Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft

Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

26. Oktober 2020

Dr. Fried & Partner GmbH
Dr. Markus Heller
Projektleitung
heller@fried-partner.de

PROJECT M GmbH
Sebastian Gries
Stellvertretende Projektleitung
sebastian.gries@projectm.de

Impressum

Dr. Markus Heller

Projektleitung
p +49 (0)89 290 728 11
e heller@fried-partner.de

Dr. Fried & Partner GmbH
Lessingstraße 6
80336 München
www.fried-partner.de

Sebastian Gries

Stellvertretende Projektleitung
p +49 (89) 614 66 08 0
e sebastian.gries@projectm.de

PROJECT M GmbH
Landsberger Straße 392
81241 München
www.projectm.de

Inhalt

1. Vorwort 4
2. Analyse 5
3. Maßnahmenvorschläge zur unmittelbaren Umsetzung im Zuge der COVID-19-Krise und ihrer Folgen 7
3.1. Maßnahmenentwicklung 7
3.2. Fiskalische Maßnahmen 10
3.2.1. Überbrückungshilfen 10
3.2.2. Schnellkredite 11
3.2.3. Kurzarbeitergeld 12
3.2.4. Steuermaßnahmen 13
3.2.5. Sonderförderprogramme 14
3.3. Direkte operative Maßnahmen 16
3.3.1. Reisewarnungs- und Testkonzept 16
3.3.2. Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation 18
3.3.3. Voraussetzungen für erfolgreiche Vermarktung 19
3.3.4. Zielgebiete außerhalb Deutschlands 22
3.3.5. Digitalisierung 23
3.4. Indirekte Maßnahmen 25
3.4.1. Mittelständische Strukturen 25
3.4.2. Krisenresilienz 26
3.4.3. Insolvenz- und Krisenabsicherung 27
3.4.4. Wirtschaftliche Betrachtung Ferienplanung 29
3.5. Institutionelle Maßnahmen 30
3.5.1. Schlagkraft BMWi 30
3.5.2. Schlagkraft Tourismuswirtschaft 32
3.5.3. EU-Abstimmung 33
4. Schlussbetrachtung 34
Literaturverzeichnis 36

1. Vorwort

Die gesamte deutsche Tourismusbranche ist von der aktuellen COVID-19-Krise massiv und – aller Voraussicht nach – auch langanhaltend getroffen. Kennzeichnend für die Krise sind eine allgemeine Unsicherheit, kurzfristig schwankende Reisewarnungen und -beschränkungen sowie von Land zu Land und Region zu Region gegebenenfalls stark variierende Quarantäne- und Testpflichten. Daraus resultieren branchenweite Umsatzeinbrüche. Je nach Geschäftsmodell können diese bis zu 99 Prozent der Vorkrisenumsätze betragen. Eine Vielzahl an eigentlich gesunden, wirtschaftsstarken touristischen Unternehmen ist unmittelbar von der Insolvenz bedroht. Zweifellos werden die wirtschaftlichen, strukturellen und gesellschaftlichen Folgen auch künftig massive Herausforderungen für die Tourismusbranche darstellen. Aus heutiger Sicht, wie auch mit Blick auf die wieder ansteigenden Corona-Fallzahlen, ist eine Branchenerholung in naher Zukunft nicht zu erwarten.

Vor diesem Hintergrund wurde, im Rahmen der laufenden Erarbeitung von „Vorschlägen für einen Aktionsplan der Bundesregierung mit Handlungsempfehlungen in Umsetzung der vom Bundeskabinett am 30.04.2019 beschlossenen programmatischen Eckpunkte für eine Nationale Tourismusstrategie“, eine Projekterweiterung zur Berücksichtigung der Effekte der aktuellen COVID-19-Krise durchgeführt. Auftraggeber war das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Die Erarbeitung des vorliegenden Dokuments erfolgte im Zeitraum August bis Oktober 2020 und stellt eine Momentaufnahme dar. Im Rahmen der Erarbeitung der vorliegenden Maßnahmen und Empfehlungen wurden in zwei Hearings Fachleute der Reisebranche bzw. ausgewählter touristischer Verbände und Institutionen (BTW, DEHOGA, Deutscher Heilbäderverband, DIHK, DRV, DTV, DZT,IHA, RDA und v.i.r.) eingebunden. Hierbei wurden sowohl Vorschläge der Verbandsvertreter aufgenommen als auch eine kritische Reflexion inhaltlicher Ausarbeitungen vorgenommen.

Die festgehaltenen Empfehlungen fokussieren auf eine zügige Wiederbelebung des Tourismus während bzw. nach der COVID-19-Krise und stellen hierfür aus gutachterlicher Sicht das Gesamtportfolio an erfolgversprechenden Möglichkeiten dar. Der Politik obliegt es dabei, entsprechend den sich weiterhin zu erwartenden Veränderungen in der Krise, die Maßnahmen gegeneinander abzuwägen und zu priorisieren.

Insgesamt werden nach Einschätzung der Gutachter durch die entsprechende Umsetzung der Bausteine sowie insbesondere der jeweils zugehörigen Maßnahmen, die wirtschaftliche Positionierung wie auch die Handlungs- und Zukunftsfähigkeit der gesamten Tourismusbranche fortwährend verbessert. Es ergeben sich neue Optionen, die Leistungsstärke und Liquidität der Branche zu erhalten, den gravierenden Buchungs- und Umsatzeinbrüchen entgegenzuwirken sowie günstige Voraussetzungen für die Weiter- bzw. Neuentwicklung von Geschäftsmodellen zu schaffen.

Im Folgenden werden, ausgehend von einer Analyse der Branchensituation sowie einer Beschreibung der Maßnahmenentwicklung, die vier oben beschriebenen Bausteine vertiefend dargestellt.

2. Analyse

COVID-19 hat die Tourismuswirtschaft monatelang nahezu zum Erliegen gebracht. Nach einer kurzen Abmilderungsphase drohen, einhergehend mit einer zweiten Corona-Welle, potentiell noch gravierendere Folgen für Verbraucherinnen, Verbraucher und Wirtschaft.

In Deutschland stellt der Tourismus eine Querschnittsbranche mit wechselseitigen Austauschbeziehungen zu einer Vielzahl anderer Branchen und Wirtschaftszweige, wie zum Beispiel dem Lebensmitteleinzelhandel oder dem Infrastruktursektor dar. Einbrüche im Tourismus haben deshalb über die Zeit stets auch massive Auswirkungen auf zahlreiche andere Wirtschaftsbereiche.

Als Folge der Corona-Krise sind nach Einschätzung des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft e. V. (BTW) 40 bis 60 Prozent der Branchenunternehmen akut von der Insolvenz bedroht. Direkt und indirekt gefährdet sind damit 1,2 bis 1,8 Millionen Arbeitsplätze (BTW, 2020). In den Bereichen Luftverkehr, Kreuzfahrt, Reiseveranstalter und Reisebüro sowie Hotellerie und Gastgewerbe zeigen sich die Folgen der derzeitigen Krise, wie im Folgenden kurz skizziert, unterschiedlich stark.

Luftverkehr: International wie innerdeutsch kam es hier nach dem Corona-Ausbruch zu einem weitestgehenden Stillstand, abgesehen von erforderlichen Rückholflügen für gestrandet Urlauberinnen und Urlauber. Über den Zeitraum April bis Juni waren laut Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen (ADV) Rückgänge von über 90 Prozent im Passagierverkehr zu verzeichnen (ADV, 2020). Nach vorsichtigen Erholungstendenzen in den Sommermonaten zeichnen sich nun neue Einbrüche infolge der zweiten Corona-Welle ab. Ähnlich kritisch sieht die Lage für Flughäfen sowie Serviceanbieter im Umfeld von Flugleistungen aus.

Kreuzfahrtbranche: Der Umsatz der größten Reedereien brach im zweiten Quartal um bis zu 99 Prozent ein (Statista, Kreuzfahrt-Industrie erleidet Schiffbruch, 2020). Der große Wachstumstreiber der vergangenen Jahre versucht durch vereinzelte Ansätze, wie „Kreuzfahrten ins Blaue“, den Betrieb wieder aufzunehmen und damit die Lage abzumildern.

Reiseveranstalter/ Reisebüros: Aufgrund der nach wie vor bestehenden Unsicherheiten, der teilweise erratischen Reisewarnungen sowie der unheitlichen Quarantänemaßnahmen, ergaben sich ernorme Rückgänge beim Buchungsvolumen für Reiseveranstalter wie auch Reisebüros. Im Juli 2020 erreichte das Buchungsvolumen lediglich ein Drittel des Aufkommens des Vorjahresmonats. Bezieht man stornierte Urlaubsreisen mit ein, so summierten sich die bis Juli ausgefallenen Buchungsumsätze bei vorpaketierten Reisen auf minus 94 Prozent für die Sommersaison sowie auf minus 85 Prozent für die Wintersaison 2020/21- jeweils gemessen an den entsprechenden Vorjahreszeiträumen (Travel Data + Analytics, 2020).

Hotellerie/ Gastgewerbe: Insbesondere die häufig wechselnden Reise- und Aufenthaltsbeschränkungen hatten in Deutschland gravierende Einschnitte bei Übernachtungen aus dem In- und Ausland zur Folge. Insgesamt sind im Zeitraum Januar bis August 2020 die getägigten Übernachtungen um 37,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurückgegangen (DESTATIS, Gästeübernachtungen August 2020, 2020). Die Auswirkungen für die Beschäftigung sind entsprechend dramatisch. Im Zeitraum von März bis Juni wurde im Gastgewerbe für knapp 1,1 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kurzarbeit angezeigt - zeitweise umfasste dies circa 92 Prozent aller Beschäftigten aus dem Bereich (DESTATIS, Zahlen zur COVID-19 Pandemie, 2020).

Auch im Bereich der Geschäftsreisen kam es nach dem Corona-Ausbruch zu dramatischen Einbrüchen. Einer Umfrage des Verbandes Deutsches Reisemanagement e. V. (VDR) zufolge, genehmigten, Stand Juli 2020, 94,7 Prozent der deutschen Unternehmen nur in Ausnahmefällen überhaupt Dienstreisen. Innerdeutsche Dienstreisen erlaubten die Unternehmen dabei zu 23,4 Prozent ohne spezielle Auflagen, 59,1 Prozent machten sie von der aktuellen Ansteckungsgefahr in der jeweiligen Zielregion abhängig (VDR, 2020).

Die Beschränkungen bei Privat- wie auch Geschäftsreisen – Beherbergungsverbote und Schließanordnungen – hatten für die betroffenen Anbieter in ihren Auswirkungen de facto den Charakter von Berufsverboten. Stornierungen, Umbuchungen etc. verursachten über die gesamte Touristikbranche hinweg einen hohen Arbeitsaufwand – ohne dass damit Einnahmen oder gar Gewinne generiert werden konnten. Auch nach den Lockerungen in den Sommermonaten fiel der Buchungseingang gemessen am Vorjahreszeitraum deutlich geringer aus.

Finanzhilfen von Bund und Ländern sind aus heutiger Sicht unverzichtbar fürs Überleben der gesamten Branche, daran hat sich auch im Rückblick auf die Sommermonate nicht viel geändert. Entsprechende Unterstützungsanträge wurden von den Anbietern inzwischen branchenweit gestellt, allerdings gibt es vielfach deutliche Verzögerungen bei der Auszahlung. Im August 2020 gaben beispielsweise 70 Prozent der Reisebüros, die Überbrückungshilfe beantragt haben, an, noch keine Hilfe erhalten zu haben (DRV, 2020).

3. Maßnahmenvorschläge zur unmittelbaren Umsetzung im Zuge der COVID-19-Krise und ihrer Folgen

Die Touristikbranche ist traditionell eine besonders krisenanfällige, aber auch krisenerfahrene Branche. Terroranschläge, Naturkatastrophen sowie zyklische Konjunkturschwankungen haben schon immer den Charakter der Branche entscheidend geprägt. COVID-19 schafft jedoch jetzt eine völlig neue, in dieser Form bislang unbekannte Bedrohungslage.

Eine problemgerechte Maßnahmenentwicklung muss einerseits dem tatsächlichen Ausmaß der Bedrohung Rechnung tragen. Andererseits sollte sie sich, um Erfolg zu haben, auf die tradtionellen Stärken der Branche stützen. Dies sind die vielfach erwiesene Widerstandsfähigkeit der Branche, aber auch die bewährte, unverkennbar mittelständisch geprägte Branchenstruktur mit einer Vielzahl bestens etablierter, leistungsstarker klein- und mittelständischer Unternehmen (KMU).

Diese erprobten mittelständischen Geschäftstrukturen zu bewahren sollte auch vorrangiges Ziel aller öffentlichen Unterstützungsmaßnahmen sein. Was es definitiv zu vermeiden gilt, ist die Herausbildung „Uber“-artiger Geschäftsstrukturen im Zuge der Krisenbewältigung. Damit würden nur leistungsstarke, eigenständig agierende Anbieter vom Markt verdrängt.

3.1. Maßnahmenentwicklung

Entscheidend für den Erholungsprozess ist es, die aktuell hohe Unsicherheit in der Branche sowie die massiven Auswirkungen auf die Geschäftsprozesse aller touristischen Unternehmen und Organisationen zu reduzieren. Die Unsicherheit wird bestimmt von den meist sehr kurzfristig ausgesprochenen Reisewarnungen sowie den aus Verbrauchersicht häufig veränderten bzw. angepassten Rahmenbedingungen bei Buchung und Reisedurchführung.

Insbesondere im Outbound-Tourismus lässt sich dies an den Buchungskurven für unterschiedliche Destinationen aufzeigen. Nachstehend ist der Zusammenhang zwischen Reisewarnung und Buchungskurve für einzelne Destinationen dargestellt.

