

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Bayern als Standort für Investoren im Bereich des Fremdenverkehrs

Kateřina Kačurová

Plzeň 2018

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, srpen 2018

.....

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Zdeňku Vávrovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a ochotu při zpracování této bakalářské práce.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
I. Theoretischer Teil	3
1. Allgemeine Informationen über Bayern.....	3
1.1 Geographische Angaben und Natur.....	3
1.2 Wirtschaft	4
1.3 Industrie	5
1.4 Verkehr	6
1.4.1 Straßen- und Schienenverkehr	6
1.4.2 Luft- und Wasserverkehr	7
1.4.3 Verkehrssicherheit.....	7
1.5 Messen.....	8
1.6 Bayern im Vergleich zu anderen Bundesländern	10
1.6.1 Erfolgreichste Bereiche Bayerns.....	10
1.6.2 „Schlechter als alle anderen Bundesländer“	10
1.7 Wirtschaftliche Kooperation zwischen der Tschechischen Republik und dem Freistaat Bayern.....	11
2. Tourismus.....	12
2.1 Tourismus als Begriff	12
2.2 Tourismus als Wirtschaftszweig.....	13
2.3 Freizeitwirtschaft.....	14
2.4 Tourismusintensität in Deutschland	14
2.5 Trends im Tourismus.....	14
2.6 Tourismus und Reiseziele in Bayern	16
2.7 Gebirge	17
2.8 Nationale Naturmonumente.....	19
2.9 Bayerische Wanderwege	19
2.9.1 Meditationswege	20
2.9.2 Der Baierweg	20
2.10 Städte	21
2.11 Traditionen in Bayern.....	27
2.12 Bayerisches Bier und die Spezialitäten	28

2.12.1 Biersorten	28
2.12.2 Der Käse.....	29
2.12.3 Die älteste Bratwurst.....	30
2.13 Feste und Festivals.....	30
II. Praktischer Teil.....	32
3. Einleitung	32
4. Vorstellung der Institutionen.....	33
4.1 Die Deutsche Zentrale für Tourismus	33
4.1.1 Allgemeine Informationen	33
4.1.2 Struktur der Institution	34
4.1.3 Ziele und Tätigkeit der DZT	35
4.1.3.1 Tourismushauptziele.....	35
4.1.3.2 Unternehmenshauptziele.....	35
4.1.4 Andere Aufgaben	35
4.1.5 DZT-Kampagnen	35
4.1.6 Die DZT und Digitalisierung	36
4.1.7 Messeaktivitäten und Workshops	37
4.1.8 Die DZT über Bayern	37
4.1.8.1 Interview mit dem Geschäftsführer Bayern Tourismus Marketing GmbH.....	37
4.1.8.2 Übernachtungszahlen.....	38
4.1.9 Kooperation.....	38
4.1.10 Erfolge.....	39
4.2 Die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer.....	39
4.2.1 Vorstellung der Institution	39
4.2.2 Vertretung	40
4.2.2.1 Messegesellschaften	40
4.2.2.2 Ländervertretungen.....	40
4.2.2.3 Weitere Vertretungen	40
4.2.3 Struktur der Institution	41
4.2.4 Erfolge.....	42
4.3 Reisebüros	42
5. Broschüren aus der DZT, DTIHK und Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag	44
5.1 Übersicht der verfügbaren Broschüren.....	44

5.2 Auswertung der Broschüren	46
5.2.1 Angebot der Broschüren einzelner Institutionen	46
5.2.2 Nutzung der Broschüren für konkrete Gruppen.....	46
6. Die Interviews	48
6.1 Interview mit Herrn Bernard Bauer	48
6.1.1 Transkription des Interviews.....	48
6.1.2 Auswertung des Interviews	51
6.2 Interview mit Herrn Jan Pohaněl	52
6.2.1 Transkription des Interviews.....	52
6.2.2 Auswertung des Interviews	55
6.3 Komparation der Interviews von Herrn Bauer und Herrn Pohaněl	56
6.4 Kommentar zu den Interviews.....	57
Zusammenfassung	58
Resümee	62
Literaturverzeichnis.....	63
Anlagenverzeichnis	70

Einleitung

Das Thema der Bachelorarbeit lautet „Bayern als Standort für Investoren im Bereich des Fremdenverkehrs.“

Die Autorin dieser Bachelorarbeit wählte dieses Thema, weil sie das Bachelorstudium in Fachrichtung Fremdsprachen für Berufspraxis im Doppelfach Englisch-Deutsch an der Westböhmischen Universität in Pilsen studiert, und dieses Thema konzentriert sich hauptsächlich auf den Tourismus, an dem sie das Interesse hat. Die Autorin hat früher die Handelsakademie besucht, wo sie sich mit Grundlagen des Tourismus auch ein Jahr lang vertraut gemacht hat. Ein anderer Grund für die Auswahl des Themas war das persönliche Interesse an Deutschland bzw. an Bayern. Die Autorin lebt in der Nähe von der Grenze zu Bayern und will auch ihre landeskundlichen Kenntnisse über diese Region vertiefen. Die Autorin findet auch wichtig, dass Tschechien und Bayern die Grenznachbarn sind, weil Bayern für die Tschechen ein beliebtes Reise- und Urlaubsziel ist und umgekehrt.

Das erste Ziel der Bachelorarbeit ist es, dass der Leser das Allgemeinwissen über Bayern gewinnt und ebenfalls tiefere Kenntnisse über dieses Land erwirbt. Das zweite Ziel ist es, den bayerischen Tourismus vorzustellen. Das dritte Ziel ist es, die Institutionen vorzustellen, die in den tschechisch-bayerischen Tourismusbeziehungen wichtig sind.

In dem praktischen Teil werden die zwei ausgewählten Institutionen aus dem Bereich des bayerischen Tourismus und Wirtschaft beschrieben und auch zwei Interviews mit den Vertretern (einem tschechischen und einem bayerischen Vertreter) dieser Institutionen geführt und ausgewertet. Der Leser wird dann besser die Situation über die Kooperation zwischen diesen zwei Ländern verstehen.

Das Thema der Bachelorarbeit ist die Erfassung des Tourismus des Freistaates Bayern. In dieser Arbeit werden nicht nur die Tourismusstruktur, sondern auch die Wirtschafts- und Industriestruktur sowie der Verkehr beschrieben. Die Arbeit befasst sich auch mit der Position Bayerns in dem Bundesländervergleich, in dem Bayern fast alle Spitzenplätze belegt.

Diese Bachelorarbeit ist in zwei Teile geteilt. Der erste ist der theoretische Teil und der zweite ist der praktische Teil. Einen wesentlichen Teil der Arbeit bildet der theoretische Teil. Dieser Teil enthält die Beschreibung der einzelnen Begriffe und Themen der Bachelorarbeit. Der praktische Teil enthält die Interviews und die Beschreibung des Besuches der Deutsche Zentrale für Tourismus und der Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer. Zu der Bachelorarbeit gehören auch die Anlagen, die das tschechische Interview mit Herrn Pohaněl und die Photos enthalten.

I. Theoretischer Teil

1. Allgemeine Informationen über Bayern

1.1 Geographische Angaben und Natur

Jedes tschechische Unternehmen, das in Bayern investieren möchte, sollte sich nicht nur einen Marktüberblick, sondern auch einen landeskundlichen Überblick von Bayern verschaffen. Zuerst möchte die Autorin der Bachelorarbeit die geographischen Angaben Bayerns vorstellen.

Der Freistaat Bayern ist mit der Fläche von ca. 70 550 km² das zweitgrößte Bundesland. Die Landeshauptstadt ist München und die Bevölkerung ist ca. 13 Mio. Einwohner (2017). Die größten Städte nach der Einwohnerzahl sind: München mit ca. 1.5 Mio. Einwohnern (2017)¹, Nürnberg mit ca. 530 Tsd. Einwohnern (2017)², Augsburg mit ca. 290 Tsd. Einwohnern (2017)³ und Regensburg mit ca. 160 Tsd. Einwohnern (2017).^{4, 5}

Hintereder charakterisiert die Einwohnerzahl im Jahre 2015 wie folgt: „*Mit 17,6 Millionen Einwohnern ist Nordrhein-Westfalen das bevölkerungsreichste Land, Bayern mit 70.550 Quadratkilometern das von der Fläche her größte.*“⁶

Das größte Gebiet Bayerns nehmen die Bayerischen Alpen ein. Die Bayerischen Alpen sind ca. 260 Kilometer langes und 10 – 30 breites Gebirge. Es besteht aus den Allgäuer Alpen, den Oberbayerischen Alpen und den Berchtesgadener Alpen.⁷

Fazit: Bayern ist das flächenmäßig größte Bundesland der Bundesrepublik Deutschland. Die größten Städte sind München, Nürnberg, Augsburg und Regensburg. Das dominierende Gebirge sind die bayerischen Alpen.

1 *Bevölkerung*. URL: <http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/muenchen-in-zahlen.html> [Stand: 18. April 2018].

2 *Bevölkerungsanstieg und hohe Geburtenzahlen auch in 2017*. URL: https://www.nuernberg.de/presse/mitteilungen/presse_54654.html [Stand: 18. April 2018].

3 *Augsburg in Kürze*. URL: <http://www.augsburg.de/buergerservice-rathaus/rathaus/statistik-stadtforschung/augsburg-in-kuerze/> [Stand: 18. April 2018].

4 *Bevölkerung*. URL: https://www.regensburg.de/fm/121/regensburg_in_zahlen_2017.pdf [Stand: 18. April 2018].

5 Bourmer 2008: 38

6 Hintereder/Schayan 2015: 6

7 Zimdars 2008: 19

1.2 Wirtschaft

Die Autorin möchte in diesem Kapitel die Wirtschaft in Bayern vorstellen. Bayern ist eine wirtschaftlich hochentwickelte Region und die Wirtschaft ist die wichtigste Branche dieses Bundeslandes.

Nach Hintereder zählt die Wirtschaft Bayerns zu den wichtigsten deutschen Wirtschaftsstandorten: *„Die wichtigsten Wirtschaftszentren in Deutschland sind die großen Metropolregionen wie das Ruhrgebiet, die Großräume München und Stuttgart (High tech, Automobilbau), Rhein-Neckar (Chemie, IT), Frankfurt am Main (Finanzen), Nürnberg (Industrie, Dienstleistungen), Köln und Hamburg (Hafen, Flugzeugbau, Medien).“*⁸

Bayern und Baden-Württemberg sind die Bundesländer mit dem stärksten Wirtschaftswachstum. Zur Steigerung des Bruttoinlandsprodukts tragen vor allem der Dienstleistungssektor, die Verarbeitungsindustrie und der Außenhandel bei. Das Bruttoinlandsprodukt betrug im Jahr 2015 ca. 548 Milliarden Euro, d.h. bezogen auf die Einwohnerzahl betrug das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf im Jahr 2015 42.950 Euro. Der Anteil Bayerns an der deutschen Wirtschaftsleistung machte im Jahr 2015 18 Prozent.⁹

Nach Bayern kommen alljährlich viele Touristen. Zu attraktiven Zielen gehören nicht nur das Münchner Oktoberfest, sondern auch viele historische Städte, Sehenswürdigkeiten und Museen. Internationale Unternehmen, Händler und Wissenschaftler besuchen in Bayern Kongresse und Messen. Am bekanntesten ist die Automobilindustrie mit Automarken wie BMW, MAN oder Audi sowie Rüstungsindustrie und Medien. Zu wichtigsten Sendern gehören ProSieben, Vodafone Kabel Deutschland und Sat.1, von den Verlagen nennen wir Hubert Burda Media. In letzten Jahren entwickelt sich rasch der IT-Sektor mit Unternehmen wie Microsoft, Nokia Networks, Infineon oder Siemens. Wirtschaftlich bedeutende Städte sind u. a. München mit Unternehmen wie Linde AG, das sich mit der Gasproduktion beschäftigt, der Handels- und Dienstleistungskonzern BayWa AG oder der Maschinen- und Fahrzeugkonzern MAN SE; weiter Augsburg mit der Gesellschaft KUKA, die sich mit der

8 Hintereder/Schayan 2015: 66

9 *Bayern*. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bayern&oldid=174527827>[Stand: 19. März 2018].

Herstellung von Industrierobotern und Produktionsautomatisierung beschäftigt, oder das Bayerische Chemiedreieck zwischen Chiemsee, Inn und Salzach.¹⁰

Einen wichtigen Standort in Nordbayern bildet die Metropolregion Nürnberg–Fürth–Erlangen mit Firmen wie Adidas, Siemens, Schaeffler-Gruppe, Ergo Direkt, Solar Millennium usw. Der Raum zwischen Aschaffenburg und Würzburg/Schweinfurt ist bekannt für seine niedrige Arbeitslosigkeit von durchschnittlich unter sechs Prozent und eine prosperierende Wirtschaft.¹¹ Auch Regensburg nimmt an Wirtschaftskraft zu und hier haben ihren Sitz die Firmen wie BMW, Continental Automotive, Siemens, Maschinenfabrik Reinhausen, Infineon usw.¹²

Fazit: Dies zeugt davon, dass man Bayern für den Wirtschaftsmotor der Bundesrepublik Deutschland halten kann. Es ist auch ein wichtiger Standort für die Zusammenarbeit mit tschechischen oder anderen ausländischen Investoren.

1.3 Industrie

Im nächsten Kapitel möchte die Autorin die Industrie in Bayern vorstellen. Industrie ist ein wichtiger Faktor, dank dem wir die wirtschaftliche Situation eines Staates beurteilen können.

Die Industrie ist eine wichtige Säule der bayerischen Wirtschaft. Der Anteil an der Bruttowertschöpfung trägt das verarbeitende Gewerbe mit 27,4% (2016), Finanzierung, Vermietung und Unternehmensdienstleistungen mit 25,9 % (2016) und Handel, Verkehr, Gastgewerbe und IT mit 20,1 % (2016).¹³

Die industrielle Wertschöpfung ist ungefähr 3,5% höher als der Deutschlandwert.¹⁴

10 *Bayern*. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bayern&oldid=174527827>[Stand: 19. März 2018].

11 *Industriebericht Bayern 2016*. URL: https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2016/20160808Industriebericht_Bayern__2016.pdf [Stand: 19. März 2018].

12 *Industriebericht Bayern 2016*. URL: https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2016/2016-08-08Industriebericht_Bayern__2016.pdf [Stand: 19. März 2018].

13 *Industriebericht Bayern 2016*. URL: https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2016/2016-08-08Industriebericht_Bayern__2016.pdf [Stand: 19. März 2018].

14 *Industrie*. URL: <http://standortportal.bayern.de/standortinfos/standortberatung/branchen/industrie.jsp>. [Stand: 19. März 2018].

Die wichtigsten Branchen der bayerischen Industrie sind Automobilindustrie, Elektroindustrie, Maschinenbau, Chemie- und Nahrungsmittelindustrie und Nahrungsmittel- und Futterindustrie.¹⁵

Die Zahl der industriellen Beschäftigten insgesamt in Bayern im Jahr 2015 betrug ca. 5,2 Mio. und die Zahl der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe ca. 1,7 Mio.¹⁶

Bayern kann auch in Zukunft ein leitender Industriestandort bleiben, wenn es gelingt, die Wertschöpfungsketten (die Wertschöpfungskette ist ein Managementkonzept, dessen Primäraktivitäten sind: interne und externe Logistik, Produktion, Marketing & Verkauf und Service)¹⁷ durch eine gute Vermengung von Hightech-Industrie und klassischer Industrie zu sichern. Das Beispiel für diese Möglichkeit kann z. B. die Elektromobilherstellung bei BMW sein.¹⁸

1.4 Verkehr

In diesem Unterkapitel beschäftigt sich die Autorin mit dem Verkehr in Bayern. Bayern hat eine moderne und sichere Verkehrsinfrastruktur. Die Autorin konzentriert sich konkret auf den Straßen- und Schienenverkehr, Luft- und Wasserverkehr und die Verkehrssicherheit.

1.4.1 Straßen- und Schienenverkehr

Nach der obersten Baubehörde in Bayern gibt es etwa 2.500 Kilometer von Bundesautobahnen, 13.600 Kilometer von Staatsstraßen, 6.300 Kilometer von Bundesstraßen und ca. 3.100 Kilometer von Kreisstraßen mit ungefähr 14.000 Brücken, 6.500 Kilometer von Radwegen und 60 Tunneln.¹⁹

Hierzu kommt das Schienennetz in einer Länge von ca. 6.000 Kilometern und mit mehr als 1.000 Bahnhöfen. Es ist das dichteste Eisenbahnverkehrsnetz in der Bundesrepublik. Das

15 *Industrie.* URL: <http://standortportal.bayern.de/standortinfos/standortberatung/branchen/industrie.jsp>. [Stand: 19. März 2018].

16 *Industrie.* URL: <http://standortportal.bayern.de/standortinfos/standortberatung/branchen/industrie.jsp>. [Stand: 19. März 2018].

17 *Definition: Wertschöpfungskette.* URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wertschoepfungskette-50465> [Stand 19. März 2018].

18 *Industrie.* URL: <http://standortportal.bayern.de/standortinfos/standortberatung/branchen/industrie.jsp> [Stand: 19. März 2018].

19 *Verkehr und Mobilität.* URL: <http://www.innenministerium.bayern.de/vum/index.php> [Stand: 11. April 2018].

Schiennetz wird noch weiter modernisiert.²⁰ Als Beispiel nennt die Autorin den Ausbau von Hochgeschwindigkeitsstrecken – die Schnellfahrstrecke Nürnberg-Ingolstadt-München mit der Länge von 170 Kilometern, die 2016 fertig gestellt wurde.²¹

1.4.2 Luft- und Wasserverkehr

Die wichtigsten bayerischen Flughäfen sind in München, Nürnberg und seit 2008 auch in Memmingen. 2017 war die Zahl der Fluggäste ca. 50. Mio. und die Zahl der Auslandsflüge ca. 39. Mio.²²

In Bayern gibt es viele Häfen wie z. B. in Regensburg, Schweinfurt, Passau, Straubing oder Würzburg. Die bekannteste Bundeswasserstraße ist der Main-Donau-Kanal mit 171 Kilometern. Die Länge der Wasserstraßen ist ca. 7.700 Kilometer (2016).²³

1.4.3 Verkehrssicherheit

Je mehr Fußgänger und Radfahrer es auf den bayerischen Straßen gibt, desto größere Bedeutung hat die Verkehrssicherheitsarbeit. Dies ist die Hauptpriorität für bayerische Polizei, Straßenbau- und Straßenverkehrsbehörden. Deshalb plant Bayern bis 2020 insgesamt 440 Mio. Euro in das Verkehrssicherheitsprogramm zu investieren.²⁴

Fazit: Bayern hat verkehrsmäßig sehr günstige Verkehrsverbindungen und dichtes Verkehrsnetz. Insbesondere Schienen-, Straßen- und Flugverkehr sind im europäischen Vergleich auf einem sehr guten Niveau.

20 *Verkehr und Mobilität*. URL: <http://www.innenministerium.bayern.de/vum/index.php> [Stand: 11. April 2018].

21 *Der Streckenabschnitt VDE 8.1. Ausbaustrecke Nürnberg-Ebensfeld*. URL: http://www.vde8.de/Der-Streckenabschnitt-VDE-8-1-Ausbaustrecke-Nuernberg---Ebensfeld-----_site.site..ls_dir._siteid.1_function.set__lang_lang.de_likecms.html [Stand: 11. April 2018].

22 *Luft- und Schienenverkehr, Binnenschifffahrt*. URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/verkehr_luft_schiene_schiff/00099.php [Stand: 11. April 2018].

