

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Große Anfrage der Abgeordneten Klaus Brähmig, Ernst Hinsken,  
Anita Schäfer, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU  
– Drucksache 14/8857 –**

### **Bedeutung des Kongresswesens für den Tourismus- und Wirtschaftsstandort Deutschland**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Deutschland verfügt im internationalen Vergleich über ein hohes Ansehen als Kongress- und Tagungsziel. Dazu tragen vor allem die gute Tagungs- und Verkehrsinfrastruktur, die zentrale Lage in Europa, die Professionalität der Dienstleister, touristisch attraktive Städte und Regionen sowie die große Vielfalt kultureller Angebote bei. Auch das große Potenzial von über 1 000 außergewöhnlichen Tagungsstätten wie etwa Schlösser, Burgen, Museen, Industriedenkmäler und Freizeitparks wird immer stärker genutzt. Im internationalen Vergleich steht Deutschland bei der Durchführung von Kongressen weltweit an dritter Stelle. Allerdings befinden sich deutsche Anbieter in den letzten Jahren zunehmend in einem verschärfenden Wettbewerb mit ausländischen Standorten, da viele Staaten ihre Kongress- und Tagungskapazitäten massiv ausbauen und intensiv vermarkten. Deshalb verliert Deutschland zunehmend Marktanteile z. B. gegenüber den wichtigen Konkurrenzländern USA, Großbritannien, Spanien und Frankreich.

Trotz modernster Kommunikationstechnik ist die Bedeutung des Kongresswesens nach wie vor sehr hoch, insbesondere für den Wissens- und Know-how-Transfer. Kongresse und Tagungen sind für die Kommunikation von Angesicht zu Angesicht und den interdisziplinären Informationsaustausch unverzichtbar. Damit wird der deutschen Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft importiertes Wissen vor Ort kostengünstig zugänglich gemacht und ein wichtiger Beitrag zur Sicherung des Informations- und Wissensvorsprungs Deutschlands geleistet. Außerdem profitiert auch die regionale Wirtschaft in beträchtlichem Umfang, vor allem die Hotellerie, die Gastronomie, der örtliche Einzelhandel, Verkehrsunternehmen und andere Dienstleistungsanbieter.

Die Durchführung von internationalen Kongressen hat nicht nur eine herausragende Bedeutung für Deutschland als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort, sondern auch in besonderem Maße für die Stärkung als Tourismusstandort. Bei der Vermarktung Deutschlands als Kongressziel kann u. a. mit den

Namen großer Dichter, Denker, Erfinder und Schriftsteller geworben werden. Hier gibt es oft Imagevorteile gegenüber der Vermarktung als reinem Urlaubsziel. Als Reisemotiv stehen bei Tagungen und Kongressen auch die fachlichen Themen und Inhalte der Veranstaltungen sowie die Möglichkeit des Erfahrungsaustausches im Vordergrund. Weitgehend unabhängig von klimatischen Gegebenheiten eignen sich Reisen zu Kongressen und Tagungen damit hervorragend zur Auslastung gastgewerblicher Betriebe in der Vor- und Nachsaison. Die steigende Bereitschaft, Veranstaltungen auch am Wochenende zu besuchen, kann darüber hinaus grundsätzlich die Auslastung von Hotels verbessern, die an Wochenenden sonst nur in geringem Umfang für Geschäftsreisen genutzt werden.

Wichtige Impulse für die deutsche Tourismuswirtschaft ergeben sich auch daraus, dass viele Kongress- und Tagungsteilnehmer ihren Veranstaltungsbesuch auch mit privaten touristischen Reisen in Deutschland verbinden oder zu einem späteren Urlaubsaufenthalt z. B. mit ihrer Familie motiviert werden. Dies gilt vor allem für aus dem Ausland anreisende Teilnehmer. Dabei liegen die Ausgaben von Kongressbesuchern generell fast doppelt so hoch wie bei reinen Urlaubsgästen.

#### Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesregierung misst dem Kongress- und Tagungswesen in der Bundesrepublik Deutschland, das mehr als ein Viertel des touristischen Gesamtumsatzes erwirtschaftet und über 850 000 Arbeitskräfte beschäftigt, große wirtschafts- und tourismuspolitische Bedeutung bei.

