Bundesrat Drucksache **309/98**

27.03.98

Unterrichtung
durch das
Europäische Parlament

Entschließung zu dem Euro und dem Fremdenverkehr

Zugeleitet mit Schreiben des Generalsekretärs des Europäischen Parlaments - 009658 - vom 25. März 1998. Das Europäische Parlament hat die Entschließung in der Sitzung am 10. März 1998 angenommen.

Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 1320, 53003 Bonn
Telefon: 0228/3820840, Telefax: 0228/3820844
ISSN 0720-2946

Entschließung zu dem Euro und dem Fremdenverkehr

Das Europäische Parlament,

- gestützt auf Artikel 148 seiner Geschäftsordnung,
- unter Hinweis auf den EG-Vertrag, insbesondere Artikel 3 Buchstabe t,
- unter Hinweis auf seine Stellungnahmen vom 28. November 1996 zu dem Vorschlag für eine Verordnung des Rates über einige Bestimmungen der Einführung des Euro([1]) und zu dem Vorschlag für eine Verordnung des Rates über die Einführung des Euro([2]),
- unter Hinweis auf seine Entschließung vom 28. November 1996 zu dem Bericht des Europäischen Währungsinstituts betreffend den Übergang zur einheitlichen Währung (C4-0559/95)([3]),
- in Kenntnis der Studie des Unterausschusses "Währung" des Ausschusses für Wirtschaft, Währung und Industriepolitik über den Euro und den Fremdenverkehr, die im Anschluß an die Anhörung vom 21. Mai 1997 ausgearbeitet wurde,
- unter Hinweis auf sein Dokument mit dem Titel "Der Fremdenverkehr und die Regierungskonferenz 1996" (Task-Force-Regierungskonferenz, PE 166.461, 31. Oktober 1997),
- in Kenntnis der Mitteilung der Kommission vom 1. Oktober 1997 mit dem Titel "Praktische Aspekte der Einführung des Euro" (KOM(97)0491),
- in Kenntnis des Grünbuchs der Kommission "Die Rolle der Union im Bereich des Fremdenverkehrs" (KOM(95)0097),
- in Kenntnis der Veröffentlichung von Eurostat mit dem Titel "Der Fremdenverkehr in Europa", (Ref. CA8694230ENC) (1994),
- in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Wirtschaft, Währung und Industriepolitik (A4-0078/98),

A. in der Erwägung, daß Europa noch immer das attraktivste Zielgebiet für Fremdenverkehr ist und daß auf Europa etwa 60% des Weltmarkts entfallen,

B. in der Erwägung, daß der Marktanteil der Union seit 1975 um etwa 10 Prozentpunkte gefallen ist, von 69,2% auf 58,7% im Jahre 1996, und daß im gleichen Zeitraum ihr Anteil an den Gesamteinnahmen aus dem Fremdenverkehr weltweit um etwa 14% zurückging,

C. in der Erwägung, daß der Fremdenverkehr eine der wichtigsten und dynamischsten Tätigkeiten weltweit mit bedeutenden Multiplikatoreffekten für die wirtschaftliche Tätigkeit ist, und zwar sowohl für die vorgeschalteten als auch für die nachgeschalteten Tätigkeiten, und daß davon ausgegangen wird, daß sich die Nachfrage in diesem Sektor in den kommenden zehn bis fünfzehn Jahren weltweit verdoppeln und in Europa um nahezu 30% steigern wird,

---

([1]) ABl. C 380 vom 16.12.1996, S. 47.
([2]) ABl. C 380 vom 16.12.1996, S. 50.
([3]) ABl. C 380 vom 16.12.1996, S. 58.

D. in der Erwägung, daß dieser Sektor zu den Sektoren zählt, die am meisten Arbeitsplätze schaffen, daß er besonders zugänglich ist für Frauen und alle Personen, die eine Erstbeschäftigung suchen, und daß der auf ihn entfallende Beschäftigungsanteil, der derzeit 12,8 % der Gesamtbeschäftigung der Europäischen Union beträgt, bis zum Jahr 2007 auf etwa 13 % steigen könnte, was die Schaffung von 1,85 Millionen neuen Arbeitsplätzen bedeuten würde, die zum Großteil auf die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) entfallen, die mehr als 95 % des Sektors ausmachen, wozu auch die Kleinstunternehmen (mit weniger als 10 Angestellten) zählen,