23 *Häfen in Bayern*. URL: <https://www.stmi.bayern.de/vum/wasser/haefenundgueter/index.php> [Stand: 11. April 2018].

24 *Verkehr und Mobilität*. URL: <http://www.innenministerium.bayern.de/vum/index.php> [Stand: 11. April 2018].

1.5 Messen

In diesem Unterkapitel möchte die Autorin mittels der Tabelle die Messen in Bayern vorstellen. Sie wählte die drei bayerischen Messestädte Augsburg, München und Nürnberg aus und neun Messen von diesen Städten sind weiter beschrieben. In der Tabelle sind die Monate des Messetermins angeführt, weil die Messen unterschiedliche Turnusse haben.

Tabelle 1. – Messen in Bayern (In Anlehnung an ^{25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33})

Diese Tabelle stellt die Liste der bekanntesten Messen in Bayern dar.

Name	Standort	Thema	üblicher Monat der Messen	Zahlen		Turnus
				Aussteller	Besucher	
AMERICANA	Augsburg	Freizeit- und Westernreiter	September	360 (2015)	52.400 (2015)	alle 2 Jahre
GrindTec	Augsburg	Schleiftechnik	März	577 (2016)	17.950 (2016)	alle 2 Jahre

25 *Drinktec 2021 – Weltmesse für Getränke- und Liquid Food Technologie.* URL: <https://www.messen.de/de/10676/muenchen/drinktec/info> [Stand: 20. April 2018].

26 *Americana 2019 – Messe für Freizeit- und Westernreiter.* URL: <https://www.messen.de/de/9623/augsburg/americana/info> [Stand: 28. April 2018].

27 *Grindtec 2020 – Internationale Fachmesse für Schleiftechnik..* URL: <https://www.messen.de/de/9625/augsburg/grindtec/info> [Stand: 28. April 2018].

28 *Interlift 2019 – Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör.* URL: <https://www.messen.de/de/9627/augsburg/interlift/info> [Stand: 28. April 2018].

29 *Internationale Handwerksmesse 2019 – Die Leitmesse für Handwerk und Mittelstand..* URL: <https://www.messen.de/de/8457/muenchen/internationale-handwerksmesse/info> [Stand: 28. April 2018].

30 *Expo Real 2018 – Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen.* URL: <https://www.messen.de/de/8441/muenchen/expo-real/info> [Stand: 28. April 2018].

31 *Opti 2019 – Internationale Messe für Optik und Design.* URL: <https://www.messen.de/de/14081/muenchen/opti/info> [Stand: 28. April 2018].

32 *Interzoo 2018 – Internationale Fachmesse für den Heimtier-Bedarf.* URL: <https://www.messen.de/de/8571/nuernberg/interzoo/info> [Stand: 28. April 2018].

33 *Euroguss 2020 – Internationale Fachmesse für Druckguss: Technik, Prozesse, Produkte.* URL: <https://www.messen.de/de/8556/nuernberg/euroguss/info> [Stand: 28. April 2018].

Interlift	Augsburg	Aufzüge, Komponente, Zubehör	Oktober	512 (2013)	18.919 (2013)	alle 2 Jahre
Drinktec	München	Getränke- und Liquid Food Technologie	September	1.445 (2013)	67.000 (2013)	alle 4 Jahre
Internationale Handwerksmesse	München	Handwerk, Mittelstand	März	1.000 (2016)	130.000 (2016)	Jährlich
EXPO REAL	München	Immobilien, Investitionen	Oktober	2.003 (2017)	41.775 (2017)	Jährlich
Opti	München	Optik und Design	Januar	668 (2018)	28.430 (2018)	Jährlich
Interzoo	Nürnberg	Heimtier-Bedarf	Mai	1.818 (2016)	39.075 (2016)	alle 2 Jahre
EUROGUSS	Nürnberg	Druckgießtechnik	Januar	641 (2018)	15.000 (2018)	alle 2 Jahre

In Bezug auf den Tourismus ist sicher die Messe Americana für die Touristen die interessanteste Wahl. Diese Messe ist ideal für die Westernliebhaber. Im Angebot gibt es die Western-Outfits, Schmuck, Reitausstattung, Pferdepflege und Futter usw. Americana bietet nicht nur das Shopping, sondern auch die Disziplinen des Westernreitports – die

Westernturniere NRHA Reining World Cup oder NRCHA Cow Horse World Cup und sogar die Top Stars aus den USA sind hier tätig.³⁴

Fazit: In Bayern gibt es viele Messen. Für die Touristen könnte die Messe Americana interessant sein. Dagegen die meistbesuchte Messe ist die Internationale Handwerksmesse in München. In Bayern finden alljährlich die Messen statt, sodass die Investoren und Touristen aus einem breiten Angebot auswählen können.

1.6 Bayern im Vergleich zu anderen Bundesländern

1.6.1 Erfolgreichste Bereiche Bayerns

In diesem Unterkapitel möchte die Autorin die Leser mit Angaben aus dem Buch „Total alles über Bayern“ (siehe Martin Wittmann) bekannt machen. Diese Angaben zeigen, in welchen Bereichen Bayern andere Bundesländer übertrifft.

Tabelle 2. – „Besser als alle anderen Bundesländer“ (In Anlehnung an³⁵)

Diese Tabelle zeigt die Bereiche, wo Bayern die besten Ergebnisse von allen Bundesländern aufweist.

Bereich	Zahl
Höchstes verfügbares Nettoeinkommen	1.361 € pro Bayer (Bundesdurchschnitt 1.345 €) (2014)
Niedrigste Arbeitslosenquote	3,5% (Bundesdurchschnitt 6,5%) (2014)

Bayern hat auch die beste Förderung der beruflichen Bildung.³⁶

1.6.2 „Schlechter als alle anderen Bundesländer“

In diesem Unterkapitel möchte die Autorin zeigen, dass Bayern nicht in allen Kategorien eine Topposition belegt.

³⁴ Americana 2019 – Messe für Freizeit- und Westernreiter. URL: <https://www.messen.de/de/9623/augsburg/americana/info> [Stand: 25. Juni 2018].

³⁵ Wittmann 2014: 32

³⁶ Wittmann 2014: 32

Es gibt die Bereiche, wo Bayern sehr schlecht abgeschnitten hat, z. B. die höchste Sitzenbleiber-Quote bei Schülern, die höchste Selbstmordrate oder die Landeshauptstadt München mit höchstem Kaufpreis für Eigentumswohnungen, konkret 4.155 € / m² (2013).³⁷

Fazit: Obwohl Bayern auch einige schlechte Zahlen hat, können wir sagen, dass die positiven Aspekte überwiegen. Aus diesem Grund wertet die Autorin Bayern in diesem Bundesländervergleich eher positiv aus.

1.7 Wirtschaftliche Kooperation zwischen der Tschechischen Republik und dem Freistaat Bayern

Bayern und Tschechien sind seit vielen Jahren gute Geschäftspartner. Und diese Kooperation wird ständig verbessert und vertieft. Deshalb will die Autorin diese erfolgreiche Kooperation beschreiben und die wichtigste Organisation (die DTIHK) nennen.

Die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer (weiter nur DTIHK) hat rund 680 Mitglieder und feiert schon 25 Jahre der deutsch-tschechischen erfolgreichen Zusammenarbeit.³⁸

Die DTIHK vertritt in Tschechien und in der BRD manche Organisationen wie Spielwarenmesse Nürnberg, Germany Trade and Invest oder Delegation der Bayerischen Wirtschaft in der Tschechischen Republik. Weitere Kooperationserfolge sind die Vertretung der Deutschen Zentrale für Tourismus (2008) und der Abschluss der Kooperationsabsprache mit Bayern Handwerk International (BHI) (2010).³⁹

2011 kam es zur Eröffnung des Regionalbüros in Ostrava und zum Eröffnung des Regionalbüros in Pilsen nach der Absprache mit der IHK Regensburg.⁴⁰

37 Wittmann 2014: 33

38 Plus 2018: 62

39 Plus 2018: 57

40 Plus 2018: 57

2. Tourismus

Nach Ilse Aigner, der Wirtschaftsministerin Bayerns erlebt die bayerische Tourismusbranche Aufschwung (2018): *„Der Tourismus hat sich wieder mal zum sechsten mal in Folge hervorragend entwickelt, sowohl was die Übernachtungen als auch was die Ankünfte betrifft. Wir sind hochattraktiv und das zeigt die Leistungsfähigkeit der Branche. Es haben alle Regionen zugelegt und ganz besonders zugelegt haben Niederbayern und Oberpfalz. Das zeigt, dass sich Investitionen in den Tourismus wirklich lohnen.“*⁴¹

2.1 Tourismus als Begriff

Wenn man sich mit dem Tourismus beschäftigen möchte, sollte man zunächst diesen Begriff definieren.

Laut Blažević versteht man unter Tourismus *„Reisen zu Erholungs- und Vergnügungszwecken.“*⁴²

Der Tourismus war etwa im 18. Jahrhundert zuerst nur ein Privilegium des Adels. 1841 erfolgten die ersten veranstalteten Reisen für Touristengruppen. Diese Reiseform erfand Thomas Cook. Ende des 19. Jahrhunderts entstand die Möglichkeit für die Mittelschicht dank den niedrigen Kosten zu reisen. Seit Ende des Zweiten Weltkrieges begann der Tourismus eine wichtige wirtschaftliche und gesellschaftliche Erscheinung zu sein.⁴³

Die Reisebranche umfasst zehn Prozent (2012) des BIPs weltweit. Die WTO (World Tourism Organisation) fand auch eine steigende Tendenz der Arbeitsplätze in diesem Sektor – bis Ende 2015 waren es 350 Millionen, was bedeuten kann, dass auch bis Ende 2018 neue Arbeitsplätze entstehen werden.⁴⁴

Die WTO (häufig wird auch UNWTO verwendet, damit man die Abkürzung von der Welthandelsorganisation WTO unterscheidet) begann ihre Arbeit im Jahre 1975 und hat ihren Sitz in Madrid. Zu den Mitgliedern dieser Organisation gehören 158 Länder (2018) und über 500 internationale Organisationen des Tourismusbereichs (2018). Zu ihren Aufgaben gehören u.a. die Beseitigung der Hindernisse im Tourismus, d.h. die visafreien Reisemöglichkeiten,

41 *Bilanz des Tourismusverbandes Bayern*. URL: <https://www.br.de/nachrichten/bilanz-des-tourismusverbandes-bayern-100.html> [Stand: 20. Juni 2018].

42 Blažević 2012: 11

43 Blažević 2012: 11

44 Blažević 2012: 11

die Wahrnehmung und Verteidigung der Menschenrechte, die Reisesicherheit und die Förderung des Tourismus in Entwicklungsländern.⁴⁵

2.2 Tourismus als Wirtschaftszweig

Die Entwicklung des Tourismus begann mit dem wirtschaftlichen Aufstieg während des Zweiten Weltkrieges. Die Ursachen dafür waren unterschiedlich:⁴⁶

Die wirtschaftliche Entwicklung führte zu einer Steigerung der Warenproduktion und auch der Gehälter der Bevölkerung. Die Tages-, Wochen- und Lebensarbeitszeit verkürzte sich im letzten Jahrhundert gründlich; ganz konkret verkürzte sich die Arbeitszeit von 60 Stunden auf 40 Stunden pro Woche. Die Jahresurlaubszeit erhöhte sich in Deutschland von zwei Wochen auf sechs.⁴⁷ Bei dem Zuwachs des Menschengehaltes stieg der Urlaub bei der Bevölkerung an Bedeutung. Die steigende Zahl von Pkws, Ausbau von Straßen und Schienen und die Entwicklung von Flugtransport trugen zu der Entwicklung der Mobilität bei. Zu der Erweiterung des Tourismus hat auch die Entwicklung von Straßen und Technik beigetragen. Besonders wichtig war das Fernsehen, das zu der Motivation und zu Wahlmöglichkeiten für Reisen einen positiven Beitrag geleistet hat. Die Urbanisierung und das Bevölkerungswachstum lösten bei Menschen die Sehnsucht nach Entspannen, Natur und Landschaft aus.⁴⁸

Damit die Urlaubsorte möglichst viele Touristen gewinnen, ist es wichtig die Infrastruktur zu bilden. Die Urlaubsgebiete müssen über ein gut ausgebautes Verkehrsnetz verfügen. Der Tourismus ist auch z. B. für die Entwicklungsländer die einzige Möglichkeit, am Wirtschaftsleben teilzunehmen. Der Tourismus ist hier die Quelle der Arbeitsplätze und steigert die Gehälter der heimischen Bevölkerung.⁴⁹

Der Tourismus bringt aber auch die Nachteile: Die Landschaften werden in Urlaubsgebiete umgestaltet, die Strände und Inseln werden mit Ferienhäusern zugebaut, die Wälder werden

45 UNWTO. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/fischer-weltalmanach/244102/unwto> [Stand: 6. Juli 2018].

46 Höppnerová 2010: 112

47 Mingels 2017: 20

48 Höppnerová 2010: 112

49 Höppnerová 2010: 112

wegen der Abfahrtsstrecken abgeholt. Aber nicht nur die Natur, sondern auch die heimische Bevölkerung kann unter Stress, Lärm und Hektik leiden.⁵⁰

2.3 Freizeitwirtschaft

Man könnte vermuten, dass Automobil- oder Maschinenbau die Träger der Zukunftswirtschaft sein könnten. Heutzutage ist es aber nicht so – die Freizeitwirtschaft mit Branchen wie Tourismus, Kultur, Medien, Sport oder Gesundheit sind die Beispiele der Zukunftsmärkte, deren jährlich steigende Raten auch dem starken Wettbewerb trotzen. Der Grund dafür ist die große Nachfrage nach Erlebnissen, Aktivitäten und Geselligkeit. Immer mehr Deutsche arbeiten im Sektor der Freizeitwirtschaft. Wenn man in diesem Sektor arbeiten will, braucht man aber eine vielseitige, praxisnahe Ausbildung. Es gibt viele Qualifikationen für den Bereich Tourismus, Kultur, Gesundheit oder Sport.⁵¹

Zu den Tourismusqualifikationen gehören z. B. Tourismusmanager, Tourismuskaufmann/-frau, Eventmanager, Projektmanager, Betriebsgastronomie, Hotelmanager, Gastgeber usw.⁵²

2.4 Tourismusintensität in Deutschland

Das Statistische Bundesamt verzeichnete in dieser Kategorie eine positive Entwicklung. Die Zahl der Übernachtungen ist seit 1992 (3 660) um 50% gewachsen, 2015 war die Zahl ca. 5 370. Positiv ist auch die Tatsache, dass es kein einziges Bundesland gibt, in dem die Zahl der Übernachtungen sinkend wäre. Der Deutsche Tourismusverband meldete auch, dass 2016 einen neuen Rekord brachte. Die einheimischen Touristen trugen zu diesem Plus bei – sie hatten Angst vor dem Terrorismus, deshalb unternahmen sie weniger Flüge in die Türkei, nach Ägypten oder Tunesien.⁵³

2.5 Trends im Tourismus

Heutzutage kommen die Reisebüros immer wieder mit neuen Ideen. Interessenten können zwischen Vielzahl von Reiseangeboten auswählen.

50 Höppnerová 2010: 112

51 Höppnerová 2010: 123-124

52 *Tourismus*. URL: <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/suchergebnisse&such=tourismus> [Stand: 29. Juni 2018].

53 Mingels 2017: 70

China ist das beliebteste asiatische Reiseziel. Der Grund dafür ist die Mischung aus alter Kultur, freundlichen Menschen und wunderschöner Natur. Dazu noch die weltbekannten Sehenswürdigkeiten wie die Große Mauer, die Terrakotta-Armee in Xi'an oder der Kaiserpalast in Peking.⁵⁴

Einer großen Beliebtheit erfreut sich der sog. Städtetourismus. Dabei will man das Leben und die Sehenswürdigkeiten der Städte erleben. Der Städtetourismus wird alljährlich durch die Verleihung des Titels „Europäische Kulturhauptstadt“ unterstützt. In den letzten Jahren gewannen diese Städte den Titel: 2015 – Mons (Belgien) und Pilsen (Tschechien); 2016 – Breslau (Polen) und San Sebastián (Spanien); 2017 – Aarhus (Dänemark) und Paphos (Zypern); 2018 – Leeuwarden (Niederlande) und Valletta (Malta). Auch Wellness wird immer beliebter und zwar durch die steigende Zahl der reiselustigen Senioren. Wellness bietet verschiedene Gesundheitsprogramme, die Spaß machen, z. B. gesunde Menüs, Schönheitspflege oder Bewegungstraining.⁵⁵

Ein steigendes Interesse besteht auch bei Kreuzfahrten. Man kann sich auf einem komfortablen und luxuriösen Kreuzschiff erholen und die offene See genießen. Für die Europäer bleibt immer der Wunsch nach Sonne, Sand und Meer das Wichtigste.⁵⁶

Ein weiterer Trend ist der Agrartourismus bzw. Landtourismus. Da bevorzugen die Urlauber ländliche Gebiete, wo sie den Kontakt zu Tieren haben. Besonders bei Kindern sind Aktivitäten wie Reiten oder Zuschauen bei traditionellen landwirtschaftlichen Tätigkeiten wie bei Melken der Kühe beliebt. Davon kann auch Bayern profitieren, da es von der Agrarwirtschaft mit Bauernbetrieben geprägt ist. In der bayerischen Landschaft findet man oft die Ställe. Bei vielen gibt es auch den Vorteil, dass sie die Ortsbilder nicht stören. Sie stehen am Hang und in der Landschaft sind sie kaum sichtbar.⁵⁷

Die Bayern reisten 2014 mit dem Flugzeug am meisten nach Spanien (15%), innerhalb von Deutschland (13%), in die Türkei (11%), in die USA und nach Italien (6%) sowie nach Großbritannien und Griechenland (5%). Mit dem Auto war es meistens nach Österreich. 2013

54 Höppnerová 2010: 107

55 Höppnerová 2010: 107-108

56 Höppnerová 2010: 108

57 Köpf 2018: 71

registrierten die Österreicher 11 Millionen Gäste aus Bayern. Aber auch Kroatien ist für die Bayern ein beliebtes Urlaubsziel. Die Bayern bilden 40% (2014) der Kroatienurlauber.⁵⁸

2.6 Tourismus und Reiseziele in Bayern

In diesem Kapitel möchte die Autorin den bayerischen Tourismus vorstellen. Bayern ist für viele Ausländer eine Lieblingsdestination. Man kann die Naturschönheiten, altertümliche Schlösser und Burgen bewundern oder einen Fest- und Messebesuch machen.

Nach Bayern kommen jährlich über 30 Mio. Besucher. Die Gästeankünfte weisen eine steigende Tendenz auf (2017 registrierte man schon 37,3 Mio. Gästeankünfte, darunter 9,4 Mio. aus dem Ausland).⁵⁹ Etwa drei Viertel davon sind die Inländer (Deutsche) und etwa ein Viertel Ausländer. Die meisten ausländischen Touristen kommen aus Österreich, aus den Niederlanden und aus Italien.⁶⁰ Die tschechischen Touristen nehmen Platz neun ein, was nach der Meinung der Autorin ein Potenzial für eine Verbesserung bietet.⁶¹

Die beliebtesten Sehenswürdigkeiten im letzten Jahrzehnt waren: Schloss Neuschwanstein (rund 1,4 Mio. Besucher pro Jahr), Schlossanlage Nymphenburg (rund 500 Tsd. Besucher pro Jahr), Schloss Linderhof (rund 430 Tsd. Besucher pro Jahr), Schloss Herrenchiemsee (rund 410 Tsd. Besucher pro Jahr) und die Residenz Würzburg (fast 340 Tsd. Besucher pro Jahr).⁶²

Der Anteil der Touristen nach Regierungsbezirk im Jahr 2018 (Stand: Februar) war der höchste in Oberbayern – ca. 2.7 Mio. weiter in Schwaben – ca. 1.2 Mio., Niederbayern – ca. 840 Tsd., Mittelfranken – ca. 530 Tsd., Unterfranken – ca. 415 Tsd., Oberpfalz – ca. 340 Tsd. und Oberfranken – ca. 290 Tsd.⁶³

58 *So reisen wir Bayern.* URL: <https://www.merkur.de/reise/sind-unsere-beliebtesten-urlaubsziele-zr-2753529.html> [Stand: 26. Juni 2018].

