



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

# Nationale Tourismusstrategie

*Aktionsplan des Bundesministeriums  
für Wirtschaft und Energie*



[bmwi.de](https://www.bmwi.de)

## Impressum

### Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
www.bmwi.de

### Stand

Juni 2021

Diese Broschüre wird ausschließlich als Download angeboten.

### Gestaltung

PRpetuum GmbH, 80801 München

### Bildnachweis

Adobestock / engel.ac (S. 15)  
DZT / Francesco Carovillano (S. 4/5)  
DZT / Jens Wegener (Titel, S. 9, 10/11)  
DZT / Michael Neumann (S. 24/25, 38/39)  
DZT / Florian Trykowski (S. 26/27)  
DZT / Christoph Jorda (S. 37)  
Szymon Nitka, Znajkraj (für DZT) (S. 20/21)  
Touristeninfo Sigmaringen / Christoph Düpper (S. 18/19)  
ZweiTälerLand Tourismus / Patrick Kunkel (S. 2/3)

### Zentraler Bestellservice für Publikationen der Bundesregierung:

E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)

Telefon: 030 182722721

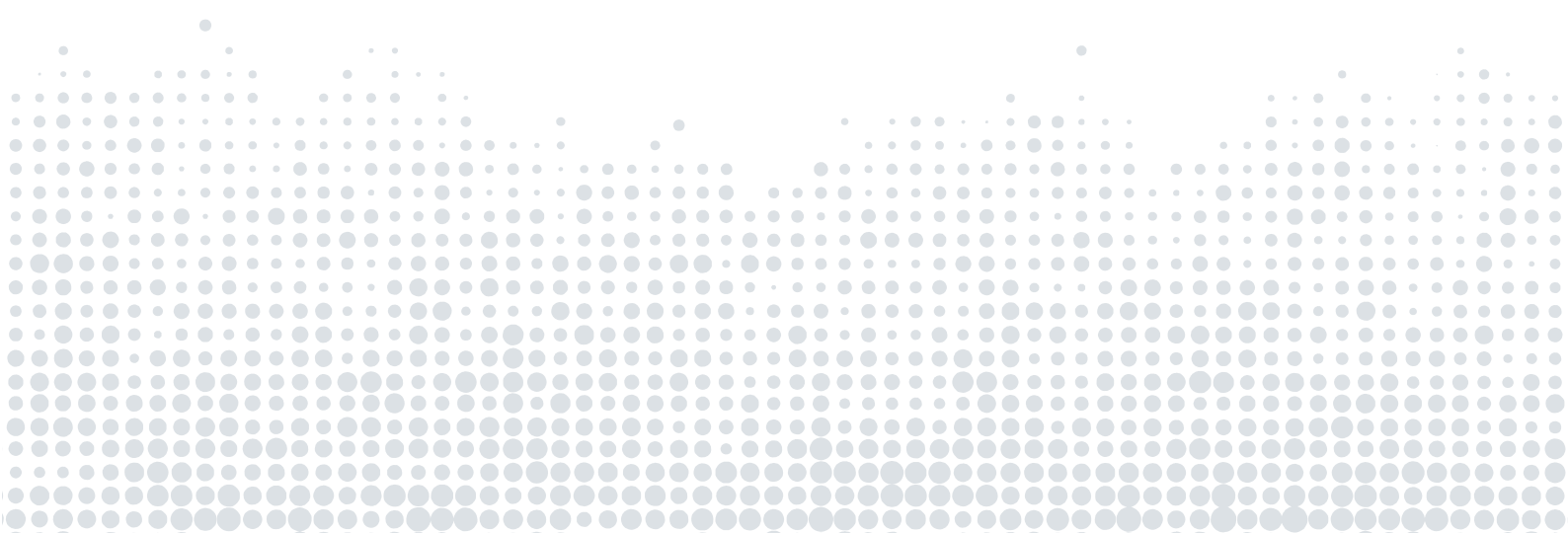
Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament.



# Inhaltsverzeichnis

Nationale Tourismusstrategie.....	2
Erfolgsbranche Tourismus.....	4
Auswirkungen von COVID-19 auf die Tourismuswirtschaft.....	10
Krisenmanagement als Gebot der Stunde.....	18
Ausgewählte wirtschaftliche Unterstützungsmaßnahmen des Bundes.....	20
Strategieentwicklung in Zeiten der Pandemie.....	24
<b>Neustart und mittelfristige Maßnahmen.....</b>	<b>26</b>
I.    Lebensqualität von und durch nachhaltigen Tourismus steigern.....	28
II.   Digitalisierung – Tourismuspolitik in Zeiten veränderten Reiseverhaltens.....	29
III.  Wirkungsvolle Tourismuspolitik für den Tourismusstandort Deutschland.....	30
IV.  Zeitgemäße Vermarktung des Reiselandes Deutschland.....	31
V.    Wissen erweitern und Kompetenzen für eine starke Tourismuspolitik sichern.....	32
VI.  Verbesserte tourismuspolitische Zusammenarbeit in agilen Strukturen.....	33
VII. Fördermöglichkeiten für die Tourismusbranche sichtbar machen.....	34
VIII. Tourismuspolitik zukünftig noch stärker als Strukturpolitik verstehen.....	35
IX.  Tourismus als Beitrag zu Stabilität und Frieden in der Welt wahrnehmen.....	36
<b>Ausblick.....</b>	<b>38</b>
<b>Weiterführende Links.....</b>	<b>40</b>





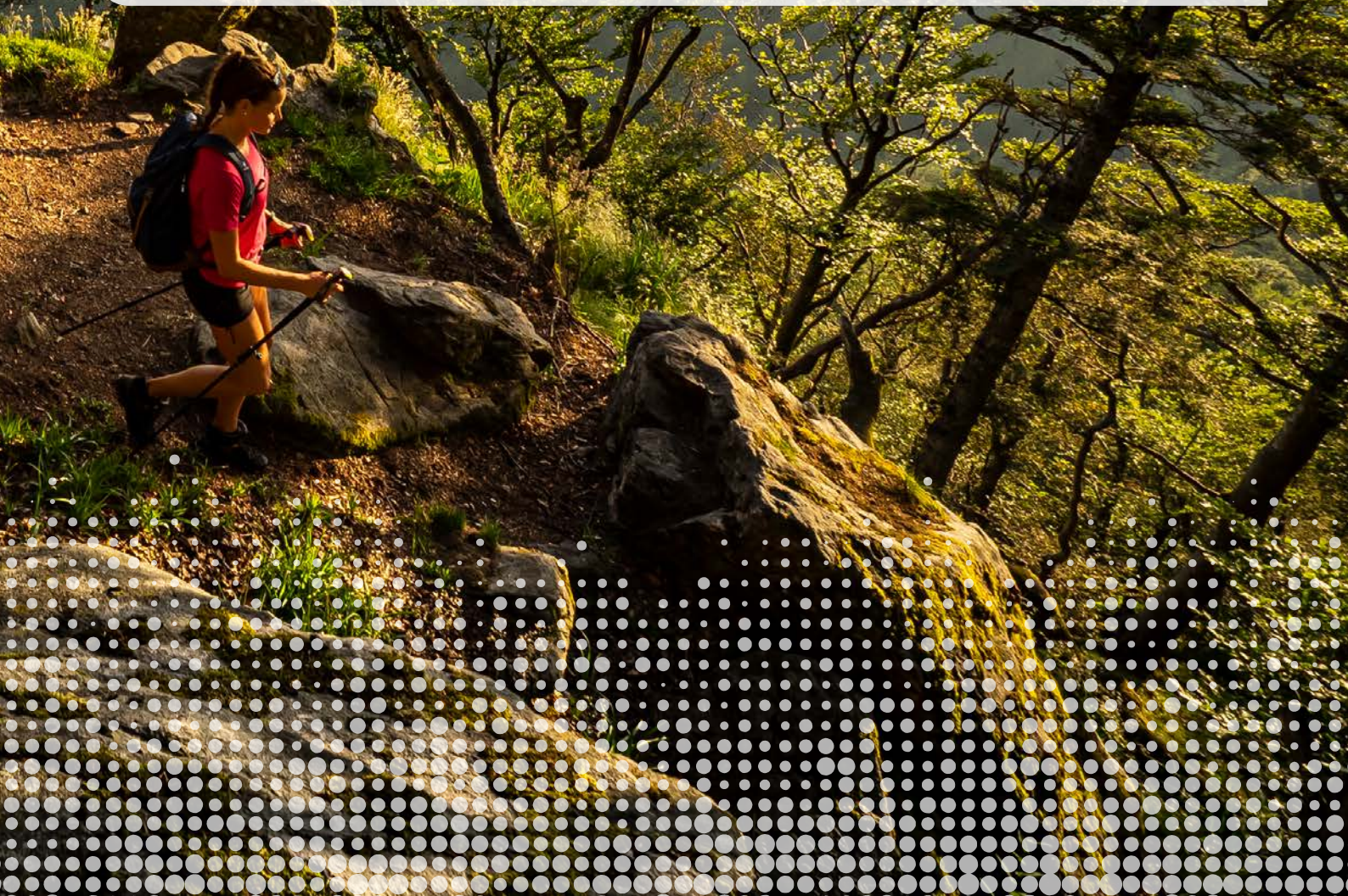
# Nationale Tourismusstrategie





Die nationale Tourismusstrategie richtet den Blick auf die Zukunft des Tourismus in Deutschland. Sie ist ein langfristig angelegtes Projekt, das in der 19. Legislaturperiode begonnen wurde, und baut auf gemeinsamen [Eckpunkten der Bundesregierung](#) vom 30. April 2019 zu Zielen, Handlungsfeldern und Verfahren auf. Darin wurde vereinbart, einen Aktionsplan für eine nationale Tourismusstrategie zu erarbeiten. Die nationale Tourismusstrategie soll in den kommenden Jahren den Akteuren im Tourismus Orientierung bieten und gleichzeitig den Wandel des Tourismusstandorts Deutschland zukunftsgerichtet begleiten. Dabei ist sie den strategischen Zielen verpflichtet, die inländische Wertschöpfung zu erhöhen, die Lebensqualität der in Deutschland lebenden Menschen nachhaltig zu steigern und zu internationaler Stabilität beizutragen.

Zu beachten ist, dass die COVID-19-Pandemie sowohl die Prioritäten der Bundesregierung als auch das Koordinatensystem der Tourismuswirtschaft dabei noch einmal erheblich verschoben hat. Die Bewältigung der gesundheitlichen Krise und der daraus resultierenden wirtschaftlichen Verwerfungen steht seit März 2020 an erster Stelle und bindet auf allen Seiten große Ressourcen. Die Auswirkungen der Pandemie haben zudem viele Herausforderungen deutlicher vor Augen geführt. Vor allem wurde klar: Strategische Betrachtungen zum Tourismus müssen auch die Punkte Flexibilität und Resilienz umfassen. In diesem Kontext stehen auch die Arbeiten an der nationalen Tourismusstrategie.





# Erfolgsbranche Tourismus



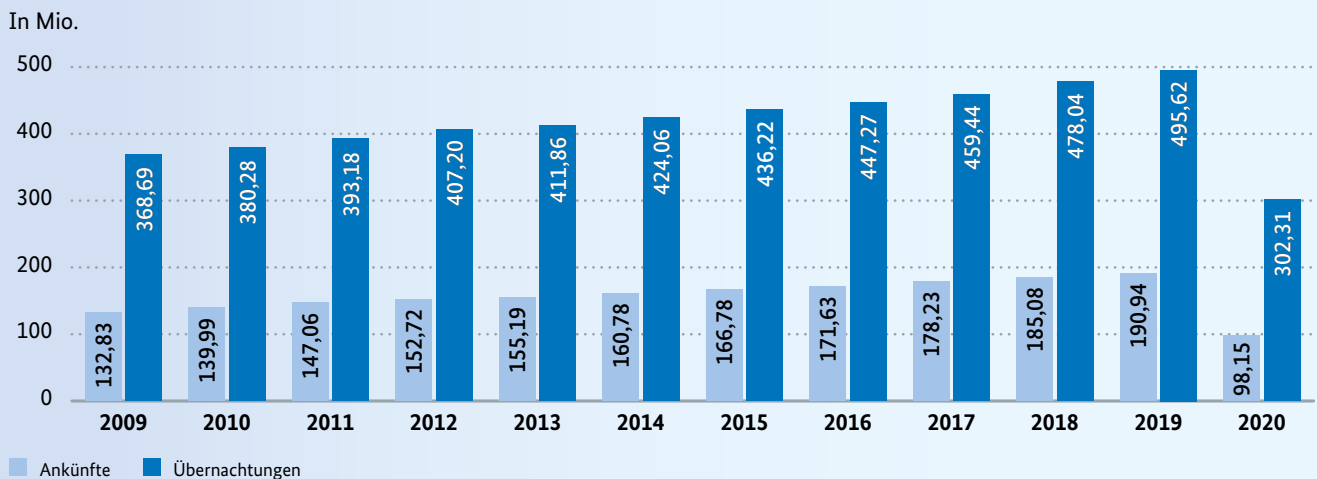


Bis zur Ausbreitung des COVID-19-Virus im Frühjahr 2020 war die Entwicklung des Tourismusstandortes Deutschland vor allem eins: von Wachstum geprägt.