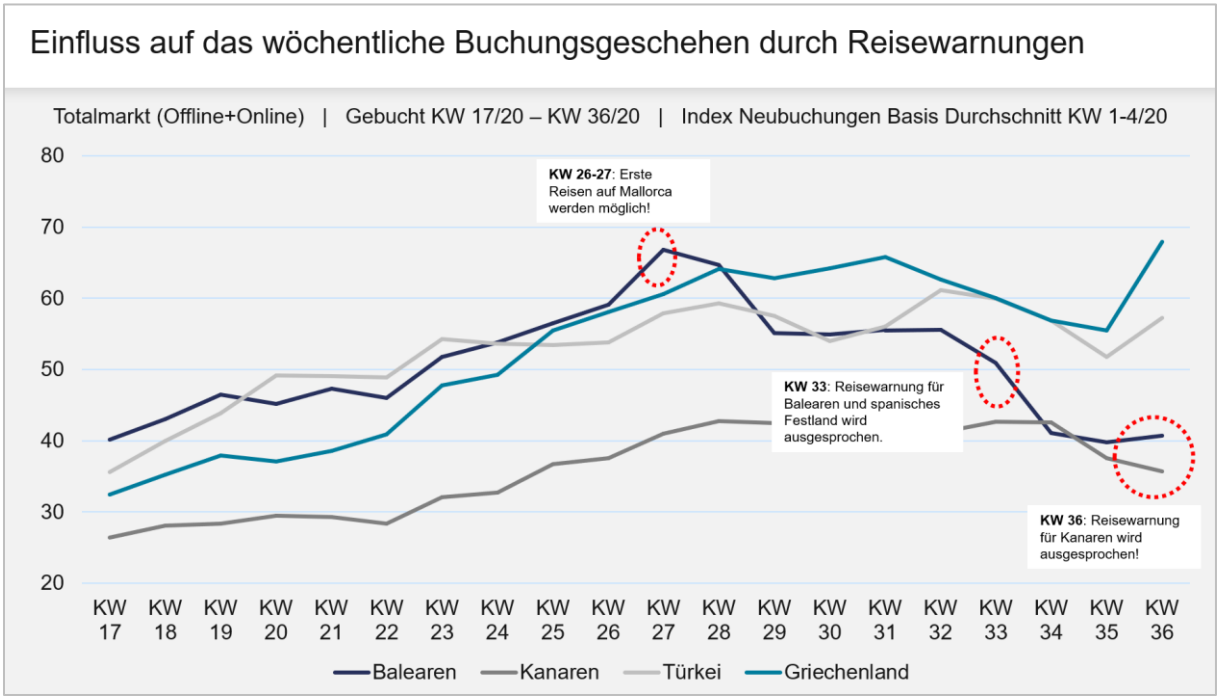

Abbildung 1: Einfluss auf das wöchentliche Buchungsgeschehen durch Reisewarnungen; Darstellung: TDA Travel Intelligence; Travel Data + Analytics, 2020

Um die Zukunftsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft zu sichern, wird ein schnelles und effektives Recovery benötigt. Es gilt, die Branche trotz des Corona-Virus wieder “hochzufahren” und diese Entwicklung zu verstetigen. Im Kern geht es darum, den Reiseunternehmen wieder die Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit zu ermöglichen und die drohende Insolvenzwelle zu vermeiden. Drei Ziele sind hierbei zu verfolgen:

1. Sicherung von Einnahmen und Liquidität, um die Funktionsfähigkeit der Branche zu erhalten.
2. Verstetigung der positiven Grundentwicklung: Auf Anbieterseite gilt es, die Aufbruchbereitschaft zu stärken und die Durchführbarkeit von Reisen sicherzustellen. Auf Nachfragerseite muss das Vertrauen in die touristische Reise und die Beherrschbarkeit der Risiken wiederhergestellt werden.
3. Vermeidung abrupter Buchungseinbrüche bzw. negativer Umsatzentwicklungen.

Diese Ziele lassen sich aus gutachterlicher Sicht durch ein Portfolio von Maßnahmen erreichen, die genau abgestimmt sind, sich wechselseitig stützen und Synergien ausschöpfen, um die größtmöglichen positiven Effekte zu erzielen. Das Maßnahmenportfolio umfasst die folgenden Bausteine:

1. Fiskalische Maßnahmen
2. Direkte operative Maßnahmen
3. Indirekte Maßnahmen
4. Institutionelle Maßnahmen

Die Maßnahmen sollten darauf abzielen, funktionierende Geschäftsmodelle abzusichern und gleichzeitig zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu fördern bzw. zu entwickeln. Zudem ist es notwendig, den Verbraucherschutz mit den Branchenbedürfnissen in Einklang zu bringen und dabei Aspekte der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen. Die folgende Grafik zeigt einen Überblick über die Bausteine sowie die zu prüfenden Maßnahmen für ein zügiges Recovery der deutschen Tourismusbranche.

Abbildung 2: Überblick der Recovery-Maßnahmen (eigene Darstellung)

3.2. Fiskalische Maßnahmen

Im Folgenden werden die ausschlaggebenden fiskalischen Maßnahmen zur Wiederbelebung der deutschen Tourismuswirtschaft skizziert. Die nachstehende Grafik stellt den in diesem Kontext anzusetzenden zeitlichen Rahmen dar:

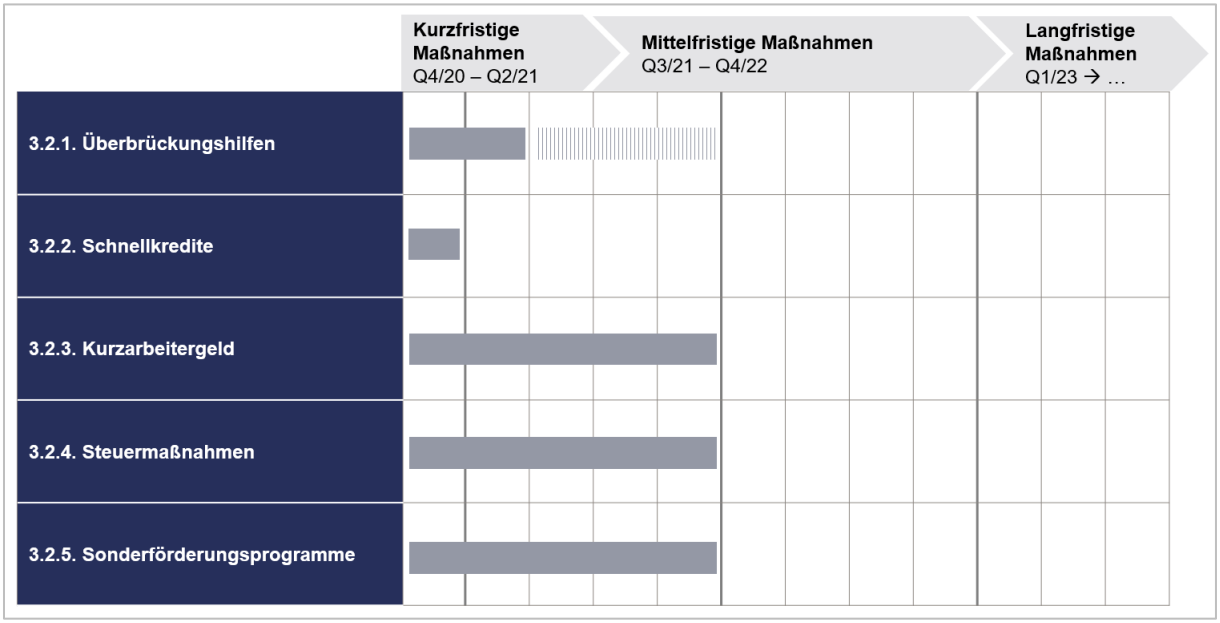

Abbildung 3: Zeitliche Einordnung der fiskalischen Maßnahmen (eigene Darstellung)

3.2.1. Überbrückungshilfen

Um die wirtschaftliche Existenz von Unternehmen zu schützen, hat die Bundesregierung im Rahmen der Überbrückungshilfen eine Summe von insgesamt 25 Milliarden Euro an liquiden Mitteln zur Verfügung gestellt. Mit der Verlängerung der Überbrückungshilfen bis Ende 2020 wurde ein weiteres wichtiges Signal zur wirtschaftlichen Bewältigung der Krise gesetzt. Allerdings ist anzumerken, dass bis Mitte Oktober lediglich 1,1 Milliarden Euro der 25 Milliarden Euro abgerufen wurden. Als problematisch wurde von den Verbänden eingeschätzt:

- KMU-Kriterien, vor allem hinsichtlich der definierten Umsatzvoraussetzungen, werden von vielen touristischen Unternehmen nicht erfüllt. Beispielsweise verfügen Reisebüros zwar über sehr hohe Bruttoumsätze, haben jedoch aufgrund von etwa 90 Prozent niedrigeren Nettoumsätzen bei einem gleichzeitig hohen Personalkostenanteil eine nur äußerst geringe Ertragskraft.
- Verbundene Unternehmen erhalten nur für eine einzelne Unternehmenseinheit Förderung. Daher können beispielsweise viele Busunternehmen, mit einer Reihe von Betriebsstätten, gemessen an den tatsächlichen Erfordernissen, eher geringe Überbrückungshilfen beantragen.
- Der Antragsprozess hat einen hohen bürokratischen Aufwand und bedarf der Einbindung fachlich versierter Dritter. Erfolgreiche Beantragungen von Überbrückungshilfen basieren nach Aussage des Branchendienstleisters Travel Agency Accounting GmbH

(TAA) vor allem auf der Ausnutzung einer Ausnahmeregelung für kleinere Betriebe, die besagt, dass die Kappungsgrenze wegfällt, wenn die rechnerische Überbrückungshilfe doppelt so hoch liegt wie der jeweilige Deckel (fvw, 2020).

Mit der Verlängerung sowie punktuellen Anpassungen der Überbrückungshilfekriterien will das BMWi diesen Prozess vereinfachen. Trotz allem sollte auch hinsichtlich der Zulassungskriterien eine Herabsenkung bzw. Vereinfachung möglicher Barrieren für touristische Unternehmen ins Auge gefasst werden. Wie bereits heute abzusehen ist, dürfte die Reisebranche noch weit über das Jahr 2020 hinaus von der COVID-19-Pandemie betroffen sein. Daher wird eine Verlängerung der Hilfen sowie eine Anpassung der Kriterien an die Bedürfnisse der Branche empfohlen.

Auch mit Blick auf die drohende Insolvenzwelle im Tourismus sollte die Forderung der Tourismuswirtschaft dringend geprüft werden, ob durch die Bundesregierung eine spezifische Unterstützung der Branche nach Artikel 107 Absatz 2 (b) des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) erfolgen kann. Eine solche Förderung würde bedeuten, dass für die gesamte Branche unter den genannten Rahmenbedingungen ein eigenständiges Konzept zur Liquiditätsabsicherung realisiert werden könnte.

3.2.2. Schnellkredite

Im Rahmen des Schutzschilds für Deutschland hat die Bundesregierung mit der Möglichkeit zur Ausgabe von Schnellkrediten eine Ausweitung der KfW-Programme für kleine und mittlere Unternehmen vorgenommen. Ziel ist es, Unternehmen zu unterstützen, die bis dato aufgrund der Mitarbeiterzahl keinen Anspruch auf das Sofortprogramm hatten. Aus Sicht der Reisewirtschaft sind diesbezüglich zwei Aspekte kritisch zu hinterfragen:

- Die Zugangsbedingungen schließen in ihrer derzeitigen Formulierung Unternehmen mit zehn und weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern de facto vom Erhalt eines Schnellkredits aus.
- Der Kreditzins des Schnellkredits liegt bei drei Prozent pro Jahr. Angesichts der kurz- bis mittelfristig schlechten Geschäftsaussichten dürfte dies für viele Bereiche der Tourismusbranche eine relevante zusätzliche Belastung darstellen, die einer schnellen wirtschaftlichen Erholung gegebenenfalls entgegensteht.

In diesem Zusammenhang gilt es auch die Gewährung von Kleinbeihilfen zu beachten. Die zweite geänderte Bundesregelung für Kleinbeihilfen 2020 sieht, unter Voraussetzung des Artikels 107 Absatz 3 (b) AEUV, eine Obergrenze von insgesamt 800.000 Euro je Unternehmen als Gesamtnennbetrag für alle erhaltenen Maßnahmen vor. Hält man sich das Ausmaß der aktuellen Krise vor Augen, so stellt dies für Unternehmen mit über 100 Millionen Euro Umsatz einen vergleichweise geringen Anteil an der insgesamt benötigten Ausgleichssumme dar.

Daher wird empfohlen, die Rahmenbedingungen zu überprüfen und Kleinunternehmen mit zehn oder weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Schnellkredite zu ermöglichen. Des Weiteren wird angeregt, eine generelle Ausweitung des Rahmens zu prüfen.

3.2.3. Kurzarbeitergeld

Die Tourismusbranche hat das Instrument der Kurzarbeit bisher umfassend genutzt. So waren im Mai 2020 circa 80 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus Tourismus und Gastgewerbe in Kurzarbeit (YOURCAREERGROUP, 2020). Im August 2020 befanden sich noch 88 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Reisebüros und Reiseveranstaltern, 71 Prozent der Hotellerie und 52 Prozent der Gastronomie in Kurzarbeit (ifo, 2020).

In der sehr personalintensiven Reise- und Tourismusbranche stellt die Kurzarbeit das derzeit effektivste Instrument der wirtschaftlichen Stützung dar. Allerdings steigt mit zunehmender Dauer der Kurzarbeit auch die Gefahr, den vorherrschenden Fachkräftemangel im Tourismus noch weiter zu verstärken. Derzeit geben circa 60 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Hotellerie, Gastronomie und Touristik an, sich nach alternativen Jobs umzuschauen bzw. dies in Erwägung zu ziehen (YOURCAREERGROUP, 2020).

Die Problematik der Kurzarbeit in der Touristik ist besonders dem Umstand geschuldet, dass mit Beginn der COVID-19-Krise und der damit verbundenen Reisewarnungen, durch Stornierungen und Umbuchungen eine große Arbeitslast angefallen ist und mit jeder neuen Reisewarnung weiterhin anfällt. Solche Arbeits- und Serviceleistungen stellen dabei einen direkten Mehrwert für die Kundinnen und Kunden dar; zudem dienen sie auch der Erfüllung von Anforderungen des Verbraucherschutzes, unter anderem im Sinne der Pauschalreiserichtlinie.

Diesem Umstand sollte mit einem entsprechenden (Förder-)Instrument bzw. einer Anpassung der Regelungen zur Kurzarbeit Rechnung getragen werden. Beispielsweise könnte der Kostendruck durch Übernahme der Personalkosten, die im Zuge der Abwicklung von Corona-bedingten Leistungen ohne Entgelt entstehen, genommen werden. Eine Erweiterung des Kurzarbeitergeldes auf Minijobberinnen und Minijobber sowie Freelancerinnen und Freelancer, als relevante Mitarbeitergruppen im Tourismus, ist ebenfalls zu prüfen. So sind allein durch beendete und nicht neu begonnene Arbeitsverhältnisse im Gastgewerbe bis Ende Juni 325.900 Minijobs weggebrochen (bundesweit 837.004). Dies stellt ein Minus von 36 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum dar (fvw, 2020).

