

Corona und der Kulturtourismus 2021

Update 10. Januar 2021

Jeden Tag neue Nachrichten mit Hinweisen, was noch geht, was wieder untersagt ist und was in Zukunft ganz anders sein wird, wenn wir reisen. Dabei beruft man sich in der Tagesschau, in Print- und Onlinemedien auf sich oft extrem widersprechende Prognosen zum Tourismus.

Manche Befragungsergebnisse stammen von Instituten, die sich erst seit Corona mit Marktforschung im Tourismus beschäftigen. Und auch manche Journalist*innen, die vorher noch nie mit dieser Thematik Kontakt hatten, verkürzen anschließend die Daten gerne „kreativ“ auf knackige Botschaften für verunsicherte Reisende. Es sind dadurch seit März vergangenen Jahres Stimmungsbilder zum Tourismus in Corona-Zeiten im Umlauf, die viele Museumsverantwortliche irritieren - oder manchmal auch pessimistisch in die Zukunft schauen lassen.ⁱ Ich habe versucht, eine Einordnung der Daten und der diversen Erwartungen der Expert*innen vorzunehmen und sie hinsichtlich unserer Museen zu bewerten.

Laut einer Studie des Unternehmens Booking haben „mehr als die Hälfte der Reisenden weltweit und 41 Prozent der Deutschen ... schlicht Angst zu reisen“.ii Wichtig scheint mir zu sein, „dass sich Fragen nach dem Reiseverhalten nicht pauschal, sondern nur in Betrachtung unterschiedlicher 'Corona-Typen' beantworten lassen.“iii Psychologisch orientierte Marktforscher*innen beleuchteten die Frage, ob die Deutschen jemals wieder an ihre Reisegewohnheiten anknüpfen werden wie in Zeiten vor der Corona-Krise. Die Deutschen seien Reiseweltmeister, ohne Frage. Sie würden natürlich wieder reisen wollen, aber anders: Einen Boom der Fernreisen sähe man auf längere Zeit nicht. Stattdessen würden wahrscheinlich die deutschen Urlaubsziele florieren. Ein neues Reiseziel im eigenen Land erkunden möchten neuerdings nicht weniger als 44 Prozent der Deutschen.iv

Hypothese ist demnach: weniger prognostizierte Flugreisen der Deutschen könnten weiterhin zu mehr Reisen innerhalb des deutschsprachigen Raums führen. Insofern die Politik den innerdeutschen Reiseverkehr demnächst wieder zulässt.v Andererseits könnte alleine schon aufgrund der Auswirkungen auf dem Arbeitsmarkt die Reise-Nachfrage auch in 2021 in Deutschland erstmalig seit Jahrzehnten weiter zurück gehen. Mehr Menschen als 2019 können sich zurzeit wahrscheinlich keinen Urlaub mehr leisten. Oder, da viele Deutsche im vergangenen Jahrzehnt pro Jahr deutlich mehr als nur eine Reise machten, sie können weniger (Kurz-) Reisen pro Jahr finanzieren als bisher.vi All dies hätte auch Auswirkungen auf das touristische Besuchsaufkommen in Museen.

Wie und wann sich die ausländischen Quellmärkte (Anteil von rund 25 % in Bayern in 2019) erholen werden, auch dafür gibt es verschiedene Beobachtungen, zuvorderst natürlich die touristischen Entwicklungen in China, wo man schließlich als erstes Land mit dem Virus befasst war und inzwischen teilweise bereits in einem „neuen normalen“ Leben angekommen ist.vii Es werden 2021 sicher deutlich weniger Tourist*innen aus dem Ausland nach Deutschland kommen, gerade auch Gruppenreisende aus anderen Kontinenten, die besonderes Interesse an europäischer Kultur gezeigt haben und besonders intensiv Museen und andere Kulturangebote frequentierten. Andererseits gehören Kulturtourist*innen, gerade aus dem Ausland, zu den Gästegruppen, die auch längerfristig über ausreichende finanzielle Mittel verfügen, um wahrscheinlich auch in Zukunft so oft zu reisen wie