Deutschland verzeichnete im Jahr 2019 laut Statistischem Bundesamt rund 495 Millionen Übernachtungen.

Und auch der Tagestourismus ist in Deutschland ein beträchtlicher Wirtschaftsfaktor. Im Jahr 2018 wurden Untersuchungen zufolge 3,5 Milliarden Tagesreisen in Deutschland durchgeführt, die einen Jahresumsatz von über 100 Milliarden Euro generiert haben (dwif Tagesreisemonitor 2019).

Abbildung 1: Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben in Deutschland



Ab 2011: Ab dem Berichtsjahr 2011 liegt der Monatserhebung im Tourismus eine neue Abschnidegrenze für die Auskunftspflicht zugrunde. Bei den Beherbergungsbetrieben wurde die Mindestanzahl der Schlafgelegenheiten von 9 auf 10 bzw. bei den Campingplätzen von 3 auf 10 Stellplätze angehoben. Ankünfte und Übernachtungen: einschließlich Campingplätze.

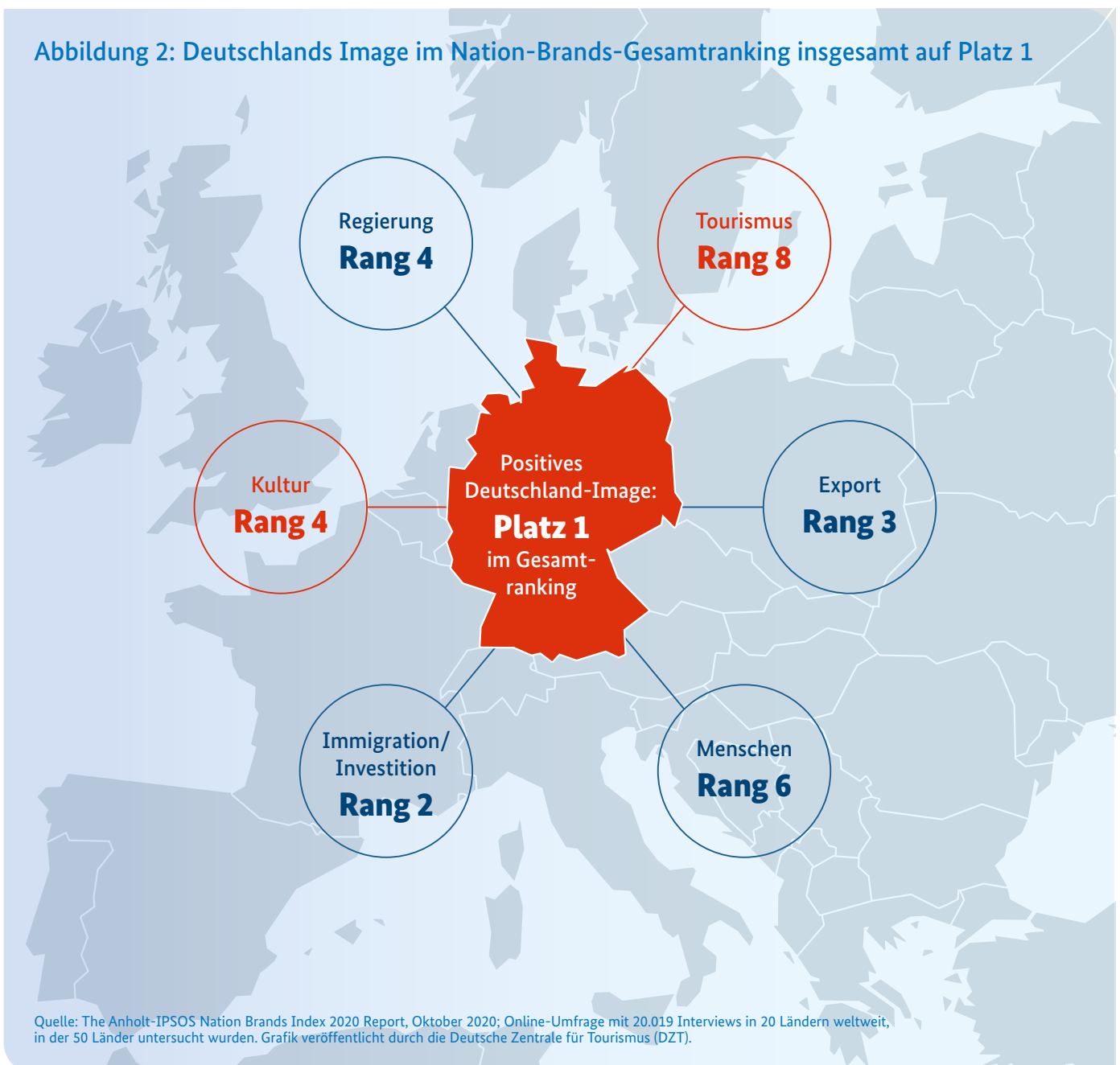
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2021. Stand: 19.05.2021 / 15:59:36



Ebenso hat sich der Incoming-Tourismus bis zum Ausbruch der COVID-19-Pandemie positiv entwickelt. Wesentlich dazu beigetragen hat das positive Image, das das Reiseland Deutschland weltweit genießt, wie der „Nation Brands Index“ zeigt, der

die aktuelle Reputation eines Landes in sechs Feldern zeigt, die sich wiederum aus 30 Standortfaktoren zusammensetzen. In allen sechs Segmenten ist Deutschland dieses Jahr unter den Top Ten und insgesamt auf Platz Eins.

Abbildung 2: Deutschlands Image im Nation-Brands-Gesamtranking insgesamt auf Platz 1





Im Jahr 2019 konnte laut Statistischem Bundesamt mit circa 89,9 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste bei einem Wachstum von circa 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr das zehnte Rekordergebnis in Folge erreicht werden.

Davon entfielen 60,8 Mio. Reisen auf europäische Gäste. Somit war Deutschland der zweitbeliebteste Zielmarkt der Europäer, nach Spanien und vor Italien. Im Krisenjahr 2020 konnte die Destination Deutschland sogar Marktanteile gewinnen und lag mit 23,9 Millionen Reisen an der Spitze der Zielmärkte der Europäer.

Abbildung 3: 2019: Deutschland seit 19 Jahren konstant in den Top 10 weltweit beliebtester Reiseziele



Quelle: World Tourism Organization (UNWTO) 2020 / Grafik veröffentlicht durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT).

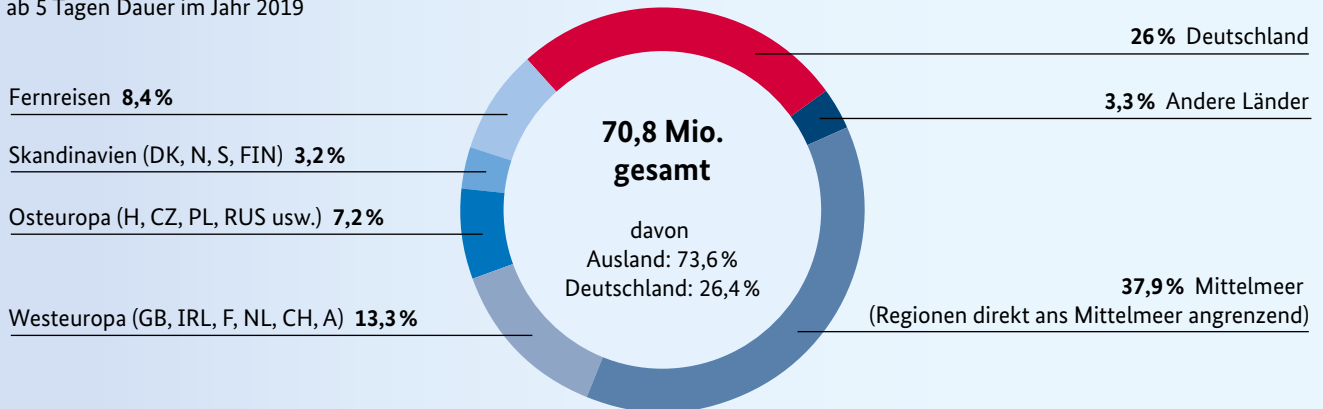


Im Jahr 2019 machten die Deutschen laut Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. ins-

gesamt 70,8 Millionen Urlaubsreisen ab fünf Tagen, davon führten 52 Millionen ins Ausland.

**Abbildung 4: Die Urlaubsziele der Deutschen weltweit**

Anzahl der Urlaubsreisen der Deutschen ab 5 Tagen Dauer im Jahr 2019



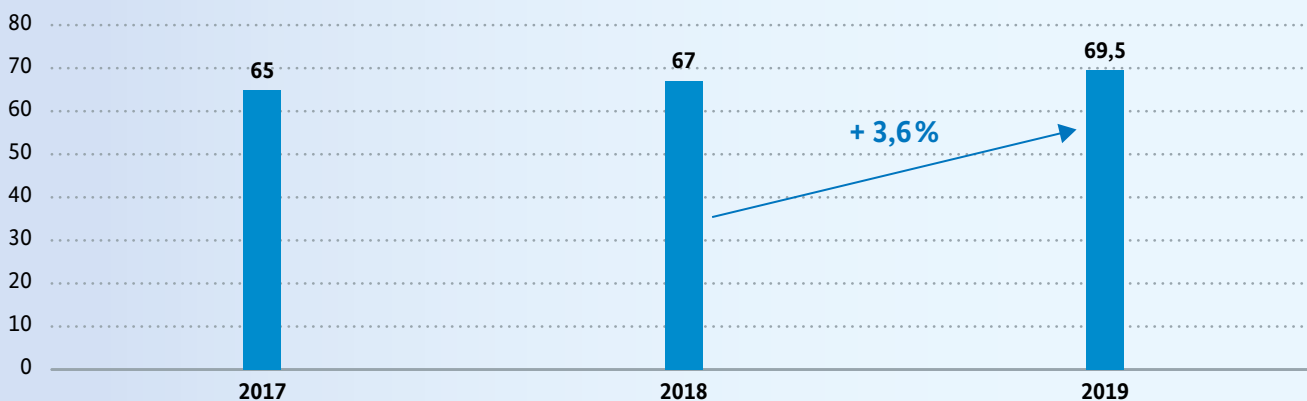
Quelle: Reiseanalyse 2020, Deutscher Reiseverband

Die Ausgaben der Deutschen für ihre Auslandsreisen erreichten im Jahr 2019 einen Höchstwert von 82,7 Milliarden Euro. Dabei belief sich der Umsatz der vor Reiseantritt gebuchten Reiseleistungen für

Privat- und Urlaubsreisen ab einer Übernachtung im Veranstalter- und Vertriebsmarkt der deutschen Outbound-Touristik auf 69,5 Milliarden Euro.

**Abbildung 5: Fünf Prozent Plus: Reiseausgaben der Deutschen steigen deutlich**

In Mrd. Euro



Quelle: Deutscher Reiseverband; die Ausgaben beziehen sich auf vor Reiseantritt gebuchte Privat- und Urlaubsreisen.



Die Stärke der deutschen Tourismusbranche gründet auch auf der Zusammenarbeit untereinander, denn im Tourismus sind viele Akteure auf ein funktionierendes Miteinander angewiesen. Zudem stärkt der Tourismus andere Wirtschaftsbereiche und fungiert als Treiber für Landwirtschaft, Bauindustrie oder Fahrzeug- und Flugzeugbau. Berücksichtigt man sowohl die indirekten als auch die durch den Tourismus direkt ausgelösten Effekte entlang der Wertschöpfungskette, ergibt

sich laut der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland“ (BMWi 2017) eine Gesamtbruttowertschöpfung von 287,2 Milliarden Euro für das untersuchte Bezugsjahr 2015. Laut dieser Studie waren etwa 2,92 Millionen Erwerbstätige direkt im Tourismus beschäftigt. Darüber hinaus stieg die Zahl der Beschäftigten, die direkt oder indirekt mit dem Tourismus in Verbindung stehen, auf 4,17 Millionen.





# Auswirkungen von COVID-19 auf die Tourismuswirtschaft





Die gesamten Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Tourismuswirtschaft sind derzeit noch nicht absehbar. Der Deutsche Tourismusverband und das Beratungsunternehmen

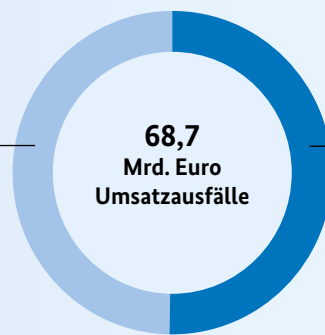
dwif beziffern die Umsatzausfälle im Deutschland-Tourismus allein für die Monate März bis Dezember 2020 auf 68,7 Milliarden Euro.

