

Bericht

des Ausschusses für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung (19. Ausschuß) gemäß § 56 a der Geschäftsordnung

Technikfolgenabschätzung

hier: „Entwicklung und Folgen des Tourismus“

Einleitende Stellungnahme des Ausschusses

Vorbemerkung

Der Tourismus entwickelt sich weltweit zu einer der bedeutendsten Wachstumsbranchen. Auch für die Bundesrepublik Deutschland ist der Tourismus ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor, mit erheblicher Wachstumsrate in den neuen Bundesländern und großer arbeitsmarktpolitischer Bedeutung für Gesamtdeutschland. Neben den Impulsen, die zum Erhalt und zur verantwortbaren Steigerung dieser Dynamik erforderlich sind, hat die Politik die damit verbundenen ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen bei ihren tourismuspolitischen Entscheidungen mit zu bedenken.

Der im Bundestag für Technikfolgenabschätzung zuständige Ausschuß für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung hat daher auf Initiative des Ausschusses für Fremdenverkehr und Tourismus dem Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB) im Oktober 1996 den Auftrag erteilt, eine TA-Untersuchung zum Thema „Entwicklung und Folgen des Tourismus“ durchzuführen. Diese Untersuchung wurde in zwei Phasen eingeteilt. Der vorliegende Bericht ist der Abschlußbericht zur ersten Phase und dient auch als Grundlage für die nachfolgenden Untersuchungen, in denen u. a. geprüft werden soll, wie und mit welchen Konzepten und Instrumenten die Politik auf die neuen Herausforderungen im Tourismus auf nationaler und internationaler Ebene antworten kann.

Der vorliegende Bericht setzt sich eingehend mit dem Stand der Tourismusforschung auseinander und konzentriert sich dabei auf den Tourismus in Deutschland und der Deutschen. Er gibt eine gute

Übersicht über das vorhandene Wissen und die unterschiedlichen disziplinären Forschungsansätze zum Tourismus in den fünf Themenschwerpunkten: Wirtschaft, Umwelt, Motive und Einstellungen der Verbraucher, Technik und Politik.

Die Autoren machen deutlich, daß die Vielfalt der verwendeten methodischen Ansätze sowie die divergierenden Erhebungs- und Bewertungsverfahren bislang nicht zu einer gemeinsamen und belastbaren Datenbasis und zu praxisrelevanten Analysen für die Politik geführt hätten. So gebe es bis heute beispielsweise keine solide Grundlage für eine Bewertung der volkswirtschaftlichen Effekte des Tourismus. Die Motivforschung weise eine Kluft auf zwischen den jährlich erhobenen Einstellungen der Touristen und den darauf aufbauenden Prognosen im Tourismusbereich. In der tourismusbezogenen Umweltforschung sei insgesamt – neben Daten- und Bewertungsproblemen – ein Überwiegen partikularer und spezieller Untersuchungen zu verzeichnen. Auch sei zu erkennen, daß aktuelle Themen und innovative Ansätze, wie sie bei anderen Themenbereichen zu finden seien, noch nicht genügend Eingang in die Tourismusforschung gefunden haben. Interdisziplinäre, problem- und praxisorientierte Forschungsansätze, die den Tourismus als ein vielschichtiges Bedürfnisfeld begreifen, könnten hier Abhilfe schaffen und Entscheidungshilfen für die politische Praxis bereitstellen.

In dem Kapitel über Tourismus und Umwelt konzentriert sich der TAB-Bericht auf die Segmente touristische Infrastruktur, Verkehr, Beherbergung und Gastronomie sowie touristische Aktivitäten im Ski- und Wassersport. Auch hier wurden zum Teil erhebliche Datenlücken in der Literatur festgestellt. Schwierig-

keiten bereite insbesondere die korrekte Erfassung von Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen im Bereich von Tourismus und Umwelt. Weiterhin wären Untersuchungen der Zusammenhänge zwischen Umweltbewußtsein einerseits und Umweltverhalten im Tourismus andererseits wünschenswert. Insgesamt wurde für diesen Bereich ein Defizit an fundierten Studien zur Thematisierung übergreifender Zusammenhänge festgestellt. Hier könnte die Politik zunächst Impulse für entsprechende Forschungsaktivitäten setzen, um entscheidungsrelevantere Aussagen zu erhalten.

In dem Kapitel zum Verhältnis von Tourismus und Technik wird dargelegt, daß dem Einsatz umweltschonender innovativer Technologien und in hohem Maße von IuK-Techniken bereits jetzt und in Zukunft eine besondere Bedeutung zukomme. Die Technisierung des Tourismus stehe aber noch am Anfang einer weitreichenden Entwicklung, die im Hinblick auf politischen Entscheidungsbedarf aufmerksam zu beobachten sei.

Bei der Auswertung der Literatur zur aktuellen Tourismuspolitik ergaben sich drei Schwerpunkte, die für die weitere parlamentarische Diskussion wichtig sind: eine angemessene Einordnung der Tourismuspolitik auf der politischen Agenda, die der Bedeutung dieses Politikfeldes entspricht, eine ausreichend richtungweisende politische Programmatik und abgestimmte, zielorientierte tourismuspolitische Instrumente.

Der Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus hat auf Grund der Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung und der damit verbundenen zahlreichen Anregungen vorgeschlagen, diesen TAB-Zwischenbericht als Bundestagsdrucksache zu veröffentlichen. Damit soll die Möglichkeit eröffnet werden, noch vor dem Ende der Legislaturperiode auf der Basis der bisher vorliegenden Ergebnisse parlamentarische Initiativen zu ergreifen. Der Ausschuß für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung folgt diesem Vorschlag und legt dem Bundestag den folgenden Bericht zur Beratung vor.

Bonn, den 25. November 1997

Der Ausschuß für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung

Doris Odendahl

Vorsitzende

Ulla Burchardt

Berichterstatterin

Wolfgang Bierstedt

Berichterstatter

Dr. Karlheinz Guttmacher

Berichterstatter

Josef Hollerith

Berichterstatter

Dr. Manuel Kiper

Berichterstatter

Thomas Rachel

Berichterstatter

Inhalt	Seite
Stellungnahme des Ausschusses	1
Zusammenfassung	5
Einleitung	10
I. Reiseverhalten der Deutschen: Volumen und Strukturmerkmale	12
1. Urlaubsreisen	12
2. Kurzurlaubsreisen	14
3. Tagesreiseverkehr in Deutschland	14
4. Tourismus nach Deutschland	15
5. Fazit	15
II. Tourismus als Wirtschaftsfaktor	18
1. Tourismusformen, Marktsegmente und Marktvolumen	18
2. Anbieter	20
3. Gesamtwirtschaftliche Betrachtung	24
4. Fazit	27
III. Umweltfolgen des Tourismus	30
1. Touristische Infrastruktur	30
2. Verkehr	31
3. Beherbergung und Gastronomie	33
4. Sportliche Urlaubsaktivitäten (Winter- und Wassersport)	34
4.1 Wintersport	35
4.2 Wassersport	36
5. Forschungsstand und -perspektiven	37
6. Fazit	40
IV. Technik	41
1. Transport	41
1.1 An- und Abreise	41
1.2 Mobilität vor Ort	45
2. Aufenthalt (Unterkunft)	46
2.1 Planung und strategische Ausrichtung	46
2.2 Front Office	46
2.3 Back Office	47
2.4 Zimmerausstattung	48
3. Technikeinsatz in Organisation, Administration und Dienstleistung	48
3.1 Traditionelle Vertriebswege im Tourismusbereich	49
3.2 Online- und Mehrwertdienste	50
3.3 Innovative Mehrwertdienste	50

	Seite
3.4 Electronic Commerce	52
3.5 Multifunktionelle Chipkarten am Beispiel	52
3.6 Telearbeit	52
3.7 Bündelung touristischer Leistungen mittels neuer Medien	53
4. Fazit	55
V. Motive, Einstellungen und Werte	57
1. Soziodemographische Determinanten	57
2. Motive	57
3. Einstellungen	60
4. Lebensstile	63
5. Werte und Wertewandel	65
6. Fazit	66
VI. Politik	68
1. Akteure	68
1.1 Bundesebene	68
1.2 Länderebene	69
1.3 EU- und internationale Ebene	70
2. Beziehungen, Kommunikation, Koordination	72
2.1 Die horizontalen Beziehungen	72
2.2 Die vertikalen Beziehungen	73
3. Steuerungsinstrumente	74
4. Tourismuspolitik – eine Schwachstellenanalyse	76
5. Fazit	80
Literatur	
1. Vom TAB in Auftrag gegebene Gutachten	82
2. Weitere Literatur	82
Anhang	
1. Tabellenverzeichnis	88
2. Abbildungsverzeichnis	89

Zusammenfassung

Auf Initiative des Ausschusses für Fremdenverkehr und Tourismus wurde das TAB im Oktober 1996 mit der Durchführung eines TA-Projektes „Entwicklung und Folgen des Tourismus“ beauftragt. In der ersten Phase des Projektes wurde eine Bestandsaufnahme der Forschung und des Wissens zu den wesentlichen Dimensionen des Tourismus erarbeitet. Der vorliegende Bericht konzentriert sich auf den **Tourismus der Deutschen und den Tourismus in Deutschland**.

Das erste Kapitel stellt das Reiseverhalten der Deutschen dar. Im Anschluß daran werden folgende fünf Themenbereiche behandelt:

- Tourismus als Wirtschaftsfaktor
- Umweltfolgen des Tourismus
- Technik und Tourismus
- Motive, Einstellungen und Werte
- Tourismuspolitik

Reiseverhalten der Deutschen: Volumen und Strukturen

Der Bericht befaßt sich zunächst mit den von der Forschung und der amtlichen Statistik bereitgestellten Daten zu Volumen und qualitativen Merkmalen (wie Zeitpunkt des Reiseantritts, Organisationsform, benutztes Verkehrsmittel) der Reisen der Deutschen. Zu all diesen Faktoren gibt es vielfältiges Material, Statistiken und Marktdaten. Man erhält dadurch einen **guten ersten Einblick in die quantitative und qualitative Dimension des Tourismus** als „Massenphänomen“ und seine Entwicklung über die Zeit.

So verzeichnet die Reisanalyse für Deutschland im Jahre 1996 rund 155 Mio. Reisen mit Übernachtungen. Daraus lassen sich, grob geschätzt, rund 845 Mio. Übernachtungen im Rahmen von Urlaubsreisen hochrechnen und rund 225 Mio. bei anderen Reisen. 14 Millionen ausländische Gäste übernachteten 1995 in Deutschland. Geht man von einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,3 Nächten aus, ergeben sich etwa 32 Mio. Übernachtungen.

Manche Zahlen (und ihre Interpretation) jedoch **sind mit Vorsicht zu betrachten**. Die erhobenen Daten und manche Schätzungen **differieren zum Teil deutlich**, ihnen liegen unterschiedliche Quellen und methodische Ansätze zugrunde. Es kommt hinzu, daß bestimmte touristische Aktivitäten in den amtlichen Statistiken nur unzureichend erfaßt werden. Aber selbst wenn man nur von den jeweiligen Mindestschätzungen ausgeht, ist die enorme Bedeutung des Tourismus unbestreitbar. Mit seinen ökonomischen, ökologischen, technischen und gesellschaftlichen Aspekten befassen sich die folgenden Kapitel.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Dem Thema mangelt es in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur nicht an Aufmerksamkeit. Es liegen Untersuchungen und Schätzungen vor zum **Beitrag** der Branche zum **Bruttosozialprodukt** oder **Volkseinkommen**, zur **Umsatzentwicklung** und zur **Beschäftigungssituation**. Das **Ausgabeverhalten** des Durchschnittstouristen wird unter die Lupe genommen, die Entwicklung der **Beherbergungskapazitäten** wird analysiert. Das Angebot an Informationen ist umfassend, aber **oft wenig transparent und nicht immer wirklich tragfähig**.

Boombranche Tourismus?

Weltweit hat der Tourismus unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten ein besonders gutes Image: Er wird als Boombranche mit fest programmierten Wachstumsraten gehandelt und als Garant für (neue) Arbeitsplätze gesehen. Allein der deutsche Tourismus soll einen geschätzten jährlichen Gesamtumsatz von mindestens 200 Mrd. DM verbuchen. Damit läge die Branche noch vor der Chemischen Industrie (197 Mrd.) und nur knapp hinter dem Maschinenbau (203 Mrd.).

Der Hoffnungsträger in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit und immer härter umkämpfter Märkte ist allerdings in vielen Bereichen **ein Buch mit sieben Siegeln**. Denn die Tourismusforschung verfügt keineswegs über ein gesichertes Datenmaterial. Defizite werden schon seit Jahren vermerkt und beklagt, aber nicht behoben: Sowohl die amtliche Statistik als auch die wirtschaftswissenschaftliche Forschung liefern nach wie vor voneinander **abweichende bzw. schwer vergleichbare Zahlen**. Die Situation verkompliziert sich noch, da auch internationale Gremien und Organisationen Statistiken erstellen. **Eine Vernetzung** mit diesen **ist aber so nicht möglich**. Ein so unsicheres Terrain liefert naturgemäß keine eindeutigen Fakten, sondern führt zu mangelnder Transparenz.

Eine verbindliche volkswirtschaftliche Abgrenzung des Tourismussektors fehlt bis heute. Selbst ein so vergleichsweise übersichtlicher Bereich wie das Gastgewerbe ist statistisch nur unzureichend erfaßt. Die Frage, welche Branchen im welchem Umfang überhaupt dem Tourismus zuzuordnen sind, wird in der Literatur mit einer gewissen Beliebigkeit beantwortet. Einige Untersuchungen grenzen die Branche relativ eng ein, andere rechnen auch bestimmte Umsatzanteile anderer Branchen (z. B. der Automobilindustrie) mit hinzu. Daher ist es nicht erstaunlich, daß **Schätzungen** über den Anteil des Tourismus am BIP **stark differieren** – von 5,6 Prozent (Schätzung der OECD für das alte Bundesgebiet) bis zu 12,9 Prozent (World Travel & Tourism Council 1995 für Gesamtdeutschland). Gleiches gilt für die Einschätzung der Beschäftigungsentwicklung des Tourismus.

Arbeitgeber Tourismus?

Die mangelhafte statistische Erfassung der Daten ist auch bei der Beurteilung der Arbeitsmarktsituation im Tourismussektor problematisch. Lediglich für die touristischen Kernbereiche Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe lassen sich Informationen ableiten. Doch auch hier sind eindeutige Daten bislang nicht erhältlich. Daher wird das Arbeitsvolumen im Tourismus mehr oder weniger großzügig hochgerechnet. Die **Zahlen schwanken entsprechend**.

Im touristischen Sektor sind häufig ungelernte Arbeitnehmer oder Teilzeitkräfte beschäftigt. Viele Arbeitsplätze sind saisonal befristet. Neu geschaffene Arbeitsplätze sind oft nur verschobene Arbeitsplätze aus anderen Bereichen. Die vielfach geäußerten Hoffnungen auf neue und auch qualitativ wertvolle Arbeitsplätze und die gehandelten Prognosen mit ihren z.T. erstaunlichen Wachstumsraten lassen kein sicheres Fundament erkennen. **Auch wenn die Chancen da sind**, daß die Tourismusbranche zusätzliche Arbeitsplätze bereitstellen könnte – **vor übertriebenen Hoffnungen ist zu warnen**.

Folgen des Datenwirrwarrs: fehlende Orientierung

Die defizitäre Datenlage ist aber nicht nur ein Problem akademischer Natur, sondern durchaus praktisch (und politisch) relevant. Je nachdem, wie man die Daten interpretiert, kommt man zu gänzlich verschiedenen Wertungen. Dann lassen sich Wachstumspotentiale erkennen oder nicht, lassen sich wirtschaftliche Risiken betonen oder als gering einstufen, kann man Deutschland als Tourismus-Standort loben oder in Gefahr sehen. **Werbung und Marketing im Tourismusbereich hängen dadurch gewissermaßen in der Luft**. Wenn überzeugende Belege fehlen und widersprüchliche Zahlen genutzt werden, **ist es auch für die Politik schwer, angemessene Instrumente einzusetzen und sinnvolle Maßnahmen zu treffen**.

Zur Behebung dieser seit langem unbefriedigenden Situation sind Anstöße durch die Politik wünschenswert: Sie sollten in Richtung einer zumindest schrittweisen **Verbesserung der amtlichen Statistik** und einer **fundierten ökonomischen Grundlagenforschung** gehen. Dies könnte ein Beitrag dazu sein, die wirtschaftliche Bedeutung und Perspektiven des Tourismus in Deutschland überzeugender als bislang in das öffentliche Bewußtsein zu heben. Impulse sind auch im Blick auf die (monetäre) **Bewertung der sogenannten externen Kosten** des Tourismus notwendig.

