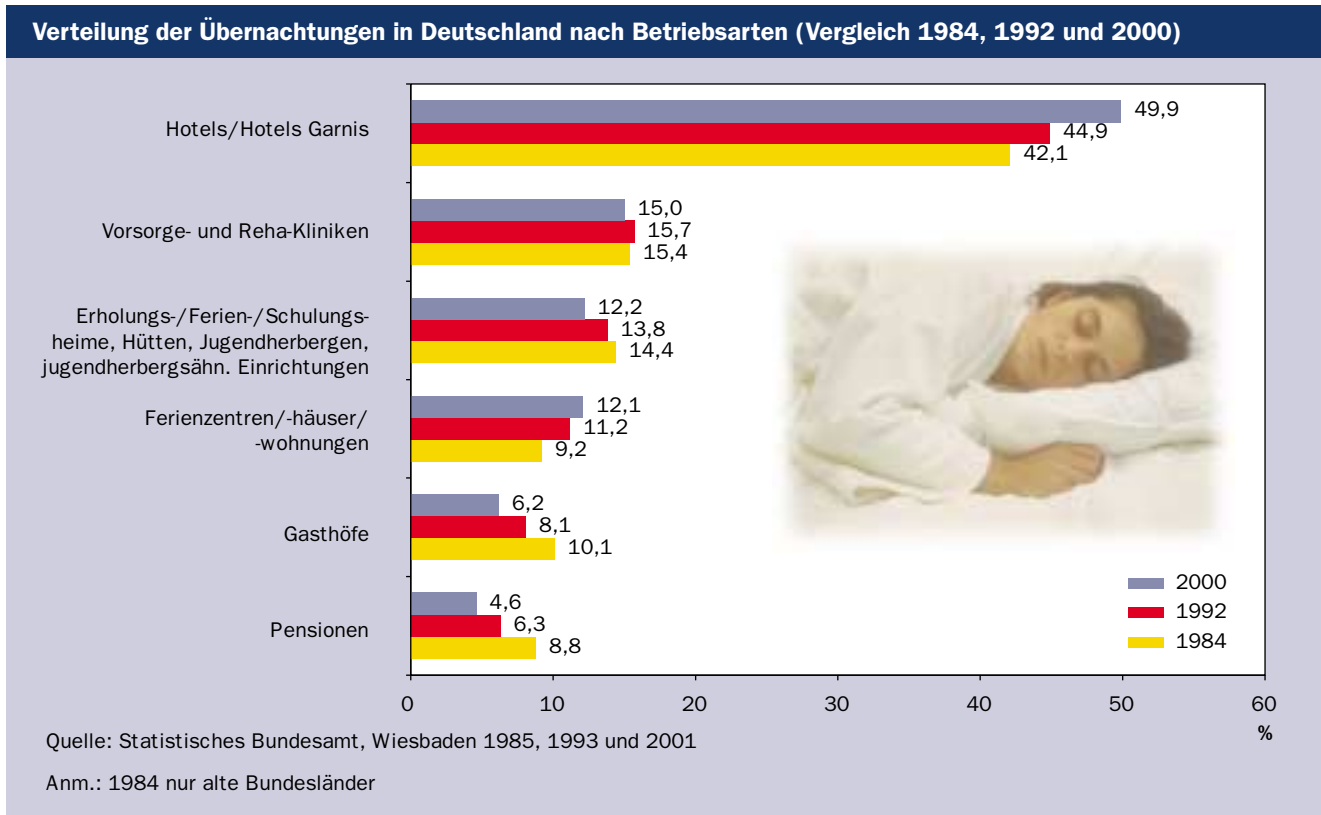
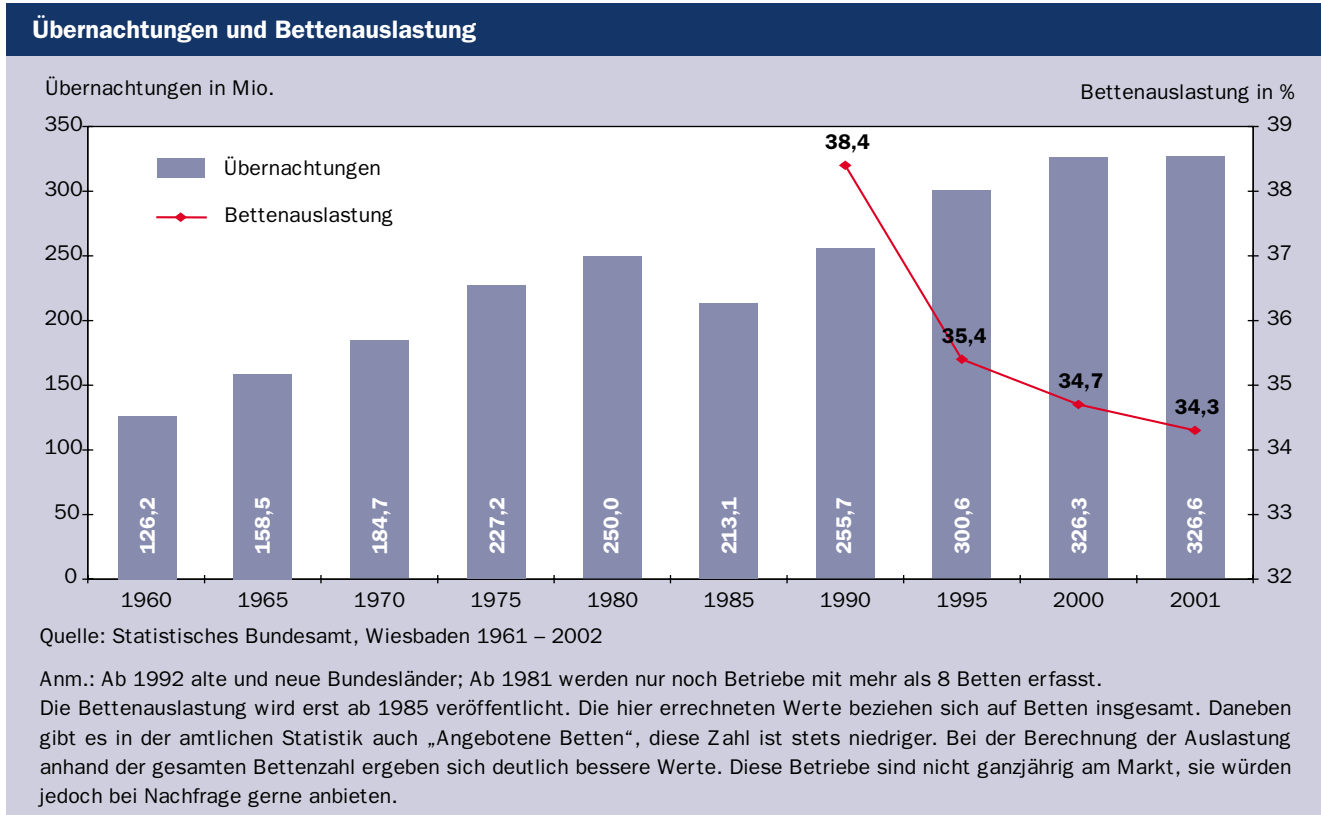
Der Deutsche Reisemonitor erfasst alle Reisen der Deutschen ab einer Übernachtung, also neben Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen auch Geschäftsreisen und alle sonstigen Privatreisen. Die Anzahl der Reisen der Deutschen ist von 171,2 Millionen im Jahr 1988 auf 272,9 Millionen im Jahr 2001 angestiegen. 2001 waren rund 72 Prozent aller - durch den Deutschen Reisemonitor erfassten - Reisen Inlandsreisen und circa 28 Prozent Auslandsreisen (IPK International, München 2002).

Fremdenverkehrsintensität

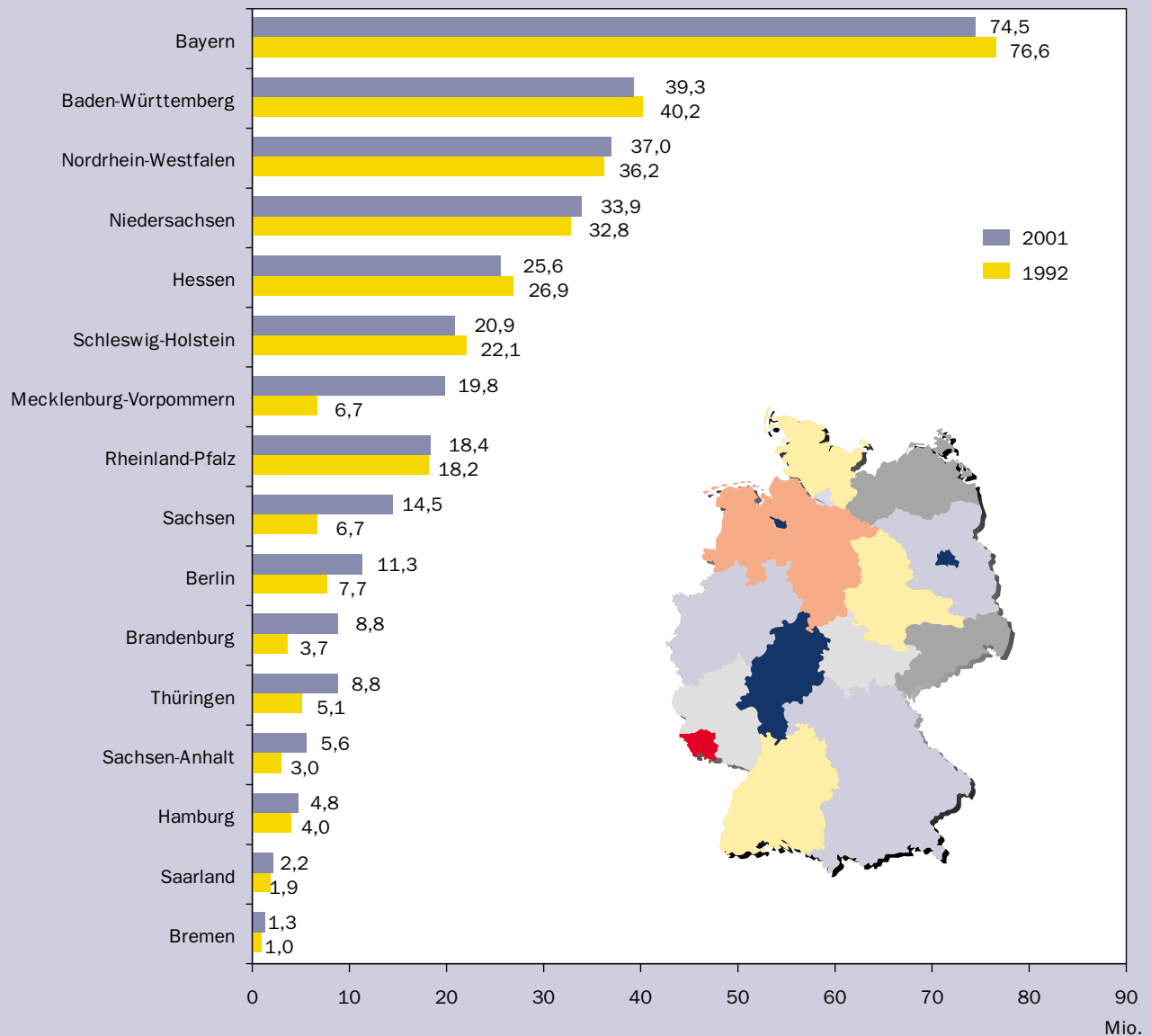
Der Tourismus in den neuen Bundesländern hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. In der Rangliste nach Höhe der Fremdenverkehrsintensität hat Mecklenburg-Vorpommern zwischen 1992 und 2000 den größten Sprung nach vorn gemacht und liegt mit 10.278 Übernachtungen auf 1000 Einwohner mit deutlichem Abstand auf Rang eins. Es hat damit Schleswig-Holstein auf den zweiten und Bayern auf den dritten Rang verdrängt.



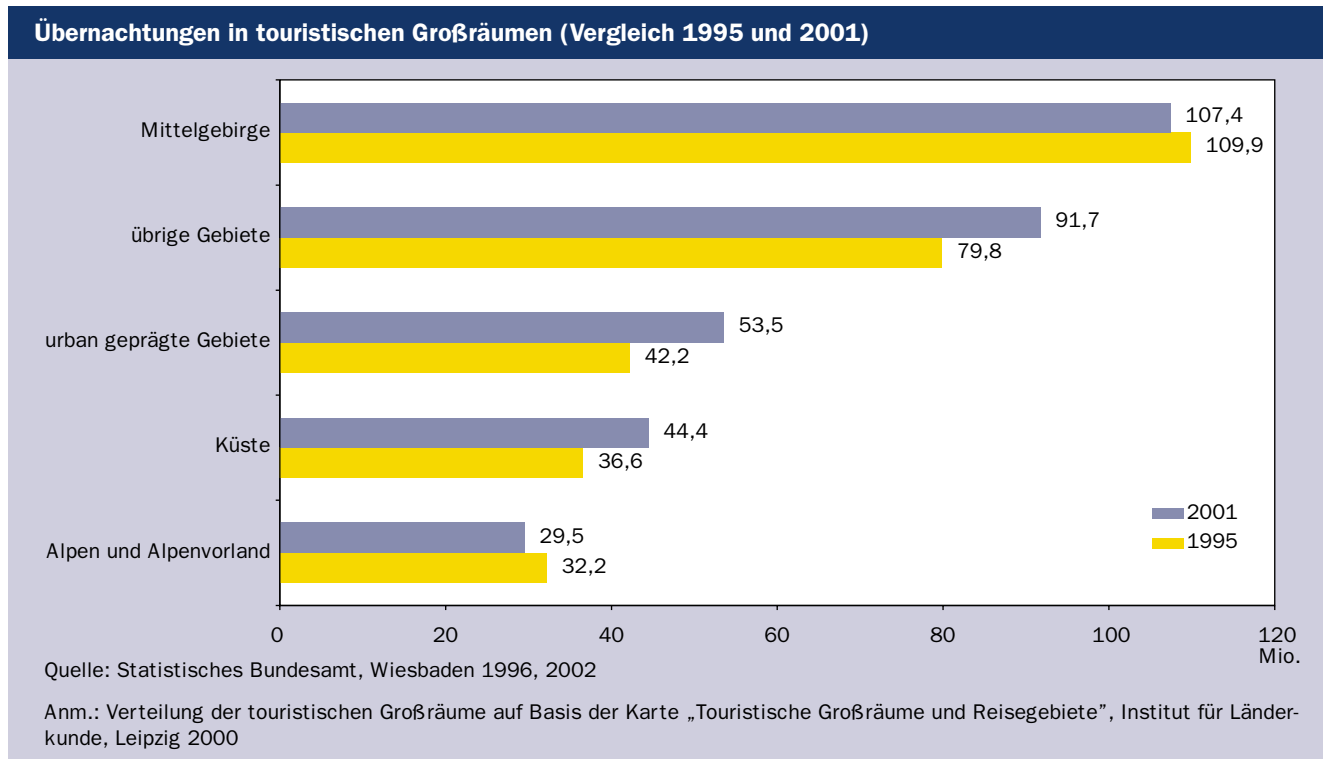
Übernachtungen



Verteilung der Übernachtungen nach Bundesländern (Vergleich 1992 und 2001)



Bayern ist mit Abstand das übernachtungsstärkste Bundesland. Jedoch haben sowohl die neuen Bundesländer als auch die neue Bundeshauptstadt Berlin zwischen 1992 und 2001 große Zuwächse erzielt. In der Grafik, in der die touristischen Großräume in Ihrer Entwicklung abgebildet sind (Seite 26), wird erkennbar, dass die Küste und die urban geprägten Gebiete zu den „Gewinnern“, die Mittelgebirge sowie die Alpen und das Alpenvorland zu den „Verlierern“ bei einer mittelfristigen Betrachtung der Übernachtungszahlen gehören.



