

TOURISM

...importance of tourism in austria

...attractors for the tourists

...resulting consequences for the inhabitants of touristic areas an regions

by Gabriel Stotter & Judith Scheiber

„Tourismus ist ein Überbegriff für Reisen, die Reisebranche und das Gastgewerbe und seit den 1980er Jahren gebräuchlich. Bis dahin wurde der Wirtschaftszweig bzw. das Gesellschaftsphänomen als Fremdenverkehr bezeichnet. Die Branche zählt weltweit zu den größten Wirtschaftszweigen. 2004 wurden nach Angaben der Welttourismusorganisation in diesem Bereich Erlöse von etwa 623 Milliarden US-Dollar erzielt. Mit weltweit rund 100 Millionen Beschäftigten gilt der Tourismus als einer der bedeutendsten Arbeitgeber. Grenzüberschreitende Reisen machen 25 bis 30 Prozent des Welthandels im Dienstleistungsbereich aus.“ (aus Wikipedia, die freie Enzyklopädie)

Soweit die nüchterne Erklärung des Wortes Tourismus. Für diese Seminararbeit werden wir im Besonderen auf Tourismus in Österreich eingehen und zwischen Städtetourismus, Sommer- und Wintertourismus differenzieren.















Geschichte

Tourismus spielt in Österreich schon lange eine große Rolle. Bereits am Beginn des 19. Jahrhunderts gab es einige beliebte Urlaubsziele in unserem Land. Wien war ein beliebtes Reiseziel für die Aristokratie, aber auch diverse Kurbäder (zB Bad Vöslau, Bad Ischl, etc.) erfreuten sich großer Beliebtheit. Kaiser Franz Josef beauftragte die Österreichische Bahn damit, neue Orte für den „Fremdenverkehr“ zu erschließen und bewies damit Pioniergeist. Ein weiterer Aspekt, der dem Tourismus einen höheren Stellenwert zukommen ließ war der Ausbau und Neubau von Wanderwegen und Schutzhütten im gesamten Alpenraum. In der Mitte des 19. Jhdt. wurden an Alpenseen, Taleingängen und an den Bahnhöfen große Hotels gebaut. Touristen blieben damals recht lange zur Sommerfrische, weshalb eine hohe Wertschöpfung erzielt werden konnte. Am Beginn des 20. Jhdt. trug der Ausbau des Postwegenetzes und den damit einhergehenden besseren Busverbindungen ein weiteres bei. Schitourismus begann erst kurz vor dem 2. Weltkrieg. Im Jahr 1905 wurden in St. Anton am Arlberg die ersten Schikurse angeboten.