Umweltfolgen des Tourismus

Auch eine Bestandsaufnahme zum Thema „Umwelt und Tourismus“ zeigt auf den ersten Blick eine enorme Fülle an Literatur. Zu den „ökologischen Todsünden“ des Tourismus wie Ressourcenverbrauch, Entsorgungsdruck durch hohes Abfallvolumen, Beeinträchtigung des Landschaftsbildes, Flächenverbrauch, Versiegelung des Bodens, Artenrückgang, Bedrohung von Pflanzengesellschaften gibt es **zahlreiche und oft sehr detaillierte Abhandlungen**.

Daten- und Bewertungsprobleme

Informations- und Wissenslücken erschweren eine angemessene Einschätzung der durch den Tourismus verursachten Umweltbelastungen. Zum einen fehlen aussagekräftige Daten für eine exakte Abgrenzung und Beschreibung der tourismusinduzierten Umweltprobleme. Zweitens ist das Wissen über **kausale Zusammenhänge ökologischer Wirkungsketten** oft lückenhaft, so daß nur selten eindeutig zu belegen ist, welche Auswirkung konkrete Belastungen auf die Umwelt haben. Wenn aber die Frage, wie gefährlich und wie dringlich eine Belastung wirklich ist, eher intuitiv beantwortet wird, ist es **schwierig, zu entscheiden, wo die Prioritäten hinsichtlich Forschungs- und Handlungsbedarf zu setzen** sind. Und dann fällt es auch schwer, sich auf die notwendigen Instrumente zu verständigen.

Spannung zwischen lokaler und globaler Perspektive

In der Literatur werden überwiegend lokale, regionale und akute Umweltbelastungen untersucht. Das ist zunächst einmal verständlich, denn solche Umwelteinwirkungen werden direkt erfahren; sie sind mit Einschränkungen quantifizierbar und in gewissen Grenzen auch steuerbar. Eine **spezialistische Sichtweise versperrt jedoch den Blick auf die globale Problemhierarchie des Tourismus**. Besonders hoher Handlungsbedarf besteht oft gerade bei den Belastungen, deren Auswirkungen noch nicht unmittelbar spürbar sind. Der Blick auf das Naheliegende und Dringliche hat zur Folge, daß **der bedeutsame Zusammenhang des Tourismus mit globalen Umweltfragen** wie dem Treibhauseffekt, dem irreversiblen Flächenverbrauch, der Verknappung fossiler Energieträger **nur unzureichend dargestellt** wird. So ist z.B. die Klimafolgenforschung im Bereich Tourismus noch unterentwickelt.

Das ist kein Plädoyer dafür, akute und lokale Probleme auf sich beruhen zu lassen. Unter regionalen Aspekten betrachtet, stehen insbesondere viele **Küstenbereiche, Orte und Städte erheblich unter Umweltstreß**. Aber es muß eine bessere Balance angestrebt werden bei der Beurteilung kurzfristig manifester Probleme und der Analyse globaler Belastungen.

Auf der Suche nach Konsens

Die Folgen des Tourismus konstituieren kein „klassisches“ Umweltproblem. Seine Folgen sind neuartig vor allem deshalb, weil nicht durch eindeutige Verursacherstrukturen und Ursache-Wirkungs-Beziehungen gekennzeichnet. Als Summe vielfältiger sozialer Verhaltensformen und als Konsumaktivität sind seine ökologischen Folgen weder primär technischer Natur noch mit Technikeinsatz in den Griff zu bekommen. Bereits die ökologischen Diagnosen, aber erst recht **Maßnahmen und Instrumente, die auf Verhaltensänderung zielen, erfordern deshalb einen breiten gesellschaftlichen Konsens**. Dies gilt insbesondere für **präventive** Maßnahmen, weil mit Reparaturmaßnahmen allein Fortschritte nicht zu erzielen sind.

Ein Konsens aber oder die Verankerung einer Umweltethik im Tourismus lassen sich nur erreichen, wenn man über eine solide Daten- und Wissensbasis

verfügt **und** wenn man sich darüber verständigen kann, aufgrund welcher Ziele welchem Forschungs- und Handlungsbedarf Priorität eingeräumt werden soll. Ohne konsensfähige Ziele und Bewertungskriterien läßt sich ernsthafte Aufklärung nur schwer betreiben.

Hierfür wären verstärkte **interdisziplinäre und problemorientierte Forschung** und intensivere **Kommunikation zwischen den Akteuren** im Tourismus nötig und müssen auf tourismuspolitischer Ebene **ressortübergreifend komplexe Strategien entwickelt werden**.

Technik und Tourismus

Tourismus ist **abhängig von einer technischen und organisatorischen Infrastruktur**. Als Massenphänomen läßt er sich nur durch den Einsatz von Verkehrs-, Informations- und Kommunikationstechnologien managen. In diesem Kapitel des Berichts wird dargelegt, welche Technologien die Tourismusbranche heute schon einsetzt und welche Trends absehbar sind. Dabei geht es vor allem um drei Bereiche des Tourismus: Transport, Aufenthalt sowie Organisation und Administration.

Transport: größer, schneller, sicherer

Wachsende Passagierkapazitäten und das Bestreben der Veranstalter, kürzere Reisezeiten und größere Reichweiten anbieten zu können, erfordern den Einsatz und die Entwicklung **immer größerer und schnellerer Transportmittel**. Durch eine Verbesserung der Triebwerke, der Motoren, durch eine optimierte Aerodynamik oder die Entwicklung leichter Werkstoffe soll der Treibstoffverbrauch reduziert werden – aus ökologischen, aber natürlich auch aus wirtschaftlichen Gründen. Elektronische Sicherheitssysteme (im Flugzeugbereich) und ergonomischere Sitze sollen die Sicherheit und den Komfort der Passagiere verbessern.

Unterkünfte: spezialisiert und mit intelligenter Technik

Im Hotelbereich wird Technik bislang vor allem genutzt, um Personal zu sparen und den Service kostengünstig zu verbessern und zu erweitern. Elektronik wird auch touristische **Unterkünfte „intelligenter“** machen. Auffällig sind die vielfältigen **Spezialisierungsstrategien** im Hotelsektor. Sie könnten aus dem klassischen Allzweckhotel bald eine Randscheinung machen. Im Sektor Bewirtung haben sich wesentliche Veränderungen durch Computeranwendungen für Managementaufgaben und durch neue Methoden der Speisenzubereitung ergeben. Dieser Trend wird sich fortsetzen.

Organisation und Administration: Siegeszug neuer Medien

Informations- und Kommunikationstechnologien werden in der Tourismusindustrie schon seit längerem eingesetzt. Professionelle Marktteilnehmer nutzen seit langem computergestützte globale und nationale Reservierungs- und Distributionssysteme. **Die**

eigentliche Durchdringung der gesamten Branche und der Kommunikation der Akteure steht noch aus: Internet, Online-Dienste, multifunktionale Chipkarten, Verkaufsautomaten und das interaktive Fernsehen werden an Bedeutung zunehmen. Das Informationsangebot wird vielfältiger, anschaulicher, im Prinzip weltweit und jederzeit verfügbar. **Der Endkunde wird verstärkt den direkten Zugang zu den Reservierungs- und Buchungssystemen wählen;** auch der **Direktvertrieb** touristischer Produkte mittels neuer Medien durch die Leistungsanbieter wird sich weiter durchsetzen.

Strukturwandel

Der innovative Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismusbereich steckt insbesondere in Deutschland noch in den Anfängen, wird aber mittel- bis langfristig weitreichende, und durchaus ambivalente Folgen haben.

- IuK-Technologien führen zu **Rationalisierungsgewinnen** und zur **Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit**, aber auch zum **Verlust von Arbeitsplätzen**.
- Es sind teils stark veränderte, teils neue Organisationsstrukturen und Arbeitsabläufe zu erwarten. Es wird Gewinner, aber auch Verlierer geben.
- Manche **Funktionen werden** zunehmend an spezialisierte Anbieter **ausgelagert**, bisherige Kernfunktionen werden an Bedeutung verlieren.
- Die am Horizont auftauchende **„neue Direktbuchungswelt“** könnte insbesondere für die Reise-mittler als wichtiges Glied in der Wertschöpfungskette zum Problem werden.
- Neue Wettbewerber werden auftreten. Das wird die **Attraktivität des Marktes steigern**, aber auch **etablierte Marktpositionen gefährden**.

Generell muß man davon ausgehen, daß die etablierte Tourismusbranche vor erheblichen Herausforderungen steht. Dies gilt auch für die Vermarktung des Standorts Deutschland. Um Probleme frühzeitig erkennen und die Chancen des Strukturwandels nutzen zu können, sind **gezielte, interdisziplinäre und problemorientierte Folgenanalysen dringend erforderlich**. Für die Forschung eröffnet sich hier noch ein weites Feld, insbesondere um Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten für Entscheidungsträger auszuleuchten.

Motive, Einstellungen und Werte

Warum verreist der Mensch? Wohin fährt er am liebsten und was macht er, wenn er am Ziel angelangt ist? Diese Fragen stellen sich Motivforscher aus den unterschiedlichsten Disziplinen schon seit langem. Jedes Jahr aufs Neue wird deshalb der „homo turisticus“ nach Gründen seines Tuns befragt. Dieser Teil des Berichts liefert eine Bestandsaufnahme der wichtigsten Erkenntnisse und Erklärungsmuster.

Unter der Lupe der Motivforscher

Die Forschung stimmt darin überein, daß eine Vielzahl, einander zum Teil bedingender Faktoren mitbe-

stimmend dafür sind, wie oft jemand eine Urlaubsreise macht, wohin er fährt, und was er am Urlaubsort unternimmt. Dazu gehören u.a. das Bildungsniveau, die berufliche Stellung, das Einkommen, die Größe des Wohnorts und das Alter. Mitentscheidend für die Wahl des Urlaubsortes sind daneben familiäre und finanzielle Gründe, das touristische Image des Zielgebietes oder die dort erwartete Umweltqualität.

Solche Zusammenhänge sind zwar interessant, erklären aber noch nicht, **welche Bedürfnisse den Menschen bewegen, überhaupt zu reisen und dabei bestimmte Aktivitäten an den Tag zu legen.** Diesen Fragen widmen sich verschiedene Richtungen – einmal die empirische Motivforschung, aber auch psychologische und soziologische Ansätze. Ihr Gegenstand sind die Motive und Einstellungen, aber auch die Lebensstile der Touristen.

Seit Beginn der 80er scheinen die Motive Genuß/Geselligkeit/Bewegung/Horizontenerweiterung zunehmend wichtiger geworden zu sein. Auf die Natur bezogene Motive hatten Ende der 80er Jahre ihren Höhepunkt. Seither haben sie – leicht – an Bedeutung verloren. **Aber das zentrale Urlaubsmotiv über die Jahre ist und bleibt eindeutig die Erholung.**

Um das Zustandekommen von Urlaubsmotiven zu erklären (und nicht nur nachzuweisen), wird versucht, die Fülle und den Wandel der Motive in übersichtliche Kategorien einzuordnen. Das Spektrum der Erklärungsmuster ist breit. Reisen wird gedeutet als menschliches Grundbedürfnis, Prestigestreben, Flucht aus dem Alltag oder als spezifisches Konsumverhalten. **Die meisten Erklärungen haben aber einen Nachteil: Sie beruhen auf empirisch nicht belegten Annahmen** oder werden allenfalls dadurch begründet, daß Reisende in Umfragen entsprechende Antworten gegeben haben. Auf eine direkte Frage nach seinem Reisemotiv teilt ein Reisender aber seine Selbsteinschätzung mit, d.h. er nennt nicht unbedingt seine wirklichen Beweggründe. Die empirische Motivforschung ist u.a. deshalb – bei allen Verdiensten – nicht unumstritten.

Neue Wünsche – neuer Tourismus?

Es gibt Ansätze, **Urlaubsmotive in gesellschaftliche Strukturen einzuordnen:** Als Teil der Konsum- und Erlebnisgesellschaft mit ihren vielfältigen Wahlmöglichkeiten sei **der Tourist der Zukunft immer schwerer kalkulierbar**, die Tourismusbranche müsse sich auf den „hybriden Verbraucher“ einstellen, der mit simplem Erholungsurlaub nicht länger zufriedenzustellen sei.

Ob wir nun tatsächlich am Beginn des vielfach prognostizierten hedonistischen Konsumzeitalters stehen, bleibt abzuwarten. Welche Marktanteile Extremurlauber, chic-Traveler und andere Trendtouristen letztlich ausmachen, weiß man noch nicht. Daß der Stammgast und der „markentreue“ Tourist wirklich aussterben, ist zunächst nur eine interessante These. Um die künftige touristische Entwicklung und Marktpotentiale abschätzen zu können, wäre es in der Tat wichtig, **verbesserte Grundlagen für die Erklärung und Prognose von Verhaltensmustern und**

-änderungen zu haben. Hierzu wären einige Defizite in der Forschung zu beheben.

- Die empirische Motivforschung sollte sich **stärker von einem theoretischen Rahmen anleiten** lassen. Auch ein **Brückenschlag zu den Gesellschaftswissenschaften könnte hier hilfreich** sein.
- Um **den Zusammenhang von Wertewandel und touristischem Verhalten stimmiger analysieren zu können, sind empirische Studien** nötig. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Disziplinen, z. B. Psychologie und Soziologie, müßte entscheidend verbessert werden.
- Angesichts der großen Bedeutung, die der Information des Touristen zukommt, wäre es sinnvoll, vor der Inszenierung weiterer Aktivitäten, die Grenzen und Möglichkeiten von Aufklärung bewußter zu machen. Deshalb sollte erforscht werden, **welchen Stellenwert Umweltbewußtsein, Umweltverhalten und Umweltlernen im touristischen Verhalten haben.**

Politik

Die Tourismuspolitik auf Bundesebene ist seit Jahren Gegenstand von Kritik. Es wird vor allem bemängelt, daß ihren Aktivitäten kein realitätsgerechtes Konzept zugrundeliege, die Koordination der einzelnen Fachpolitiken nicht ausreichend sei und der Einsatz der Instrumente weitgehend unabgestimmt erfolge.

Tourismuskonzeption: isoliert vom gesellschaftlichen Kontext?

Vielfach wird von der Politik auf Bundesebene ein Leitbild touristischer Entwicklung gefordert – zumindest ein ausgereiftes Konzept. Dem geltenden Grundsatzprogramm spricht man eine Leit- und Orientierungsfunktion nicht zu, weil ihm keine Analyse der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Dimensionen des Tourismus zugrunde liege. Kritisiert wird ferner die starke wirtschaftspolitische Färbung des Umgangs mit dem Tourismus: Tourismuspolitik wird in Deutschland als Wirtschaftspolitik verstanden und entsprechend betrieben. **Eine Integration anderer Dimensionen und insbesondere von Umweltaspekten ist noch nicht gelungen.**

Im Dickicht der Kompetenzen: Tourismus als Nebenpolitik

Auf Bundesebene findet sich außer dem „Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus“ des Bundestages kein öffentlicher Akteur, der sich ausschließlich mit Tourismus befaßt. **Eine „Fachpolitik Tourismus“ existiert nicht.** Vielmehr sind tourismuspolitische Fragen diversen Fachpolitiken zu- und untergeordnet; innerhalb der Ministerien sind tourismuspolitische Aktivitäten stets Nebenaktivitäten. Über die Befassung mit tourismuspolitischen Einzelaufgaben hinaus, trifft fast jedes Ministerium Entscheidungen, die sich direkt oder indirekt tourismuspolitisch auswirken. Dazu kommen die zahlreichen Akteure auf Landes- und kommunaler und nicht zuletzt auf internationaler Ebene. Derart entsteht ein weites Feld tourismuspolitischer sowie tourismuspolitisch relevanter

oder folgenreicher Aktivitäten. **„Tourismuspolitik“ aber im Sinne einer gut koordinierten, abgestimmten Politik gibt es nicht.** Dazu sind **die Akteure zu zahlreich, die Kompetenzen zu stark aufgeteilt:** Tourismuspolitik in der Verflechtungsfalle.

Unzureichende Kommunikation, mangelhafte Abstimmung

Die komplexen Akteursbeziehungen bringen Mängel in Kommunikation und Abstimmung mit sich. Diese werden verstärkt durch **geringe personelle Ausstattung der für Tourismus zuständigen Stellen.** Die Ressorts auf Bundesebene arbeiten nicht regelmäßig zusammen, sondern von Fall zu Fall und informell. Das fördert zwar die Flexibilität, garantiert aber keine (rechtzeitige und ausreichende) Koordination und kann Zielkonflikte nicht verhindern.

Die Kommunikation zwischen Politik und Tourismuswirtschaft läßt immer noch zu wünschen übrig. Die Bund-Länder-Kontakte funktionieren auf den ersten Blick zwar gut, allerdings stehen überwiegend rein wirtschaftspolitische Fragen zur Abstimmung. Im Blick auf die tatsächlich erheblichen Auswirkungen einer Vielzahl von EU-Aktivitäten wird man sich in der Politik des Bundes besser als bislang auf die **wachsende Bedeutung der EU-Politik** einstellen müssen. Entsprechend wichtig wird die kontinuierliche und effektive Vertretung deutscher Interessen bei der EU.