Deutschland verfügt über denkbar gute Standortfaktoren für das Kongress- und Tagungswesen wie

- die geografische Lage in der Mitte Europas,
- eine gute Verkehrsinfrastruktur,
- eine hervorragende Gebäudeinfrastruktur mit insgesamt 11 000 Veranstaltungsstätten mit hochmodernen Kongress- und Konferenzzentren für die Durchführung von Großkongressen über Tagungszentren in Hotels mit internationalem Standard bis hin zu Tagungsstätten mit historischem Ambiente in reizvoller Naturumgebung,
- ein qualifiziertes Fach- und Servicepersonal mit Know-how und Professionalität für Planung und Durchführung von Veranstaltungen, das durch den seit August letzten Jahres geschaffenen neuen Ausbildungsberuf Veranstaltungskaufmann/-frau eine bedarfsspezifische Ergänzung erhält,
- eine breit gefächerte renommierte Forschungs- und Wissenschaftslandschaft ebenso wie eine bedeutende Kunst- und Kulturszene sowie
- ein adäquates Preis-/Leistungsniveau und einen vergleichsweise hohen Sicherheitsstandard.

Die Bestrebungen sind darauf gerichtet, die Bedeutung Deutschlands mit dem weltweit dritten Platz bei internationalen Treffen als Kongress- und Tagungsort nicht nur zu wahren, sondern trotz zunehmender Konkurrenz auszubauen. Diesem Ziel dient auch das für 2003 von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) ausgerufene Themenjahr „Messen, Kongresse, Tagungen und mehr“. In Zusammenarbeit mit dem German Convention Bureau, einer privatrechtlich getragenen Organisation, die überwiegend aus den Beiträgen ihrer 230 Mitglieder aber auch zu einem erheblichen Teil aus DZT-Mitteln finanziert wird, soll das Kongress- und Tagungsgeschäft in Deutschland weltweit aktiv beworben werden.

Dabei wird auch in den Blick zu nehmen sein, ob die bislang mehrheitliche Trennung von Messen und Kongressen beibehalten werden sollte oder ob die

erfolgreichen Einzelbeispiele eines Mischens von Messen und Kongressen während einer einzigen Veranstaltung als Kongress mit begleitender Fachmesse oder Ausstellung eine breiter anzuwendende Erfolg versprechende Variante darstellen könnte.

Gerade angesichts geschwächter Reisebudgets und knapper Zeit könnte der Doppelnutzen von Kongress- und Messebesuch an Bedeutung gewinnen. Ein Trend zu Messen in Verbindung mit Kongressen ist seit Jahren wahrnehmbar. Die baulichen Voraussetzungen hierfür wurden vielfach bereits geschaffen. Als Beispiele stehen u. a. das mit dem Messegelände verbundene internationale Kongresszentrum ICC in Berlin, die Messe Frankfurt mit dem Congress Center und dem neuen Forum, aber auch die Messen Hannover, Köln, Leipzig, München und Friedrichshafen.

1. Wie hoch ist nach Erkenntnissen der Bundesregierung der volkswirtschaftliche Nutzen des Kongress- und Tagungsmarktes in Deutschland?  
Gibt es hier unterschiedliche Entwicklungen in den neuen und den alten Bundesländern?

1,15 Millionen Veranstaltungen im Bereich Kongresse, Tagungen haben allein in 1999 mit rd. 63 Millionen Teilnehmern einen Gesamtumsatz von ca. 42 Mrd. Euro generiert. Daraus resultieren bundesweit etwa 850 000 Vollzeit-arbeitskräfte. Über 25 % des Gesamtumsatzes im Tourismus und jeder dritte der 2,8 Millionen Arbeitsplätze in der Branche sind vom Kongress- und Tagungsreisegeschäft abhängig.

Die nur global vorliegenden Daten erlauben keine Unterscheidung nach neuen und alten Bundesländern. Deshalb ist zur zweiten Teilfrage eine Aussage nicht möglich.

2. Welche Bedeutung misst die Bundesregierung den mit Kongressen und Tagungen verbundenen Reisen für den Tourismusstandort Deutschland insgesamt bei?

Auf Basis der vorliegenden Zahlen ist die Bedeutung sehr hoch einzuschätzen.

Von den insgesamt weltweit rd. 31,4 Millionen Reisen (ab 1 Übernachtung) nach Deutschland im Jahr 2001 sind 29 % = 9,1 Millionen Geschäftsreisen.