Zu überlegen ist, inwieweit das Instrument der Kurzarbeit auch für eine zukunftsorientierte Entwicklung der Marktstrukturen im Tourismus sowie die Bindung von Fachkräften genutzt werden kann. Hier muss es nach Forderung der Branche darum gehen, den Marktteilnehmern die Chance zu geben, trotz aktuell weitestgehender Nichtausübung, ihre weitere Geschäftsfähigkeit auf Basis zukunftsorientierter Technologien sowie über die Weiterentwicklung der Humanressourcen zu sichern. Mögliche Ansätze zur Vergütung von Arbeitszeit mittels Kurzarbeitergeld sind:

- Absicherung der betrieblichen Zukunftsfähigkeit über die Entwicklung innovativer, digitaler Lösungen,
- Investitionen in die Nachhaltigkeit touristischer Produkte und Leistungsangebote,
- Sicherung der Beschäftigung von Fachkräften mittels strategischer Entwicklungs- und Qualifizierungsmaßnahmen.

Aus Sicht der Unternehmen wie auch des Staates ist dabei entscheidend, dass die Unternehmen ihre Zukunft jetzt gestalten. Ihr Ziel muss jeweils sein, gestärkt, das heißt voll wettbewerbs- und zukunftsfähig aus der aktuellen Wirtschaftskrise und Kurzarbeit hervorzugehen.

3.2.4. Steuermaßnahmen

Im Rahmen der branchenübergreifenden Programme zur Überdauerung der COVID-19-Krise wurden bereits vielfältige steuerliche Erleichterungen vorangebracht.

Erweiterung des steuerlichen Verlustrücktrags

Die Unternehmen der Touristikbranche begrüßen grundsätzlich die Maßnahmen der Bundesregierung zur Anpassung des vorläufigen Verlustrücktrags sowie zur Anhebung der Obergrenzen auf fünf Millionen bzw. zehn Millionen Euro für Verluste in den Jahren 2020 und 2021. Gerade für klein- und mittelständische Unternehmen schafft die Anhebung der Obergrenze, für sich genommen, allerdings noch keine nennenswerte Entlastung. Vielmehr würde für das Gros der kleineren Betriebe eine Erweiterung des Rücktragszeitraums, zum Beispiel auf drei Jahre, eine deutlich effektivere Entlastung darstellen.

Bleibt der Rücktragszeitraum unverändert, ist davon auszugehen, dass vermehrt der Verlustvortrag zum Tragen kommt. Unklar ist derzeit, wie sich die COVID-19-Krise weiter entwickeln wird. Damit lässt sich nicht absehen, ob bzw. inwiefern die Unternehmen in den kommenden Jahren Gewinne erwirtschaften und der steuerentlastende Effekt tatsächlich, wie vorgesehen, im angesetzten Zeitraum eintreten kann. Eine Erweiterung des Rücktragszeitraums über das Jahr 2019 hinaus entsprechend der Forderung der Branche erscheint deshalb auf jeden Fall empfehlenswert. Gegebenenfalls ist auch eine modifizierte Kombination von erweitertem Rücktragszeitraum und angehobener Obergrenze eine Option. Denkbar wäre zum Beisipel für 2019 ein Rücktrag von bis zu fünf Millionen Euro und für die Vorjahre eine Begrenzung des Rücktrags auf jeweils eine Million Euro.

Unbefristete Mehrwertsteuersenkung auf Speisen

Begrüßenswert ist auch die erfolgte Absenkung des Mehrwertsteuersatzes für Speisen in der Gastronomie auf sieben Prozent, bzw. bis Ende 2020 auf fünf Prozent. Sieht man von der reinen Hotelübernachtung ab, gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz bislang vor allem für Gastronomieleistungen, die ohne umfassende Dienstleistung auskommen, also bereitgestellten Kaffee oder das Essen zum Mitnehmen. So unterliegen Speisen und Getränke, verpackt in ökologisch bedenklichem Einweggeschirr, lediglich dem reduzierten Steuersatz. Der reduzierte Satz gilt zudem auch für den Lebensmitteleinzelhandel, der mit Mitnahmekonzepten für warme und kalte Speisen durchaus im Wettbewerb mit gastronomischen Betrieben steht.

Die personalintensive gastronomische Leistung vor Ort wird dagegen ab Mitte nächsten Jahres wieder mit dem vollen Mehrwehrtsteuersatz belegt. Dies gilt auch für den Verzehr von Speisen und Getränken auf/ in Mehrweggeschirr.

Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, den Mehrwertsteuersatz für Speisen einheitlich auf sieben Prozent abzusenken, unabhängig von Ort und Art des Verzehrs. In zahlreichen Mitgliedstaaten der EU gibt es bereits eine solche Regelung; dort wird steuerlich nicht mehr zwischen Essen aus dem Restaurant und dem Supermarkt oder nach Ort und Art des Verzehrs unterschieden.

Auf jeden Fall zu überprüfen ist die derzeitige Befristung der Mehrwertsteuersenkung auf den 30. Juni 2021, denn das Recovery der Branche wird wohl deutlich länger dauern als bislang angenommen. Wichtige Ertragsquellen wie Bankette, Veranstaltungen sowie Gruppenreisen werden der Gastronomie und den Beherbergungsbetrieben, aller Voraussicht nach, noch

längere Zeit fehlen. Aus diesen Erwägungen empfiehlt sich eine Verstetigung der derzeitigen Mehrwertsteuersenkung, damit nicht (sonst) unumgängliche Preiserhöhungen oder erneute Umstellungsaufwände, zum Beispiel für die Umstellung der Kassensysteme, die Erholung der Branche insgesamt gefährden.

Mehrwertsteuersenkung auf Busleistungen analog zur Bahn

Aus Gründen des Klima- und Umweltschutzes hat die Bundesregierung zu Jahresanfang die Mehrwertsteuer für Tickets im Schienenfernverkehr generell von 19 auf sieben Prozent, bis Ende 2020 auf fünf Prozent abgesenkt. Kommuniziertes Ziel der Bundesregierung war, mehr Bürger zum Wechsel vom Auto oder Flugzeug auf klimafreundlichere Transportmittel zu bewegen.

Die dadurch verursachte Veränderung der Wettbewerbsbedingungen zwischen Bus und Bahn hat Fernbusunternehmen unter den Bedingungen der COVID-19-Krise stark getroffen. Während im Rahmen des Corona-bedingten Lockdowns touristische Reisebusfahrten verboten waren, galt dieses Verbot für Fernbusse im Linienverkehr nicht. Auch wenn letztere somit weiterhin operieren konnten, wurden gleichwohl viele Busse aus wirtschaftlichen Gründen zwischenzeitlich stillgelegt, um die laufenden Kosten zu senken. Im Rahmen des zeitweiligen Neustarts wurde häufig nur ein Bruchteil des eigentlichen Streckennetzes befahren. Nachteilig wirken sich auch die neu eingeführten Hygiene- und Abstandsregeln aus, welche einen ertragsoptimierten Betrieb der Busse erschweren.

Vor diesem Hintergrund erscheint eine steuerliche Gleichbehandlung von Bus- und Bahnfahrten, wie seitens des Sektors gefordert, dringend geboten: Nur so können die entstandenen Wettbewerbsnachteile für den Vehrkehrsträger Bus wieder ausgeglichen werden. Damit würde auch ein Impuls für die Wiederbelebung der Reisebranche, bei gleichzeitiger Förderung klimafreundlicher Transportangebote geschaffen werden.

Abschreibungsoptionen flexibilisieren

Bedingt durch die Corona-Krise können derzeit erhebliche touristische Kapazitäten nicht zur Generierung von Umsätzen genutzt werden. Als Folge ergeben sich für Reiseunternehmen hohe bilanzielle Verluste, was oftmals die Ausweisung von Unterbilanzen erforderlich macht und damit die Kreditaufnahme erheblich erschwert. Gleichzeitig führt die reduzierte Nutzung im Anlagebestand zu geringerem Verschleiß und mindert so die Attraktivität von Abschreibungen.

Um Insolvenzen aufgrund bilanzieller Überschuldung zu vermeiden und somit Arbeits- und Ausbildungsplätze zu erhalten, erscheint es entsprechend der Branchenforderung erforderlich, Abschreibungserleichterungen in Form von Bewertungshilfen zu schaffen. In diesem Sinne sollten die Paragrafen §253 Absatz 3 HGB und §7 EstG nochmals im Hinblick auf einen vollständigen oder teilweisen Verzicht auf planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen für Geschäftsjahre, die vor dem 1. Januar 2021 enden und nach dem 31. Dezember 2019 beginnen, überprüft werden.

3.2.5. Sonderförderprogramme

Zahlreiche Förderprogramme von Bund und Ländern sowie das Konjunkturpaket der Bundesregierung bieten bereits eine Vielzahl an Unterstützungsleistungen für touristische Betriebe.

Zugangsbarrieren zu Fördermitteln absenken

An dieser Stelle ist auf die umfassende Sammlung und Auflistung der Fördermaßnahmen des Kompetenzzentrums des Bundes zu verweisen, welche für die gesamte Branche Orientierung und Unterstützung bietet. Damit verbindet sich allerdings auch der Appell an die fördernden Institutionen, den Prozess der Beantragung entsprechender Mittel durch die Marktteilnehmer möglichst einfach zu gestalten. Insbesondere gilt es, die Förderkriterien marktorientierter zu gestalten, um eine entsprechende Branchenwirkung zu erreichen.

Auflage eines nationalen Tourismusentlastungprogramms

Angesichts der Vielfalt länderspezifischer Förderprogramme wird empfohlen, ein nationales Tourismusentlastungsprogramm aufzusetzen, welches Zuschüsse zur Kompensation von Corona-bedingten Verlusten bereitstellt. Dies gilt als eine der zentralen und elementaren Forderungen seitens der Tourismuswirtschaft. Aufgrund der überdurchschnittlich starken und voraussichtlich lang andauernden Betroffenheit der Tourismuswirtschaft und der zahlreichen Besonderheiten in den Anforderungen zeigt sich aus Sicht der Branche die bisherige Bemessungsgrundlage anderer Förderprogramme oftmals als unzureichend.

Um etwaige Hemmnisse auszuräumen, die einer sektoralen Förderung entgegenstehen könnten, wird an dieser Stelle nochmals auf die in Kapitel 3.2.1. angesprochene Möglichkeit einer branchenspezifischen Unterstützung nach Artikel 107 Absatz 2 (b) AEUV hingewiesen.

Fachkräfteförderung

Seit Jahren leidet die gesamte Branche unter Nachwuchsmangel, die Zahl der Auszubildenden in der Touristik ist deutlich rückläufig. Durch die COVID-19-Krise wird diese Entwicklung noch weiter verstärkt. Insbesondere sinkt auch das Ausbildungsangebot. Nach Aussagen des Deutschen ReiseVerbands e. V. (DRV) planten die in diesem Verband organisierten touristischen Betriebe im August 2020 nur noch circa halb so viele Ausbildungsplätze anzubieten, wie noch im Jahr zuvor (DRV, 2020).

Angesichts der Notwendigkeit, auch in der COVID-19-Krise die Weiterentwicklungs- und Zukunftsfähigkeit der Branche sicherzustellen, wird empfohlen, bestehende Förderprogramme zur Sicherung der Ausbildung auszuweiten. Ziel sollte sein, möglichst viele qualifizierte Ausbildungsplätze zu erhalten sowie gegebenenfalls neu zu schaffen. Zum einen ist dabei zu prüfen, inwieweit der finanzielle Rahmen bestehender Förderprogramme erweiterbar ist; zum andern inwiefern eine Flexibilisierung der Ausbildung, zum Beispiel durch eine Verschiebung des Ausbildungsbeginns, erreicht werden kann.

3.3. Direkte operative Maßnahmen

Nachstehend werden die relevanten operativen Maßnahmen im Zuge eines Recovery der deutschen Tourismuswirtschaft dargestellt. Aus der Grafik lässt sich der für die Maßnahmen anzusetzende zeitliche Rahmen entnehmen:

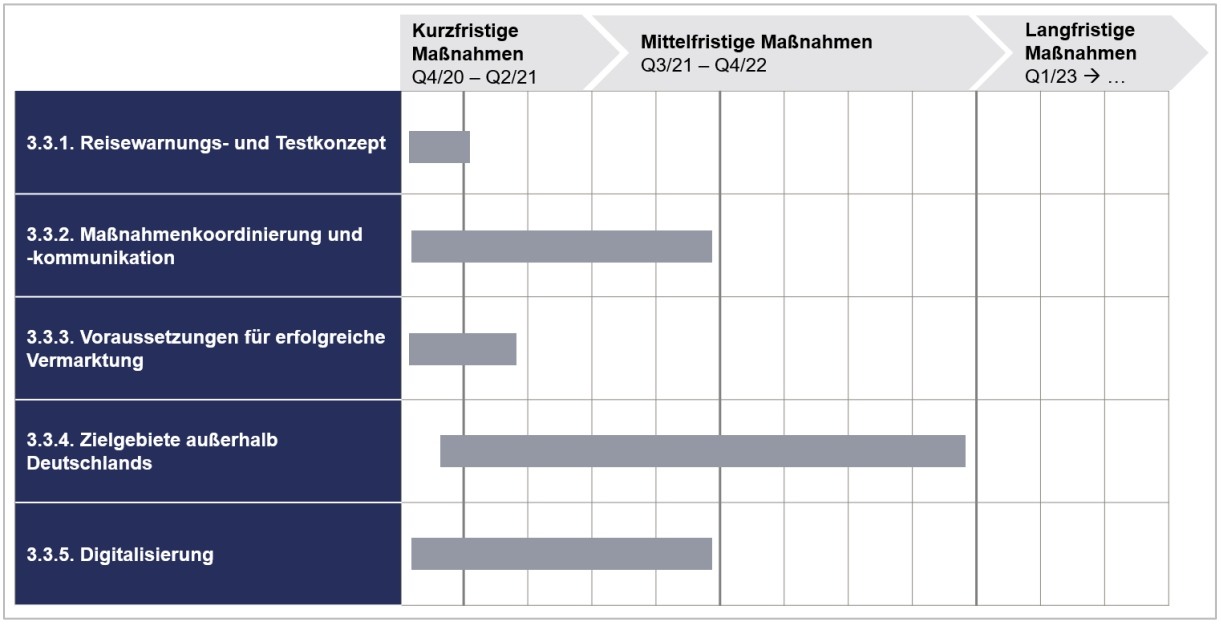

Abbildung 4: Zeitliche Einordnung der direkten operativen Maßnahmen (eigene Darstellung)

3.3.1. Reisewarnungs- und Testkonzept

Unterschiedlichste Regelungen, Vorgaben und Maßnahmen, auf EU-Ebene wie auch innerhalb Deutschlands, stellen Reisende und die Tourismusbranche vor große Herausforderungen. Aus diesem Grund bedarf es einheitlicher, verhältnismäßiger und differenzierter Konzepte für Reisewarnungen und Tests. Ziel sollte sein, effektive Maßnahmen mit zugleich möglichst geringen wirtschaftlichen Auswirkungen zu entwickeln. Zudem gilt es, die digitale Bereitstellung und Verknüpfung von Kontakt-, Reise-, und Gesundheitsdaten stärker verstärkt voranzutreiben.