Entwicklung

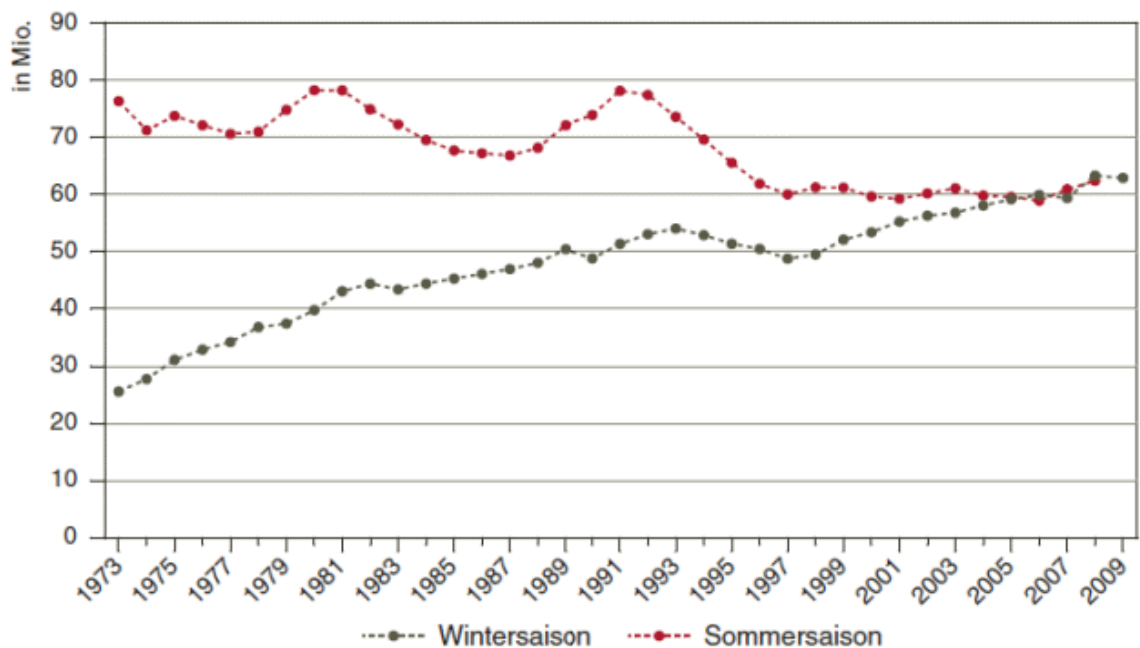
In den letzten Jahren nahm der Tourismus in Österreich entgegen aller Prognosen nicht ab, sondern zu. Österreich rangiert nach wie vor im weltweiten Spitzenfeld, was Tourismus betrifft und reiht sich hiermit in die Reihe der attraktivsten Reiseziele ein.

	Internationale Ankünfte in 1.000	Veränderung zu 2007	Marktanteil
 Frankreich	79.300	+3,2%	8,6%
 USA	58.030	+3,6%	6,3%
 Spanien	57.311	-2,3%	6,5%
 China	53.049	-3,1%	5,7%
 Italien	42.734	-2,1%	4,7%
 Vereinigtes Königreich	30.190	-2,2%	3,3%
 Ukraine	25.449	+10,1%	2,8%
 Türkei	24.994	+12,3%	2,7%
 Deutschland	24.886	+1,9%	2,7%
 Mexiko	22.637	+5,9%	2,4%
 Malaysia	22.062	+5,1%	2,4%
 Österreich	21.927	+5,6%	2,4%

Quelle (Source): UNWTO.

Wobei man hier differenzieren muss. Der Sommertourismus befindet sich seit den 70er Jahren in ständigem auf und ab. Seit Ende der 90er Jahre stagniert der Sommertourismus bei ca. 60 Millionen Besuchern pro Jahr. Der Wintertourismus in Österreich hingegen steigt konstant seit den 70ern, mit kleineren Einbrüchen Ende der 90er Jahre.

Übernachtungen seit 1973



Q: STATISTIK AUSTRIA, Tourismusstatistik. Erstellt am: 11.09.2009.

Attraktoren

Wintertourismus

Unter Wintertourismus verstehen wir hauptsächlich Wintersport. Die wichtigsten Regionen hierfür sind in Österreich Tirol, Salzburg, Vorarlberg und Kärnten. Hier befinden sich viele Schigebiete mit teilweise über 100 Pistenkilometern. Einige der Wintertourismusorte verfügen auch über Gletscherschigebiete und sind aus derzeitiger Sicht „schneesicher“ und relativ unabhängig von den Niederschlägen. Die größten Schigebiete sind derzeit Arlberg, Lech/Zürs/Warth, Ötztal, Zillertal, Stubaital, Kitzbühel und in Salzburg Skiverbund Amadé, Saalbach Hinterglemm, Radstadt/Altenmarkt/Zauchensee, Obertauern.