Hiervon wiederum sind 3,7 Millionen so genannte MICE-Reisen (MICE = Meetings, Incentive, Congress, Events, d. h. Reisen zu Konferenzen, Kongressen, Seminaren, zu Messen und Ausstellungen sowie Incentive-Reisen).

Im Inland wurden 2001 insgesamt 196,8 Millionen Reisen (ab 1 Übernachtung) durchgeführt. Davon waren 14 % = 27,8 Millionen Geschäftsreisen.

Hiervon waren wiederum mehr als 30 % = 9,1 Millionen MICE-Reisen.

3. Welchen Anteil haben Reisen zu Kongressen und Tagungen am gesamten Reiseverkehr innerhalb Deutschlands und nach Deutschland?

Die rd. 3,7 Millionen MICE-Reisen aus dem Ausland haben einen Anteil von 12 % an allen Reisen weltweit nach Deutschland (31,4 Millionen).

Im Inland haben die 9,1 Millionen MICE-Reisen einen Anteil von 5 % an allen Reisen in Deutschland (196,4 Millionen).

4. Wie hoch ist der Anteil ausländischer Besucher, die geschäftlich oder privat im Zusammenhang mit Kongressen und Tagungen nach Deutschland reisen, an den gesamten Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland?

Über den Anteil der Übernachtungen von ausländischen Reisenden zu Kongressen und Tagungen an allen Ausländerübernachtungen in Deutschland lassen sich keine Angaben machen, da die amtliche Beherbergungsstatistik nicht den Zweck/Grund einer Reise erhebt.

5. Mit welchen Maßnahmen trägt die Bundesregierung zur Förderung des Kongressstandortes Deutschland bei?

Welche Maßnahmen sind dabei speziell auf die neuen Bundesländer gerichtet?

Mit dem Themenjahr „Messen, Kongresse, Tagungen und mehr“ bewirbt die Deutsche Zentrale für Tourismus im Jahr 2003 aktiv das Kongress- und Tagungsgeschäft und erweitert damit ihre weltweite Marktbearbeitung um dieses Geschäftsfeld.

Aktuelles DZT-Themenjahr 2003:

- Basisbroschüre: Deutschland – Wege zum Erfolg. Messen, Kongresse, Tagungen und mehr;
- Weltweite Kommunikation des Themas Kongresse und Tagungen unter **[www.deutschland-tourismus.de/Geschäftreisen](http://www.deutschland-tourismus.de/Geschäftreisen)** oder **[www.germany-tourism.de/business-travel](http://www.germany-tourism.de/business-travel)**;
- Themenspezifische DZT-Marketing- und Aktionsplanung 2002 bis 2004.

Mit dem German Convention Bureau (GCB) existiert seit 30 Jahren eine Organisation, deren Aufgabe es ist, als Marketingplattform für die Bundesrepublik Deutschland und den Kongressstandort Deutschland internationale Kongresse, Tagungen und ähnliche Veranstaltungen für Deutschland zu akquirieren und zu beraten.

GCB-Budget 2001: 1,6 Mio. Euro. Die DZT steuerte in 2001 307 000 Euro in projektbezogene Förderung bei.

GCB-Budget 2002: 1,1 Mio. Euro (ohne Lufthansa), davon 307 000 Euro projektbezogene Förderung durch DZT. Die Lufthansa hat im Rahmen ihres Sparprogramms nach dem 11. September 2001 ihre finanzielle Zuwendung an das GCB eingestellt.

Konkrete Maßnahmen für die neuen Bundesländer erfolgen unmittelbar nicht, da sowohl die Konzeption der Basisbroschüre als auch das GCB auf eine ganzheitliche Darstellung der Kongress- und Tagungsdestination Deutschland abstellt.

Die DZT-Marketing- und Aktionsplanung 2002 bis 2004 zum Themenjahr enthält jedoch zahlreiche individuelle Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen für die Kongress- und Tagungsstädte, Konferenzzentren und Kongressdienstleister in den NBL.

Mitglieder des GCB aus den neuen Bundesländern inkl. Berlin sind:

- 6 Städte (Berlin, Chemnitz, Dresden, Erfurt, Halle, Leipzig)
- 7 Konferenz- und Tagungszentren (Berlin, Cottbus, Dresden, Erfurt, Leipzig [2×], Weimar)
- 38 Hotels, davon 22 in Berlin
- 10 Agenturen und Kongressdienstleister.