E. in der Erwägung, daß die jüngsten weltweit beobachteten Tendenzen diesen Optimismus rechtfertigen, zu dem eine Reihe von Faktoren beitragen, wie z.B. die erhoffte Verbesserung des Lebensstandards der Verbraucher in vielen Regionen der Erde, die allmähliche demographische Überalterung in den Industrieländern, der Beitrag des Prozesses der allmählichen Verringerung der Arbeitszeit zugunsten der Freizeit, die Tendenz zur politischen und wirtschaftlichen Öffnung der Volkswirtschaften der Entwicklungsländer usw.,

F. in der Erwägung, daß auch die jüngsten Fortschritte im europäischen Aufbauwerk von entscheidender Bedeutung sind, nämlich z.B. das Vorhaben der einheitlichen Währung, der Binnenmarkt, das Übereinkommen von Schengen bzw. die Aufnahme der Verhandlungen über die Erweiterung um zahlreiche Staaten, deren Bürger ein zusätzliches Interesses an Reisen innerhalb der Union haben werden, um ihre Kenntnisse über die neuen Partner zu vertiefen, und denen zu diesem Zweck die verstärkte Mobilität zugute kommt,

G. in der Erwägung, daß mit der einheitlichen Währung und der entsprechenden Einsparung der Kosten für den Umtausch von Währungen, für Bankkommissionen und bürokratischer Kosten sowie dem Wegfall anderer Schwierigkeiten und Unzulänglichkeiten, die bei grenzüberschreitenden Zahlungen und Überweisungen auftreten - wobei daran zu erinnern ist, daß etwa zwei Drittel des Geldwerts nur für Kommissionen für das Geldwechselgeschäft verlorengehen, das notwendig ist, um die einzelnen Währungen der Europäischen Union nacheinander zu konvertieren -, die Mobilität von Personen, Gütern und Kapital innerhalb der Euro-Zone beachtlich gefördert wird, was einen Faktor für die Entwicklung der Fremdenverkehrstätigkeit darstellt,

H. in der Erwägung, daß mit der Einführung der einheitlichen Währung und mit der sich daraus ergebenden Verringerung des Risikos und der Unsicherheit in Verbindung mit den unterschiedlichen Wechselkursen eine Erleichterung des Handels und ein positives Klima für die Entwicklung neuer Vorhaben zu verzeichnen sein wird, wovon eine beträchtliche Steigerung der Investitionen in der Euro-Zone, insbesondere im Fremdenverkehrssektor, jedoch auch für die wirtschaftliche Tätigkeit im allgemeinen, zu erhoffen ist und daß diese Steigerung, die zum einen auf die Bürger und Unternehmen der Union zurückgehen wird, zum anderen - in nicht geringem Ausmaß - von außerhalb der Gemeinschaft kommen wird, den Fremdenverkehr in Verbindung mit Geschäftstätigkeiten beträchtlich steigern wird,

I. in der Erwägung, daß die Einführung einer einzigen, stabilen und weniger inflationsanfälligen Währung dazu beitragen wird, die Stellung Europas als Fremdenverkehrszielgebiet zu verbessern, und daß es viel leichter sein wird, in der Europäischen Union und speziell in der Euro-Zone zu reisen und zu investieren, was potentiell eine wesentliche Erhöhung der Zahl der Touristen und damit offenkundige Vorteile für diesen Sektor und die Wirtschaft in der EU herbeiführt,

J. in der Erwägung, daß durch die Einführung der europäischen Währung und den Wegfall der Grenzkontrollen zwischen den Unterzeichnerstaaten des Schengener Abkommens der Touristenstrom gefördert wird,

K. in der Erwägung, daß die Tatsache, daß ein Land nicht zu der ersten Gruppe von Ländern gehört, die den Euro von Anfang an einführen, wie es der Fall zu sein scheint für Großbritannien, Dänemark, Schweden und Griechenland, nicht bedeutet, daß diese Länder den Euro nicht schließlich auch akzeptieren oder als internationale Reservewährung übernehmen, und daß sie ihn folglich im

internationalen Handel verwenden werden, obwohl dies offensichtlich insgesamt weniger vorteilhaft ist, als wenn sie der Euro-Zone angehören würden, und daß die Möglichkeit, daß Touristen den Euro auch in den Ländern verwenden, die nicht von Anfang an der Euro-Zone angehören, nach dem derzeitigen Stand nicht von vornherein auszuschließen ist,

