

4 GEGENMASSNAHMEN

4.1 Bekämpfung

Die Bekämpfung des Schwarztourismus' ist ein zweiseitiges Schwert. Zum einen sind juristische Maßnahmen seitens der regulären Veranstalter durchaus möglich und gerechtfertigt, zum anderen stehen sie alle vor einem gesellschaftlichen Problem (siehe auch Seite 33). Wer geht schon juristisch und mit aller Härte gegen seinen Pfarrer oder Freund aus dem Verein vor? Daher sind konkrete und publikumswirksame Aktionen oder Prozesse gegen Schwarztouristiker durch die Touristikbranche, durch die Tourismusverbände, die Versicherungswirtschaft oder andere Geschädigte selten bis kaum vorzufinden. Auch der RDA sieht es ähnlich. Mit juristischen Aktionen gegen die Schwarztouristiker vorzugehen, hält Dieter Gauf für wenig erfolgsversprechend¹⁰⁹.

Als das bisher einzig probate **Mittel gegen Schwarztourismus** gilt innerhalb der Branche die verstärkte Aufklärung von unwissenden Betroffenen. Ebenso wird beim Endverbraucher mehr Sensibilität und Wissen gefordert, insbesondere über die jeweiligen Risiken. Auch der DRV folgt schon seit Jahren der Politik der Aufklärung. Ziel ist es zum einen, über den wirtschaftlichen Schaden aufzuklären, der den regulären Veranstaltern entsteht, und zum anderen, den Schwarztouristiker und dessen Kunde über seine Risiken zu informieren¹¹⁰.

Michael Schwägerl, der Geschäftsführer des Bayerischen Hotel und Gaststättenverbandes Bezirk Unterfranken, unterstützt die Notwendigkeit der Bekämpfung des Schwarztourismus'. Heute würden zunehmend auch Gastronomie- und Hotel-

¹⁰⁹ Gespräch mit Dieter Gauf, Hauptgeschäftsführer des RDA, 27.8.2001

¹¹⁰ Vgl. http://www.driv.de/aktuell_haupt1.html

lerieunternehmen Pauschalreisepakete anbieten, doch mangels der Entgegennahme von Vorauszahlungen treffe diese Unternehmen zumindest nicht die sonst erforderliche Insolvenzabsicherung. Doch betont auch Michael Schwägerl, daß für diese Unternehmen ein erhebliches Haftungsrisiko gegeben sei, das nur durch entsprechende Versicherungen abgedeckt werden könne. Seiner Meinung nach böten sich hier vor allem die Erweiterung der Betriebshaftpflichtversicherung bzw. Zusatzversicherungen an¹¹¹.

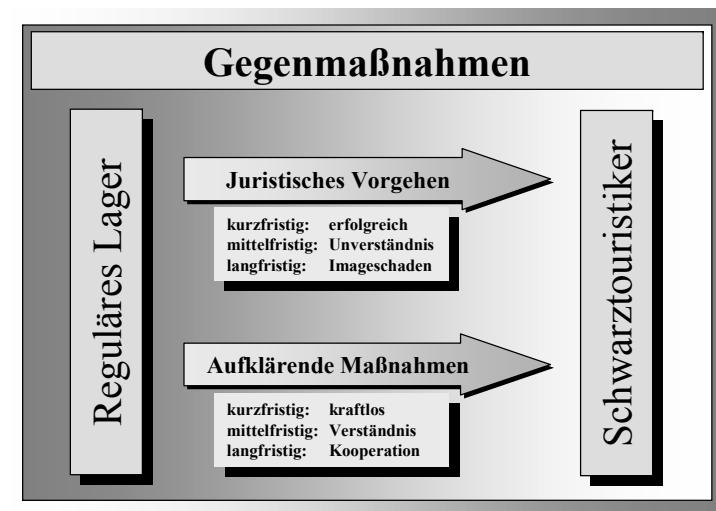


Abbildung 4-1: Formen und Effekte schwarztouristischer Gegenmaßnahmen

Quelle: Ulysses - Web-Tourismus

¹¹¹ Vgl. Sitzung der Herbstsitzung des Tourismusausschusses der IHK Würzburg-Schweinfurt, Oktober 2000, S. 2