Die Politik kann den Tourismus in vielfältiger Weise beeinflussen: durch marktwirtschaftliche, ordnungsrechtliche oder steuerliche Instrumente, durch die Vergabe von Fördermitteln etc. Bei deren Gestaltung und Anwendung aber zeigt sich, daß der Tourismus überwiegend nicht ihr Ziel ist. Die einzelnen Instrumente sind wenig aufeinander bezogen, bei ihrem Einsatz mangelt es an Abstimmung. Vor allem die tourismuspolitischen Wirkungen des Förderinstrumentariums werden nicht vorab analysiert.

Tourismusforschung und Praxis: ein schwieriger Dialog

Der Dialog zwischen Tourismusforschung einerseits und Politik und Wirtschaft andererseits wird allge-

mein als nicht optimal eingestuft. Eine Ursache dafür wird in den bekannten Strukturängeln abgeschotteter Ressortforschung gesehen. Eine zweite Ursache wird man darin sehen können, daß die Tourismuswissenschaften ganzheitliche Problemanalysen, auf denen eine Tourismuspolitik aufbauen könnte, bisher nur selten in Angriff genommen haben.

Die eigentliche Blockade jedoch bilden die gewachsenen Strukturen der Forschungslandschaft. **Es fehlen ausreichende Voraussetzungen und Anreize für problemorientierte, interdisziplinäre und anwendungsorientierte Forschung.** Positive Ansätze in der Forschungsförderung müßten auch für das Thema Tourismus genutzt werden.

Eine politische Option wäre deshalb, Anstöße für ein **praxisrelevantes Forschungsprogramm „Tourismus als Bedürfnis- und Handlungsfeld“** zu geben, das zwischen den Ressorts – vor allem BMWi und BMU – abgestimmt sein sollte. Ergänzend wäre an eine intensivere **Berücksichtigung des Tourismus in der Arbeit der Räte und Beiräte der Bundesregierung** zu denken.

Fazit: ein neuer Anlauf für eine Grundsatzdebatte

Die zentrale Frage ist, ob die gegenwärtige Politik dem gesamtgesellschaftlichen und globalen Stellenwert des Tourismus gerecht werden kann. Die momentanen tourismuspolitischen Rahmenbedingungen sind auf die Dauer nicht geeignet, eine ökonomisch tragfähige und ökologisch verträglich Entwicklung zu sichern. Die Lösung liegt nicht in einer zentralistischen Tourismuspolitik des Bundes. Wünschenswert wäre aber eine integrierte Konzeption einer Tourismuspolitik, mit deren Hilfe es – einen klaren politischen Willen vorausgesetzt – besser gelingen könnte, **programmatische Anstöße zu geben, politische Aktivitäten stärker als bisher zu koordinieren** und die **Diskussion über neue Leitbilder und Instrumente zu moderieren und mitzugestalten.** Eine politische und öffentliche Debatte über einen neuen Stil in der Tourismuspolitik sollte geführt werden.

Einleitung

Im Oktober 1996 wurde auf Initiative des Ausschusses für Fremdenverkehr und Tourismus das TAB mit der Durchführung eines TA-Projektes „Entwicklung und Folgen des Tourismus“ beauftragt. Eine erste Phase des Projektes dient der Erarbeitung eines Sachstandsberichts zu den zentralen Dimensionen des Tourismus.

Phase 1: Ziel, Auftragsvergabe

Für diese Bestandsaufnahme arbeitete das TAB mit einer Reihe von fachlich ausgewiesenen Einrichtungen zusammen. Es wurden Aufträge zu fünf Themenbereichen vergeben, um dadurch der Mehrdimensionalität des Tourismus gerecht zu werden:

- **Tourismus, Einstellungen, Verhalten und Wertorientierungen** (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, N.I.T., Kiel)
- **Tourismus und Ökonomie** (Prognos, Basel)
- **Tourismusinduzierte Umweltwirkungen** (Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH, ifeu, und Öko-Institut e.V., Institut für angewandte Ökologie, Darmstadt)
- **Technikentwicklungen** mit Relevanz für den Tourismus (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, IZT, Berlin)
- **Tourismus und Politik** (Europäisches Tourismus Institut GmbH, ETI, Trier und Ecologic gGmbH, Gesellschaft für Internationale und Europäische Umweltforschung, Berlin)

Zwei Kurzstudien zu den Themen „Tourismus und Globalisierung“ (Prof. Dr. W. Freyer, Dresden) und „Freizeitpolitik“ (S. Agricola, Deutsche Gesellschaft für Freizeit) ergänzen das Themenspektrum. Der Bericht des TAB baut wesentlich auf diesen Gutachten auf und ergänzt sie durch eigene Rechercheergebnisse und Analysen.

Ziel der **1. Phase** des Projekts ist es in erster Linie, in den genannten fünf Dimensionen des Tourismus einen Überblick über den jeweiligen Stand des Wissens zu geben. Dies schließt die Beschreibung des jeweiligen Feldes, die Identifikation von Forschungslücken und -desideraten ein. Der Bericht konzentriert sich dabei auf den **Tourismus der Deutschen und den Tourismus in Deutschland**, um das Thema in der Kürze der Zeit bearbeitbar zu machen. Ferner sollen in der ersten Phase Material und Informationen aufgearbeitet werden, zum einen, um Vertiefungsthemen für die 2. Phase festzulegen und zum anderen, um in Teilbereichen für den Projektendbericht genutzt zu werden. Von besonderer Bedeutung wird in der 2. Phase die **Erarbeitung von politischen Handlungsoptionen sein**.

Der Verfasser bedankt sich zum einen bei allen **Gutachterinnen und Gutachtern** für die von Ihnen geleistete Arbeit. Ein Dank geht auch an die **Berichter-**

statterinnen und Berichterstatter für ihre Begleitung des Projektes: Halo Saibold, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Klaus Brähmig, CDU/CSU, Susanne Kastner, SPD, Dr. Olaf Feldmann, F.D.P., im Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus sowie Doris Odenahl, SPD, Josef Hollerith, CDU/CSU, Thomas Rachel, CDU/CSU, Ursula Burchardt, SPD, Dr. Manuel Kiper, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Dr. Karlheinz Gutmacher, F.D.P., Wolfgang Bierstedt, PDS, im Ausschuß für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung.

Ausblick auf Phase 2

Während der Bericht zur ersten Phase des Projekts sich auf den Tourismus der Deutschen und in Deutschland konzentriert sowie zunächst im wesentlichen eine Bestandsaufnahme der Literatur vornimmt, soll in der 2. Phase die Perspektive erweitert und das **Thema zum einen in einen umfassenderen Kontext gestellt** werden. Zum anderen werden in einem Schwerpunkt **politische Handlungsoptionen** erarbeitet.

Der weiter gefaßte Bezugsrahmen kann an dieser Stelle mit dem Stichwort „**Globalisierung**“ gekennzeichnet werden. Deren Ursachen und Symptomen sollte verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt werden, insofern sie einerseits bestehende strukturelle Probleme des Tourismusstandorts Deutschland und der Tourismusbranche u. U. verstärken, andererseits Chancen und Potentiale eröffnen könnten.

Integriert in die, aber auch unabhängig von den, weltweiten Tendenzen, sind vier Herausforderungen zu sehen:

- die Informatisierung der Tourismusbranche,
- die Konstituierung einer Weltökonomie der „Global Players“,
- Tendenzen zum Größenwachstum bei Transportmitteln und touristischer Infrastruktur,
- der Beitrag des Tourismus zum „Global Change“ und die möglicherweise daraus direkt resultierenden, für ihn negativen Konsequenzen.

Insbesondere die ökonomischen und ökologischen Dimensionen des Wandels konstituieren Handlungsbedarf für die Politik nach innen und außen.

Nach dem jetzigen Stand der Dinge wird sich der Endbericht, aufbauend auf den Ergebnissen der Phase 1, wesentlich mit diesen Tendenzen auseinandersetzen. Dabei soll versucht werden, die Frage zu beantworten, ob und wie die (Bundes-)Politik, aber auch andere in der Verantwortung stehende Entscheidungsträger und gesellschaftliche Gruppen, die neuen Entwicklungen und Herausforderungen programmatisch aufgreifen und gestalten könnten.

**Geplante Themenschwerpunkte des Endberichts
„Entwicklung und Folgen des Tourismus“**

- **Tourismus 2010 – Trends und Strukturen:** Welche Zukunft für welchen Tourismus?
- **Tourismus und Globalisierung** – ökonomische, ökologische, kulturelle Implikationen und ihre Relevanz für die Politik
- **Neue IuK-Technologien** – ihre Folgen und ihre Chancen für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandortes Deutschland
- **Herausforderungen und Optionen für eine zukunftsorientierte und nachhaltige Tourismuspolitik:** Eine Agenda für das 21. Jahrhundert

I. Reiseverhalten der Deutschen: Volumen und Strukturmerkmale

Will man die Bedeutung des Tourismus in den zentralen Dimensionen diskutieren, also z. B. für Wirtschaft oder Umwelt, dann ist es notwendig, das „Mengengerüst“ zu kennen, das durch die verschiedenen Tourismusformen konstituiert wird. Im folgenden¹⁾ geht es hauptsächlich um dieses Volumen der Touristen, „ströme“ – ergänzt um einige weitere Strukturmerkmale des Reiseverhaltens der Deutschen bzw. der Reisen in und nach Deutschland (unter Konzentration auf Urlaubs- und Tagesreisen). Zugrundegelegt sind vor allem die Kennziffern der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) (N.I.T. 1997).

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse verschiedener Marktuntersuchungen ergibt sich danach für 1996 ein geschätztes Gesamtvolumen von zwischen 139 und 169 Mio. Reisen (mit mindestens einer Übernachtung).

Tabelle 1

Abschätzung des Volumens der Übernachtungsreisen der Deutschen 1996

Kennziffern	Minimum in Mio.	Maximum in Mio.
• Urlaubsreisen (5 Tage oder länger)	61 ¹⁾	75 ²⁾
• Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage)	29 ²⁾	58 ¹⁾
• Geschäftsreisen	20 ¹⁾	28 ²⁾
• Sonstige Reisen	29 ²⁾	8 ³⁾
• Übernachtungsreisen gesamt	139	169

Quelle: N.I.T. 1997, basierend auf Reiseanalyse (RA) 97 (1), Deutscher Reisemonitor (DRM) 1996 (2) und N.I.T.-Schätzungen (3)

Die Summe der vermuteten **Untergrenze** setzt sich aus etwa 61 Millionen Urlaubsreisen, 29 Millionen Kurzurlaubsreisen, 20 Millionen Geschäftsreisen sowie 29 Millionen sonstige Reisen (vorwiegend Besuchsreisen zu Verwandten und Bekannten) zusammen. Die Abschätzung der möglichen **Obergrenze** des Reisevolumens ergibt 75 Millionen Urlaubsreisen, 58 Millionen Kurzurlaubsreisen und 28 Millionen Geschäftsreisen. Die Anzahl der sonstigen Reisen verringert sich auf etwa 8 Millionen, da diese zum Teil in den anderen Reiseformen enthalten sind.

Die Zahlen von F.U.R. belegen eine mittlerweile recht hohe **Reiseintensität** der Deutschen (Tabelle 2). 71,8% der Bundesbürger im Alter von 14 und älter haben 1996 mindestens eine Urlaubsreise mit einer

¹⁾ Kapitel I enthält die im Gutachten des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa, Kiel, (N.I.T. 1997) aufbereiteten Ergebnisse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.

Tabelle 2

Reiseintensität der Deutschen

Basis: 100 % = deutsche Bevölkerung; 14 Jahre und älter in Privathaushalten	Reiseintensität 1996 in %
• Urlaubsreisen (5 Tage oder länger)	71,8
• Kurzreisen (2–4 Tage)	38,1
• Geschäftsreisen	5,7

Quelle: N.I.T. 1997, nach: RA 97

Dauer von fünf Tagen oder länger gemacht. Kurzurlaubsreisen (2–4 Tage Dauer) unternimmt dagegen nur gut jeder dritte Bundesbürger. Unter 6% gingen auf Geschäftsreise.

1. Urlaubsreisen

Der Anteil der Bevölkerung, der mindestens eine Urlaubsreise von 5 Tagen Dauer oder länger unternahm (**Reiseintensität**), stieg von rund 20% Anfang der 50er Jahre bis auf einen vorläufigen Höhepunkt von über 78% im Jahr 1994 an (67,2 Mio. Reisen). Seither sind die Zahlen rückläufig.

Die meisten Urlaubsreisen der Deutschen gehen ins Ausland. Der Marktanteil ausländischer Ferienzele an allen Urlaubsreisen lag 1996 nicht ganz bei 70%. **Die deutschen Ferienzele** hingegen haben 1996 fast ausnahmslos gegenüber dem Vorjahr **Marktanteile verloren**. Allerdings ist das Reiseaufkommen im Deutschlandtourismus seit langer Zeit weitgehend stabil geblieben. Nach wie vor beliebtestes Reiseziel im Inland ist **Bayern**, gefolgt von Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. Im Ausland ist die Rangfolge der beliebtesten Reiseziele von 1993 bis 1996 weitgehend konstant geblieben. Durch den insgesamt kleiner gewordenen Markt gingen auch die Gästezahlen zurück. Damit setzt sich ein Trend fort, der schon in den fünfziger Jahren seinen Anfang genommen hat und nur zu Beginn der neunziger Jahre als Folge der deutschen Wiedervereinigung unterbrochen wurde (Tabelle 3).

Die wichtigsten **Merkmale der Urlaubsreisen** (Tabelle 4) sind folgende:

- Die durchschnittliche Urlaubsreise der Deutschen dauert etwa **zwei Wochen** und **kostet pro Person und Tag knapp 100 DM**. Rund die Hälfte der Reisen beginnt in den Monaten Juni bis August.
- Knapp **50% der Reisen werden in Gruppen von drei oder mehr Personen durchgeführt**. Daneben hat sich inzwischen deutlich die Zwei-Personen-Reise mit 42% der Reisen etabliert. Rund 60% der Reisen sind Individualreisen.

Tabelle 3

Urlaubsreisen der Deutschen

Kennziffern	1982 *)	1990	1994	1995	1996
• Reiseintensität (in % der Bevölkerung)	55	69,2	78,1	77,8	71,8
• Reisehäufigkeit (Reisen pro Reisendem)	1,2	1,26	1,37	1,32	1,35
• Anzahl der Reisenden (Mio.)	26,3	43,2	49,0	49,0	45,3
• Anzahl Haupturlaubsreisen (Mio.)	26,3	43,2	49,0	49,0	45,3
• Anzahl zusätzliche Urlaubsreisen (Mio.)	5,9	11,4	18,2	15,5	15,9
• Anzahl Urlaubsreisen insgesamt (Mio.)	32,2	54,6	67,2	64,5	61,2
• Zuwachsrate gegenüber Vorjahr (%)			+6,0	-6,0	-5,1
Reiseziel:					
• Anzahl der Inlandsreisen (Mio.)	13,3	23,1	23,5	22,0	18,5
• Anzahl der Auslandsreisen (Mio.)	18,9	31,5	43,7	42,5	42,7
• Inlandsreise-Anteil aller Urlaubsreisen (%)	41,3	42,3	34,9	34,1	30,2
• Auslandsreise-Anteil aller Urlaubsreisen	58,7	57,7	65,1	65,9	69,8

*) nur Westdeutschland

Quelle: N.I.T. 1997, nach: RA 82 bis 97

Tabelle 4

Merkmale der Urlaubsreisen

Basis: 100 % = alle Urlaubsreisen	1993	1994	1995	1996
• Durchschnittliche Dauer der Reise in Tagen	14,4	14,0	14,1	13,8
• Ausgaben pro Person pro Urlaubsreise in DM	- ¹⁾	- ¹⁾	1 410	1 362
Zeitpunkt des Reiseantritts:				
• Juni–August (%)	51	51	51	49
• Mai–September (%)	73	73	74	71
• Oktober–April (%)	27	27	26	29
Organisationsform:				
• Veranstalterreisen, Reisebüro genutzt (%)	39,5	43	40	42
• Individualreisen, direkt gebucht (%)	60,5	57	60	58
Verkehrsmittel:				
• PKW (%)	54	52	52	51
• Flugzeug (%)	24	27	28	30
• Bahn (%)	9	9	8	7
• Bus (%)	11	11	10	10
• Sonstige (%)	2	1	2	2
Unterkunft:				
• Hotel/Gasthof (%)	38	40	39	43
• Ferienwohnung/-haus (%)	19	19	21	23
• Pensionen (%)	12	12	11	9
• Privatzimmer (%)	7	6	5	4
• Camping/Wohnwagen/Wohnmobil (%)	8	7	8	8
• Verwandte/Bekannte (%)	14	13	13	10
• Sonstige (%)	3	3	3	3

¹⁾ nicht erhoben

Quelle: N.I.T. 1997, nach: U+R 94, U+R 95, RA 96, RA 97

Tabelle 5

Entwicklung der Kurzurlaubsreisen der Deutschen 1990 bis 1996

Kennziffern	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
• Kurzreiseintensität (%)	40,0	38,4	33,3	42,4	42	36,6	38,1
• Kurzreishäufigkeit	2,7	2,5	2,3	2,4	2,2	2,2	2,4
• Kurzurlaubsreisende (Mio.)	25,0	23,9	21,0	26,4	26,6	23,1	24,0
• Kurzurlaubsreisen (Mio.)	67,7	59,6	48,2	63,8	59,5	50,7	57,6
• Zuwachsrate gegenüber Vorjahr (%) ...	–	–12,0	–19,1	+32,4	–6,7	–14,7	+13,6

Quelle: N.I.T. 1997, nach: RA ab 1990 einschließlich der Neuen Bundesländer

- Über die Hälfte der Bundesbürger benutzt für die Urlaubsreise den **PKW**. Dieser Anteil ist noch höher, wenn man nur die Inlandsreisen betrachtet. Steigender Beliebtheit erfreut sich das **Flugzeug**, mit dem 1996 18,5 Mio. Urlaubsreisen durchgeführt wurden. Es schlägt hier der Trend zu transkontinentalen Reisen durch. Die **Bahn** liegt inzwischen bei einem Marktanteil von unter 7 %, der Bus bei rund 10 %.
- Das **Hotel** (einschließlich Gasthof) ist mit 43 % die am häufigsten genutzte Unterkunftsform, gefolgt von Ferienwohnungen und -häusern mit 23 %. Beide Formen befinden sich noch im Aufwärtstrend. Verluste mußten die Betriebsarten Pension und Privatzimmer hinnehmen, die zusammen nur noch 13 % ausmachen.