L. angesichts der offensichtlichen Auswirkungen, die die Währungsschwankungen offensichtlich auf die Touristenströme und auf die Einnahmen der Akteure des Sektors haben, und in der Erwägung, daß die relativen Preisunterschiede nach der Einführung der einheitlichen Währung nicht weiterhin durch von Fremdenverkehrsmarkt losgelöste Faktoren, wie zum Beispiel die von jedem Mitgliedstaat verfolgte Devisenpolitik, gerechtfertigt werden können, sondern vielmehr die wirklichen Präferenzen der Touristen spiegeln werden, was in einem globalen Gewinn für den Sektor zum Ausdruck kommen und sich auf die von den Akteuren praktizierten Preise auswirken wird,

M. in der Erwägung, daß die Preise viel transparenter werden und damit der Wettbewerbsdruck deutlich steigen wird, weil die Bürger direkte Preisvergleiche anstellen können, und daß der herkömmliche Währungsumtausch, der nicht immer einfach für alle Touristen ist, zumindest teilweise wegfallen wird,

N. in der Erwägung, daß dank dieser erhöhten Transparenz auch Unterschiede bei der Höhe der indirekten Steuern, insbesondere der Mehrwertsteuer, die sich auf den Sektor Fremdenverkehr auswirken, zu Tage treten werden,

O. in der Erwägung, daß der Markt für Reisen und Fremdenverkehr mit der Einführung der einheitlichen Währung transparenter und entsprechend attraktiver wird und sich dadurch auch das Preis-Leistungs-Verhältnis insgesamt verbessern wird, daß dies aber den Wettbewerb in diesem Sektor beträchtlich intensivieren und von seiten der Operateure beträchtliche Anstrengungen erfordern wird, um sich an den neuen Wettbewerbsrahmen anzupassen,

P. in der Erwägung, daß die Einführung der einheitlichen Währung auch in Anbetracht der Art der Tätigkeiten Kosten verursachen wird und daß mehr als 95% der Unternehmen des Sektors KMU sind - wobei diese Kosten auf die Notwendigkeit zurückzuführen sind, daß sie ihre EDV-, Buchführungs- und anderen Systeme anpassen - und daß des weiteren Kosten in Anbetracht des Vorhandenseins eines doppelten Preissystems und der Tatsache entstehen, daß innerhalb eines möglichst kurzen Zeitraums zwei Währungen in Umlauf sein werden, nämlich die nationale Währung und der Euro, und durch die Notwendigkeit, die Humanressourcen entsprechend auszubilden und die Touristen zu informieren,

Q. in der Erwägung, daß der Kongreß- und Geschäftsreiseverkehr einen weltweit expandierenden Markt darstellt und daß die EU einen großen Anteil an diesem expandierenden Markt für sich gewinnen kann, gerade nach der Einführung des Euro, die die Wettbewerbsvorteile der EU auf diesem Gebiet verstärken wird,

R. in der Erwägung, daß ab 1. Januar 1999 der Grundsatz "kein Zwang, kein Verbot" gelten wird, was bedeutet, daß in einem Zeitraum von drei Jahren die Touristen und die Unternehmen, die im Fremdenverkehrsbereich tätig sind, weiterhin für ihre Verträge, ihre Buchführung, ihre Bankverbindungen usw. ihre nationale Währung verwenden oder sich zu jeder Zeit für den Euro entscheiden können (obwohl er nicht in Form von Banknoten und Münzen in Umlauf ist),

1. stellt fest, daß die Touristen ab 1. Januar 1999 als erste und wichtigste Gruppe den Euro benutzen und bekanntmachen und so die unmittelbaren Vorteile der europäischen Währung in Form des Wegfalls der Provisionskosten und der Differenz zwischen An- und Verkaufskursen erfahren werden;

2. ist der Auffassung, daß der Euro ein Instrument sein könnte, um die Lage des europäischen Fremdenverkehrs entscheidend zu verbessern, und daß er weltweit eine Erhöhung des Marktanteils des Fremdenverkehrs bewirken kann;

3. ist der Auffassung, daß die Tourismuswirtschaft von ihrem guten Kundenservice lebt und daher der Übergang zum Euro für sie mit besonderen Herausforderungen verbunden ist;

4. ist der Auffassung, daß die Akteure des Tourismus (Reiseveranstalter, Hoteliers, Gastwirte sowie Beförderungsbetriebe usw.) täglich millionenfach Kundenkontakte haben und somit bei der Informationstätigkeit eine konstruktive Rolle einnehmen können;