59 *Tourismus in Bayern.* URL: <https://www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/> [Stand: 8. April 2018].

60 *Tourismus in Bayern.* URL: <https://www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/> [Stand: 8. April 2018].

61 Wittmann 2014: 80

62 Wittmann 2014: 81

63 *Monatserhebung im Tourismus.* URL: <https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online?operation=previous&levelindex=2&levelid=1523221415673&step=2> [Stand: 8. April 2018].

2.7 Gebirge

Bayerische Alpen

Die Bayerischen Alpen haben eine wunderschöne Natur, die es sich lohnt zu besuchen.

Zu den geschützten Pflanzenarten gehören v.a. Alpenrosen, Alpenveilchen, Enziane, Primeln, Trollblumen, Alpenmohne usw. In den Schneestufen gibt es Moosen, Algen, Flechten und das seltene Edelweiß. ⁶⁴

Aus der Tierwelt findet man hier Murmeltiere, schwarze Alpendohlen, Steinböcke und selten auch Schneehasen, Schnee-, Birk- und Auerhühner sowie schwarze Alpensalamander. ⁶⁵

Zu den Naturschutzgebieten gehören der Naturpark Berchtesgaden, die Allgäuer Hochalpen und das Ammergebirge, alle machen etwa 950 km². Im Berchtesgadener Land gibt es den Deutschlands höchsten Wasserfall – den *Röthbachfall*. Man kann hier auch die Bootsfahrt über den Königssee machen. ⁶⁶ In dem oberbayerischen Alpenvorland kann man das sog. „Fünf-Seen-Land“ finden. Es geht um das Gebiet, wo sich die Seen wie Starnbergersee, Ammersee, Wörthsee, Pilsensee und Weißlingersee befinden. Im Gebiet des Starnberger Sees gibt es die Roseninsel, die für ihre romantische Atmosphäre bekannt ist – hier werden viele Trauungen geschlossen. Auch die Grundstückpreise am Starnbergersee sind sehr hoch – die meisten Millionäre aus Deutschland leben gerade in diesem Gebiet. ⁶⁷ Unter dem Schutz stehen auch die Moore – das Murnauer Moos (23 km²), die Kendlmühlfilzen (7 km²), die Osterseen und die Eggstätt-Hemhofer Seenplatte. Die große Rarität ist auch der Eibenwald mit 800-jährigen Bäumen. ⁶⁸

Die bayerischen Alpen sind auch ein wichtiger Luftkurort. Die heilklimatischen Kurorte findet man z. B. in Bad Tölz, Berchtesgaden, Bad Heilbrunn, Oberstdorf oder Fischen. ⁶⁹

64 Zimdars/Abend 2008: 21

65 Zimdars/Abend 2008: 22

66 *Apotheken Umschau* 2018: 88

67 Grasberger et al. 2010: 54

68 Zimdars/Abend 2008: 24

69 Zimdars/Abend 2008: 27

Die Luftkurorte dienen zur Erholung und Gesundheitsverbesserung. Die wichtigste Rolle spielen die Luft und das Klima. Der Tourismus ist für die Luftkurortgemeinden eine große Einkommensquelle – die Gemeinden dürfen die sog. Kurtaxe einziehen und dann weiter investieren.⁷⁰

Die touristische Beliebtheit der bayerischen Alpen hat aber auch ihre Schattenseiten. Die Folgen sind z. B. massiver Autoverkehr, uniforme Häuser im alpenländischen Jodelstil oder die Super- und Baumärkte auf jedem Schritt.⁷¹ Deswegen wird in den Alpen u.a. der sanfte und nachhaltige Tourismus gefördert, damit man die Wirtschaft und Umwelt in Einklang bringt.⁷²

Bayerischer Wald

Es ist ein großes Waldgebirge im Osten Bayerns. Sehr interessant für die Ausländer können die Städte sein, die sich im Bayerischen Wald befinden wie Cham, Furth im Wald, Zwiesel oder Bad Kötzing.⁷³

In Cham können die Touristen z. B. die Klosterkirche Chammünster aus dem 13. Jahrhundert besuchen. Weitere beachtenswerte Orte der Stadt sind das Rathaus und die Pfarrkirche St. Jakob. In Loifling befindet sich ein Freizeitpark, der Churpfalz-Park.⁷⁴

Furth im Wald ist interessant für seine schöne barocke Kirche und für den neugotischen Stadtturm. Im Sommer findet hier das Schauspiel *Further Drachenstich* statt, bei dem Ritter gegen Drachen kämpfen.⁷⁵

Der Drachenstich in Furth im Wald ist ein Volksschauspiel mit einer 500-jährigen Tradition. In diesem Spiel geht es um den Kampf des Ritters gegen einen Drachen. Die Figur des Ritters wird jedes Jahr neu besetzt. Dieses Spiel stellt eine Parabel auf den Kampf des Guten und

70 Kurort. *Definition, Merkmale und Arten von Kurorten*. URL: <https://www.urlaubsguru.de/lexikon/kurort/> [Stand: 26. Juni 2018].

71 Zimdars/Abend 2008: 26

72 Gespräch mit dem Leiter der Bachelorarbeit am 29. 6. 2018

73 Bourmer 2008: 227

74 Bourmer 2008: 227

75 Bourmer 2008: 227

Bösen dar. Für Besucher von Furth im Wald ist es das meisterwartete Ereignis des Jahres. 2018 ist der Drachenstich in die Liste des Immateriellen Kulturerbes aufgenommen worden.⁷⁶

Ein interessanter Standort ist auch die Stadt Bad Kötzing. Hier gibt es die historische Altstadt und den Kurpark. *Pfingstritt zu Bad Kötzing* ist ein Ritterumzug, der alljährlich am Pfingstmontag stattfindet.⁷⁷

Zwiesel ist bekannt für seine Glashütte - im Stadtzentrum befindet sich das *Glasmuseum Theresienthal*. Beachtenswert sind auch das Spielzeugmuseum, das Bauernhausmuseum, die neugotische Backsteinkirche St. Nikolaus und das Haus zur Wildnis.⁷⁸

In den Glashütten von Zwiesel, Frauenau, Riedlhütte und Spiegel stellt man wertvolle Becher und Trinkgläser heraus. Der Bayerische Wald ist das Gebiet, wo man den Goldrubin und moderne gläserne Objektkunst finden kann.⁷⁹

2.8 Nationale Naturmonumente

Zu diesem Thema erschienen in der Presse mehrere Artikel. Genannt sei die Definition aus der Süddeutschen Zeitung: „*Nationale Naturmonumente sind verbindlich festgesetzte Gebiete, die aus naturgeschichtlicher oder landeskundlicher Sicht und wegen ihrer Eigenart oder Schönheit von besonderer Bedeutung sind.*“⁸⁰

Die Weltenburger Enge

Die Weltenburger Enge im Landkreis Kelheim wurde 2018 zum ersten Nationalen Naturmonument in Bayern erklärt.⁸¹

2.9 Bayerische Wanderwege

In diesem Unterkapitel schenkt die Autorin den Wanderwegen ihre Aufmerksamkeit. Für die Touristen, die gern die Spaziergänge im Freien machen, werden sicher folgende Wanderwege

76 DMZ 2018: 11

77 Bourmer 2008: 227

78 Bourmer 2008: 229

79 *Eine faszinierende Reise durch Ostbayern und Böhmen* 1996: ohne Seitennummer

80 SZ 2018: R15 („R“ im Sinne „regionaler Teil“)

81 SZ 2018: R15 („R“ im Sinne „regionaler Teil“)

verlockende Tipps sein. In den nächsten Unterkapiteln werden dem Leser die Meditationswege und drei Beispiele der Wanderstrecken auf dem Baierweg näher gebracht.

2.9.1 Meditationswege

Wie im Kapitel 2.9 erwähnt wurde, beschäftigt sich dieses Unterkapitel mit den Meditationswegen in Bayern.

Im Süden Bayerns gibt es einen Meditationsweg. Dieser Weg ist ideal zum Entspannen und Ausruhen. Dieser Weg beginnt in Bad Kohlgrub in den Ammergauer Alpen und endet in Oberammergau. Es ist das größte Schutzgebiet Bayerns, in dem sich schöne Landschaften und malerische Kapellen befinden.⁸²

2.9.2 Der Baierweg

Wie im Kapitel 2.9 erwähnt wurde, nennt dieses Unterkapitel drei Beispiele der Wanderstrecken auf dem Baierweg.

Der Baierweg gehörte in der Vergangenheit zu den Veröffentlichung- und Handelswegen. Dieser Weg befindet sich in der Nähe der Donau im Gebiet des Bayerischen- und Böhmerwaldes. Er stellt eine Verbindung zwischen Bayern und Tschechien dar. Auf diesem Weg gibt es viele Wanderstrecken, die länger als 20 Kilometer sein können. Die Autorin wird ein paar Beispiele der Wanderwege nennen.⁸³

1. Straubing – Neukirchen

Dieser Wanderweg ist 24 Kilometer lang und dauert ca. 6 Stunden. Auf diesem Weg gehen die Touristen die Donauebene entlang und haben einen schönen Blick auf Bogenberg oder auf das Kloster Windberg. Es bieten sich auch die Sehenswürdigkeiten in den Städten Straubing und Bogen.⁸⁴

82 *Plus 2018: 77*

83 *Bayerischer Wald Wandern o.J.: 7*

84 *Bayerischer Wald Wandern o.J.: 8*

2. Kollnburg – Bad Kötzing

Dieser Weg ist 20 Kilometer lang und dauert ca. 5 Stunden. In Kollnburg kann man das Motorradmuseum, den meditativen Bibelgarten oder die Burgruine Kollnburg besuchen. Auf diesem Weg gibt es auch das idyllische Dorf Sackenried mit der Wallfahrtskirche.⁸⁵

3. Bad Kötzing – Neukirchen b. Hl. Blut

Dieser Weg ist 27 Kilometer lang und dauert ca. 8 Stunden. Die Touristen gehen durch die Kulturlandschaft in bewaldete Höhen. In Ried gibt es die 1000-jährige Wolframslinde, die ein hervorragendes Naturdenkmal ist. Der Weg geht weiter nach Rimbach zum Lichtenegg, wo sich die Bergruine befindet. Über den Hohen Bogen und an den Grundmauern der Burg der Grafen von Bogen kommt man zur Wallfahrtskirche in Neukirchen b. Hl. Blut.⁸⁶

4. Domažlice – Furth im Wald

Dieser Weg ist 20 Kilometer lang und dauert ca. 5 Stunden. Auf diesem Weg kann man die Schönheit der Kulturlandschaft des Chodenlandes bewundern. Der Weg führt durch Wiesen und Wälder über die Seen Babylons nach Česká Kubice. Auf diesem Weg passiert man den kleinen Grenzübergang Ovčí Vrch und kommt nach wenigen Kilometern in die „Drachenstich-Stadt“ Furth im Wald. (siehe Kapitel 2.7.)⁸⁷

2.10 Städte

Landeshauptstadt München

An der Wende zum 20. Jahrhundert wurde München als Zentrum der Künste bezeichnet. Aber nicht nur die Kunst machte München berühmt – bis heute sucht man nach „Weißwurst-Metropole“ oder der „deutschen Bierstadt“.⁸⁸

Die Stadt München feierte dieses Jahr (2018) 860 Jahre ihrer Gründung. Die Feste mit Musik, Trachtenmärkten und einer Ausstellung des traditionellen Handwerks fanden auf dem Marienplatz und Odensplatz statt.⁸⁹

85 *Baierweg – 3. Etappe: Kollnburg – Bad Kötzing*. URL: <https://www.baierweg.de/de/touren/detail/59cb729f975aaf1a7b428962> [Stand: 11. Juli 2018].

86 *Bayerischer Wald Wandern* o.J.: 9

87 *Bayerischer Wald Wandern* o.J.: 9

88 Bourmer 2008: 819

Der Marienplatz bildet den Mittelpunkt des alten Münchens. Hier kann man die Mariensäule aus dem 17. Jahrhundert und das neugotische Neue Rathaus finden. An seinem Turm befindet sich das Glocken- und Figurenspiel.⁹⁰

Nordwestlich von Marienplatz befindet sich *die Frauenkirche* mit ihren zwei Türmen. Beachtenswert sind die Sakramentskapelle mit Bildwerken aus dem Jahr 1500 und das Grabmonument für Kaiser Ludwig von Bayern aus dem 17. Jahrhundert. In den Gräften sind Mitglieder des Hauses Wittelsbach und einige Bischöfe begraben. Aus dem Südturm kann man eine schöne Aussicht auf die Stadt haben.⁹¹

Am Max-Joseph-Platz steht *das Nationaltheater* im klassizistischen Stil, das während des Zweiten Weltkrieges zerstört und bis 1963 wieder aufgebaut wurde. Zum Besuch fordert auch das Bayerische Nationalmuseum auf. Es ist eines der wichtigsten Museen für europäische Bildhauerkunst und Kunstgewerbe. Bedeutungsvoll sind die Sammlungen altdeutscher Skulpturen, die Sektion flandrischer Wandteppiche, eine massive Porzellansammlung und eine weltberühmte Krippensammlung.⁹²

Im *Bayerischen Nationalmuseum* kann man die Bilder, Skulpturen, Möbel oder Waffen aus der Zeit der Spätantike bis zum Jugendstil finden. Allgemein werden die Museen in München unter Konkurrenzdruck gesenkt. Die Touristen in den Städten wie München oder Nürnberg besuchen lieber andere interessante Orte oder die Sehenswürdigkeiten, die häufig in diesen Städten vertreten sind. Dagegen in den Städten, die nicht so interessant oder kleiner sind, gibt es bei Museen (relativ betrachtet) höhere Besucherzahlen.⁹³

In dem Barockschloss *Nymphenburg* befinden sich die Schönheitengalerie von König Ludwig I., das Marstallmuseum mit Kutschen und Prunkschlitten sowie das Porzellanmuseum. Im Gebiet des Schlosses befindet sich auch die Porzellanmanufaktur und in der Parkanlage das Jagdschlösschen Amalienburg.⁹⁴

89 AZ 2018: 2

90 Bourmer 2008: 821

91 Bourmer 2008: 822

92 Bourmer 2008: 836

93 Ruf 2018: 6

94 Bourmer 2008: 840

Im Juni 2018 kam es zur Eröffnung des *Biotopia-Museums* im Schloss Nymphenburg. Es geht um das Museum, das von der Natur inspiriert ist. Hier gibt es viele Ausstellungen, Workshops und man kann die Kooperation der Designer und Biowissenschaftler kennenlernen. Die Besucher können sich ansehen, wie die Textilherstellung aus den Naturstoffen entsteht.⁹⁵

Für die Fußballfans wird *die Allianz Arena* interessant sein. Die 2005 eröffnete Arena ist ein neues Kapitel in der Fußball-Geschichte Münchens. Hier werden die Heimspiele der Traditionsclubs *TSV 1860 München* und *FC Bayern München* ausgetragen. Das Stadion hat eine Kapazität von 66 000 Zuschauerplätzen. 2016 fand in diesem Stadion die Fußballweltmeisterschaft statt.⁹⁶

Für die Autofans bietet München das neue *BMW-Museum* an, das die Fahrzeuge, Gestaltung und Mediendesign präsentiert. Die 2007 eröffnete *BMW-Welt* bietet den Raum für kulturelle Veranstaltungen, Restaurants und den BMW-Shop an.⁹⁷

Stadt Nürnberg

Nürnberg trägt viele Namen. Z. B. Bourmer charakterisiert die Stadt wie folgt: „*Viele Namen und Attribute hat sich die einstige Freie Reichsstadt Nürnberg erworben: Meistersingerstadt, Dürerstadt, Stadt des Spielzeugs und des Christkindlmarks, der Lebkuchen und der Bratwürste, aber auch der Ort der Kriegsverbrecherprozesse. Heute ist Nürnberg einer der bedeutendsten Industrie- und Handelsplätze Süddeutschlands.*“⁹⁸

Sehr bekannt ist *das Verkehrsmuseum*, in dem sich das *DB Museum* und das *Museum für Kommunikation* befinden. Im DB Museum steht u.a. eine Replik der ersten Dampflokomotive („Adler“), die auf der ersten Eisenbahnstrecke zwischen Nürnberg und Fürth in Betrieb war. Das Museum für Kommunikation beschäftigt sich mit dem Postwesen und der modernen Kommunikation. In Nürnberg gibt es auch andere berühmte Museen wie das Germanische Nationalmuseum und das Spielzeugmuseum.⁹⁹

95 AZ 2018: 2

96 Bourmer 2008: 840

97 Bourmer 2008: 844

98 Bourmer 2008: 860

99 Bourmer 2008: 863

In Nürnberg findet die größte Spielwarenmesse der Welt – Nürnberger Spielwarenmesse – statt. Diese Messe können nur die Fachbesucher und Presse besuchen. Mehr als die Hälfte der Besucher kommt aus dem Ausland.¹⁰⁰

Stadt Augsburg

Zu den sehenswerten Orten in dieser Stadt gehört z. B. *die Maximilianstraße* mit den Renaissance- und Barockbauteilen ist die Prachtstraße Augsburgs. Diese Straße ist noch für Fuggerhäuser bekannt. (Diese Häuser sind nach Jakob Fugger genannt. Jakob Fugger war der Mitglied des Händlergeschlechts in Augsburg im 16. Jahrhundert). *Die Fuggerei* ist die älteste Sozialsiedlung der Welt. Es wird im Jahr 1516 von den Fuggern für die schuldlosen und armseligen Bürger errichtet und wird noch heute besiedelt.¹⁰¹

Eine andere Dominante der Stadt ist *der Dom*. Dieser Bau hat einen prächtigen Südportal und die Bronzetür aus dem 11. Jahrhundert. Innerhalb sind die Tafelbilder von Hans Holbein und die Prophetenfenster, die zu den ältesten figürlichen Glasmalereien Deutschlands gehören. Interessant ist auch die *Augsburger Puppenkiste*. Es ist das Puppentheater-Museum, das sich im Süden der Altstadt befindet.¹⁰²

Stadt Regensburg

Stadt Regensburg hat auch eine reiche Geschichte. *Der Dom* ist das Hauptwerk gotischer Baukunst in Bayern. Im Domschatzmuseum kann man die Goldschmiedekunst und Textilien vom 11. bis zum 20. Jahrhundert sehen. Den schönsten Blick auf die Stadt hat man von der 310 Meter langen *Steinernen Brücke* (siehe Anlage 1) aus dem 12. Jahrhundert. In Regensburg gibt es auch die *Historische Würstküche* aus dem 12. Jahrhundert, wo man angeblich die besten Bratwürste kaufen kann. In der Goliathstraße findet man viele prächtige Patrizierhäuser, einer von ihnen ist das *Goliathhaus* (siehe Anlage 2) aus dem 13. Jahrhundert mit Fassadenmalerei. *Der Baumburger Turm* ist einer der schönsten mittelalterlichen Patriziertürme.¹⁰³

100 *Interessante Fakten*. URL: <http://www.noris-city.de/pages/fakten.html> [Stand: 11. Juli 2018].