Rangliste ausgewählter Gemeinden nach Übernachtungen inländischer und ausländischer Gäste im Jahr 2000

Gäste insgesamt		
Rang	Gemeinde	Übernachtungen
1	Berlin	11.412.925
2	München	7.756.152
3	Hamburg	4.843.631
4	Frankfurt a. M.	4.341.796
5	Köln	3.065.611
6	Bad Füssing	2.654.870
7	Düsseldorf	2.423.843
8	Dresden	2.405.293
9	Stuttgart	2.045.201
10	Hannover	2.030.944

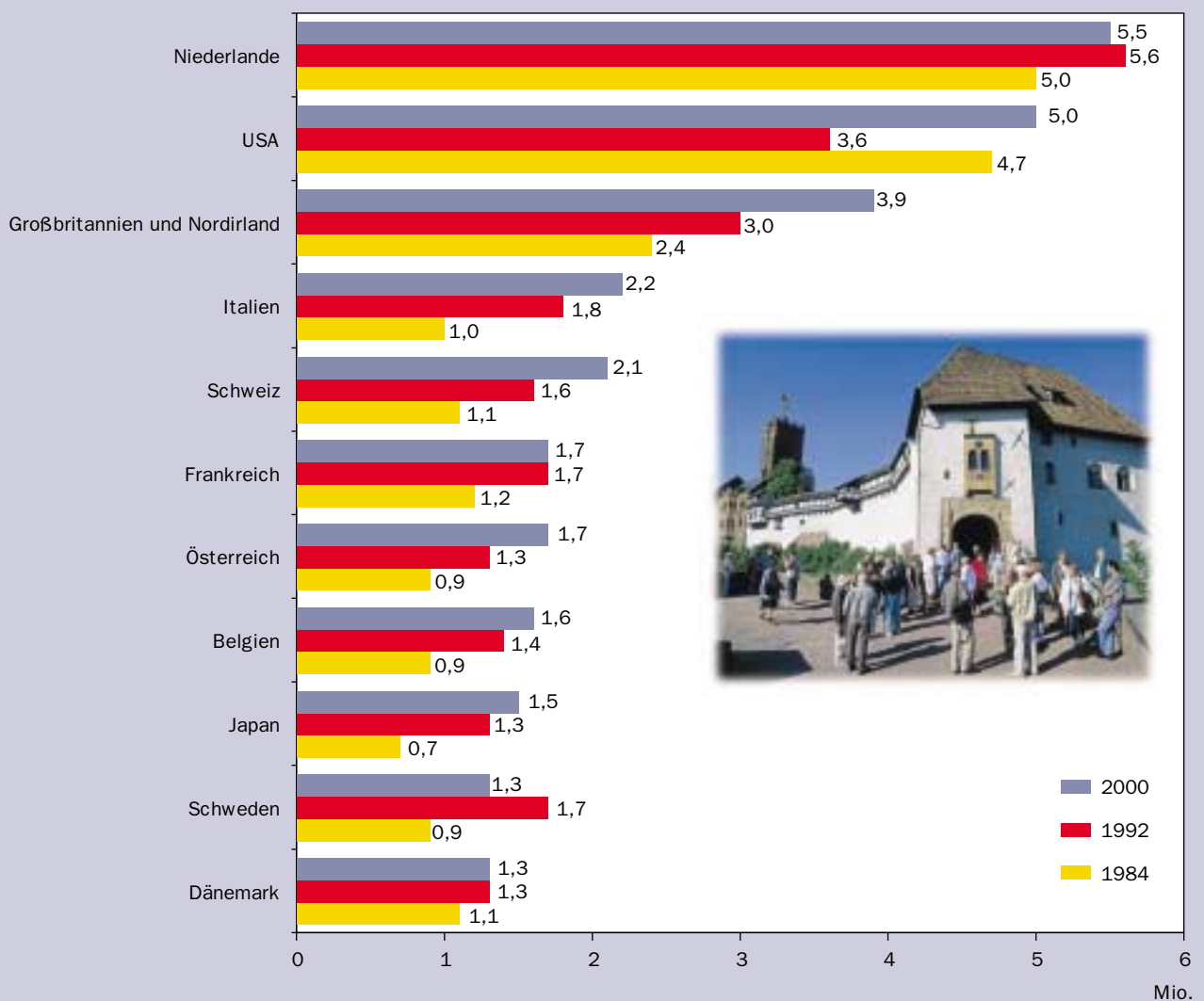
Inländische Gäste			Ausländische Gäste		
Rang	Gemeinde	Übernachtungen	Rang	Gemeinde	Übernachtungen
1	Berlin	8.292.587	1	München	3.350.881
2	München	4.405.271	2	Berlin	3.120.338
3	Hamburg	3.701.372	3	Frankfurt a. M.	2.227.255
4	Bad Füssing	2.636.176	4	Hamburg	1.142.259
5	Frankfurt a. M.	2.114.541	5	Köln	1.052.124
6	Dresden	2.069.547	6	Düsseldorf	996.413
7	Köln	2.013.487	7	Stuttgart	575.755
8	Oberstdorf	1.778.828	8	Nürnberg	538.217
9	Hannover	1.552.602	9	Hannover	478.342
10	Binz	1.548.641	10	Heidelberg	378.153

Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2002

Herkunft ausländischer Besucher

Die europäischen Quellländer machen zusammen einen Anteil von rund 72 Prozent aller Übernachtungen von ausländischen Gästen in Deutschland aus. Spitzenreiter mit 5,6 Millionen Übernachtungen waren auch im Jahr 2000 die Niederlande, gefolgt von den USA mit 5,0 und Großbritannien/Nordirland mit 3,9 Millionen Übernachtungen. Diese drei Quellmärkte haben in der Gegenüberstellung der Jahre 1984, 1992 und 2000 ihre Positionen gehalten und weiter ausgebaut.

**Herkunft ausländischer Besucher in Deutschland
(Rangliste der ersten elf Quellländer nach Übernachtungen 1984, 1992 und 2000)**

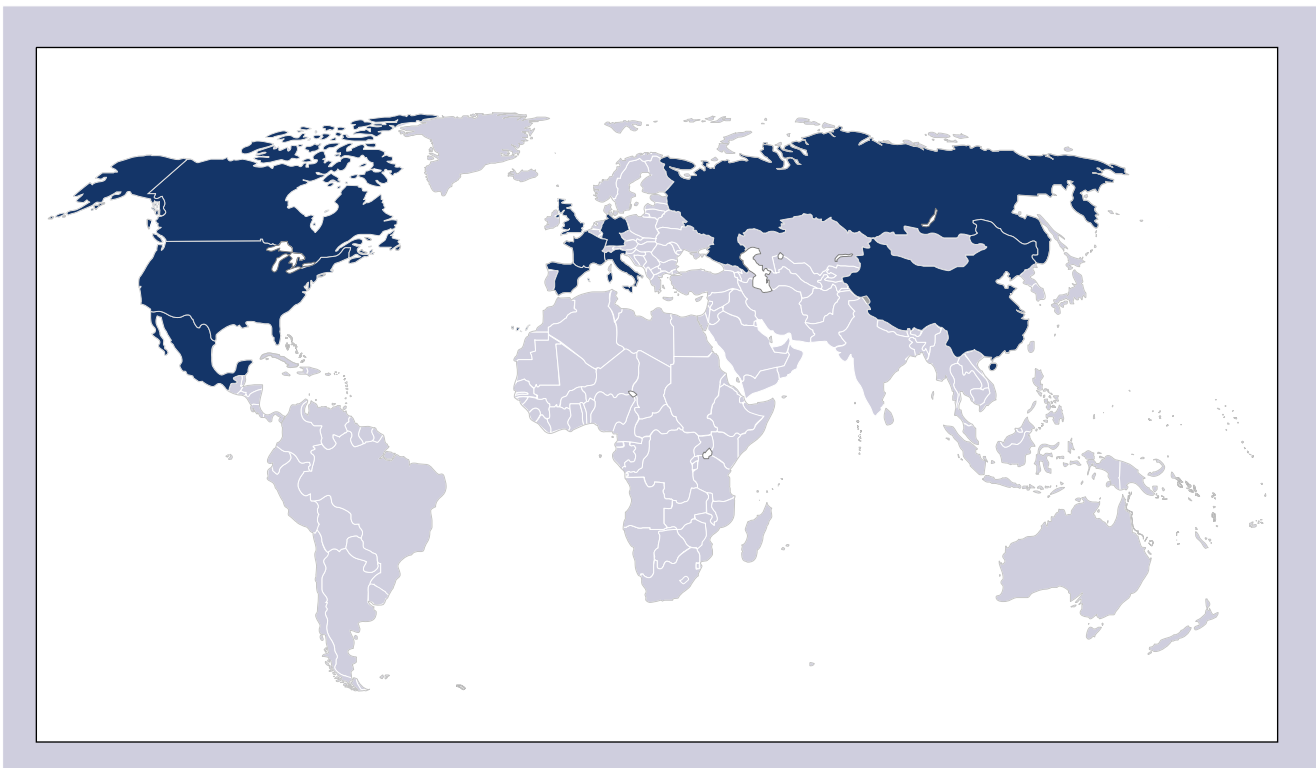
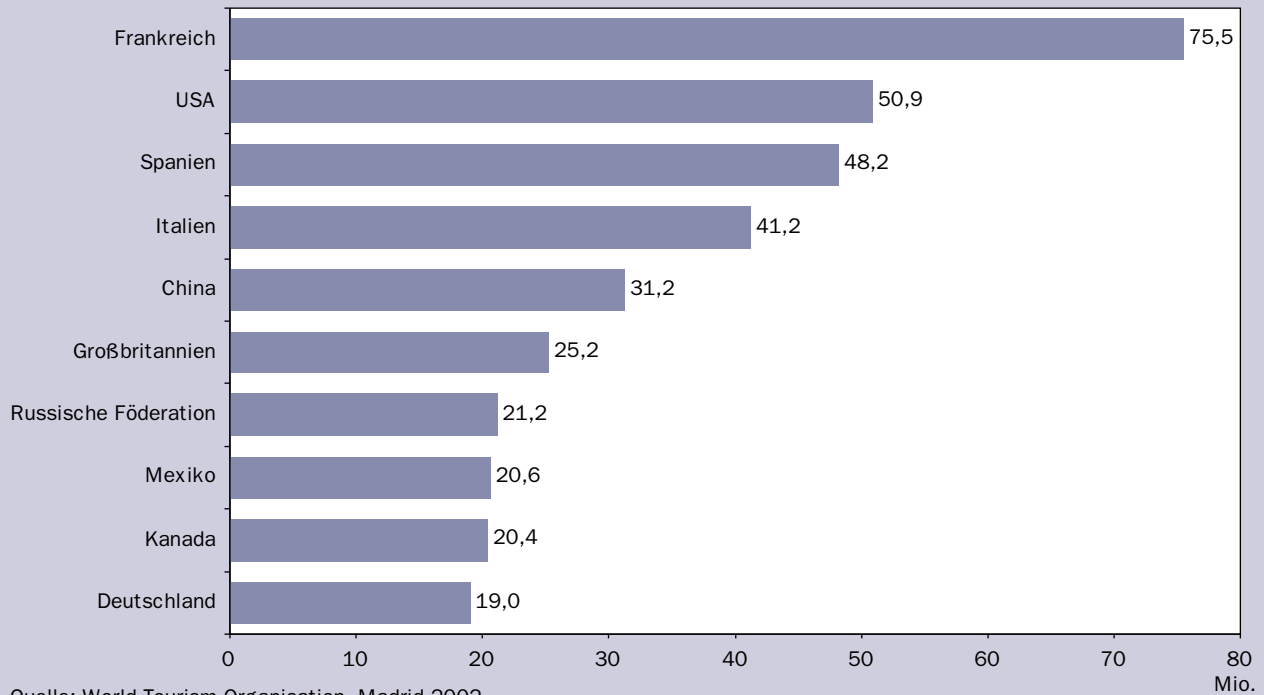


Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1985, 1993 und 2001

Anm.: 1984 nur alte Bundesländer

Die beliebtesten Reiseländer der Welt

Die beliebtesten Reiseländer der Welt (nach der Anzahl der Gästeankünfte 2000)

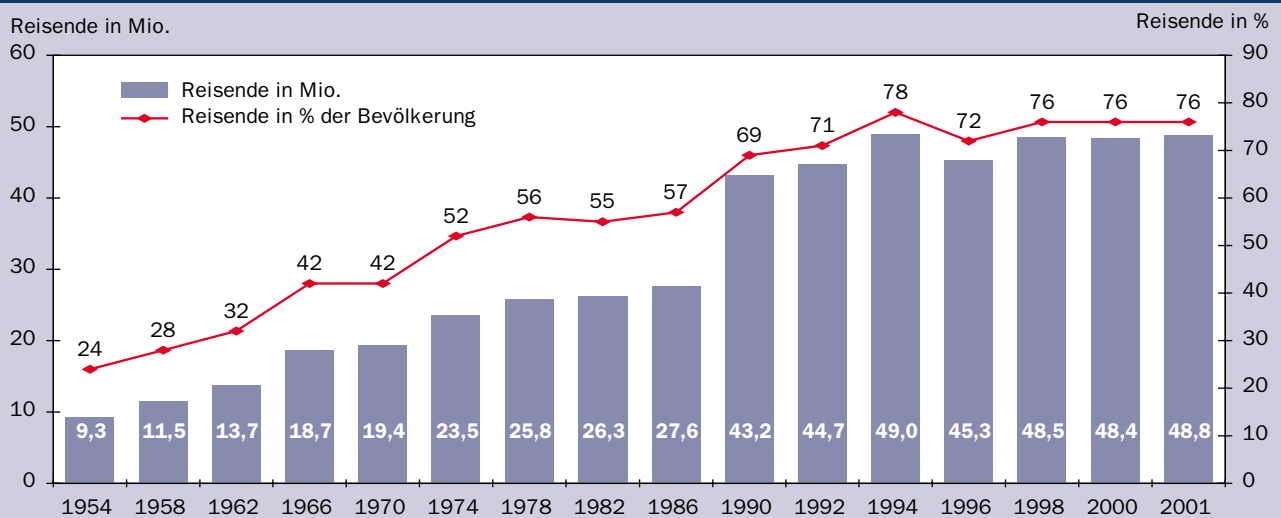


Deutschland als Urlaubsreiseziel

Reiseintensität

Urlaubsreiseintensität

(Anteil der Bevölkerung ab 14 Jahre, der im jeweiligen Jahr mindestens eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer unternommen hat)