5. empfiehlt daher der Tourismuswirtschaft, im Zeichen von gutem Service die Kundenwünsche im Zusammenhang mit der Umstellung auf den Euro flexibel zu erfüllen; stellt fest, daß in diesem Sinne die Betriebe sich darauf einstellen sollten, daß gewisse Kunden bereits ab Anfang 1999 die Rechnung in Euro ausgestellt haben wollen und Wert darauf legen werden, unbar in Euro zu zahlen;

6. empfiehlt, daß sowohl die Europäische Union als auch die Mitgliedstaaten ihre externen Vertretungen nutzen, um sich bei den potentiellen Touristen, den Reiseveranstaltern, die Touristen in die Europäische Union senden, und den möglichen Investoren für den Euro stark zu machen;

7. empfiehlt, daß sich die Kommission bei den wichtigsten Hotelketten für den Euro als Instrument der Sicherheit und Stabilität ihrer Investitionen einsetzt;

8. empfiehlt, daß alle Fremdenverkehrsverbände so bald wie möglich damit beginnen, ihre Preise in Euro anzugeben; empfiehlt die Festlegung spezifischer Programme zur Förderung des Fremdenverkehrs im Hinblick auf die Euro-Vorbereitung (insbesondere die Umstellung der EDV und den Kauf neuer Kassensysteme) und vor allem zur Verbreitung des Euro durch den Fremdenverkehr, so daß die Mitgliedstaaten und alle mit dem Sektor verbundenen Verbände so rasch wie möglich anfangen müssen, ihre Erzeugnisse und Preise in Euro zu präsentieren, und daß diese Programme alle Länder der Euro-Zone mit besonderer Berücksichtigung der entlegenen Regionen mit einschließen;

9. empfiehlt, die besonders schwierige Situation der Tourismusbetriebe in den an die künftige Eurozone grenzenden Regionen durch den Ausbau von Programmen, insbesondere INTERREG, zu erleichtern, dies jedoch nicht zum Nachteil der Betriebe in traditionellen Tourismusregionen;

10. empfiehlt, unverzüglich Programme zur Förderung der Berufsbildung und Anpassung der Humanressourcen des Sektors an die neue Realität der einheitlichen Währung festzulegen, welche die verschiedenen betroffenen Bereiche wie Kundenbetreuung, Verwaltung und Buchführung, Aspekte steuerlicher Art, Marketing und Umfang der Verkäufe usw. berücksichtigen;

11. bekräftigt die Notwendigkeit,daß in den oben genannten Programmen der ökologisch und nachhaltig ausgerichtete Tourismus Berücksichtigung findet; empfiehlt, durch Informationskampagnen den regional orientierten Fremdenverkehr zu fördern, um so die durch das Reisen entstehenden Umweltbelastungen zu verringern;

12. empfiehlt, der Mitarbeiterinformation besondere Bedeutung beizumessen; stellt fest, daß exakte Informationen zum Euro auf Kundenanfragen nur dort gegeben werden können, wo diese frühzeitig genug an die Mitarbeiter herangetragen wurden;

13. empfiehlt, in den Kampagnen zur Unterrichtung und Aufklärung der Bürger ausdrücklich die Vorteile des Euro für die Touristen herauszustellen, wobei nicht vergessen werden darf, daß der Erfolg des Vorhabens der einheitlichen Währung zum Großteil von der Akzeptanz dieser Währung durch die Bürger abhängt; stellt fest, daß insbesondere Kampagnen wünschenswert wären, die für spezifische Bürgergruppen durchgeführt werden, wie zum Beispiel die älteren Menschen, die Jugendlichen, die Blinden und andere Gruppen, die in Anbetracht ihrer besonderen Bedürfnisse am meisten von der Möglichkeit profitieren werden, bei Reisen innerhalb der Euro-Zone eine einzige Währung zu verwenden;

14. bekräftigt die Notwendigkeit, Maßnahmen zum Schutz der Touristen als Verbraucher zu ergreifen, da viele Waren oder Dienstleistungen im Fremdenverkehrsbereich naturgemäß im voraus auf der Grundlage vorheriger Informationen gezahlt werden, so daß Kampagnen zur Unterrichtung und Verbreitung notwendig sind;

15. empfiehlt der Tourismuswirtschaft, frühzeitig mit freiwilliger Information und Aufklärung der Gäste zu beginnen; hält es vor allem für wichtig, durch klare Angaben dem Verdacht entgegenzuwirken, daß die Währungsumstellung zu ungerechtfertigten Preissteigerungen mißbraucht werden soll;

