

## Kulturtourismus in Corona-Zeiten

Eine Einordnung von Martin Spantig, Projektleiter „Museum & Tourismus“

Stand 27.5.2020

Sorgen und Hoffnungen treiben die Museen aktuell um, wenn sie an den Kulturtourismus im Jahre 2020 denken. Sorgen, dass die Touristen gänzlich ausbleiben und damit deutlich weniger an Ticketerlösen in der jährlichen Bilanz zu finden sein werden. Hoffnungen aber auch, dass die Deutschen als Reiseweltmeister in diesem Jahr auf Flugreisen ins Ausland verzichten werden und nun intensiv ihr eigenes Land und seine (Kultur-) Schätze entdecken wollen.

Es sind in diesen Wochen widersprüchlichste Erwartungen, Prognosen und Marktforschungs-Stimmungsbilder zum Tourismus in Corona-Zeiten in den Medien im Umlauf, die viele Museumsverantwortliche irritieren - oder teilweise zumindest sehr pessimistisch in die Zukunft schauen lassen.<sup>i</sup> Aus der einen Studie erfahren wir, dass 69 Prozent der Deutschen nach Ende der Reisebeschränkungen als Erstes wegfahren wollen. Für 63 Prozent steht Deutschland als nächstes Reiseziel ganz oben, 41 Prozent wollen weniger Flugreisen in die Ferne unternehmen.

Aus einer anderen Studie lernen wir, dass viele Menschen aktuell ein mehr als schwieriges Verhältnis zur eigenen Urlaubsplanung haben. Von den Befragten geben 44,7 Prozent an, „Nein, ich werde zunächst nicht verreisen, sondern erst einmal abwarten“. 29,1 Prozent sind sich plötzlich, bereits im Mai sicher, dass sie dieses Jahr überhaupt nicht verreisen werden. Dies sieht nach dem Verlust von fast einem Drittel der Nachfrage aus. Vergleicht man es jedoch mit dem Anteil von 22 %, die in 2019 nicht in Urlaub gefahren sind, schaut es schon gleich weniger dramatisch wie ein massiver Nachfrageeinbruch aus.<sup>ii</sup>

Ein Drittel der Befragten in einer der aktuellen Studien gab an, dass die „Vorgaben – Mund-Nasen-Schutz, Hygienemaßnahmen und Mindestabstand – nicht zu meinen Vorstellungen eines Urlaubs passen, da bleibe ich lieber zu Hause“. All diese Befragungsergebnisse korrelieren intensiv mit tagesaktuellen Stimmungen in der Bevölkerung. Ob Menschen, die heute im Mai noch keine Reise konkret geplant haben, wirklich das gesamte Jahr daheim bleiben werden, wird stark von täglich wechselnden Nachrichten wie Quarantäne-Androhungen bei Rückreise vom Urlaubsort, sich wieder öffnenden Grenzen, Corona-Vorschriften im In- und Ausland und Erfahrungen zurückkehrender erster Urlauber abhängen.

Auch nicht quantitativ sondern psychologisch orientierte Marktforscher beleuchteten jüngst die Frage, ob die Deutschen jemals wieder an ihre Reisegewohnheiten anknüpfen werden wie in Zeiten vor der Corona-Krise. Die Deutschen seien Reiseweltmeister. Sie würden natürlich wieder reisen wollen, aber anders: Dieses Jahr würden Mittelstrecken- und Fernurlaub definitiv ausfallen. Einen Boom der Fernreisen sähe man auf längere Zeit nicht. Stattdessen würden die deutschen Urlaubsziele florieren.

Hypothese ist demnach: weniger prognostizierte Flugreisen der Deutschen könnten zu mehr Reisen innerhalb des deutschsprachigen Raums führen. Andererseits könnte alleine schon aufgrund der Auswirkungen auf dem Arbeitsmarkt die Reise-Nachfrage in Deutschland erstmalig seit Jahrzehnten zurückgehen. Mehr Menschen als 2019 können sich heuer 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. All dies hätte auch Auswirkungen auf das touristische Besuchsaufkommen in Museen.

Wie und wann sich die ausländischen Quellmärkte 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.<sup>iii</sup> Es werden sicher weniger Touristen aus dem Ausland nach Deutschland kommen, also gerade die Gruppe aus anderen Kontinenten, die besonderes Interesse an europäischer Kultur gezeigt haben und besonders intensiv Museen und andere Kulturangebote frequentierten. Andererseits gehören Kulturtouristen, 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. So könnte sich auch hier früher Normalisierung für den Kulturtourismus einstellen als allgemein befürchtet. Auch das weltweit als vorbildlich wahrgenommene Corona-Krisenmanagement in Deutschland könnte dazu führen, dass Deutschland als eines der ersten europäischen Länder wieder internationale Kulturreisende anlocken wird.