101 Bourmer 2008: 196-197

102 Bourmer 2008: 196, 199

103 Bourmer 2008: 941

Schloss Emmeram ist der Stammsitz für Fürstenfamilie Thurn und Taxis, die über 350 Jahre herrschten dem alten Deutschen Reich. Auf diesem Schloss findet sich auch der Marstall (Pferdestall des Fürsten) aus dem 19. Jahrhundert oder der Kreuzgang aus dem 12.-14. Jahrhundert. Die Schlossräume verbinden verschieden Stilrichtungen vom Rokoko (18. Jahrhundert) über Klassizismus zum Historismus (19. Jahrhundert). Heute ist das Schloss auch der Ort für die Schlossfestspiele. ¹⁰⁴

Der Dom ist das Hauptwerk gotischer Baukunst in Bayern. Besonders schön sind die Glasfenster im Hochchor, im südlichen Querhaus. Im Domschatzmuseum kann man die Goldschmiedekunst und Textilien vom 11. bis zum 20. Jahrhundert sehen. ¹⁰⁵

Stadt Ingolstadt

Eine Broschüre aus dem Regionalen Informationszentrum der Region Pilsen und Bayern in Pilsen charakterisiert die Stadt wie folgt: *„Ingolstadt, die ehemalige Bayerische Herzogsresidenz, Universitäts- und Festungsstadt an der Donau fasziniert durch eine reizvolle Mischung aus Geschichte, Tradition und modernem städtischen Flair.“*¹⁰⁶

Die Stadt erlebt auch ein großes Einwohnerzahlwachstum. Von 2006 bis 2016 ist die Einwohnerzahl über 13 Tsd. gestiegen. Der Grund dafür ist, dass der Automobilhersteller Audi in Ingolstadt ansässig ist. 2016 war die Einwohnerzahl rund 135 Tsd. ¹⁰⁷

Bei dem Altstadtspaziergang kann man auf viele Sehenswürdigkeiten stoßen. Unter ihnen kann man die *Moritzkirche*, die älteste Kirche in der Stadt, das *Alte Rathaus* aus dem 19. Jahrhundert im Neurenaissance-Stil oder das *Neue Schloss* finden, das im 15. Jahrhundert von Herzog Ludwig dem Gebarteten gebaut wurde. Einen Besuch wert sind auch das *Bayerische Armeemuseum*, das die Geschichte des 1. Weltkrieges vorstellt oder auch das *Bayerische Polizeimuseum*. Die Dominante der Stadt bildet auch das *Münster „Zur Schönen Unserer Lieben Frau“*. Es hat zwei Türme, den Innenraum bilden der Hochaltar, die Reliefe oder die Porträts. Es gehört zu den größten spätgotischen Hallenkirchen Bayerns. Die *Hohe Schule* von

104 *Kulturhistorische Streifzüge durch Ostbayern und Böhmen* 2004: 34-35

105 Bourmer 2008: 944

106 *Ingolstadt an der Donau. Altstadttrundgang* 2016: ohne Seitenzahl

107 *Jung und dynamisch*. URL: <https://www.donaukurier.de/lokales/ingolstadt/Ingolstadt-Jung-und-dynamisch;art599,3331453> [Stand: 10. Juli 2018].

Herzog Ludwig dem Gebarteten wurde 1472 zum Sitz der Ersten Bayerischen Landesuniversität und war bis 1800 eine der berühmtesten Universitäten Europas.¹⁰⁸

Trotz diesen Sehenswürdigkeiten und der Bemühung der Stadt Touristen anzuziehen ist Ingolstadt als Fremdenverkehrsort eher weniger bekannt. Zu dem Ruf einer Industriestadt trugen nicht nur die Automobilhersteller, sondern auch Großunternehmen, Logistik-Hallen und eine vorzügliche Verkehrsanbindung (Lage zwischen Flughäfen München und Nürnberg, Anschluss an die Autobahn A 9 und an die Eisenbahnstrecken) bei. Es ist zu vermuten, dass der Städtetourismus noch gewisse Reserven und Marketingmaßnahmen mobilisieren kann.¹⁰⁹

Stadt Cham

Die Deutsche Stiftung für Kulturlandschaft (DSK) vergab in 2017 dem Landkreis Cham dem Preis „Landschaft 2017“.¹¹⁰

Im Landkreis Cham gibt es auch viele Kirche aus dem Zeit der Romantik. In der Stadt *Roding* gibt es die Josephskapelle, die ca. aus dem 8./9. Jahrhundert stammt. Diese Kapelle gehört zu den steinalten Kirchen Bayerns. Man kann hier auch finden die Wandmalereien des späten 14. Jahrhunderts.¹¹¹

In der Gemeinde *Walderbach* findet sich die Pfarrkirche St. Maria und St. Nikolaus. Diese Zisterzienserklsterkirche ist eine hochinteressante Bau der Romantik und jetzt folgt als Hallenkirche. Innen der Kirche kann man die Flachdecke oder die 1888 freigelegten Wandgemälde finden.¹¹²

Fazit: Den Zahlen lässt sich entnehmen, dass Bayern meistens von Inländern besucht wird. Die meisten ausländischen Gäste kommen nach Bayern aus den Niederlanden. Die beliebtesten Sehenswürdigkeiten Bayerns sind die Schlösser und den höchsten Touristenanteil Bayerns hat der Bezirk Oberbayern. Zu den beliebten Reisezielen gehört das Gebiet des Bayerischen Waldes, die Bayerische Alpen und die Städte Augsburg, Cham, München, Nürnberg und Regensburg.

108 *Ingolstadt an der Donau. Altstadttrundgang* 2016: ohne Seitenzahl

109 schriftliche Information des Leiters der Bachelorarbeit, 27.7.2018

110 DMZ 2017: 10

111 *Kulturhistorische Streifzüge durch Ostbayern und Böhmen* 2004: 41

112 *Kulturhistorische Streifzüge durch Ostbayern und Böhmen* 2004: 41

2.11 Traditionen in Bayern

Bayern ist bekannt auch für seine Feste und Gewohnheiten, die viele Touristen locken. Die Autorin möchte deshalb einige Beispiele in diesem Kapitel nennen.

Schuhplattler

In Oberbayern setzte sich seit Anfang des 20. Jahrhunderts der Paartanz zur Propagation um ein „Madl“ (traditionelle Kleidung für Damen) und „Burschenplattler“ durch. ¹¹³

Hoagascht/Hoangartn

Es geht um ein gesellschaftliches Treffen bei Musik mit traditionellen Instrumenten, hauptsächlich in Altbayern. ¹¹⁴

Starkbieranstich

Es handelt sich um die traditionelle Eröffnung der Starkbierzeit zum Anfang des Fastens in vielen Brauereien und Gasthäusern. ¹¹⁵

Osterbrunnen

Darunter versteht man das Dekorieren des Dorfbrunnens in der Fränkischen Schweiz, das sich in ganz Franken verbreitete. ¹¹⁶

Klausentreiben, Rauhächte, Perchtenlauf

In der Zeit zwischen der Thomasnacht (21. Dezember) und dem Dreikönigstag (6. Januar) werden die Teufel und Gespenster verdrängt. ¹¹⁷

Fazit: Aus diesem Unterkapitel ergibt sich, dass der bayerische Tourismus eine langjährige Tradition hat und dass die Touristen eine spannende und altertümliche Atmosphäre auskosten können.

113 Baedeker 2014: 67

114 Baedeker 2014: 67

115 Baedeker 2014: 67

116 Baedeker 2014: 67

117 Baedeker 2014: 67

2.12 Bayerisches Bier und die Spezialitäten

Deutschland und besonders Bayern sind bekannt als die Länder des Bieres. Die Bayern sind große Bierliebhaber, wie das Oktoberfest selbst beweist. In Bayern produziert man viele Biersorten und die Autorin möchte jetzt einige vorstellen. Außerdem gibt es z. B. auch der Käse oder die Bratwurst, die einer hohen Qualität entsprechen.

2.12.1 Biersorten

Bock

Im 15. Jahrhundert begannen die Edelleute dieses Bier aus der Brauerei in Einbeck (Niedersachsen) zu importieren. 1591 gründeten die Münchner das „Braune Hofbräuhaus“ und begannen mit Hilfe des Braumeisters aus Einbeck das Bier zu brauen. Dieses Bier kann hell oder dunkel sein. Der Alkoholgehalt liegt bei 6,5% und mehr. ¹¹⁸

Dunkles/Schwarzbier

Dunkles Bier dominierte in Deutschland bis Ende des 19. Jahrhunderts. Die dunkle Farbe und das Aroma werden durch das dunkle Malz geschaffen. Zu den Geschmücken gehören z. B. Schokoladen-, Brot- oder Rösteindrücke. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 4 und 5,5%. ¹¹⁹

Helles

Helles Bier vertrieb sich in Bayern in den Nachkriegsjahren. Die Bitterkeit ist schwächer als beim Pils. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 4,5 und 5,5%. ¹²⁰

Kellerbier/Zwickel

Dieses Bier kann man unterschiedlich bezeichnen – als Zwickelbier oder in Teilen der Oberpfalz auch Zoigl. Dieses Bier wird gleich aus dem Lagerkeller und ohne Filtration getrunken. Es gibt drei Varianten – helles, dunkles oder stark gehopftes Kellerpils. Eine

118 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 11

119 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 10

120 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 10

Ausnahme bilden einige Biere aus der Oberpfalz. Diese Biere sind mit einem niedrigen Kohlendioxidgehalt gebraut. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 4,5 und 5%.¹²¹

Pils

Dieses Bier wurde erstmals im tschechischen Pilsen vom bayerischen Braumeister Josef Groll 1862 gebraut. Heute hat das Pils bundesweit den Marktanteil von über 60%. Dieses Bier hat einen kräftigen und bitteren Geschmack. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 4 und 5%.¹²²

Rauchbier

Dieses Bier ist meist von dunkler Farbe. Die Mehrzahl von Rauchbieren kommt aus Bamberg (Oberfranken). Der Geschmack ist kräftig und zart. Das Bier hat seinen Namen vom Mälzungsprozess. Nach dem Einweichen und Keimen wird die Gerste auf dem offenen Feuer getrocknet. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 4 und 6%.¹²³

Weizen

Der Boom des Weizenbieres war in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts. Es gibt auch Geschmackseindrücke, die an Bananen, Zitrusfrüchte, Nelken oder Äpfel erinnern. Der Alkoholgehalt liegt zwischen 6 und 7,5%.¹²⁴

2.12.2 Der Käse

Wie im Kapitel 2.12 erwähnt wurde, behandelt dieses Kapitel auch die Käseherstellung in Bayern.

Bayern ist bekannt auch für seine traditionellen Käsesorten wie Allgäuer Bergkäse, Bayerischer Edelpilzkäse, Bayerischer Limburger oder Münsterkäse. Ein Beispiel für alle: In der Stadt Erlangen gibt es Herrn Volker Waltmann, den Käser, der in seinem Keller 230 Käsesorten lagert. Dank der kalten Luft und richtigen Temperatur reifen die Käse zu hoher Qualität. Waltmann hat ein breites Angebot von Käse – vom Camembert bis zum mildesten Ziegenkäse. Zu den Spezialitäten gehören z. B. der Schafskäse „Brind’Amour“ oder „Bleu de Termignonfermier“ – weltweit gibt es nur 13 Laibe dieses Käses im Angebot. Der teuerste

121 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 10

122 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 10

123 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 11

124 *1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot* 2016: 10

Käse im Volker Waltmanns Angebot heißt „Kuhmilch-Blauschimmelkäse“ (über 40 Euro pro Kilo).¹²⁵

2.12.3 Die älteste Bratwurst

Wie im Kapitel 2.12 erwähnt wurde, möchte die Autorin an dieser Stelle die bayerische Bratwurst vorstellen.

Wikipedia definiert die Bratwurst wie folgt: *„Als Bratwurst werden verschiedene Wurstsorten bezeichnet, darunter versteht man Würste, die zum Braten bestimmt sind oder gebraten wurden.“* Je nach dem Rezept gibt es in Deutschland viele Bratwurstsorten: feine Bratwurst, mittelgrobe Bratwurst, grobe Bratwurst, Rostbratwurst, Rindbratwurst und andere. Zu den berühmtesten gehören die Nürnberger Rostbratwurst, St. Galler Bratwurst oder Thüringer Rostbratwurst.¹²⁶

In den folgenden Absätzen werden die in zwei konkreten bayerischen Kneipen servierten Bratwürste beschrieben.

Die Kneipe „Wurstkuchl“ in Regensburg wird „die älteste Bratwurst-Kneipe der Welt“ genannt. Auf der Speisekarte dieser Kneipe findet man nur vier Speisen: „sechs, acht, zehn und zwölf“. Unter diesen Zahlen gibt es die Bratwürste mit Sauerkraut und dem speziellen süßen Senf – hergestellt nach einem Familienrezept aus dem 19. Jahrhundert. Dazu kann man natürlich ein Fassbier bestellen.¹²⁷

In Nürnberg gibt es wiederum die Kneipe „Zum Golden Stern“, die den Titel „die älteste Bratwurst-Küche der Welt“ trägt. Hier findet man das gleiche Angebot wie in der Kneipe in Regensburg mit einem kleinen Unterschied – die erste Erwähnung von Bratwürsten im Gebäude der heutigen Wurstkuchl Kneipe ist etwa vom 19. Jahrhundert belegt, in der Nürnberger Kneipe war es schon 1462.¹²⁸

2.13 Feste und Festivals

Nicht nur das Oktoberfest, sondern auch andere beliebte Feste gibt es in Bayern, die für die Touristen mit Sicherheit interessant sind. In diesem Unterkapitel möchte die Autorin die zehn

125 Grasberger et al. 2010: 205

126 *Bratwurst*. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Bratwurst> [Stand: 30. Juli 2018].

127 *Země Světa Bavorsko 2* 2011: 62-63 (ins Deutsch übersetzte die Autorin der Bachelorarbeit)

128 *Země Světa Bavorsko 2* 2011: 62-65 (ins Deutsch übersetzte die Autorin der Bachelorarbeit)

bekanntesten Feste vorstellen. Unten finden sie die Tabelle mit der Übersicht von Feste und Festivals in Bayern.

Tabelle 3: Bayerische Feste und Festivals (In Anlehnung an ¹²⁹)

Diese Tabelle zeigt die Übersicht von Feste und Festivals in Bayern.

Name	Ort	Dauer	Zahl der Besucher (2013)
Oktoberfest	München	16 Tage	6,4 Mio.
Nürnberger Christkindlmarkt	Nürnberg	Freitag vor dem ersten Adventssonntag bis zum 24. Dezember	2,3 Mio.
Nürnberger Volksfest	Nürnberg	16/17 Tage	Frühlingsfest: 1,9 Mio. Herbstfest: 2 Mio.
Michaelisweih	Fürth	12 Tage	1,4 Mio.
Gäubodenfest	Straubing	11 Tage	1,4 Mio.
Bergkirchweih	Erlangen	12 Tage	1 Mio.
Dachauer Volksfest	Dachau	10 Tage	300 Tsd.
Volksfest Erding	Erding	10 Tage	200 Tsd.
Rock im Park	Nürnberg	4 Tage	70 Tsd.
Richard-Wagner-Festspiele Bayreuth	Bayreuth	4 Tage	58 Tsd.

II. Praktischer Teil

3. Einleitung

Im praktischen Teil entschied sich die Autorin der Bachelorarbeit die Institutionen DTIHK und DZT in Bezug auf ihre Aktivitäten im Fremdenverkehr vorzustellen und zwei Interviews mit den Experten aus dem Bereich Tourismus und Wirtschaft zu führen.

Der praktische Teil beginnt mit der Vorstellung der Institutionen (Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer und Deutsche Zentrale für Tourismus) und der Übersicht des Angebotes von Reiseagenturen Ciao... und Invia. Dann folgt die Übersicht von erhaltenen Broschüren aus den Institutionen sowie auch einigen aus der Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag. Die Autorin präsentiert hier auch die E-Mail-Kommunikation mit der Vertretung des Freistaats Bayern in Prag. Der nächste Teil ist der Kommentar zu den Interviews mit zwei Befragten und letztens die Komparation und Auswertung der Informationen aus diesen Interviews.

Die Autorin besuchte die DTIHK (Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer) sowie die AHK Tschechien und DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) in Prag, damit sie einige Informationen den verfügbaren Broschüren entnimmt.

Die Interviews beziehen sich auf zwölf Fragen, die Bereiche Tourismus und Wirtschaft betreffen. Diese zwölf Fragen sind zum größten Teil an den Tourismus orientiert. Am Anfang stellte Autorin die Fragen, die sich auf die Wirtschaft beziehen, konkret auf die Kooperation der DTIHK und DZT mit anderen Institutionen. Andere Fragen zielen auf den bayerischen Tourismus. Zwei Fragen konzentrieren sich auf die Ebene, die konkret in der Bachelorarbeit erwähnt wird – auf das Problem der relativ niedrigen Besucherzahl in bayrischen Museen (vor allem in Bezug auf Museen in Großstädten) und auf das Zitat aus dem Interview mit Ilse Aigner, der Wirtschaftsministerin Bayerns, das die Autorin als direktes Zitat in dieser Arbeit anführt. Diese Methode dient dazu, dass man sich einen konkreten Überblick über die wirtschaftliche Situation und über den bayerischen Tourismus verschafft.

Für das erste persönliche Interview wählte die Autorin Herrn Bernard Bauer, den Wirtschaftsdelegierten des Freistaats Bayern in Tschechien, der in der DTIHK tätig ist. Das zweite Interview verlief per E-Mail. Der zweite Befragte war Herr Jan Pohaněl, der Leiter der Deutschen Zentrale für Tourismus.

4. Vorstellung der Institutionen

4.1 Die Deutsche Zentrale für Tourismus

Die Autorin der Bachelorarbeit besuchte diese Institution am 10. Juli 2018. Dort traf sie sich mit Frau Kamila Stojanovová, der Marketingkoordinatorin der DZT. Die Autorin bat Frau Stojanovová um alle Broschüren, die zur Verfügung stehen könnten. Die Autorin erhielt fünf Broschüren, die sich auf den Freistaat Bayern beziehen sowie zwei Broschüren „The German National Tourist Board - Global marketing for Destination Germany“ und „GNTB forecast 2030 for inbound tourism to Germany“. Frau Stojanovová wies die Autorin auf die Website www.germany.travel hin, wo sich die Internetbroschüre „Der Jahresbericht DZT 2017“ mit allen nötigen Informationen über diese Institution befindet. Die Autorin schöpfte folgende Informationen gerade aus dieser Broschüre.

4.1.1 Allgemeine Informationen

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. ist das nationale Tourismusamt der Bundesrepublik Deutschland. Seit über 60 Jahren repräsentiert die DZT die Bundesrepublik Deutschland im Ausland. Sie wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie finanziert. Die Ehrenpräsidenten der DZT sind Herren Ernst Fischer und Klaus Laepple. Den Sitz hat diese Institution in Frankfurt am Main. Die DZT hat auch ihre Website www.germany.travel, mit mehr als 10 Millionen Zugriffszahlen.¹³⁰

Die tschechische Vertretung der DZT ist seit 1996 in Prag tätig. Seit 1.1. 2008 unterstand diese Institution der DTIHK. Der Leiter der tschechischen DZT heißt Jan Pohaněl, die Marketingkoordinatorin heißt Kamila Stojanovová.¹³¹

Im nächsten Kapitel wird die Struktur dieser Institution vorgestellt.