sie wollen. Der Luxusreisemarkt scheint laut Fachleuten unbeeindruckt.^{viii} Schon Ende 2023 könnten laut der Deutschen Zentrale für Tourismus wieder die Übernachtungszahlen des Jahres 2019 erreicht werden. Vor allem westeuropäische Quellmärkte dürften sich am schnellsten erholen. Die Top 5 „Quick Recovery-Länder“ wären nach dieser Prognose Dänemark, Belgien, die Schweiz, die Niederlande und Österreich. Osteuropäische Länder hingegen wie z.B. Russland, Tschechien und Polen sowie Überseemärkte kämen wahrscheinlich langsamer zurück.^{ix} „Die meisten Europäer haben trotz Corona Reisepläne“ laut einer Umfrage der European Travel Commission (ETC) im November des vergangenen Jahres.^x Dies deckt sich auch mit einer über Europa hinausreichende Untersuchung von PhocusWire in Zusammenarbeit mit Tripadvisor.^{xi} So könnte sich in den Auslandsmärkten früher Normalisierung für den Kulturtourismus einstellen als allgemein befürchtet. Auch eine McKinsey-Studie kommt zu dem Schluss, dass der internationale Tourismus wahrscheinlich in 2023 wieder das Niveau von 2019 erreicht haben dürfte.^{xii} Auch das lange weltweit als vorbildlich wahrgenommene Corona-Krisenmanagement der Bundesregierung könnte dazu führen, dass Deutschland als eines der ersten europäischen Länder wieder internationale Kulturreisende anlocken wird.

Der klassische Städtetourismus ist seit Beginn der Pandemie fast völlig zum Erliegen gekommen. Das liest sich auf den ersten Blick als wenig positiv für die bayerischen Museen. Andererseits gibt es im deutschen Quellmarkt ein verstärktes Interesse an (als virenfrei erlebten) Naturräumen. Dieses Szenario gibt Kulturanbietern im ländlichen Raum, und hier befinden sich die meisten Museen Bayerns, die große Chance nun von einem erhöhten Gästevolumen zu partizipieren, wenn, was wichtig sein wird, bereits vor der Reise ausreichend Interesse für das eigene Angebot generiert werden konnte.

Ein Risikofaktor könnte jedoch das rosarote Bild trüben: eine Folge der geringeren Nächtigunzshahlen seit Ausbruch der Pandemie ist die Unsicherheit, wieviel Übernachtungsangebot (Hotels, Urlaub auf dem Bauernhof, Pensionen, Jugendherbergen und Campingplätze) die Corona-Krise wirtschaftlich überleben wird und dem Markt erhalten bleibt. Mehr als 60 Prozent der gastgewerblichen Unternehmer*innen bangen um ihre Existenz.^{xiii} Wo keine Übernachtungsmöglichkeiten mehr bereit stehen, oder nur ein stark reduziertes Angebot besteht, können auch keine Tourist*innen mehr vor Ort sein und wie in den Vorjahren in die Museen kommen.^{xiv}

Und Liquiditätsengpässe betreffen nicht nur den Übernachtungssektor. Mögliche Insolvenzgefahren und Sparmaßnahmen können auch auf die weitere touristische Infrastruktur durchschlagen: Gäste- und Museumsführer*innen, Busunternehmen, Kurangebote, ÖPNV-Takt-Reduzierungen und Gastronomie. Auch Finanzlöcher in den öffentlichen Haushalten könnten in 2021 zu weiterer Angebotsreduzierung im Kultursektor führen. Für Museen könnten kommunale Sparhaushalte die Streichung von Sonderausstellungen und die Fokussierung auf die Sammlung bedeuten.^{xv} Mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit darf prognostiziert werden, dass die gefühlte Unsicherheit des eigenen Arbeitsplatzes der Reisenden, und dies betrifft alle globalen Quellmärkte, zu einer Verminderung der Ausgabefreudigkeit im Urlaub führen wird.^{xvi} Dies könnte sich tendenziell in Umsatzeinbußen in Museums-Shops und -Cafés bemerkbar machen.