Es wird wahrscheinlich im deutschen Quellmarkt ein verstärktes Interesse an (als virenfrei erlebten) Naturräumen geben. Das liest sich auf den ersten Blick als wenig positiv für die bayerischen Museen. Andererseits gibt dieses Szenario Kulturanbietern im ländlichen Raum, und hier befinden sich die meisten Museen Bayerns, die große Chance von diesem erhöhten Gästevolumen auch zu partizipieren, wenn, was wichtig sein wird, beim bereits vor Ort logierenden Gast ausreichend Interesse für das eigene Angebot generiert werden kann. Apropos Logieren: Aktuell ist unsicher, wie viel Übernachtungsangebot (Hotels, Urlaub auf dem Bauernhof, Pensionen, Jugendherbergen und Campingplätze) die Corona-Beschränkungen wirtschaftlich überleben wird und dem Markt erhalten bleibt. Wo keine Übernachtungsmöglichkeiten mehr bereit stehen, oder nur ein stark reduziertes Angebot besteht, können auch keine Touristen mehr vor Ort sein und wie in den Vorjahren in die Museen kommen.

Doch Liquiditätsengpässe betreffen nicht nur den Übernachtungssektor. Mögliche Insolvenzgefahren und Sparmaßnahmen können auch auf die weitere touristische Infrastruktur durchschlagen: Gästeführer und Museumsführer, Busunternehmer, Kurangebote, ÖPNV-Takt-Reduzierungen und Gastronomie. -Finanzlöcher in den öffentlichen Haushalten können zu weiterer Angebotsreduzierung im Kultursektor führen. Für Museen könnten kommunale Sparhaushalte die Streichung von Sonderausstellungen und die Fokussierung auf die Sammlung bedeuten.

Mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit darf prognostiziert werden, dass die gefühlte Unsicherheit des eigenen Arbeitsplatzes, und dies betrifft alle globalen Quellmärkte, zu einer Verminderung der Ausgabefreudigkeit auf Reisen führen wird.<sup>iv</sup> Dies könnte sich generell 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 keine Reisegruppen vor dem Museumseingang vorfahren. Nationale und internationale Reiseveranstalter haben ihre Gruppenpauschalangebote überwiegend auf Eis gelegt. Das bedeutet, Museen müssen sich im Kulturtourismus noch mehr als bisher dem Individualtouristen widmen. Daraus folgt, dass die digitalen Hausaufgaben von den kulturtouristischen Anbietern vollumfänglich erledigt sein müssen, will man den Individualtourist kommunikativ erreichen. Plattformen wie

Tripadvisor, Wikipedia, Airbnb-Experience, Instagram, Facebook und YouTube sollten auch nach den Corona-bedingten Schließungen in diesem Frühjahr weiter als digitale Kanäle der Kommunikation mit dem Publikum auf der Agenda bleiben.<sup>v</sup> Digitale Vermittlungsangebote, wie sie im März und April diesen Jahres 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 Menschen ihren Medienkonsum infolge des Corona-Ausbruchs erhöht haben – und wie er sich je nach Generation unterscheidet.<sup>vi</sup>

Museen können seit Corona aktuell keine (analogen) 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 Kulturtouristen etablieren zu können.

Technisch und kulturhistorisch orientierte Museen hatten sich in den vergangenen Jahren, z.B. mittels Touchscreens, viele Gedanken zur interaktiven Vermittlung in der Ausstellung gemacht, die nun alle wegen Hygienevorschriften nicht mehr so einfach benutzbar bleiben. Eine große Herausforderung wird das dann für Touristen unbefriedigende Erlebnis des Museumsbesuches werden. 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. Ähnliches erlebt gerade auch der Einzelhandel. Schlechte Bewertungen auf den entsprechenden bekannten touristischen Portalen könnten die Folge sein, die uns jedoch nicht entmutigen sollten. Dies wird sich mittelfristig wieder einpendeln.

Der große Vorteil, den die Museen innerhalb des Kulturtourismus in der Corona-Krise haben, wird bis dato noch nicht wirklich als Chance begriffen: aktuell gibt es in allen Destinationen so wenig kulturelle Konkurrenzangebote wie noch nie. Erst mittelfristig kleine Theateraufführungen, keine Festivals, keine Oper, keine Pop-Konzerte, keine Lesungen und Kino auch erst in der Zukunft. Ein wenig Architektur-Sightseeing (i.d.R. von außen) ist weiter auf Spaziergängen möglich. Aber: ansonsten gibt es für Urlauber außerhalb der Institution Museum sehr wenige Möglichkeiten, Kultur zu erleben und auf Reisen zu genießen.