### Abbildung 6: Wirtschaftliche Verluste durch die Corona-Krise

Hochgerechnete Umsatzausfälle für März bis Dezember 2020 in Deutschland

**34,7 Mrd. Euro**

**fehlende Umsätze durch Übernachtungstourismus**  
(Beherbergung, Gastronomie, Sport, Unterhaltung, Freizeit, Kultur, MICE etc.)



**34,0 Mrd. Euro**

**fehlende Umsätze durch Tagestourismus**  
(Gastronomie, Sport, Unterhaltung, Freizeit, Kultur, MICE etc.)

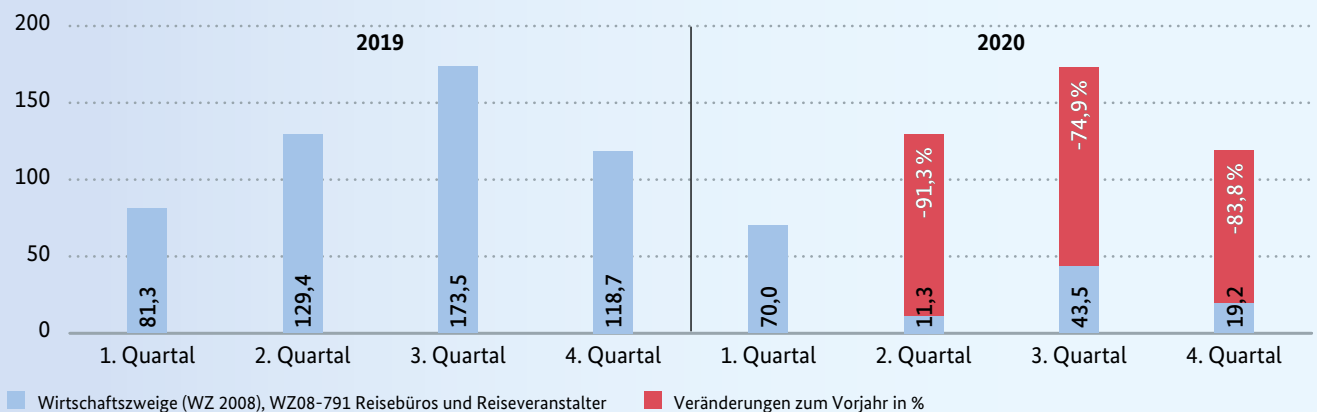
Quelle: dwif: dwif-Corona-Kompass, 2021, erschienen in: Deutscher Tourismusverband: Zahlen Daten Fakten. Das Tourismusjahr 2020 im Rückblick.

Auch wenn die Touristikbranche als traditionell krisenanfällige Branche besondere Strategien zur Abfederung bedrohlicher Ereignisse wie Terroranschläge, Naturkatastrophen oder zyklische Konjunkturschwankungen entwickelt hat, stellt die COVID-19-Pandemie die Branche vor bisher

unbekannte Herausforderungen. Ausweislich der Erhebungen des Statistischen Bundesamtes haben Reiseveranstalter und Reisebüros im Jahr 2020 drastische Umsatzrückgänge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erlitten:

### Abbildung 7: Indizes des Umsatzes im Dienstleistungsbereich Deutschland

Umsatz (2015=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2021 | Stand: 20.05.2021 / 13:57:29



Auch das Gastgewerbe in Deutschland wurde von der COVID-19-Krise schwer getroffen:

**Tabelle 1: Realer Umsatz im Gastgewerbe (Messzahlen und Veränderungsraten) von März 2020 bis einschließlich Februar 2021 im Vergleich zum selben Zeitraum im Vorjahr: Deutschland**

Monat/WZ	Gastgewerbe (insgesamt)			(55) Beherbergung			(551) Hotels, Gasthöfe und Pensionen		
	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %
<b>März</b>	99,9	54,9	-45,0	98,7	49,5	-49,8	100,5	49,5	-50,7
<b>April</b>	101,4	25,5	-74,9	101,3	13,5	-86,7	100,7	11,8	-88,3
<b>Mai</b>	109,7	40,5	-63,1	112,2	23,8	-78,8	113,0	21,6	-80,9
<b>Juni</b>	112,0	66,1	-41,0	116,2	56,6	-51,3	114,7	53,4	-53,4
<b>Juli</b>	112,3	84,8	-24,5	115,0	81,9	-28,8	111,8	77,5	-30,7
<b>August</b>	113,1	90,1	-20,3	115,0	92,0	-20,0	112,0	87,4	-22,0
<b>September</b>	114,2	88,9	-22,2	122,9	90,6	-26,3	123,4	88,8	-28,0
<b>Oktober</b>	111,1	77,1	-30,6	117,1	73,8	-37,0	118,6	72,4	-39,0
<b>November</b>	101,8	33,5	-67,1	100,3	19,8	-80,3	104,0	19,0	-81,7
<b>Dezember</b>	106,7	31,4	-70,6	96,6	17,6	-81,8	99,8	16,8	-83,2
<b>Januar</b>	86,8	27,2	-68,7	80,2	14,7	-81,7	81,0	12,8	-84,2
<b>Februar</b>	88,8	27,4	-69,1	85,4	15,2	-82,2	86,9	14,5	-83,3
<b>Ø März – einschließlich Februar</b>	<b>104,8</b>	<b>54,0</b>	<b>-48,5</b>	<b>105,1</b>	<b>45,8</b>	<b>-56,5</b>	<b>105,5</b>	<b>43,8</b>	<b>-58,5</b>

Monat/WZ	(552) Ferienunterkünfte und ähnliche Beherbergungsstätten			(553) Campingplätze			(56) Gastronomie		
	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019– 29.02.2020	01.03.2020– 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %
<b>März</b>	72,6	41,4	-43,0	102,6	62,3	-39,3	100,5	57,9	-42,4
<b>April</b>	98,2	15,3	-84,4	136,7	71,1	-48,0	101,5	32,3	-68,2
<b>Mai</b>	103,0	32,5	-68,4	106,7	79,3	-25,7	108,2	49,9	-53,9
<b>Juni</b>	122,9	71,6	-41,7	162,5	152,9	-5,9	109,6	71,4	-34,9
<b>Juli</b>	136,1	110,5	-18,8	190,2	191,7	0,8	110,7	86,5	-21,9
<b>August</b>	133,2	122,3	-8,2	192,4	210,8	9,6	112,1	89,0	-20,6
<b>September</b>	117,5	98,0	-16,6	121,2	147,5	21,7	109,2	87,9	-19,5
<b>Oktober</b>	105,6	83,1	-21,3	84,1	100,2	19,1	107,6	78,9	-26,7
<b>November</b>	63,3	19,8	-68,7	46,5	33,7	-27,5	102,6	41,3	-59,7
<b>Dezember</b>	67,0	17,4	-74,0	43,4	34,0	-21,7	112,4	39,2	-65,1
<b>Januar</b>	55,2	13,8	-75,0	114,3	92,5	-19,1	90,5	34,3	-62,1
<b>Februar</b>	66,8	12,2	-81,7	65,6	39,5	-39,8	90,6	34,3	-62,1
<b>Ø März – einschließlich Februar</b>	<b>95,1</b>	<b>53,2</b>	<b>-44,1</b>	<b>113,9</b>	<b>101,3</b>	<b>-11,0</b>	<b>104,6</b>	<b>58,6</b>	<b>-44,0</b>





Monat/WZ	(561) Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u.Ä.			(562) Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungs- dienstleistungen		
	01.03.2019- 29.02.2020	01.03.2020- 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019- 29.02.2020	01.03.2020- 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %
<b>März</b>	100,0	54,3	-45,7	104,9	75,3	-28,2
<b>April</b>	102,7	29,7	-71,1	99,4	46,9	-52,8
<b>Mai</b>	108,9	51,9	-52,3	109,1	51,2	-53,1
<b>Juni</b>	111,3	77,5	-30,4	107,2	59,5	-44,5
<b>Juli</b>	113,8	96,3	-15,4	104,2	63,8	-38,8
<b>August</b>	115,9	98,4	-15,1	101,6	68,0	-33,1
<b>September</b>	108,2	93,5	-13,6	115,1	80,0	-30,5
<b>Oktober</b>	107,4	83,5	-22,3	109,4	73,7	-32,6
<b>November</b>	100,5	36,6	-63,6	111,8	65,9	-41,1
<b>Dezember</b>	113,2	34,8	-69,3	108,9	62,8	-42,3
<b>Januar</b>	90,5	31,7	-65,0	93,9	51,1	-45,6
<b>Februar</b>	90,0	31,5	-65,0	95,4	51,5	-46,0
<b>Ø März – einschließlich Februar</b>	<b>105,2</b>	<b>60,0</b>	<b>-43,0</b>	<b>105,1</b>	<b>62,5</b>	<b>-40,5</b>

Monat/WZ	(563) Ausschank von Getränken			WZ08-561-01 Gaststättengewerbe		
	01.03.2019- 29.02.2020	01.03.2020- 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %	01.03.2019- 29.02.2020	01.03.2020- 28.02.2021	VR zum Vorjahres- monat in %
<b>März</b>	94,1	44,1	-53,1	99,3	53,1	-46,5
<b>April</b>	96,5	15,2	-84,2	102,0	28,2	-72,4
<b>Mai</b>	99,3	28,4	-71,4	107,9	49,5	-54,1
<b>Juni</b>	100,6	49,8	-50,5	110,2	74,6	-32,3
<b>Juli</b>	101,0	60,5	-40,1	112,4	92,7	-17,5
<b>August</b>	106,8	63,2	-40,8	114,9	94,8	-17,5
<b>September</b>	102,0	60,4	-40,8	107,5	90,1	-16,2
<b>Oktober</b>	104,7	51,9	-50,4	107,1	80,3	-25,0
<b>November</b>	97,8	16,2	-83,4	100,1	34,5	-65,5
<b>Dezember</b>	114,7	14,1	-87,7	113,3	32,7	-71,1
<b>Januar</b>	84,1	10,6	-87,4	89,5	29,6	-66,9
<b>Februar</b>	86,4	11,8	-86,3	89,3	29,6	-66,9
<b>Ø März – einschließlich Februar</b>	<b>99,0</b>	<b>35,5</b>	<b>-64,1</b>	<b>104,5</b>	<b>57,5</b>	<b>-45,0</b>



In der Entwicklung der Umsatzeinbußen im Laufe des Jahres 2020 bildeten sich die Auswirkungen der Lockdown-Maßnahmen ab. Während in den Monaten April/Mai und November/Dezember 2020 die Umsatzeinbrüche zwischen 62 und 74 Prozent lagen, fielen die Rückgänge in den Monaten mit entsprechenden Lockerungen moderater aus (zwischen 15 und 20 Prozent).

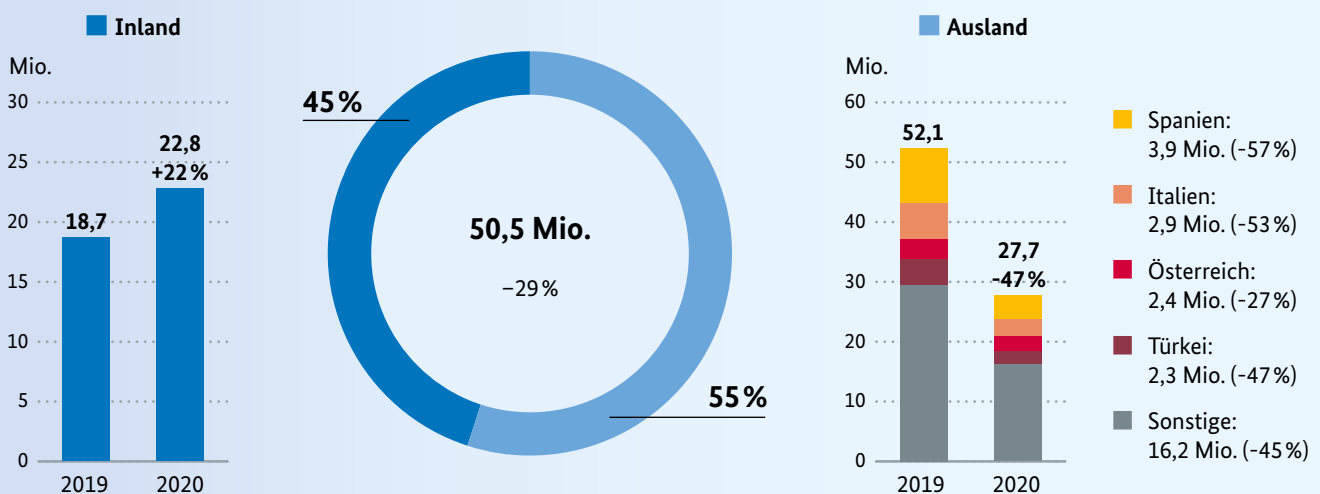
Während es laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2019 405,7 Millionen Übernachtungen inländischer

Besucher gab, waren es 2020 nur noch 270,3 Millionen. Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste sank von 89,9 Millionen im Jahr 2019 drastisch auf 32 Millionen im Jahr 2020 (-64,4 Prozent).