130 *DZT Imageflyer (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Imageflyer_210x297_DE_WEB.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

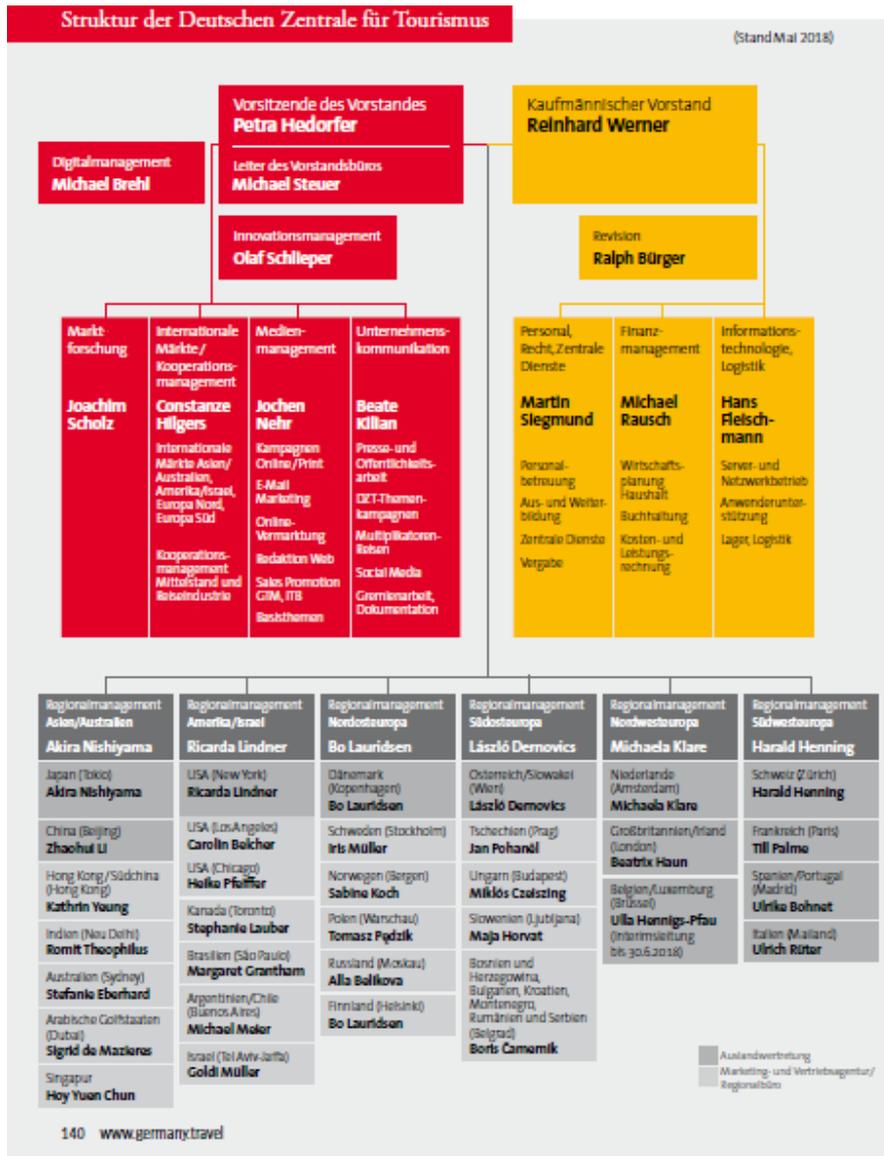
131 *Vertretungen der DTIHK*. URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/vertretungen-der-dtihk/> [Stand: 2. August 2018].

4.1.2 Struktur der Institution

Dieses Kapitel zeigt die Struktur der DZT.

Bild 1 – Struktur der DZT (In Anlehnung an ¹³²)

Folgendes Bild stellt das Organigramm der Institution dar.



4.1.3 Ziele und Tätigkeit der DZT¹³³

In diesem Unterkapitel möchte die Autorin die Hauptziele, Aufgaben und andere Tätigkeiten der Institution vorstellen.

4.1.3.1 Tourismushauptziele

- Bildung des guten Image und Repräsentation des deutschen Tourismus im Ausland
- Förderung des Inlandtourismus

4.1.3.2 Unternehmenshauptziele

- Steigerung des Reise- und Deviseneinnahmen
- Verstärkung des Wirtschaftsstandortes Deutschland
- Platzierung Deutschlands als attraktives Reiseland

4.1.4 Andere Aufgaben

- Marktforschung und Marktanalysen
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Angebote zur Partnerwerbung für touristische Leistungsträger
- Vermarktung touristischer Angebote
- Förderung von Barrierefreiheit

4.1.5 DZT-Kampagnen¹³⁴

Die DZT ist aktiv auch in vielen Kampagnen. Hier sind die Beispiele der DZT-Kampagnen in der Periode 2017-2020.

2017

- Luther 2017
- documenta 14
- Internationale Gartenausstellung

133 *DZT Imageflyer (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Imageflyer_210x297_DE_WEB.pdf [Stand: 2. August 2018].

134 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

2018

- Kulinarisches Deutschland
- 200. Geburtstag von Karl Marx
- Leichtathletik EM

2019

- 100 Jahre Bauhaus
- 200. Geburtstag von Theodor Fontane

2020

- 250. Geburtstag von Ludwig van Beethoven
- Passionsspiele Oberammergau

4.1.6 Die DZT und Digitalisierung

Digitalisierung spielt in der Arbeit der DZT auch eine wichtige Rolle. Viele Deutschlandreisende benutzen das Internet als Hauptquelle bei der Urlaubsuchung. Deshalb benutzt die DZT die digitalen Medien für die Marktuntersuchung, das Social Media Marketing oder das Online-Marketing. Die DZT präsentiert sich auf über 30 Kanälen wie Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest oder Instagram. 2017 schuf die DZT auf den Social Media Plattformen die erste Reiseshow „The Germany Travel Show“. Diese Show ist vor allem für junge Menschen, die noch nie im Ausland waren. Es geht um eine Reiseshow, wo die 16 Bundesländer auf Instagram in Videos vorgestellt sind. Eine andere Social-Media-Aktivität der DZT heißt „Germany Simply Inspiring“. Es handelt sich um eine Image-Kampagne, wo die Besonderheiten, Reiseangebote oder Events aus den 16 Bundesländern in Bildern, Videos oder Artikeln auf allen Social Media Kanälen beworben werden.¹³⁵

Im nächsten Kapitel werden die Messeaktivitäten und Workshops der DZT beschrieben.

135 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

4.1.7 Messeaktivitäten und Workshops

Wie im Kapitel 4.1.6 erwähnt wurde, die DZT nimmt an einigen ausgewählten Leitmessen teil. Dort wird das Reiseland Deutschland den internationalen Fachbesuchern aus der Reiseindustrie präsentiert. 2017 nahm die DZT an der ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse) – der größten Tourismusmesse der Welt teil. Hier präsentierte die Institution bei der Pressekonferenz ihre Erfolge - 800 Millionen Ausländerübernachtungen in Deutschland, diskutierte über das Thema „Tag des barrierefreien Tourismus“ (die Veranstaltung der DZT und für Fachbesucher mit den Diskussionsschwerpunkten). 2019 plant die DZT den Besuch der IMEX Frankfurt Messe.¹³⁶ (Die IMEX Messe ist nur für die Fachbesucher bestimmt. Diese Messe beschäftigt sich mit Themen der Kongress-, Meeting-, Event- und Incentivebranche. Mehr als 3000 Kongresszentren, Hotels, Veranstaltungsagenturen und andere Dienstleister präsentieren sich jährlich auf dieser Messe.).¹³⁷

Die DZT organisiert auch die Workshops und Roadshows für die Partner im Deutschlandtourismus mit dem Ziel die spezifischen Themen in relevanten Märkten zu promoten. 2017 organisierte die DZT einen Workshop auf GTM Germany Travel Mart in Nürnberg. Es war der zweitägige Workshop im Areal der Messe Nürnberg, wo die Anbieter und Käufer die Kontakte, Akquisen und Geschäftsabschlüsse anbahnen konnten. 2019 organisiert die DZT den GTM in Wiesbaden.¹³⁸

4.1.8 Die DZT über Bayern

4.1.8.1 Interview mit dem Geschäftsführer Bayern Tourismus Marketing GmbH

Dr. Martin Spantig, der Geschäftsführer Bayern Tourismus Marketing GmbH sagt: *„Sieben UNESCO-Weltkulturerbestätten laden in Bayern dazu ein, Geschichte hautnah zu erleben und locken dadurch jedes Jahr zahlreiche Gäste zu uns in den Freistaat. Eine davon erfuhr am 12. April 2018 ihre Renaissance: Das Markgräfliche Opernhaus Bayreuth wurde nach der Sanierung mit festlich inszenierten Opern wiedereröffnet. Als Sinnbild für die künstlerischen Neigungen der Markgräfin Wilhelmine, die aus Bayreuth eine strahlende Kulturmetropole*

¹³⁶ *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

¹³⁷ *Imex 2019 – Internationale Messe der Kongress-, Meeting-, Event- und Incentivebranche*. URL: <https://www.messen.de/de/7742/frankfurt-am-main/imex/info>[Stand: 7. August 2018].

¹³⁸ *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

*machte, gilt das Haus als schönstes Barocktheater Europas und einer der Höhepunkte in Bayerns lebendiger Welterbepflege.*¹³⁹

Dieses in der Zeitung erschienene Interview publizierte die DTIHK in ihrem Jahresbericht 2017 unter dem Titel „Incoming im Spiegel der Bundesländer“. Die DZT befragte die Vertreter der touristischen Institutionen aus allen Bundesländern – ihre Antworten betrafen den Incoming-Tourismus. Herr Spantig nannte die Lockmittel aus den bayerischen Tourismus – 7 UNESCO Weltkulturerbestätten, als Beispiel nannte er das renovierte Opernhaus Bayreuth. Die Autorin wählte dieses Interview für ihre Bachelorarbeit, weil es ein guter Tipp für die ausländischen Investoren oder auch Touristen ist, die sich für bayerischen Tourismus interessieren.

4.1.8.2 Übernachtungszahlen

Nach dem Jahresbericht DZT 2017 erreichte Bayern den ersten Platz aus allen Bundesländern – 19,1 Mio. Übernachtungen, im Vergleich zu 2016 war es der Zuwachs von 8,3%. Das Landeshauptstadt München erreichte ein Übernachtungswachstum von 14,7% (2017).¹⁴⁰

4.1.9 Kooperation

Die DZT kooperiert mit 40 Unternehmen, 16 Landesmarketingorganisationen und mit 14 Verbänden.¹⁴¹

Unter den Unternehmenspartnern findet man die *DB Vertrieb GmbH* (die Tochtergesellschaft der Deutschen Bahn AG), *Lufthansa City Centre International GmbH*, *Messe Berlin GmbH*, *Flughafen München GmbH* und andere.¹⁴²

Unter den touristischen Marketingorganisationen der Bundesländer findet man *Bayern Tourismus Marketing GmbH*, *Berlin Tourismus & Kongress GmbH*, *Bremer Touristik-Zentrale Gesellschaft für Marketing und Service mbH* und weitere 13 Organisationen aus Baden-Württemberg, Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern,

139 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

140 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

141 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

142 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen.¹⁴³

4.1.10 Erfolge

2017 erreichte der deutsche Incoming-Tourismus ein hohes Niveau – ein Plus von 3,6% bei den internationalen Übernachtungen. Die Gründe dafür sind die positiven Wirtschaftszahlen, gute Positionierung des Reiselandes Deutschland und politische Stabilität in wichtigen Quellmärkten. Deutschland erhielt den zweiten Platz als Zielmarkt für die Europäer. Deutschland war auch das beliebteste Kulturreiseziel der Europäer, weltweit beliebtes internationales Messeziel, Nummer Eins als Reiseziel der jungen Europäer (15-24 Jahren) usw.¹⁴⁴

Die Prognose für den deutschen Incoming-Tourismus für das Jahr 2030 sind 121,5 Millionen Übernachtungen mit dem Zuwachs von 79.2%.¹⁴⁵

4.2 Die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer

Die Autorin der Bachelorarbeit besuchte diese Institution am 10. Juli 2018. Dort traf sich die Autorin mit Herrn Bernard Bauer. In dieser Institution standen nur die Broschüren über Bayern zur Verfügung. Die Autorin nahm zwei Broschüren „Invest in Bavaria“ und „Mit Work in Bavaria zum Traumjob in Bayern“. Die Autorin fragte Herrn Bauer nach einigen Informationen über diese Institution und Herr Bauer schickte ihr per E-Mail die Grundinformationen. Außerdem verwies Herr Bauer die Autorin auf die offizielle Website der Institution <http://tschechien.ahk.de/>.

4.2.1 Vorstellung der Institution

Die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer (weiter nur DTIHK) oder AHK Tschechien ist eine bilaterale Auslandshandelskammer und das Mitglied des AHK-Netztes (Deutsche Auslandshandelskammern). Diese Institution unterstützt die wirtschaftliche Kooperation zwischen der Tschechischen Republik und Deutschland. Sie wurde in Prag

143 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

144 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

145 *Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure)*. URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

gegründet. Seit 1993 ist sie auf dem tschechischen Markt tätig. Diese Institution arbeitet unter der Führung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.¹⁴⁶

Die Hauptaufgaben dieser Institution sind die Vertretung der Interessen der deutschen und tschechischen Unternehmen vor Politik und Öffentlichkeit, Begleitung und Beratung für deutsche Unternehmen bei allen Aktivitäten auf dem tschechischen Markt. Die Institution wirkt auch als Mitgliederorganisation: Die AHKs vereinen Unternehmen, die in den bilateralen Wirtschaftsbeziehungen aktiv sind. Diese Mitglieder verleihen der AHK Gewicht und Stimme, wenn sie gegenüber Politik, Wirtschaft und Verwaltung zur Förderung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen auftritt.¹⁴⁷

4.2.2 Vertretung¹⁴⁸

Die DTIHK vertritt viele Organisationen sowohl in Tschechien als auch in Deutschland.

4.2.2.1 Messegesellschaften

- Messe Brunn
- Messe Berlin
- Spielwarenmesse Nürnberg

4.2.2.2 Ländervertretungen

- Delegation der Bayerischen Wirtschaft in der Tschechischen Republik
- Beauftragte für die sächsische Wirtschaft

4.2.2.3 Weitere Vertretungen

- Deutsche Zentrale für Tourismus
- Germany Trade and Invest
- Bayern Handwerk International
- Landbell AG

146 E-Mail Kommunikation mit Herrn Bernard Bauer

147 E-Mail Kommunikation mit Herrn Bernard Bauer

148 *Vertretungen der DTIHK*. URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/vertretungen-der-dtihk/> [Stand: 2. August 2018].

4.2.2.4 Regionalvertretungen

Die DTIHK hat auch viele Regionalbüros in der Tschechischen Republik.

1. Regionalbüro in Pilsen

Die Regionalvertretung in Pilsen dient als Zentrale für die DTIHK-Mitglieder und Firmen in Westböhmen und Ostbayern, die sich für die Wirtschaftszusammenarbeiten interessieren. Das Regionalbüro Pilsen kooperiert auch mit der IHK Regensburg für Oberpfalz/Kelheim. Die Leiterin des Regionalbüros Pilsen ist Frau Karla Stánková.¹⁴⁹

2. Andere Regionalvertretungen¹⁵⁰

- Regionalvertretung Mährisch-Schlesien
- Regionalvertretung Südmähren
- Regionalvertretung Liberec

4.2.3 Struktur der Institution

Geschäftsführung¹⁵¹

- Bernard Bauer – geschäftsführendes Vorstandmitglied
- René Harun – Geschäftsführer der DTIHK und AHK Services s.r.o.
- Jana Fejtová – Assistentin der Geschäftsführung

Andere Abteilungen

Die DTIHK besteht aus mehreren Abteilungen, die an den meisten Handelskammern üblich sind; genannt seien Mitgliederservice und Eventmanagement, Kommunikation und Public Affairs, Seminare und Ausbildung, Qualitätsmanagement und Human Resources, Buchhaltung und Steuern sowie Messevertretungen. Für die Interessenten an Kontakten zu den Unternehmen im deutschen Fremdenverkehr können die Abteilungen Vertriebspartner- und Lieferantensuche in Tschechien und Deutschland oder Competence Center, Delegationen und Sonderprojekte nützlich sein. Wer direkt in Bayern investieren will, kann sich an die Abteilung Investorenberatung und Recht wenden.¹⁵²

149 *Regionalbüro Pilsen.* URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/regionalbuero-pilsen/> [Stand: 2. August 2018].

150 *Regionalvertretungen.* URL: <https://tschechien.ahk.de/mitgliedschaft/regionalvertretungen/> [Stand: 30. Juli 2018].

151 *Unser Team.* URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/unser-team/> [Stand: 2. August 2018].

152 *Unser Team.* URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/unser-team/> [Stand: 2. August 2018].

4.2.4 Erfolge

Die DTIHK erhielt im November 2013 bei der AFI (Association for Foreign Investment) und CzechInvest den *Preis für die langjährige Förderung des Investitionsklimas in Tschechien*.¹⁵³

4.3 Reisebüros

Die Autorin untersuchte auch das Angebot der Touren nach Bayern von Reisebüros in Tschechien. Die Autorin besuchte zwei Reiseagenturen: Invia und Ciao... in Sušice und Horažďovice. Dort nahm sie die Katalogen, wo sie die Erwähnung über Bayern fand. In den Katalogen von Reisebüros Čedok, FIRO-tour, Inex, Kellner und Neckermann (siehe Anlage 7) gab es folgendes Angebot:

Čedok

- Land- und Naturtourismus: Bayerische Alpen, Bodensee, Chiemsee, Königsee
- Städte und Dörfer: Bamberg, Bayreuth, Berchtesgaden, Coburg, Garmisch-Partenkirchen/Grainau, Inzell, München, Nürnberg, Ruhpolding, Passau
- Schlösser: Fraueninsel, Hohenschwangau, Neuschwanstein, Oberammergau

FIRO-tour

- Land- und Naturtourismus: Bodensee, Chiemsee
- Stadttourismus: Füssen, Lindau, München, Nürnberg, Regensburg, Würzburg
- Schlösser: Hohenschwangau, Lindenhof, Linderhof, Neuschwanstein, Oberammergau

Inex

- Land- und Naturtourismus: Bayerischer Wald, Bodensee
- Stadttourismus: Passau, Regensburg, Rothenburg ob der Tauber, Würzburg
- Schlösser: Linderhof, Neuschwanstein

Kellner

- Land- und Naturtourismus: Berchtesgadener Land, Obersalzberg, Zugspitze
- Schlösser: Hohenschwangau, Linderhof, Neuschwanstein

153 *AHK Tschechien/Česko-německá obchodní a průmyslová komora*. URL: <https://yellow.place/en/ahk-tschechien-%C4%8Desko-n%C4%9Bmeck%C3%A1-obchodn%C3%AD-a-pr%C5%AFmyslov%C3%A1-komora-prague-czech> [Stand: 2. August 2018].

Neckermann

- Land- und Naturtourismus: Bayerischer Wald
- Stadttourismus: München, Passau

Fazit: Die Autorin findet, dass die tschechischen Reiseagenturen und Reisebüros bieten ein relativ großes Angebot an Touren nach Bayern an. Die tschechischen Touristen, die in Bayern einen Urlaub verbringen möchten, haben eine große Wahl, was positiv ist.

5. Broschüren aus der DZT, DTIHK und Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag

In diesem Kapitel möchte die Autorin alle Broschüren nennen, die sie in der DTIHK, DZT und Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag bei ihrer persönlichen Recherche am 10. Juli 2018 erhalten hat. Insgesamt gibt es 15 Broschüren – auf Englisch, Deutsch und Tschechisch. Die Hauptthemen sind der Tourismus und die Wirtschaft. Die meisten beziehen sich auf Bayern, andere auch auf Deutschland oder auf die Sprache.