Seitens der Bundesregierung gibt es unmittelbar keine speziellen Maßnahmen zur Förderung des Kongressstandortes Deutschland. Jedoch schließt die Förderrichtlinie der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ die Förderung von Hotels, auch Tagungshotels, unter bestimmten Voraussetzungen ein.

6. Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung für eine stärkere Unterstützung bei der Vermarktung des Kongressstandortes Deutschlands in wichtigen ausländischen Quellmärkten und der gezielten Ansprache internationaler Organisationen wie etwa den Vereinten Nationen oder Nichtregierungsorganisationen für die Ausrichtung von Tagungen?

Schwerpunktmärkte für Deutschland sind die wichtigsten ausländischen Quellmärkte Großbritannien, Belgien, Niederlande, Luxemburg, Frankreich, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien und die Vereinigten Staaten von Amerika. Als Hauptzielgruppe in diesen und anderen Märkten sind internationale Verbände und Organisationen sowie Firmen (Corporates) und Kongressdienstleister (PCO) definiert.

Diese Quellmärkte sind Schwerpunktmärkte der DZT/GCB Marktbearbeitung. Speziell für diese und andere ausgewählte Schwerpunktmärkte wurden in den DZT-Auslandsvertretungen marktspezifische Aktionsplanungen für die Jahre 2002 bis 2004 erarbeitet und sind in der Umsetzung begriffen.

DirectMailings an mehr als 25 000 Unternehmen und Verbände sowie die persönliche Aquisition durch die DZT-Auslandsvertretungen und das GCB stehen im Vordergrund der Initiativen zum DZT-Themenjahr 2003.

Internationale Organisationen wie die Vereinten Nationen werden von DZT/GCB nicht beworben.

Nach Auffassung der Bundesregierung scheinen im Übrigen solche internationalen Organisationen auch weniger für eine marktübliche Standortbewerbung geeignet. Bei der Standortauswahl für Kongresse oder internationale Tagungen dieser Träger sind häufig andere Kriterien entscheidend. Als Beispiel sei die letztjährige Afghanistan-Konferenz auf dem Petersberg bei Bonn genannt.

7. Mit welchen Maßnahmen und finanziellen Mitteln fördern die anderen EU-Mitgliedstaaten ihre eigene Kongress- und Tagungswirtschaft?

Eine umfassende Ermittlung bei allen anderen EU-Mitgliedstaaten war in der vorgegebenen Zeitspanne für die Beantwortung der Großen Anfrage nicht möglich. Es können deshalb nur die nachstehenden Angaben gemacht werden.

- Wiener Conventions Bureau 2002: Etat 1,1 Mio. Euro;
- Schweiz Tourismus: Marketingetat 2002 nur für das Schweizer Kongressbüro in Deutschland: 350 000 SFR zuzüglich projektbezogene Zusatzmaßnahmen;
- French Convention Bureau: Marketingetat 2002 nur für Deutschland 200 000 Euro.

8. Wie beurteilt die Bundesregierung die internationale Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Kongresswesens?

Die großen deutschen und ausländischen Tagungs- und Kongressveranstalter beurteilen die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Kongress- und Tagungsdestination Deutschland positiv. Deutschland genießt das Image einer Veran-

staltungsdestination mit einem hohen Erfahrungs-Know-how, Professionalität, Zuverlässigkeit/Seriosität, guter Verkehrsinfrastruktur, großem Marktvolumen, Perfektion und Sicherheit. Als Schwächen werden u. a. genannt: hohe Kosten, schlechtes Wetter und Sprache.

9. Wie schätzt die Bundesregierung die Bedeutung der Sicherheitssituation als Standortfaktor für den Kongress- und Tourismusstandort Deutschland ein?

Der hohe Sicherheitsstandard in der Bundesrepublik Deutschland dürfte auch für Veranstalter und Teilnehmer von Kongressen und/oder touristischen Besuchsreisen ein wichtiges, positives Auswahlkriterium sein.

10. Welche Wettbewerbsverzerrungen gibt es für den Kongressstandort Deutschland gegenüber wichtigen Konkurrenzländern, insbesondere gegenüber den anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union und den USA?

Aus deutscher Sicht bestehen grundsätzlich keine Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten des Kongressstandortes Deutschland im Vergleich zu wichtigen Konkurrenzländern.