Einheitliches Vorgehen auf EU-Ebene

Arbeitnehmerfreizügigkeit, grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung sowie unkomplizierte Dienstreisen sind unverzichtbar für einen funktionierenden europäischen Binnenmarkt wie auch für die Tourismusbranche. Der derzeitige Flickenteppich von Quarantäne- und Testpflicht-Regelungen schafft Unübersichtlichkeit, mindert das Vertrauen der Reisenden und hält sie vom Reisen ab. Unterschiedliche Vorschriften steigern zudem den Informations- und Planungsaufwand für touristische Unternehmen in unverhältnismäßigem Umfang. Überdies stellen Quarantänepflichten von mindestens fünf Tagen für Rückkehrer aus Risikogebieten de facto einen sektoralen Lockdown für die deutsche Reisewirtschaft dar. Ein einheitliches Vorgehen mit entsprechenden Indikatoren sollte zumindest ein gewisses Maß an Planbarkeit

wiederherstellen, was für Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Reise ausschlaggebend ist.

Um der Reisebranche die Rückkehr zum Geschäftsbetrieb zu ermöglichen, sind mithin mehr Klarheit und Planbarkeit bei der Festlegung von Risikogebieten und Reisewarnungen, am besten auf EU-Ebene, erforderlich. Es bedarf, entsprechend der Forderungen der Branche,einer einheitlichen und verhältnismäßigen Vorgehensweise, was Reisewarnungen sowie Maßnahmen in Einklang von Gesundheitsschutz und wirtschaftlichen Aspekten anbelangt. Aus Branchensicht wird der Ansatz der EU begrüßt, ein einheitliches Farbcode-System zur Kennzeichnung von Risikogebieten zu nutzen.

Für den Outbound- wie auch den Inbound-Tourismus ist dabei entscheidend, dass Regionen entsprechend der Datenlage möglichst differenziert betrachtet und pauschale Reisewarnungen für ganze Länder vermieden werden. Neben der Kontrolle der sogenannten 14-Tage-Inzidenz sowie dem Einbezug des Anteils positiv ausgefallener Tests ist zu prüfen, inwieweit weitere Aspekte zu einer differenzierten Klassifizierung von Regionen herangezogen werden können. Ein Beispiel bildet die Leistungsfähigkeit des jeweiligen Gesundheitssystems.

Für die Reisebranche sind zudem einheitliche Regeln basierend auf der gemeinsamen Einordnung von Risikogebieten von hoher Relevanz. In diesem Kontext muss der Fokus auf der Ausweitung von Testkapazitäten und dem Einsatz von Schnelltests liegen – idealerweise vor oder gegebenenfalls bei Reiseantritt. Dies baut Vertrauen bei Reisenden auf und macht eine Quarantänepflicht entbehrlich, welche die Reisebranche weiterhin unverhältnismäßig einschränken würde.

Zudem sollte regelmäßig überprüft werden, ob individuelle Urlaubs- oder Geschäftsreisen tatsächlich ein generelles Risiko darstellen oder ob nicht eher die Nichteinhaltung von Regeln, etwa bei privaten Feiern im In- und Ausland, Hauptursache für steigende Infektionsraten ist. Beispielsweise zeigt eine Auswertung der Positivitätsrate nach Einreiseland - wie sie etwa die Testfirma Centogene auf Basis von PCR-Tests am Flughafen Frankfurt anbietet - dass die Ansteckungsgefahr bei klassischen Urlaubszielen sehr gering ist, während Länder mit vermehrt ethnischem Reiseverkehr eine höhere Positivitätsrate aufweisen. Statt einer pauschalen Warnung vor Urlaubsreisen in betroffene Länder sollte sich die Aufmerksamkeit eher auf Reisemotiv, Art der Beherbergung sowie das Verhalten der Reisenden am Urlaubsort als die relevanten Risikofaktoren konzentrieren.

Nationale Harmonisierung der Vorgehensweisen

Wie auf EU-Ebene sorgt auch auf Bundesebene der Flickenteppich unterschiedlicher Länderregelungen zu den Quarantänepflichten bei Besuchen inländischer Risikogebiete für Verunsicherung bei Reisenden. Damit wird der Binnentourismus für viele touristische Anbieter existenzbedrohend eingeschränkt. Neben einem einheitlichen Vorgehen auf EU-Ebene hat mithin die Optimierung und Koordination einer verbindlichen und einheitlichen COVID-19-Rechtssetzung für alle Bundesländer große Bedeutung für die Reisebranche.

Um hier Fortschritte zu erzielen, bedarf es einer stärkeren und effektiveren Koordinierung der Tourismuspolitik zwischen Bund und Ländern sowie bundeseinheitlicher Indikatoren und Rahmenbedingungen. Auf dieser Grundlage kann dann eine länderübergreifend einheitliche Vorgehensweise entwickelt werden, welche Voraussetzung für eine (Wieder-)Belebung des Reiseverkehrs ist. Damit kann eine durchgängige Reisekette, von der Anreise über Übernachtung

und Verpflegung bis hin zur Durchführung von Messen und Kongressen, unter Wahrung des Gesundheitsschutzes durch die Tourismuswirtschaft, ermöglicht werden.

Digitale Bereitstellung und Verknüpfung von Kontakt- und Reisedaten

In engem Zusammenwirken mit der Reisewirtschaft sollte die flächendeckende Digitalisierung aller Corona-relevanten, reisenahen Prozesse forciert werden. Dies reicht von der Erfassung der Einreisenden bis hin zur digitalisierten Information der Gesundheitsämter. Hierbei können die Digitalisierung der Aussteigekarte wie auch die Entwicklung eines EU-weit einheitlichen Registrierungssystems zur Nachverfolgung von Reisenden elementare Bestandteile der Digitalisierungsbemühungen sein.

Die Tourismusbranche verfügt hier bereits über eine Reihe relevanter Daten und Möglichkeiten, um etwa die Entwicklung einer digitalen Einreiseanmeldung unter Einhaltung des Datenschutzes voranzutreiben. So könnten vorliegende und gegebenenfalls anzureichernde Fluggastdatensätze wie der Passenger Name Record (PNR) aus den Reservierungssystemen digital an Gesundheitsämter übermittelt werden, um Kontaktketten leichter und schneller zu ermitteln. Rechtliche Aspekte der Erhebung ergänzender Informationen sowie der automatisierten Übermittlung solcher Daten sind in diesem Kontext zu prüfen.

Ein weiterer Baustein zur Digitalisierung der Reisekette ist die elektronische Informationsverarbeitung des Deutschen Elektronischen Melde- und Informationssystems für den Infektionsschutz (DEMIS). Dessen Rollout in den Gesundheitsämtern sollte mit hoher Priorität weiter vorangetrieben werden, um Infektionsschutz und Reiseprozess optimal digital miteinander zu verzahnen.

Planbarkeit auf Basis von Vorhersagemodellen

Um national und europaweit wieder zu mehr Stabilität und Planungssicherheit für die Reisewirtschaft zurückzukehren, sind einheitliche Vorgehensweisen und Regelungen sowie eine Digitalisierung der Prozesse unabdingbar. Zu prüfen ist hierbei, inwiefern ein Vorhersagemodell für Neuinfektionen mit COVID-19 pro Landkreis in Deutschland, wie es von der Universität Osnabrück und dem Jülich Supercomputing Centre entwickelt wurde, einen Mehrwert dazu liefern kann (Bayesian Monte Carlo approach for predicting the spread of infectious diseases, kurz BSTIM).

Ein funktionierendes Vorhersagemodell würde zu mehr Planbarkeit beitragen. Insbesondere könnte es Unternehmen und Reisenden, aber auch Destinationen, zumindest einen gewissen Handlungsspielraum bieten, gerade im Bereich der Kapazitätssteuerung und des Kundenservice.

3.3.2. Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation

Neben einem einheitlichen Reisewarnungs- und Testkonzept, möglichst auf EU-Ebene, bedarf es, wie beschrieben, einer entsprechenden Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation in Deutschland - jeweils in enger Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismusbranche.

Task Force zur Steuerung der Recovery-Maßnahmen

Um die Maßnahmenkoordination und -kommunikation zu verbessern, wird die Einrichtung einer Nationalen Task Force unter der Schirmherrschaft des BMWi seitens der Branche als notwendig erachtet. Diese sollte aus Vertreterinnen und Vertretern von Politik und Wirtschaft bzw. deren Verbänden bestehen und sich auf die Bewältigung der Folgen der Corona-Krise auf den Tourismus konzentrieren.

Wesentliche Ziele für die Task Force sind die operative Steuerung verabschiedeter Maßnahmen, die Abstimmung zwischen Tourismusbranche und Politik sowie die Sicherstellung eines kontinuierlichen Informationsaustauschs. Überdies dient die Task Force der Koordination erforderlicher Krisenmaßnahmen, um negative Auswirkungen auf die Reisebranche zu minimieren. Um Konsens- und Handlungsfähigkeit sicherzustellen, ist die Task Force hinsichtlich der Mitgliederzahl klein zu halten (etwa 12-15 Mitglieder). Die Task Force kann bzw. sollte mit Ausklang der COVID-19-Krise in den in Kapitel 3.5.1. beschriebenen Think Tank übergehen.

DZT in Krisenkommunikation einbinden

Im Rahmen der Corona-Pandemie hat sich die DZT mehrfach bewährt: Zum einen hat sie ein, bereits vor längerer Zeit eingeführtes Kommunikationssystem, mit Geschick und Erfolg zur Krisenbewältigung genutzt. Zum anderen ist es insbesondere auch der DZT zu verdanken, dass Deutschland im Ausland als sicheres und nach der COVID-19-Krise sehr schnell zu bereisendes Zielgebiet wahrgenommen wird.

Nach einer so weitreichenden Tourismuskrise hängt ein erfolgreiches, schnelles Recovery auch davon ab, in welchem Maße die erforderliche Kommunikation bereits während der Krise aufgesetzt und ausgerichtet werden konnte. Um ein schlagkräftiges professionelles Krisenkommunikationsmanagement im Bereich der Destinationsvermarktung sicherzustellen, wird daher die konsultatorische Einbindung der DZT als Enabler und Facilitator empfohlen.

Nationale Informationsplattform über das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Im Sinne einer konsistenten Kommunikation spielt die Schaffung einer gebündelten und verlässlichen Informationsbasis für die Reisebranche eine wichtige Rolle. Diese sollte Informationen über Regelungen und Entwicklungen in den verschiedenen Ländern und Reisegebieten für Reisende und Unternehmen bereitstellen und eine Schnittstelle zur Einbindung der relevanten Informationen bereithalten.

Mit dem Kompetenzzentrum Tourismus verfügt der Bund bereits über eine derart geeignete Plattform. Sie kann die Informationsfunktion voll abdecken und von der ganzen Branche genutzt werden.

3.3.3. Voraussetzungen für erfolgreiche Vermarktung

Eine Wiederbelebung der Reiseströme wie auch eine erfolgreiche Vermarktung von Binnen-, Inbound – und Outbound-Tourismus ist an klare Voraussetzungen geknüpft. Dazu gehören, wie bereits erörtert, ein einheitliches und differenziertes Vorgehen bei der Einstufung von Risikogebieten sowie entsprechende, darauf basierende Test- und Quarantänemaßnahmen.

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie und ihrer Aus- und Folgewirkungen, ist es unumgänglich, mit Blick auf die erforderlichen Maßnahmen, ein entsprechendes umfassendes Wissen über das Verbraucherverhalten aufzubauen. Zudem ist ein erhöhter Kommunikationsbedarf gegeben.

Stärkung DZT Ressourcen

Wichtigstes Instrument zur Vermarktung der Tourismusdestination Deutschland ist die DZT. Ihren Vermarktungsaktivitäten kommt im Rahmen des Recovery ein besonderer Stellenwert zu, da sie für die relevanten Marktteilnehmer, sowohl für den Deutschlandtourismus als auch mit Blick auf die Quellmarktseite, wesentliche Markt- und Verbraucherinformationen bereitstellt. Zudem bündelt sie mit Erfolg die nationalen Vermarktungskompetenzen und -ressourcen.

Zur Stärkung der DZT sollten aus Sicht verschiedener Branchenverbände die, für den erhöhten Kommunikationsbedarf erforderlichen, Mittel durch die öffentliche Hand bereitgestellt werden. Dies umso mehr, als sich die DZT krisenbedingt gezwungen sieht, ausbleibende Mitgliederbeiträge und Einnahmen zu kompensieren. Zudem ist sie aktuell einem erhöhtem Wettbewerbsdruck durch Destinationen wie Österreich oder der Schweiz ausgesetzt. Für beide Länder wurden die Marketingbudgets im Zuge der COVID-19-Krise jeweils mit Mitteln aus der Staatskasse deutlich erhöht.