2. Kurzurlaubsreisen

1996 unternahmen 38 % der Bevölkerung (ab 14 Jahren) Kurzurlaubsreisen. Diese 24 Mio. Kurzurlaubsreisenden machten im Durchschnitt 2,4 Reisen. Das entspricht einem **Kurzurlaubsreisevolumen von rund 58 Mio. Kurzurlaubsreisen** (Tabelle 5).

- Das mit Abstand beliebteste Kurzurlaubsreiseziel ist **Bayern**: 20,9 % der Kurzreisenden haben dort zumindest einen ihrer Kurzurlaube verbracht. Es folgt bei den Nennungen Baden-Württemberg (10,8 %), dicht gefolgt von Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Nordrhein-Westfalen und Berlin (alle über 9 %). In einer dritten Gruppe (über 6 %) sind Thüringen, Hamburg, Rheinland-Pfalz, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Hessen vertreten.
- Innerhalb der ausländischen Kurzreiseziele werden insbesondere die Nachbarstaaten bereist. Am häufigsten war **Österreich** das Ziel, mit deutlichem Abstand folgen Frankreich, die Niederlande, Italien und die Schweiz.
- Bei den Kurzreisearten steht der **Verwandten- bzw. Bekanntenbesuch** mit Abstand an **erster Stelle**. An zweiter Stelle folgen Städtereisen mit einem Anteil von gut 36 %. Deutlich seltener werden die durchgeführten Kurzreisen als Sport-, Kultur- oder Studien-/Bildungsreisen eingestuft; der Anteil der Gesundheitsreisen und Fitness-Urlaube liegt nur auf niedrigem Niveau.

Tabelle 6

Ausgewählte Merkmale der Kurzurlaubsreisen 1995

Basis: 100 % = alle Kurzreisenden 1995	1995 in %
Reiseziele Inland (über 10 %) (mindestens eine Kurzreise nach ... gemacht)	
• Bayern	20,9
• Baden-Württemberg	10,8
Reiseziele Ausland (über 4 %) (mindestens eine Kurzreise nach ... gemacht)	
• Österreich	13,4
• Frankreich	6,0
• Niederlande	4,9
• Italien	4,3
• Schweiz	4,3
Kurzurlaubsreisearten (mindestens eine Kurzreise dieser Art gemacht)	
• Verwandten-/Bekanntbesuch ..	51,3
• Städtereisen	36,2
• Kulturreisen	9,7
• Sportreisen	9,5
• Studien-/Bildungsreisen	7,4
• Gesundheitsreisen	5,3

Quelle: N.I.T. 1997, nach: RA 96

3. Tagesreiseverkehr in Deutschland

1993 unternahmen über 85 % der Deutschen über 14 Jahre mindestens einen Tagesausflug. Bei im Durchschnitt über 30 Ausflügen pro Ausflügler ergibt sich ein **Tagesausflugsvolumen von rund 2,1 Mrd. Tagesausflügen**, von denen die meisten an Wochenenden stattfanden. Etwa 75 % nutzten dabei den PKW als Verkehrsmittel. Das Ausland war bei jedem 25. Ausflügler das Ziel. Die durchschnittlichen Tagesausgaben liegen bei etwa 39,00 DM.

Tabelle 7

Tagesreisen der Deutschen 1993

Kennziffern	Tagesausflugsverkehr	Tagesgeschäftsreisen
• Tagesreiseintensität (%) ...	85,7	13,8
• Tagesreisehäufigkeit (Tagesreisen/Reisender/Jahr)	30,6	20,3
Tagesreisen insgesamt (in Mio.):	2 123,5	189,7
• Inlands-Tagesreisen	2 033,5	183,9
• Auslands-Tagesreisen	90	5,8
• Durchschnittliche Tagesausgaben/in DM	38,80	52,80
Verkehrsmittel:		
• PKW (%)	77,5	83,7
• Bahn (%)	4,5	9,3
• Bus (nicht Linienbus) (%)	6,2	1,6
• ÖPNV (%)	5,4	2,2
• Sonstige (%)	11,1	6,2

Quelle: DWIF 1995

Erheblich weniger Personen gingen auf **Tagesgeschäftsreisen** (13,8 %). Sie unternahmen im Durchschnitt etwa 20 Reisen, von denen rund 184 Mio. bzw. 97 % ins Inland gingen. Tagesgeschäftsreisende nutzen den PKW noch stärker als Ausflügler. Sie legten im Durchschnitt 161 Kilometer (in eine Richtung) zurück, mehr als doppelt soviel wie Ausflügler (70 km) und gaben ca. 53,00 DM aus.

4. Tourismus nach Deutschland

1995 übernachteten in Deutschland knapp 14 Mio. ausländische Gäste in Beherbergungsstätten mit neun oder mehr Gästebetten. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,3 Nächten ergeben sich 32 Mio. Übernachtungen, davon 2,72 Mio. (8,5 %) in den neuen Bundesländern und Ost-Berlin. Übernachtungen von Auslandsgästen machen weniger als 11 % der Gesamtzahl der Übernachtungen in Deutschland aus (neue Bundesländer 6,4 %).

Nach mehreren rückläufigen Jahren konnten **1994 bis 1996 wieder leichte Zuwächse bei den Übernachtungen von Auslandsgästen** registriert werden. Zurückzuführen ist dies überwiegend auf Zuwächse in den neuen Bundesländern. Die alten Bundesländer verzeichneten 1995 die ersten Zuwächse seit 1990. Die Übernachtungszahlen liegen Mitte der 90er aber weit hinter dem Spitzenjahr 1990, in dem für die alten Bundesländer 5,5 Millionen mehr Ausländerübernachtungen registriert wurden als 1995 (Tabelle 8).

Die bei weitem **größte ausländische Gästegruppe** kommt aus den **Niederlanden** (1995: 1,8 Mio. Ankünfte). Großbritannien und Nordirland folgen trotz absoluter Rückgänge unverändert an zweiter Stelle der europäischen Länder bzw. auf dem dritten Gesamtplatz hinter den Vereinigten Staaten. Schweden, Dänen, Finnen und Norweger reisten erheblich seltener nach Deutschland. China und Hongkong bilden inzwischen nach Japan die zweitwichtigste asiatische Herkunftsregion.

5. Fazit

Für eine Beschreibung der Reise„ströme“ in und aus Deutschland wurden in diesem Kapitel vor allem die Zahlen von F.U.R. zugrundegelegt. Daneben gibt es jedoch noch weitere Quellen. Die Datenlage zu Reisevolumen und Struktur des Reisens ist jedenfalls nicht gerade durch Knappheit gekennzeichnet und ermöglicht einen Einblick in die quantitativen Dimensionen des Tourismus und seine qualitativen Strukturmerkmale. Die Vielzahl der Daten und ihrer Quellen sowie die divergierenden methodischen Ansätze machen den Gang durch Statistiken und Marktdaten aber – aufgrund fehlender Transparenz und Nachvollziehbarkeit – nicht immer zu einem Vergnügen (s. a. Kap. II, S. 51 ff.):

- Angaben bzgl. des Volumens einzelner Reiseformen ergeben große Schwankungsbreiten.
- Es differieren die Daten zur Reiseintensität erheblich (F.U.R. ca. 78 %, BAT 54 %, jeweils für 1994).
- Das Volumen des Incoming-Tourismus bleibt im Dunkeln. Es wird vom DFV (auf der Basis des Europäischen Reisemonitors) für 1993 mit ca. 150 Mio. Übernachtungen veranschlagt (DFV 1994), Maschke (1996) gibt – auf der Basis der amtlichen Statistik – die Übernachtungszahl mit ca. 60 Mio. an (S. 134).
- Probleme gibt es hinsichtlich der Vergleichbarkeit oder gar der „Vernetzbarkeit“ der zahlreichen Daten – was im Blick auf die Harmonisierungsbemühungen bei der Statistik innerhalb der EU von besonderer Bedeutung ist.
- Nach wie vor sind Unvollständigkeiten und Lücken hinsichtlich der Erfassung bestimmter touristischer Aktivitäten zu konstatieren: z.B. Anzahl der Übernachtungen in Beherbergungsstätten mit weniger als 9 Betten, Dauer- und Touristikcamper, Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten, Zahl der Tagesausflüge nach Deutschland durch Personen aus dem Ausland.
- Schließlich fragt sich, inwieweit diese und andere Eckdaten zur Nachfrage für strategische Konzepte und zukunftsorientiertes Handeln in Wirtschaft und Politik ausreichen.

Es ergibt sich folgendes Gesamtbild (N.I.T. 1997, S. 3):

- Im Jahr **1996** haben die Deutschen rund **155 Mio. Reisen mit Übernachtungen** unternommen. Grob geschätzt ergaben sich dabei rund 845 Mio. Über-

Tabelle 8

Tourismus nach Deutschland¹⁾

Kennziffern	1984 ^{2) 3)}	1988 ^{2) 3)}	1990 ²⁾	1991 ²⁾	1992	1993	1994	1995	1996
Ankünfte ausländischer Gäste (Mio.)	11,9	13,0	15,6	14,3	14,5	13,21	13,36	13,81	–
Übernachtungen von Ausländern (Mio.)	25,9	29,8	34,8	33,2	33,82	31,07	31,18	32,03	32,25
davon in den NBL (Mio.)					1,87	1,84	2,29	2,72	2,90
Zuwachsrate gegenüber Vorjahr in %	+10	+3,5	+5,4	–4,6	–3,94	–8,1	+0,4	+2,7	+0,7
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Nächten	2,2	2,3	2,2	2,3	2,3	2,4	2,3	2,3	–
Anteil an den gesamten Übernachtungen in %	12,4	12,7	13,6	12,5	11,5	10,8	10,7	10,7	10,8
Herkunft der Ausländerübernachtungen/Absolute Veränderung gegenüber Vorjahr in %									
• Europa	66,2	72,5	71,5	75,7	74,7 ⁴⁾	74,4	73,1	73,2	–
	+ 6,3	+ 5,7	+ 4,2	+ 1,0	– 5,6	– 8,4	– 1,4	+28	–
• Niederlande	19,3	19,1	16,5	18,1	16,5	16,8	15,6	15,8	15,8
	+ 6,5	+ 0,8	– 3,4	+ 4,6	–10,1	– 6,3	– 6,4	+ 3,4	+ 1,1
• Großbritannien und Nordirland	9,1	8,6	9,4	9,0	8,8	9,2	9,5	9,2	–
	+ 6,6	+ 0,5	+10,1	– 8,6	– 2,9	– 4,3	+ 3,7	– 0,5	–
• Italien	3,9	4,7	5,1	5,5	5,3	4,8	5,0	5,2	5,4
	+ 6,7	+13,4	+ 7,0	+ 2,9	– 5,8	–17,2	+ 5,5	+ 5,8	+ 5,0
• Schweiz	4,3	4,6	4,5	4,8	4,8	5,0	5,0	5,2	–
	+ 7,6	+ 4,3	+ 4,1	+ 1,2	– 4,2	– 3,8	– 0,2	+ 7,1	–
• Frankreich	4,7	4,9	5,0	5,0	4,9	5,0	4,9	4,9	–
	+ 9,8	+ 5,0	+ 5,7	– 4,7	– 5,0	– 5,7	– 1,3	+ 1,0	–
• Amerika	21,2	15,6	16,3	12,7	13,2	12,9	12,6	12,4	–
	+23,6	– 7,8	+10,5	–25,8	+ 2,4	– 9,9	– 2,1	+ 0,7	–
• Vereinigte Staaten	18,2	13,0	13,5	10,2	10,7	10,4	10,2	9,9	10,3
	+25,5	– 9,3	+11,4	–28,3	+ 3,3	–10,5	– 1,6	+ 0,5	+ 4,6
• Asien	8,0	8,2	8,1	7,8	8,1	8,2	9,3	9,9	–
	+13,0	+ 4,4	+ 3,4	– 8,5	+ 2,5	– 6,2	+12,5	+ 9,6	–
• Japan	2,8	3,5	4,0	3,5	3,7	3,7	3,8	4,1	–
	+ 9,8	+ 7,9	+ 9,1	–16,2	+ 5,1	– 7,7	+ 2,4	+10,5	–
• Afrika	1,7	1,6	1,5	1,3	1,3	1,3	1,1	1,1	–
	– 7,5	+12,5	– 4,4	–15,3	– 4,4	– 3,8	–16,4	+ 1,3	–
• Australien und Ozeanien	1,0	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9	–
	+25,6	+ 2,6	+ 7,7	–20,4	–10,3	–10,3	+23,7	– 3,0	–

¹⁾ Erfasst werden nur Beherbergungsstätten mit 9 oder mehr Gästebetten

²⁾ Nur früheres Bundesgebiet

³⁾ Ehemalige DDR gilt als Ausland

⁴⁾ Veränderungsrate für das frühere Bundesgebiet

– liegt noch nicht vor

Quelle: N.I.T. 1997, nach: Statistisches Bundesamt: Tourismus in Zahlen 1991 bis 1996 und erste Ergebnisse der Beherbergungsstatistik vom 10. März 1997

- nachtungen im Verlauf von Urlaubsreisen und rund 225 Mio. bei anderen Reisen.
- Über 83 Mrd. DM wurden bei Urlaubsreisen ausgegeben, über 22 Mrd. DM wahrscheinlich bei den weiteren Reisen. Bei den **Tagesausflügen**, pro Jahr etwa 2,3 Mrd., ergeben sich Umsätze von etwa 92 Mrd. DM.
 - Bei den **Touristen aus dem Ausland** weist die Beherbergungsstatistik des Statistischen Bundesamtes 1995 14 Mio. ausländische Gäste in den gewerblichen deutschen Beherbergungsbetrieben aus,
- d. h., es ergeben sich auf dieser Basis ca. 32 Mio. Übernachtungen.
- Insgesamt zeigen bereits die bloßen Zahlen, auch wenn sie teilweise mit Unsicherheiten behaftet sind und Lücken bestehen (s. a. Kap. II.), die große Bedeutung des Tourismus in gesellschaftlicher wie wirtschaftlicher Hinsicht. Die hier erkennbaren Volumina verweisen aber auch auf die hohe ökologische Relevanz des Tourismus. Den ökonomischen, technischen, gesellschaftlichen und ökologischen Aspekten widmen sich die folgenden Kapitel.

II. Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Der Tourismus als sogenannte **Boom-Branche** gilt – angesichts von Wirtschaftskrisen und Arbeitslosigkeit – vielen als Hoffnungsträger: Keine Branche – so heißt es – erwirtschaftet global gesehen solche Umsätze und sichert so viele Arbeitsplätze. Wo andere Wirtschaftszweige stagnieren, bricht er Jahr für Jahr Rekorde. Die Zahl der Reisenden, Umsätze, Wertschöpfung, Arbeitsplätze – welche Ziffern man auch immer abrufen, stets werden neue Bestwerte vermeldet. Auch für die Zukunft werden **weitere Wachstumsraten** vorhergesagt. Von „Grenzen des Wachstums“ ist kaum die Rede. Ist der Tourismus die Lokomotive, die die Wirtschaft in das nächste Jahrtausend schleppen wird? Lassen sich hier neue Arbeitsplätze schaffen?