Gleichzeitig stieg die Bedeutung Deutschlands als Urlaubsreiseland für die einheimische Bevölkerung. Im Jahr 2020 machten mehr Deutsche als zuvor längeren Urlaub im eigenen Land. Die Zahl der Reisen ab 5 Tage innerhalb Deutschlands stieg im Vergleich zum Vorjahr um 22 Prozent.

### Abbildung 8: Deutschland mit Zuwächsen bei längeren Urlauben

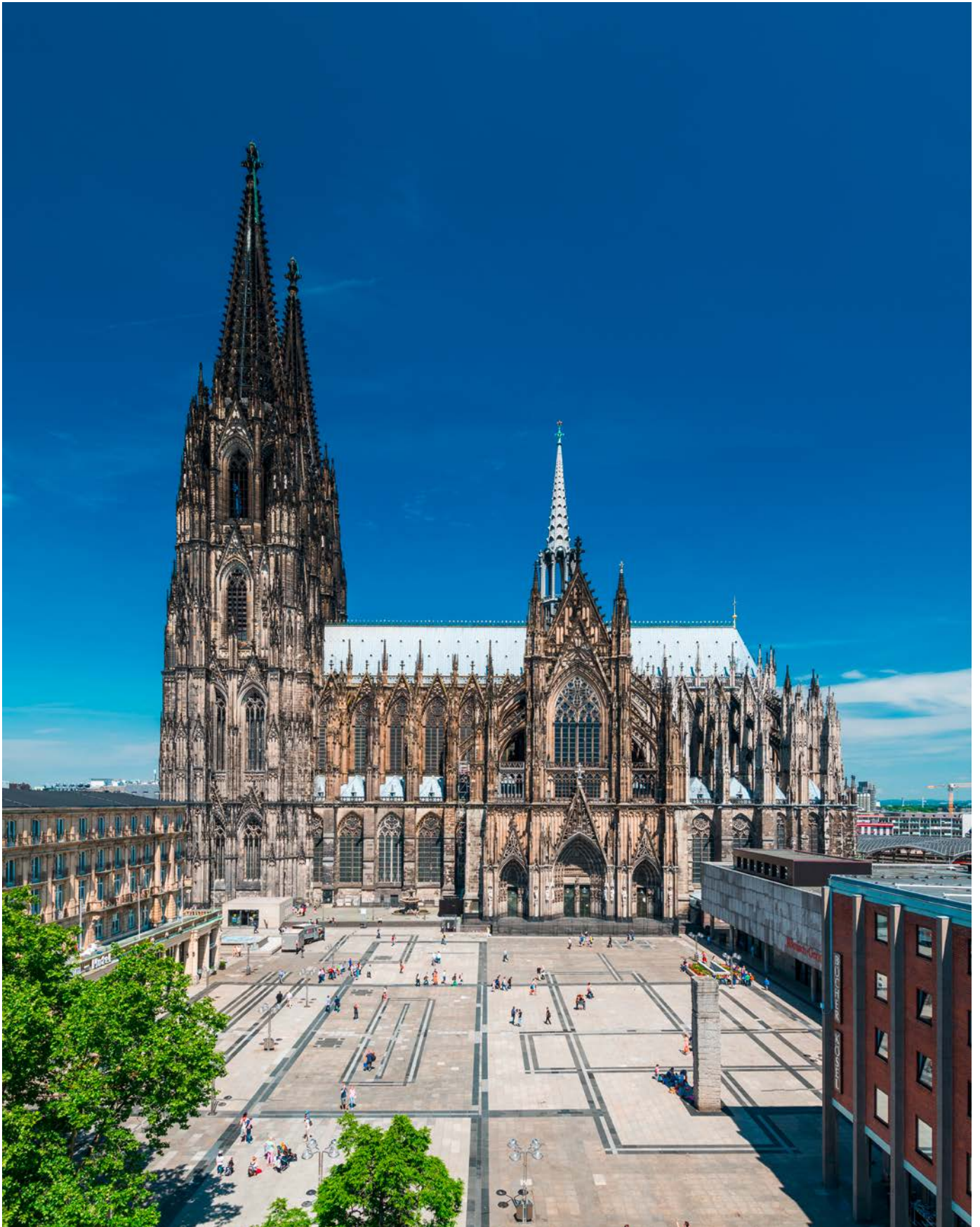
Die beliebtesten Urlaubsziele der Deutschen 2020 im Vergleich zum Vorjahr



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse 2021, Kiel, erschienen in: Deutscher Tourismusverband: Zahlen Daten Fakten. Das Tourismusjahr 2020 im Rückblick.



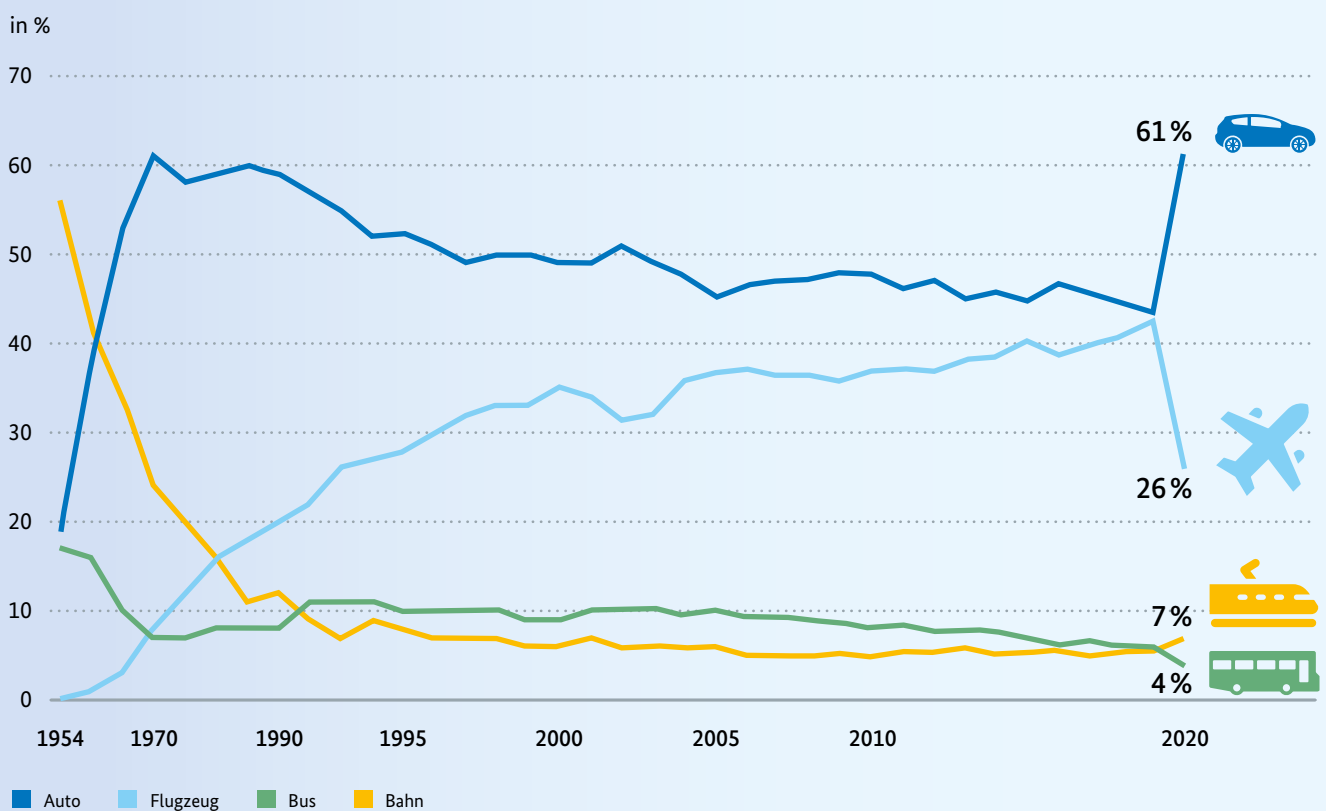




Infolge der Maßnahmen zur Pandemieeindämmung und daraus resultierender Reiseeinschränkungen kam es in der Konsequenz der veränderten Reisezielwahl auch zu Verschiebungen bei

der Wahl des Verkehrsmittels für Urlaubsreisen der Deutschen. Flugreisen waren stark rückläufig, während das Auto massiv an Bedeutung zulegte.

Abbildung 9: Ausgewählte Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreisen 1954 bis 2020



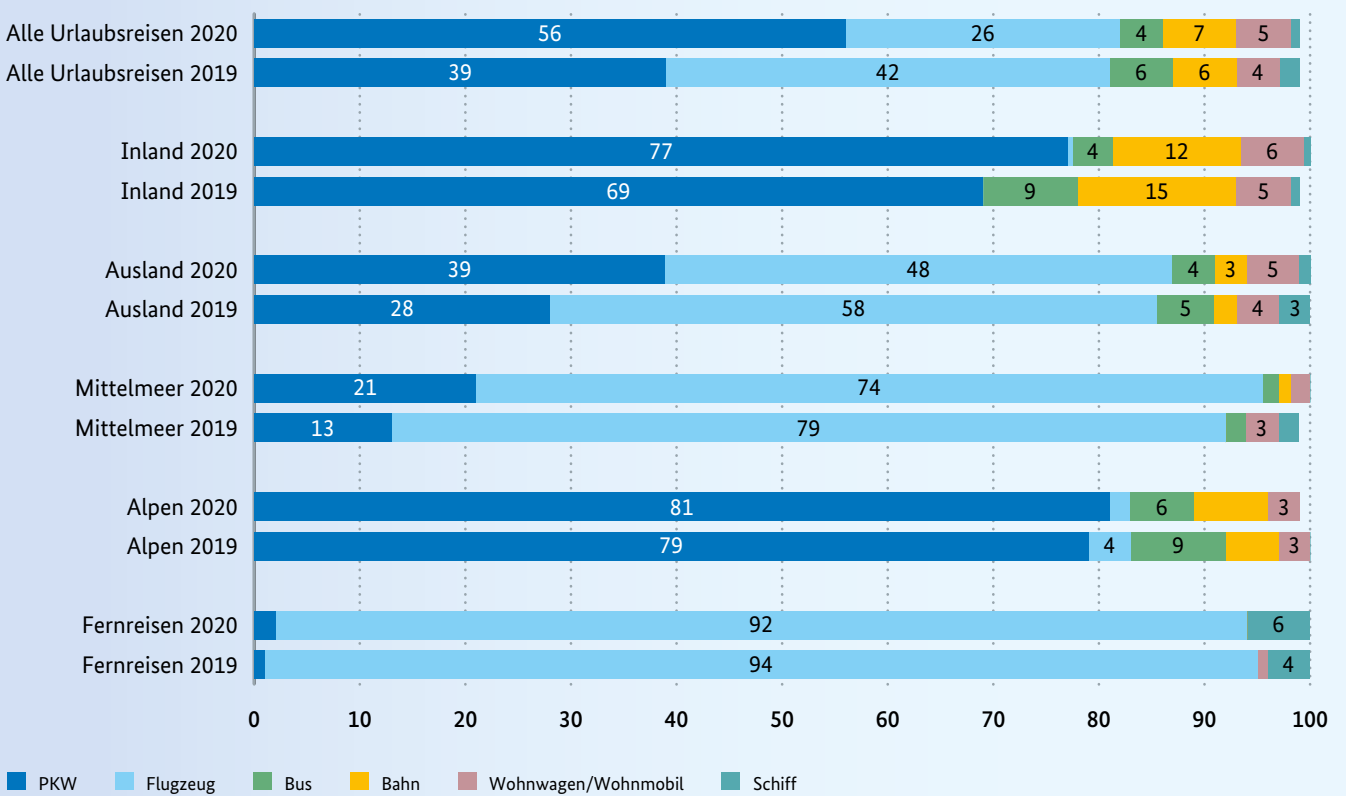
Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), Angaben in Prozent, „Auto“ inkl. Wohnwagen und Wohnmobil  
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland (bis 1990 nur Westdeutsche, ab 2010 inkl. Ausländer) 1954–1969:  
 diverse Untersuchungen, RA 1970–2021 face-to-face

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

Betrachtet man jedoch einzelne Reiseziele, so hat sich relativ wenig bei der Wahl der Verkehrsmittel verschoben, was daraufhin deutet, dass sich die

Wahl des Hauptverkehrsmittels langfristig weiterhin am Reiseziel orientieren wird.