Eine weitere spürbare Veränderung (im Rahmen eines schon längeren Trends) wird es bei der touristischen Anreise zum Museum geben. Kurz- und mittelfristig werden nur wenige Reisebusse und vor allem auch wenige Reisegruppen vor dem Museumseingang vorfahren.^{xvii} Dies obwohl inzwischen Studiosus gewillt ist sein Deutschland-Angebot zu erweitern, unter anderem mit einer Reise nach Franken zu Dürer und Riemenschneider.^{xviii}

Nationale und internationale Reiseveranstalter haben ihre Gruppenpauschalangebote überwiegend auf Eis gelegt. Das bedeutet, Museen müssen sich noch stärker als zuvor auf den einzelnen Touristen ausrichten: der Kulturtourismus in 2021 wird ein Individualtourismus sein. Daraus folgt, dass die digitalen Hausaufgaben von den kulturtouristischen Anbietern vollumfänglich erledigt sein müssen, will man die Individualtourist*in kommunikativ erreichen. Plattformen wie Tripadvisor, Wikipedia, Airbnb-Experience, Instagram, Facebook und YouTube sollten auch nach den vorübergehenden Corona-bedingten Schließungen in diesem Winter weiter als digitale Kanäle der Kommunikation mit dem Publikum auf der wöchentlichen Agenda bleiben.^{xxix} Digitale Vermittlungsangebote, wie sie seit Beginn der Pandemie plötzlich bei erfreulich vielen Museen etabliert wurden, haben auch nach Wieder-Öffnung der Häuser ihre touristische Relevanz: als Appetizer für Menschen, die ihre Reise vorbereiten. Eine Studie hat speziell untersucht, wie die Bürger*innen ihren Medienkonsum infolge des Corona-Ausbruchs erhöht haben – und wie er sich je nach Generation unterscheidet.^{xxx}

Museen können wahrscheinlich wegen Corona auch weiterhin nur wenige (analoge) Workshops und Führungen anbieten. Dies bietet jedoch auf der anderen Seite, vor allem hinsichtlich der touristischen Zielgruppen, mehr Möglichkeiten für individuelle Führungsangebote oder individuelle Mitmachangebote der Museen. Herausforderung wird dabei sein, die dafür notwendig neu kalkulierten höheren Preise bei den interessierten Kulturtourist*innen etablieren zu können.

Technisch und kulturhistorisch orientierte Museen hatten sich in den vergangenen Jahren, z.B. mittels Multimediationen, viele Gedanken zur interaktiven Vermittlung in der Ausstellung gemacht, die nun alle wegen Hygienevorschriften nicht mehr so einfach benutzbar bleiben. Enttäuschung gibt es, wenn auch in dezenterem Maße, auch im Erleben beim Besuch von Kunstmuseen: mit Maske kommt das bekannte Gefühl des „genießenden Flanierens“ entlang der Kunstwerke nicht mehr so richtig auf, gerade bei Tourist*innen. Ähnliches erlebt dieses Jahr auch der Einzelhandel. Schlechte Bewertungen auf den entsprechenden bekannten touristischen Portalen könnten für die Museen die Folge sein, die uns jedoch nicht entmutigen sollten. Dies wird sich mittelfristig wieder als neuer „Normalzustand“ in der Kulturrezeption einpendeln.

Ein großer Vorteil, den die Museen innerhalb des Kulturtourismus in der Corona-Krise temporär auch im diesjährigen Sommer haben könnten, wird bis dato noch nicht wirklich als besondere Chance begriffen: auch wenn der Shutdown in Deutschland zu Ende sein wird, wird es in allen Destinationen so wenig kulturelle Konkurrenzangebote wie nie zuvor geben. Nur wenige Theateraufführungen, fast keine Festivals, selten Oper, keine Pop- oder Jazz-Konzerte. Ein wenig Architektur-Sightseeing, i.d.R. von außen, ist weiter auf Spaziergängen möglich. Aber: ansonsten wird es für Urlauber*innen außerhalb der Institution Museum sehr wenige Möglichkeiten geben, Kultur auf Reisen zu genießen.