Höchste Priorität für Sicherheit im Geschäftsreise- und MICE-Bereich

Für Deutschland als Exportnation, aber auch als wichtigstes internationales Messeziel in 2019 (DZT, 2020), haben Geschäftsreisen eine elementare gesamtwirtschaftliche Bedeutung. Im Jahr 2019 wurden insgesamt rund 195 Millionen Geschäftsreisen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern deutscher Unternehmen durchgeführt (Statista, Anzahl der Geschäftsreisen seit 2004, 2020). Gleichzeitig haben die Europäerinnen und Europäer laut DZT 13,3 Millionen Geschäftsreisen nach Deutschland unternommen. Davon waren 56 Prozent sogenannte Promotable Geschäftsreisen (MICE = Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions).

Im Zuge der COVID-19-Krise ist der Markt für Geschäftsreisen gänzlich eingebrochen und wird, aller Voraussicht nach, auch in den nächsten Jahren nicht das Vorkrisenniveau erreichen. Vielmehr geht die DZT davon aus, dass Geschäftsreisen selbst im Jahr 2023 nur etwa 75 Prozent des Niveaus von 2019 erreichen werden.

Um den Geschäftsreisemarkt wiederzubeleben, ist – ähnlich wie bei Urlaubsreisen – ein hohes Maß an Planbarkeit unabdingbar. Zum einen muss es darum gehen, Unternehmen die Möglichkeit zu geben, ihrer Fürsorgepflicht nachzukommen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter guten Gewissens auf Dienstreisen schicken zu können. Zum anderen benötigen Airlines, Hotels und die MICE-Branche die Möglichkeit einer sinnvollen Kapazitätsplanung.

Die deutschen Reiseunternehmen haben, wie auch die MICE-Branche, detaillierte Sicherheitskonzepte zur Reduzierung des Infektionsrisikos entwickelt und deren Funktionsfähigkeit bereits unter Beweis gestellt. Beispielsweise wurde der „Caravan-Salon“ in Düsseldorf im September 2020 als erste Großmesse in Deutschland nach dem Corona-Lockdown mit 107.000 Besucherinnen und Besuchern, unter Einhaltung eines entsprechenden Hygiene- und Infektionsschutzkonzepts, erfolgreich durchgeführt.

Wichtigster Wunsch der Geschäftsreisebranche an die Politik ist es, Verlässlichkeit und Vertrauen wieder herzustellen, als Grundvoraussetzung für die Wiederbelebung des Geschäfts. Konkret heißt das:

- Vertrauen bei Unternehmen und Geschäftsreisenden in die Reise- und Veranstaltungsbranche ganz allgemein zu stärken.
- Pauschale Empfehlungen zum Unterlassen von Reisen zurückzunehmen, da diese bei richtigem Verhalten der Reisenden nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen kein überhöhtes Risiko darstellen (Robert Koch Institut, 2020).
- Arbeitsschutzstandards und -regelungen entsprechend anzupassen. Der Tenor ist bislang, dass bis Sommer 2021 nur Reisen erfolgen sollen, wenn diese unbedingt notwendig sind.

Städtetourismus wiederbeleben

Auch als Städtereiseziel der Europäerinnen und Europäer liegt Deutschland an erster Stelle (DZT, 2020). Städtische Destinationen sind dabei besonders stark von der aktuellen Krise betroffen. Anders als ländliche bzw. naturnahe Tourismusregionen, die einen Teil ihrer Verluste im Sommer 2020 durch einen starken Binnentourismus kompensieren konnten, gilt dies für städtische Destinationen nicht. Vielmehr wirkt sich hier der Zusammenbruch des Geschäftsreisemarktes sogar doppelt aus. Betroffen sind innerstädtische Beherbergungsbetriebe und Touristenattraktionen als auch Institutionen wie Museen und Kulturbetriebe.

Um auch in diesem Segment ein zügiges und erfolgreiches Recovery zu ermöglichen, werden derzeit von der Reise- und Beherbergungswirtschaft vor allem digitale Lösungen entwickelt, die die Anzahl persönlicher Kontaktpunkte möglichst minimieren sollen. Dies gilt für kontaktloses Reisen und Übernachten ebenso wie für die Möglichkeiten der Besucherlenkung zur Wahrung von Abstands- und Hygieneregeln.

Die Politik ist gefordert, solche Entwicklungsprojekte direkt wie indirekt zu unterstützen. Konkret geht es darum, einen rechtlichen Rahmen zur Datenerfassung und -übermittlung zu schaffen sowie erforderliche finanzielle Unterstützung zu leisten.

Auch gilt es, den Zugang zum kulturellen Angebot in Städten möglichst rasch, unter Einhaltung von Hygiene- und Infektionsschutzkonzepten, wiederherzustellen und Beschränkungen zu reduzieren.

Förderung von Kur- und Heilbädern

Das Kur- und Heilbäderwesen hat eine hohe Bedeutung für den Tourismus in Deutschland sowie für die Therapie von COVID-19 Patientinnen und Patienten. Zudem ist für das Jahr 2021 eine übergreifende internationale Vermarktung deutscher Gesundheitsangebote im Tourismus durch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) geplant. Vor diesem Hintergrund muss es ein nationales Anliegen sein, Infrastruktur und Leistungsspektrum dieses Bereichs zu erhalten bzw. weiter zu stärken.

Auch unabhängig von diesen aktuellen Erwägungen kommt den Heilbädern und Kurorten eine Schlüsselbedeutung zu, da sie häufig die Gesundheitsversorgung für eine gesamte Region sicherstellen. Über 90 Prozent der in Hessen liegenden Reha-Kliniken befinden sich beispielsweise in Heilbädern und Kurorten (Hessischer Heilbäderverband, 2020). Zudem sind letztere

von großer touristischer Relevanz, was etwa in Bayern dazu führt, dass jede vierte touristische Übernachtung in einem derart prädikatisierten Ort erfolgt (Wochenblatt, 2020).

Derzeit sehen sich Heilbäder und Kurorte mit besonderen Belastungen konfrontiert, die nur teilweise durch die bisherigen Fördermöglichkeiten abgedeckt sind. Als Kommunen finanzieren sie sich größtenteils durch Kurtaxe und Fremdenverkehrsbeiträge, die jedoch seit Anfang des Jahres weitreichend weggebrochen sind. Gleichwohl müssen besondere Zusatzaufgaben eines Kurortes und die damit einhergehende personal- und kostenintensive Gesundheits- und Gästeinfrastruktur weiterhin finanziert werden. So können etwa die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Thermalbädern aufgrund intensiver, regelmäßig notwendiger (Reinigungs-)Prozesse nur bedingt in Kurzarbeit geschickt werden. Zudem droht die Aberkennung des Prädikats “Kur- oder Heilbad”, wann immer relevante Betriebe wie etwa Thermen oder Heilquellen aus wirtschaftlichen Gründen geschlossen werden müssen.

Insgesamt wird, mit Blick auf die deutschlandweite Bedeutung sowie die zum 200. Geburtstag von Sebastian Kneipp geplante internationale Vermarktung, die Prüfung angeregt, inwiefern eine Unterstützung der 350 deutschen Heilbäder und Kurorte durch Sonderförderungsprogramme möglich ist. Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich die Prüfung einer Fianzierung struktureller Maßnahmen, die im Sinne des Corona-Recovery Abstrahleffekte auf den gesamten Deutschlandtourismus haben sollten, wie zum Beispiel eine für den Incoming-Tourismus relevante internationale, datenbankgestützte Vermarktung.

3.3.4. Zielgebiete außerhalb Deutschlands

Mit der weltweiten Reisewarnung am 17. März 2020 durch das Auswärtige Amt (AA) kam die deutsche Outbound-Touristik schlagartig zum Erliegen. Seitdem musste die überwiegende Zahl gebuchter internationaler Reisen storniert oder umgebucht werden. Das Volumen von Neubuchungen liegt seit Monaten lediglich bei etwa 20 bis 25 Prozent, gemessen am Vorjahr.

Als Folge leiden die Touristikunternehmen massiv. Beispielsweise hat TUI von April bis Juni einen Umsatzeinbruch von 98,5 Prozent erlitten, was mit Verlusten von circa 1,4 Milliarden Euro zu Buche schlug (Tagesschau, 2020).

Destinationen unterstützen

Neben den Maßnahmen, die vor allem auf die Sicherheit der An- und Abreise zum und vom Zielort einzahlen, wird die Wiederbelebung der Reisewirtschaft umfassend davon abhängen, wie sich das Infektionsgeschehen in den relevanten touristischen Regionen innerhalb der Destinationen entwickelt.

Die deutsche Reisewirtschaft, und hier vor allem der DRV, stehen bereit, um die betroffenen Destinationen zu unterstützen. In enger Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und besonders der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), muss es darum gehen, vor allem wirtschaftlich schwache Länder der Dritten Welt zu unterstützen, für die die Einnahmen aus dem Tourismus überlebenswichtig sind. Durch deutsche Touristikunternehmen entwickelte Sicherheits- und Hygienekonzepte könnten in diesen Ländern adaptiert werden und dort gezielt zum Einsatz kommen.

Gemeinsam mit dem BMZ sollte das BMWi derartige Aktivitäten finanziell unterstützen und koordinieren.

Reisekorridore einrichten

Eine erfolgsversprechende Maßnahme ist darüber hinaus die Einrichtung von Reisekorridoren, wie sie in einem bilateralen Vertrag zwischen der Türkei und der Bundesrepublik Deutschland vereinbart wurden. Solche Korridore wurden speziell für die vier wichtigsten Urlaubsregionen an der türkischen Küste eingerichtet.

Dieses Beispiel könnte durchaus zum Modell für andere Destinationen werden, wie es branchenseitig aktuell eingefordert wird. In einem ersten Schritt sollten weitere Urlaubsregionen mit geringem Infektionsgeschehen an den deutschen Quellmarkt angeschlossen werden. Infrage kommen insbesondere für das Winterhalbjahr wichtige Urlaubsregionen wie die Balearen. Ausschlaggebend ist hierfür eine valide und fundierte Informationsbasis zum Infektionsgeschehen vor Ort.

3.3.5. Digitalisierung

Digitalisierung ist eine tragende Säule der globalisierten Wirtschaft und auch für die Erholung des Tourismus essenziell. Auf EU-Ebene wie auf Bundesebene wird derzeit viel unternommen, um die Digitalisierung parallel zu COVID-19-Hilfsmaßnahmen aktiv voranzutreiben.

Im Rahmen des Programms „Next Generation EU“ (Gesamtvolumen 750 Milliarden Euro) hat die EU, als dritte Säule des Programms, ein Volumen von 38,7 Milliarden Euro vorgesehen, um, vor allem duch Aufstockung laufender EU-Projekte, den Binnenmarkt zu stabilisieren und weiter zu stärken. Schlüsselbedeutung hat die aktive Förderung ökologischer und digitaler Projekte. Auf Bundesebene werden mit dem Programm „Digital Jetzt“ bis Ende 2023 bereits Innovationen und digitale Projekte mit einem Volumen von 203 Millionen Euro gefördert.

Relevante Digitalisierungsprojekte fördern

Die bestehenden Fördermöglichkeiten sollten der Reisebranche nahegebracht werden, um relevante Entwicklungen im Markt aktiv zu unterstützen. Geeignet erscheinen sowohl Branchenaktivitäten für die Lösung Corona-bedingter Herausforderungen, als auch Projekte, die für die Weiterentwicklung der Tourismusbranche insgesamt von Nutzen sind. Hierzu gehören unter anderem digitale Entwicklungsprojekte wie:

- Unterstützung von Identifikationsprozessen
- Digitalisierung der Reiseberatung mit Hilfe von Virtual Reality, Tablets etc.
- Realisierung von Touchless Travel Ansätzen
- Lichtleitsysteme für Hotelgäste bzw. Steuerung von Zimmerfunktionen per Smartphone
- Unterstützende Videotelefonie in allen Phasen der Customer Journey
- Lenkung von Besucher- und Reisendenströmen
- Optimierung digitaler Zahlungsprozesse

- Digitalisierung relevanter Kundenservices wie Buchungsunterstützung, Leistungsbestellung (Speiskarte etc.)
- Wissensvermittlung per QR-Codes, zum Beispiel bei Stadtrundgängen oder Museumsbesuchen

Living Labs für touristische Startups einrichten

Einen großen Entwicklungssprung für die Tourismusbranche könnte die Einrichtung von „Living Labs“ für touristische Startups bringen, die mit öffentlichen Mitteln unterstützt werden. In solchen Labs könnten die oben genannten Entwicklungen gefordert und gefördert werden.

3.4. Indirekte Maßnahmen

In diesem Unterkapitel werden die wichtigsten indirekten Maßnahmen zur Unterstützung der deutschen Tourismuswirtschaft aufgezeigt. Die nachstehende Grafik weist den dazu anzusetzenden zeitlichen Rahmen auf:

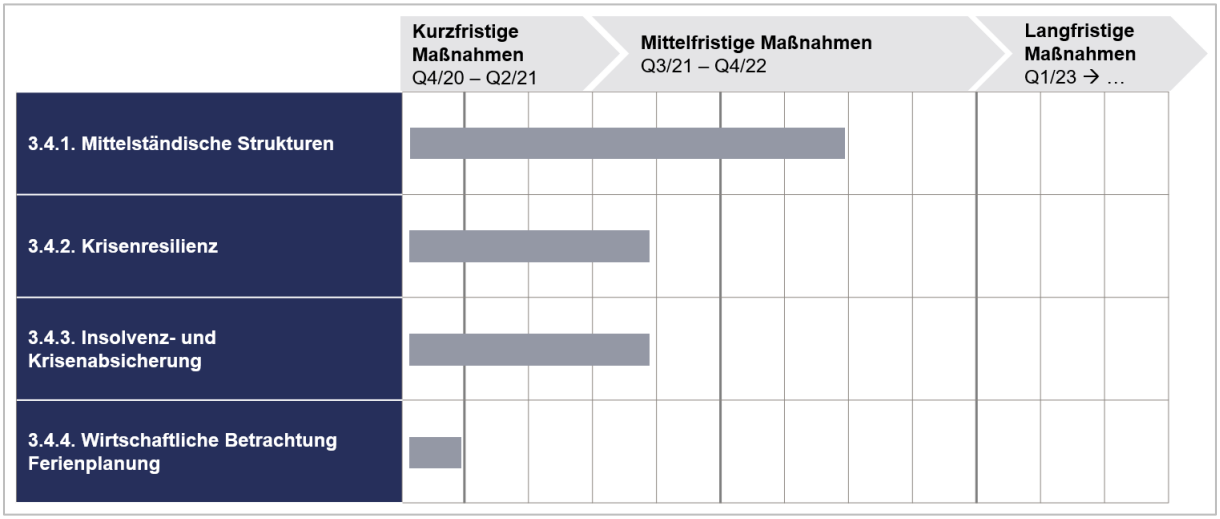

Abbildung 5: Zeitliche Einordnung der indirekten Maßnahmen (eigene Darstellung)

3.4.1. Mittelständische Strukturen

Der Reisemarkt in Deutschland umfasst etwa 10.000 stationäre Reisebüros, mehr als 50.000 Beherbergungsbetriebe sowie rund 2.500 Reiseveranstalter. Hinzu kommt ein Umfeld von IT-Dienstleistern, Mobilitäts- und Geschäftsreiseanbietern sowie eine Vielfalt weiterer öffentlicher und privater Kultur- und Tourismusangebote. Ziel des Plans zur Regeneration muss sein, neben den KMU die gesamte Tourismuswirtschaft, die sich aus unterschiedlichsten Anbietern und Akteuren zusammensetzt, zu erhalten und krisenresilienter zu gestalten.