Sommertourismus

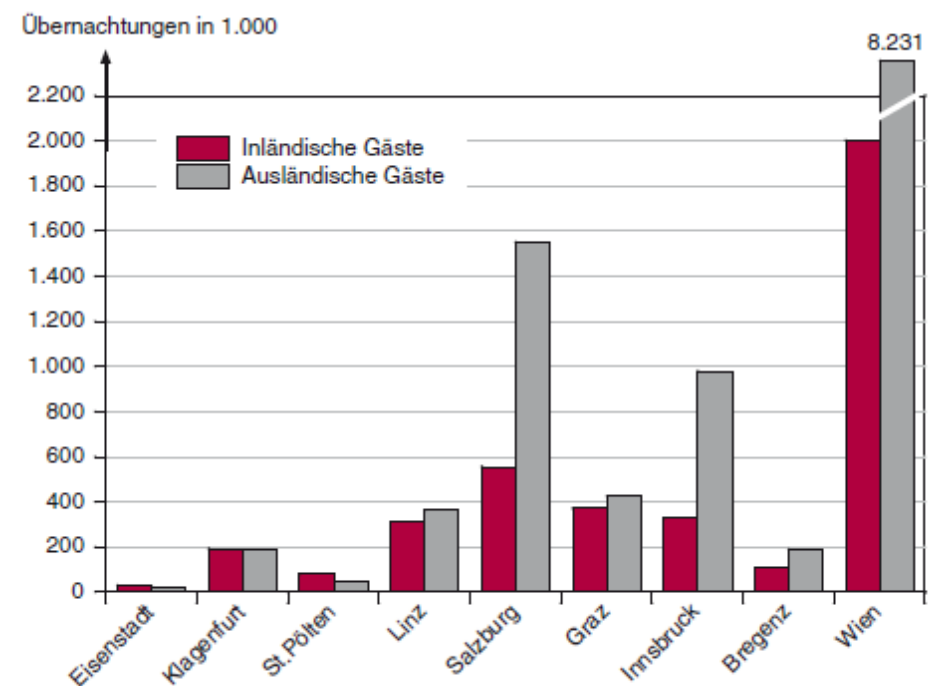
Die größten Attraktoren des Sommertourismus sind einerseits der Bergsport, andererseits der Badeurlaub. Während der Bergsport hauptsächlich auf der Alpenostseite seine Anhänger findet, treffen sich die Badeurlauber eher am Neusiedler See, im Salzkammergut und Salzburger Seengebiet sowie im Kärntner Seengebiet.

Kulturtourismus

Einer der wichtigsten Anziehungspunkte des Kulturtourismus sind diverse Musikevents wie die Salzburger Festspiele, die Bregenzer Festspiele, die Wiener Festwoche oder der Carinthische Sommer.

Städtetourismus

Städtetourismus in Österreich gibt es vor allem in den Landeshauptstädten. Wobei hier vor allem das Kulturangebot von Wien, Salzburg und Innsbruck die Gäste anlockt. Über 50% dieses Tourismuszweiges fallen auf die Stadt Wien und teilen sich auf in Kultur-, Architektur-, Kongresstourismus.