Wir werden vornehmlich Individualtourist*innen in 2021 in unseren Museen zu Gast haben, darunter als Folge der Corona-Krise auch, einen längeren Trend nun verstärkend, mehr Authentizitäts- und Sinn-Sucher*innen sowie sogenannte Co-Kreative.^{xxxi} Über die Hälfte der befragten Personen einer Studie erwartet, dass die Reisebranche nach der Pandemie mehr nachhaltige Angebote bieten wird.^{xxxii} Es wird daher nach Corona wahrscheinlich noch mehr als bisher Nachfrage nach dem „Warum?“ statt nach (gelegentlich) nüchterner historischer Darstellung geben. Museen, die in ihren Ausstellungseinheiten und auch bereits in ihrer Ansprache an den potenziellen Gast im Tourismusmarketing die Frage „Was hat das mit mir zu tun?“ beantworten können, werden klar im Vorteil sein. So, wie wir es im digitalen Storytelling im Rahmen des Kooperationsprojektes „Museum & Tourismus“ immer wieder anstreben. Ein Beispiel: ein Museum mit Sammlungsschwerpunkt auf

der Epoche der Antike wird nicht nur die ästhetischen Facetten beleuchten und historische Daten vermitteln, sondern wird auch darstellen, was aus der Antike auch für uns heute eminent wichtig und wertvoll geblieben ist. Das gesellige und berauschende Symposion in den diversen zeitgenössischen Spielformen wäre zu nennen. Oder die Demokratie, um ein für die Gegenwart noch deutlich relevanteres Beispiel anzuführen.^{xxiii}

Was können wir von einem anderen Virus lernen? Vor allem, dass wir hier evtl. über eine lange Zeitspanne sprechen. Wir werden als Tourist*innen mit dem Corona-Virus leben lernen. Genauso wie wir seit den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts mit dem HIV-Virus gelernt haben zu leben. Auch Kulturtourist*innen der Corona-Ära werden sich an bestimmte Vorsichtsmaßnahmen gewöhnen.^{xxiv}

Der Mensch an sich ist neugierig. Und er wird weiter seiner Neugier folgen wollen und auf Reisen gehen. Die Angst vor einem Virus kann uns eine Zeit lang vielleicht zurückhaltender machen, was das Reisen angeht. Aber die Freude am Reisen bleibt. Und auch die Neugierde auf unterschiedlichste kulturelle Phänomene, die schon früher oft der Impuls einer Reiseplanung war, wird als Triebfeder bleiben, egal wie lange das Thema Corona die Museen begleiten wird.

Dies ist nicht als Zweckoptimismus misszuverstehen. Ähnlich optimistisch betrachtet übrigens auch die Börse den Tourismus: auch wenn aktuell niemand mit Übernachtungen Geld verdient, so konnte trotzdem Airbnb beim letzten Gang an die New Yorker Technologiebörse an einem einzigen Tag im Dezember mitten in der Pandemie 2,9 Milliarden Euro einsammeln.^{xxv} In touristische Zukunft zu investieren wird also von ökonomischen Analyst*innen auch weiterhin als äußerst lohnenswert angesehen. Das sollte uns auch für die Museen als im Wortsinne „wertvolle“ Akteure im touristischen Feld Mut machen.