Wettbewerbsvorteil “Vielfalt” erhalten

Die Vielfalt und Diversität der deutschen Tourismuswirtschaft schafft eine Angebotsfülle, die das Reiseland Deutschland für ausländische wie inländische Gäste gleichermaßen attraktiv macht und auch eine Vielzahl von Auslandsreisen deutscher Touristinnen und Touristen und Geschäftsleute ermöglicht. Gerade der Outbound-Tourismus trägt zudem merklich zur Stabilität des internationalen Tourismus bei.

Das touristische Ecosystem mit seinen vielfältigen Strukturen ist zentriert entlang der Wertschöpfungskette der Reise. Damit sind die Leistungsträger vielfach miteinander verzahnt und oft voneinander abhängig. Somit bedarf es zum Erhalt der mittelständischen Strukturen in der Reisewirtschaft der Stärkung des kompletten Systems.

Ökonomische Nachhaltigkeit priorisieren

Um eine langfristige Entwicklung der Reisewirtschaft sicherzustellen, reichen finanzielle Stützungs- und Stärkungsmaßnahmen nicht aus. Vielmehr bedarf es auch entsprechender

Rahmenbedingungen und Leitlinien, um ökonomische und ökologische Ziele miteinander in Einklang zu bringen.

Die aktuell bestehenden Fördermaßnahmen sind wertvoll, um das Überleben der Unternehmen zu sichern. Ebenso ist die Verlängerung der Überbrückungshilfe ein wichtiger Schritt. Bei all diesen Maßnahmen gilt es jedoch zu vermeiden, dass für die Unternehmen eine zu hohe Verschuldung durch Kredite entsteht, so dass sie diese nicht mehr abtragen können. Zudem sollte die Krisenresilienz der Branche langfristig gestärkt und eine sinnvolle Insolvenz- und Krisenabsicherung gestaltet werden.

3.4.2. Krisenresilienz

Die Tourismusbranche zeichnet sich traditionell durch eine hohe Krisenfähigkeit aus. Wie kaum eine andere Branche ist sie es gewohnt, auf wiederkehrende saisonale, wie auch auf abrupte, krisenhafte Veränderungen jeweils rasch und flexibel zu reagieren. Seit Beginn der COVID-19-Krise werden an die Resilienzfähigkeit der Branche allerdings überdurchschnittlich hohe Anforderungen gestellt.

Resilienzkonzept entwickeln

Es sollte daher ein Resilienzkonzept für die Reisebranche entwickelt werden, dass nicht nur aktuell erforderliche Maßnahmen umfasst, sondern auch Notfallplanungen und Risikovorkehrungen für länger anhaltende sowie vergleichbar schwere Krisenfälle bietet.

Das Resilienzkonzept sowie alle dazugehörigen Maßnahmen sollten in enger Abstimmung zwischen Politik und Branchenvertreterinnen und -vertretern erstellt werden, um ein ebenso effektives wie effizientes Kriseninstrumentarium zu schaffen.

Mit geeigneten Maßnahmen Resilienz schaffen

Konkret ist es notwendig, Maßnahmen für den Tourismus zu definieren, die ein hohes Maß an Krisenresistenz auf drei Ebenen sicherstellen:

- *Bewältigung*: Soll-Anforderungen sind hier das Überdauern der aktuellen COVID-19-Krise sowie das Überwinden der akuten Stressoren, zum Beispiel durch (finanzielle) temporäre Soforthilfemaßnahmen für die Tourismusbranche. Zudem ist sowohl eine Harmonisierung wie auch eine stringente und eingängige Kommunikation von Maßnahmen wie Reisewarnungen oder Beherbergungsverboten erforderlich, um den Reisenden Sicherheit zu geben und die Branche zu stärken.
- *Adaptivität:* Zentrale Anforderung ist hier, effektive und effiziente Prozesse zu schaffen für die Identifikation, Behebung und Prävention von Schwachstellen. Im Rahmen eines umfassenden touristischen Krisenmanagements sind konkrete Notfallpläne, etwa für das Vorgehen im Falle eines weltweiten neuen Virus-Ausbruchs zu erstellen. Von Bedeutung ist hier beispielsweise die Aufrechterhaltung des Kundenservice von Reiseveranstaltern.

  Überdies ist es notwendig, die tourismusbezogene Forschung deutlich zu unterstützen und weiterzuentwickeln. Ziel muss sein, neuralgische Punkte, mögliche Bedrohungen sowie konkrete Ansatzpunkte zum Gegensteuern möglichst frühzeitig zu identifizieren,

damit entsprechende Maßnahmen rasch und zielgerichtet entwickelt werden können. Außerdem sollten digitale Lösungen und Angebote prospektiv weiterentwickelt werden, um für die Zukunft besser gerüstet zu sein.

- *Transformation*: Über die aktuelle Gefährdungssituation hinaus sollte die COVID-19-Krise auch als Chance zur Weiterentwicklung und Transformation der gesamte Branchen gesehen und genutzt werden. In diesem Sinne lassen sich die jetzt zur Verfügung stehenden Unterstützungspakete als kluge Investitionen nutzen, nicht nur um die aktuelle Krise zu überstehen, sondern auch um langfristig die Zukunftsfähigkeit der Branche abzusichern. Für Letzteres gilt es die entsprechenden strategischen Ziele zu definieren und Maßnahmenschwerpunkte abzuleiten.

3.4.3. Insolvenz- und Krisenabsicherung

Wie die Krise weiter verläuft, ist maßgeblich von der Entwicklung des Infektionsgeschehen abhängig. Damit ist es derzeit schwierig, verlässliche wirtschaftliche Prognosen zu stellen. Unklar ist, wann die Tourismuswirtschaft wieder mit Umsätzen rechnen kann, die an die Jahre vor der Corona-Krise anknüpfen. Vor diesem Hintergrund bedarf es einer entsprechenden Insolvenz- und Krisenabsicherung, auch im Pandemiefall.

Insolvenzabsicherung zielorientiert überarbeiten

Die drohende, Corona-bedingte bilanzielle Überschuldung trifft die Branche in einer ausgesprochen heiklen Phase. Seit der Insolvenz von Thomas Cook im Jahr 2019 wird nach einer praktikablen und finanzierbaren Form der Kundengeldabsicherung gesucht. Angesichts hoher Unsicherheit und unklarer Zukunftsperspektiven ziehen sich Versicherungsunternehmen jedoch derzeit aus der Insolvenzabsicherung für Touristikunternehmen zurück. Es ist davon auszugehen, dass zum Ende des Jahres auslaufende Verträge zur Kundengeldabsicherung nicht verlängert bzw. die Prämien sowie geforderten Sicherheitsleistungen massiv erhöht werden. So besteht zu Beginn des Jahres 2021 die Gefahr, dass insbesondere mittelständische Reiseveranstalter über keine tragfähige Insolvenzabsicherung mehr verfügen und daher aus dem Markt ausscheiden (müssen).

Deshalb ist es erforderlich, in enger Zusammenarbeit mit der Branche, rasch eine geeignete Lösung für die Insolvenzabsicherung zu erarbeiten. Diese Lösung muss einerseits Verbraucherinnen und Verbraucher schützen, anderseits aber auch die Überlebensfähigkeit der Reiseveranstalter sicherstellen. Eine mögliche, zu prüfende, Lösung besteht in einem staatlichen Programm zur Bürgschaft für Sicherheiten der Kundengeldabsicherung. Diese Regelung sollte auch Unternehmen berücksichtigen, die bereits eine laufende Kundengeldabsicherung haben. Insgesamt gilt es, neben einer sofortigen Überbrückungslösung für die akute Problemstellung, auch langfristig die Insolvenzabsicherung so zu gestalten, dass Krisenfälle wie eine Pandemie berücksichtigt sind.

Pauschalreiserichtlinie an Branchenbedürfnisse anpassen

Die EU-Pauschalreiserichtlinie schreibt derzeit eine Rückzahlungsverpflichtung für Reiseveranstalter, im Falle der Absage einer Pauschalreise wegen unvermeidbarer, außergewöhnlicher Umstände, zwingend vor. Als stärkstes Indiz für das berechtigte Vorliegen eines solchen Umstandes gilt eine amtliche Reisewarnung. Ausreichend für eine kostenfreie Stornierung ist

jedoch in aller Regel schon, wenn mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eine gesundheitsgefährdende Infektionslage erwartet werden kann.

In Anbetracht der akuten Existenzgefährdung der Reisebranche wird deutlich, dass die Gesetzgebung in diesem Fall zwischen Verbraucherschutz und Wirtschaft nicht ausgewogen ist. Seitens der Branchenverbände wurde dies vermehrt kritisiert. Da davon auszugehen ist, dass heutzutage den Kundinnen und Kunden bei Buchung einer Pauschalreise mögliche gesundheitliche Risiken hinlänglich bewusst sind, ist zu prüfen, inwieweit diese auch in das Risiko einbezogen werden können. Denkbar wäre beispielsweise eine Entschädigungsgebühr bei Rücktritt. Auch für die Zukunft sollte somit, im Rahmen der gesetzmäßigen Evaluierung der EU-Pauschalreiserichtlinie in 2021, eine Anpassung im Hinblick auf den weltweiten Krisenfall geprüft werden. Es gilt, in enger Zusammenarbeit mit der Reisewirtschaft und dem Verbraucherschutz, die Erfahrungen aus der jetzigen COVID-19-Krise zu berücksichtigen.

Insolvenzaussetzung verlängern

Die Verlängerung der Insolvenzaussetzung für überschuldete Unternehmen bis zum 31. Dezember 2020 wird in der Tourismusbranche grundsätzlich sehr positiv aufgenommen. Stärker noch als in anderen Bereichen hängt der wirtschaftliche Neustart im Tourismus von externen Faktoren wie der weiteren Ausbreitung des Virus, der (internationalen) Wirksamkeit neuer Maßnahmen sowie der möglichen Verfügbarkeit eines Impfstoffs, ab. Berücksichtigt man zudem, dass Januar und Februar jeweils Hauptbuchungszeiten im Tourismus bilden, erscheint eine wirtschaftliche Erholung der Branche bis Jahresende unrealistisch.

Vor diesem Hintergrund sollte eine weitere Verlängerung der Insolvenzaussetzung bei Überschuldung aufgrund COVID-19 bis zum 31. März 2021 sowie die Wirksamkeit weiterer Unterstützungsmaßnahmen – ein Beispiel ist der präventive Restrukturierungsrahmen – wohlwollend geprüft werden. Nur so lässt sich den besonderen Bedarfen der Tourismusbranche Rechnung tragen und eine große Insolvenzwelle zum Jahreswechsel vermeiden.

Miet- und Pachtrecht klarstellen

Bereits zu Beginn der COVID-19-Krise wurden Gesetze zur Abmilderung der Folgen des Virus verabschiedet, welche unter anderem das Miet- bzw. Pachtrecht betreffen. Aufgrund der aktuellen Gesetzeslage lassen sich jedoch eine Reduzierung, Aussetzung oder Anpassung von Mietzahlungen nur schwer erwirken. Zwar regelt §313 BGB, dass durch eine schwerwiegende Veränderung von Umständen die Anpassung eines Vertrags erwirkt werden kann, dieser Paragraph bezieht jedoch einen Krisenfall wie Corona nicht explizit mit ein.

Angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Lage stellt dies eine enorme Gefährdung der Geschäftstätigkeit touristischer Betriebe dar. Insbesondere für das Geschäftsmodel von Hotelketten, die vor allem Pachtbetriebe über Franchise führen, ergeben sich enorme Risiken. Selbst bei einer eventuellen Stundung von Mietzahlungen ist es häufig realistischerweise nicht zu erwarten, dass ein touristischer Betrieb die ausstehenden Zahlungen in naher Zukunft leisten kann.

Vor diesem Hintergrund erscheint es angebracht der Forderung nachzugehen, zeitnah eine Prüfung der bestehenden Gesetzeslage durchzuführen. So lassen sich am besten notwendige Anpassungen bei Miet- und Pachtverträgen für Krisenzeiten auf den Weg bringen. Empfehlenswert ist insbesondere die Klarstellung in §313 BGB, dass eine externe Krise rechtlich als Störung der Geschäftsgrundlage zu werten ist.

3.4.4. Wirtschaftliche Betrachtung Ferienplanung

Im Rahmen der Kultusministerkonferenz (KMK) vom Oktober 2019 wurde die Überarbeitung des Ferienkorridors für die Sommerferien von 2025 bis 2030 besprochen. Über das neue Modell soll voraussichtlich in der KMK im Dezember 2020 entschieden werden. Die Debatte um eine Reform der Ferienregelung ist somit bereits 2019, also vor der Corona-Krise, aufgekommen. Im Lichte der COVID-19-Pandemie gewinnt sie für die Reisewirtschaft jedoch noch weiter an Bedeutung. Neben einer Beibehaltung der aktuellen Regelung mit rollierendem System (ausgenommen Bayern und Baden-Württemberg) und einem Korridor von durchschnittlich 84 Tagen, stehen weitere Optionen zur Diskussion. Dazu gehören eine Verkürzung oder auch Verlängerung des bisherigen Zeitkorridors. Die historische Sonderrolle von Bayern und Baden-Württemberg ergibt sich aus dem Umstand, dass dort früher die Schulkinder während der Ferien oftmals bei der Ernte helfen mussten. Dieses Argument trägt heute nicht mehr.

