



Neue Tourismusoffensive Bayern

Bayern ist **Tourismusland Nummer 1** in Deutschland. Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Impulsgeber in allen Teilen Bayerns. Er sichert das Einkommen von rund 600.000 Menschen. Bis 2019 generierte der Tourismus alljährlich neue Zuwächse bei Gästeankünften und Gästeübernachtungen (Rekordjahr 2019: 40 Millionen Ankünfte und 101 Millionen Übernachtungen in Betrieben mit zehn und mehr Betten einschließlich Camping). Im Jahr 2020 musste in Folge der weltweiten Corona-Pandemie ein gravierender Einbruch verzeichnet werden: 19,8 Millionen Ankünfte (-50,4 % ggü. 2019), 60 Millionen Übernachtungen (-40,6 % ggü. 2019). Wir sind dennoch zuversichtlich, dass der bayerische Tourismus diese Krise überwinden und schnell zu alter Stärke zurückfinden wird.

Als Teil einer umfassenden Regional- und Strukturpolitik wollen wir Tourismus ganzheitlich denken und gleichzeitig auf die Megatrends unserer Zeit wie Digitalisierung, demografischer Umbruch, Klimawandel oder Individualisierung eine schlüssige Antwort geben. Unser Leitbild ist „**Tourismus in Bayern – im Einklang mit Mensch und Natur**“. Nur wo sich der Einheimische wohlfühlt, fühlt sich auch der Gast wohl. Deshalb setzen wir gezielt auf nachhaltigen, d.h. insbesondere wirtschaftlichen, naturverträglichen und barrierefreien Qualitätstourismus in Bayern und werden dazu ein schlagkräftiges Maßnahmenpaket mit zehn Themenschwerpunkten umsetzen.

■ *Wir nutzen die Chancen der Digitalisierung*

Wir ermöglichen, dass auch **Klein- und Kleinstvermieter sowie Erlebnisse** in ganz Bayern **online gebucht** werden können. Kleine Anbieter sollen ihre Angebote bündeln, damit sie bei den großen Portalen gebucht werden können. Außerdem wollen wir digitale Ideen entwickeln und ausprobieren, die den Menschen und dem Tourismus im ländlichen Raum nutzen. Wir investieren dafür u.a. in die zukunftsweisenden Modellprojekte „**Digitales Dorf Bayern**“, beispielsweise das „**Digitales Alpendorf**“ und die „**Digitalen Hörnerdörfer Allgäu**“. Ausführlich informiert hierüber die Projektwebseite <https://digitales-dorf.bayern/>.

Die **Kompetenzstelle Digitalisierung mit Standort in Waldkirchen** wird von der Landesmarketingorganisation Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) betrieben und ab Mai 2021 wichtige Aufgaben für die digitale Transformation der Tourismusbranche in Bayern übernehmen. Ziel ist es, digitale Konzepte zu erarbeiten und umzusetzen, die

den Tourismus in Bayern in Gänze stärken und den touristischen Akteuren ermöglichen, dem Gast ein noch besseres Reiseerlebnis im Freistaat zu bieten.

■ *Wir bauen eine Bayern-Cloud für digitale Tourismusdienste auf*

Zusammen mit der Allgäu GmbH, Unternehmen und der Hochschule Kempten wurden in einer FuE-Initiative die Grundlagen für eine [Bayern-Cloud im Tourismus](#) erarbeitet. Die Umsetzung und Betreuung wird in der Kompetenzstelle Digitalisierung der BayTM erfolgen. Damit wollen wir IT-Lösungen im Tourismus in einem sicheren, öffentlich zugänglichen Cloud-Konzept zusammenführen und so z.B. für innovative App-Lösungen die momentane Auslastung von Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungskalender, Schneeberichte oder lokale Wetterdaten in Echtzeit einfach verfügbar machen.

■ *Wir modernisieren das Tourismusmarketing*

Zusammen mit der BayTM, den regionalen Tourismusverbänden und dem Bayerischen Heilbäderverband wollen wir potentielle Gäste im In- und Ausland zu einer Urlaubsreise nach Bayern inspirieren. Wichtig ist uns die Begleitung des touristischen Neustarts nach der Corona-Pandemie mit einer großen [Restart-Kampagne](#), die zeigt, wie authentisch, sicher und abwechslungsreich Urlaub in Bayern sein kann.