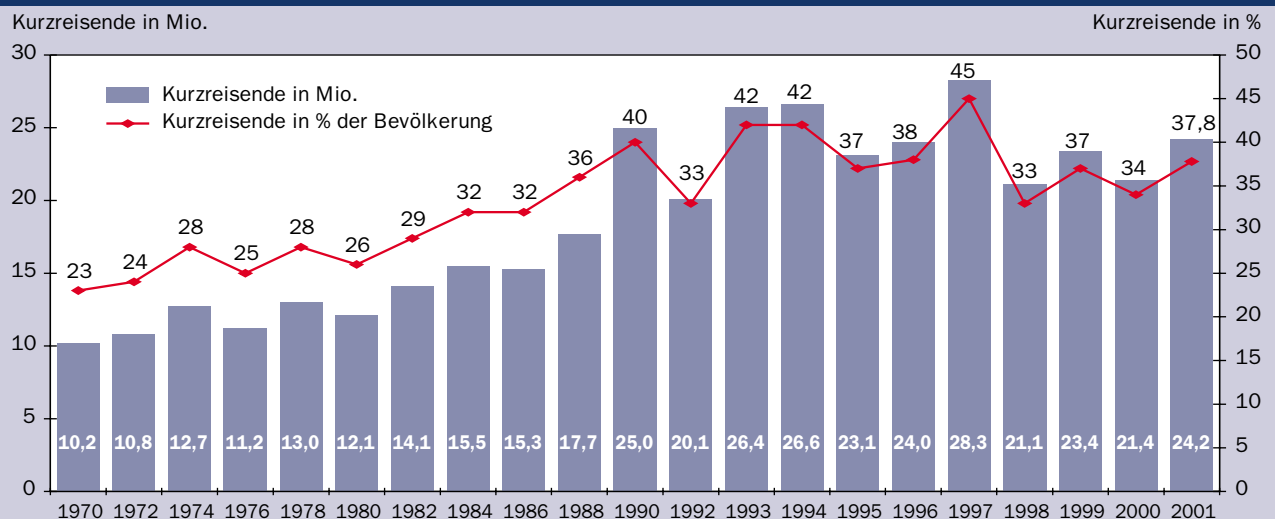


Quelle: Die Reiseanalyse im Westentaschenformat, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R), Hamburg 1999; Die Reiseanalyse RA 2000, F.U.R, Kiel 2001; Reiseanalyse RA 2002, F.U. R, Kiel 2002

Anm: 1954 – 1989 nur Reisende aus den alten Bundesländern; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Kurzurlaubsreiseintensität

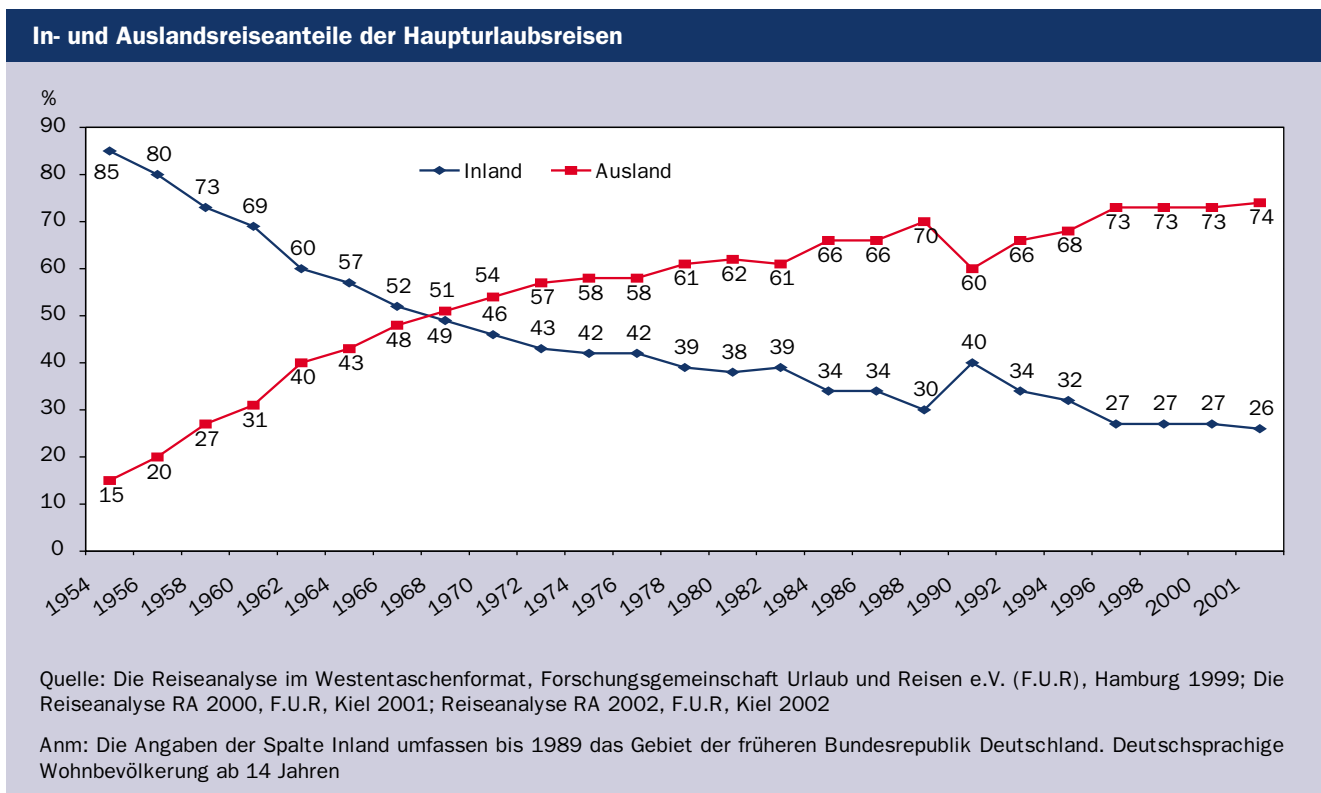
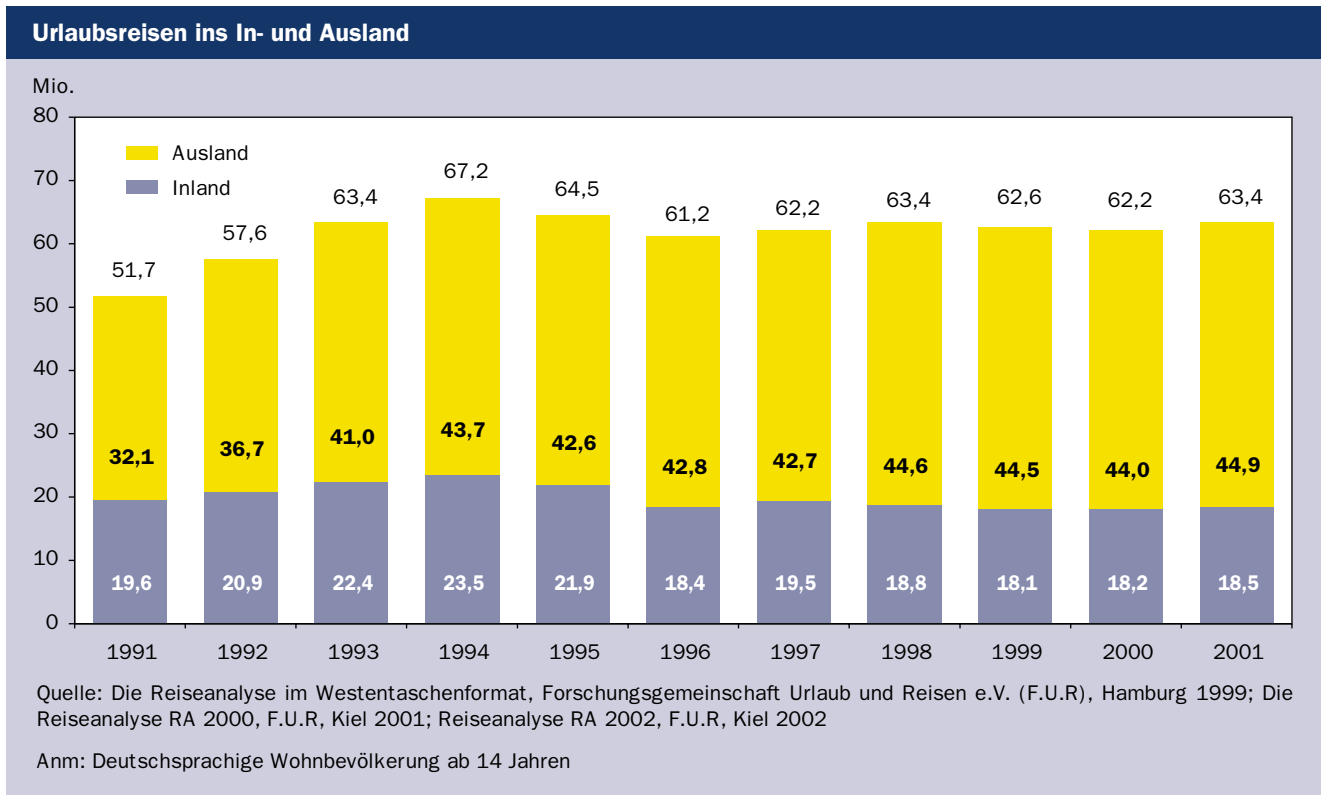
(Anteil der Bevölkerung ab 14 Jahre, der in den entsprechenden Jahren mindestens eine Kurz-Urlaubsreise mit einer Dauer von 2-4 Tagen unternommen hat)



Quelle: Die Reiseanalyse im Westentaschenformat, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R), Hamburg 1999; Die Reiseanalyse RA 2000, F.U.R, Kiel 2001; Reiseanalyse RA 2002, F.U.R, Kiel 2002

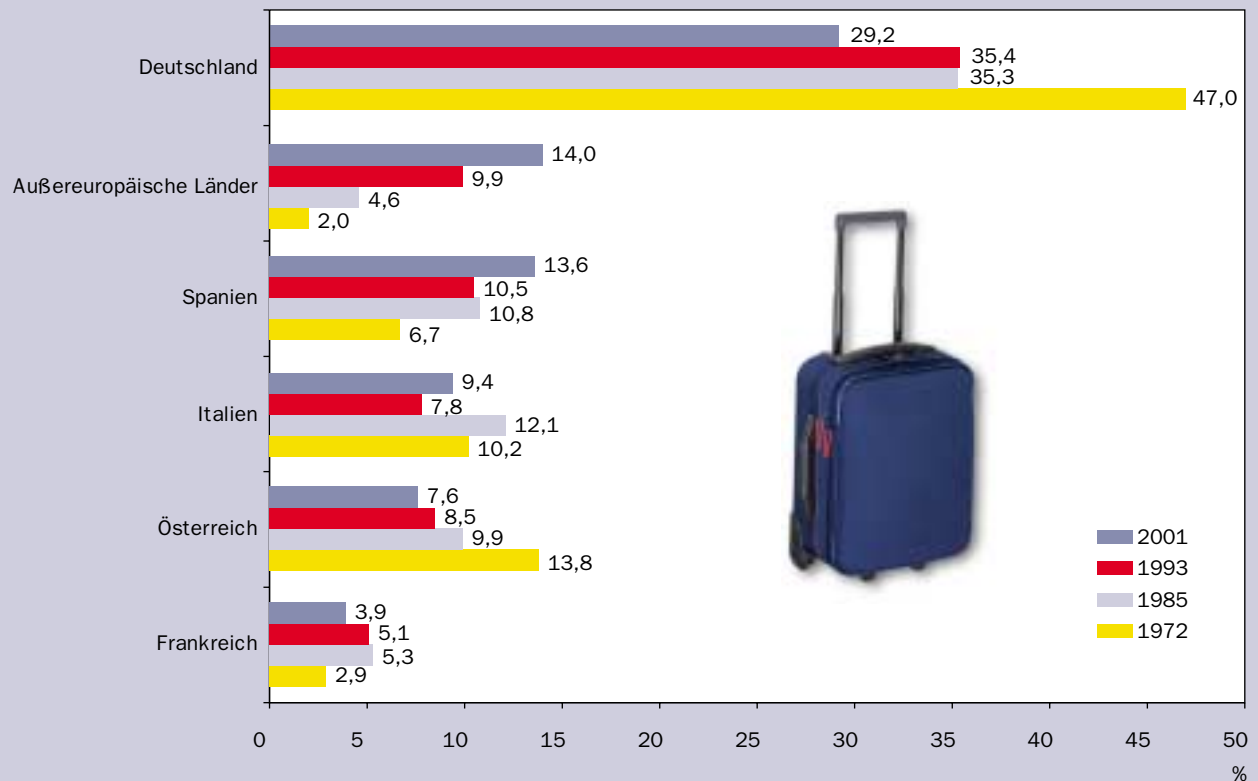
Anm: 1970 – 1989 nur Kurz-Urlaubsreisende aus den alten Bundesländern; Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

Reisen ins In- und Ausland



Urlaubsreiseziele

Urlaubsreiseziele der Deutschen
(Vergleich 1972, 1985, 1993 und 2001 (Auswahl) Basis: 100 % = alle Urlaubsreisen)



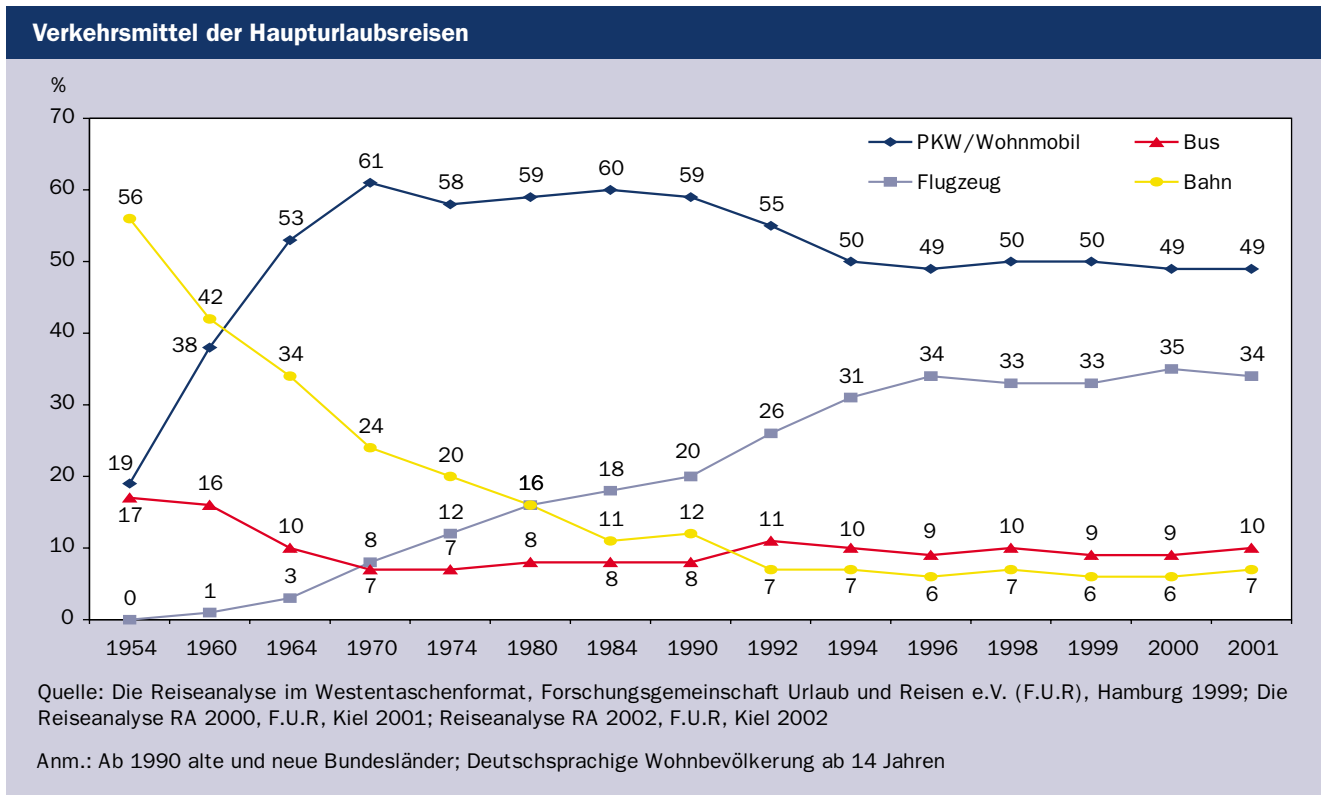
Quelle: Die RA-Trendstudie 2000 - 2010, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R), Kiel 2000; Reiseanalyse RA 2001, F.U.R, Kiel 2002