Eine Verlängerung des Ferienkorridors würde die Besucherströme wie auch das Verkehrsaufkommen entzerren. Damit ließen sich Staus vermeiden, Nachhaltigkeitsaspekte besser berücksichtigen und dem „Overtourism“ entgegenwirken. Unter Corona-Gesichtspunkten gewinnt insbesondere die Option, Besucherströme über einen längeren Ferienkorridor zu strecken, an Bedeutung. Zudem könnten die Erbringer von Touristikleistungen über einen längeren Zeitraum kontinuierlicher ausgelastet werden. Der Einnahmefluss würde sich entsprechend verlängern und harmonischer gestalten, wodurch Umsatzeinbußen und Arbeitsplatzabbau entgegengewirkt werden könnte. Auch der Personaleinsatz könnte durch eine Verlängerung optimiert werden und Höchstbelastungen würden sich reduzieren.

Für die Reisenden könnte sich eine insgesamt stetigere Preisentwicklung ergeben, mit tendenziell sinkenden Höchstpreisen. Aufgrund einer geringeren Konzentration von Urlauberinnen und Urlaubern dürfte sich auch der Erholungswert erhöhen.

Gegenzurechnen sind hier die Effekte für den ebenfalls bundesweit wichtigen MICE-Sektor. Während der Sommerferien finden in aller Regel keine nationalen Meetings oder Messen statt. Wird der Ferienkorridor allzu sehr verlängert, drohen Einnahmeausfälle aufgrund entfallender Veranstaltungstermine. Für diesen Reisesektor, der ebenfalls durch die COVID-19-Krise stark angeschlagen ist, könnte dies weitere Belastungen schaffen. In diesem Kontext sei vor allem die Tagungshotellerie genannt.

Aufgrund der genannten Punkte ist im Sinne der Tourismuswirtschaft eine leichte Ausweitung des Ferienkorridors empfehlenswert. Mit Blick auf die Situation des MICE-Sektors in Deutschland ist dagegen von einer merklichen Ausweitung auf bis zu 90 Tage abzuraten. Ebenso sollte – vice versa – auf eine Verkürzung des Ferienkorridors verzichtet werden.

3.5. Institutionelle Maßnahmen

Im Folgenden werden die relevanten institutionellen Maßnahmen zur Wiederbelebung der deutschen Tourismuswirtschaft aufgezeigt. Die nachstehende Grafik stellt den in diesem Kontext anzusetzenden zeitlichen Rahmen dar:

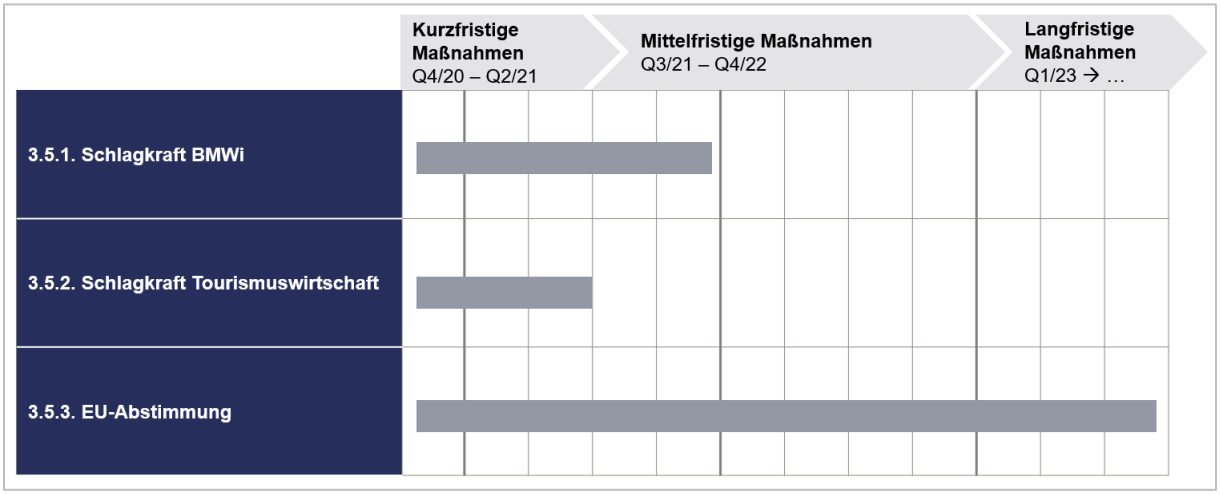

Abbildung 6: Zeitliche Einordnung der institutionellen Maßnahmen (eigene Darstellung)

3.5.1. Schlagkraft BMWi

Für ein möglichst zügiges Recovery und eine erfolgreiche mittel- und langfristige Branchentwicklung ist eine starke institutionelle Verankerung der Interessen der Touristikbranche auf politischer Ebene essenziell. Mit der Funktion des Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus besteht bereits eine wichtige institutionelle Verankerung, deren weitere Stärkung im Sinne der Tourismuswirtschaft empfehlenswert ist.

Aufstockung Ressourcen im Bereich Tourismus des BMWi

Die Komplexität der wirtschafts- und sozialpolitischen Themen der Querschnittsbranche Tourismus macht eine Aufstockung erforderlich, um die aktuelle Struktur zu einer mit hinreichenden Ressourcen ausgestattete Organisationseinheit innerhalb des BMWi zu erweitern. Ziel sollte es sein, den Aufgaben einer optimalen Begleitung von Gesetzgebungsverfahren, der Vertretung der Branchebelange über sämtliche legislative Bereiche sowie die aktive Einbindung der Fachkompetenzen aus der Branche noch umfangreicher nachgehen zu können.

Unterabteilung “Tourismus”

Aufgrund der besonderen Struktur der Branche, die eine Vielzahl gesellschaftlicher Themenfelder betrifft und umfassende interdisziplinäre Fragen aufwirft, erscheint eine Verstärkung des Referats innerhalb des BMWi sinnvoll, wie auch aus Sicht der Branche überwiegend gefordert. Mit der Etablierung einer Unterabteilung „Tourismus“ ließe sich eine bessere Verortung innerhalb des Hauses erreichen. Wichtiger noch ist der ressortübergreifende Austausch, da dieser für die Branche von besonderer Bedeutung ist.

Die Branche könnte so im interministeriellen Austausch auf Arbeitsebene sichtbarer werden und eine größere fachliche Aufmerksamkeit gewinnen. Zugleich würde die Wahrnehmung des Tourismus als Querschnittsthema ressortübergreifend und auf ministerieller Ebene langfristig verbessert.

Interministerielle Arbeitsgruppe (IMAG)

Um auf die dramatischen Folgen der Corona-Krise für die Reisebranche besser reagieren bzw. diese proaktiv bewältigen zu können, wird die Gründung einer Interministeriellen Arbeitsgruppe (IMAG) empfohlen. Unter Führung des BMWi sollte diese aus Vertreterinnen und Vertretern der für die Wiederbelebung der Reisebranche relevanten Ministerien bestehen:

- Auswärtiges Amt (AA)
- Bundesministerium der Finanzen (BMF)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Die neu geschaffene IMAG soll eine ressortübergreifende Zusammenarbeit bei der Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen zur Bewältigung der Krise sicherstellen. Zudem soll sie Impulse geben für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Branche, mit Fokus auf marktfähigen Strukturen und Rahmenbedingungen. Dabei geht es vor allem darum, einen tragfähigen ordnungspolitischen Rahmen zu schaffen. Dieser soll es der traditionell mittelständisch geprägten Branche ermöglichen, touristische Reisen bzw. Reiseangebote zu wirtschaftlichen Bedingungen anzubieten und durchzuführen, jeweils unter Berücksichtigung der Belange von Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz.

Think Tank zur Kompetenzstärkung

Angesichts der hohen Komplexität und der deprimierenden Lage der Tourismusbranche wird die Gründung eines Think Tanks unter Schirmherrschaft des BMWi empfohlen. Dieser sollte, stärker als der aktuelle Tourismusbeirat, konkrete Themen und Entwicklungen analysieren bzw. Konsequenzen wirtschaftlicher und politischer Maßnahmen vorausschauend aufzeigen. Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes kann dabei in seiner Funktion erhalten bleiben; seine speziellen Aufgaben des Wissenstransfers und der Vernetzung der Branche bleiben von der Einrichtung des Think Tanks unberührt.

Sicherzustellen ist eine klare Trennung von fachlicher Expertise und Lobbyarbeit. Deshalb sollten dem Think Tank zum einen unabhängige Tourismus-Expertinnen und -Experten aus der Wirtschaft, der Verbandswelt sowie von Universitäten und Forschungsinstituten angehören. Zum anderen sollten branchenübergreifend Expertinnen und Expertenen aus den Bereichen Data Science, FinTech und Zukunftsforschung eingebunden werden. Aufgabe des Think Tanks ist es, unter professioneller Leitung, Entwicklungen und Wirkungszusammenhänge im Umfeld von Tourismus und Touristik zu analysieren sowie Prognosen, Handlungsleitlinien und Empfehlungen abzuleiten.

Das breit aufgestellte Expertengremium kann, entsprechend der aktuell zu diskutierenden Themen, variabel herangezogen werden. Breite und Diversität des Expertenpools sollen es ermöglichen, losgelöst von persönlichen Interessen und im Sinne der Branche, kreativ und konstruktiv zusammenzuarbeiten. Der Einsatz verschiedener Methoden und Tools fördert den Innovationscharakter.

Der Think Tank sollte zügig etabliert werden. Damit kann er die Politik bereits bei der aktuellen Tourismuskrise als fachlicher Ratgeber unterstützen und, mit Blick auf das Interesse von Anbietern wie Verbraucherinnen und Verbrauchern, den Nach-Corona-Entwicklungsprozess proaktiv gestalten. Bei Bedarf kann der Think Tank durch wissenschaftliche Ausarbeitungen sowie die Verfügbarkeit fachlicher Expertise durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes unterstützt werden.

3.5.2. Schlagkraft Tourismuswirtschaft

Trotz zahlreicher Bemühungen zur Bündelung der Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit in den vergangenen Jahren, wirkt die Heterogenität der Branche nach wie vor erschwerend auf eine abgestimmte Branchenkommunikation. Bislang gelingt es der Reisebranche nur sehr eingeschränkt, die Wirkungszusammenhänge zwischen den einzelnen Wertschöpfungsbereichen umfassend zu beschreiben sowie Konsequenzen politischer Entscheidungen auf die Branche als Gesamtheit darzustellen.

Aggregierte Kommunikation zur besseren Zielerreichung

Angesichts der Bedrohung durch die COVID-19-Krise haben es die Spitzenverbände im Tourismus geschafft, abgestimmter als in der Vergangenheit zusammenzuarbeiten. Dabei konnte eine Reihe von Schnittstellen identifiziert bzw. neu geschaffen werden. Diese neue Basis der Zusammenarbeit sollte künftig noch entschlossener und effizienter genutzt werden, um die Branche gemeinsam aus der Krise zu führen.

Für ein erfolgreiches Recovery der Branche ist es entscheidend, dass die Wirkungsmechanismen und das Zusammenspiel der verschiedenen Wertschöpfungsstufen im politischen Entscheidungsprozess umfassend Berücksichtigung finden. Dabei sollte der Fokus nicht so sehr auf Partikularinteressen liegen. Vielmehr ist es erforderlich, gestützt auf einem starken Mandat der Gesamtbranche die zur Wiederbelebung anstehenden Gesetzgebungsprozesse, die Allokation von Fördermitteln der EU und des Bundes sowie die Erarbeitung und Umsetzung administrativer Maßnahmen zu begleiten.

Festzuhalten ist in aller Klarheit, dass es hier nicht darum geht, die Verbandslandschaft zu reformieren oder die Aufgaben von, mit öffentlichen Geldern finanzierten, Institutionen neu zu definieren, etwa der DZT oder des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. Vielmehr könnten bestehende Austauschplattformen wie der Tourismusbeirat oder die Kommunikation mit den Fachverantwortlichen innerhalb des BMWi so gestaltet werden, dass die Branche gefordert ist, unterschiedliche Sichtweisen auf Branchenthemen zu aggregieren und der Politik möglichst geschlossen, dafür aber mit höchstmöglicher Schlagkraft gegenüber zu treten. Eine Stärkung hierzu grundsätzlich gut aufgestellter Verbände wie BTW, DRV oder DTV sollte in Form einer verstärkten Einbindung und Konsultation in Gesetzgebungsverfahren erfolgen.

Selbstregulierung zur Stärkung der Branche

Darüber hinaus sollte sich die Politik mit den führenden Verbänden darüber austauschen, wie diese die Branche auf Grundlage einer besseren Selbstregulierung stärken können. Instrumente wie der, aus dem Bereich Luftfahrt bekannte, Code of Conduct könnten ein probates Mittel sein, wenn es gelingt, Partikularinteressen zu überwinden und das Wohl der Gesamtbranche in den Mittelpunkt zu rücken. Relevante Empfehlungen an die Politik könnten so besser kommuniziert, ihre branchenweite Bedeutung stärker herausgestellt werden.

Verbraucherschutz wird auch bei der Überwindung der Corona-Krise seine umfassende Bedeutung behalten. Die damit verbundene Thematik könnte sich sogar als wichtiger Impulsgeber für eine stärkere Selbstregulierung der Branche erweisen. Vor diesem Hintergrund stellen der branchenweit einheitliche Umgang mit Schutzmaßnahmen gegen Corona-Infektionen, die anstehende Evaluierung der Pauschalreiserichtlinie auf EU-Ebene oder das, in Überarbeitung befindliche, Insolvenzrecht für Reiseveranstalter sehr gute Möglichkeiten dar, die Einheit der Branche unter Beweis zu stellen und Initiativen zu wirksamerer Selbstregulierung auf den Weg zu bringen.

3.5.3. EU-Abstimmung

Über die letzten 20 Jahren hat sich die EU-weite Zusammenarbeit gerade im Bereich Tourismus deutlich intensiviert. Europaweite Netzwerke, aber auch Veranstaltungen wie das Europäische Tourismusforum und der Europäische Tourismustag fördern Austausch und Zusammenarbeit in der Tourismuswelt, sowohl unter den Akteuren des öffentlichen wie auch des privatwirtschaftlichen Sektors.