Glaubt man manchen Auguren in Wissenschaft, Medien und Verbänden ist die Zukunft des Tourismus golden. Man kann sich allerdings des Eindrucks nicht erwehren, daß **nach Jahren der Vernachlässigung der Tourismus nunmehr als Allheilmittel überschätzt** wird. Auch sind die in die Debatte geworfenen Zahlen nicht immer überzeugend.

Im Folgenden²⁾ wird eine Bestandsaufnahme vorliegender Daten und Analysen zur ökonomischen Bedeutung des Fremdenverkehrs vorgenommen. Dabei ist die Betrachtung der Marktsegmente auf die Reiseformen Urlaubs-, Kurzurlaubs- und Geschäftsreisen konzentriert.

²⁾ Dieses Kapitel baut auf dem Gutachten der Prognos AG, Basel, auf (Prognos 1997). Eingeflossen sind ebenfalls Aussagen des Gutachtens von Prof. Dr. W. Freyer, Dresden (Freyer 1997).

1. Tourismusformen, Marktsegmente und Marktvolumen

Berücksichtigt man nur die Übernachtungsreisen entsprechend den Befragungsergebnissen von F.U.R., so hat die Bevölkerung Deutschlands im Jahr 1996 **20,2 Mio. Geschäftsreisen, 57,6 Mio. Kurzurlaubsreisen und 61,2 Mio. Urlaubsreisen** unternommen (vgl. Tabelle 1).

Trotz leichter bis deutlicher Steigerungen bei den Übernachtungen ausländischer Gäste in Deutschland in den vergangenen Jahren (Tabelle 9) steht dem **Outgoing** der Bevölkerung Deutschlands kein in der Größenordnung vergleichbares **Incoming** ausländischer Gäste nach Deutschland gegenüber (Prognos 1997, S. 5). Insgesamt betrug der Anteil ausländischer Gäste an der Gesamtzahl der Übernachtungen 1996 10,8 %.

Mit nahezu 300 Mio. Übernachtungen in den berichtspflichtigen Beherbergungsstätten wurde 1996 annähernd das Niveau des Vorjahres erreicht. Hinter den Zahlen verbergen sich aber große **Unterschiede zwischen den alten und den neuen Bundesländern**. Letztere weisen einen Zuwachs von 9,8 % (allerdings bezogen auf eine kleinere Basis), erstere ein Minus von 1,8 % auf. Die Kapazitätsauslastung der neuen allerdings liegt inzwischen unter der der alten Bundesländer.

Für die Beurteilung der wirtschaftlichen Bedeutung der einzelnen Segmente ist das **Ausgabeverhalten** der Reisenden von entscheidender Bedeutung. Auch hierzu liegen vielfältige (manchmal voneinander ab-

Tabelle 9

Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe 1993 bis 1996 (Binnennachfrage und Incoming)

	1993	1994	1995	1996
Ankünfte (in 1 000)	82 385	84 135	88 149	90 281
• Inland	69 176	70 771	74 342	76 082
• Ausland	13 209	13 364	13 807	14 198
Übernachtungen (in 1000)	288 991	291 090	300 621	299 992
• Inland	257 922	259 909	268 595	267 740
• Ausland	31 069	31 180	32 026	32 251
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	3,51	3,46	3,41	3,32
• Inland	3,73	3,67	3,61	3,52
• Ausland	2,35	2,33	2,32	2,32

Quelle: Prognos 1997, nach: StBA, Beherbergungsstatistik 1993 bis 1996

weichende, oft schwer miteinander vergleichbare) Zahlen vor, die man heranziehen muß, um einen Gesamtüberblick zu erhalten:

Für ihre **Urlaubsreise** (ohne Kurzurlaubsreisen) gaben die Deutschen 1995 im Durchschnitt noch 1 410 DM aus. 1996 lag der Durchschnittswert entsprechend der kürzeren Reisedauer bei 1 362 DM. Hochgerechnet auf 61,2 Mio. Urlaubsreisen (In- und Ausland), ergibt das Gesamtausgaben von rd. 83,4 Mrd. DM, 7,5 Mrd. weniger als im Jahr 1995 (Prognos 1997, S. 11).

Die **Reiseausgaben** stellen sich sehr unterschiedlich dar – je nach Reiseziel und -form. Während für einen Inlandsurlaub wenig mehr als 1 000 DM ausgegeben werden, betragen die Ausgaben für Auslandsreisen knapp 2 000 DM und für außereuropäische Reisen 4 000 DM (Freyer 1995). Nach den Zahlen der Deutschen Bundesbank gaben die Deutschen 1996 76,5 Mrd. DM für Auslandsreisen aus und nahmen damit innerhalb Europas die Spitzenstellung ein. Geht man gemäß F.U.R. von 42,7 Mio. Auslandsreisen aus, so entfallen nach diesen Zahlen auf jede Auslandsreise im Durchschnitt 1 800 DM (Prognos 1997, S. 11).

Die durchschnittlichen **Tagesausgaben** pro Übernachtungsgast unterscheiden sich je nach Zweck der

Reise erheblich. Geschäftsreisende geben (inkl. Übernachtung) im Vergleich zu Erholungsreisenden etwas mehr als das Doppelte aus (Erholungsreisende: 60,00 DM, Geschäftsreisende 150,00 DM und Kurzurlauber 85,00 DM). Bei **Tagesausflügen** wurden Ausgaben von ca. 39,00 DM, bei Tagesgeschäftsreisen von etwa 53,00 DM errechnet.

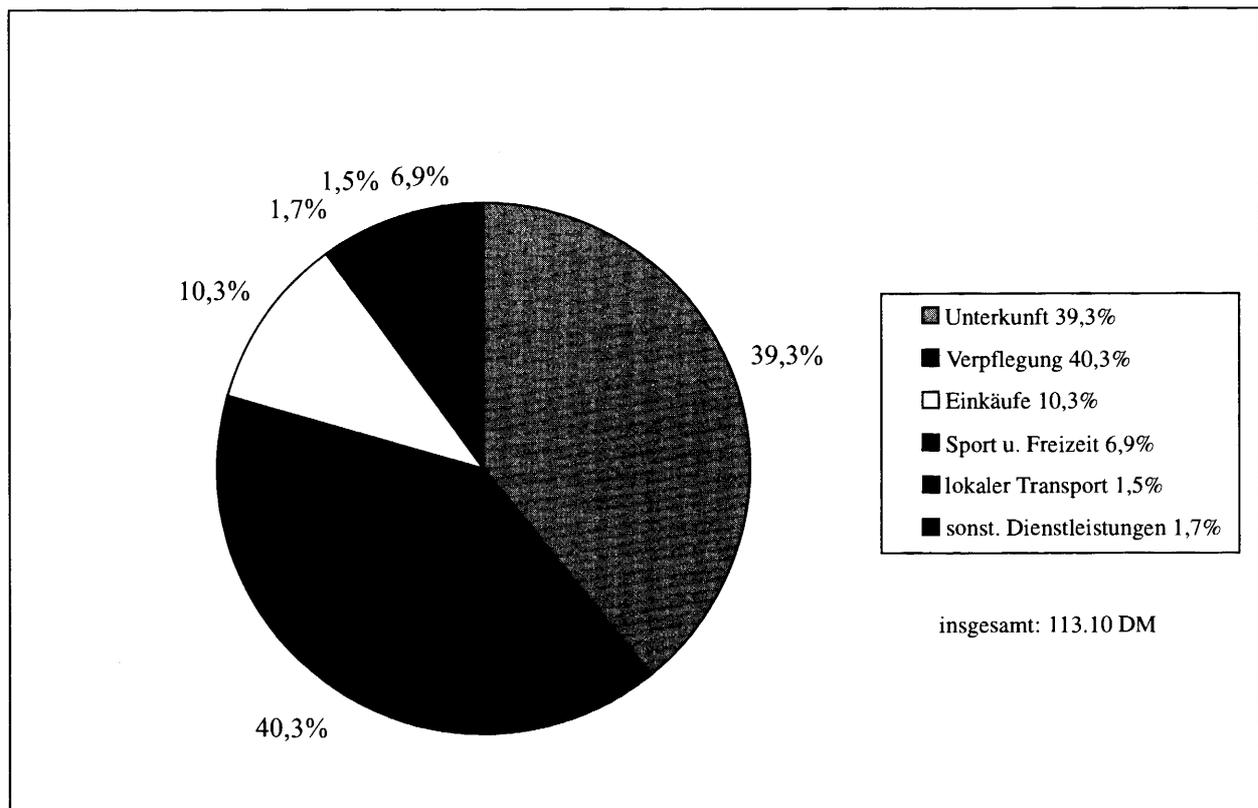
Am Urlaubsziel werden etwa 40 % der Ausgaben jeweils für Unterkunft bzw. für Verpflegung getätigt (Abbildung 1). Das Gastgewerbe verbucht folglich den größten Anteil des Gesamtumsatzes am Urlaubsort für sich. Weitere 10 % entfallen auf Einkäufe, kommen also dem Einzelhandel zugute. Die durchschnittlichen **Gesamtausgaben von 113,10 DM** am Tag umfassen nur tatsächlich vor Ort getätigte Ausgaben. Kosten für die Reisevorbereitung oder die Reise selbst sind nicht berücksichtigt (Prognos 1997, S. 11).

Insgesamt zeigt sich nach den Zahlen aus dem DWIF (Maschke 1996) für die Segmente Binnentourismus, Incoming-Tourismus (Reisen nach Deutschland) und Outgoing-Tourismus (Reisen aus Deutschland) folgendes Bild bei den „Mengen“:

- Innerhalb der Binnennachfrage (Tages- und Übernachtungsreisen) ergibt sich eine Gesamtzahl von Personenaufenthaltstagen von 2,75 Mrd., was die

Abbildung 1

Tagesausgabenstruktur pro Übernachtungsgast 1990/91 am Urlaubsort



Quelle: Prognos 1997, nach DWIF 1992

Tabelle 10

Zahl der Aufenthaltstage von Touristen an den jeweiligen Zielorten nach Reisearten

	Binnen-Tourismus		Incoming-Tourismus		Outgoing-Tourismus	
	absolut in Mio.	in %	absolut in Mio.	in %	absolut in Mio.	in %
Tourismus mit Übernachtungen						
• gegen Entgelt	450	39	45	4	665	57
• bei Bekannten/Verwandten	100	67	15	10	35	23
Tagesreisen mit geschäftlichem und privaten Motiv	2 200	92	100	4	100	4
Insgesamt	2 750	74	160	4	800	22

Quelle: Maschke 1996

enorme Bedeutung der Tagesreisen belegt. **Der Binnentourismus ist somit das größte Akquisitionsegment.**

- Umfang und Struktur des **Incoming** sind durch eine Gesamtzahl von 160 Mio. Personenaufhaltstagen sowie 60 Mio. Übernachtungen gekennzeichnet. Zwar ist dies – **mengenmäßig – das kleinste Segment**, es hat aber für einige Städte/Stätten eine hohe Bedeutung.
- Beim Bild des **Outgoing** dominiert der Reiseverkehr mit 700 Mio. Übernachtungen und einer Ge-

samtzahl von 800 Mio. Personenaufhaltstagen (Tabelle 10).

Entsprechend den Zusammenstellungen des DWIF ergibt sich unter Berücksichtigung der durchschnittlichen **Ausgaben** pro Gast und Tag und der o. g. Personenaufhaltstage in den drei Segmenten folgendes Bild beim Bruttoumsatz (Tabelle 11).

Unter Einbeziehung der Reisekosten im Binnentourismus (und bezogen auf die deutschen Unternehmen) ergibt sich danach ein geschätzter jährlicher **Gesamtumsatz von mindestens 200 Mrd. DM**. Von dieser Zahl geht auch das BMWi aus. Mit einem solchen Umsatz läge die Branche noch vor der Chemischen Industrie (197 Mrd.) und nur unwesentlich hinter dem Maschinenbau (203 Mrd.).

Tabelle 11

Tagesausgaben und Bruttoumsatz

	Tagesausgaben/Gast (DM)	Bruttoumsatz in Mio. DM
Binnentourismus		
• Reisen mit Übernachtung ...	110,00	49 500
• Tagesreisen	39,00	38 700
insgesamt		139 200
Incoming		
• Reisen mit Übernachtung ...	225,00	13 500
• Tagesreisen	45,00	4 500
insgesamt		18 000
Outgoing		
Alle Reisen	88,00¹⁾	26 000

¹⁾ Der Tourismusbericht des DFV (1995) nennt 350,00/500,00 DM als Durchschnittsausgaben von Reisenden nach Deutschland

Quelle: nach Maschke 1996

2. Anbieter

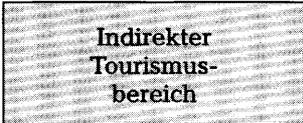
Die Struktur der Leistungsanbieter im Tourismus – man spricht von 220 000 Betrieben – ist vielfältig. Während eine Abgrenzung der einzelnen Tourismusbetriebe je nach betriebswirtschaftlicher Definition möglich ist, bereitet die Aggregation zu einer Tourismusbranche Schwierigkeiten, da sie keinen einheitlichen Wirtschaftszweig darstellt, sondern sich gewissermaßen aus Teilbereichen anderer Wirtschaftszweige zusammensetzt. **Eine exakte volkswirtschaftliche Abgrenzung des Tourismussektors existiert bislang nicht** (Prognos 1997, S. 13).

Dem engeren oder **direkten Tourismusbereich** werden üblicherweise Hotellerie, Gastronomie, Reiseveranstalter und -vermittler, Messewesen, aber auch Transportunternehmen u. a. zugeordnet (Tabelle 12). In diesem Bereich kann in der Regel ein wesentlicher Teil der Einnahmen dem Tourismus zugerechnet werden (Prognos 1997, S. 13).

In anderen Wirtschaftszweigen (z. B. Bauwirtschaft, Einzelhandel) wird nur ein kleiner Teil der Gesamtleistungen an Touristen oder Tourismusbetriebe abgesetzt. Diese Wirtschaftszweige werden dem **indi-**

Tabelle 12

Wirtschaftsbereiche mit Relevanz für den Tourismus

<ul style="list-style-type: none"> • Hotellerie • Gastronomie • Reiseveranstalter und -vermittler • Kongresse, Tagungen, Messen • Bäderwesen, Kur • Verbände, Verkehrsbüros • Touristische Aus- und Weiterbildung • Fremdenverkehrsadministration • Transport 	 <p>Direkter Tourismus- bereich</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Groß- und Einzelhandel • Kunst, Theater, Rundfunk, TV • Bauwirtschaft • Reiseausrüster 	 <p>Indirekter Tourismus- bereich</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Informeller Sektor (Sportlehrer, Friseure ...) 	

Quelle: Prognos 1997

rekten oder ergänzenden Tourismusbereich zugeordnet. Daneben läßt sich noch ein weiterer „Randbereich“ mit Betrieben identifizieren, die keine tourismustypische Leistungen anbieten, dennoch aber vom Tourismus abhängig sein können.

Welcher Teil des Umsatzes der einzelnen Bereiche dem Tourismus zuzurechnen ist, wird aus der amtlichen Statistik nicht ersichtlich. Die Umsatzsteuerstatistik, die man hilfweise heranziehen kann, weist lediglich die Gesamtumsätze einzelner Wirtschaftszweige aus (Tabelle 13). Darin sind immerhin Gastgewerbe und Reiseveranstaltung/-vermittlung als Anbieter typischer Tourismusdienstleistung gesondert ausgewiesen.

Das Gastgewerbe als typische Tourismusbranche erwirtschaftete 1994 einen Umsatz von ca. 100 Mrd. DM (ohne MwSt.). Davon entfällt auf das **Beherbergungsgewerbe** ein steuerbarer Umsatz von rd. 28,6 Mrd. DM, wobei ca. 27,1 Mrd. DM der klassischen Hotellerie zuzurechnen sind. Das **Gaststättengewerbe** setzte ca. 63 Mrd. DM um. Davon dürfte allerdings ein großer Teil auf lokale, nicht dem Tourismus zurechenbare Konsumenten zurückgehen. Ungefähr 10,4 Mrd. DM steuerbaren Umsatz verbuchten **Reiseveranstalter und -vermittler** (Prognos 1997, S. 16). Zum Vergleich: Das Baugewerbe hat einen steuerbaren Umsatz von ca. 495,5 Mrd. DM, der Handel ca. 257,5 Mrd. DM.

Beherbergungsgewerbe

1996 entfielen rd. **67 % der angebotenen Betten** auf die **klassische Hotellerie**, rd. **25 % auf die Parahotel-**

lerie und 8 % auf Sanatorien u. ä. Von 1994 auf 1995 hat die Anzahl der angebotenen Betten um knapp 5 % zugenommen, von 1995 auf 1996 um knapp 4 % abgenommen (Tabelle 14) (Prognos 1997, S. 16).