Anm.: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

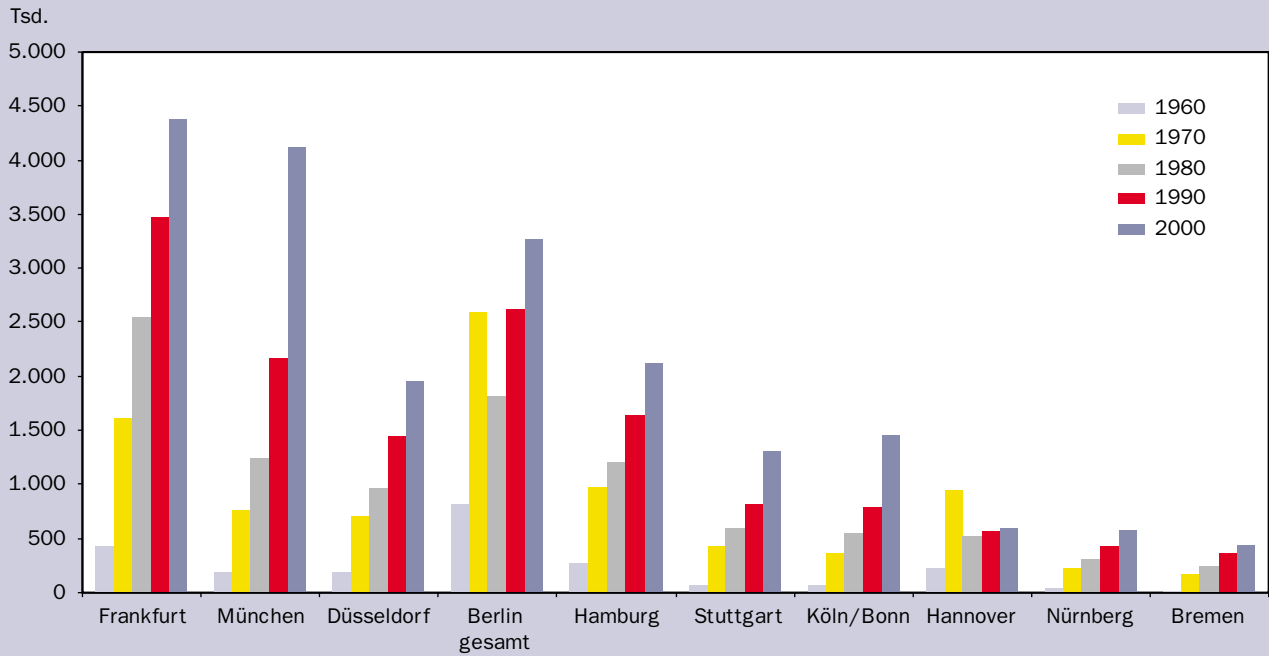
Durchschnittliche Reisedauer

In den letzten 25 Jahren hat sich die Dauer der Haupturlaubsreise der Deutschen nach Erhebungen der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R) von durchschnittlich knapp 18 Tagen auf gut 14 Tage verkürzt, was einer Reduzierung der Reisedauer um circa 23 Prozent entspricht. Der relativ starke Anstieg der Zahl der zusätzlichen kürzeren Urlaubsreisen und der Kurzurlaubsreisen führt zu durchschnittlich kürzeren Aufenthaltsdauern an einem Ort. Laut Schätzungen der Forschungsgemeinschaft in der „RA-Trendstudie. 2000 – 2010“ wird sich die durchschnittliche Reisedauer in den kommenden Jahren weiter reduzieren und zwar in dem gleichen Tempo wie bisher.

Verkehrsmittel



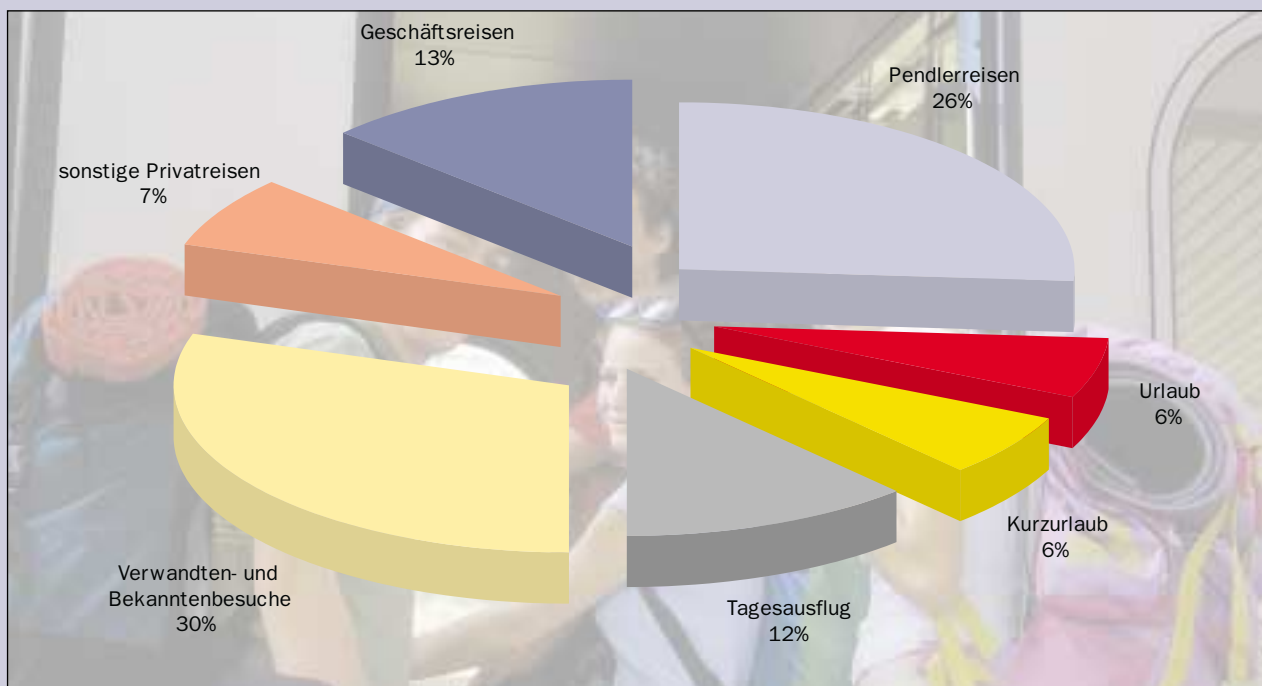
Entwicklung der Anzahl der Inlandspassagiere (auf ausgewählten deutschen Verkehrsflughäfen)



Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1961 - 2001

Anm.: Berlin = B-Tegel, B-Schönefeld, B-Tempelhof

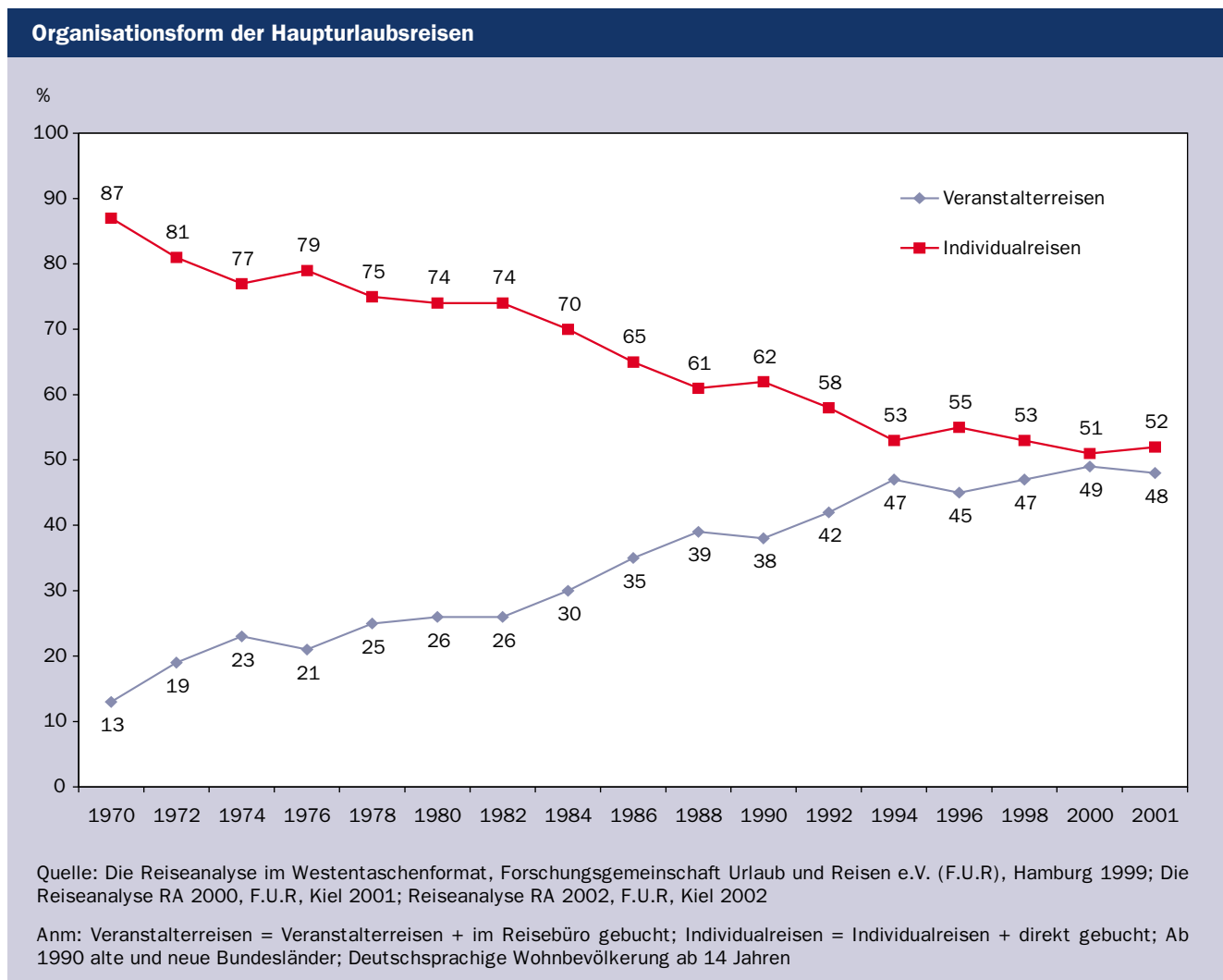
Innerdeutsche Reisen mit bis zu 100 km Entfernung mit der Bahn im Jahr 2001



Quelle: Deutsche Bahn AG, Frankfurt am Main 2002

Organisationsform

Urlaubsreisen, die durch den Reiseveranstalter und/oder das Reisebüro vorbereitet und durchgeführt werden, haben in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung zugenommen. Dieser Anstieg erklärt sich dabei vor allem durch die Ausweitung des Reishorizontes der Deutschen und dem zunehmenden Anteil von Reisen ins Ausland. Trotz des leichten Anstiegs der Individualreisen im Jahr 2001 geht der Trend hin zu Veranstalterreisen, da diese in Zukunft immer individueller gestaltet und dadurch kaum noch als Pauschalreise erkennbar sein werden (Die RA-Trendstudie. 2000 – 2010. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.), Hamburg 2000).