5.1 Übersicht der verfügbaren Broschüren

Wie im Kapitel 5. erwähnt wurde, diese Kapitel zeigt die Broschüren aus der DZT, DTIHK und Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag. (siehe Anlage 3, 4 und 5)

Name der Broschüre	Institution	Thema
1) Invest in Bavaria – Ihr Servicepaket für 70.550 km ² Investitionschancen	DTIHK	Dienstleistungsangebot für Investoren, die in Bayern einen Standort suchen, Hilfe bei der Projektrealisierung und Kontaktsuche.
2) Mit „Work in Bavaria“ zum Traumjob in Bayern	DTIHK	Vorstellung der attraktiven bayerischen Job- und Studienmöglichkeiten für die Interessenten.
3) 20 Jahre deutsch-tschechische Wirtschaftsbeziehungen/20 let česko-německých hospodářských vztahů	DTIHK	Interviews mit bedeutenden Persönlichkeiten wie dem Präsidenten der DTIHK, deutschem Botschafter in Tschechien und anderen zum 20. Jubiläum der DTIHK.
4) Bavorsko to chci poznat!	DZT	Vorstellung der bayerischen Regionen, Sehenswürdigkeiten, Natur, Kultur u.a.m.

5) Franconia - Home of the Beer.	DZT	Biersorten, Biermuseen, Traditionen, Tours und alles, was sich mit dem Bier in Franken beschäftigt.
6) Franken – A land of wine and beauty	DZT	Beschreibung der Kultur und Qualität der fränkischen Weine.
7) On the footsteps of aristocratic Bavaria	DZT	Tipps für den Ausflug zu bayerischen Adelsburgen, z. B. zum Schloss Guteneck (Familie von Murach), zum Neuen Schloss in Bayreuth (Margravine Wilhelmine) usw.
8) Research ideas 2017 (Bavaria traditionally different)	DZT	Geschichten der Leute, die den Freistaat Bayern in vielen Bereichen repräsentieren – Bergmänner im Salzbergwerk Berchtesgaden, Glasbläser in Zwiesel usw.
9) GNTB forecast 2030 for inbound tourism to Germany	DZT	Prognose und Diagramme für Tourismus in Deutschland bis 2030 – Wachstum anhand der Übernachtungszahlen, positive Zahlen für Tourismusindustrie usw.
10) The German National Tourist Board – Global marketing for destination Germany	DZT	Aufgaben der Institution für deutschen Tourismus, im internationalen Markt, Kampagnen usw.
11) Destination Germany – naturally unique	Botschaft der Bundesrepublik Deutschland	Attraktive touristische Orte aus den 16 Bundesländern
12) German Research –	Botschaft der	Magazin, das sich auf Themen wie

Magazine of the Deutsche Forschungsgemeinschaft	Bundesrepublik Deutschland	Tiere, Medizin, Gesellschaft oder Wissenschaft konzentriert
13) Made in Germany – Architecture Engineering Construction	Botschaft der Bundesrepublik Deutschland	Vorstellung der Gebäude, Fabriken, oder Architekturprojekte aus der ganzen Welt, die von deutschen Architekten geschaffen wurden
14) Němčina se vyplatí! Informace o němčině v ČR	Botschaft der Bundesrepublik Deutschland	Angebot von Deutschkursen für Vorschulkinder, Grund-, Mittel- und Hochschüler, Deutschlehrer und Öffentlichkeit
15) Standortdaten im Überblick – Wirtschaftsraum mit Perspektiven	Botschaft der Bundesrepublik Deutschland	Wirtschaftszahlen des Landkreises Main-Tauber-Kreis (Baden Württemberg)

5.2 Auswertung der Broschüren

5.2.1 Angebot der Broschüren einzelner Institutionen

An der DTIHK erhielt die Autorin insgesamt 3 Broschüren (d.h. 20 %). An der DZT erhielt die Autorin insgesamt 7 Broschüren (d.h. ca. 47%). An der Botschaft der Bundesrepublik Deutschland gab es insgesamt 5 Broschüren (d.h. ca. 33%). Das größte Angebot an Broschüren (47%) gab es von der Institution DZT.

5.2.2 Nutzung der Broschüren für konkrete Gruppen

Die Autorin bewertet positiv den informativen Wert der folgenden Broschüren:

Die Broschüren Nr. 1), 3) und 15) sind günstig vor allem für tschechische oder ausländische Start-Ups, Unternehmer und Investoren, die ihre Aktivitäten an Deutschland orientieren.

Wer in Bayern im Bereich Tourismus arbeiten oder diese Fachrichtung studieren möchte, kann von der Broschüre Nr. 2) Nutzen ziehen.

Für tschechische oder ausländische Reisebüros, die mit den deutschen Partnern kooperieren möchten, sind die Broschüren Nr. 9) und 10) eine gute Wahl.

Für Touristen oder andere Interessenten, die deutsche Sprache, Deutschland oder konkret Bayern kennenlernen möchten, sind die Broschüren Nr. 4), 5), 6), 7), 8), 11), 12), 13) und 14) empfehlenswert.

6. Die Interviews

6.1 Interview mit Herrn Bernard Bauer

6.1.1 Transkription des Interviews

Herr Bauer ist der Wirtschaftsdelegierte des Freistaats Bayern in Tschechien und das geschäftsführende Vorstandmitglied der DTIHK. Er ist seit dem 1. Dezember 2006 in der DTIHK tätig.

Hier sind die Fragen und Antworten von Herrn Bauer:

Frage 1: Kooperieren Sie mit anderen Gesellschaften?

Herr Bauer: Natürlich kooperiert unsere Kammer mit vielen verschiedenen Institutionen, nicht nur in Tschechien, sondern auch in Deutschland und Bayern. Wir kooperieren mit anderen Handelskammern, Verbänden, Unternehmen, Handwerkskammern, mit Klöstern in Bayern, Ministerien und auch mit dem Staat.

Frage 2: Arbeitet Ihre Institution auch mit anderen europäischen Ländern zusammen?

Herr Bauer: Wir kooperieren mit unseren Schwesternkammern, die sich in 92 Ländern befinden. In Europa ist es speziell mit der Slowakei, mit der Deutsch-Slowakischen Kammer, aber auch mit anderen – in Polen, Ungarn, Österreich, Italien, also mit speziellen Handelskammern.

Frage 3: Braucht der bayerische Tourismus in einigen Bereichen die staatliche Förderung?

Herr Bauer: Ich glaube eher nicht – bei dem Tourismus in Bayern, der etabliert ist. Bayern ist ein Reiseland. Viele Touristen aus Deutschland machen Urlaub in Bayern, aber auch viele ausländische Touristen, sodass die Institution vor Ort keine Förderung braucht, weil das einfach sehr gut läuft. Manchmal die bayerischen Tourismusverbände oder Hotels, die sich im Ausland präsentieren möchten, dann gibt es solche Projekte, Fördermittel, da schon.

Frage 4: Was sind die wichtigsten Ziele der DTIHK im Bereich Fremdenverkehr? Wo investiert sie jetzt und warum?

Herr Bauer: Das Hauptziel ist deutsche Unternehmen zu unterstützen, wenn sie in Tschechien Geschäfte machen möchten, wir unterstützen auch deutsche Firmen, wenn sie hier in Tschechien investieren möchten, wenn sie eine Firma hier gründen möchten, wenn sie Personal suchen etc. Das Gleiche machen wir auch für tschechische Firmen, die in Deutschland Geschäfte machen möchten, also die komplette Beratung, Geschäftspartnersuchen, das ist unsere erste Aufgabe. Wir sind aber auch eine Mitgliederorganisation und die Mitglieder erwarten von uns auch ein Service, hauptsächlich ist das die Vertretung der Interessen unserer Mitglieder über der Politik. Manchmal gibt es einige Probleme bei den Standorten und wir sind verpflichtet diese Probleme für unsere Mitglieder zu lösen. Die direkten Ansprechpartner sind hier in Tschechien die Politiker, die Verbände und die Wirtschaft.

Frage 5: Welcher Sektor des bayerischen Tourismus, Ihrer Meinung nach, ist der profitabelste für die bayerische Wirtschaft? Ist das Sport, Kultur, Touristik oder etwas anders?

Herr Bauer: Ich denke, Tourismus in der Natur, Wintersport, Nationalparks, aber auch die Reisen in die Städte und Business-tourismus, die sind auch profitabel.

Frage 6: Gibt es einige Innovationen im Bereich des bayerischen Tourismus? Z. B. die Digitalisierung?

Herr Bauer: Ich glaube, der Tourismus ist auf Themen fokussiert, z. B. auf das Thema Kultur, Natur, Gastronomie, das sind so die Themen, die wichtig sind, aber neue Technologien im Tourismus gibt es keine.

Frage 7: Welche Unterschiede gibt es zwischen dem Landtourismus und Stadttourismus? Welche Variante ist bei den Touristen beliebter?

Herr Bauer: Schwierig zu sagen, was beliebter ist, weil es verschiedene Gruppen von Touristen gibt, eine Gruppe von Menschen mag Kultur, Erlebnis, Einkaufen, Gastronomie und die andere Gruppe sind die Menschen, die gerne Wanderungen machen, Ski fahren, die mehr Naturtourismus machen möchten. Man kann nicht sagen, dass einer beliebter ist als der andere. Bayern bietet einfach alles.

Frage 8: Welche sind die meistbesuchten Lokalitäten in Bayern für tschechische Touristen? Besuchen sie regelmäßig gleiche Orte jedes Jahr? Wie sind die meistbesuchten Lokalitäten der Tschechen in Bayern in den letzten zwei oder drei Jahren?

Herr Bauer: Die Stadt Nürnberg mit ihren Weihnachtsmärkten, die Nationalparks, die Bayerischen Alpen mit Naturtourismus, und auch andere Städte wie München und die grenznahen Gebiete wie Bayerischer Wald – Böhmerwald sind beliebt. Bayerischer Wald – Böhmerwald, das ist eine Region, die zusammengewachsen ist, man kann hier die Wanderungen machen, z. B. von Bayern nach Böhmen und umgekehrt.

Frage 9: Was halten Sie von den tschechischen Touristen in Bayern? Sind sie hier willkommen?

Herr Bauer: Natürlich sind sie willkommen. Da gibt es keine Probleme, weil die Kulturen ähnlich sind, die Tschechen und Bayern verstehen sich gut.

Frage 10: Wie sehen Sie das Problem der relativ niedrigen Besucherzahl der Museen in größeren bayerischen Städten? (Z. B. das Bayerische Nationalmuseum in München)

Herr Bauer: Darüber habe ich nicht gelesen.

Frage 11: Ich habe kürzlich das Interview mit Ilse Aigner gelesen, der Wirtschaftsministerin Bayerns, gelesen – Sie hat gesagt, dass sich die Investitionen in den Tourismus wirklich lohnen und dass besonders die Regierungsbezirke Niederbayern und Oberpfalz attraktiv für die Touristen sind. Warum denken Sie, dass gerade Niederbayern und Oberpfalz?

Herr Bauer: Dort findet man viele Nationalparks, dann nehmen wir die schönen Städte wie Regensburg und Passau. Es ist eine attraktive Region, natürlich in der Kombination mit Tschechien, weil es sehr nah ist.

Frage 12: Wie bewerten Sie die bayerisch-tschechische Kooperation insgesamt?

Herr Bauer: Bayern ist für Tschechien der wichtigste Wirtschaftspartner. Viele bayerische Firmen haben in Tschechien auch investiert und tschechische Firmen in Bayern, aber mehr bayerische in Tschechien natürlich. Die Beziehungen sind auf allen Ebenen sehr gut – wirtschaftlich, kulturell, politisch. Es ist ein sehr gutes Beispiel für die Beziehungen.

6.1.2 Auswertung des Interviews

Aus dem Interview mit Herrn Bauer ergibt sich, dass die DTIHK in der Welt sehr bekannt ist und viele Vertretungen in der Form der Schwesterkammern hat. Die wichtigsten Ziele der Institution sind die Unterstützung der bayerischen und tschechischen Unternehmen, Beratungsservice und die Vertretung der Mitgliederorganisationen.

Die Situation des bayerischen Tourismus sieht Herr Bauer sehr positiv. Der bayerische Tourismus braucht in den meisten Fällen keine staatliche Förderung, die profitabelsten Bereiche des bayerischen Tourismus sind vor allem der Natur-, Sport-, Business- und Stadttourismus. Im Vergleich zwischen dem Stadt- und Landtourismus findet er beide Varianten sehr attraktiv. Die beliebtesten touristischen Gebiete in Bayern sind laut Herrn Bauer die Stadt Nürnberg, München, die Bayerischen Alpen, Bayerischer Wald und die Nationalparks. Zu der Problematik der relativ niedrigen Besucherzahl von Museen in Bayern drücke sich Herr Bauer nicht aus. In den Regierungsbezirken Niederbayern und Oberpfalz findet Herr Bauer die Städte Regensburg und Passau als Tourismusziele attraktiv.

Die tschechisch-bayerische Kooperation bewertet Herr Bauer auch sehr positiv. Aus wirtschaftlicher Sicht sind Tschechien und Bayern gute Geschäftspartner. Auch die politische Kooperation findet er auf einem guten Niveau. In Bezug auf den Tourismus ist die ähnliche Kultur dieser Grenznachbarn von Vorteil, als Beispiel nannte Herr Bauer die Wanderungen vom Bayerischen Wald in den Böhmerwald und umgekehrt. Auch die tschechischen Touristen sind in Bayern willkommen, in dieser Kooperation gibt es keine Probleme.

Herr Bauer als Leiter der Institution sieht keine Risiken und Schattenseiten für alle, die in Bayern investieren oder seinen Betrieb gründen möchten. Zu einem erfolgreichen Anfang des Unternehmens in Bayern können die Beratungsinstitutionen in Bayern helfen - z. B. die Institutionen *RIM Marktforschung GmbH* und *IHK München und Oberbayern* (siehe Zusammenfassung).

6.2 Interview mit Herrn Jan Pohaněl

6.2.1 Transkription des Interviews

Herr Pohaněl ist der Leiter der Vertretung des Deutschen Tourismusverbandes für die Tschechische Republik.

Herr Pohaněl beantwortete die Fragen auf Tschechisch, die Autorin übersetzte seine Antworten ins Deutsche. Die tschechische Version des Interviews findet man in den Anlagen. (siehe Anlage 6)

Frage 1: Kooperieren Sie mit anderen Gesellschaften?

Herr Pohaněl: Unsere Geschäftspartner sind vor allem die deutschen Tourismuszentralen auf Bundesländerebene und deren Partnerorganisationen, Partner vor allem aus dem Inlandstourismus (z. B. Hotelketten, Reiseveranstalter, Reisebüros), weiter die Redaktionen der inländischen Medien, die Agentur CzechTourism, die Deutsche Botschaft in Prag und die Auslandsvertretungen des Deutschen Tourismusverbandes in anderen Ländern ...

Frage 2: Arbeitet Ihre Institution auch mit anderen europäischen Ländern zusammen?

Herr Pohaněl: Siehe oben.

Frage 3: Braucht der bayerische Tourismus in einigen Bereichen die staatliche Förderung?

Herr Pohaněl: Die Tätigkeit der Bayerischen Tourismuszentrale (BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH) und ihrer Partnerorganisationen wird aus öffentlichen Quellen finanziert. Bayerns Einnahmen aus dem Tourismus übertreffen mehrfach diese Ausgaben.

Frage 4: Was sind die wichtigsten Ziele der DZT im Bereich Fremdenverkehr? Wo investiert sie jetzt und warum?

Herr Pohaněl: Das Hauptziel unserer Vertretung ist es, durch eine breite Palette von Marketingaktivitäten das touristische Land Deutschland in der Tschechischen Republik bekannt zu machen. Wir investieren am meisten in Online-Kampagnen, insbesondere in soziale Netzwerke, wo wir unter anderem die Zusammenarbeit mit Travel Influencern aufbauen und entwickeln. Deshalb werden wir zum Teil des aktuellen Trends der fortschreitenden Digitalisierung von Kommunikationsformen in der Reisebranche.

Frage 5: Welcher Sektor des bayerischen Tourismus, Ihrer Meinung nach, ist der profitabelste für die bayerische Wirtschaft? Ist das Sport, Kultur, Touristik oder etwas anders?

Herr Pohaněl: Um diese Frage zu beantworten, habe ich leider nicht die nötigen Unterlagen.

Frage 6: Gibt es einige Innovationen im Bereich des bayerischen Tourismus? Z. B. die Digitalisierung?

Herr Pohaněl: Hier kann ich nicht auf alle Innovationsprojekte eine erschöpfende Antwort geben, aber das Motto des Bayerischen Tourismuszentrums ist Bayern "traditionell anders". Derzeit gibt es beispielsweise eine Kampagne, die sich auf die Suche nach traditionellen Handwerkern konzentriert, und diese Aktivitäten werden dann durch neue Medien (wie Podcasts) präsentiert.

Frage 7: Welche Unterschiede gibt es zwischen dem Landtourismus und Stadttourismus? Welche Variante ist bei den Touristen beliebter?

Herr Pohaněl: Der Landtourismus fördert aktive Erholung und sportliche Aktivitäten, während die Städte durch Sehenswürdigkeiten und Events attraktiv sind. Bei den tschechischen Touristen in Deutschland überwiegt ein aktiver Urlaub in der Natur.

Frage 8: Welche sind die meistbesuchten Lokalitäten in Bayern für tschechische Touristen? Besuchen sie regelmäßig gleiche Orte jedes Jahr? Wie sind die meistbesuchten Lokalitäten der Tschechen in Bayern in den letzten zwei oder drei Jahren?

Herr Pohaněl: Obwohl ich keine genauen Zahlen habe, wage ich zu vermuten, dass der Bayerische Wald und das Berchtesgadener Land von tschechischen Touristen zu den meistbesuchten Orten in Bayern gehören. Unter den Städten werden es mit Sicherheit München, Nürnberg und Regensburg sein. Der offensichtliche Trend ist die Tatsache, dass tschechische Touristen wiederholt Deutschland (bzw. Bayern) besuchen, bzw. mehrmals im Jahr.

Frage 9: Was halten Sie von den tschechischen Touristen in Bayern? Sind sie hier willkommen?

Herr Pohaněl: Rund ein Drittel aller Übernachtungen der tschechischen Touristen in Deutschland verzeichnet man gerade in Bayern durchgeführt und es nimmt damit souverän die erste Stelle unter den Bundesländern ein. Aus eigener Erfahrung und aus Gesprächen mit Kollegen des Bayerischen Tourismuszentrums weiß ich, dass tschechische Touristen in Bayern immer willkommen sind.

Frage 10: Wie sehen Sie das Problem der relativ niedrigen Besucherzahl der Museen in größeren bayerischen Städten? (Z. B. das Bayerische Nationalmuseum in München).

Herr Pohaněl: Meiner Meinung nach ist dies eine Kombination mehrerer Faktoren. Einer davon könnte zum Beispiel eine niedrige Interaktion mit den Besuchern sein, die auch ein Verbesserungspotential darstellen könnte.

Frage 11: Ich habe kürzlich das Interview mit Ilse Aigner gelesen, der Wirtschaftsministerin Bayerns, gelesen – Sie hat gesagt, dass sich die Investitionen in den Tourismus wirklich lohnen und dass besonders die Regierungsbezirke Niederbayern und Oberpfalz attraktiv für die Touristen sind. Warum denken Sie, dass gerade Niederbayern und Oberpfalz?

Herr Pohaněl: Um diese Frage zu beantworten, habe ich leider nicht die nötigen Unterlagen.

Frage 12: Wie bewerten Sie die bayerisch-tschechische Kooperation insgesamt?