Hotels konnten leicht über dem Durchschnitt liegende Zuwächse der Übernachtungszahlen verbuchen, während Gasthöfe und Pensionen Rückgänge aufzuweisen hatten. Diese unterschiedlichen Tendenzen in den Betriebskategorien und der leichte Zuwachs der Übernachtungszahlen sind aber weniger auf verstärkten Urlaubstourismus als vielmehr auf eine vermehrte Reisetätigkeit bei Geschäftsreisen zurückzuführen (Spörel 1996, S. 440). Betrachtet man die durchschnittliche Kapazitätsauslastung aller Betriebsarten im Zeitverlauf, so zeigt sich eine **stetige Abnahme der durchschnittlichen Auslastung in den letzten Jahren**, insbesondere bei den Gasthöfen.

Reiseveranstalter und Reisebüros

Für 59 Reiseveranstalter in Deutschland hat die FVW (Fremdenverkehrswirtschaft International) für 1995/96 **einen Umsatz von 21,45 Mrd. DM³⁾** ermittelt (Tabelle 15). Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Zuwachs von 2,5 %. Die Teilnehmerzahlen belaufen sich auf 20,34 Mio. (+3,9 %). Der Umsatz pro Teilnehmer schwankt zwischen 8 570 DM bei Hanseatic Tours und 198 DM bei Novasol (Prognos 1997, S. 18).

³⁾ Steuerbarer Umsatz 1994 nach StBA ca. 10 Mrd. DM.

Tabelle 13

Umsatzsteuerstatistik 1994

Wirtschaftsgliederung	Steuerpflichtige Anzahl ¹⁾	Steuerbarer Umsatz 1 000 DM ²⁾
Gastgewerbe	274 172	100 173 903
Beherbergungsgewerbe	49 416	28 663 690
• Hotels, Gasthöfe, Pensionen etc.	45 273	27 178 249
• Hotels	12 199	16 656 576
• Gasthöfe	24 541	8 384 389
• Pensionen	8 533	2 137 284
• Hotels garnis	4 143	1 485 441
• Sonstige Beherbergungsstätten	6 796	2 975 340
• Erholungs- und Ferienheime	636	800 320
• Feriencentren	164	603 127
• Ferienhäuser, Ferienwohnungen	3 144	548 710
• Hütten	177	137 825
• Campingplätze	1 020	645 450
• Privatquartiere	1 567	211 544
Gaststättengewerbe	211 058	62 931 490
• Speisewirtschaften, Imbißhallen	121 617	41 038 668
• Restaurants mit herkömmlicher Bedienung ...	78 489	28 210 333
• Restaurants m. Selbstbedienung	659	976 207
• Cafés	9 989	3 456 779
• Eisdielen	6 148	1 705 035
• Imbißhallen	26 332	6 690 314
• Sonstige Bewirtschaftungsstätten	89 441	21 892 822
• Schankwirtschaften	73 074	16 348 786
• Bars und Vergnügungslokale	3 049	974 223
• Diskotheken und Tanzlokale	1 747	1 060 716
• Trinkhallen	11 571	3 509 097
Kantinen und Caterer	6 902	5 603 384
• Kantinen	5 950	3 627 489
• Caterer	952	1 975 895
Reiseveranstaltung und -vermittlung	9 781	10 473 643
• Reiseveranstaltung	1 649	4 867 173

¹⁾ Steuerpflichtige mit min. 25 000 DM Umsatz pro Jahr

²⁾ steuerbarer Umsatz ohne Umsatzsteuer

Quelle: Prognos 1997, nach: StBA 1997

Tabelle 14

Beherbergungskapazitäten

Art	Geöffnete Betriebe Anzahl			Angebotene Gästebetten Anzahl			Durchschnittliche Auslastung ¹⁾ %		
	1994	1995	1996	1994	1995	1996	1994	1995	1996
Hotels	12 170	12 611	12 573	762 400	806 953	829 767	36,3	35,8	34,7
Gasthöfe	10 146	10 280	9 823	229 579	235 419	227 795	26,3	25,2	23,9
Pensionen ..	5 806	6 104	5 442	135 102	141 176	126 282	36,7	35,1	32,9
Hotels garni ..	9 185	9 231	8 210	259 495	270 476	257 805	36,2	35,3	33,9
Ferienheime, JH ²⁾	11 699	12 297	10 767	583 062	608 851	531 379	38,3	37,7	36,0
Sanatorien u. ä.	1 089	1 112	1 090	158 714	164 664	173 398	88,5	89,0	82,7
Insgesamt ...	50 095	51 835	47 905	2 128 352	2 227 339	2 146 426	39,8	39,2	37,5

¹⁾ Rechnerischer Wert (Übernachtungen/angebotene Bettentage x 100)

²⁾ incl. Feriencentren, Ferienhäuser und -wohnungen u. ä.

Quelle: Prognos 1997, nach: StBA Beherbergungsstatistik 1994 bis 1996

Tabelle 15

**Umsatz der Reiseveranstalter
pro Teilnehmer 1995/96**

Veranstalter ¹⁾	Umsatz/ Teilnehmer ²⁾	Veränderung	Rang
• Hanseatic Tours	8 570	-663	1
• TUI KG	1 227	- 28	26
• Durchschnitt . . .	1 047	- 17	-
• NUR	1 041	- 23	30
• ITS	948	55	38
• DER	683	- 5	45
• Novasol	198	- 1	59

¹⁾ Basis sind 59 erfaßte Reiseveranstalter

²⁾ Berechnet aus Angaben von Teilnehmerzahlen und Umsatz

Quelle: Prognos 1997, nach: FVW 1996

Auffällig ist die Entwicklung der Zahl der **Insolvenzverfahren** (Tabelle 16), die in diesem Bereich stärker zunimmt als in der Gesamtwirtschaft. Innerhalb von vier Jahren (1991 bis 1994) hat sich die Zahl der Insolvenzverfahren fast verdoppelt (StBA 1996). Berücksichtigt man den Stand bis November 1996, beträgt die Veränderung gegenüber dem Vorjahr bis dahin +5,3 %.

Diese Entwicklung dürfte darauf zurückzuführen sein, daß – obwohl die Reisebüros insgesamt ihren Absatz 1994 um 8,4 % steigern konnten – der Umsatz bei gleichzeitiger Zunahme der Verkaufsstellen nur um 1 % stieg (Borrmann/Weinhold 1994). Dem daraus resultierenden, erhöhten Kosten- und **Wettbewerbsdruck** konnten einige Reisebüros und kleinere Veranstalter nicht standhalten (Prognos 1997, S. 19).

Entgegen der Vermutung, daß die Tendenz zu immer globaler agierenden Reiseveranstaltern und Reisevermittlern geht, sind in diesem Bereich bisher nur **wenige übernational engagierte Unternehmen** festzustellen. In der Mehrzahl handelt es sich um Anbieter, die zwar im nationalen Bereich eine dominante Stellung einnehmen, aber nur in wenigen Ländern aktiv sind (Freyer 1997, S. 64).

Tabelle 16

Insolvenzverfahren

	1992	1993	1994	1995
• Reisebüros und Reiseveranstalter .	141	210	229	236
• Gesamtwirtschaft . . .	10 920	15 148	18 837	22 344
• Anteil an der Gesamtwirtschaft (%) . . .	1,3	1,4	1,2	1,1

Quelle: Prognos 1997, nach: StBA 1996

Konzentrationstendenzen, Verflechtungen

Meldungen zu Übernahmen und Zusammenschlüssen haben erst vor kurzem die Konzentrations- und Verflechtungstendenzen im Tourismus in den Blick gerückt. Unternehmerische Kooperation ist zwar insbesondere für Reiseveranstalter/-mittler ein Gebot des Marktes. Zu starke Konzentrationstendenzen können aber zu **wettbewerblich unerwünschten Folgen** führen. Eine Problematik bei der Beurteilung der Konzentration liegt darin, daß einzelne Unternehmen untereinander in beträchtlichem Maße verflochten sind (Freyer 1995, S. 151 ff.) und stille Gesellschafter bzw. indirekte Beteiligungen nur schwer nachzuweisen sind. So besitzen z.B. die Töchter von Großbanken beträchtliche Kapitalanteile großer Reiseveranstalter oder Transportunternehmen. Ferner finden sich Minderheits- und Querbeteiligungen sowie internationale Verflechtungen von Reiseveranstaltern, die die gesamte Struktur unübersichtlich werden lassen. Solche Verflechtungen können zu Konzentrationstendenzen führen, ohne daß sich dies an offiziellen Statistiken ablesen ließe (Prognos 1997, S. 19). Im Vergleich mit anderen Branchen, z.B. der Lebensmittelbranche, ist aber der Konzentrationsgrad bei den Reiseveranstaltern geringer (Kirstges 1996, S. 3).

Offensichtlich sind Konzentrationstendenzen auf dem **Markt für Ferienreisen**. Hier bewegen sich die Anteile der größten Veranstalter am Umsatz des Gesamtmarktes in problematischen Bereichen. TUI/LTU und Hapag Lloyd haben einen addierten Marktanteil von über 42 %. Der stärkste Wettbewerber NUR kommt auf 16,9 % und zusammen mit Condor auf 23 % (Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus, Ausschuß-Drucksache 401). Diese Bildung von Blöcken sowie bestehende Querverbindungen können zu einer signifikanten Abnahme des Wettbewerbs auf dem Reiseveranstaltermarkt, dem vorgelagerten Markt für Ferienflugkapazitäten und dem nachgelagerten Markt für die Reisevermittlung führen. Auf einzelnen Teilmärkten – wie dem Flugtourismus – oder bei Einbezug sämtlicher Beteiligungen auch im Ausland stellt sich dies u. U. noch problematischer dar (Prognos 1997, S. 20).

Andererseits zeichnet sich neben der Herausbildung einer kleinen Gruppe von Großveranstaltern auch die Etablierung zahlreicher Kleinveranstalter ab. Diese Tendenz zum „**gespaltenen Reiseveranstaltermarkt**“ belegt, daß sich Klein- und Kleinstveranstalter auf dem Markt behaupten können, indem sie ungewöhnliche, hochspezialisierte Angebote auch für kleinere Zielgruppen offerieren (Freyer 1997, S. 68). Zwar versuchen Großveranstalter mit Hilfe von Franchise-Systemen und über die vertikale Integration, die Mittelständler an den Rand zu drängen, dennoch verlieren sie Marktanteile. So ist trotz erkennbarer Konzentrationsprozesse der Reiseveranstaltermarkt allenfalls oligopolistisch und nach wie vor stark **mittelständisch geprägt** (Kirstges 1996). Es sind über 99 % der Tourismusunternehmen der mittelständischen gewerblichen Wirtschaft zuzurechnen, legt man die Umsatzdefinition von unter 100 Mio. DM Umsatz pro Betrieb zugrunde. Sowohl der Gaststätten- als auch der Beherbergungssektor übertreffen dieses Limit

nur selten. Bei den Reiseveranstaltern weisen 35 Veranstalter einen jährlichen Umsatz von über 100 Mio. DM aus.

Im internationalen Bereich sind bei **Reiseveranstaltern und -mittlern** nur **geringe horizontale Verflechtungen** gegeben. Allerdings gewinnen vertikale Verflechtungen in bezug auf die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen zunehmend an Bedeutung (Freyer 1997, S. 71). Im nationalen Bereich läßt sich bei den **Reisemittlern** eine steigende Tendenz zur **Vereinheitlichung des Leistungsangebotes** sowie zu **Unternehmenszusammenschlüssen** („Kettenbildung“) feststellen. So beherrschen in Deutschland die 17 führenden Reisebüroketten über 40 % des Gesamtmarktes und knapp 70 % des Geschäftsreiserverkehrs (Freyer 1997, S. 75).

Im **Beherbergungssektor**⁴⁾ herrscht trotz des Trends zu Hotelketten geringe Konzentration. Die größten Ketten haben – bezogen auf die Zimmerzahl – einen Anteil von 5 bis 10 % innerhalb des Segments Hotelketten. Bezogen auf das Hotelgewerbe insgesamt sind diese Zahlen deutlich kleiner, da die in der Berechnung berücksichtigten Hotelketten unter 30 % der angebotenen Betten im klassischen Hotelbereich umfassen (Prognos 1997, S. 20).

3. Gesamtwirtschaftliche Betrachtung

*Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP)/
Volkseinkommen*

Die Hauptproblematik bei der Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus liegt in der Beantwortung der Frage, **welche Branchen in welchem Umfang dem Tourismus zuzuordnen** sind. In der Literatur herrscht hier ein gewisse Beliebigkeit. So ziehen die einen die im engeren Sinne dem Tourismus zuzurechnenden Umsätze heran, während andere auch die vom Tourismus nur latent tangierten Bereiche hinzuzählen. Da die Frage zudem aufgrund der schlechten Datenlage nur schwer zu beantworten ist, erstaunt es kaum, daß so gut wie keine ausreichend begründeten Aussagen zu diesem Thema existieren bzw. äußerst divergierende Vorstellungen herrschen. Eine fundierte wissenschaftliche Grundlagenforschung, die dazu beitragen könnte, die Einschätzungen auf gesicherte Daten aufzubauen, gibt es bislang nicht.

– Das Statistische Bundesamt hat 1994 (für die alten Bundesländer) auf der Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung einen Anteil des Tourismus am BIP von 5,6 % ermittelt. Diese Zahl ist vom

⁴⁾ Nach verschiedenen Branchenveröffentlichungen führten 1996 die 50 größten Konzerne der Branche 911 Hotels, das sind 73 mehr als noch 1995. An der Spitze der Rangliste gibt es einige Verschiebungen. Neuer Tabellenführer ist die französische Accor-Gruppe, die mit ihren fünf Marken Ibis, Novotel, Mercure, Etap und Sofitel in Deutschland 593 Mio. DM umsetzte. Wesentlich weniger Zimmer, aber fast ebenso hohe Erlöse weist als neue Nummer zwei die Best-Western-Gruppe auf. Die Gesellschaft Maritim belegt mit 550 Mio. DM (–9 %) statt des ersten nunmehr den dritten Platz.

BMWi (1994) übernommen worden und wird auch von der OECD verwendet.

- Der World Travel & Tourism Council (WTTC) hat für Deutschland einen Anteil am BIP von 12,9 % für 1995 bzw. eine Wertschöpfung des Tourismus von 438,4 Mrd. DM geschätzt. Bis 2005 rechnet der WTTC für Deutschland mit einem Anstieg des BIP im Tourismussektor von 29,3 %. Diese Zahlen umfassen nicht nur direkte Ausgaben für Reisen und Tourismus, sondern „auch indirekte Faktoren wie private und staatliche Investitionen oder Ausgaben für Außenhandel“. Berücksichtigt werden also auch sämtliche Weitergabeneffekte. Diese Zahlen werden von vielen Fachleuten als unrealistisch eingeschätzt.
- Das DWIF hat den Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen mit 6 % veranschlagt (Maschke 1996) – unter Einbezug der Kosten für die Reisevorbereitung und -organisation.

Eine spezifische Vorgehensweise zur Beurteilung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus hat das DWIF gewählt. Die Umsätze des Tourismus werden mit Hilfe der durchschnittlichen Tagesausgaben von Touristen berechnet. Mittels Wertschöpfungsquoten wird aus dem Gesamtumsatz die **Wertschöpfung** ermittelt und schließlich deren Beitrag zum Volkseinkommen – getrennt nach Reiseformen – bestimmt. 1993 erwirtschaftete danach der **Tagesausflugsverkehr** einen Beitrag von **2,2 %**, der **Tagesgeschäftsreiserverkehr** von **0,57 %** und der **Tourismus mit Übernachtung** von **1,44 %**. Die Zahlen beinhalten die Ausgaben für die Fahrt.

Zum Volkseinkommen steuert der Tagesausflugsverkehr mit über der Hälfte den Hauptteil des touristischen Beitrags bei, gefolgt von den Übernachtungsreisen mit etwas über einem Drittel und dem Tagesgeschäftsverkehr mit 13,5 % (Tabelle 17).

Tabelle 17

Verteilung des touristischen Beitrags zum Volkseinkommen in Deutschland 1993 in % (1. und 2. Umsatzstufe¹⁾)

	Tagesausflugsverkehr	Tagesgeschäftsreiserverkehr	Tourismus mit Übernachtung	Insgesamt
• Ausgaben am Aufenthaltsort	1,43	0,18	1,20	2,81
• Ausgaben für die Fahrt	0,77	0,39	0,24	1,40
• Touristischer Einkommensbeitrag insgesamt	2,20	0,57	1,44	4,21

¹⁾ Die 2. Umsatzstufe umfaßt weitergegebene touristische Einkommensbeiträge

Quelle: Prognos 1997, nach: DWIF 1995

Beschäftigung

Bei der Betrachtung der Beschäftigten- und Arbeitsmarktsituation erweist sich vor allem die statistische Erfassung der relevanten Daten als problematisch, die oft keine detaillierten und aktuellen Untersuchungen zu einzelnen Sparten zuläßt. Soweit erkennbar gibt es z. Z. **keine neueren Studien mit aktuellem, nach Sparten aufgliederter Datenmaterial**. Lediglich für die touristischen Kernbereiche Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe lassen sich Informationen ableiten. Das DWIF hat diese Zahlen durch eigene Erhebungen ergänzt (Tabelle 18). Insgesamt ergeben sich laut Freyer (1995) ca. 870 000 Arbeitsplätze. Weitere 700 000 Arbeitsplätze seien dem ergänzenden Tourismusbereich zuzurechnen. Darunter fallen beispielsweise Gepäckträger, Ver-

sicherungsleute, Bankkaufleute, Ausbilder für touristische Berufe u. a.