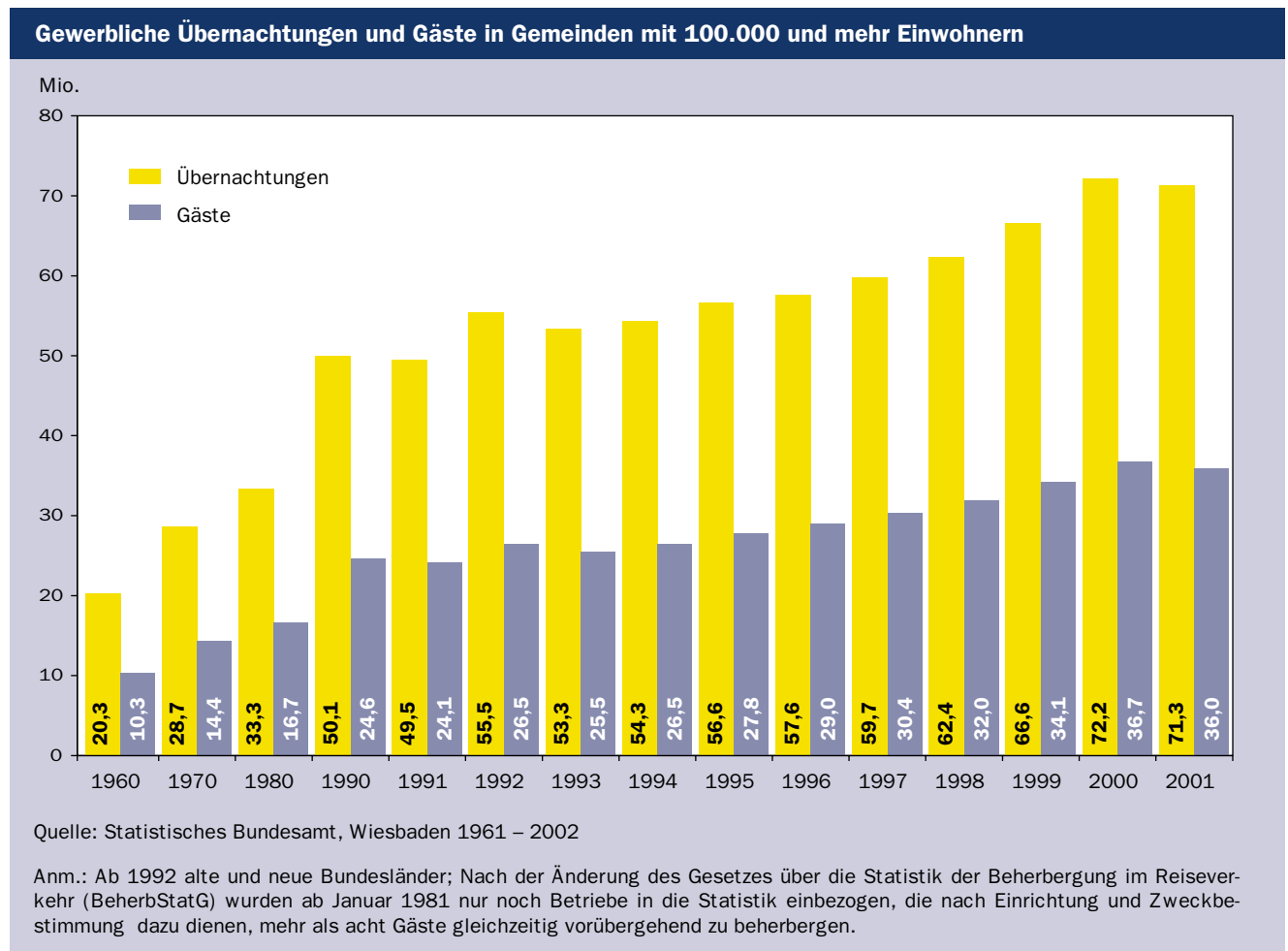


Ausgewählte Angebotssegmente

Städtetourismus

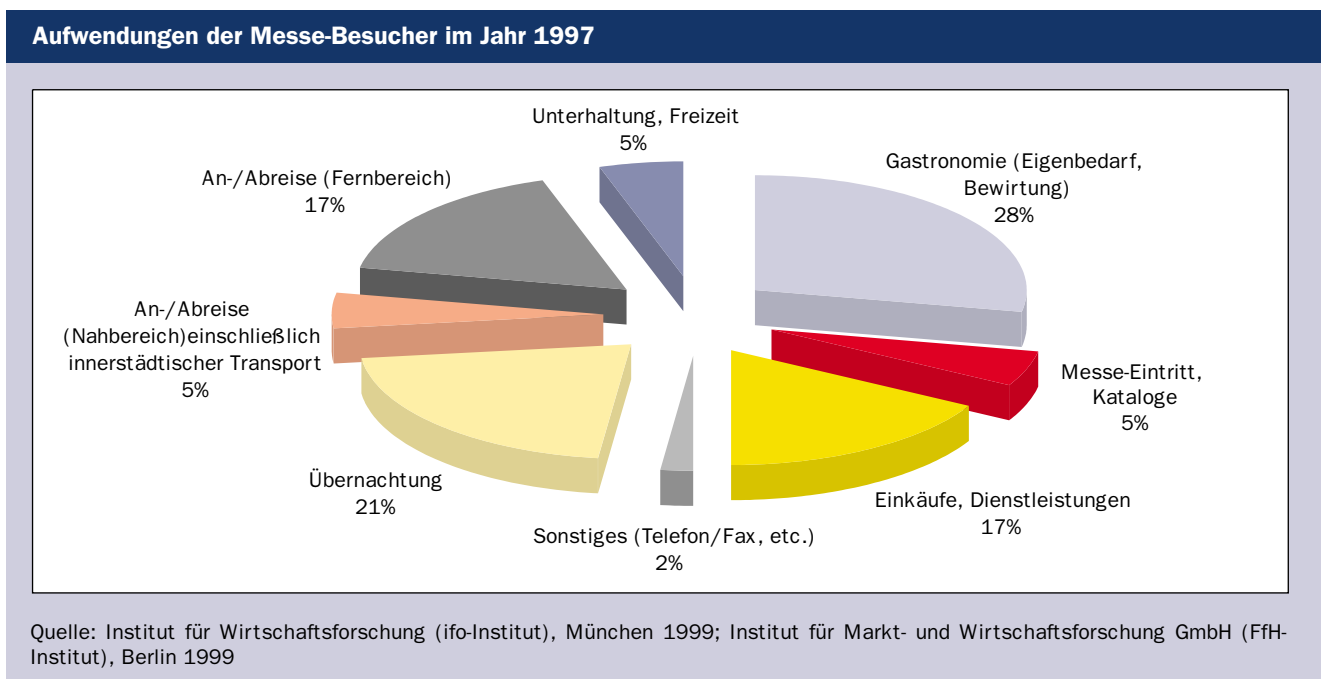
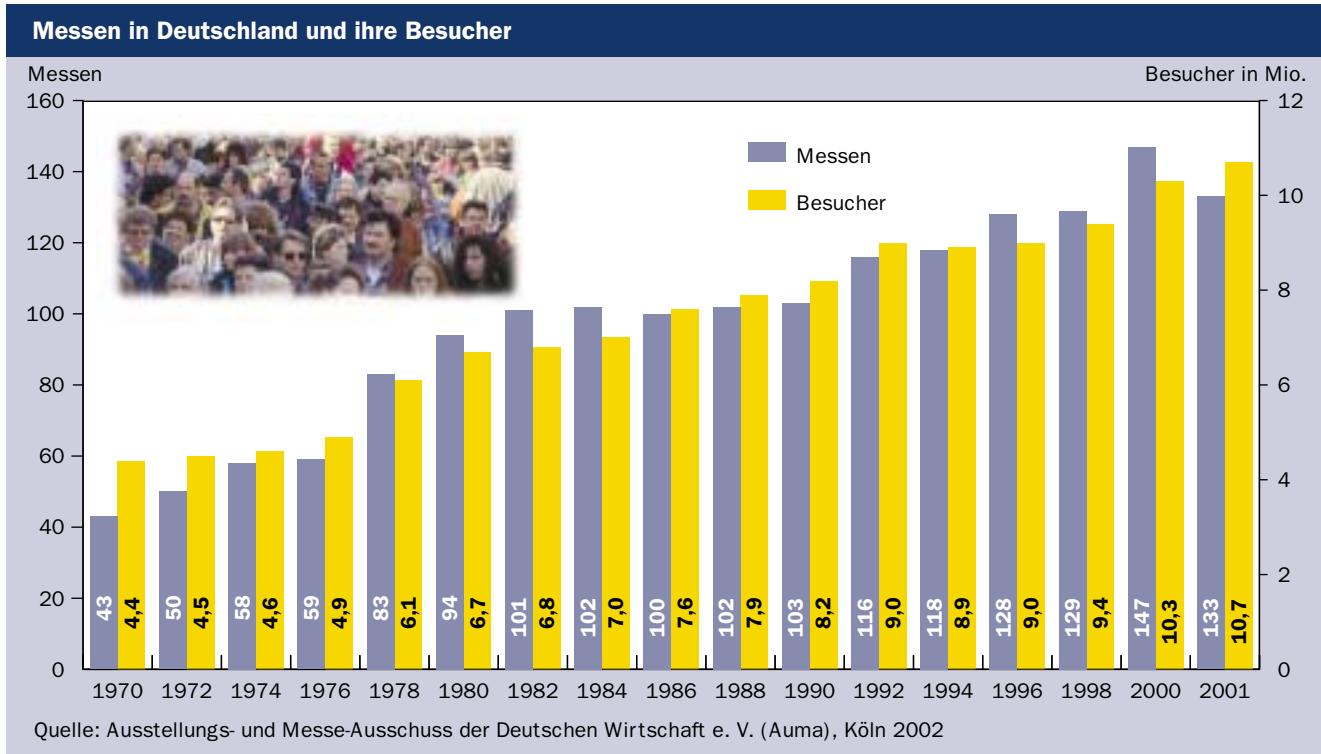
Der Städtetourismus erfreut sich in Deutschland einer großen Beliebtheit. Ihm ist der Trend zu kürzeren und häufigeren Reisen zugute gekommen. Wochenendreisen, Busreisen, Shoppingtrips oder Kulturreisen in Städtedestinationen sind heute bei Reisenden aus dem In- und Ausland sehr gefragt.

Allein von 1993 bis 2001 konnten in deutschen Großstädten mit 100.000 und mehr Einwohnern Zuwächse von rund 34 Prozent verzeichnet werden. Nahezu jede vierte Übernachtung findet heute in einer Großstadt statt, bei Besuchern aus dem Ausland sogar etwa die Hälfte aller Übernachtungen (Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2002).



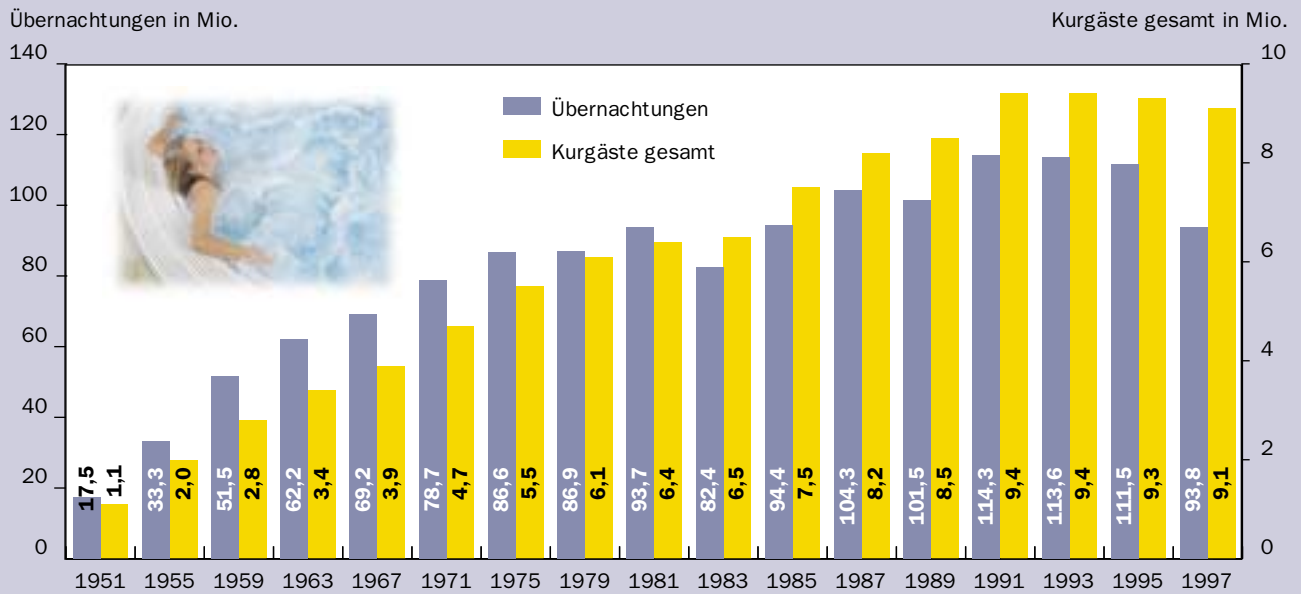
Messen

Deutschland ist weltweit Nummer eins bei der Durchführung internationaler und überregionaler Messen. Die zehn größten Messeplätze – bezogen auf ihre Ausstellungsfläche – sind Hannover, Frankfurt am Main, Köln, Düsseldorf, München (Neue Messe), Berlin, Nürnberg, Leipzig, Essen und Hamburg. Die deutschen Messegesellschaften erzielten im Jahr 2001 einen Umsatz von rund 2,5 Milliarden Euro (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA), Köln 2002).



Heilbäder und Kurorte

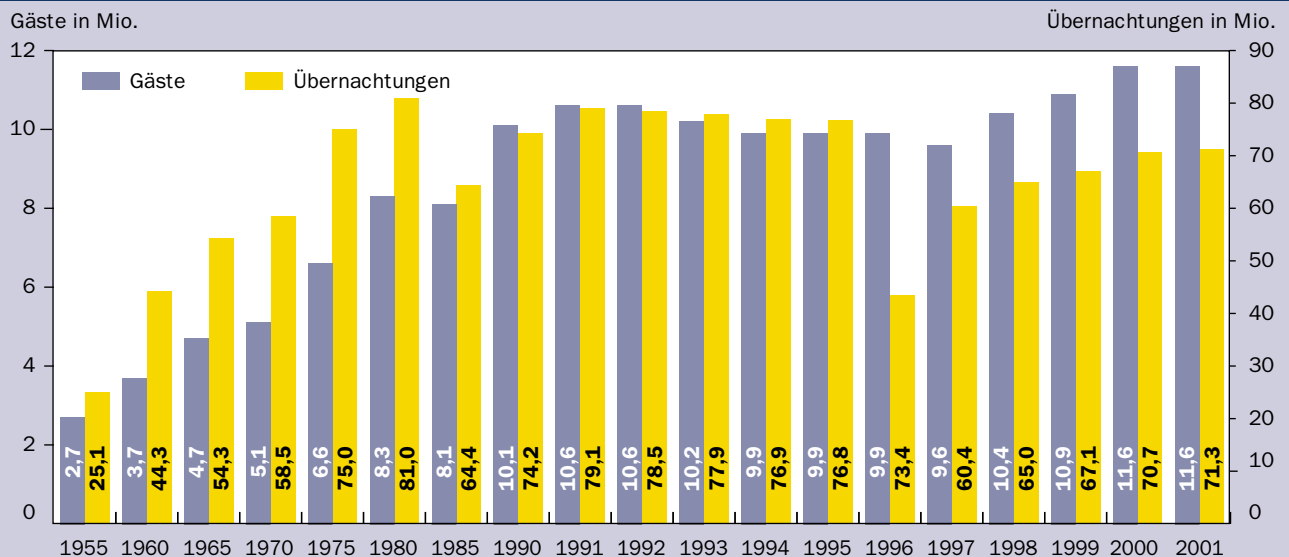
Kurgäste und deren Übernachtungen in westdeutschen Kurorten



Quelle: Deutscher Bäderverband e.V., Bonn 1951 – 1997

Anm.: 1997 Ende der Bäderstatistik; Nur die Kurgäste sind erfasst, die mindestens vier Nächte im Kurort wohnen; Bis 1990 einschließlich Kurpatienten, die von einer Unterkunft außerhalb des Kurortes die zentralen Kurmitteleinrichtungen in Anspruch genommen haben.