Die durch COVID-19 ausgelöste Krise hat erneut verdeutlicht, dass eine enge europaweite Zusammenarbeit unerlässlich ist. Landesweit unterschiedliche Regelungen für Reisewarnungen, Test-, Masken- sowie Quarantänepflichten haben für viel Unsicherheit gesorgt und zu massiven Einschränkungen der Reisefreiheit innerhalb der EU geführt. Soll sich die europäische Tourismuswirtschaft fortwährend erholen, so ist es von existentieller Bedeutung, nationalen Egoismen, wie sie zu Beginn der Corona-Krise aufkamen, entschlossen entgegen zu wirken und stattdessen auf die überlegene Synergiewirkung EU-weiter Regelungen und Initiativen zu setzen.

Im September 2020 hat die Europäische Kommission einen Vorschlag zur Sicherstellung der EU-weiten Koordination von Maßnahmen zur Beschränkung der Freizügigkeit aufgrund des Corona-Virus vorgestellt; er wird auch vom Europäischen Parlement unterstützt. Aus Sicht der deutschen wie auch der europäischen Reisebranche weist er zweifelsfrei in die richtige Richtung. Engere Zusammenarbeit und bessere Vernetzung zwischen den EU-Mitgliedstaaten sind unerlässlich, um künftige Herausforderungen und Krisen schneller und besser bewältigen zu können. Es gilt, europaweit für den Tourismus gute und sinnvolle Lösungen zu entwickeln. So sind gemeinsame und vor allem objektive Entscheidungs- und Handlungsgrundlagen für ein zügiges Corona-Recovery sowie zukünftige Zeiten zu schaffen.

4. Schlussbetrachtung

Mit dem vorliegenden Gutachten liegt ein Handlungsprogramm zum Neustart der gesamten Touristikbranche unter den spezifischen Bedingungen der Corona-Krise sowie ihrer Aus-und Folgewirkungen vor – soweit sie heute schon absehbar sind. Leitziele sind, allen deutschen Tourismusunternehmen wieder die Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit zu ermöglichen und Krisenfolgen abzufedern. Denn nur so lässt sich einer drohenden, möglicherweise branchenweiten Insolvenzwelle umfassend entgegenwirken. Ausgehend von diesem Leitziel wurden insgesamt vier Maßnahmenblöcke bzw. Bausteine identifiziert.

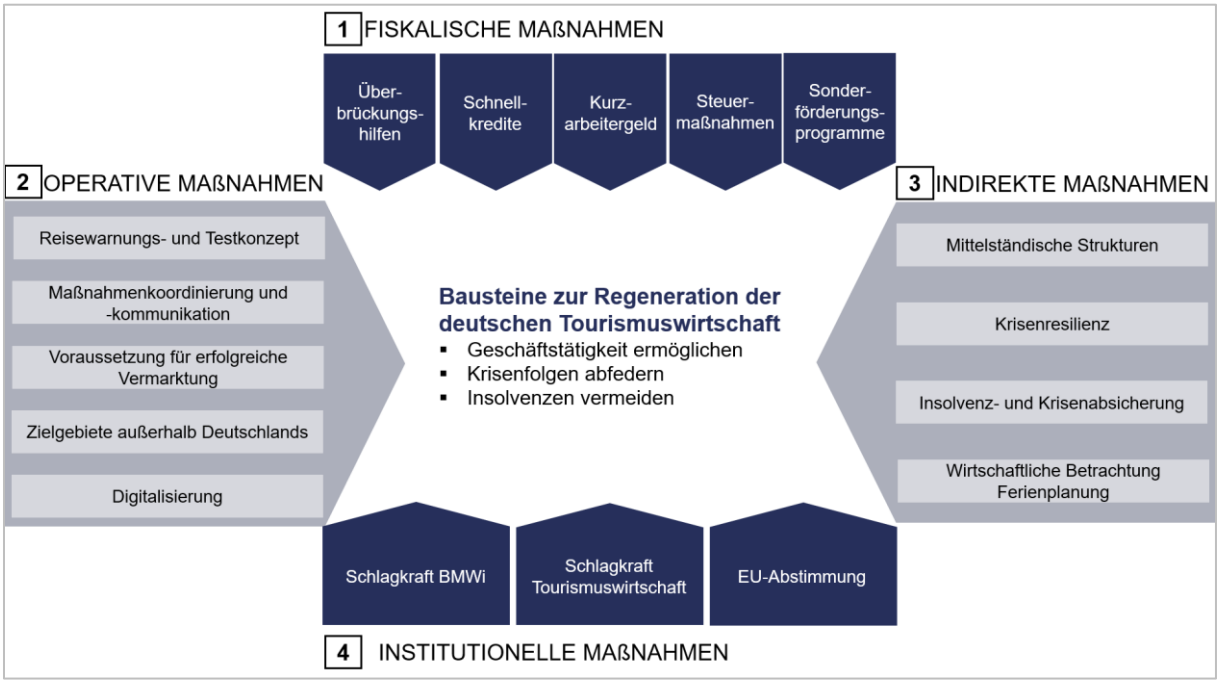

Abbildung 7: Übersicht Bausteine zur Regeneration der deutschen Tourismuswirtschaft (eigene Darstellung)

Baustein „Fiskalische Maßnahmen“: Wesentliches Ziel ist es, die Liquidität und Zukunftsfähigkeit der Branche zu sichern. Zentrale Maßnahmen liegen in der Prüfung von Optimierungsmöglichkeiten bei bestehenden Förderprogrammen und Maßnahmen des Konjunkturpaketes, um den massiven, langanhaltenden Belastungen der Branche und ihrer Spezifika Rechnung zu tragen. Insbesondere geht es um Optimierungen bei Überbrückungshilfen, Schnellkrediten sowie beim Kurzarbeitergeld. Zu prüfen sind zudem Anpassungen bei den Steuermaßnahmen, wie Erweiterung des steuerlichen Verlustrücktrags, Entfristung der Mehrwertsteuersenkung auf Speisen in der Gastronomie sowie Sonderförderungsmaßnahmen, explizit für die Tourismusbranche.

Baustein „Operative Maßnahmen“: Hauptziel ist hier, die Geschäftstätigkeiten, insbesondere den Reiseverkehr, über alle beteiligten Branchenebenen wiederzubeleben und zu verstetigen. Wesentliche Voraussetzungen dafür sind eine stabile ordnungspolitische Rahmensetzung sowie eine verbesserte Planungssicherheit – aus Sicht der Unternehmen wie auch der Reisenden. Der Fokus liegt somit unter anderem auf einheitlichen Reisewarnungs- und Testkonzepten sowie einer gezielten Maßnahmenkoordinierung und -kommunikation. Eine der zu prüfenden Maßnahmen ist hier die Ausweitung von Reisekorridoren.

Baustein „Indirekte Maßnahmen“: Zentrale Ziele sind hier, die mittelständischen Strukturen der Tourismuswirtschaft zu erhalten, die Überlebensfähigkeit in der Krise, aber auch Krisenprävention und -antizipation zu stärken, sowie die Zukunftsfähigkeit der Branche langfristig abzusichern. Zentrale Maßnahmen liegen in einer bedarfsgerechten Ausgestaltung der Insolvenz- und Krisenabsicherung sowie der Erstellung eines Resilienzkonzepts. Letzteres soll Maßnahmen definieren, mit deren Hilfe die Branche nicht nur die aktuelle Corona-Krise zu überstehen vermag, sondern insgesamt auch in ihrer Widerstandskraft gestärkt und für vergleichbare künftige Krisen besser vorbereitet sein wird. Das Maßnahmenspektrum reicht dabei von finanziellen Sofortmaßnahmen über detallierte Notfallplanungen bis hin zu Investitionen in Zukunftsthemen.

Baustein „Institutionelle Maßnahmen“: Hier wird ein Doppelziel verfolgt: Einerseits gilt es, eine noch stärkere institutionelle Verankerung der Branche in der Politik sicherzustellen, um die Präsenz und Sichtbarkeit zu verbessern sowie ein erfolgreiches Recovery zu unterstützen. Andererseits müssen die Mechanismen für die brancheninterne Interessenabstimmung sowie Interessenwahrnehmung „nach draußen“ anhaltend verbessert werden; denn nur so lassen sich Schlagkraft und Durchsetzungsvermögen der Branche deutschland- wie auch EU-weit in erforderlichem Maße erhöhen. Eine der zentralen, zu prüfenden, Maßnahmen ist die Verstärkung der Ressourcen beim Thema Tourismus im BMWi. Dazu sollte eine Unterabteilung Tourismus mit entsprechender Aufstockung der personellen Ressourcen geschaffen werden. Auf diese Weise lassen sich eine bessere Verortung innerhalb des Ministeriums, ressortübergreifender Informationsaustausch sowie eine wirkungsvollere Vertretung der Brancheninteressen sicherstellen.

Literaturverzeichnis

ADV. (2020). *Entwicklung des Passagierverkehrs.* Berlin. Abgerufen am 11. August 2020 von https://www.adv.aero/wp-content/uploads/2015/11/ADV-Verkehrsentwicklung-Juni-2020.pdf

BMWi. (2017). *Wirtschaftsfaktor Tourismus.* Berlin. Abgerufen am 16. Oktober 2020 von https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Tourismus/wirtschaftsfaktor-tourismus-in-deutschland-lang.html

BTW. (2020). *Pressemitteilung.* Berlin: BTW. Abgerufen am 11. August 2020 von http://www.btw.de/presse-publikationen/pressemitteilungen/1004-12-millionen-arbeitsplaetze-in-der-tourismuswirtschaft-sind-akut-gefaehrdet-schnelle-und-unbuerokratische-beihilfen-notwendig.html

Bundesagentur für Arbeit. (2020). *Der Arbeitsmarkt im April 2020 - Wegen der Corona-Krise stark unter Druck.* Nürnberg. Abgerufen am 16. Oktober 2020 von https://www.arbeitsagentur.de/presse/2020-27-der-arbeitsmarkt-im-april-2020

DESTATIS. (2020). *Gästeübernachtungen August 2020.* Abgerufen am 08. Oktober 2020 von https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/10/PD20_393_45412.html;jsessionid=FAE322EFD82A68F6922FB1B8A053F830.internet8731

DESTATIS. (2020). *Zahlen zur COVID-19 Pandemie.* Abgerufen am 17. Oktober 2020 von https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/06/PD20_N028_474.html

DRV. (2020). *Maßnahmen aus Konjunkturpaket für Ausbildungsbetriebe reichen nicht aus - DRV-Umfrage zeigt dramatische Lage in den Betrieben / Fachkräftemangel in der Branche droht sich zu verschärfen.* Pressemitteilung. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.drv.de/newsroom/detail/massnahmen-aus-konjunkturpaket-fuer-ausbildungsbetriebe-reichen-nicht-aus.html

DRV. (2020). *Überbrückungshilfen sichern das Überleben von Reisebüros und Reiseveranstaltern.* Abgerufen am 16. Oktober 2020 von https://www.drv.de/newsroom/detail/ueberbrueckungshilfen-sichern-das-ueberleben-von-reisebueros-und-reiseveranstaltern.html

DZT. (12. 10 2020). *Zahlen Daten Fakten.* Frankfurt. Abgerufen am 12. Oktober 2020 von germany.travel/media/pdf/dzt_marktforschung/DZT_ZahlenFlyer_Mai2020_DE.pdf

fvw. (2020). *325.900 Minijobs im Gastgewerbe verloren.* Artikel. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.fvw.de/destination/news/pandemie-folgen-325.900-minijobs-im-deutschen-gastgewerbe-verloren-212126

fvw. (2020). *Überbrückungshilfen Reisebüros.* Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.fvw.de/reisevertrieb/news/200-faelle-ausgewertet-so-viel-ueberbrueckungshilfe-kassierten-reisebueros-im-schnitt-212472

Hessischer Heilbäderverband. (2020). *Dramatische Folgen der Corona-Pandemie für die Heilbäder und Kurorte in Hessen.* Pressemitteilung. Abgerufen am 14. Oktober 2020

von https://www.hessische-heilbaeder.de/pressemitteilungen/dramatische-folgen-der-corona-pandemie-fuer-die-heilbaeder-und-kurorte

ifo. (2020). *ifo Institut: Kurzarbeit sinkt weiter langsam.* Pressemitteilung. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.ifo.de/node/57756

Robert Koch Institut. (13. Oktober 2020). *Die Pandemie in Deutschland in den nächsten Monaten - Ziele, Schwerpunktthemen und Instrumente für den Infektionsschutz. Strategie-Ergänzung, Stand 13.10.2020.* Abgerufen am 10. Oktober 2020 von https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Strategie_Ergaenzung_Covid.html

Statista. (2020). *Anzahl der Geschäftsreisen seit 2004.* Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72112/umfrage/anzahl-der-geschaeftsreisen-seit-2004/#:~:text=Im%20Jahr%202019%20wurden%20insgesamt,72%2C5%20Millionen%20nicht%20ge%C3%A4ndert.

Statista. (2020). *Kreuzfahrt-Industrie erleidet Schiffbruch.* Abgerufen am 17. Oktober 2020 von https://de.statista.com/infografik/22556/umsatz-der-groessten-kreuzfahrt-reedereien/

Tagesschau. (2020). *Umsatzeinbruch von 98,5 Prozent bei TUI.* Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.tagesschau.de/wirtschaft/tui-umsatzeinbruch-101.html

Travel Data + Analytics. (2020). *Index Neubuchungen.* Nürnberg: TDA. Abgerufen am 11. August 2020

VDR. (2020). *Auswirkungen im Business Travel.* Abgerufen am 16. Oktober 2020 von https://www.vdr-service.de/corona

Wochenblatt. (2020). *„Viele Kurorte kämpfen ums Überleben“.* Artikel. Abgerufen am 14. Oktober 2020 von https://www.wochenblatt.de/gesundheit/kelheim/artikel/337117/viele-kurorte-kaempfen-ums-ueberleben

YOURCAREERGROUP. (2020). *So steuert das Gastgewerbe durch die Corona Krise - Exklusive Ergebnisse der aktuellen Studie zu zentralen Fragen rund um die Arbeitswelt in Zeiten von COVID-19.* Studie. Abgerufen am 15. Oktober 2020 von https://www.hotelcareer.de/download/1/DE_Studie_So_steuert_das_Gastgewerbe_durch_die_Corona_Krise.pdf