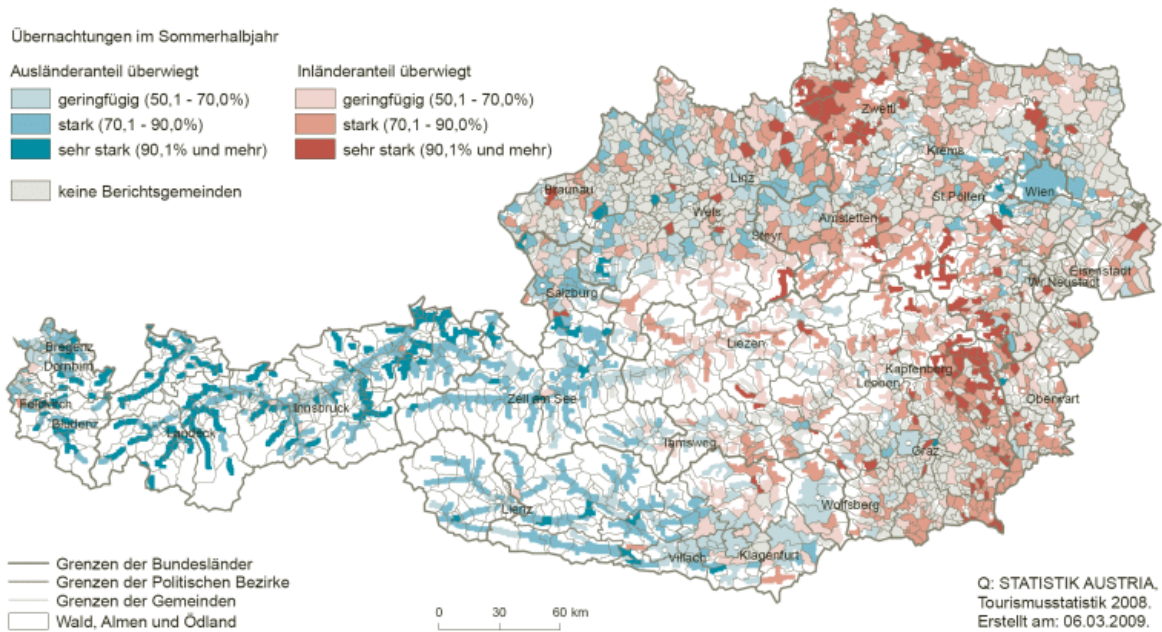
Quelle (Source): STATISTIK AUSTRIA.

Differenzierung Sommer und Wintertourismus

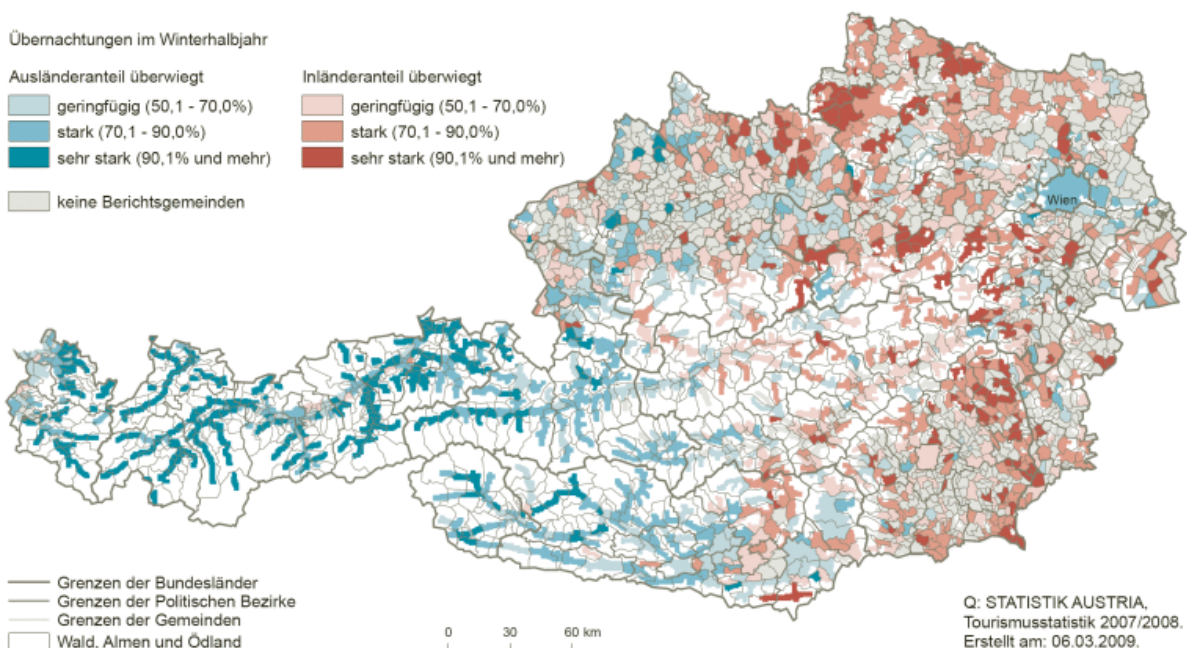
Urlaub im eigenen Land...