Gäste und Übernachtungen in Kurorten

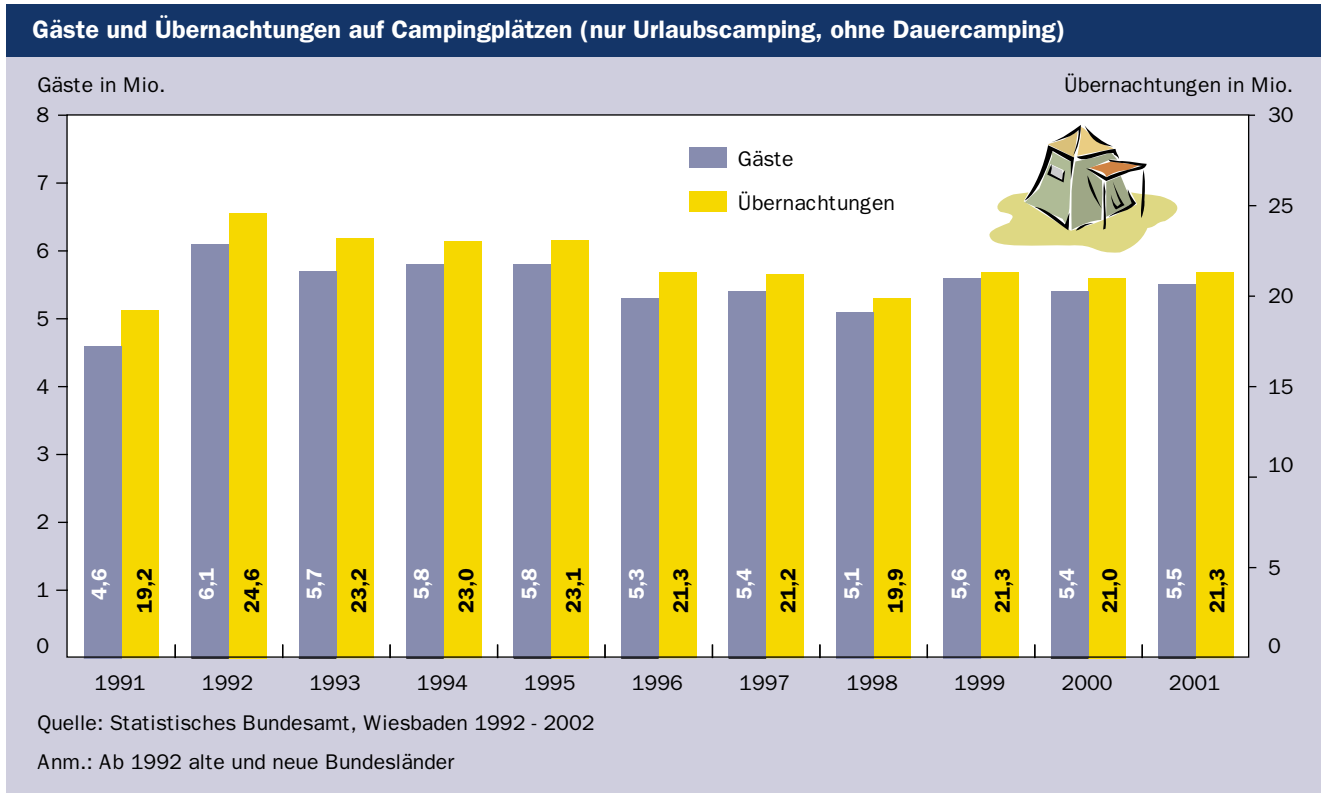


Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1956 - 2002

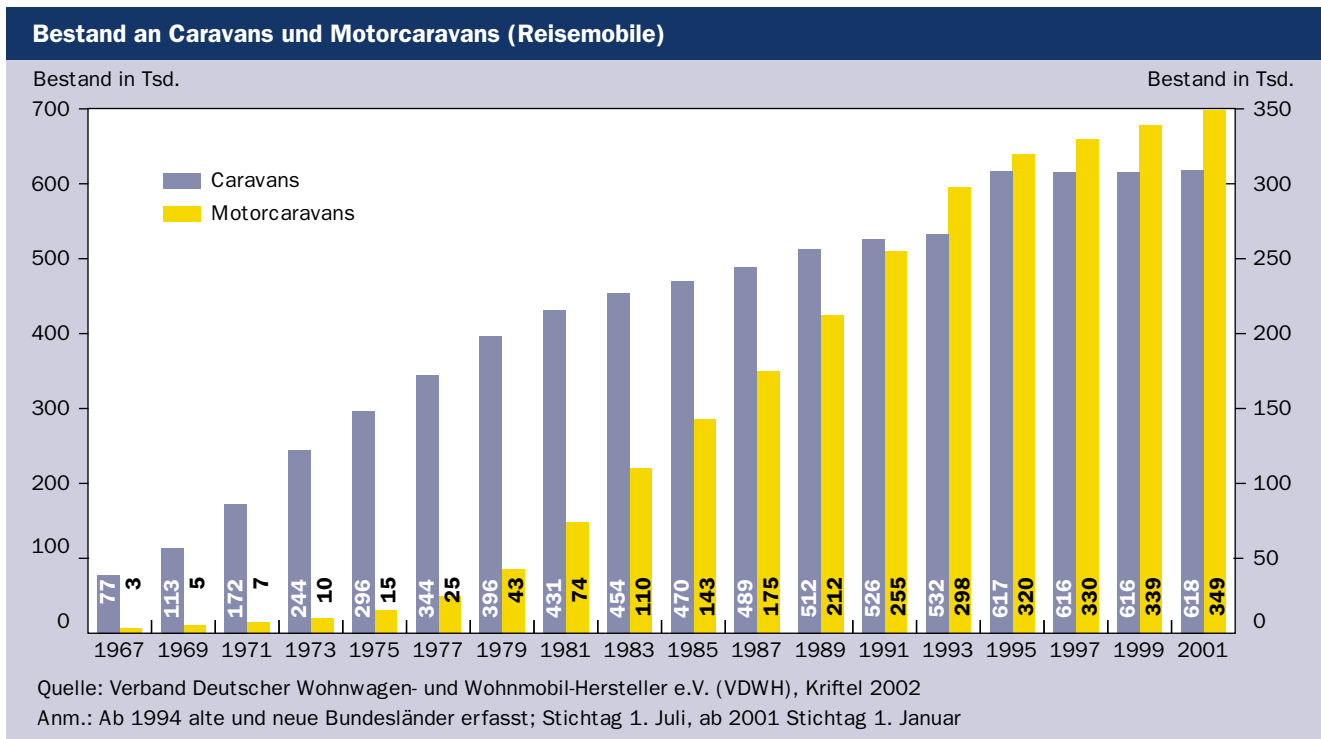
Anm.: Ab 1992 alte und neue Bundesländer

Nach der Änderung des Gesetzes über die Statistik der Beherbergung im Reiseverkehr (BeherbStatG) wurden ab Januar 1981 nur noch Betriebe in die Statistik einbezogen, die nach Einrichtung und Zweckbestimmung dazu dienen, mehr als acht Gäste gleichzeitig vorübergehend zu beherbergen.

Camping und Caravaning



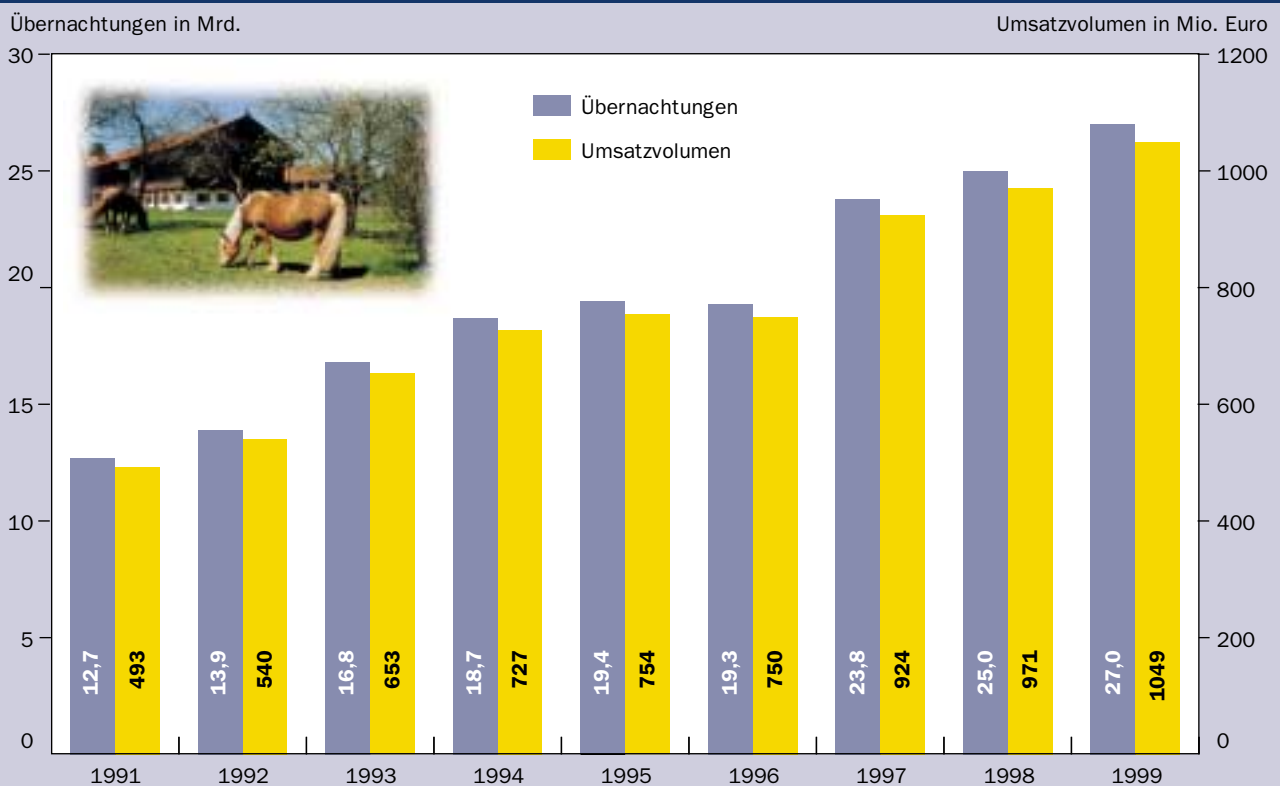
Die Anzahl der Campingplätze ist in Deutschland seit Juli 1991 von 2.450 Campingplätzen mit 179.941 Stellplätzen auf 2.805 Campingplätze mit 203.572 Stellplätzen im Juli 2001 angestiegen (Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 1992, 2002).



Urlaub auf dem Bauernhof

Das Segment Urlaub auf dem Bauernhof erfreute sich in den letzten zehn Jahren immer größerer Beliebtheit. Machte nach Schätzungen des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) im Jahr 1991 der Anteil dieses Segmentes nur 2,5 Prozent der Haupturlaubsreisen aus, so ist er bis 2001 auf circa 5,5 Prozent gestiegen. Die Anzahl der Ferienbauernhöfe beträgt zur Zeit rund 20.000, davon sind circa 2.000 mit dem DLG –Gütezeichen „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder DLG-Prüfzeichen „Landurlaub“ ausgezeichnet (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft e.V. (DLG), Frankfurt am Main). Zum Teil zeigten sich deutliche regionale Steigerungen der Übernachtungszahlen, vor allem in Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen (Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof (BAG), Bonn 2001).

Entwicklung der Übernachtungen und des Umsatzes im Segment Urlaub auf dem Bauernhof

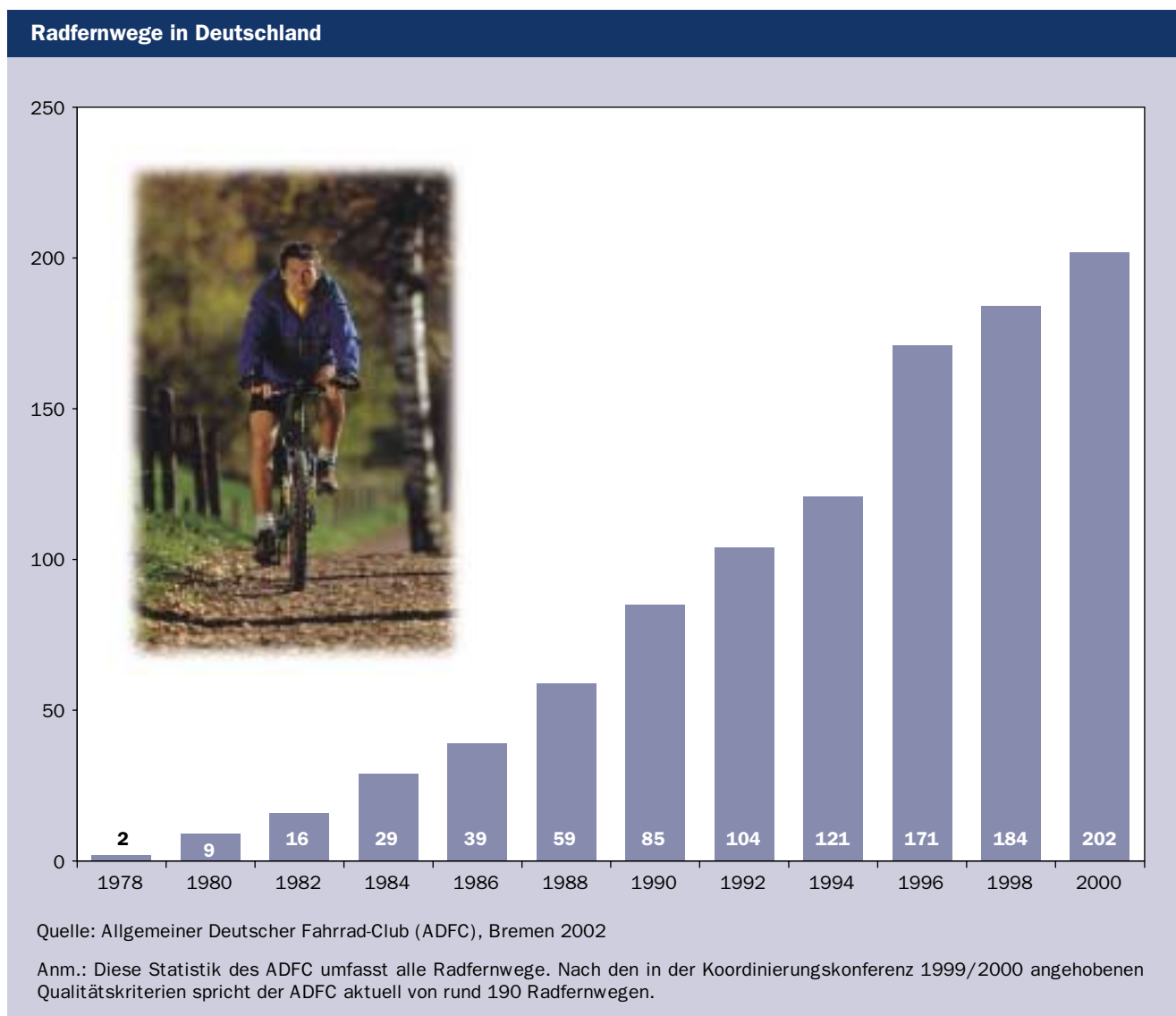


Quelle: Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL), Bonn 2002

Anm.: 2000 und 2001 wurden keine neuen Zahlen erhoben

Radtourismus

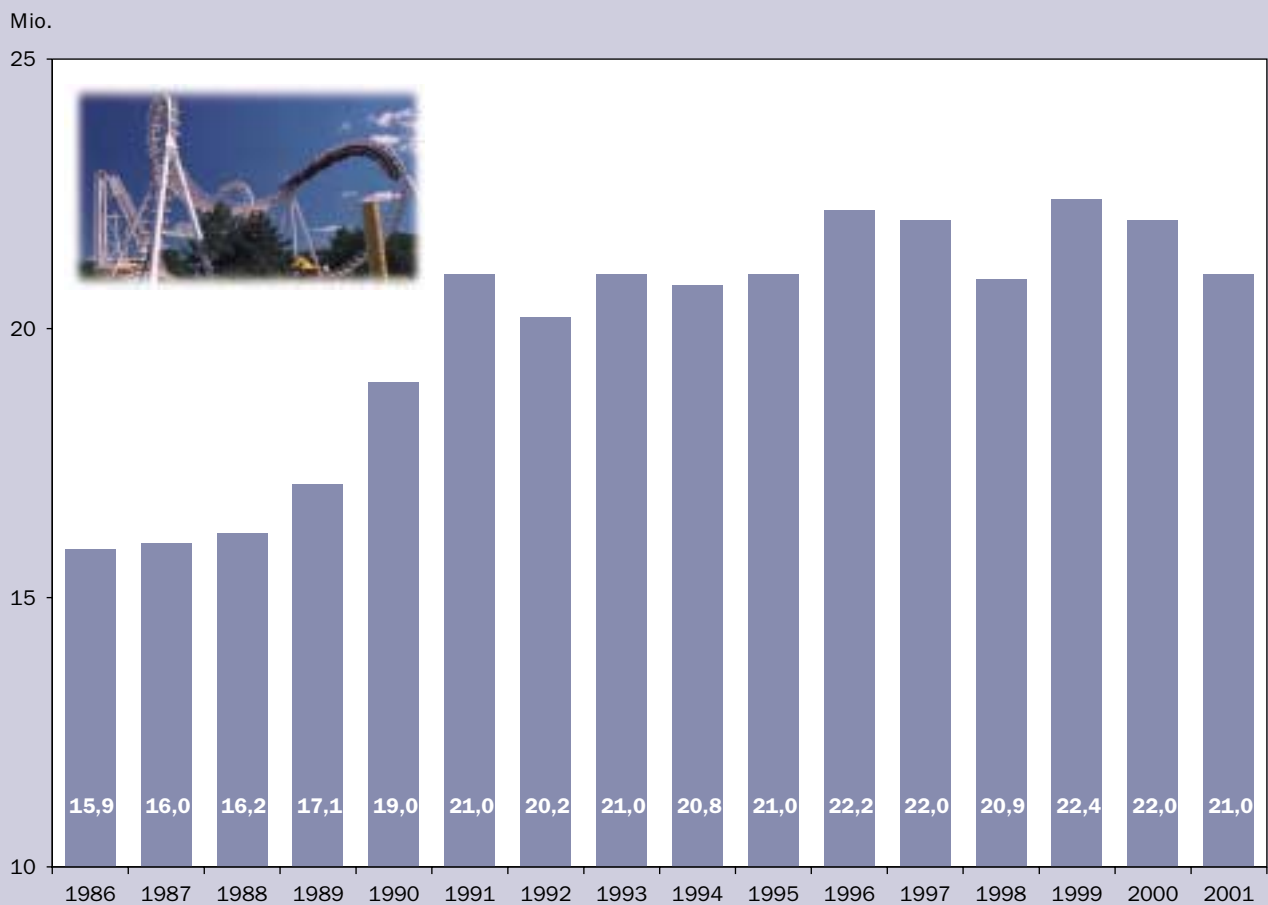
1,8 Millionen Deutsche verbrachten im Jahr 2001 ihren mehrtägigen Urlaub im Fahrradsattel, wobei rund 50 Prozent der einheimischen Radtouristen die Bundesrepublik als Ziel wählten (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., Kiel 2002). Ferner wurden nach Schätzungen des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs e.V., Bremen 2002, im Jahr 2001 rund 105 Millionen Tagesausflüge per Rad durchgeführt. Der Umsatz im Radtourismus ist mit rund 4 Milliarden Euro zu beziffern. Die zunehmende Beliebtheit des Radtourismus spiegelt sich auch in der Entwicklung der Radfernwege in Deutschland wider, deren Gesamtlänge 40.000 km im Jahr 2001 betrug.