Martin Spantig

Projektleiter „Museum und Tourismus“

ⁱ Quellen und Berichterstattung zur aktuellen Tourismus-Marktforschung:

- <https://score-media.de/pressemitteilung/corona-ungebremste-reiselust-vor-allem-innerhalb-deutschlands/> abgerufen 20.5.2020
- <https://www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/aktuelle-situation-coronavirus/aktuelle-situation-coronavirus.html> abgerufen 20.5.2020
- https://www.tn-deutschland.com/wp-content/uploads/2020/05/Reisen-in-Zeiten-von-Corona-BZT_13_05_2020.pdf abgerufen 20.5.2020
- <https://www.rheingold-marktforschung.de/coronavirus-ein-wirtschaftswoche-interview/> abgerufen 20.5.2020
- <https://www.lifepr.de/inaktiv/suedwestrundfunk-stuttgart/ARD-Extra-Sommerurlaub-2020-Deutsche-verzichten-auf-Urlaub-oder-verreisen-im-Land/boxid/799973> abgerufen 22.5.2020
- <https://www.reisevor9.de/inside/drv-erwartet-deutlich-weniger-auslandsreisen-im-sommer> abgerufen 27.5.2020
- <https://m.faz.net/aktuell/wirtschaft/sommerferien-im-ausland-und-das-soll-urlaub-sein-16785277.amp.html> abgerufen 27.5.2020
- https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020_Erste-Ergebnisse_DE.pdf abgerufen 27.5.2020

-
- <https://www.reisevor9.de/inside/drv-erwartet-deutlich-weniger-auslandsreisen-im-sommer> abgerufen 27.5.2020
 - <https://www.reisevor9.de/inside/reisebueros-generieren-derzeit-nicht-mal-eine-buchung-am-tag> abgerufen 29.5.2020
 - <https://www.tn-deutschland.com/prof-dr-alfred-bauer-vorsitzender-bayerisches-zentrum-fuer-tourismus-und-dekan-der-fakultaet-tourismus-an-der-hs-kempten/> abgerufen 29.5.2020
 - <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/tourism-industry-slump-recovery-coronavirus-lockdown/> abgerufen 3.6.2020
 - <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/tourism-industry-slump-recovery-coronavirus-lockdown/> abgerufen 3.6.2020
 - https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2714352/11.%20Corona%20Consumer%20Report.pdf?utm_campaign=corona-hilfe&utm_medium=email&hsenc=p2ANqtz--QmMmPU3aVcKFUkBaWABOvwY4FEWTnQAodKq-EobjMiWO8Qtx0aDRuNUz3kEKVdEud-CKOHNG_sz7wEJSpS3XIY0Sc0BLpHj0X3ITo3OM9KR6ZqUM&hsmi=88846130&utm_content=88846130&utm_source=hs_email&hsCtaTracking=07799a3c-098b-4697-ae53-e3bc27e2a0f3%7C2c74ac0e-28f4-40f3-b9d5-56d0cd4341a6Marktforschungsinstitut Appinio, 11. Corona Consumer Report, abgerufen 15.6.2020
 - <https://www.spiegel.de/wirtschaft/umfrage-zu-flugreisen-nur-wenige-deutsche-wollen-in-den-kommenden-monaten-fliegen-a-a4e709df-4265-467b-85f2-4c87504de9fc> abgerufen 15.6.2020
 - <https://www.br.de/nachrichten/bayern/pfingstferien-bayerns-hotels-standen-nach-corona-krise-nahezu-leer,S2GISGZ>, abgerufen 19.6.2020
 - <https://www.reisevor9.de/marketing/deutsche-schmieden-trotz-corona-reiseplaene>, abgerufen 26.6.2020
 - <https://cdn.kulturmanagement.net/dlf/c4cbcb76097d6991000ebf10c8470589,1.pdf>, abgerufen 29.6.2020
 - <https://news.cision.com/de/simon-kucher---partners/r/studie-zeigt---urlaub-zu-hause--und-unabhaengige-reisemoglichkeiten-werden-dank-corona-immer-wichtige,c3140194>, abgerufen 30.6.2020
 - https://www.weser-kurier.de/themenwelt/reisen-und-tourismus_artikel,-sommerurlaub-2020-viele-planen-eine-nummer-kleiner-arid,1920260.html, abgerufen 30.6.2020
 - <https://www.tourism-review.com/top-travel-industry-changes-news11623> abgerufen 8.7.2020
 - <https://www.tourism-review.com/travel-behavior-of-european-tourists-to-change-news11617> abgerufen 8.7.2020
 - <https://www.tagesschau.de/inland/binnentourismus-101.html> abgerufen 13.7.2020
 - <https://www.tn-deutschland.com/wp-content/uploads/2020/07/Appinio-Travelreport-2020.pdf> Marktforschungsinstitut Appinio, Travel Report, abgerufen 23.7.2020
 - <https://www.zeit.de/zustimmung?url=https%3A%2F%2Fwww.zeit.de%2Fwissen%2Fgesundheit%2F2020-10%2Fcoronavirus-reisen-herbst-winter-ausland-inland> abgerufen 13.10.2020
 - ntv mit der Meldung, dass „rund 40 % ... uneingeschränkten Sommerurlaub“ in 2021 erwarten, sich auf eine Studie von Yougov berufend. [Corona-Pandemie: Umfrage: Rund 40 Prozent erwarten uneingeschränkten Sommerurlaub - n-tv.de \(n-tv.de\)](https://www.n-tv.de/nachrichten/Corona-Pandemie:Umfrage:Rund40Prozent-erwarten-uneingeschränkten-Sommerurlaub-n-tv.de) abgerufen 5.1.2021