Die Österreicher besuchen sowohl im Sommer, als auch im Winter im eigenen Land vor allem die östlichen Bundesländer, während die westlichen Bundesländer Vorarlberg, Tirol, Salzburg und zu einem gewissen Anteil auch Kärnten hauptsächlich von ausländischen Gästen besucht werden.

Übernachtung von Gästen aus dem In- und Ausland im Sommerhalbjahr 2008 nach Gemeinden



Übernachtung von Gästen aus dem In- und Ausland im Winterhalbjahr 2007/2008 nach Gemeinden



Einer der größten Arbeitgeber Österreichs ist der Tourismus. Laut Statistik Austria sind ca. 12% aller Vollzeitwerbstätigen in Österreich direkt oder indirekt (Sekundärmarkt) mit der Tourismusbranche verbunden. 8% der Vollzeitwerbstätigen sogar direkt.

Problematik

The Show Must Go On!

Durch den überwiegend harten Tourismus in Österreich entstehen regelrechte Monokulturen. Besonders in den Wintertourismusorten wie St. Anton, Ischgl oder Sölden sind die ökologischen und soziologischen Konsequenzen des Massentourismus besonders gut spürbar. So gibt es in Sölden zB inzwischen im Ortszentrum 18 Sportgeschäfte (Tendenz steigend), 2 Schmuckgeschäfte und 4 Lebensmittelgeschäfte und unzählige Nachtlokale. In den Zwischensaisonen sind diese Dörfer jedoch wie ausgestorben, Infrastruktur, die während der Wintermonate vorhanden ist, gibt es im Sommer



gar nicht oder nur teilweise. Österreich ist auf den Tourismus angewiesen. Doch bleibt hier zu hinterfragen, was davon noch „ehrlich“ ist und wieviel „Fake“ dahintersteckt. Geben wir nach außen hin noch das Bild der „schuhplattelnden Lederhosenträger“ um Touristen zu beglücken, sieht man in der Realität (soll heißen außerhalb der Saisonen) selten jemanden im Dirndl durch die Straßen laufen. Also warum verbiegen wir uns dermaßen für den Tourismus, verkaufen alte Traditionen als Authentizität, die uns schon lange nicht mehr entspricht. Ist es der pure (Über)Lebenswille oder reine Gier?

Was bedeutet Tourismus für die Ökologie einer Stadt oder eines Dorfes?

Der Tourismus nimmt starken Einfluss auf die Ökologie eines Dorfes einer Stadt oder Region. Städte sind hier meist besser in der Lage ihre von Haus aus höheren infrastrukturellen Kapazitäten zu nutzen und somit die zusätzlichen Besucher aufzunehmen. Ein weiterer Vorteil des Städtetourismus gegenüber dem Winter- bzw. Sommertourismus ist, dass es sich hierbei eher um einen kontinuierlichen Besucherstrom handelt der über das ganze Jahr verteilt stattfindet und somit zu nahezu gleichbleibenden Auslastungen führt.

Besonders gut sichtbar sind jedoch die Veränderungen die in den ländlichen Regionen auftreten, da hier beispielsweise die Infrastruktur von 500 Einwohnern auf Spitzenwerte von 20 000 Einwohner in den Wintermonaten angepasst werden muss. Bei den hier auftretenden Veränderungen kann man in weniger und besser ersichtliche Veränderungen unterscheiden. Eine der markantesten Veränderungen in Tirol ist die durch den zunehmenden Anreiseverkehr regelrechte Flut an

Lärmschutzwänden vor allem im Inntal. So müssen sich die Touristiker fragen ob ein Gast der in das Urlaubsland Tirol kommt "um die Berge zu sehen" erfreut ist 50km mit Tunnelblick zu fahren, oder ob sie selbst dazu beitragen könnten die Anreise in den Wintersportort mit Zug und Bus attraktiver zu gestalten und man sich somit viele Kilometer teurer Lärmschutzwand ganz einfach ersparen könnte.