Freizeit- und Erlebnisparks

Die Freizeit- und Erlebnisparks konnten seit der Wiedervereinigung ihre Besucherzahlen von circa 16 Millionen auf mittlerweile mehr als 21 Millionen Besucher pro Jahr steigern. 57 Freizeitparks sind im Verband Deutscher Freizeitunternehmen e.V. (VDFU, Organisation aller Freizeit- und Erlebnisparks mit mehr als 100.000 Besuchern im Jahr) zusammengeschlossen. Spitzenreiter ist der Europa-Park Rust mit 3,1 Millionen Besuchern im Jahr 2001, gefolgt vom Phantasialand Brühl, Warner Bros. Movie World und dem Heide Park Soltau (30 Jahre Freizeit- und Erlebnisparks in Deutschland, VDFU, Berlin 2000; Europa-Park Rust, Rust 2002).

Besucherentwicklung in deutschen Freizeit- und Erlebnisparks

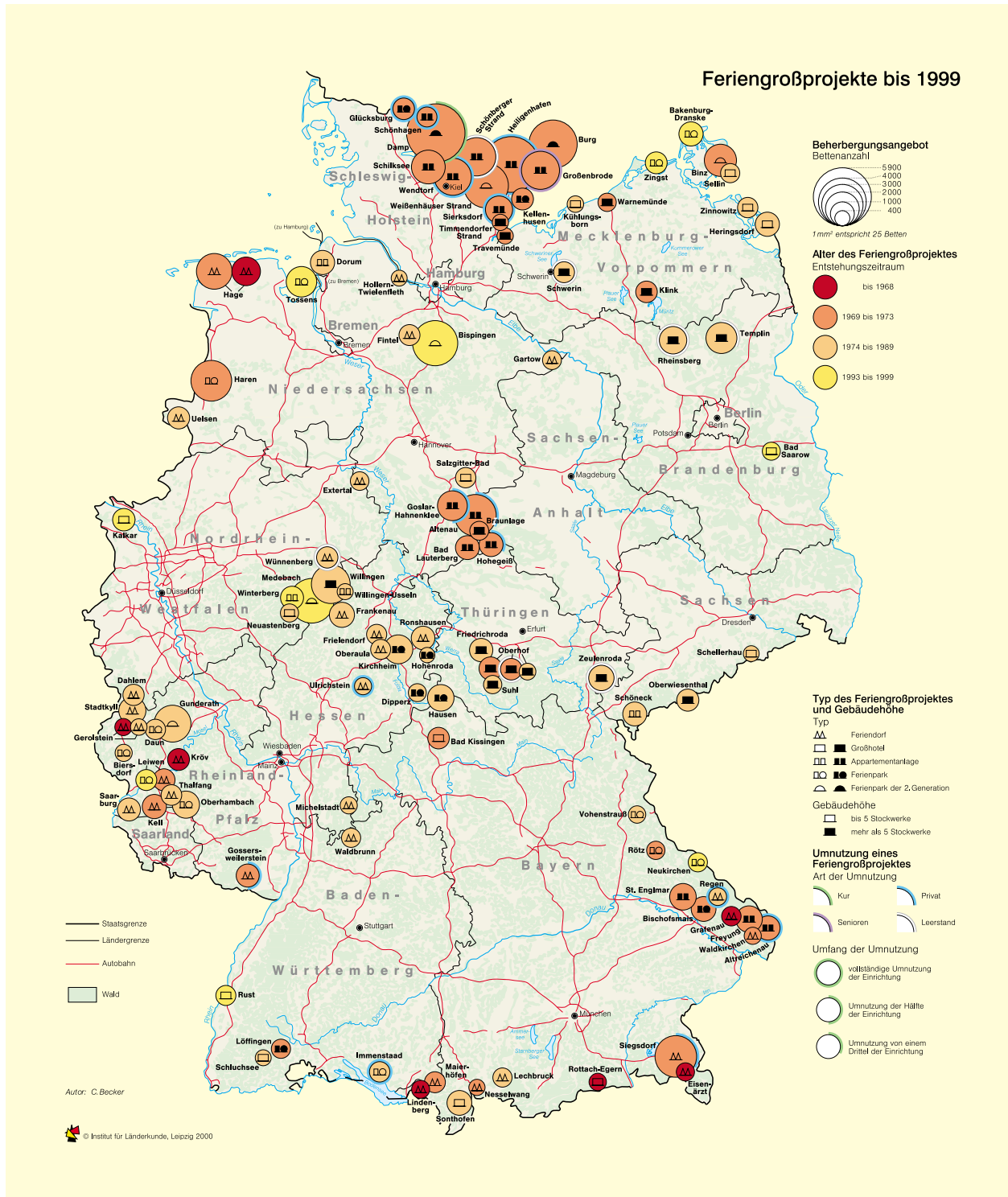


Quelle: 30 Jahre Freizeit- und Erlebnisparks in Deutschland, Verband deutscher Freizeitunternehmen e.V. (VDFU), Berlin 2000; VDFU, Berlin 2002

Anm.: Erfasst sind nur die Besucher der 57 deutschen Freizeit- und Erlebnisparkbetreiber, die im VDFU Mitglied sind. In Deutschland gibt es insgesamt rund 225 Freizeit- und Erlebnisparks.

Feriengroßprojekte

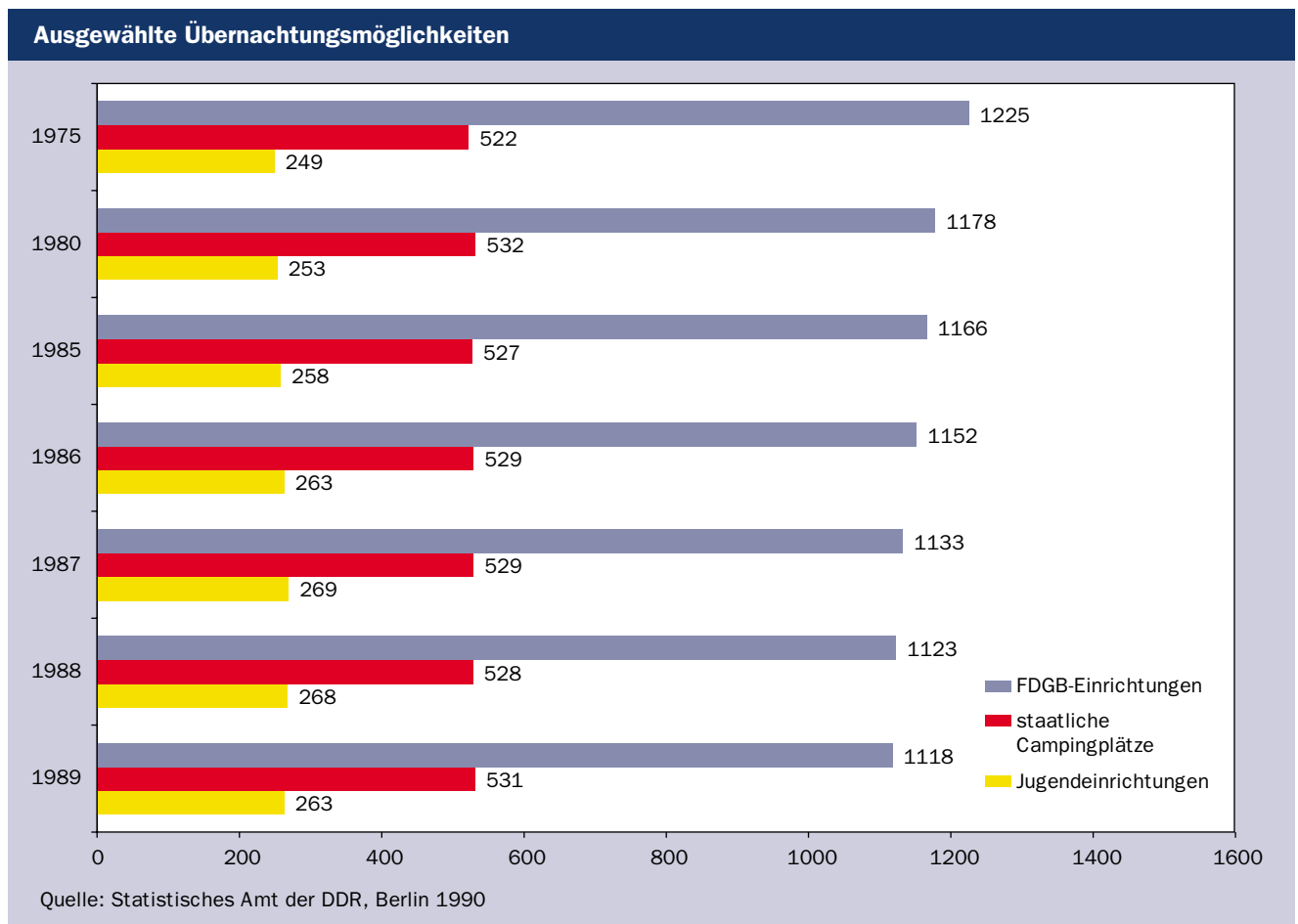
Die ersten Feriengroßprojekte in den Zonenrandgebieten in Deutschland waren Feriendörfer und entstanden seit Beginn der 50er Jahre in größerer Zahl. Ihre Boomphase erlebten diese Projekte in der Zeit von 1969 bis 1973. Heute zeichnen sich auch aufgrund der Zunahme der Zweit- und Drittreisen gute Chancen für die Ferienanlagen mit einem vielfältigen Angebot an Freizeit- und Unterhaltungsmöglichkeiten ab.



Tourismus in der DDR

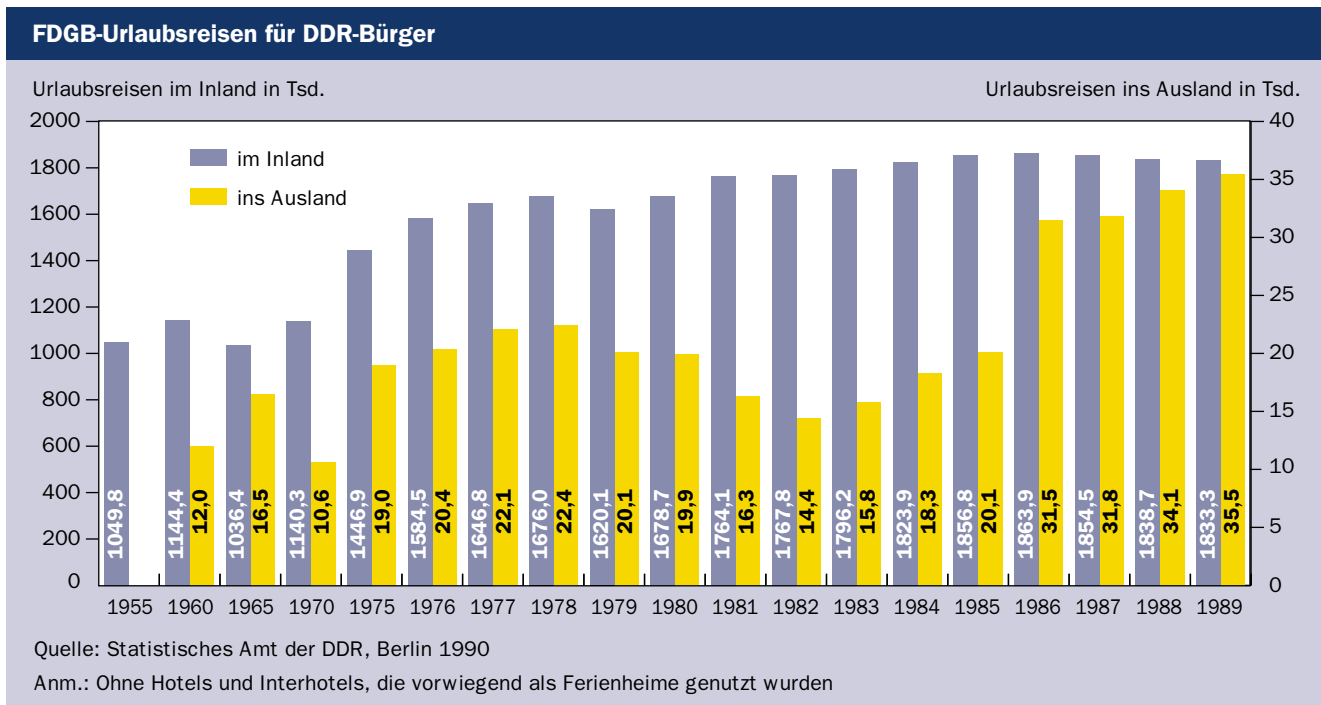
Das touristische Angebot

In der DDR wurde das touristische Angebot von vier Anbietergruppen geprägt und von diesen zum Teil auch organisiert und durchgeführt. Zu diesen vier Anbietergruppen zählten der Freie Deutsche Gewerkschaftsbund (FDGB), das staatliche Campingwesen, das staatliche „Reisebüro der DDR“ und das Reisebüro der Freien Deutschen Jugend (FDJ) „Jugendtourist“ sowie die Betriebs- und Pionierferienlager. Individualreisen machten nur einen Anteil von 10 bis 20 Prozent aus, denn es gab neben den staatlichen Unterkünften nur ein in geringem Umfang öffentlich zugängliches Beherbergungswesen.*