Etwa 1,5 Mio. Beschäftigte im direkten und indirekten Tourismusbereich entsprechen ca. 5,3 % aller Beschäftigten. Unter Einbezug der 0,5 bis 1 Mio. Arbeitsplätze, die sich über Einkommens- und Multiplikatoreneffekte ergeben, umfaßt das gesamte Arbeitsmarktvolumen des Reiseverkehrs **ca. 2 bis 2,5 Mio. Beschäftigte** (Prognos 1997, S. 26).

Die Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus sind oft saisonal beschränkt und richten sich vielfach an ungelernete oder Teilzeitarbeitskräfte. Neu geschaffene Arbeitsplätze bedeuten auch nicht unbedingt einen höheren Beschäftigungsgrad. Oft handelt es sich um verschobene Arbeitsplätze aus anderen Bereichen, da beispielsweise Beschäftigte aus der Land-

Tabelle 18

Tourismusabhängig Beschäftigte in der Bundesrepublik Deutschland

Touristisch relevanter Beschäftigungsbereich	Touristisch abhängig Beschäftigte ¹⁾	
	absolut	in %
• Beherbergung und Gastronomie	652 650	75,1
• Unternehmen zur Personenbeförderung	149 750	17,3
• Reisevermittler, -veranstalter und -stellen	45 800	5,3
• Kurortunternehmen	11 770	1,4
• Administrative Fremdenverkehrsstellen in Luftkurorten, Erholungsorten, Großstädten und sonstigen Gemeinden	5 370	0,6
• Fremdenverkehrsrelevante Verbände und Organisatoren ...	800	0,1
• Administrationen bei Bund, Ländern, Regierungsbezirken und Landkreisen	410	0,05
• Aus- und Weiterbildung	2 000	0,2
• Kongreßwesen, Messe und Ausstellungen ²⁾	-	-
Beschäftigte im typischen Tourismusbereich	868 550	100
• Sonstige touristisch relevante Nachfrage		
• Unterhaltungsbereich, Einzelhandel	174 770	
• Weitere Beschäftigte, deren Tätigkeit vom Tourismus geprägt ist	0,5 Mio. ⁴⁾	
Beschäftigte im typischen und ergänzenden Tourismusbereich insgesamt	1,5 Mio. ⁴⁾	
• Beschäftigte Bundesrepublik Deutschland	28,5 Mio. ³⁾	
• Anteil touristisch abhängig Beschäftigter an den Beschäftigten in der Bundesrepublik Deutschland	5,3 % ³⁾	
• Folgewirkungen über Einkommens- und Multiplikatoreneffekte des Reiseverkehrs	0,5–1 Mio. ⁴⁾	
Gesamtes Arbeitsmarktvolumen des Reiseverkehrs	2–2,3 Mio. ^{4), 5)}	

¹⁾ 1990, früheres Bundesgebiet

²⁾ Zahl konnte in diesem Bereich nicht explizit ermittelt werden

³⁾ Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit: Arbeitsmarkt 1995; Zahl für 1990. Die OECD schätzt 6,5 % (bei 2,8 Mio. Beschäftigten)

⁴⁾ Freyer 1995; die OECD schätzt 1,8 Mio.

⁵⁾ Gesamtes Arbeitsmarktvolumen des Reiseverkehrs 1995, alte und neue Länder. Der WTTC (1995) schätzt 4,3 Mio.

Quellen: Prognos 1997, nach: DWIF 1991, Freyer 1995, OECD 1995, WTTC 1995

wirtschaft ihre bisherige Tätigkeit aufgeben, um im touristischen Gewerbe eine Tätigkeit auszuüben. Ein detailliertes Bild der Arbeitsplatzqualität und der Qualifikationsstruktur läßt sich anhand der Literatur nicht zeichnen.

Die **Einkommenssituation** der Arbeitskräfte hat das DWIF (1991) für mittelgroße Hotelbetriebe untersucht (Tabelle 19). Im Vergleich zu anderen Branchen ist davon auszugehen, daß die Lohnstruktur im Schnitt 20 bis 25 % unter derjenigen der Industrie liegt (Freyer 1995, S. 341).

Tabelle 19

**Einkommenssituation der Arbeitskräfte
in mittelgroßen Hotelbetrieben**

Durchschnittliches monatliches Bruttoeinkommen (in DM)	Anteil in %
bis unter 500	13,5
500 bis 1 000	20,2
1 000 bis 2 000	12,0
2 000 bis 2 500	29,6
2 500 bis 3 000	10,1
3 000 bis 3 500	9,0
3 500 und mehr	5,6

Quelle: Prognos 1997, nach: DWIF 1991

Arbeitslose und offene Stellen

Bezüglich der Arbeitslosenquoten sei ein Vergleich zwischen Gaststätten-, Beherbergungsgewerbe und Baugewerbe erlaubt (Tabelle 20). Bei einem Anteil des Gastgewerbes von 1,9 % an der Gesamtzahl der Beschäftigten, liegt der Anteil der Arbeitslosen an der Gesamtarbeitslosenzahl mit 2,3 % höher. Andererseits ist auch der Anteil der offenen Stellen überdurchschnittlich, was auf saisonale Spitzen und Tiefen zurückzuführen sein dürfte (Prognos 1997, S. 26).

Bei den Arbeitslosenquoten (Tabelle 21) zeigt sich je nach Berufsgruppe ein unterschiedliches Bild. Während 1993 Speditions- und Tourismusfachleute mit 3,1 % unter den 8,2 % Gesamtdurchschnitt liegen, übertreffen die Berufe in der Gastwirtschaft diesen mit 12 % deutlich. Während die Arbeitslosenquote in der Gesamtwirtschaft anstieg, konnte das Niveau im Tourismus gehalten werden (Prognos 1997, S. 28).

Ausgleichsfunktion

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ist regional sehr unterschiedlich ausgeprägt. Dies zeigt sich sowohl beim Vergleich der Bundesländer untereinander als auch beim Blick auf die einzelnen Länder. In Bayern beispielsweise werden 90 % der Tourismusleistungen in nur 15 % der Gemeinden erbracht (Freyer 1995).

In wirtschaftlich schwachen Regionen wird dem Tourismus eine wichtige struktur- und beschäftigungs-

Tabelle 20

Beschäftigungssituation ausgewählter Branchen 1995

	Beschäftigte ³⁾		Arbeitslose		Offene Stellen ¹⁾	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe ²⁾	550 084	1,9	56 087	2,3	24 699	9,5
Baugewerbe ²⁾	1 592 084	5,6	100 650	4,0	20 860	8,0
Alle Branchen ²⁾	28 458 000	100,0	2 488 434	100,0	259 211	100,0

¹⁾ Zahlen 1996

²⁾ Bundesgebiet West

³⁾ Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte Ende Juni

Quelle: Prognos 1997, nach: Bundesanstalt für Arbeit, versch. Jahrgänge

Tabelle 21

Arbeitslosenquoten¹⁾ bei touristischen Berufsgruppen

Jahr	Speditions- und Fremdenverkehrsfachleute	Gastwirte, Hoteliers, Gaststättenkaufleute, Kellner, Stewards, Hotel- und Gaststättengehilfen	Gesamtwirtschaft
1985	3,7	16,0	9,3
1990	3,1	12,0	7,2
1993	3,1	12,0	8,2

¹⁾ Angaben in % der abhängigen Erwerbspersonen

Quelle: Prognos 1997, nach: Freyer 1995

politische Rolle zugeschrieben. Da die peripheren Regionen den Industrie- und Ballungsräumen oft als Erholungs- und Urlaubsregionen dienen, kommt dem Tourismus dort eine wichtige regionalpolitische Ausgleichsfunktion zu. Wie diese regionalen Effekte im Detail allerdings aussehen, ob mehr Arbeitsplätze in wirtschaftlich schwachen Regionen durch den Tourismus mit welchen Instrumenten geschaffen werden können und wie die Qualifikationsstruktur touristischer Arbeitsplätze die Wettbewerbsfähigkeit wirtschaftlich schwacher Regionen beeinflusst, ist weitgehend ungeklärt⁵⁾.

Externe Kosten

Eine Beurteilung des Tourismus, die sich nur auf ökonomische Kenngrößen stützt, wäre aber unvollständig. Mit in die Betrachtung einbezogen werden müßten auch die sogenannten externen Kosten (also negative Auswirkungen auf Dritte bzw. die Natur). Dazu gehören u. a. wie Flächenbeanspruchung, Ressourcenverbrauch, Abfallbeseitigung, Luft- und Lärmbelastungen. Für diese nachteiligen Wirkungen werden die Verursacher, z. B. die Verkehrsträger, die Reiseveranstalter und die Touristen selbst kaum entsprechend finanziell belastet. Die Gründe dafür, daß das Verursacherprinzip in der ökonomischen Tourismusbilanz noch kaum zu Buche schlägt, liegen z. T. darin, daß die mengenmäßige Erfassung der Belastungen, insbesondere aber deren gerechte Anlastung an einen bestimmten Verursacher, erhebliche Schwierigkeiten bereitet. Auch finden monetäre Wertansätze (Preise) für die finanzielle Verrechnung der Einheit der in Anspruch genommenen Menge an verbrauchten Ressourcen allgemein noch wenig Akzeptanz. Inzwischen sind aber erste Forschungsvorhaben zu den externen Effekten verschiedener Verursacher, insbesondere des Verkehrs, erarbeitet worden.

Die **Internalisierung externer Effekte** bei der Einschätzung der ökonomischen Bedeutung des Tourismus ist aber weiterhin **ein wichtiges Forschungsfeld**, wenn man zu einer gerechteren Bewertung der Leistungen und Folgen des Tourismus (Kostenwahrheit) kommen will (Prognos 1997, S. 43 ff.).

Deviseneinnahmen und -ausgaben

Ein **auf den ersten Blick eher unbefriedigendes Bild** zeigt die Betrachtung der langfristigen Deviseneffekte. 1960 waren die Deviseneinnahmen und -ausgaben im Tourismusbereich noch auf einem niedrigen Niveau ausgeglichen. In der Entwicklung steigerten sich die Deviseneinnahmen nur langsam (auf knapp 20 Mrd. 1995), während die Devisenausgaben eine ständig ansteigende Entwicklung erlebten (1995: fast 70 Mrd. DM) (Abbildung 2, siehe Seite 28).

⁵⁾ Letztlich ist zu bedenken, daß ein massiver Ausbau des touristischen Angebots – unter der Berücksichtigung eines beschränkten Wachstumspotentials des Tourismus insgesamt und des relativ hohen Bedarfs an Finanzmitteln zur Schaffung touristischer Arbeitsplätze – nicht als einziges Mittel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit solcher Regionen und zur Schaffung von Arbeitsplätzen gesehen werden kann (Prognos 1997).

Weltweit steht Deutschland in bezug auf die Devisenausgaben an zweiter Stelle. Gleichzeitig nimmt der negative Saldo zwischen Einnahmen und Ausgaben zu. Vielfach wird dies in der Literatur als eindeutige Standortschwäche angesehen. Bei der Bewertung des Devisenabflusses ist aber zu bedenken, **daß vom Outgoing-Tourismus auch deutsche Unternehmen** wie Reiseveranstalter, Reisemittler oder Verkehrsunternehmen **profitieren**. Das DWIF hat geschätzt, „daß auf jeden Aufenthaltstag von Inländern im Ausland (insgesamt 800 Mio.) ein Umsatz von rd. 32,00 DM im Durchschnitt entfällt“, der inländischen Unternehmen zugute komme (Maschke 1996, S: 141).

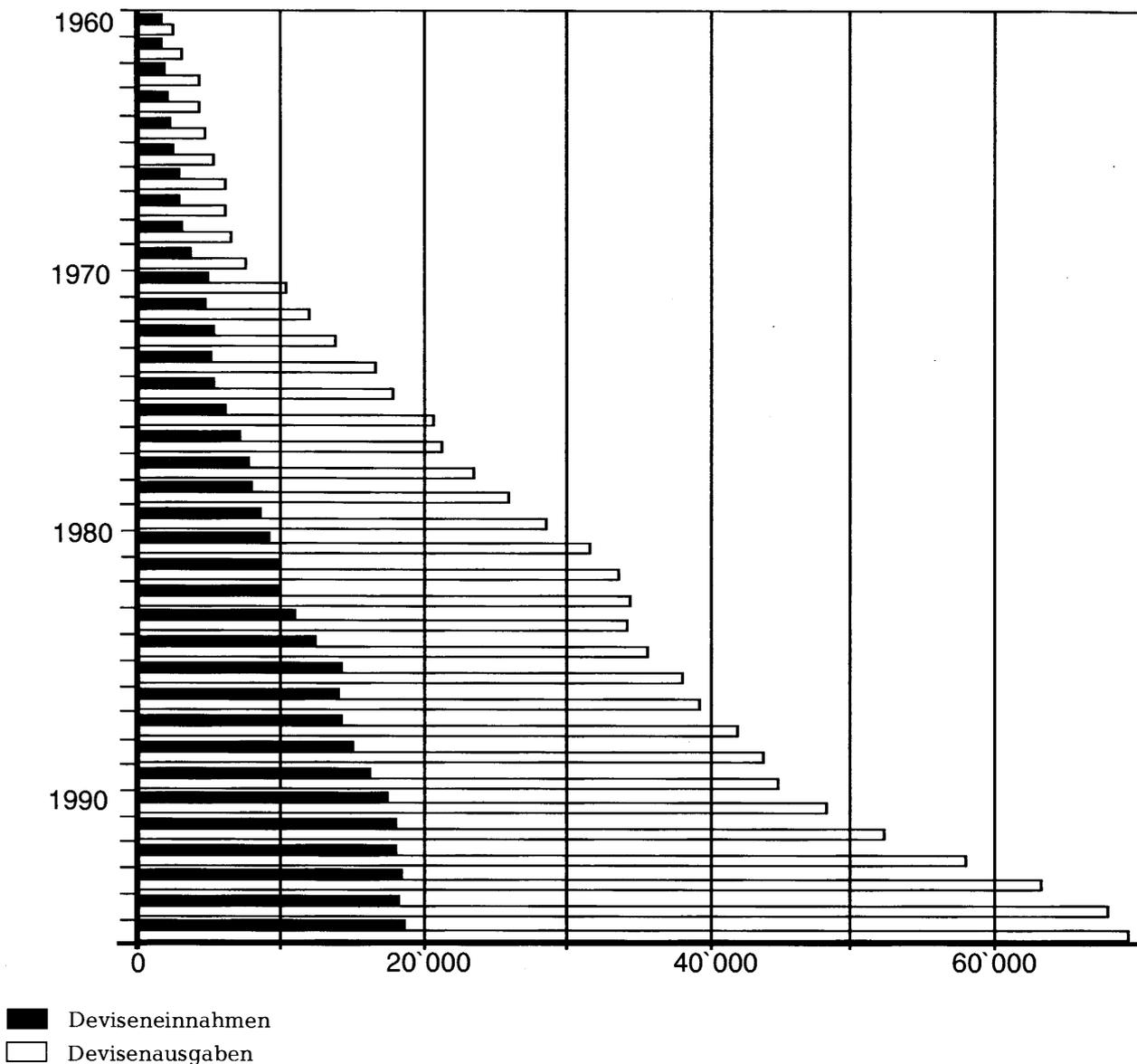
4. Fazit

Für die Bestimmung der Bedeutung des Tourismus als volkswirtschaftlicher Faktor fehlt in vielen Bereichen gesichertes Datenmaterial. Deshalb wird vielfach mit Schätzungen gearbeitet und liegen voneinander abweichende bzw. schwer miteinander vergleichbare Zahlen vor. Daten- und Forschungslücken sind z. B. in folgender Hinsicht zu konstatieren:

- Ein erstes Problem ist, daß die Vielzahl der vorliegenden Daten und Kennziffern aufgrund unterschiedlicher Definition, Konzepte und Methoden bei Erhebung, Berechnung und Schätzung zu einem **Datenwirrwarr** wird. Transparenz, Vergleichbarkeit oder Vernetzbarkeit sind nur bedingt möglich (s. a. Kap. I, S. 15).
- Ein zweites Problem ist das viel- und langdiskutierte **Defizit bei der amtlichen statistischen Erfassung** der „Tourismusbranche“ insgesamt bzw. einiger ihrer Teilbereiche. Bis heute fehlt eine verbindliche volkswirtschaftliche Abgrenzung der Tourismusbranche. Die Bestimmung des touristisch bedingten Anteils am Umsatz relevanter Unternehmen ist ebenfalls nicht geklärt. In der Literatur zeigt sich entsprechend der Umstand, daß die einen relativ zurückhaltend nur die im engeren Sinn dem Tourismus zuzurechnenden Umsätze heranziehen, während andere großzügiger verfahren und bestimmte Umsatzanteile auch „entfernterer“ Branchen (wie z. B. der Automobilindustrie) dem Tourismus zu rechnen (Zeiner 1996).
- Ein drittes Problem ist die Abschätzung und **Bewertung volkswirtschaftlicher Effekte** des Tourismus und der durch ihn ausgelösten Verflechtungen zwischen einzelnen Regionen. Auch wie der Stellenwert des Tourismus in der Volkswirtschaft (im Vergleich mit anderen Branchen) zu bewerten ist, ob der Standort wettbewerbsfähig oder ob das Devisenbilanzdefizit von Übel ist – hierüber herrscht vielfach Uneinigkeit. Eine fundierte wissenschaftliche Grundlagenforschung könnte hier durch gesicherte und allgemein konsensfähige Daten Abhilfe schaffen. Eine der wichtigsten Fragen ist die nach (neuen) Arbeitsplätzen. Zwar wird unter Berufung auf allgemeine Wirtschaftsdaten häufig ein Anwachsen von Arbeitsplätzen weltweit in Aussicht gestellt, Begründungen aber sind

Abbildung 2

Entwicklung der Deviseneinnahmen und Devisenausgaben (1960 bis 1995, in Mio. DM)



Quelle: Deutsche Bundesbank

rar: Woher sollen diese Arbeitsplätze kommen, werden sie arbeitsmarktentlastend wirken, welche Art und Qualität von Arbeit, welche Gewinner und welche Verlierer wird es geben?