ⁱⁱ [Viele Menschen haben schlicht Angst zu reisen | Reise vor9](https://www.reisevor9.de/marketing/deutsche-sind-in-sachen-reisen-gespalten) abgerufen 5.1.2021

ⁱⁱⁱ <https://www.reisevor9.de/marketing/deutsche-sind-in-sachen-reisen-gespalten> abgerufen 7.7.2020

- <https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/kantar-studie-auf-diese-sechs-krisentypen-sollten-marken-ihren-fokus-legen-184454> abgerufen 23.7.2020

-
- ^{iv} [Viele Menschen haben schlicht Angst zu reisen | Reise vor9](#) abgerufen 5.1.2021
- ^v <https://www.tagesschau.de/inland/beherbergungsverbot-corona-103.html> abgerufen 13.10.2020
- ^{vi} <https://www.zeit.de/zustimmung?url=https%3A%2F%2Fwww.zeit.de%2Fwissen%2Fgesundheit%2F2020-10%2Fcoronavirus-reisen-herbst-winter-ausland-inland> abgerufen 13.10.2020 und [Bundesbürger wollen bei Reiseausgaben sparen | Reise vor9](#) abgerufen 5.1.2021
- ^{vii} <https://www.germany.travel/de/trade/from-the-desk-of-petra-hedorfer/from-the-desk-of-petra-hedorfer.html> abgerufen 20.5.2020
- ^{viii} <http://magazin.ccircle.cc/cc-vip-05-2020#!/good-to-see-editors-pick-simones-vip-hotel-copy-copy-copy> abgerufen 3.6.2020; BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH, Statistik 2019 [Folie 1 \(tourismus.bayern\)](#) abgerufen 4.1.2021
- ^{ix} <https://www.germany.travel/de/trade/from-the-desk-of-petra-hedorfer/from-the-desk-of-petra-hedorfer.html> abgerufen 22.6.2020; von einer Erholung bis 2023 geht die DZT auch in einer Stellungnahme im Dezember 2020 aus [From the desk of Petra Hedorfer – Deutsche Zentrale für Tourismus \(germany.travel\)](#) abgerufen 5.1.2021
- ^x Laut der ETC-Studie planen im November dieses Jahres sogar für die kommenden sechs Monate 54% der Europäer Reisen. Diese Reiseplanungen werden durch die diversen Lockdownstrategien europäischer Regierungen in diesem Winter wohl beibehalten und lediglich terminlich verschoben werden. [Die meisten Europäer haben trotz Corona Reisepläne | Reise vor9](#) abgerufen 5.1.2021
- ^{xi} Die Studie von PhocusWire in Zusammenarbeit mit Tripadvisor kommt zu dem Ergebnis, dass 65% aller Konsumenten über das nächste Urlaubsziel nachdenken. [Tripadvisor says travel remains top of mind for consumers | PhocusWire](#) abgerufen 5.1.2021
- ^{xii} McKinsey Studie [COVID-19 tourism spend recovery in numbers \(mckinsey.com\)](#) abgerufen 5.1.2021
- ^{xiii} <https://www.destinet.de/meldungen/themen-leistungstraeger/hotellerie-hospitality/8427-gastgewerbe-in-h%C3%B6chster-not-insolvenzen-kaum-zu-verhindern> abgerufen 13.10.2020