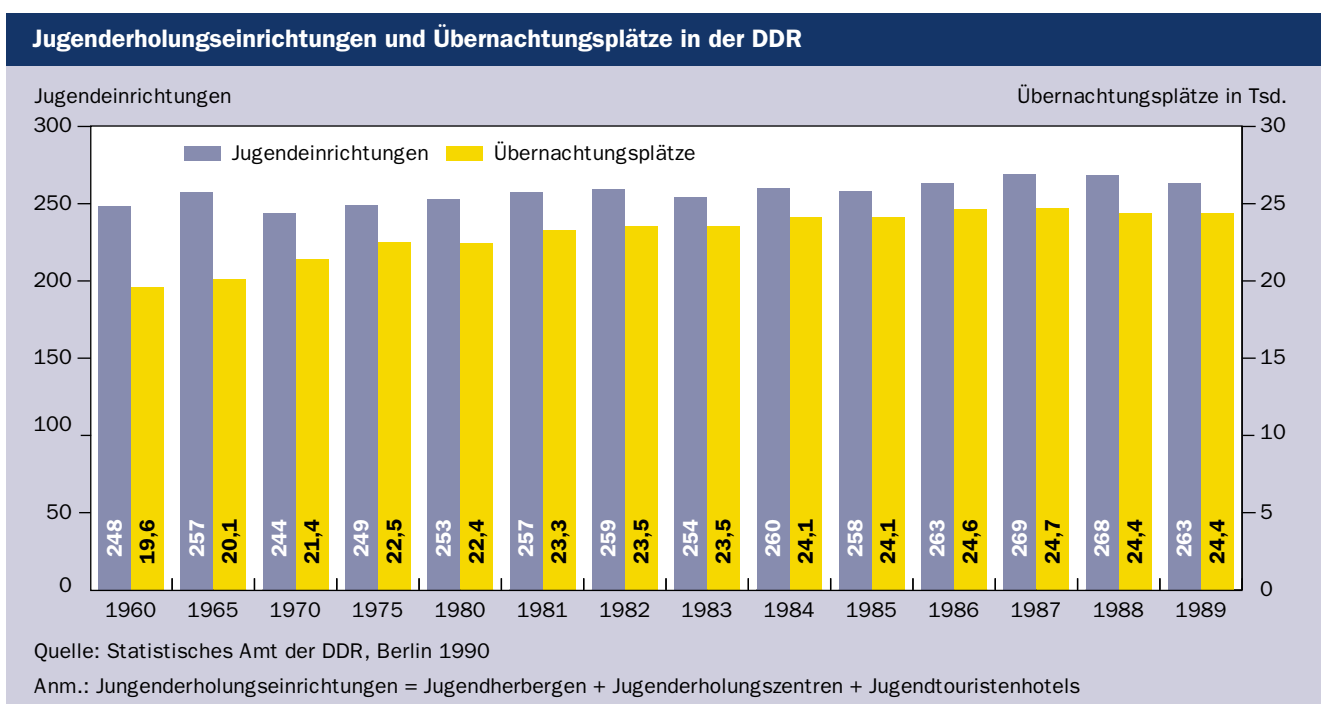


Ferienstleistungen der Gewerkschaften (FDGB)

Der Urlaub in der DDR wurde weitestgehend gewerkschaftlich organisiert. Die Urlauber erhielten Ferienschecks und lösten diese im Ferienort gegen Unterkunft und Verpflegung ein. Die Plätze waren mit circa 2 Milliarden Mark jährlich hoch subventioniert und so mussten die Urlauber nur ein Drittel der eigentlich entstehenden Kosten selbst tragen. Die Vergabe der Urlaubsplätze erfolgte über eine eigene Ferienstabsabteilung.*

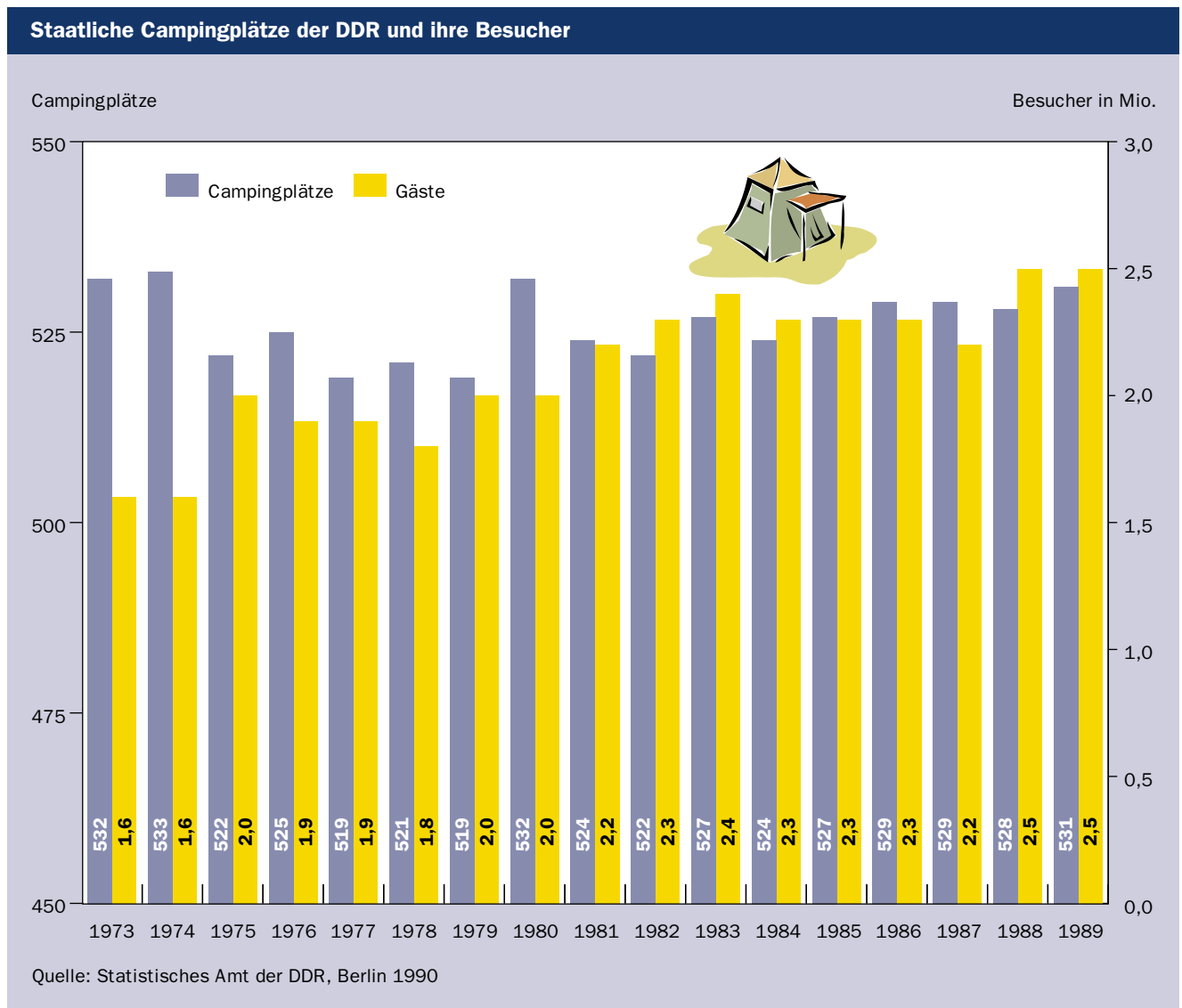


Jugenderholungseinrichtungen



Staatliche Campingplätze

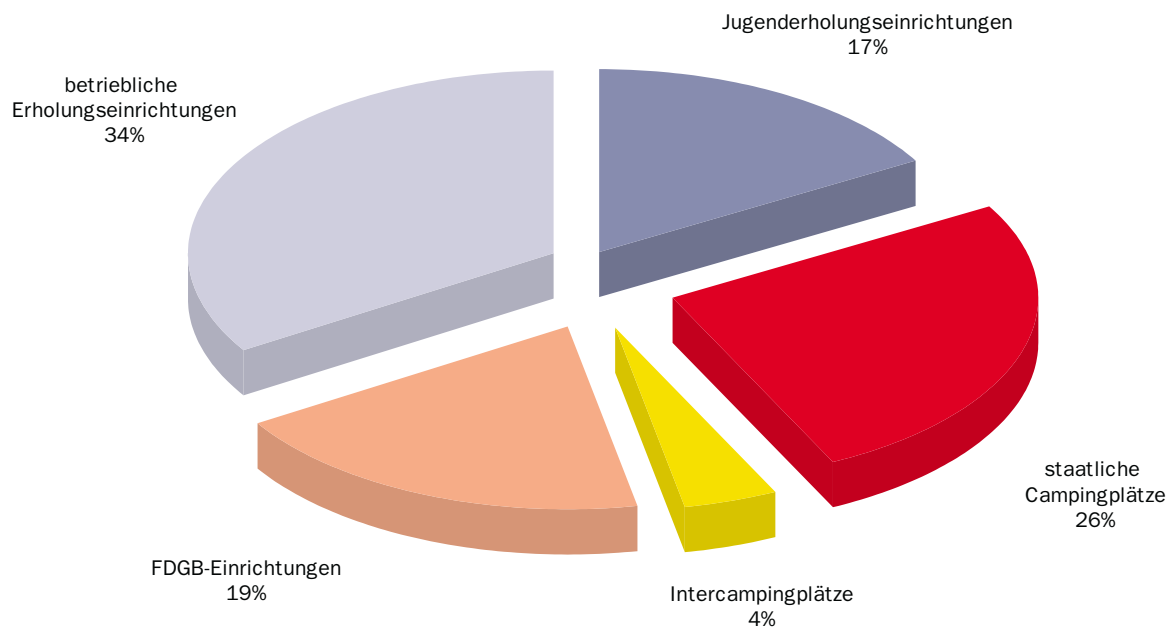
Der Campingtourismus in der DDR war mit knapp 400.000 Übernachtungsplätzen und mehr als zwei Millionen Besuchern von wesentlicher Bedeutung. Oft überstieg die Nachfrage bei weitem das Angebot und so waren langfristige Voranmeldungen nötig und es kam zu langen Wartezeiten. Es gab einige Intercampingplätze (32 im Jahre 1989), die einen gehobenen Standard aufwiesen und auch für Ausländer geöffnet waren.*



Die touristische Nachfrage

In der DDR unternahm jährlich 70 bis 80 Prozent der Bürger eine Urlaubsreise. Die typische Urlaubsreise dauerte 13 Tage. 80 bis 90 Prozent der Reisen wurden im Inland durchgeführt, wobei sich die Ostseeküste, der Thüringer Wald und das Elbsandsteingebirge großer Beliebtheit erfreuten. Oft war die Anreise mit der Bahn im Preis inbegriffen, und so war die Bahn mit 40 Prozent das am meisten benutzte Verkehrsmittel, gefolgt vom PKW. Flugreisen waren aufgrund der geringen Zahl von Auslandsreisen kaum von Bedeutung.*

Verteilung der Gäste der DDR nach Unterkunftsarten (im Jahr 1989)

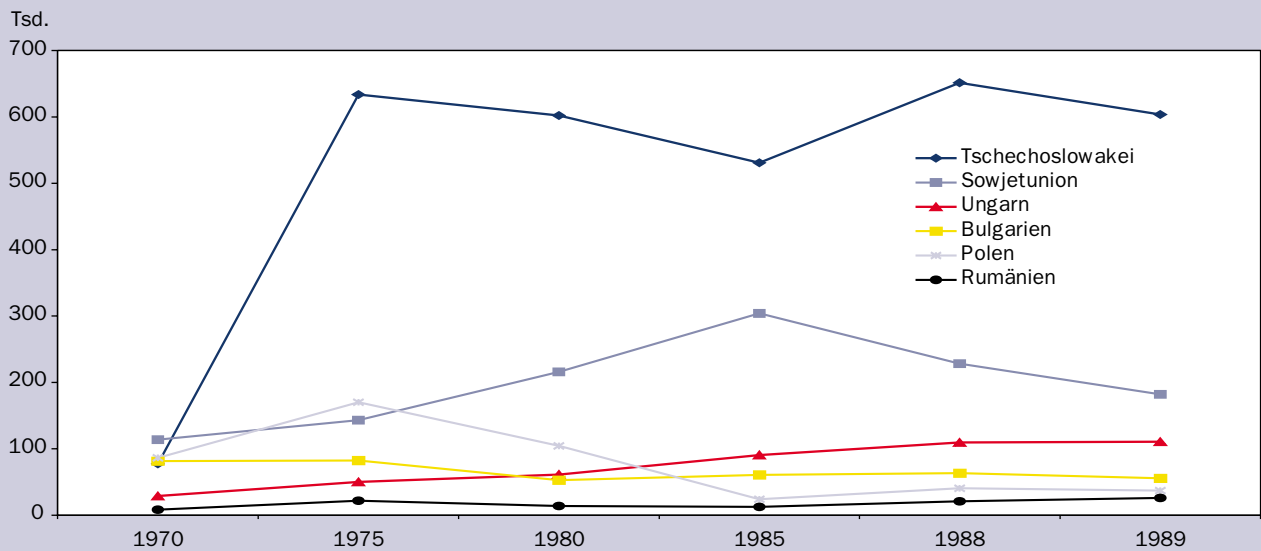


Quelle: Statistisches Amt der DDR, Berlin 1990

Auslandsreisen

Die meist individuell organisierten Auslandsreisen der DDR-Bürger machten nur knapp 10 Prozent der gesamten Reisen aus und wurden vor allem in das sozialistische Ausland durchgeführt. Reisen in das westliche Ausland waren vor allem auf Verwandtenbesuche in dringenden Fällen und Rentnerreisen beschränkt.*

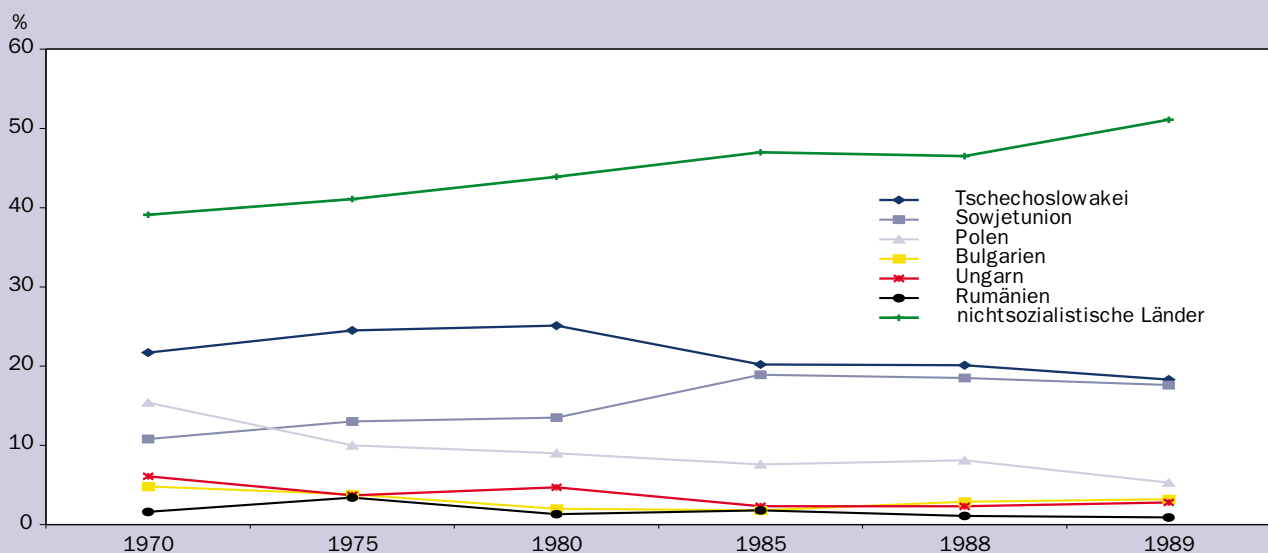
Vom Reisebüro der DDR vermittelte Auslandsreisen



Quelle: Statistisches Amt der DDR, Berlin 1990

Anm.: Ab 1975 ohne Jugendauslandstourismus (= vom Reisebüro „Jugendtourist“ vermittelte Reisen); Erholungs- und Kurzreisen

Auslandsgäste der DDR (nach ausgewählten Herkunftsländern)



Quelle: Statistisches Amt der DDR, Berlin 1990

Anm.: Ab 1975 ohne Jugendauslandstourismus (= vom Reisebüro „Jugendtourist“ vermittelte Reisen)

* Prof. Dr. Walter Freyer, Heike Bähre, Tourismus in den Neuen Bundesländern, 10 Jahre nach der Wiedervereinigung, Dresden 2000