Auf die Frage, welche Aspekte und Aktivitäten sind für Sie persönlich besonders wichtig, wenn Sie nach Aufhebung der Reisebeschränkungen schnellstmöglich wieder Urlaub machen würden, gaben mehr als die Hälfte an, sie wollen frische Kraft sammeln und auftanken.<sup>vii</sup> Es ist bei Teilen der Bevölkerung, so lassen auch weitere Studien erkennen,<sup>viii</sup> eine neue Ruhesuche, ein Innehalten mit selbstreflektierenden Gedanken und eine neu motivierte grundsätzliche Sinnsuche ausgebrochen. Was brauche ich eigentlich wirklich im Leben? Nicht, dass dies nicht schon ein Trend im vergangenen Jahrzehnt gewesen wäre, aber Corona hat dies (wahrscheinlich) noch weiter verstärkt. In beiden Aspekten besitzen Museen dieser Gruppe der Bevölkerung Möglichkeiten: Sie verfügen über ein ruhiges Ambiente und sie bieten, wenn nicht immer Antworten bei der Sinnsuche, dann doch jedenfalls vielfach Denkanstöße für das eigene Ich.

Wir werden also vornehmlich Individualtouristen in 2020 und wohl auch 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 sowie Co-Kreative.<sup>ix</sup> 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 Symposium in den diversen zeitgenössischen Spielformen wäre zu nennen. Oder die Demokratie, um ein noch relevanteres Beispiel anzuführen.

Was können wir von einem anderen Virus lernen? Vor allem, dass wir hier evtl. über eine lange Zeitspanne sprechen. Wir werden als Touristen mit dem Corona-Virus leben lernen. Genauso wie wir seit den 80'er Jahren des vergangenen Jahrhunderts mit dem HIV-Virus gelernt haben zu leben. Auch der Kulturtourist der Corona-Ära wird sich an bestimmte Vorsichtsmaßnahmen gewöhnen. Er wird nicht auf Kultur verzichten wollen. 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.

Der Mensch an sich ist neugierig. Neugierig auf Neues, auf Unbekanntes. Das Reisen bleibt als Wunsch daher weiter erhalten. 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.

---

<sup>i</sup> 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](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.lifepur.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://www.reisevor9.de/inside/drv-erwartet-deutlich-weniger-auslandsreisen-im-sommer> abgerufen 27.5.2020

<sup>ii</sup> [https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020\\_Erste-Ergebnisse\\_DE.pdf](https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2020/03/RA2020_Erste-Ergebnisse_DE.pdf) abgerufen 27.5.2020

<sup>iii</sup> <https://www.germany.travel/de/trade/from-the-desk-of-petra-hedorfer/from-the-desk-of-petra-hedorfer.html> abgerufen 20.5.2020

<sup>iv</sup> <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

---

<sup>v</sup> [https://www.museen-in-bayern.de/fileadmin/Daten/Ab\\_2018\\_Material\\_Landesstelle/Themen\\_und\\_Projekte/Tourismus/Museen\\_im\\_Tourismusmarketing\\_2019.pdf](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

<sup>vi</sup> <https://www.absatzwirtschaft.de/so-veraendert-corona-die-mediennutzung-172020/> abgerufen 20.5.2020

<sup>vii</sup> [https://www.tn-deutschland.com/wp-content/uploads/2020/05/Reisen-in-Zeiten-von-Corona-BZT\\_13\\_05\\_2020.pdf](https://www.tn-deutschland.com/wp-content/uploads/2020/05/Reisen-in-Zeiten-von-Corona-BZT_13_05_2020.pdf), Seite 4, Frage 4: Welche dieser Aspekte und Aktivitäten sind für Sie persönlich besonders wichtig, wenn Sie nach Aufhebung der Reisebeschränkungen schnellstmöglich wieder Urlaub machen? abgerufen 20.5.2020

<sup>viii</sup> <https://www.rheingold-marktforschung.de/coronavirus-erkenntnisse-berichte-ausblicke/> abgerufen 20.5.2020

<sup>ix</sup> 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](https://tourismus.bayern/wp-content/uploads/2016/03/Dokumentation_Kulturtourismus-neu-denken_2016.pdf) abgerufen 22.5.2020