Außerdem wollen wir unseren Besuchern ein bestmögliches Maß an Sicherheit bieten, was zwangsläufig zu großflächigen Lawinverbauungen, Tunnel- und Galerieprojekten führt. Andere gut erkennbare Eingriffe in unser alpines Umfeld stellen sämtliche Investitionen in den unmittelbaren Schitourismus wie Liftanlagen, Beschneiungsanlagen und die Planierung der Pisten dar.

Auf den ersten Blick nicht so klar ersichtlich stellen nötige Investitionen in die Ver- und Entsorgung dar. Strom-, Wasser- und Abwassernetze müssen auf die maximale Anzahl der in der Region befindlichen Personen angepasst werden. Somit findet eine Auslastung unserer Netze ausschließlich in den Wintermonaten statt. In diesem Zusammenhang sollten jedoch auch die personellen Aufwendungen genannt werden, die mit so hohen Besucherzahlen einher gehen. Tirol besitzt beispielsweise in den Wintermonaten die höchste Hubschrauberflotte Europas. Wobei diese Personalaufwendungen saisonal gehandhabt werden und in den Sommermonaten ganz einfach reduziert werden. Bei anderen personellen Kapazitäten wie der Exekutive kann jedoch hier klarerweise nicht so frei agiert werden, was zu einer Überbesetzung und somit erhöhten Kosten für die Allgemeinheit in den Sommermonaten führt.



www.innsbruck.at

Welchen Beitrag leisten Touristen bezogen auch die Wirtschaftsentwicklung des Landes, aber auch auf die Lebensqualität der Einheimischen – positive und negative?

Da es sich beispielsweise beim Tourismus in Tirol um den stärksten Wirtschaftsfaktor handelt, und dieser somit auch indirekt für die meisten Arbeitsplätze sorgt, trägt er für die Einheimischen in erster Linie zum Einkommen und somit natürlich auch zur Lebensqualität bei. Darüber hinaus tragen die Besucher einen nicht unwesentlichen Teil zum Branchenmix der Geschäfte und Gastronomiebetriebe innerhalb einer Stadt bei. Zusätzlich fließt Geld in den Erhalt und Ausbau von Museen und Kultureinrichtungen. In ländlichen Regionen sind jedoch nicht nur positive Entwicklungen sichtbar. Kleine Gemeinden die bis zu 15 Sportgeschäfte besitzen, sind längst keine Seltenheit mehr. Durch die Haupteinnahmequelle „Tourist“ wird das Leben für Menschen in ansonsten weniger

by Gabriel Stotter & Judith Scheiber

attraktiven Wohngebieten interessant. In einer arbeitsintensiven aber doch recht kurzen Zeit wird ein Großteil des Geldes verdient, welches die Menschen zum Leben benötigen. Das heißt, vom Tourismus abhängige Erwerbstätige verdanken ihren Lebensstandard dem Tourismus.

Wie wichtig ist Tourismus für verschiedene Städte und wie definieren wir wichtig?

Tourismus ist für viele, jedoch nicht für alle Städte wichtig. Hier sind natürlich die Prioritäten einer auf Industrie spezialisierten Stadt andere, als die einer Kunst und Kulturstadt. Hier sind Touristen als Wirtschaftsfaktor für die öffentliche sowie private Hand, als möglicher Werber der Stadt in der gesamten Welt und als genereller "Input" für die Stadt sehr wichtig.

Was genau macht eine Stadt für Touristen attraktiv?