Etwas anderes mag für wissenschaftliche Fachkongresse gelten, die von wissenschaftlichen Vereinen getragen werden.

Wissenschaftliche Vereine sind in Deutschland gewerbe- und körperschaftssteuerpflichtig. Veranstalter von wissenschaftlichen Großkongressen können deshalb in anderen Ländern Gewinne eher realisieren. In den Bewerbungsrichtlinien einiger internationaler wissenschaftlicher Verbände wird deshalb Deutschland für künftige Kongresse nicht mehr empfohlen (z. B.: World Psychiatrie Association, WPA).

11. Welche Auswirkungen hat die Anwendung des vollen Mehrwertsteuersatzes für Beherbergungsbetriebe in Deutschland auf die Attraktivität Deutschlands bei der Durchführung internationaler Kongresse im Vergleich zu wichtigen Konkurrenzländern, die ihren Beherbergungsbetrieben einen ermäßigten Steuersatz gewähren?

Der Bundesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor. Es ist aber davon auszugehen, dass für die Wahl eines Kongressstandortes die Höhe des Umsatzsteuersatzes für Beherbergungsbetriebe eine zu vernachlässigende Größe ist. Hierfür spricht im Übrigen die Bedeutung Deutschlands als attraktiver Kongressstandort – vgl. Antworten zu Fragen 1 und 2.

12. Plant die Bundesregierung angesichts der Ausrufung des Jahres 2003 als Themenjahr für Kongresse in Deutschland durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) zusätzliche Mittel für die DZT zur Verfügung zu stellen oder andere zusätzliche Fördermaßnahmen für die internationale Vermarktung zu ergreifen?

Das Marketing für das DZT-Themenjahr „Messen, Kongresse, Tagungen und mehr“ erfolgt mit den Mitteln aus dem DZT-Budget sowie Mitteln aus der Privatwirtschaft. Zusätzliche Mittel hierfür werden nicht für erforderlich erachtet.

13. Plant die Bundesregierung, zweckgebundene Mittel zur langfristigen Sicherung des Kongressstandortes Deutschland bereitzustellen?

Nein.

14. Welche Auswirkungen hat die teilweise schleppende und umständliche Visaerteilung für Besucher aus dem Ausland, insbesondere für Bürger einiger osteuropäischer Staaten, auf in Deutschland durchgeführte Kongresse bzw. ihre Internationalität?

Die Bundesregierung weist den in der Fragestellung enthaltenen Vorwurf einer schleppenden und umständlichen Visaerteilung zurück. Die deutschen Auslandsvertretungen werden in der Regel über größere in Deutschland stattfindende Konferenzen, Kongresse und kulturelle Großveranstaltungen vorab mit dem Ziel unterrichtet, visumpflichtigen Teilnehmern und Besuchern rechtzeitig und unbürokratisch die Einreise nach Deutschland zu ermöglichen. Dabei wird von der in § 9 der Gebührenverordnung zum Ausländergesetz vorgesehenen Möglichkeit der Gebührenbefreiung im Rahmen des Möglichen Gebrauch gemacht. Dieses Verfahren setzt jedoch eine rechtzeitige Unterrichtung insbesondere des Auswärtigen Amtes über derartige Veranstaltungen voraus. Rechtliche Grundlage für die deutsche und die Visumpraxis anderer EU-/Schengen-Staaten sind das Schengener Durchführungsabkommen und die Gemeinsame Konsularische Instruktion. Eine im Vergleich zu unseren Partnern schlechtere Internationalität deutscher Kongresse kann aus den für die Visumerteilung maßgeblichen Rahmenbedingungen nicht hergeleitet werden.

15. Wie beurteilt die Bundesregierung den Vorschlag zur Einrichtung einer zentralen Stelle in Deutschland, die sich mit der Visaerteilung für große internationale Kongresse befasst, um die Abwicklung für die Kongressveranstalter zu erleichtern und zu beschleunigen?

Für die Entscheidung über Visumanträge zum Besuch von internationalen Kongressen sind nach dem deutschen Ausländerrecht und den Vereinbarungen der an den Schengen-Acquis gebundenen EU-Partner die berufskonsularischen Vertretungen im Ausland zuständig. Eine Verlagerung der Entscheidung über Visumanträge auf private Organisationen ist ausländer- und europarechtlich nicht möglich.