Herr Pohaněl: Die tschechisch-bayerische Zusammenarbeit im Bereich Tourismus ist auf einem hervorragenden Niveau. Mit der Bayerischen Tourismuszentrale haben wir eine langjährige, erfolgreiche Zusammenarbeit in einer Vielzahl von Marketing- und PR-Aktivitäten.

6.2.2 Auswertung des Interviews

Aus dem Interview mit Herrn Pohaněl kann man erfahren, dass die DZT kooperiert meistens mit den Institutionen in Tschechien – mit inländischen Hotelketten, Reisebüros oder der Deutschen Botschaft in Prag. Als Beispiele der ausländischen Vertretung nennt Herr Pohaněl nur die Vertretungen des Deutschen Tourismusverbandes in anderen Ländern und die deutschen Tourismuszentralen auf Bundesländerebene. Das Hauptziel der DZT ist die Durchsetzung Deutschlands im Bereich des Tourismus in Tschechien. Die Digitalisierung spielt auch eine wichtige Rolle – diese Institution macht auch viele Online-Kampagnen in sozialen Netzwerken, wo sie die Kooperation mit den Travel-Influencern entwickeln möchten. Die DZT veranstaltet auch Kampagnen, die sich z. B. mit der Suche nach traditionellen Handwerken beschäftigen. Die Ergebnisse präsentiert die DZT z. B. mittels Podcasts.

Als das Problem der relativ niedrigen Besucherzahl der bayerischen Museen nennt Herr Pohaněl die niedrige Interaktion mit Besuchern. Es können aber auch mehrere Ursachen sein. Die Frage 5 und Frage 11 beantwortete Herr Pohaněl nicht, weil er die nötigen Unterlagen dabei nicht hatte.

Zu dem bayerischen Tourismus drücke sich Herr Pohaněl sehr positiv aus. Seinen Worten nach sind die Einnahmen des bayerischen Tourismus sehr hoch und übersteigen die Ausgaben der Bayerischen Tourismuszentrale. Populär für die tschechischen Touristen in Deutschland bzw. Bayern ist der Landtourismus bzw. Agrotourismus, der zur aktiven Urlaub in die Natur lockt. Als die meistbesuchten Lokalitäten in Bayern bezeichnet Herr Pohaněl den Bayerischen Wald, das Berchtesgadener Land und die Städte München, Nürnberg und Regensburg. Für tschechische Touristen ist Bayern die meistbesuchte Lokalität von allen Bundesländern. Der positive Trend ist, dass die tschechischen Touristen jedes Jahr ihren Urlaub in Bayern wiederholen. Die bayerisch-tschechische Kooperation im Bereich des Tourismus ist auch auf einem guten Niveau. Die DZT hat mit der Bayerischen Tourismuszentrale eine langjährige und erfolgreiche Kooperation.

Herr Pohaněl als der Vertreter des deutschen Tourismus in Tschechien bewertet die Situation des bayerischen Tourismus positiv. Für die Investoren bedeutet es, dass sich die Investitionen in diesem Bereich wirklich lohnen.

6.3 Komparation der Interviews von Herrn Bauer und Herrn Pohaněl

Beide Herren hatten die gleichen zwölf Fragen zu beantworten, trotzdem gibt es bei einigen Fragen in Antworten kleine Unterschiede.

- **Frage 1 und 2**

Bei den Fragen 1 und 2, die sich mit der Kooperation mit anderen Gesellschaften beschäftigen, kann man sehen, dass die Institution DTIHK mit mehreren Gesellschaften und Institutionen aus der ganzen Welt kooperiert. Diese Institution kooperiert mit Verbänden, Ministerien, Unternehmen, Klöstern und Schwesternkammern aus den 92 Ländern.

Dagegen die DZT arbeitet eher mit den Institutionen im Bereich des Tourismus in Tschechien und Deutschland zusammen. Die tschechischen Partner sind z. B. die Agentur CzechTourism oder die Hotelketten, Reiseveranstalter und Reisebüros. In Deutschland sind es die deutschen Tourismuszentralen auf Bundesländerebene. Im Ausland sind es die Auslandsvertretungen des Deutschen Tourismusverbandes.

- **Frage 5 und 11**

Diese Fragen beantwortete nur Herr Bauer. Herr Pohaněl war während des Beantwortens der Fragen krankgeschrieben, die nötigen Unterlagen hatte er im Büro der DZT in Prag.

- **Frage 6**

Bei dieser Frage antwortete Herr Bauer, dass es im Tourismus keine Innovationen gibt.

Dagegen Herr Pohaněl antwortete, dass es viele Innovationsprojekte im Bereich des bayerischen Tourismus gibt wie z. B. die Präsentation der Informationen mittels Podcasts.

- **Frage 7**

Herr Bauer führte an, dass man schwierig bestimmen kann, welche Variante beliebter ist, dass die beiden Varianten für die tschechischen Touristen beliebt sind.

Herr Pohaněl erklärte, dass die tschechischen Touristen in Bayern den Landtourismus, d.h. den aktiven Urlaub im Freien bevorzugen.

- **Frage 10**

Diese Frage beantwortete nur Herr Pohaněl. Herr Bauer führte an, dass er dieses Interview nicht gesehen oder gelesen hat und dass er mit der Problematik nicht einverstanden ist.

Fazit: Aus beiden Interviews kann man erfahren, dass der bayerische Tourismus auf einem guten Niveau ist. Beide bewerten auch die bayerisch-tschechische Kooperation sehr positiv, die tschechischen Touristen sind die häufigen und willkommenen Gäste in Bayern. Zu den meistbesuchten Lokalitäten gehören der Bayerische Wald, die Bayerische Alpen und die Städte München, Nürnberg und Regensburg.

6.4 Kommentar zu den Interviews

Die Autorin der Bachelorarbeit machte zwei Interviews. Die Autorin sprach Herrn Bernard Bauer und Jan Pohaněl per E-Mail an. Beide Herren reagierten ganz schnell und stimmten der Führung des Interviews zu. Das erste Interview verlief persönlich mit Herrn Bernard Bauer in der DTIHK in Prag am 10. Juli 2018 um 10 Uhr. Dieses Interview war sehr lohnenswert, Herr Bauer war bereit alle Fragen zu beantworten und bot weitere Zusammenarbeit per E-Mail an. Die Kommunikation mit Herrn Pohaněl war ein bisschen langwierig, am 19. Juni 2018 stimmte er der Interviewführung zu, aber die beantworteten Fragen zum Interview schickte er auf Grund seines Urlaubs und der Krankheit erst am 8. August 2018. Trotzdem findet die Autorin seine Antworten sehr hilfreich, um die Ziele der Bachelorarbeit zu erfüllen.

Zusammenfassung

In dieser Bachelorarbeit konzentriert sich die Autorin auf bayerischen Tourismus und bayerische Wirtschaft. Die wichtigste Aufgabe war die Präsentation des Freistaats Bayern als eines attraktiven Bundeslandes in Bezug auf den Tourismus und die Wirtschaft für ausländische Investoren.

Das wichtigste Ziel des theoretischen Teiles in dieser Bachelorarbeit war es den bayerischen Tourismus und teilweise die Wirtschaft den Lesern vorzustellen. Daraus ergibt sich die Bedeutung Bayerns als eines Standortes für Investoren im Bereich des Fremdenverkehrs. In dem praktischen Teil stand die Vorstellung der Hauptinformationen über die wichtigsten Institutionen in diesen Bereichen im Vordergrund – über die Deutsche Zentrale für Tourismus und die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer. Als Methode der Untersuchung wählte die Autorin die Form des Interviews. Die Fragen zum Interview wurden auf Grund der umfangreichen Recherche und des zielorientierten Exzerprierens formuliert.

Die Hauptergebnisse und Beitrag dieser Bachelorarbeit werden von der Autorin wie folgt zusammengefasst:

1. Formulieren der wichtigsten wirtschaftlichen Hintergründe und Vorteile für potenzielle Investoren

Ergebnisse: Potenzielle Investoren können von einer positiven Wirtschaftsentwicklung Bayerns profitieren. Bayern hatte 2014 das höchste verfügbare Nettoeinkommen und die niedrigste Arbeitslosenquote von allen Bundesländern. Dagegen gab es in München 2013 den höchsten Kaufpreis für Eigentumswohnungen, was heißt, dass die Investoren hier mit überdurchschnittlichen Lebenshaltungskosten rechnen müssen. In Bayern gibt es auch viele bekannte Betriebe - die internationalen Unternehmen oder Händler können die BMW, MAN, Audi, Siemens, Nokia oder Adidas kontaktieren, um sich einen Überblick zu verschaffen. Die Investoren können weiterhin aus einem breiten Angebot an Messen aussuchen – die Messe AMERICANA, EXPO REAL, die Internationale Handwerksmesse u.a.m.

2. Vorstellung Bayerns als attraktives Tourismusland

Ergebnisse: Bayern bietet für Touristen fast alles – den Natur- und Landes- und Stadttourismus, beliebte Sehenswürdigkeiten, Feste und Festivals oder berühmte Gastronomie.

Zu den beliebtesten Reisezielen in Bayern gehören:

- Naturtourismus: Bayerischer Wald und Bayerische Alpen
- Stadttourismus: Landeshauptstadt München und andere Städte wie Nürnberg, Augsburg oder Regensburg
- Sehenswürdigkeiten: Schloss Neuschwanstein, Schlossanlage Nymphenburg und Schloss Linderhof
- Feste und Festivals: Oktoberfest, Nürnberger Christkindlmarkt, Nürnberger Volksfest
- Gastronomie: bayerisches Bier, Bratwurst, bayerischer Käse

3. Vorstellung der Institution im Bereich des Fremdenverkehrs – die Deutsche Zentrale für Tourismus

Ergebnisse: Die DZT ist eine erfolgreiche Institution im Bereich des deutschen Tourismus. Das Hauptziel dieser Institution ist die Vertretung des deutschen Tourismus weltweit. Andere Aufgaben sind z. B. Marktforschung oder Pressearbeit.

4. Vorstellung der Institution im Bereich der Wirtschaft – die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer

Ergebnisse: Diese Institution beschäftigt sich mit der wirtschaftlichen Kooperation zwischen der Bundesrepublik Deutschland und Tschechien. Die Hauptaufgaben sind vor allem die Vertretung der deutschen und tschechischen Unternehmen sowie die Beratung und Unterstützung ihrer Mitglieder.

5. Auswertung der Broschüren aus der DZT und DTIHK

Ergebnisse: Die meisten Broschüren gab es von der DZT. Thematisch konzentrieren sie sich auf den Tourismus in Bayern bzw. in Deutschland und auf die deutsche Wirtschaft.

6. Veranschaulichung des Interviews mit Herrn Bauer

Ergebnisse: Aus dem Interview ergibt sich, dass der Tourismus in Bayern auf einem guten Niveau ist. Herr Bauer bewertet positiv auch die Kooperation zwischen Bayern und Tschechien.

7. Veranschaulichung des Interviews mit Herrn Pohaněl

Ergebnisse: Herr Pohaněl bewertet positiv die bayerisch-tschechische Kooperation im Bereich des Tourismus vor allem die Kooperation der DZT und BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH. Einnahmen im bayerischen Fremdenverkehr sind auch sehr hoch, was für die potenziellen Investoren vielversprechend sein kann. Der bayerische Tourismus bietet viele Innovationen und ist auf einem guten Niveau.

8. Komparation der beiden Interviews

In ein paar Fragen gab es kleine Unterschiede, beide Befragten finden aber den bayerischen Tourismus auf einem guten Niveau. In Bayern sind viele interessante Orte zu besuchen, auch die bayerisch-tschechische Kooperation läuft sehr gut.

9. Recherche in Reisebüros

Die Autorin findet, dass die tschechischen Reiseagenturen und Reisebüros ein relativ großes Angebot an Touren nach Bayern haben. Die tschechischen Touristen, die in Bayern einen Urlaub verbringen möchten, haben eine große Wahl, was positiv ist. Trotzdem könnte der bayerische Fremdenverkehr noch gewisse Marktlücken für Investoren bieten, wozu noch eine gründlichere Analyse erforderlich wäre.

10. Beratungsinstitutionen als Stütze für Investoren

Abschließend möchte die Autorin das Niveau vom bayerischen Tourismus und der Wirtschaft bewerten: Bayern nimmt einen gewissen Stellenwert für die Unternehmen ein, und zwar nicht nur im Tourismus – bayerische Wirtschaft ist stabil, der Tourismus in Bayern ist auf einem hohen Niveau. Für die Unternehmen, die sich auf dem bayrischen Markt etablieren möchten, stehen in Bayern viele Beratungsinstitutionen zur Verfügung. Als Beispiele möchte die Autorin die *RIM Marktforschung GmbH* und *IHK München und Oberbayern* nennen.

Die Institution RIM Marktforschung GmbH beschäftigt sich mit der regionalen Marktforschung für kleine und mittelständische Unternehmen, mit kompletter Marktforschung – Bevölkerungs-, Kunden-, Besucher-, Mitgliederbefragungen, qualitativer

und quantitativer Marktforschung sowie mit der Beratung. Diese Institution hat ihren Sitz in München.¹⁵⁴

IHK München und Oberbayern beschäftigt sich mit der Unterstützung der Start-Ups. Sie bietet das Vorgründungs- und Nachfolgecoaching oder die Förderung unternehmerischer Know-hows.¹⁵⁵

154 *Ihre Spezialisten für Marktforschung und Beratung in Bayern.* URL: <https://rim-marktforschung.de/> [Stand: 5. August 2018].

155 *Coaching für Gründer und Unternehmer.* URL: <https://www.ihk-muenchen.de/coaching/> [Stand: 5. August 2018].

Resümee

Diese Bachelorarbeit behandelt den bayerischen Tourismus und die bayerische Wirtschaft. Das Hauptziel ist die Präsentation des Freistaats Bayern als eines attraktiven Standortes im Bereich des Tourismus für ausländische Investoren. Der theoretische Teil enthält die Beschreibung und Hauptinformationen über Wirtschaft und Tourismus in Bayern. Im praktischen Teil beschreibt die Autorin die Schlüsselinstitutionen in dem entsprechenden Segment, und zwar die Deutsche Zentrale für Tourismus und die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, die sich beide mit dem Bereich Tourismus und Wirtschaft in Bayern beschäftigen. Die Autorin führte weiterhin die Auswertung der erhaltenen Broschüren von diesen Institutionen durch. Als Methoden zur Untersuchung wählte die Autorin die Recherche der verfügbaren Quellen und das Interview an. Der letzte Teil der Arbeit enthält das Interview mit Herrn Bernard Bauer, dem geschäftsführenden Vorstandmitglied der DTIHK.

Summary

This bachelor thesis deals with Bavarian tourism and the Bavarian economy. The main objective is the presentation of the Free State of Bavaria as an attractive location in the field of tourism for foreign investors. The theoretical part contains the description and main information about economy and tourism in Bavaria. In the practical part, the author describes the key institutions in the relevant segment, namely the German National Tourist Board and the German-Czech Chamber of Industry and Trade, both dealing with tourism and the economy in Bavaria. The author continued to analyze the received brochures from these institutions. As a method of investigation, the author used the research of available sources and the interview. The last part of the work contains the interview with Mr. Bernard Bauer, the executive board member of the DTIHK.

Literaturverzeichnis

1. Gedruckte Publikationen

Baedeker, Karl (2014): *100+1 Fakten Das muss jeder Bayer wissen*. Ostfildern: Golden Selection Graphics, Mairdumont.

Blažević, Nevenka (2012): *Deutsch im Tourismus 2*. Zagreb: Školska Knjiga.

Bourmer, Achim (2008): *Deutschland*. Ostfildern: Baedeker.

Duden (2017): *Duden – Die deutsche Rechtschreibung*. Berlin: Bibliographisches Institut GmbH.

Grasberger, Thomas/Berlinger, Joseph/Bromberger, Katharina/Loy, Leo/Funk, Gaby/Huber, Gerald (2010): *Bayerns Beste Seiten: 100 meisterliche Entdeckungsreisen*. München: Travel House Media GmbH.

Hintereder, Peter/Schayan, Janet (2015): *Tatsachen über Deutschland*. Frankfurt am Main: Frankfurter Societäts-Medien.

Höppnerová, Věra (2010): *Wirtschaftsdeutsch Aktuell*. Prag: Ekopress, s.r.o.

Mingels, Guido (2017): *Früher war alles schlechter*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.

Wittmann, Martin (2014): *Total alles über Bayern/The Complete Bavaria*. Wien: Folio.

Zimdars, Dagmar/Abend Bernhard (2008): *Oberbayern – Bayerisches Alpenvorland*. Ostfildern: Baedeker.

2. Zeitungen, Zeitschriften und Broschüren

2.1. Zeitungen

[AZ] (2018): *Abendzeitung*: „Alles hautnah“, 16./17.06.2018, 2.

[AZ] (2018): *Abendzeitung*: „Die Stadt wird 860“, 16./17.06.2018, 2.

[DMZ] (2017): *Donau-Moldau-Zeitung*: „Landkreis Cham erhält Preis „Landschaft 2017“, Juni 2017, 10.

[DMZ] (2018): *Donau-Moldau-Zeitung*: „Liste Immaterielles Kulturerbe: Landshuter Hochzeit und Drachenstich aufgenommen“, Juni 2018, 11.

Köpf, Matthias (2018): Trümmer-Landschaft. – In: *Süddeutsche Zeitung*, 16./17.06.2018, 71.

Ruf, Birgit (2018): „Wir wollen das verstaubte Image loswerden“. – In: *Abendzeitung*, 16.06.2018, 6.

[SZ] (2018): *Süddeutsche Zeitung*: „Monumentale Natur“, Juni 2018, R15.

2.2. Zeitschriften

1516 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot (2016). Straubing: Straubinger Tagblatt/Landschuter Zeitung.

Apotheken Umschau (2018). Baierbrunn: Wort und Bild Verlag.

Bayerischer Wald Wandern (o.J.). Regensburg: Tourismusverband Ostbayern e.V.

Eine faszinierende Reise durch Ostbayern und Böhmen (1996). Regensburg: Tourismusverband Ostbayern e.V.

Kulturhistorische Streifzüge durch Ostbayern und Böhmen (2004). Regensburg: Tourismusverband Ostbayern e.V.

Plus (2018). Prag: DTIHK/ČNOPK.

Země Světa Bavorsko 2 (2011). Prag: GeoBohemia, s.r.o.

2.3. Broschüren

20 Jahre deutsch-tschechische Wirtschaftsbeziehungen/20 let česko-německých hospodářských vztahů (2013). Prag: Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer, Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag, Germany Trade & Invest.

Bavorsko to chci poznat! (o.J.).München: Bayern Tourismus Marketing GmbH.

Destination Germany – naturally unique (o.J.). Frankfurt am Main: German National Tourist Board (GNTB).

Franconia – Home of the Beer (9/10). Bayreuth: Ellwanger Druck & Verlag GmbH.

Franken – A land of wine and beauty (o.J.). Nürnberg: Tourist Board of Franconia.

German Research – Magazine of the Deutsche Forschungsgemeinschaft (2017). Weinheim: WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA.

GNTB forecast 2030 for inbound tourism to Germany (o.J.). Frankfurt am Main: German National Tourist Board (GNTB).

Ingolstadt an der Donau. Altstadttrundgang (2016). Ingolstadt: Ingolstadt Tourismus und Kongress GmbH.

Invest in Bavaria – Ihr Servicepaket für 70.550 km² Investitionschancen (2012). München: Invest in Bavaria – Die Ansiedlungsagentur des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und der Bayern International GmbH.

