

Daher kann man schließen, dass die antirussischen Sanktionen das deutsche Automobilgeschäft erheblich beeinträchtigten, da die Unternehmen einen erheblichen Anteil am Absatzmarkt verloren, aber durch ihre Flexibilität und Anpassungsfähigkeit konnten die Unternehmen ihre Gewinne sogar steigern.

### Referenzen

1. Данные о продажах автомобилей BMW в России за 2022 год [Электронный ресурс] // Статистика продаж автомобилей. — Режим доступа: <https://auto.vercity.ru/statistics/sales/europe/2022/russia/bmw/?ysclid=lactpqr1ll670864164>. — Дата доступа: 11.11.2022.

2. Volkswagen AG. Итоги I кв. 2022 года [Электронный ресурс] // Управляющая компания Арсагера. — Режим доступа: [https://bf.arsagera.ru/volkswagen\\_ag/itogi\\_1\\_kv\\_2022\\_goda/?ysclid=lacuc5i8oq93017358](https://bf.arsagera.ru/volkswagen_ag/itogi_1_kv_2022_goda/?ysclid=lacuc5i8oq93017358). — Дата доступа: 11.11.2022.

3. QUARTERLY STATEMENT [Электронный ресурс] // BMW Group. — Режим доступа: [https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup\\_com/ir/downloads/en/2022/q3/BMW\\_Q3-2022\\_EN.pdf](https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/ir/downloads/en/2022/q3/BMW_Q3-2022_EN.pdf). — Дата доступа: 11.11.2022.

**E. Scherbatsch**

**Е.М. Щербач**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Е.В. Молчанова*

## **DIE ERFAHRUNGEN MIT DER ENTWICKLUNG DES BINNENTOURISMUS IN DEUTSCHLAND UND IHRE ANWENDUNG IN BELARUS**

### **Опыт развития внутреннего туризма в Германии и его применение в Беларуси**

Der deutsche Tourismusmarkt ist gastfreundlich gegenüber Ausländern, entwickelt sich aber auf Kosten der eigenen Reisenden. Die COVID-19-Pandemie hat zum Anstieg der Popularität des Binnentourismus in Deutschland geführt. Nach Angaben von The German Tourism Market wurden in der Zeit vor Pandemie 84 % aller Hotelbuchungen von Deutschen getätigt; heute sind es 94 %.

Die Lust am Reisen im eigenen Land ist ein charakteristisches Merkmal der deutschen Mentalität. Die Belarussen hingegen ziehen es vor, ins Ausland zu reisen, so dass das Problem der Förderung des Inlandstourismus heute von Bedeutung ist.

Das Ziel der Studie ist es, die Erfahrungen mit der Entwicklung des Binnentourismus in Deutschland zu untersuchen, um sie in Belarus anzuwenden. Der Gegenstand dieser Forschungsarbeit ist der deutsche Inlandstourismus. Es wurde die Aufgabe gestellt, die

Besonderheiten der deutschen Politik zur Entwicklung des Inlandstourismus zu erforschen.

An erster Stelle stehen für die Deutschen Natur- und Erholungsfaktoren — die Schönheit der Landschaft, das Heilklima und die Sauberkeit des Territoriums, also die Erholungsmöglichkeiten ihrer Heimat. Der Straßenverkehr dominiert (81 %) im Inlandstourismus, was durch ein gut ausgebautes Straßennetz erleichtert wird. Die Hauptquelle des Touristenverkehrs ist der Besuch von Sehenswürdigkeiten im Rahmen von Touren. Laut Bundesbericht über die Tourismuspolitik entfallen 41 % des Verkehrsaufkommens auf Städtebesuche, weitere 17 % auf Bustouren durch das Land.

Die Touristen werden auch von Massenveranstaltungen wie dem Oktoberfest in die Städte gelockt. Im Oktober 2022 besuchten 5,7 Millionen Touristen München, davon 77 % Deutsche. Dieses Fest fördert also den zunehmenden inländischen Tourismusverkehr und hat fast keine Auswirkungen auf den Auslandstourismus.

Der Grund für die Wirksamkeit des Inlandstourismus in Deutschland ist der hohe Anteil der Konsumausgaben. Der Tourismus stimuliert die Wirtschaftstätigkeit des Landes durch den Konsum. Fast alle Wirtschaftssektoren sind an der Reproduktion des touristischen Produkts beteiligt, was durch den Synergieeffekt die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche erhöht.

Die touristische Tätigkeit ist in Deutschland nicht lizenziert. Eine Bescheinigung über das Fehlen strafrechtlicher Tatsachen reicht für die Registrierung aus. Der Tourismusmarkt wird durch den Hotel- und Gaststättenverband, den Verband der Gastronomen und Hoteliers (DEHOGA) und den Deutschen Tourismusverband kontrolliert. Dieser Verband finanziert sich aus den Beiträgen der Mitglieder und aus dem Bundes- oder Landeshaushalt.

Einfache Unternehmensgründung, keine totale Kontrolle und die minimalen Investitionen entwickeln den Tourismus durch Mini-Unternehmen. Bei der Fokussierung auf den einheimischen Touristen verdienen die deutschen Hotels nicht an hohen Übernachtungspreisen, sondern an der großen Zahl der Touristen. Die Rentabilität der kleinen Hotels ist gering, aber stabil. Die Mini-Hotels sind profitabel, wenn sie Wettbewerbsvorteile ihres Formats richtig nutzen.

Die Positionierung der Tourismusindustrie als integraler Bestandteil der Wirtschaft, ihre Unterordnung unter die Bundes- und Landesgesetzgebung mit Vergünstigungen für kleine Unternehmen und die direkte Beteiligung der Regierung an der Förderung des nationalen Tourismusprodukts werden als Merkmale der Entwicklung des Binnentourismus in Deutschland genannt. Die Kombination von Freizeit- und Kulturpotenzial mit einem wirksamen System der Tourismusregulierung führt zu einer hohen Unternehmensleistung. In diesem Zusammenhang ist die Untersuchung des Binnentourismus in Deutschland für die Entwicklung von Strategien dieser Branche in Belarus geeignet.