Dabei setzen wir auf einen [nachhaltigen Qualitätstourismus](#), auf Tourismus mit Sinn für Genuss, für Kultur, für Brauchtum und Natur. Mit einer [crossmedialen Genusslandkarte](#) bewerben wir bayerische Genussregionen und zeigen die Wertschöpfungskette auf, die hinter den Produkten steht. Zusammen mit der Landesstelle für Nichtstaatliche Museen unterstützen wir [regionale Museumsnetzwerke](#) bei einer besucherfreundlichen Vermarktung ihrer Kunstschatze. Wir fördern die Entwicklung filmischer Stoffe, die Bayern zum Motiv haben oder über die bayerischen Regionen erzählen und ergänzen auf diese Weise das Marketing für das Urlaubsland Bayern. Bayerns regionale Traditionsfeste machen wir unter dem [Motto „Bayern feiern“](#) dauerhaft sichtbar.

■ *Wir fördern das „Bayerische Zentrum für Tourismus“*

Mit dem Bayerischen Zentrum für Tourismus an der Hochschule Kempten betreiben wir einen eigenen Thinktank für den Tourismus in Bayern. Im Erfahrungsaustausch mit Akteuren aus Forschung, Wirtschaft und Politik sowie Tourismusverantwortlichen entwickeln wir gemeinsam die [Konzepte für den Tourismus von morgen](#) und setzen praxisbezogene Impulse, um die [Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft](#) langfristig zu sichern. In enger Zusammenarbeit mit allen bayerischen Universitäten, Hochschulen und staatlichen Institutionen mit Tourismuskompetenz führen wir das vorhandene Wissen in der bayerischen Tourismuslandschaft zusammen, schließen Wissenslücken und unterstützen einen interdisziplinären Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Wissenschaft und touristischer Praxis.

■ *Wir stärken die Hauptleistungsträger des Tourismus*

Kleine und mittelständische Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe werden wir bei der Modernisierung, Digitalisierung und Individualisierung ihrer Dienstleistungen unter-

stützen. Dafür stehen unsere passgenauen Förderprogramme „[Qualität und Gastlichkeit](#)“ und „[Barrierefreie Gastlichkeit](#)“. Die bewährten Instrumente wie die regionale Wirtschaftsförderung für Tourismusbetriebe, die PremiumOffensive Tourismus und die Blitzlichtberatung für das Gastgewerbe führen wir fort.

■ *Wir investieren in touristische Leuchttürme*

Wir werben mit der [Außenstelle](#) von [Invest in Bavaria](#) in [Hof](#) bayernweit gezielt Investoren für touristische Vorhaben gerade in ländlichen Gebieten an, um zusätzliche Gäste anzuziehen und lokale Tourismusregionen aufzuwerten. Wir wollen neue Wertschöpfung generieren, aber zugleich schonend mit unserer Landschaft umgehen. Für [attraktive öffentliche Tourismusinfrastruktur](#) setzen wir beispielsweise Anreize für neue, natur- und umweltverträgliche Investitionen in gepflegte Loipen, Kurparks, sowie Kur- und Wanderwege. Dabei fördern wir insbesondere auch öffentliche touristische Infrastrukturprojekte in [Kurorten und Heilbädern](#). Außerdem investieren wir weiterhin in die Modernisierung von Seilbahnen. Um den Ganzjahrestourismus zu unterstützen, ist die Sommernutzung dabei Fördervoraussetzung.

■ *Wir stärken die LfA als Tourismusbank*

Die LfA bietet ein umfassendes und attraktives Finanzierungsangebot für Tourismusunternehmen. Mit dem [Förderinstrumentarium der LfA](#) werden nicht nur Wachstumspläne erfahrener Hoteliers gefördert, sondern auch neue Ideen junger Gastronomen und mutige Tourismusprojekte. Als elementare Aufgabe der Wirtschaftsförderung legt die LfA ein besonderes Augenmerk auf die Unterstützung des Führungswechsels von einer Generation zur anderen. Neben dem Startkredit, dem Investivkredit und dem Universalkredit kommen für die [Finanzierungsbedarfe der Tourismusbranche](#) auch Spezialprogramme wie der Energiekredit oder der Regionalkredit in Betracht. Im Rahmen der [Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“](#) begleitete die LfA regionale Beratungsveranstaltungen des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands und informierte vor Ort über Finanzierungsmöglichkeiten. Auch in der Corona-Krise, die für die Tourismusbranche eine ganz enorme Herausforderung darstellt, unterstützt die LfA mit ihren Corona-Hilfen laufend Hotels, Gaststätten und weitere Tourismusbetriebe.