Made in Germany – Architecture Engineering Construction (2017). Berlin: Netzwerk Architektorexport, eine Initiative der Bundesarchitektenkammer e.V., Verband Beratender Ingenieure VBI, Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V.

Mit „Work in Bavaria“ zum Traumjob in Bayern (2013). Unterschleißheim: Aldi-Verlag GmbH.

Němčina se vyplatí! Informace o němčině v ČR (2016). Prag: Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in der Tschechischen Republik, Botschaft der Republik Österreich in der Tschechischen Republik.

On the footsteps of aristocratic Bavaria (o.J.). München: Bayern Tourismus Marketing GmbH.

Research Ideas 2017 (2017). München: Bayern Tourismus Marketing GmbH.

Standortdaten im Überblick – Wirtschaftsraum mit Perspektiven (2017). Tauberbischofsheim: Landratsamt Main-Tauber-Kreis.

The German National Tourist Board – Global marketing for Destination Germany (2017). Frankfurt am Main: German National Tourist Board (GNTB).

3. Internetquellen

AHK Tschechien/Česko-německá obchodní a průmyslová komora. URL: <https://yellow.place/en/ahk-tschechien-%C4%8Desko-n%C4%9Bmeck%C3%A1-obchodn%C3%AD-a-pr%C5%AFmyslov%C3%A1-komora-prague-czech> [Stand: 2. August 2018].

Americana 2019 – Messe für Freizeit- und Westernreiter. URL: <https://www.messen.de/de/9623/augsburg/americana/info> [Stand: 28. April 2018].

Augsburg in Kürze. URL: <http://www.augsburg.de/buergerservice-rathaus/rathaus/statistik-stadtforschung/augsburg-in-kuerze/> [Stand: 18. April 2018].

Baierweg – 3. Etappe: Kollnburg – BadKötzting. URL: <https://www.baierweg.de/de/touren/detail/59cb729f975aaf1a7b428962> [Stand: 11. Juli 2018].

Bayern. URL: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Bayern&oldid=174527827> [Stand: 19. März 2018].

Bevölkerung. URL: <http://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/muenchen-in-zahlen.html> [Stand: 18. April 2018].

Bevölkerung. URL: https://www.regensburg.de/fm/121/regensburg_in_zahlen_2017.pdf [Stand: 18. April 2018].

Bevölkerungsanstieg und hohe Geburtenzahlen auch in 2017. URL: https://www.nuernberg.de/presse/mitteilungen/presse_54654.html [Stand: 18. April 2018].

Bilanz des Tourismusverbandes Bayern. URL: <https://www.br.de/nachrichten/bilanz-des-tourismusverbandes-bayern-100.html> [Stand: 20. Juni 2018].

Bratwurst. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Bratwurst> [Stand: 30. Juli 2018].

Coaching für Gründer und Unternehmer. URL: <https://www.ihk-muenchen.de/coaching/> [Stand: 5. August 2018].

Definition: Wertschöpfungskette. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wertschoepfungskette-50465> [Stand 19. März 2018].

Der Streckenabschnitt VDE 8.1. Ausbaustrecke Nürnberg-Ebensfeld. URL: <http://www.vde8.de/Der-Streckenabschnitt-VDE-8-1-Ausbaustrecke-Nuernberg---Ebensfeld-->

-----_site.site..ls_dir._siteid.1_function.set__lang_lang.de_likecms.html [Stand: 11. April 2018].

Die Welthandelsorganisation (WTO). URL: <https://www.bmz.de/de/themen/welthandel/welthandelssystem/WTO/index.html> [Stand 25. Juni 2018].

Drinktec 2021 – Weltmesse für Getränke- und Liquid Food Technologie. URL: <https://www.messen.de/de/10676/muenchen/drinktec/info> [Stand: 20. April 2018].

DZT Imageflyer (eBrochure). URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Imageflyer_210x297_DE_WEB.pdf [Stand: 2. August 2018].

Euroguss 2020 – Internationale Fachmesse für Druckguss: Technik, Prozesse, Produkte. URL: <https://www.messen.de/de/8556/nuernberg/euroguss/info> [Stand: 28. April 2018].

Expo Real 2018 – Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen. URL: <https://www.messen.de/de/8441/muenchen/expo-real/info> [Stand: 28. April 2018].

Grindtec 2020 – Internationale Fachmesse für Schleiftechnik. URL: <https://www.messen.de/de/9625/augsburg/grindtec/info> [Stand: 28. April 2018].

Häfen in Bayern. URL: <https://www.stmi.bayern.de/vum/wasser/haefenundgueter/index.php> [Stand: 11. April 2018].

Ihre Spezialisten für Marktforschung und Beratung in Bayern. URL: <https://rim-marktforschung.de/> [Stand: 5. August 2018].

Imex 2019 – Internationale Messe der Kongress-, Meeting-, Event- und Incentivebranche. URL: <https://www.messen.de/de/7742/frankfurt-am-main/imex/info> [Stand: 7. August 2018].

Industrie. URL: <http://standortportal.bayern.de/standortinfos/standortberatung/branchen/industrie.jsp> [Stand: 19. März 2018].

Industriebericht Bayern 2016. URL: https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2016/2016-08-08Industriebericht_Bayern__2016.pdf [Stand: 19. März 2018].

InteressanteFakten. URL: <http://www.noris-city.de/pages/fakten.html> [Stand: 11. Juli 2018].

Interlift 2019 – Internationale Fachmesse für Aufzüge, Komponenten und Zubehör. URL: <https://www.messen.de/de/9627/augsburg/interlift/info> [Stand: 28. April 2018].

Internationale Handwerksmesse 2019 – Die Leitmesse für Handwerk und Mittelstand. URL: <https://www.messen.de/de/8457/muenchen/internationale-handwerksmesse/info> [Stand: 28. April 2018].

Interzoo 2018 – Internationale Fachmesse für den Heimtier-Bedarf. URL: <https://www.messen.de/de/8571/nuernberg/interzoo/info> [Stand: 28. April 2018].

Jahresbericht DZT 2017 (eBrochure). URL: http://www.germany.travel/media/pdf/ueber_uns_2/DZT_Jahresbericht2017_DE_Web.pdf [Stand: 30. Juli 2018].

Jung und dynamisch. URL: <https://www.donaukurier.de/lokales/ingolstadt/Ingolstadt-Jung-und-dynamisch;art599,3331453> [Stand: 10. Juli 2018].

Kurort. Definition, Merkmale und Arten von Kurorten. URL: <https://www.urlaubsguru.de/lexikon/kurort/> [Stand: 26. Juni 2018].

Luft- und Schienenverkehr, Binnenschifffahrt. URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/verkehr_luft_schiene_schiff/00099.php [Stand: 11. April 2018].

Monatserhebung im Tourismus. URL: <https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online?operation=previous&levelindex=2&levelid=1523221415673&step=2> [Stand: 8. April 2018].

Opti 2019 – Internationale Messe für Optik und Design. URL: <https://www.messen.de/de/14081/muenchen/opti/info> [Stand: 28. April 2018].

Regionalbüro Pilsen. URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/regionalbuero-pilsen/> [Stand: 2. August 2018].

Regionalvertretungen. URL: <https://tschechien.ahk.de/mitgliedschaft/regionalvertretungen/> [Stand: 30. Juli 2018].

So reisen wir Bayern. URL: <https://www.merkur.de/reise/sind-unsere-beliebtesten-urlaubsziele-zr-2753529.html> [Stand: 26. Juni 2018].

Tourismus. URL: <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index?path=null/suchergebnisse&such=tourismus> [Stand: 29. Juni 2018].

Tourismus in Bayern. URL: <https://www.statistik.bayern.de/statistik/tourismus/> [Stand: 8. April 2018].

Unser Team. URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/unsere-team/> [Stand: 2. August 2018].

UNWTO. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/fischer-weltalmanach/244102/unwto> [Stand: 6. Juli 2018].

Verkehr und Mobilität. URL: <http://www.innenministerium.bayern.de/vum/index.php> [Stand: 11. April 2018].

Vertretungen der DTIHK. URL: <https://tschechien.ahk.de/ueber-uns/vertretungen-der-dtihk/> [Stand: 2. August 2018].

Anlagenverzeichnis

Anlage 1: Foto der Steinernen Brücke in Regensburg

Anlage 2: Foto des Goliathhauses in Regensburg

Anlage 3: Übersicht der Broschüren aus der Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag

Anlage 4: Übersicht der Broschüren aus der DTIHK

Anlage 5: Übersicht der Broschüren aus der DZT

Anlage 6: Tschechische Transkription des Interviews mit Herrn Pohaněl

Anlage 7: Kataloge aus den Reiseagenturen Ciao... und Invia

Anlage 1: Foto der Steinernen Brücke in Regensburg



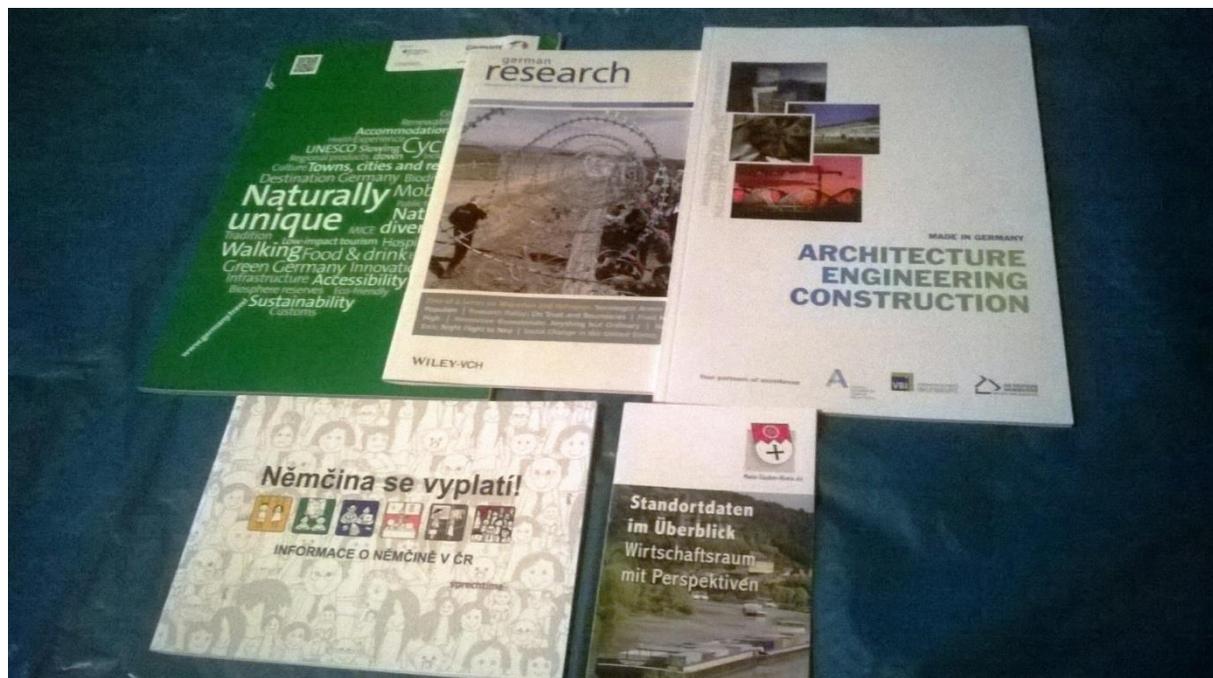
Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit

Anlage 2: Foto des Goliathhauses in Regensburg



Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit

Anlage 3: Übersicht der Broschüren aus der Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Prag



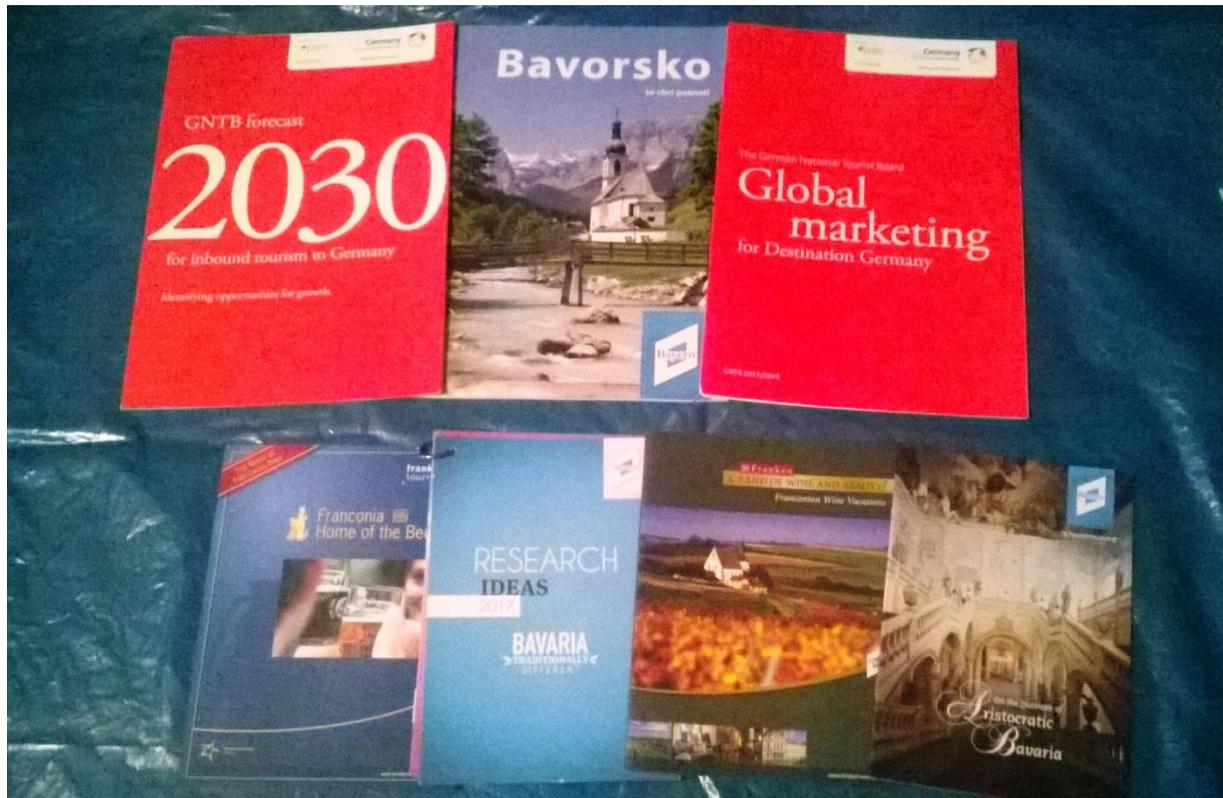
Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit

Anlage 4: Übersicht der Broschüren aus der DTIHK



Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit

Anlage 5: Übersicht der Broschüren aus der DZT



Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit

Anlage 6: Tschechische Transkription des Interviews mit Herrn Pohaněl

Frage 1: Spolupracujete s jinými společnostmi?

Herr Pohaněl: Našimi obchodními partnery jsou především německé centrály cestovního ruchu na úrovni spolkových zemí a jejich partnerské organizace, partneři převážně z domácího cestovního ruchu (např. hotelové řetězce, tour operátoři, cestovní agentury), dále redakce tuzemských médií, agentura CzechTourism, Německé velvyslanectví v Praze a zahraniční zastoupení Německé turistické centrály v dalších zemích...

Frage 2: Spolupracuje Vaše instituce také s jinými evropskými zeměmi?

Herr Pohaněl: Viz výše

Frage 3: Je potřeba v některých oblastech bavorského turismu státní podpory?

Herr Pohaněl: Činnost bavorské turistické centrály (BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH) a jejich partnerských organizací je financována z veřejných zdrojů. Příjmy Bavorska z cestovního ruchu tyto výdaje několikanásobně převyšují.

Frage 4: Jaké jsou nejdůležitější cíle NTC v oblasti cestovního ruchu? Do čeho se v současné době investuje a proč?

Herr Pohaněl: Hlavním cílem našeho zastoupení je zvyšovat povědomí o turistické zemi Německo v České republice, a to prostřednictvím pestré škály marketingových aktivit. Nejvíce investujeme do online kampaní, zejména na sociálních sítích, kde mj. navazujeme a rozvíjíme spolupráci s travel influencery. Tímto se stáváme součástí soudobého trendu postupné digitalizace komunikačních forem v cestovním ruchu.

Frage 5: Který sektor bavorského turismu je podle Vás nejvýnosnější pro bavorskou ekonomiku? Je to např. sport, kultura, turistika nebo jiné varianty?

Herr Pohaněl: K zodpovězení této otázky bohužel nemám potřebné podklady.

Frage 6: Jaké jsou inovace v bavorském turismu?

Herr Pohaněl: Zde sice nemohu poskytnout vyčerpávající odpověď ke všem projektům v oblasti inovací, nicméně sloganem bavorské turistické centrály je Bavorsko „tradičně odlišné“. Aktuálně např. běží kampaň, která se zaměřuje na vyhledávání lidí provozujících

tradiční řemesla a následně jsou tyto činnosti prezentovány prostřednictvím nových médií (např. formou podcastů).

Frage 7: Jaké jsou rozdíly mezi turismem na venkově a městským turismem? Která možnost je u turistů oblíbenější?

Herr Pohaněl: Turismus na venkově vybízí k aktivnímu odpočinku a sportovnímu vyžití, zatímco města lákají na památky a eventy. U českých turistů v Německu převažuje aktivní dovolená v přírodě.

Frage 8: Jaká jsou nejnavštěvovanější místa v Bavorsku českými turisty? Navštěvují pravidelně ta samá místa každý rok? Můžete jmenovat nejnavštěvovanější místa v průběhu dvou až tří let?

Herr Pohaněl: Nemám sice k dispozici přesná čísla, nicméně si troufnu odhadnout, že mezi nejnavštěvovanější místa v Bavorsku českými turisty bude patřit Bavorský les a také oblast Berchtesgadenska. Mezi městy to jistě bude Mnichov, Norimberk a Řezno. Zjevným trendem je skutečnost, že čeští turisté navštěvují Německo (a tedy i Bavorsko) opakovaně, resp. několikrát ročně.

Frage 9: Jaký máte názor na české turisty v Bavorsku? Jsou zde vítáni?

Herr Pohaněl: Zhruba třetina všech přenocování českých hostů v Německu je realizována právě v Bavorsku, což jej řadí suverénně na první místo mezi spolkovými zeměmi. Z osobní zkušenosti i z rozhovorů s kolegy z bavorské turistické centrály vím, že čeští turisté jsou v Bavorsku vždy vítáni.

Frage 10: Co si myslíte o problému, týkajícího se poměrně nízké návštěvnosti muzeí ve větších bavorských městech? (Např. Bavorské národní muzeum v Mnichově).

Herr Pohaněl: Podle mého názoru se jedná o souběh více faktorů. Jedním z nich by mohla být např. nízká míra interakce s návštěvníky, což by zároveň mohlo představovat i potenciál pro zlepšení.

Frage 11: Nedávno jsem četla rozhovor s bavorskou ministryní hospodářství Ilse Aigner – tvrdí, že investice do turismu se opravdu vyplácejí a že nejatraktivnějšími vládními obvody jsou Dolní Bavorsko a Horní Falc. Proč si myslíte, že jsou to právě tyto obvody?

Herr Pohaněl: K zodpovězení této otázky bohužel nemám potřebné podklady.

Frage 12: Jak celkově hodnotíte česko-bavorskou spolupráci?

Herr Pohaněl: Česko-bavorská spolupráce v oblasti cestovního ruchu je na vynikající úrovni. S bavorskou turistickou centrálou máme dlouhodobě úspěšnou spolupráci v celé řadě marketingových i PR aktivit.

Anlage 7: Kataloge aus den Reiseagenturen und Ciao... und Invia



Quelle: Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit