



Sachstand

Staatliche Ausgaben ausgewählter Länder für die touristische Auslandsvermarktung

**Staatliche Ausgaben ausgewählter Länder für die touristische
Auslandsvermarktung**

Aktenzeichen: WD 5 - 3000 - 058/22
Abschluss der Arbeit: 25. Mai 2022
Fachbereich: WD 5: Wirtschaft und Verkehr, Ernährung und Landwirtschaft

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Frankreich	4
3.	Spanien	5
4.	Österreich	5
5.	Niederlande	5
6.	Portugal	6
7.	Schweiz	6
8.	Vereinigtes Königreich	7

1. Einleitung

In Deutschland liegt das geplante Budget der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) im Jahr 2022 bei ca. 41 Mio. Euro. Die Deutsche Zentrale für Tourismus erhält eine institutionelle¹ staatliche Förderung von rund 34,5 Mio. Euro. Mit dieser Bundeszuwendung wirbt die DZT im Ausland für das Reiseland Deutschland und koordiniert u. a. die Ergebnisse der Marktforschung zur Stärkung Deutschlands als Tourismusstandort.²

Gegenstand des vorliegenden Sachstands sind die Fragen, wie hoch das Budget der nationalen Tourismusorganisationen zur Auslandsvermarktung in ausgewählten europäischen Ländern für das Jahr 2022 in Millionen Euro ist und wie hoch dabei der Anteil des staatlichen Zuschusses an diesem Budget ist.

Die Ausführungen zu den ausgewählten europäischen Ländern basieren im Wesentlichen auf den Antworten einer Abfrage bei den genannten Ländern.

2. Frankreich

In Frankreich ist **Atout France**³ für die Entwicklung der Tourismusindustrie zuständig. Sie hat den Status einer wirtschaftlichen Interessengemeinschaft, der es ihr ermöglicht, ihren öffentlichen Auftrag in Zusammenarbeit mit dem Staat, den lokalen Behörden und den Tourismusfachleuten zu erfüllen.

Im Jahr **2022** erhält Atout France staatliche Zuschüsse für gemeinwirtschaftliche Verpflichtungen in Höhe von **28,7 Mio. Euro**. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein leichter Anstieg um 0,4 Mio. Euro.

Darüber hinaus erhält Atout France **2,25 %** der im Vorjahr vom Staat eingenommenen Einnahmen aus den **Visagebühren**. Vor der COVID-19-Pandemie waren dies etwa 5 Mio. Euro pro Jahr.

Hinzu kommen von Atout France erwirtschaftete Eigenmittel, die **2019** (vor der COVID-19-Pandemie) bei **32,9 Mio. Euro** lagen und sich aus 30,8 Mio. Einnahmen aus Partnerschaften und 2,1 Mio. aus Mitgliedsbeiträgen zusammensetzten.

1 Zum Begriff: <https://www.bundesrechnungshof.de/de/veroeffentlichungen/produkte/leitsaetze-der-externen-finanzkontrolle/leitsatzsammlung/04-zuwendungen-zuweisungen-zuschuesse/leitsatz-04-05-bewilligung-von-projektfoerderungen-an-institutionelle-zuwendungsempfaenger-des-bundes>.

2 <https://dserver.bundestag.de/brd/2022/0115-22.pdf>, S. 78.

3 Agence de développement touristique de la France (Agentur für die touristische Entwicklung Frankreichs).

3. Spanien

Entsprechend dem Gesetz 22/2021⁴ vom 28. Dezember 2021 über den Allgemeinen Staatshaushalt für das Jahr **2022** belaufen sich die Mittel für den Tourismus auf **1,79 Mrd. Euro**. Das sind 36,3 % mehr als im Jahr 2021. Hiervon sind **1,56 Mio. Euro** für die Bereiche Wiederaufbau, Transformation und Widerstandsfähigkeit zur weiteren Erholung des Tourismussektors vorgesehen.

In Spanien beläuft sich das geplante Budget für das spanische Tourismusinstitut **TURESPAÑA** auf etwa **66 Mio. Euro**. TURESPAÑA ist eine autonome Organisation der Allgemeinen Staatsverwaltung, die für die Werbung für Spanien als Reiseziel im Ausland zuständig ist. Das entspricht nach Informationen des spanischen Ministeriums für Industrie, Handel und Tourismus einer Erhöhung um 4 Mio. Euro im Vergleich zu 2021.⁵

4. Österreich

Die touristische Auslandsvermarktung wird von der „**Österreich Werbung**“⁶ wahrgenommen. Ihr Budget setzt sich aus Mitgliedsbeiträgen der beiden Mitglieder, des **Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT)** und der **Wirtschaftskammer Österreich (WKO)**, sowie aus Leistungsbeiträgen der österreichischen Tourismuswirtschaft für Marketingleistungen zusammen. Das Vereinsstatut schreibt die Zwecke für die öffentlichen Mittel der beiden Vereinsmitglieder fest. Hierbei handelt es sich insbesondere um die internationale Stärkung Österreichs als Tourismusdestination und die Verankerung von Österreich als Marke. Österreich Werbung nimmt aber auch andere Aufgaben und Werbung in Österreich wahr. Der Schwerpunkt liegt jedoch auf der Auslandswerbung. Eine Aufgliederung des Budgets nach jeweiligen Aufgabengebieten ist nicht möglich.

Die Mitgliedsbeiträge des **BMLRT** und der **WKO** beliefen sich 2020 auf 32 Mio. Euro. Hiervon entfielen 75 % auf die Republik Österreich, d. h. 24 Mio. Euro, und 25 % auf die WKO, d. h. 8 Mio. Euro. Das Gesamtbudget beträgt rund 50 Mio. Euro. Im Jahr 2020 erhielt die Österreich Werbung zudem 40 Mio. Euro aus Covid-19-Sondermitteln des Bundes für Tourismuswerbung. Im Budget **2022** sind **28 Mio. Euro** als Beitrag pro Mitglied vorgesehen.

5. Niederlande

In den Niederlanden ist das **Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC)**⁷ unter anderem für die internationale Markenbildung zuständig. Insgesamt erhielt das NBTC vom Ministerium für Wirtschaft und Klimapolitik für **2022** ein Budget in Höhe von **9,42 Mio. Euro**, das die

4 <https://www.boe.es/eli/es/l/2021/12/28/22/dof/spa/pdf>.

5 <https://www.mincotur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2021/documents/20211014%20np%20presupuestos.pdf>.

6 <https://www.austriatourism.com/ueber-uns/>.

7 <https://www.nbtc.nl/en/site.htm>.

Förderung der Niederlande als Reiseziel beinhaltet. Dieses wird durch ein ebenso großes Budget der Wirtschaft und der lokalen Behörden ergänzt. Eine anteilige Budgetausweisung für die internationale Markenbildung ist nicht möglich.

Die Werbung für die Niederlande als Reiseziel verfolgte lange Zeit das Ziel, mehr Besucher anzuziehen. Für den Zeitraum von 2020 bis 2030 hat sich das Gastgewerbe für eine andere Strategie entschieden, bei der es vielmehr auf die Verteilung von Touristen, die Bekämpfung von Spitzenbelastungen und Nachhaltigkeit ankommt. Weitere Informationen hierzu finden sich im Strategieplan „Perspektive 2030“.⁸

6. Portugal

Nach Informationen der portugiesischen **Generaldirektion für den Haushalt (DGO)**⁹ belaufen sich die Haushaltsmittel im Jahr **2022** für die Ausgabenkategorie „Seminare, Ausstellungen und Ähnliches“ für **Turismo de Portugal**¹⁰ auf rund **3,19 Mio. Euro**.¹¹ Aufgrund der Wahlen im Januar 2022 wurde der entsprechende Regierungsentwurf für den Staatshaushalt 2022 jedoch noch nicht verabschiedet.

Nach Angaben der DGO erhält Turismo de Portugal im Jahr **2022** einen staatlichen Zuschuss (der eine Komponente der Steuereinnahmen darstellt) in Höhe von ca. **16,4 Mio. Euro** bei erwarteten Gesamteinnahmen von etwa 298,5 Mio. Euro.

7. Schweiz

Schweiz Tourismus ist als nationale Organisation für die Tourismusvermarktung der Schweiz mit der Förderung der touristischen Nachfrage für die Schweiz im In- und Ausland beauftragt.¹²

Das Jahresbudget **2022** für Schweiz Tourismus beträgt **94,1 Mio. Franken (ca. 90,4 Mio. Euro)**. Mit diesem Budget erledigt Schweiz Tourismus all ihre Aufgaben und **nicht nur** die Vermarktung im Ausland. Ungefähr die Hälfte des Budgets von Schweiz Tourismus kommt aus der Tourismusbranche. Die andere Hälfte besteht aus Bundesgeldern.

Für Finanzhilfen an Schweiz Tourismus wurde für die Jahre **2020 bis 2023** ein staatlicher Zuschuss des Bundes von **230 Mio. Franken (ca. 220,9 Mio. Euro)** bewilligt.¹³ Auch dieser Zuschuss

8 <https://www.nbtc.nl/en/site/destination-netherlands/perspective-destination-netherlands-2030.htm>.

9 <https://www.dgo.gov.pt/Paginas/default.aspx>.

10 Turismo de Portugal ist die nationale Tourismusbehörde Portugals und steht unter der Aufsicht des Ministeriums für Wirtschaft und Meer.

11 https://www.dgo.gov.pt/politicaorcamental/OrcamentodeEstado/2022/Proposta%20do%20Or%C3%A7amento/Desenvolvimentos%20Orcamentais/OE2022_MapasAC-DO-Min08.pdf, S. 90.

12 <https://www.stnet.ch/de/portrait/facts-figures/>.

13 Siehe hierzu auch: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20190016> sowie <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2019/20190016/Bundesbeschluss%203%20NS%20D.pdf>.

ist **nicht nur** für die Auslandsvermarktung gedacht, sondern für alle Aufgaben, so z. B. auch für Marktforschung oder Vermarktung des Schweizer Tourismus im Inland.

Im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie gibt es derzeit einen weiteren **außerordentlichen** Zuschuss „Recovery Programm für den Schweizer Tourismus“. Diesen hat der Bundesrat am 1. September 2021 verabschiedet. Der Schwerpunkt dieses Programms liegt auf der Wiederbelebung der Nachfrage und dem Erhalt der Innovationsfähigkeit. Insgesamt wird der Schweizer Tourismus mit 60 Mio. Franken zusätzlich unterstützt. Von diesen Zusatzmitteln erhält Schweiz Tourismus für die Jahre **2022 und 2023 zusätzlich 30 Mio. Franken (28,8 Mio. Euro)** für die Nachfrageförderung.

8. Vereinigtes Königreich

Die **British Tourist Authority (BTA)** ist die nationale Tourismusbehörde. Sie ist eine nichtministerielle Einrichtung, die größtenteils von der Regierung über das **Ministerium für Digitales, Kultur, Medien und Sport (DCMS)** finanziert wird. Sie besteht aus VisitBritain und VisitEngland. VisitEngland konzentriert sich auf den Inlandstourismus, während **VisitBritain** den internationalen Tourismus fördert.

Im Vereinigten Königreich werden die Mittel in der Regel für Haushaltsjahre ausgewiesen, die von April bis März laufen. Die Mittel für das Haushaltsjahr 2022/23 (April 2022 bis März 2023) wurden **noch nicht** veröffentlicht.

Für das Haushaltsjahr **2021/22** gibt der BTA-Geschäftsplan¹⁴ ein Gesamtbudget für Aktivitäten in Höhe von **27 Mio. Pfund (31,7 Mio. Euro)**¹⁵ an. Davon entfielen 19,9 Mio. Pfund (23,4 Mio. Euro) auf **VisitBritain** und 7,1 Mio. Pfund (8,3 Mio. Euro) auf VisitEngland.¹⁶ Der Geschäftsplan gibt außerdem an, dass mindestens 22,3 Mio. Pfund (26,2 Mio. Euro) für Aktivitäten zur Steigerung der Nachfrage, einschließlich Auslands- und Inlandsmarketing, vorgesehen sind. Darin sind keine Personal- oder Betriebskosten enthalten.

Von Januar bis April 2022 verfügte die internationale Marketingkampagne von VisitBritain über ein Medienbudget von 7 Mio. Pfund¹⁷ (8,2 Mio. Euro). Im Januar 2022 startete VisitBritain eine

14 https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/business_plan_2021-22.pdf.

15 Die Kosten in Euro wurden anhand des durchschnittlichen Wechselkurses der britischen Finanzbehörde HMRC für das Jahr bis zum 31. März 2022 berechnet. Siehe hierzu auch: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1073144/Yearly-average-31.3.22.csv/preview.

16 <https://www.visitbritain.org/visitbritainvisitengland-priorities-202122>.

17 Digital, Culture, Media and Sport Committee, Promoting Britain Abroad, 25. Januar 2022, <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/42107/pdf/>.

10 Mio. Pfund (11,7 Mio. Euro) teure Kampagne, um ausländische Touristen zu einem Besuch des Vereinigten Königreichs zu bewegen.¹⁸

Nach Berechnungen von VisitBritain wäre für das Jahr 2022 ein Marketingbudget von 200 Mio. Pfund (234,8 Mio. Euro) erforderlich, um das Volumen und den Wert des internationalen Tourismus auf das Niveau von 2019 anzuheben.¹⁹

In seinem im Juni 2021 veröffentlichten Plan zur Wiederbelebung des Tourismus²⁰ führt das DCMS aus, dass die Regierung innerhalb eines weiteren Geschäfts- und Tourismusprogramms in Höhe von 24 Mio. Pfund (28,2 Mio. Euro), das parallel zu den Commonwealth Games²¹ 2022 durchgeführt wird, mindestens 19 Mio. Pfund (22,3 Mio. Euro) für inländische und internationale Marketingaktivitäten bereitgestellt hat. Es ist jedoch nicht klar, wie viel davon auf internationales Marketing entfällt.

Die vollständigen Jahresabschlüsse für die Jahre 2021/22 und 2022/23 sind noch nicht veröffentlicht. Informationen zu den Vorjahren einschließlich der Höhe der staatlichen Zuschüsse finden sich in den Jahresabschlüssen der BTA.²²

* * *

18 Digital, Culture, Media and Sport Committee, Promoting Britain Abroad, 22. März 2022, <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/107113/pdf/>.

19 Digital, Culture, Media and Sport Committee, Promoting Britain Abroad, 25. Januar 2022, <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/42107/pdf/>.

20 [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/992974/Tourism Recovery Plan Web Accessible .pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/992974/Tourism_Recovery_Plan_Web_Accessible_.pdf).

21 Die Commonwealth Games sind ein internationales Sportereignis, in dessen Rahmen sich alle vier Jahre die besten Sportler aus den Ländern des Commonwealth of Nations für Wettbewerbe in verschiedenen Sportarten treffen.

22 <https://www.visitbritain.org/our-performance-reporting>.