Abbildung 10: Hauptverkehrsmittel der Urlaubsreisen nach Reiseziel, 2019 vs. 2020

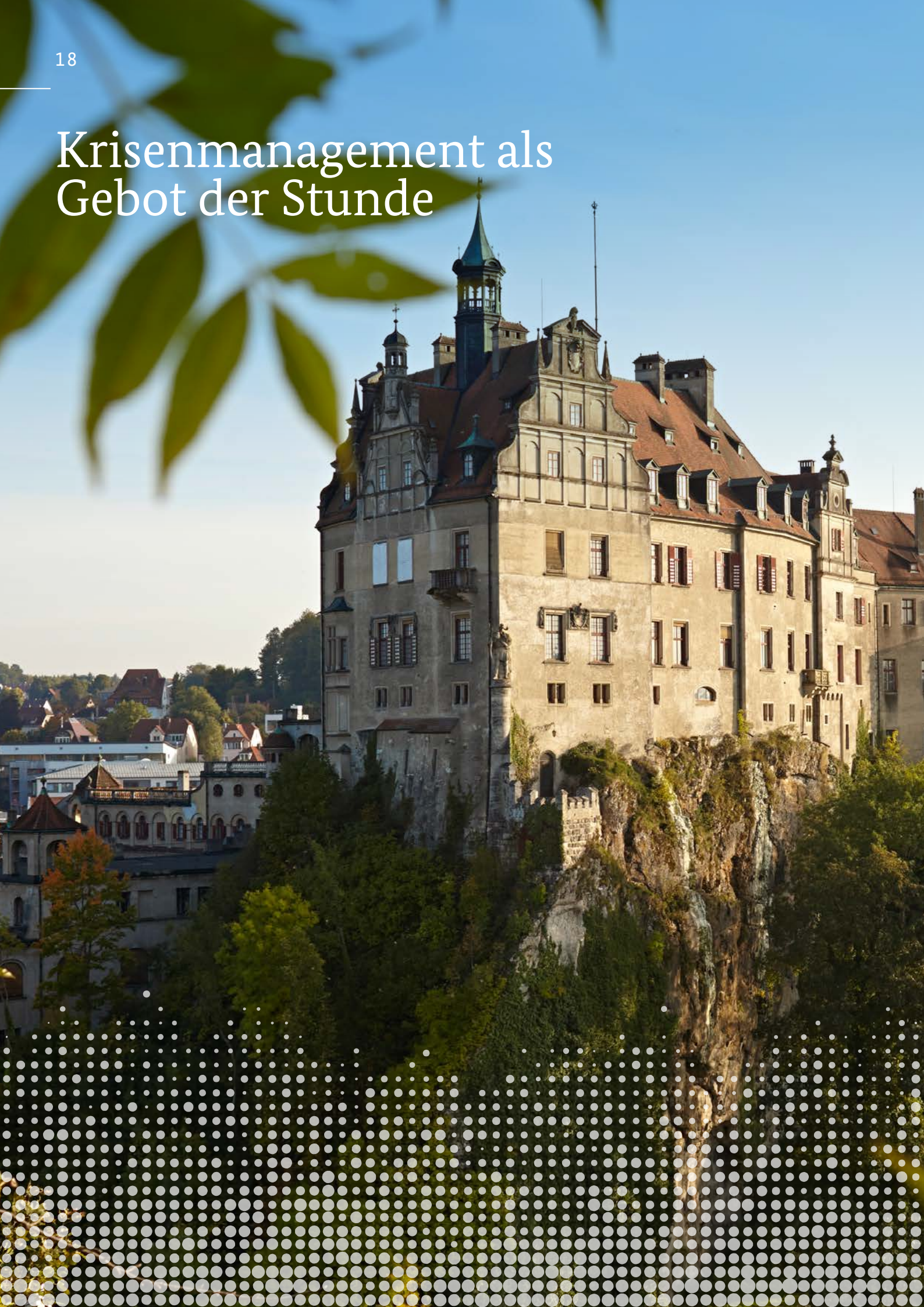


Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), Angaben in Prozent, Werte <3 Prozent werden nicht angegeben, Rest zu 100 Prozent: Sonstiges; deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, RA 2021 face-to-face

Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.



# Krisenmanagement als Gebot der Stunde





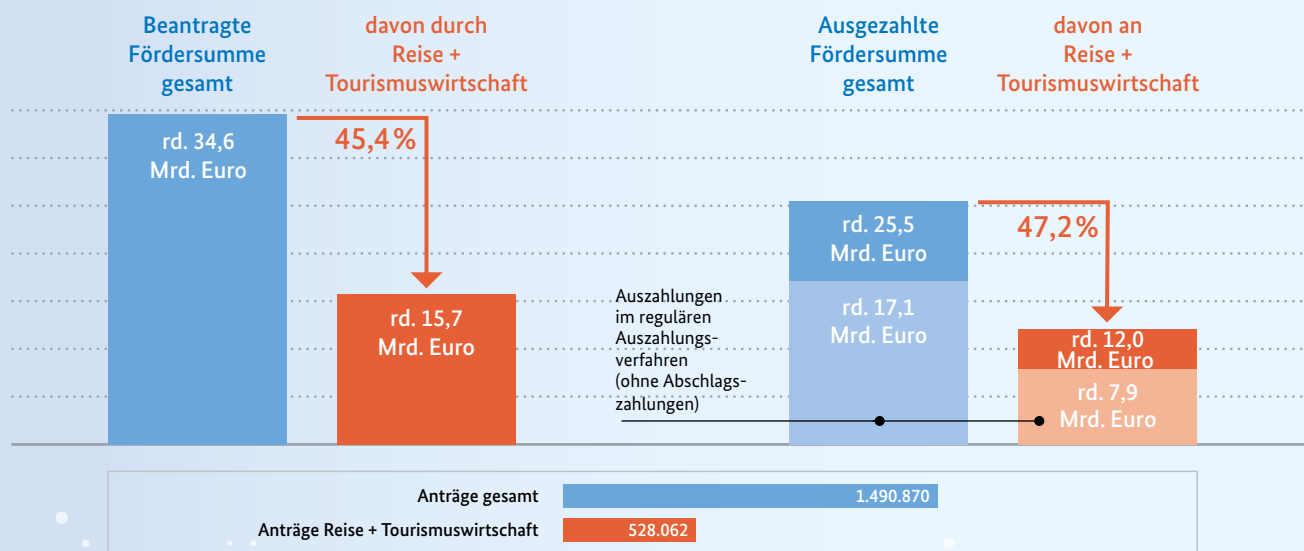
Die Tourismuswirtschaft war und ist zweifelsohne eine der am stärksten von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffenen Branchen. Es stand daher außer Frage, dass seit März 2020 zunächst alle Kraft auf den Erhalt ihrer erfolgreichen Strukturen gerichtet sein musste. Damit einhergehend mussten der Entwicklungsfahrplan für die nationale Tourismusstrategie nachjustiert und vorhandene Ressourcen klug genutzt werden, um zielgerichtete Maßnahmen zur Abmilderung der unmittelbaren Auswirkungen der Pandemie zu entwickeln, die die Bundesregierung seit März 2020 auf den Weg gebracht und laufend an das Pandemiegeschehen angepasst hat.

Allein aus den Überbrückungshilfen, den außerordentlichen Wirtschaftshilfen und den Neustart-Hilfen entfielen bis zum Stichtag 31. Mai 2021 insgesamt über 12 Milliarden Euro auf die Reise- und Tourismuswirtschaft, was einem Anteil von 47,2 Prozent entspricht.

Mit diesen Maßnahmen hat die Bundesregierung in der akuten Krisensituation die Voraussetzungen dafür geschaffen, um die wirtschaftlichen Härten für die Tourismuswirtschaft bis zu einem Neustart des Tourismus nach dem Abflauen der Pandemie abzumildern.

Abbildung 11: Krisenmanagement in der Tourismusindustrie

Überbrückungshilfen, außerordentliche Wirtschaftshilfen, Neustart-Hilfen



Quelle: eigene Darstellung, Stichtag 31.05.2021



# Ausgewählte wirtschaftliche Unterstützungsmaßnahmen des Bundes









## Ausgewählte wirtschaftliche Unterstützungsmaßnahmen des Bundes

<p><b>Corona-Soforthilfe</b> (März 2020 – Juli 2020)</p>	<p>Mit der Corona-Soforthilfe stellte der Bund im März 2020 Billigkeitsleistungen für Soloselbständige, Angehörige der Freien Berufe und kleine Unternehmen zur Verfügung, um deren wirtschaftliche Existenz zu sichern und akute Liquiditätsengpässe infolge der Corona-Krise zu überbrücken. Unternehmen bzw. Selbständige aus allen Wirtschaftsbereichen mit bis zu 5 Beschäftigten konnten einen einmaligen Zuschuss von bis zu 9.000 Euro für drei Monate beantragen, Unternehmen mit bis zu 10 Beschäftigten einen einmaligen Zuschuss von bis zu 15.000 Euro. Der Zuschuss leistete einen Beitrag zu den laufenden betrieblichen Sach- und Finanzaufwendungen (u. a. gewerbliche Mieten, Pachten, Kredite für Betriebsräume und -ausstattung sowie Finanzierungskosten oder Leasingaufwendungen). Die Auszahlung erfolgte über die Länder. Von den Soforthilfen in einem Gesamtvolumen von gut 13,66 Mrd. Euro profitierten auch die vielen Kleinunternehmen der Tourismuswirtschaft erheblich, die sehr früh von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen waren.</p>
<p><b>Überbrückungshilfe I</b> (Juni – August 2020)</p>	<p>Unmittelbar nach Auslaufen der Soforthilfe hat die Bundesregierung mit der Überbrückungshilfe I (Juni bis August 2020) ein Programm aufgesetzt, das nicht-rückzahlbare Zuschüsse bis maximal 50.000 Euro im Monat vorsah. Dabei hat die Reisewirtschaft als einzige Branche auch durch Stornierungen verlorene Provisionen und Margen ansetzen können.</p>
<p><b>Überbrückungshilfe II</b> (September – Dezember 2020)</p>	<p>Im Anschluss an das Auslaufen der Überbrückungshilfe I wurde die Grundstruktur eines branchenoffenen Zuschussprogramms zu den Fixkosten beibehalten. Durch die Flexibilisierung und Senkung der Eintrittsschwelle sowie die Streichung der KMU-Deckelbeträge (für Unternehmen bis zu 10 Beschäftigte war ein Deckel bis zu 15.000 Euro vorgesehen) konnte deutlich mehr Unternehmen geholfen werden. Allein durch die Streichung dieses Deckels hat sich das durchschnittliche Fördervolumen pro Antrag gegenüber der Überbrückungshilfe I mehr als verdoppelt. Die Sonderregelung für die Reisebranche wurde fortgeführt.</p>
<p><b>Überbrückungshilfe III</b> (seit Januar 2021)</p>	<p>Für die dritte Phase der Überbrückungshilfe wurden sowohl die Zugangsvoraussetzungen als auch die Förderbedingungen noch einmal verbessert. So sind Unternehmen der Reisebranche auch dann antragsberechtigt, wenn ihr Jahresumsatz 750 Millionen Euro übersteigt. Unternehmen aller Branchen mit einem Umsatzeinbruch von mindestens 50 Prozent in mindestens drei Monaten im Zeitraum von November 2020 bis Juni 2021 können einen <b>Eigenkapitalzuschuss</b> erhalten, der sich an den erstattungsfähigen Fixkosten orientiert; zudem wird die Fixkostenerstattung bei einem Umsatzeinbruch von mehr als 70 Prozent – soweit beihilferechtlich zulässig – auf 100 Prozent erhöht.</p> <p>Die Sonderregelungen für die Reisebranche werden fortgeführt: Förderfähig sind Provisionen bzw. Serviceentgelte von Reisebüros sowie kalkulierte Margen von Reiseveranstaltern für Reisen, die seit dem 18. März 2020 storniert wurden und im Förderzeitraum November 2020 bis Juni 2021 angetreten worden wären. Neu ist die Förderung externer Ausfall- und Vorbereitungskosten sowie des Personalaufwands für stornierte Reisen, die im Zeitraum März bis Dezember 2020 hätten stattfinden sollen. Schließlich erhalten Unternehmen der Reisewirtschaft zusätzlich zur allgemeinen Personalkostenpauschale für jeden Fördermonat eine <b>Anschubhilfe</b> in Höhe von 20 Prozent der Lohnsumme, die im entsprechenden Referenzmonat 2019 angefallen wäre. Die maximale Gesamtförderhöhe dieser Anschubhilfe beträgt zwei Mio. Euro.</p>
<p><b>Abschreibungsoptionen</b></p>	<p>Im Zuge der Überbrückungshilfe III wurde beschlossen, dass neben dem Finanzierungskostenanteil von Leasingraten und Zinskosten auch bis zu 50 Prozent des Abschreibungsbetrags für Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens als förderfähige Fixkosten geltend gemacht werden können. Damit wurde eine spezielle Forderung aus und für die Tourismuswirtschaft umgesetzt. Diese Maßnahme hilft insbesondere Unternehmen der Bustouristik sowie der Veranstaltungs- und Schaustellerbranche.</p>
<p><b>Außerordentliche Wirtschaftshilfen in den Monaten November und Dezember 2020</b></p>	<p>Um den von den temporären Schließungen zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie erfassten Unternehmen, Selbständigen, Vereinen und Einrichtungen durch die Krise zu helfen, hat der Bund mit den November- und Dezemberhilfen weitere Unterstützungsmaßnahmen aufgelegt. Als Hilfe für die betroffenen Unternehmen wurden Zuschüsse von bis zu 75 Prozent des Umsatzes aus November bzw. Dezember 2019 anteilig für die Anzahl an Tagen der Schließung im November bzw. Dezember 2020 gewährt. Auf das Gastgewerbe entfielen fast 6,5 Milliarden Euro, was einem Anteil von mehr als 57 Prozent der gesamten Auszahlungen der November- und Dezemberhilfen entspricht.</p>

<p><b>Neustarthilfe (Januar bis Juni 2021)</b></p>	<p>Mit der Neustarthilfe werden Soloselbständige in allen Wirtschaftszweigen finanziell unterstützt, die im Zeitraum Januar bis Juni 2021 Corona-bedingt hohe Umsatzeinbußen verzeichnen, aber nur geringe betriebliche Fixkosten haben, und für welche die Fixkostenerstattung im Rahmen der Überbrückungshilfe III daher nicht in Frage kommt. Dazu zählen auch Soloselbständige in der Tourismusbranche wie beispielsweise Stadtführerinnen und Stadtführer, Reiseleiterinnen und Reiseleiter. Soloselbständige und kleine Kapitalgesellschaften erhalten bis zu 7.500 Euro (bzw. bis zu 30.000 Euro als Mehr-Personen-Kapitalgesellschaft). Anträge können einmalig bis zum 31. August 2021 gestellt werden. Die Auszahlung der Neustarthilfe erfolgt als Vorschuss, in der Regel wenige Tage nach Antragstellung.</p>
<p><b>KfW-Sonderprogramm</b></p>	<p>Das KfW-Sonderprogramm, einschließlich des KfW-Schnellkredits, läuft bis zum 31.12.2021. Seit November 2020 steht der KfW-Schnellkredit für Soloselbständige und Unternehmen mit bis zu 10 Beschäftigten zur Verfügung, wovon auch die mittelständisch geprägte Reisewirtschaft profitiert. Zudem werden seit 01.04.2021 die Unternehmen im KfW-Sonderprogramm mit deutlich höheren maximalen Kreditbeträgen für Kleinbeihilfen unterstützt, beispielsweise wurden die nach Unternehmensgröße gestaffelten Kreditobergrenzen im KfW-Schnellkredit mehr als verdoppelt.</p>
<p><b>Wirtschaftsstabilisierungsfonds</b></p>	<p>Der Wirtschaftsstabilisierungsfonds (WSF) mit einem Gesamtvolumen von bis zu 600 Milliarden Euro stellt Unternehmen branchenübergreifend Stabilisierungsmaßnahmen zur Stärkung ihrer Kapitalbasis und zur Überwindung von Liquiditätsengpässen zur Verfügung. Der WSF richtet sich an Unternehmen der Realwirtschaft, deren Bestandsgefährdung erhebliche Auswirkungen auf den Wirtschaftsstandort oder den Arbeitsmarkt in Deutschland hätte. Unternehmen der Tourismuswirtschaft, die die Größenkriterien des WSF erfüllen, können von dieser Hilfsmaßnahme profitieren.</p>
<p><b>Mehrwertsteuersatz für Speisen in Restaurants und Gaststätten</b></p>	<p>Der Mehrwertsteuersatz für Speisen in Restaurants und Gaststätten wurde im Zuge des Corona-Steuerhilfegesetzes von 19 auf 7 Prozent abgesenkt. Das soll das Gastronomiegewerbe in der Zeit der Wiedereröffnung unterstützen und die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Beschränkungen mildern. Die Regelung gilt ab dem 1. Juli 2020 und ist bis Ende 2022 befristet.</p>

Zwei gute Begleiter



<p><b>Tourismus-Wegweiser</b></p>	<p>Unter <a href="http://www.tourismus-wegweiser.de">www.tourismus-wegweiser.de</a> werden die relevanten Pandemie-bedingten Regelungen in Deutschland aufgezeigt. In 34 Rubriken wird die aktuelle Lage in jedem Bundesland erklärt. Der Tourismus-Wegweiser ist eine Dienstleistung des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.</p>
<p><b>Förderwegweiser Tourismus</b></p>	<p>Unter <a href="http://www.foerderwegweiser-tourismus.de">www.foerderwegweiser-tourismus.de</a> finden touristische Akteure passende Angebote und Optionen für eine finanzielle Unterstützung aus öffentlichen Mitteln. Die Webseite ist eine Dienstleistung des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Alle „Corona-Hilfen“ finden sich in der Kategorie „Liquiditätssicherung (Corona)“ oder in der Suchfunktion mit dem Stichwort „Corona“. Derzeit sind knapp 600 Förderprogramme gelistet, darunter auch Programme zum Neustart.</p>



# Strategieentwicklung in Zeiten der Pandemie

Die strategischen Weichenstellungen der nationalen Tourismusstrategie erfolgten in der Zeit vor der COVID-19-Pandemie durch den Beschluss der Eckpunkte im Bundeskabinett und den Beginn eines Dialogprozesses zur weiteren Erarbeitung der Strategie.

Die Eckpunkte der Bundesregierung vom April 2019 beschreiben die langfristigen tourismuspolitischen Ziele und Handlungsfelder einer nationalen Tourismusstrategie. Sie sind nicht an einen bestimmten Zeitrahmen gebunden, sondern sollen auch künftig weiterentwickelt werden.

Um die Interessen und Anliegen aus allen Bereichen der Tourismuswirtschaft in diesen Entwicklungsprozess mit einzubeziehen, hatte das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Ende 2019 ein Konsortium damit beauftragt, einen bundesweiten Dialogprozess zur nationalen Tourismusstrategie durchzuführen und einen Katalog mit Handlungsempfehlungen an die Bundesregierung zu erarbeiten, der von der gesamten Branche mitgestaltet und Ende 2020 übergeben werden sollte.

Nachdem die Hälfte der insgesamt sechs Zukunftsdialoge stattgefunden hatte, erreichte die COVID-19-Pandemie auch Deutschland. Die gesamte deutsche Tourismuslandschaft – Binnentourismus, Incoming-Tourismus und Outgoing-Tourismus – ist seitdem davon massiv getroffen. Trotz der COVID-19-Pandemie wurde der Dialogprozess in anderen Formaten fortgesetzt, wofür allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus den Verbänden, der Wirtschaft sowie der gesamten Tourismusbranche ausdrücklicher Dank gebührt. Im Konsens mit der Tourismusbranche wurde der Fokus der strategischen Tourismuspolitik auf den Erhalt der Unternehmen und Strukturen gelegt sowie über Perspektiven der Öffnung und des Neustarts beraten. Zudem wurde der Auftrag des Konsortiums im Juli 2020 erweitert, um die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen auf Prozesse, Strukturen und Rahmenbedingungen im Tourismus zu analysieren. Viele der hieraus resultierenden Empfehlungen hat die Bundesregierung zwischenzeitlich bereits umgesetzt.



Abbildung 12: Strategische und politische Ziele der Tourismusindustrie





# Neustart und mittelfristige Maßnahmen

HERZLICH

WILLKOMME



Nachdem sich durch fortschreitende Impfungen, flächendeckende Testmöglichkeiten und gute Hygienekonzepte ein Abflauen der Pandemie zur zweiten Jahreshälfte 2021 abzeichnet, gilt es, den Neustart des Reisens klug zu begleiten und Lehren aus der Pandemie zu ziehen.

Die tourismuspolitischen und tourismusstrategischen Ziele der Bundesregierung, die in den Eckpunkten vom April 2019 niedergelegt sind, behalten dabei grundsätzlich ihre Gültigkeit. Die neue, zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht voll abschätzbare Ausgangslage nach der Pandemie muss dabei berücksichtigt und integriert werden, um dies in Verbindung mit den bereits erklärten Zielen zu erreichen, müssen Bundes-, Landes- und kommunale Ebene, aber auch die Tourismuswirtschaft und deren Verbände, im Rahmen ihrer jeweiligen Zuständigkeiten und Handlungsmöglichkeiten in der nächsten Legislaturperiode gemeinsam aktiv werden. Tourismus ist ein Querschnittssektor, an dem sich viele der grundlegenden Herausforderungen, vor denen die deutsche Wirtschaft aktuell steht, belegen lassen: So war die Tourismuswirtschaft bereits vor der Pandemie vom Arbeits- und Fachkräftemangel in besonderer Weise betroffen, der sich in der Pandemie weiter verschärft hat. Es zeichnet sich ab, dass sich viele Beschäftigte, auch potenzielle Auszubildende, aufgrund der besonderen Betroffenheit der Branche auf dem Arbeitsmarkt umorientiert haben. Auch

belegen die erhöhten Anforderungen an Infektionsschutz und Nachverfolgungsmöglichkeiten in der COVID-19-Pandemie in eindrücklicher Weise wachsende Anforderungen an die Digitalisierung der Reisekette. Zudem gilt es, den Bürokratieabbau in der kommenden Legislaturperiode durch verbindliche Vereinbarungen entschlossen weiter zu forcieren, um den Neustart der Wirtschaft nicht zu behindern.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie legt mit den nachfolgenden Maßnahmen einen Beitrag in eigener Kompetenz zur Umsetzung der nationalen Tourismusstrategie in dieser Legislaturperiode vor. Hierbei handelt es sich um Maßnahmen im Zuständigkeitsbereich des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, die im Zuge des vom Bundeskabinett beschlossenen Eckpunktepapiers vom 30.04.2019 ergriffen wurden oder vorgesehen sind. Weitere Maßnahmen im Lichte der beschlossenen Ziele sollen im engen Schulterschluss zwischen allen relevanten Akteuren folgen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie lädt – neben den beteiligten Bundesressorts – auch andere Akteure im Bereich des Tourismus aus Wirtschaft und Politik, insbesondere die Bundesländer, dazu ein, sich den Zielen der nationalen Tourismusstrategie anzuschließen und eigene Maßnahmen zu entwickeln, um die Ziele der nationalen Tourismusstrategie voranzutreiben.



## I. Lebensqualität von und durch nachhaltigen Tourismus steigern

Der Tourismus ist wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig auf den Erhalt einer intakten Umwelt und authentischen Kultur angewiesen: Sauberes Wasser zum Baden, ein gesunder Wald zum Wandern und echter Schnee für echten Wintersport. Klimaschutz ist deshalb eine essentielle Voraussetzung zum natürlichen Schutz und Erhalt touristischer Destinationen. Eine nachhaltige touristische Entwicklung trägt dazu bei, lebenswerte natürliche und kulturelle Lebensräume zu bewahren sowie Umwelt und auch Klima zu schützen. Sie steht im Einklang mit Natur, Landschaft und den Interessen der lokalen Bevölkerung in Deutschland und in internationalen Zielgebieten. Durch eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus wird eine dauerhafte Wertschöpfung ermöglicht, ohne die Ressourcen und Zukunftschancen folgender Generationen zu verbrauchen. Tourismusentwicklung

unterstützt den Ausbau von Infrastrukturen und schafft neue Angebote für Freizeit und Versorgung, wodurch auch die Freizeit- und Lebensqualität für Einheimische gesichert oder sogar gesteigert werden kann. Ein nachhaltiger Tourismus in Deutschland sowie im Ausland soll dazu beitragen, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen für Bevölkerung, Umwelt und Wirtschaft verträglich zu gestalten.

Wir wollen die Lebensqualität aller Menschen erhöhen, indem durch nachhaltigen Tourismus ein Gewinn für alle erzielt wird. Die Doppelaufgabe besteht darin, sowohl die Lebensqualität der Einheimischen in den Destinationen als auch die Erlebnisqualität des Reisens zu erhöhen. Dabei ist die Teilhabe aller Menschen am Tourismus ein wesentliches Element der Lebensqualität.

### Maßnahmen

<b>Nachhaltige Tourismuspolitik in drei Dimensionen</b>	<p>Eine umwelt- und klimaverträgliche Entwicklung des Tourismus ist für Unternehmen und Tourismusregionen eine entscheidende Zukunftsaufgabe. Noch stärker gilt es, die gesamte Reisekette nachhaltig zu gestalten und sowohl ökologische als auch ökonomische und soziale Aspekte zu berücksichtigen. Wichtige Entscheidungen, insbesondere zum Flug- und Bahnverkehr, wurden in diesem Zusammenhang von der Bundesregierung durch das Klimapaket getroffen.</p> <p>Wir unterstützen die Tourismusbranche mit geteiltem Wissen und im Rahmen von angebotenen Veranstaltungen, wie etwa den Workshops des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, über die gestiegenen Ansprüche von Reisenden und mit Best-Practice-Beispielen zur Nachhaltigkeit: Wie lassen sich umweltbezogene, klimaschützende und soziale Nachhaltigkeit touristisch stärker verankern (und vermarkten) bei gleichzeitiger Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs?</p>
<b>Barrierefreies Leben und Reisen sichtbar machen</b>	<p>Mit dem demografischen Wandel erhöht sich die Zahl der Gäste sowie die Zahl der Anwohnerinnen und Anwohner, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind. Nicht nur ältere und eingeschränkte Menschen profitieren von Barrierefreiheit, sondern auch Familien mit Kindern. Barrierefreies Reisen ist daher ein zunehmend relevanter Wirtschaftsfaktor, der noch nicht ausreichend in der Angebotsentwicklung berücksichtigt wird. Barrierefreiheit ist komfortabel für alle: Wir unterstützen barrierefreies Reisen und die Information über Nutz- und Erlebbarkeit touristischer Angebote für alle und wollen das Zertifikat „Reisen für Alle“ zum Erfolg führen.</p>



## II. Digitalisierung – Tourismuspolitik in Zeiten veränderten Reiseverhaltens

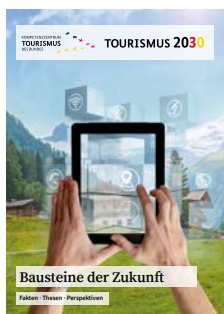
Tourismus berührt nahezu alle Bereiche der Umwelt. Digitalisierung beeinflusst ebenfalls annähernd alle Bereiche des Tourismus. In jedem der Zukunftsdialoge im Rahmen des Dialogprozesses zur nationalen Tourismusstrategie wurde das Themenfeld Digitalisierung prominent diskutiert und auf vielfältige Herausforderungen hingewiesen. Auch nach Abflauen der Pandemie werden sich das Reiseverhalten und hiermit verbunden Produkte, Services und Geschäftsprozesse nachhaltig verändern und passgenaue Digitalisierungskonzepte eine noch größere Rolle spielen als bisher. So hat das Pandemiegeschehen beispielsweise das Augenmerk auf Potenziale einer effektiven Tourismuspolitik vor Ort, wie die datengestützte Steuerung

von Besucherströmen, gelenkt. Digitalisierung im Tourismus bleibt daher ein dauerhafter Schwerpunkt in der Tourismuspolitik des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Mit dem Förderwegweiser Tourismus und der Digitalisierung des Hotelmeldeverfahrens wurden bereits erste Maßnahmen umgesetzt.

Angesichts der hohen Komplexität benötigt eine kluge, evidenzbasierte Tourismuspolitik eine gesicherte Datenbasis als Voraussetzung einer zutreffenden Analyse. Im Hinblick darauf wollen wir Wissen generieren und teilen, um damit eine solide Basis zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft schaffen.

### Maßnahmen

#### Tourismuspolitik und Digitalisierung



Buchen, bezahlen, bewerten: Touristen von heute und morgen planen und erleben ihr Reiseerlebnis kaum mehr ohne digitale Begleitung. Nahezu alle Etappen der Customer Journey inklusive Möglichkeiten der Besucherlenkung ebenso wie die gesamte Wertschöpfungskette des touristischen Angebots sind inzwischen einem permanenten digitalen Wandel unterworfen. Digitalisierung im Tourismus berührt immer mehr Aspekte der Tourismuspolitik. Das Handbuch „[Tourismus 2030 – Bausteine der Zukunft](#)“ des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes zeigt viele Beispiele, Herausforderungen und Perspektiven für die Tourismuswirtschaft. Wir werden bei künftigen tourismuspolitischen Initiativen stets die Bedeutung der Digitalisierung mitdenken.

#### Open-Data Destination Germany



Die DZT entwickelt mit Unterstützung der Marketingorganisationen der Bundesländer einen „Knowledge Graphen“, der bundesweit touristische Daten im Open-Data-Format bündelt und damit die technologische Voraussetzung für neue, innovative Produkte im Tourismus schafft. Mit dieser Förderung einer offenen Datenkultur und -infrastruktur leistet der Tourismussektor über Branchengrenzen hinaus Pionierarbeit. In der ersten Jahreshälfte 2021 wurde die Sicherheitsinfrastruktur des Knowledge Graphen implementiert und der Datenupload initiiert. Damit sind die Grundlagen für Marktakteure und Technologiepartner geschaffen, um das hohe Wirtschaftspotenzial offener touristischer Daten zu erschließen – insbesondere durch Anwendungen Künstlicher Intelligenz.



### III. Wirkungsvolle Tourismuspolitik für den Tourismusstandort Deutschland

Im Tourismus ist mit nachhaltigen Veränderungen infolge der COVID-19-Krise zu rechnen. Die Auswirkungen der Pandemie verstärken Veränderungen, die schon länger andauern. Der Trend zum Naturtourismus, die Entwicklung nachhaltiger Tourismusformen oder die zunehmende Digitalisierung sind entsprechende Beispiele, die den Blick auf die Veränderung von Märkten lenken. Aspekte wie Hygiene und Sicherheit werden von einem Differenzierungsmerkmal zur Normalität, da sie von Reisenden vorausgesetzt werden. Gleichzeitig

benötigt der Tourismusstandort Deutschland ausreichend qualifizierte Fachkräfte.

Wir wollen den Tourismusstandort Deutschland mit all seinen Potenzialen für die Zeit nach der COVID-19-Pandemie gut aufstellen. Dazu sollen verstärkt Trends und verändertes Kundenverhalten ermittelt und berücksichtigt werden. Wichtig sind für die Unternehmen der Tourismuswirtschaft auch planbare und sichere Rahmenbedingungen, für die wir uns einsetzen.

#### Maßnahmen

##### Sicherheit und Veränderung als ständige Begleiter

Wir generieren evidenzbasiertes Wissen zum sicheren Reisen der Zukunft, teilen es und arbeiten damit. Wir berücksichtigen in unserer Arbeit verstärkt Forschungsergebnisse zum veränderten Reiseverhalten infolge der COVID-19-Pandemie und versuchen frühzeitig, neue Trends zu identifizieren und daraus die richtigen Schlüsse für das Reiseland Deutschland zu ziehen.



##### Tourismus als Berufsfeld stärken

Wir unterstützen das positive Bild der Tourismusbranche und der Reisewirtschaft als interessanter Arbeitgeber und wollen die Branche für jugendliche Schulabsolventen als spannende Option für eine duale Berufsausbildung ins Bewusstsein rufen und Orientierungshilfe leisten. Dazu hat das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes bereits zweimal die Informationskampagne #richtiggemacht zu Ausbildungsberufen im Tourismus durchgeführt. Informationen dazu unter <https://richtiggemacht-tourismus.de/>



## IV. Zeitgemäße Vermarktung des Reiselandes Deutschland

Der Dialogprozess zur nationalen Tourismusstrategie hat gezeigt, dass die mittelständische Tourismuswirtschaft enorm von einer erfolgreichen Vermarktung des Reiselandes Deutschland profitiert. Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) vermarktet im Auftrag des Bundes seit über 60 Jahren das Reiseland Deutschland im Ausland. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert die DZT aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages jährlich mit rund 34 Millionen Euro. Unterstützt wird die DZT außerdem von Mitgliedern sowie Förderern, zu denen touristische Unternehmen, Marketingorganisationen sowie Organisationen und Verbände der Branche gehören. Kernaufgaben der DZT sind die

Förderung des Tourismus und die internationale und überregionale Positionierung des Reiselandes Deutschland. Weltweit unterhält die DZT Ländervertretungen (Auslandsvertretungen beziehungsweise Vertriebsagenturen) auf fünf Kontinenten.

Nicht zuletzt durch die Arbeit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) wird Deutschland im Ausland als sichere und nach der COVID-19-Krise sehr schnell wieder besuchbare Destination wahrgenommen. Die moderne und kompetente Vermarktung des Reiselandes Deutschland durch die DZT soll fortgesetzt und in Zeiten des technischen Wandels insbesondere im Bereich der Digitalisierung weiter fortentwickelt werden.

### Maßnahme

#### Finanzierung des Auslandsmarketings absichern

Wir sehen die Unterstützung des Auslandsmarketings als öffentliche Aufgabe des Bundes an und setzen uns für eine gesicherte Finanzierung ein. Wir unterstützen die DZT mit zusätzlichen Mitteln in Höhe von 10 Millionen Euro für das Jahr 2021, um die notwendige Kontinuität zu wahren und zusätzlichen Herausforderungen aufgrund der COVID-19-Pandemie zu begegnen.

## V. Wissen erweitern und Kompetenzen für eine starke Tourismuspolitik sichern

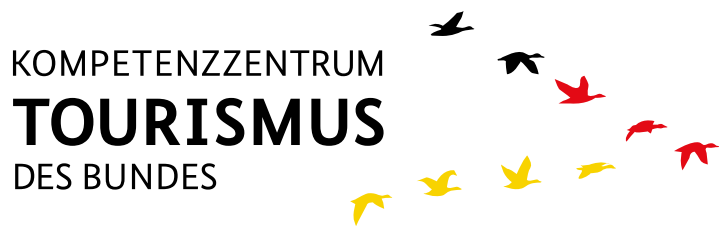
Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist ein anerkannter Mittler zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Es begleitet und fördert Wissenstransfer, generiert und analysiert relevante Daten und Studien, fördert über Workshops, Vorträge und Seminare den Kompetenzausbau in der Tourismuswirtschaft und berät das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie in tourismuspolitischen Fragen. In der COVID-19-Pandemie hat sich das Online-Tool Tourismus-Wegweiser des Kompetenzzentrums als wichtige Orientierungshilfe in der föderalen Vielfalt der Regelungen zur Pandemiebekämpfung etabliert: Unter [www.tourismus-wegweiser.de](http://www.tourismus-wegweiser.de) werden tourismusrelevante Regelungen vor dem Hintergrund

der Maßnahmen zur Pandemieeindämmung in Deutschland dargestellt.

Mit der Fördermaßnahme LIFT (Leistungssteigerung und Innovationsförderung im Tourismus), unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie zudem die Leistungsfähigkeit der mittelständischen Tourismuswirtschaft. Für mehr als die Hälfte der derzeit im Rahmen von LIFT geförderten Projekte sind digitale Elemente, digitale Instrumente oder digitale Kanäle von zentraler Bedeutung. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie wird diese Projektfördermaßnahme neu aufsetzen und neu gewichtet weiterführen.

### Maßnahmen

<b>Fördermaßnahme LIFT WISSEN</b>	Mit der Fördermaßnahme LIFT Wissen verfolgt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie das Ziel, neues tourismusbezogenes Wissen zu generieren, auch im Hinblick auf Konzepte zur Erholung der Branche nach der COVID-19-Pandemie. Das Ziel soll erreicht werden, indem Erkenntnisse zum Tourismus der Zukunft, den wesentlichen Trends und ökonomischen Herausforderungen aufbereitet werden. Insgesamt soll dieses Know-how die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen im Tourismus kurz- und mittelfristig stärken und eine evidenzbasierte, wirkungsvolle Politik zur Stärkung des Tourismusstandorts Deutschland unterstützen.
<b>Fakten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus</b>	Wir verbessern die Datengrundlage und das Monitoring zum Wirtschaftsfaktor Tourismus und stellen Basisinformationen bereit, indem wir mit dem Statistischen Bundesamt regelmäßig das Tourismus-Satellitenkonto nach internationalen Standards erstellen. Zahlen, Daten, Fakten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus sind eine unverzichtbare Argumentationsgrundlage, wenn es darum geht, im Querschnittsbereich der Tourismuswirtschaft die Bedeutung dieses Wirtschaftsfaktors zu unterstreichen.



<b>Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes</b>	Wir wollen den Betrieb eines Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes fortsetzen und seine Funktionen als Dienstleister und Bindeglied zwischen Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft weiter verbessern. Neben der Generierung von Wissen und Daten für die Tourismuswirtschaft sollen durch verschiedene informative und partizipative Dienstleistungsangebote oder regelmäßig stattfindende Workshops Mehrwerte geschaffen werden.
--	---



## VI. Verbesserte tourismuspolitische Zusammenarbeit in agilen Strukturen

Tourismus ist eine Querschnittsaufgabe. Der bundesweite Dialogprozess hat gezeigt, dass in fast allen Bereichen des Tourismus das Zusammenwirken verschiedener Akteure und Ebenen erforderlich ist, um als Ganzes erfolgreich zu sein. Dies gilt für die Tourismuswirtschaft selbst, die sich aus unterschiedlichen Einzelsegmenten und touristischen Leistungsträgern zusammensetzt, die gemeinsam das Bündelprodukt „Reise“ herstellen. Zugleich gilt dies für die Tourismuspolitik, die sich zum einen auf verschiedene Politikbereiche auf Bundesebene und zum anderen auf Kompetenzen zwischen Bund, Ländern und der Europäischen Union aufteilt.