An dieser Stelle kann mit Sicherheit keine generelle Aussage getroffen werden. Hauptsächlich geht es hier um vielschichtige Attraktoren die als Anziehungspunkt für eine Stadt dienen. Es kann hier jedoch genauso gut sein, dass in einer bei Touristen sehr beliebten Stadt in Wirklichkeit nur ein Attraktor vorhanden ist und in einer anderen die Kombination ganz bestimmter Faktoren zur Attraktivität der Stadt für Touristen beitragen. Es muss sich bei diesen Attraktoren nicht zwangsläufig um physisch ausgebildete Anziehungspunkte wie Gebäude oder die Landschaft handeln. Ein großer Teil der Touristenstädte lebt hauptsächlich von immateriellen Qualitäten wie dem Flair und der Lebenseinstellung ihrer Bewohner.

Was sind Beurteilungskriterien für attraktive Städte?

Diese Frage kann eigentlich nur sehr subjektiv beantwortet werden. Rio de Janeiro beispielsweise, ist für viele Touristen eine sehr attraktive Stadt und für andere allein wegen der Tatsache, dass Rio eine der höchsten Kriminalitätsraten weltweit aufweist, absolut unattraktiv. Würde man dennoch eine Liste mit Beurteilungskriterien für attraktive Städte verfassen wollen, würden in den meisten Fällen bei Touristen Kriterien wie Sehenswürdigkeiten, Kunst und Kulturveranstaltungen, Sportmöglichkeiten, Landschaft und Umwelt, Sicherheit und Versorgung... weit oben stehen.

Sind Touristen ein Teil der Landschaft einer Stadt bzw. eines Ortes?

Touristen beleben, forcieren und gestalten die Stadt und sind somit für uns ein wichtiger Teil der Landschaft. Tatsache ist, dass ohne den Tourismus viele Orte nicht mehr bewirtschaftet und bewohnt werden würden. Die Anzahl der Arbeitsplätze in den Tourismusregionen würde ohne die inn- und ausländischen Gäste enorm schrumpfen. Auch der Sekundär- und Tertiärmarkt wären von einem drastischen Rückgang des Tourismus so stark betroffen, dass fraglich ist, ob diverse tourismusabhängige Orte überhaupt noch existieren würden, wenn die Touristen ausbleiben

würden. Also ja – Touristen sind ein Teil der Landschaft. Wir haben unser Land, unsere Gebräuche, unsere Gebäude und unser Leben auf die Touristen inzwischen soweit angepasst, dass wir ohne den Tourismus in der jetzigen Form nicht mehr existieren könnten. Die Orte würden aussterben – ohne Arbeit und ohne Perspektive wären sie weder für Jung noch Alt attraktiv.



Bsp: Sölden im Ötztal um 1900 (li) und im Vergleich dazu im Jahr 2000

Wie können wir mit Stadtmarketing das Bild der Orte beeinflussen?

Durch gezielte Eingriffe und Einschränkungen in die freie Gestalt- und Beispielbarkeit von Ortsbildern, kann ein gut durchdachtes Stadtmarketing die ursprüngliche Authentizität des Ortes erhalten und das immer stärker werdende Branding des Ortsbildes durch große Firmen oder Konzerne eindämmen. Wenn wir hier tatenlos zusehen, werden zum Beispiel in absehbarer Zukunft viele Ortseinfahrten (die immer irgendwo die Visitenkarte des Ortes ist) nicht mehr von der Stadt und ihren Bewohnern gestaltet, sondern durch namhafte Firmen in einen Einheitsbrei, ohne jeglichen regionalen Aspekt, verwandelt. Das Stadtfest der Stadt A wird genauso wie das Stadtfest der Stadt B durch "großzügiges" Sponsoring zum "Kronefest", mit dem sich weder Besucher noch Bewohner der Stadt identifizieren können und wollen. An diesem Beispiel ist gut zu erkennen, dass nicht nur Gebautes das Ortsbild prägt, sondern auch temporäre Veranstaltungen einen wesentlichen Anteil zur Ortsbildgestaltung beitragen. Wichtig ist eine große Diversifikation für „Produkt Stadt“, um möglichst viele verschiedene Zielgruppen zu erreichen, aber auch um sich vom Konkurrenzprodukt „Nachbarstadt“ zu unterscheiden.