Als erste Wahl der Bekämpfungsmaßnahmen ist immer noch eine breit angelegte **Aufklärungskampagne** anzusehen. Diese muß sich an die Anbieter von Schwarztouristik-Reisen wenden und diese auf mögliche Probleme und Gefahren hinweisen. Bei einer solchen Aufklärungskampagne sollte auf nachfolgende Punkte ganz besonders hingewiesen werden:

Die Anbieter, Organisatoren oder Veranstalter von Schwarztourismus...

- sind bereits bei der Bündelung von **zwei in etwa gleichgewichtigen** Leistungen Reiseveranstalter;
- sind gesetzlich verpflichtet zum **Insolvenzschutz**;
- übernehmen unter Umständen eine **vollständig private Haftung** für die Reisegruppe;
- sind verpflichtet, vor und während der Reise über deren **Ablauf zu informieren**;
- sind verpflichtet zur **Aufklärung** über etwaige Gefahren auf der Reise oder am Urlaubsort;
- müssen bei Busreisen eine Genehmigung nach dem **Personenbeförderungsgesetz** besitzen;
- sind bei Ausführung von Pauschalflugreisen zur **Anmeldung eines Gewerbes** verpflichtet;
- sind nur in Ausnahmefällen als **steuerbegünstigter Zweckverband** anzusehen;
- setzen sich daher auch der Gefahr aus, **steuerrechtlichen Regelungen** nicht zu entsprechen, bzw. den Anspruch auf die Befreiung von der Körperschaftsteuer zu verlieren.

Trotz all dieser lauenden Gefahren boomt der Markt der Schwarztouristik dennoch. Mit Sicherheit liegt das auch daran, daß den meisten Veranstaltern solcher Reisen nicht im geringsten bewußt ist, worauf sie sich dabei rechtlich einlassen. Vorwiegend in den haftungsrechtlichen Fragen sieht Dieter Grathwohl, Geschäftsführer der Touristik Assekuranz Service GmbH, das Hauptproblem der Schwarztouristik verankert. Dort sei auch der **zentrale Ansatzpunkt aller Aufklärungsmaßnahmen** zu finden. Dennoch geht Grathwohl davon aus, daß der Markt der Schwarztouristik an Bedeutung verliert. Seiner Meinung nach ist das zurückzuführen auf verstärkte öffentliche Diskussionen über das Thema Schwarztourismus sowie reiserechtliche Haftungsfragen in der jüngsten Vergangenheit. Inzwischen wären sich immer mehr Vereine, Schulen und Kirchengemeinden bewußt, welche Haftungsrisiken sie eingehen. Ein Problembereich, der in der Vergangenheit nur zu gerne vernachlässigt wurde. Doch inzwischen sei eine breite Tendenz zu erkennen, die wirklich nicht mehr ganz zeitgemäßen Summen bei Personenschäden angemessener zu gestalten. Allein dadurch würde eine ganz andere, wesentlich intensivere Diskussion zum Thema in Gang gesetzt. Diese mache den Organisatoren und Verantwortlichen schwarztouristischer Leistungen deutlich, in welchem Umfang sie Risiken eingingen¹¹². Laut Christian Boergen kommt bei den Aufklärungsmaßnahmen auch den Reisebüros eine bedeutende Rolle zu, da jene vor allem den Kontakt zum Kunden haben. An den Reisebüro-Countern müsse auf die Gefahren und Risiken schwarztouristischer Reisen hingewiesen werden. Zusätzlich könnten die Reiseagenturen vor allem **durch Leistung überzeugen**. Wenn den Schwarztouristikern bewußt werde, daß Reiseveranstalter und Reisebüros preisgünstiger und professioneller organisieren, werde das mit Sicherheit ebenso dazu beitragen, das Schwarztourismus-Aufkommen zu senken. Zu guter Letzt erwartet der DRV aber auch von Seiten des Staates, und dort insbesondere der Gewerbeaufsicht, mehr Durchgreifen und Engagement genauso wie auch von den

¹¹² Gespräch mit Dieter Grathwohl, Geschäftsführer Touristik Assekuranz Service GmbH, 2.8.2001

Medien: Diese könnten Aufklärungsmaßnahmen noch besser unterstützen und wesentlich dazu beitragen, Schwarztouristikern sowie deren Kunden deutlich zu machen, auf welch rechtlich dünnem Eis sie sich bewegen¹¹³.

Immer noch werden diese Risiken – fahrlässig - bagatellisiert. Doch diejenigen, denen die Risiken bewußt sind, wissen, daß gerade das Feld der **Schwarztouristik** eine **äußerst lukrative Nische** im Reisemarkt darstellen kann.

4.2 Aufklärung

Abschließend sollen noch „weiche“ Maßnahmen angesprochen werden, die gegen den Schwarztourismus und dessen Verbreitung gerichtet sind. Seit Jahren bemühen sich der ASR und der DRV um Aufklärungsmaßnahmen in Bezug auf den Schwarztourismus und seine Auswirkungen und Konsequenzen.

Christian Boergen sieht daher auch das Schwarztourismus-Aufkommen in den letzten Jahren rückläufig. Dies liege vor allem in den Neuregelungen des Pauschalreiserechts und wird mit der obligatorischen Insolvenzabsicherung begründet¹¹⁴. **Hilfe zur Selbsthilfe** empfiehlt Gerhard Knappe daher den Geschädigten durch den Schwarztourismus. So sollten die professionellen Unternehmen, die schließlich Steuern zahlen, auch auf kostenfreie Leistungen des Staates oder staatlicher Institutionen zurückgreifen. Oftmals könnten und müßten z.B. die ansässigen Fremdenverkehrsvereine oder -ämter die Unternehmen unterstützen. Ein Vorteil, der den Anbietern schwarztouristischer Leistungen nicht offenstehe. Für das Veranstalterlager empfiehlt Gerhard Knappe vor allem die **Strategie der konsequenten Leistungsverbesserung** und der **kundengerechteren Angebotsausrichtung**. Eine Empfehlung, die sich übrigens perfekt mit der bereits angesprochenen Nischenstrategie deckt. Grundsätzlich verfügten die professionellen Anbieter über ein wesentlich größeres Netzwerk, welches nicht nur eine bessere Flexibilität,

¹¹³ Gespräch mit Christian Boergen, Leiter der Kommunikation beim DRV, 20.8.2001

¹¹⁴ Gespräch mit Christian Boergen, Leiter der Kommunikation beim DRV, 20.8.2001

sondern auch eine breitere Leistungsvielfalt ermögliche. Schwarztouristiker hingegen gingen stets „punktuell“ vor, und seien auf das Angebot und die Möglichkeiten vor Ort zwingend angewiesen¹¹⁵.



Abbildung 4-2: Markteteiligte und Maßnahmen einer Aufklärungskampagne
Quelle: Ulysses – Web-Tourismus

Glaubt man der Meinung der Experten kann im Grunde dem Schwarztourismus nur durch Aufklärung nachhaltig begegnet werden. Prof. Dr. Seitz empfiehlt daher auch anhaltende PR-Maßnahmen seitens der Touristikbranche. Hier sitzen alle in einem Boot und müßten daher auch am selben Strang ziehen. Einzelaktionen seien gewiß weniger erfolgreich als eine breit angelegte Aufklärungskampagne über einen längeren Zeitraum. Auch die nicht-touristischen Medien können hier dienlich sein und auf die Problematik hinweisen. Zwar sieht auch Seitz Handlungsbedarf bei den Behörden und den Gewerbeaufsichtsämtern, doch sei hier nicht viel

¹¹⁵ Gespräch mit Gerhard Knappe, Präsident des ASR, 16.8.2001