- ^{xiv} <https://www.reisevor9.de/inside/mehrheit-touristischer-unternehmen-sieht-existenz-bedroht> abgerufen 7.7.2020
- ^{xv} Vgl. hierzu auch die Gedanken von Daniel Völzke zum Ende der Blockbuster-Ausstellungen aus anderen Gründen <https://www.monopol-magazin.de/das-ende-der-blockbuster-shows> abgerufen 8.6.2020
- ^{xvi} <https://www.gfk.com/de/presse/corona-schock-konsumklima-erreicht-historischen-tiefpunkt> und <https://www.gfk.com/press/Konsumklima-erholt-sich-etwas-vom-Corona-Schock> abgerufen 27.5.2020
- ^{xvii} Dies gilt wohl noch eine geraume Zeit, auch wenn Studiosus im Herbst 2020 bereits wieder mit ersten Gruppen unterwegs war und auch einzelne Museen in Bayern melden, dass bereits die ersten Reisebusse wieder auf den Parkplätzen gestanden haben.
- ^{xviii} <https://archive.newsletter2go.com/?n2g=om24s5if-6t1kgmr6-yqt> abgerufen 13.10.2020
- ^{xix} https://www.museen-in-bayern.de/fileadmin/Daten/Ab_2018_Material_Landesstelle/Themen_und_Projekte/Tourismus/Museen_im_Tourismusmarketing_2019.pdf abgerufen 27.5.2020
- ^{xx} <https://www.absatzwirtschaft.de/so-veraendert-corona-die-mediennutzung-172020/> abgerufen 20.5.2020
- ^{xxi} Vgl. Andreas Reckwitz, Die Gesellschaft der Singularitäten - Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017, Seite 114 und Martin Spantig, Wie reisen wir in Zukunft?, Tagungsband Kulturtourismus 2030 – neu denken, München 2016, Seite 4, https://tourismus.bayern/wp-content/uploads/2016/03/Dokumentation_Kulturtourismus-neu-denken_2016.pdf abgerufen 22.5.2020. Dazu gehört auch die Entwicklung hin zu einem sog. „Resonanz-Tourismus“, der hinlänglich in Fachkreisen auch gerade für die Post-Corona-Zeit diskutiert wird [Tourismustrends im Jahr eins nach corona: #1 Resonanz Tourismus – tourismusperspektive](#) abgerufen 5.1.2021
- ^{xxii} Studie des Unternehmens Booking [Viele Menschen haben schlicht Angst zu reisen | Reise vor9](#) abgerufen 5.1.2021

^{xxiii} <https://www.bayern.by/erlebnisse/stadt-land-kultur/museen/antike-in-bayern/> abgerufen
13.10.2020

^{xxiv} Tagesspiegel bezugnehmend auf eine Studie des Deutschen Luft- und Raumfahrtzentrums zum Verhalten der Deutschen im Herbst 2020 [Trotz Beherbergungsverbot: Deutsche so mobil wie vor der Pandemie | Tagesspiegel](#) abgerufen 5.1.2021

^{xxv} [Airbnb sammelt an einem Tag 2,9 Milliarden Euro ein | Reise vor9](#) abgerufen 5.1.2021