16. empfiehlt, gerade auch im Tourismus von der Möglichkeit der Aufrundung so sparsam wie möglich Gebrauch zu machen, da die Gäste die Preisgestaltung nach Einführung des Euro sicher sehr aufmerksam verfolgen werden;

17. empfiehlt, daß die nationalen, regionalen und lokalen Behörden die Belange des Fremdenverkehrs im Prozeß der Anpassung an den Euro, insbesondere in steuerlicher Hinsicht, berücksichtigen;

18. schlägt deshalb vor, Wettbewerbsverzerrungen wie die Erhebung von antiquierten und den Tourismus schädigenden nationalen Sondersteuern auf Dienstleistungen rasch abzuschaffen;

19. empfiehlt, daß Maßnahmen zur Präferenzbehandlung in buchführungsmäßiger und steuerlicher Hinsicht, insbesondere ein kürzerer Amortisierungszeitraum für direkte oder indirekte Investitionen in Verbindung mit dem Prozeß der Einführung der einheitlichen Währung getroffen werden, soweit diese nachweislich mit der Einführung des Euro in Verbindung stehen;

20. fordert im Hinblick auf die Verschärfung des Wettbewerbs für Tourismusbetriebe dazu auf, alle Anstrengungen zu unternehmen, um für die zigtausend kleinen Familienbetriebe im Tourismus ohne Zugang zum Kapitalmarkt spezielle Finanzierungsprogramme für die Umstellung auf den Euro und die künftige Investitionsfinanzierung bereitzustellen;

21. empfiehlt, alle Maßnahmen zu treffen, die auf die Harmonisierung der Steuern abzielen, die Auswirkungen auf den Sektor haben, insbesondere der Mehrwertsteuer, damit die unterschiedliche steuerliche Behandlung nicht den Wettbewerb verzerrt und die Transparenz des Preismechanismus möglichst groß wird;

22. hält es für angebracht, alle Anstrengungen zu unternehmen, um die komplexen und schwer nachvollziehbaren Mehrwertsteuerregelungen im Reisebüroverkehr wesentlich zu vereinfachen;

23. empfiehlt den großen Unternehmen für Tourismusdienstleistungen und den Fremdenverkehrsunternehmen - Transport, Kommunikationen, Energie usw. -, so rasch wie möglich den Euro als offizielles Zahlungsmittel einzuführen;

24. empfiehlt, so rasch wie möglich einige noch fortbestehende praktische Probleme zu lösen;

25. hält es für wünschenswert, daß in Anbetracht der geringen Größe der Unternehmen des Sektors der Zeitraum, in dem beide Währungen, nämlich die nationale Währung und der Euro, in Umlauf sind,auf ein Minimum beschränkt wird;

26. empfiehlt den Fremdenverkehrsunternehmen in Anbetracht der Tatsache, daß dieser Zeitpunkt bereits feststeht, weitgehend auf elektronische Zahlungsmittel zurückzugreifen, deren Tarife infolge intensiver Nutzung und eines verstärkten Wettbewerbes möglichst attraktiv zu gestalten sind;

27. empfiehlt den Organen der EU, die bedeutenden touristischen Ereignisse in Europa - die Weltausstellungen (Lissabon 1998 und Hannover 2000), die Fußballweltmeisterschaft (Frankreich 1998), das Jubiläum 2000 in Rom und das Millennium in London - als vorzügliche Gelegenheiten zu nutzen, mit Hilfe der großen Touristenströme nach Europa und innerhalb Europas für den Euro zu werben;

28. empfiehlt den Hoteliers, frühzeitig eine freiwillige doppelte Preisdarstellung, besonders gegenüber den Reiseveranstaltern und Reisemittlern, zu wählen; stellt fest, daß die Preisverzeichnisse für die Wintersaison 2001/2002 nach Tunlichkeit bereits auf der Kalkulation in Euro beruhen sollten;

29. schlägt vor, daß die Kommission ab dem Jahre 2002 in ihren Berichten über den Fremdenverkehr in der EU ein Kapitel dem Einfluß des Euro auf die Fremdenverkehrsbewegung und die Investitionen im Fremdenverkehrssektor widmet;

30. empfiehlt Reisebüros, die mit elektronischem Reservierungssystem arbeiten, sich rechtzeitig darüber zu informieren, ab wann die Systeme mehrwährungsfähig ausgestattet sind;

31. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung der Kommission und dem Rat sowie den Regierungen und Parlamenten der Mitgliedstaaten zu übermitteln.