■ *Wir heben Potenziale im Gesundheitstourismus*

Im Wachstumsmarkt Gesundheit wollen wir vor allem den [internationalen Gesundheitstourismus](#) zielgerichteter erschließen, sobald Reisen wieder möglich ist. Dabei bauen wir auf unsere Kurorte und Heilbäder als bewährte und tragende Säule des Gesundheitstourismus in Bayern. Hierfür wollen wir die [Marketingmittel](#) des Bayerischen Heilbäder-Verbands spürbar erhöhen. Mit innovativen Digitalisierungsprojekten – etwa mit Hilfe der Künstlichen Intelligenz – verbessern wir zudem die Kommunikation zwischen Gästen, Ärzten und Kurorten. Parallel treiben wir das Marketing für den Gesundheitstourismus in Bayern weiter voran und stärken den Auftritt und die Präsenz der [Dachmarke „Gesundes Bayern“](#).

■ *Wir stärken nachhaltigen und barrierefreien Tourismus in ganz Bayern*

Nachhaltigen Tourismus werden wir verstärkt fördern. Für eine geprüfte und dokumentierte Barrierefreiheit in möglichst vielen touristischen Angeboten werden wir das erfolgreiche Zertifizierungskonzept „Reisen für Alle“ weiter ausbauen. Als Vorzeigeprojekt für Nachhaltigkeit initiieren wir gemeinsam mit dem Tourismus Oberbayern München e.V. und dem Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben die [Erschließung der Deutschen Alpenstraße durch E-Mobilität](#). Gemeinsam mit der BayTM werden die vielen Aspekte der Nachhaltigkeit in Veranstaltungen und verschiedenen Medien aufgegriffen, um die Branche zu sensibilisieren.

Unsere Campingplätze, die für naturnahen Urlaub in attraktiver Umgebung stehen, unterstützen wir zusammen mit dem Landesverband der Bayerischen Campingwirtschaft in einer deutschlandweit einmaligen [Initiative „Zukunftsoffensive Elektromobilität“](#) bei einer zukunftsorientierten Gestaltung ihrer Plätze und Angebotsformen.

■ *Wir werden die Tourismuspolitik noch intensiver koordinieren*

Als typische Querschnittsbranche profitiert der Tourismus besonders von einer guten Vernetzung und Abstimmung aller Akteure und ihrer Angebote. Hier werden wir neue und stärkere Akzente setzen. Für eine [Tourismuspolitik aus einem Guss](#) werden wir die vielfältigen Aktivitäten besser bündeln und stringent auf das [Leitbild „Tourismus im Einklang mit Mensch und Natur“](#) ausrichten.

An schönen Wochenenden und Feiertagen kam es in Bayern schon vor der Corona-Pandemie an einigen Zielen zu Überlastungen durch den Ausflugs- und Freizeitverkehr aus den Ballungsgebieten. Dies hat sich durch Corona noch einmal verschärft. Daher wurde die [Arbeitsgruppe Besucherlenkung](#) mit den betroffenen Staatsministerien sowie den relevanten touristischen Akteuren ins Leben gerufen, um schnellstmöglich Lösungen für die komplexen Probleme zu finden. Ein Ziel ist u.a., eine gemeinsam abgestimmte Aufklärung der Urlaubs- und Tagesgäste, die nicht auf Verboten gründet, sondern mit Appellen an die Vernunft der Gäste arbeitet. Aber auch der Einsatz digitaler Methoden wird ein wesentlicher Baustein sein und die Besucherlenkung künftig prägen. Hierfür wurde der [Ausflugsticker Bayern](#) online gestellt, der neben aktuellen Informationen zur Auslastung von Ausflugszielen auch Vorschläge für Alternativen aufzeigt: <https://www.ausflugsticker.bayern/>