Wir wollen inhaltlich effizient und weitsichtig in agilen Strukturen zusammenarbeiten, um dadurch optimale Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft zu erreichen. Das gilt sowohl für den wirtschaftlichen Erholungsprozess als auch für die Zeit danach. Dazu intensivieren wir die Zusammenarbeit und Kommunikation zur nationalen Tourismusstrategie zwischen Bund und Ländern ebenso wie die Zusammenarbeit mit dem Beirat für Fragen des Tourismus, der sich gerade in Zeiten der COVID-19-Pandemie als guter Ratgeber erwiesen hat.

Mit einer Verdopplung der personellen Kapazitäten im Bereich Tourismuspolitik setzen wir eine der häufig adressierten Forderungen aus dem Dialogprozess unmittelbar um. Zukünftig werden zwei Referate im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie für die Tourismusbranche Ansprechpartner sein. Im neugeschaffenen Referat Tourismuswirtschaft liegt zukünftig der Fokus auf den nationalen Aspekten der Tourismuspolitik sowie der EU-Tourismuspolitik. Das Referat Internationale Tourismuspolitik/Reisewirtschaft wird sich v. a. dem grenzüberschreitenden Reisen – Incoming wie Outgoing – widmen.

Ziel dieser Maßnahmen ist es, Gesetzgebungsverfahren über sämtliche legislative Bereiche mit Blick auf die Belange der Tourismusbranche optimal begleiten sowie die aktive Einbindung der Fachkompetenzen aus der Branche noch wirkungsvoller gestalten zu können.

## VII. Fördermöglichkeiten für die Tourismusbranche sichtbar machen

Die vielfältigen Fördermöglichkeiten für die Tourismusbranche erreichen nur dann ihre Adressaten, wenn sie transparent und auffindbar sind. Wir wollen deshalb die Information über und den Zugang zu Fördermitteln vereinfachen. Tourismus ist ein Querschnittssektor und die Fördermöglichkeiten für tourismusbezogene Projekte sind oft nicht bekannt. Reisegebiete und touristische Unternehmen können öffentliche Fördermittel aus unterschiedlichen Quellen (Länder, Bund, EU) in Anspruch nehmen. Nicht zuletzt angesichts der COVID-19-Pandemie und ihrer Folgen kommt es auf Fördertransparenz an.

Der Online-Förderwegweiser Tourismus bietet dafür eine Lösung in nutzerfreundlicher Weise an. Er identifiziert und selektiert relevante Förderoptionen des Bundes, der Bundesländer und der Europäischen Union über den Sitz des jeweiligen Förderempfängers, das Branchensegment und den individuellen Anlass einer Förderung. Dazu wurden mehrere tausend aktuelle Förderoptionen redaktionell bewertet und auf Relevanz für Zielgruppen innerhalb der Tourismuswirtschaft überprüft. Inzwischen ist er bei Unternehmen und Verbänden ein anerkanntes Instrument bei der Suche nach geeigneten Fördermitteln.

### Maßnahme



[www.foerderwegweiser-tourismus.de](http://www.foerderwegweiser-tourismus.de)  
erhalten und aktualisieren

Wer man ist, woher man kommt, wofür man Förderung benötigt. Drei einfache Fragen muss man beim Förderwegweiser Tourismus beantworten, um direkt zu den Förderoptionen und Antragsunterlagen zu gelangen. Der Förderwegweiser gehört zu den ersten Maßnahmen, die im Zuge der nationalen Tourismusstrategie umgesetzt wurden. Wir wollen das Informationsangebot weiter fortführen.



## VIII. Tourismuspolitik zukünftig noch stärker als Strukturpolitik verstehen

Tourismus kann strukturschwache Regionen stärken, die unter den wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Folgen der sogenannten Landflucht, des demografischen Wandels und des Strukturwandels leiden. Er sichert hier das wirtschaftliche Überleben vieler Betriebe. Vom Erhalt lokaler Strukturen, des kulturellen, historischen und landschaftlichen Erbes sowie der Brauchtumpflege profitiert auch die einheimische Bevölkerung. Wir wollen deshalb durch eine positive Tourismusentwicklung in wirtschaftlich schwächeren und ländlichen Regionen die tourismuswirtschaftlichen Potenziale heben.

Im Hinblick auf die Ziele der nationalen Tourismusstrategie ist die Tourismusförderung ein zentrales Gestaltungs- und Entwicklungsinstrument und gleichzeitig auch Mittelstandsförderung und Strukturförderung. Tourismus bietet Einkommens- und Beschäftigungsperspektiven, trägt zur Erhaltung des Einzelhandels, der Gastronomie, des öffentlichen Nahverkehrs bei und kann helfen, Potenziale für eine Verbesserung der medizinischen Versorgung zu stärken. Er strahlt somit positive Effekte in andere Wirtschaftszweige aus und trägt zum Erhalt der Versorgungsinfrastruktur in ländlichen Gebieten bei.

### Maßnahme

#### **Tourismusförderung mit strukturpolitischen Aspekten**

Strukturschwache Regionen können touristisch starke Regionen sein. Wir wollen deshalb Impulse zur Weiterentwicklung von (Qualitäts-)Tourismus und zur touristischen Entwicklung strukturschwacher Regionen geben, indem wir entsprechende Konzepte und Studien in unsere zukünftige Tourismusförderung mit aufnehmen.

## IX. Tourismus als Beitrag zu Stabilität und Frieden in der Welt wahrnehmen

Wir wollen auch im Lichte der nationalen Tourismusstrategie dazu beitragen, das positive Image des Reisens und des Tourismus als sozialer und ökonomischer Beitrag zu Völkerverständigung, Frieden und internationaler Stabilität zu stärken. Tourismus ist ein wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungsfaktor für zahlreiche Länder der Welt. Reisebüros, Reiseveranstalter und Verkehrsunternehmen sichern Arbeitsplätze in diesen Ländern und geben durch die Vermittlung und den Transport von Reisenden wichtige wirtschaftliche Impulse, insbesondere in Schwellen- und Entwick-

lungsländern. Die COVID-19-Pandemie hat durch das Ausbleiben von Tourismus auf tragische Weise das Bewusstsein für den Beitrag des Tourismus zu Einkommen und Beschäftigung in den Zielländern geschärft.

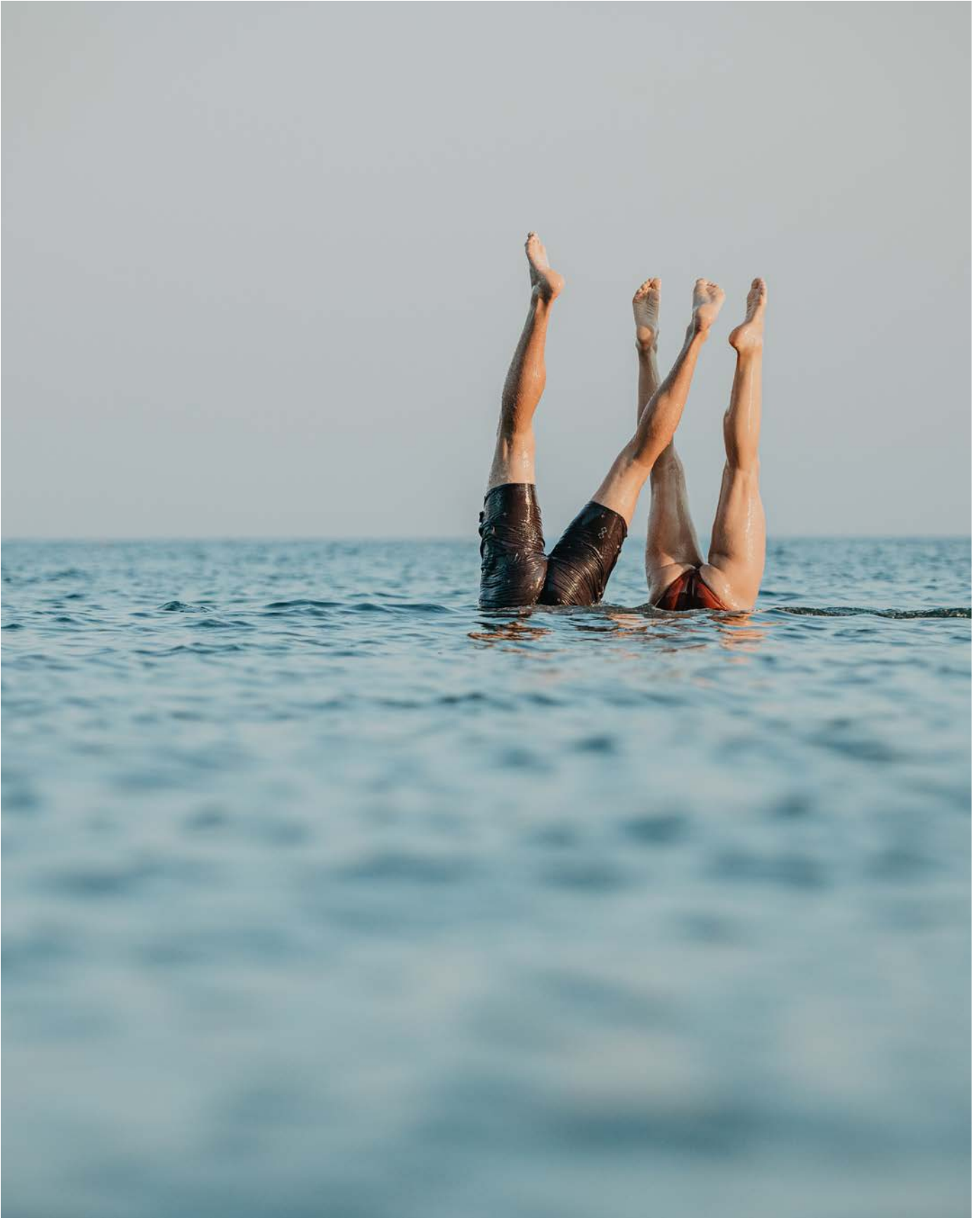
Reisen bedeutet über den wirtschaftlichen Aspekt hinaus immer auch Erlebnis, Begegnung, Bildung. Reisen kann dadurch zu einem besseren Verständnis anderer Länder, Menschen und Kulturen beitragen und damit einen Beitrag zu Frieden und Völkerverständigung leisten.

### Maßnahme

#### **Tourismuspolitik mit internationaler Verantwortung**

Tourismuspolitik ist auch Stabilisierungs- und Gesellschaftspolitik: Wir nutzen unsere Möglichkeiten im Rahmen unseres Engagements in internationalen tourismuspolitischen Gremien, vor allem bei der UNWTO, der OECD und den G20, um den Tourismus, das Reisen und die Reisewirtschaft als wesentlichen Beitrag zu Frieden und Völkerverständigung sowie als wirtschaftlichen Stabilitätsfaktor nach Abebben der COVID-19-Pandemie wieder ins Bewusstsein zu rücken und damit den internationalen Tourismus wieder positiv zu konnotieren.







# Ausblick





Diese Maßnahmen sind ein Beitrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zur konkreten Umsetzung der vom Bundeskabinett am 30.04.2019 beschlossenen „Eckpunkte der Bundesregierung – Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie“. Wir bedanken uns bei allen Verbänden, Unternehmen, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie den Branchenvertreterinnen und Branchenvertretern für ihr Engagement im Rahmen des Dialogprozesses.

Die COVID-19-Pandemie hat deutlich gemacht, wie krisenanfällig die Tourismusbranche ist. Vordringlichstes Ziel in der gegenwärtigen Lage ist es nach wie vor, die Auswirkungen die-

ser Pandemie für die Branche abzumildern. Im Anschluss geht es mittel- und langfristig auch darum, Unternehmertum zu sichern, das Klima zu schützen und Wirtschaftskreisläufe zu stärken sowie die Resilienz der Branche gegen Krisen zu erhöhen.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie lädt – neben den beteiligten Bundesressorts – auch andere Akteure im Bereich des Tourismus aus Wirtschaft und Politik, insbesondere die Bundesländer, dazu ein, sich den Zielen der nationalen Tourismusstrategie anzuschließen und eigene Maßnahmen zu entwickeln, um die Ziele der nationalen Tourismusstrategie voranzutreiben.



---

# Weiterführende Links

**Informationen und Unterstützung für Unternehmen auf den Seiten des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie**

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Coronavirus/coronahilfe.html>

**Informationen und Links zum Förderprogramm LIFT, dem „Förderwegweiser Tourismus“ und dem „Tourismus-Wegweiser“ auf den Seiten des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes**

<https://www.kompetenzzentrum-tourismus.de/>

**Informationen zur Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.**

<https://www.germany.travel/>

**Informationen, Dokumente und Rückblick auf den Dialogprozess zur nationalen Tourismusstrategie**

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismusstrategie.html>