- Ergänzend sei noch ein viertes Defizit bei der wissenschaftlichen Bearbeitung des Themas Tourismus und Ökonomie genannt: die Erfassung der **ökologischen (externen) Kosten des Tourismus**. Wollte man Nutzen und Kosten des Tourismus miteinander vergleichen oder feststellen, in welchem Umfang ökonomische Schäden vermieden werden könnten, wenn das Reisen reduziert würde, könnte eine Monetarisierung ökologisch negativer Effekte bei der Urteilsbildung weiterhelfen.

Dennoch geben die publizierten Daten einen groben Eindruck von der erheblichen Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland, z. B. hinsichtlich des Umsatzes, des Anteils am Bruttosozialprodukt oder der Arbeitsplätze, die direkt oder indirekt vom Tourismus abhängen.

Die eigentliche Crux der defizitären Forschungs- und Datenlage ist nicht nur akademischer Natur, sondern durchaus praktisch relevant. Wenn überzeugende Belege fehlen und widersprüchliche Zahlen genutzt werden,

- läßt sich in Gesellschaft und Politik nur unzureichend über die Bedeutung der Politik kommunizieren,

- lassen sich wirtschaftliche Risiken ebenso wie Wachstumspotentiale eher nur intuitiv diagnostizieren
- und sind angemessene Instrumente und Maßnahmen schwierig zu wählen und hinsichtlich ihrer Wirksamkeit zu evaluieren.

Impulse durch die Politik in Richtung einer wenigstens schrittweisen **Verbesserung der amtlichen Statistik** und der **Förderung fundierter ökonomischer Grundlagenforschung** könnten dazu beitragen, einige Defizite zu beheben.

Standort in Gefahr?

Pro:

„Ist Deutschland als Tourismus-Standort wettbewerbsfähig? Ein Land gilt (...) als international wettbewerbsfähig: 1. Wenn es Güter und Dienstleistungen anbietet, die im Ausland nachgefragt werden (ability to sell); 2. Wenn es mit dem Verkauf von Gütern und Dienstleistungen einen Überschuß erzielen kann (ability to earn). Auf die deutsche Tourismuswirtschaft angewandt, zeigen die beiden Maßstäbe: 1. Offenbar ist das Angebot von touristischen Gütern und Leistungen nicht nachfragegerecht, denn die Nachfrage aus dem Ausland, gemessen an den Deviseneinnahmen, stagniert seit Jahren auf einem Niveau von 17 bis 18 Mrd. DM; 2. Mit dem Verkauf von touristischen Gütern und Leistungen werden keine Überschüsse erzielt. Vielmehr weist die Reiseverkehrsbilanz von Jahr zu Jahr Rekorddefizite von inzwischen über 50 Mrd. DM aus.“

Nach diesen international anerkannten Kriterien beurteilt, scheint die **Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft Mitte der 90er Jahre einen Tiefpunkt** erreicht zu haben.“ (Bleile 1997, S. 34)

Kontra:

„Tourismus in Deutschland präsentierte sich in der jüngeren Vergangenheit keineswegs als ‚Verlustgeschäft‘. Seit 1981 stieg die Zahl der in gewerblichen Betrieben registrierten Übernachtungen von 209 auf 259 Mio./a und damit um ein Viertel an (nur früheres Bundesgebiet). Grundsätzlich erscheint daher die Situation im übernachtenden Fremdenverkehr derzeit durch eine **Konsolidierung auf hohem Niveau** gekennzeichnet. Darüber hinaus konnte die DWIF-Potentialanalyse (...) 1995 **veritable Wachstumsbereiche** für den Deutschland-Tourismus aufdecken. (...) Diese Potentiale sind aber offensichtlich nicht in der typischen touristischen Nachfrage zu suchen – dem 14-Tage-Erholungsurlauber – sondern im stärker freizeitnahen Bereich. Den Tages- und Kurzreisen. Investitionen in die Freizeitinfrastruktur i. w. S. scheinen für die Realisierung zusätzlicher Nachfrage ein wesentlicher Erfolgsfaktor zu sein.“ (Möller 1996, S. 8 und 11)

III. Umweltfolgen des Tourismus

Tourismus ist energieaufwendig, ressourcenverbrauchend, emissions- und abfallverursachend und kann die Struktur der Landschaft tiefgreifend verändern. Der Tourismus als „Landschaftsfresser“ und seine sonstigen „ökologischen Todsünden“ manifestieren sich mittlerweile aber nicht nur als lokale und regionale Belastungen. Der Massentourismus ist auch, so der Wissenschaftliche Beirat für Globale Umweltfragen der Bundesregierung, zu einem globalen „**Umweltproblemsyndrom**“ geworden (WBGU 1996, S. 126 f.). Insofern er mit dazu beiträgt, die Grundlagen, auf die er essentiell angewiesen ist, zu untergraben, ist er – stärker als andere Wirtschaftssektoren – zum Leidtragenden seiner eigenen Aktivitäten geworden.

Tourismus kann aber auch **positive Auswirkungen auf die Umwelt** haben. Sie sind oft Folge des Interesses der Tourismusbranche – aber auch des Staates – an einer unbeschädigten, ästhetischen Natur, an der Sicherung der ökologischen Vielfalt, an der Bewahrung von Ökosystemen und Kulturdenkmälern. Durch Maßnahmen, wie die Errichtung und der Erhalt von Nationalparks und Schutzgebieten konnte das Überleben von gefährdeten Tier- und Pflanzenarten gesichert werden. In zahlreichen Städten wurden Kulturdenkmäler restauriert oder vor geplantes Abriß bewahrt.

Traditionelle Wirtschaftsformen können vom Tourismus ökonomisch gestützt werden. In den österreichischen und Schweizer Alpen wird z. B. die nicht mehr rentable Landwirtschaft der Bergbauern durch zusätzliches Einkommen aus dem Fremdenverkehr abgesichert. Damit leistet der Tourismus einen Beitrag zum Erhalt der bergbäuerlichen Lebensweise und verhindert das Brachfallen von Flächen oder die Entvölkerung bestimmter Landstriche (vgl. Hennig 1997, S. 116 ff.).

Die folgende Darstellung der ökologisch problematischen Implikationen des Tourismus⁶⁾ greift einige Belastungsquellen – touristische Infrastruktur, den Verkehr zum, am und vom Zielort, die Beherbergung und sportliche Urlaubsaktivitäten – heraus. Für diese vier Bereiche werden (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) signifikante Belastungen und ihre Folgen beschrieben.

1. Touristische Infrastruktur

Touristische Infrastruktur bedingt **Flächenverbrauch, Bodenversiegelung** und oft eine **Zerstörung der Landschaft**. Eine wesentliche Rolle beim Siedlungsauf- und -ausbau spielen die wachsenden Anforderungen

der Touristen an hohe Standards der Infrastruktur, des Wohnraums, der Freizeiteinrichtungen. Generell kann aus dieser Tendenz ein **erhöhter Ressourcenverbrauch** im Urlaub gegenüber dem Alltag abgeleitet werden. Die Bereitstellung einer verkehrlichen Infrastruktur insbesondere für den motorisierten Individualverkehr hat in vielen touristischen Regionen zu **Zerschneidungseffekten** und zur Beeinträchtigung des Orts- und Landschaftsbildes geführt. Zerschneidung von Landschaft und Siedlungen und der Bau verkehrsbedingter Infrastruktur werden in den Urlaubsgebieten als größte Beeinträchtigungen des Landschaftsbildes gewertet.

Insbesondere im Mittelmeerraum haben der stetige Bau von Unterkünften und Betrieben des Gastronomiegewerbes und die damit verbundene Steigerung der Bevölkerungsdichte zu einer zunehmenden **Urbanisierung der Küstenstriche** geführt. Ähnliche Entwicklungen haben sich in den vergangenen Jahren auch in der Türkei gezeigt. Touristische Infrastruktur und Häfen führen zu einer **Verbauung der Meeresufer** mit den Folgen

- Schwund der unverbauten Küstenlandschaft,
- Flächenversiegelung und Bodenverdichtung, Zerschneidung von Lebensräumen, z. B. Trennung der aquatischen Bereiche vom terrestrischen Hinterland,
- Gefährdung biologischer Vielfalt,
- Bodenbewegungen mit Veränderung von Strömungsbedingungen und Ablagerung von Aushub auf empfindlichen Flächen,
- optische Abwertung des Landschaftsbildes.

Stoffe und Material

Der Auf- und Ausbau sowie die Unterhaltung der touristischen Siedlungs- und Infrastruktur lösen umfangreiche **Stoff- und Energieströme** aus und verursacht darüber hinaus in einer Reihe wirtschaftlicher Sektoren, die mit der Bauindustrie verbunden sind (Metall-, Zement- oder Chemieindustrie, Verkehr, Energie etc.), weitere Umweltbelastungen. Zeitlich versetzt entstehen Umweltauswirkungen auch bei der Renovierung und Demontage der nicht mehr genutzten Gebäude. Daten über den Stoff- und Materialverbrauch speziell durch den Bau touristischer Infrastruktur liegen nicht vor.

Fläche

Als ein zentrales ökologisches Problem wird von Tourismusexperten der **Flächenverbrauch**, die **Versiegelung** des Bodens und die damit verbundene, häufig irreversible Landschaftszerstörung gesehen. Der Flächenverbrauch in den massentouristisch ge-

⁶⁾ Dieses Kapitel basiert in wesentlichen Teilen auf dem vom TAB in Auftrag gegebenen Gutachten des ifeu-Instituts Heidelberg (ifeu 1997).

nutzten Zielgebieten entlang der **Küsten**⁷⁾ dürfte die größte Brisanz haben, während die Folgen anderen Ortes vergleichsweise geringer einzustufen sind.

Eine der einschneidendsten Folgen der (touristischen) Siedlungsentwicklung an den Küsten ist der **Verlust von Sanddünen**. Eine Untersuchung der European Union for Coastal Conservation (EUCC) von 1992 hat eindrucksvolle Zahlen zur Veränderung und zum Verlust der Dünenlandschaften Europas vorgelegt. An der Atlantikküste etwa sind 40 % der im Jahr 1900 noch vorhandenen Dünen zerstört, davon ein Drittel in den letzten drei Jahrzehnten. Weitere 5 % werden nach Prognosen der EUCC in den nächsten zwei Jahrzehnten durch Freizeitaktivitäten wie Golf zerstört, weitere 10 bis 15 % Verlust werden aufgrund der Massenbewegungen im Freizeit und Tourismusbereich im allgemeinen erwartet (BfN 1997, S. 115). In Italien beträgt der Rückgang der Sanddünen sogar 80 %, in Spanien 30 % am Atlantik und 70 % am Mittelmeer. Auch in Deutschland wurden Dünen zerstört: Mit einem 15- bis 20%igem Rückgang stellt sich die Situation im Vergleich zu den Mittelmeerländern jedoch weniger ernst dar (EEA 1995; BfN 1997, S. 114).

Beeinträchtigung der Lebensraumfunktionen

Die touristische Siedlungsentwicklung verstärkt weltweit den ökologischen **Druck auf die marinen Ökosysteme und die Küstengebiete**. Auch in Europa gehört der Massentourismus zu den Hauptursachen für den **Artenrückgang** in den Berg- und Küstengebieten. Insgesamt sind 500 mediterrane Pflanzenarten durch touristische Übernutzung der Küstengebiete vom Aussterben bedroht (EEA 1995). In Deutschland gelten Tourismus und Freizeit als eine der wichtigsten Ursachen für den Artenrückgang der Farn- und Blütenpflanzen (Korneck/Sukopp 1988). Mit der Beeinträchtigung der Pflanzenwelt geht die Möglichkeit der Vertreibung oder Vernichtung der davon abhängigen Tierwelt einher.

2. Verkehr

Entwicklung des touristischen Verkehrsaufkommens

Tourismus hat einen wesentlichen Anteil an der **wachsenden Mobilität**. Weltweit hat sich nach Angaben der WTO die Anzahl der touristischen Ankünfte von 25 Mio. im Jahr 1950 um mehr als das Zwanzigfache auf 592 Mio. im Jahr 1996 erhöht. Eine aktuelle Studie, basierend auf einer Expertenbefragung, rechnet mit einer weiteren jährlichen Steigerung der grenzüberschreitenden Touristenankünfte von 4 %

⁷⁾ Ein Beispiel soll den Umfang des Flächenverbrauchs durch den Tourismus im Mittelmeergebiet illustrieren: Seit Mitte der fünfziger Jahre wurden etwa 3 500 km oder 50 % der spanischen Küste für den Tourismus ausgebaut (McDowell et al. 1993). Im Rahmen des UNEP-Blue-Plan (Grenon/Batisse 1989) wurde der Flächenverbrauch am Mittelmeergebiet berechnet. Dabei ergab sich eine Flächeninanspruchnahme von insgesamt 4 400 km² für den gesamten nordwestlichen Mittelmeerraum (BfN 1997, S. 131). Allerdings stammen die zugrundegelegten Daten aus dem Jahr 1984. Neuere Zahlen liegen nicht vor (ifeu 1997, S. 69).

(Fernreisen 1997). Die Deutschen tragen zu dieser Entwicklung nicht nur durch die steigende Anzahl der Touristen (höhere Reiseintensität) bei, sondern auch durch die Tendenz, kürzer, dafür aber häufiger zu verreisen.

In verschiedenen Untersuchungen wurde versucht, den Anteil des motorisierten Individualverkehrs am Freizeit- und Urlaubsverkehr zu bestimmen. Danach entfallen in Deutschland rund 50 % der zurückgelegten Pkw-Kilometer auf den Freizeitsektor (z.B. DGF 1996, S. 47). Die im Urlaub zurückgelegten Pkw-Kilometer werden auf rund 10 % der gesamten Pkw-Fahrleistung der Deutschen geschätzt (ifeu 1997, S. 77). Für Tagesausflüge nutzten die Deutschen 1995 zu 77,5 % den PKW, 1995 zu 5,4 % den ÖPNV und zu 4,5 % die Bahn (DWIF 1996, S. 150). Über die Hälfte der Bundesbürger nutzt für die Urlaubsreise das **Auto** oder das **Wohnmobil**. Der Anteil dieser Verkehrsmittel an der Summe aller Urlaubsreisen bleibt seit einigen Jahren weitgehend konstant. Eine abnehmende Tendenz zeigt der Marktanteil des **Bahnverkehrs** an allen erfaßten Reisen.

Abschätzungen zukünftiger Entwicklungen nehmen im allgemeinen eine Zunahme der mit dem PKW gefahrenen Kilometer an. Der Freizeitverkehr wird dabei weiter den größten Anteil haben. Trotz zu erwartendem geringeren durchschnittlichen Energieverbrauchs wird der Freizeit- und Urlaubsverkehr in erheblichem Maß zur Belastung der Umwelt beitragen (UBA 1997, S. 93ff.). Dazu gehören auch der Flächenverbrauch und der Rückgang von unzerschnittenen verkehrssarmen Räumen (UBA 1997, S. 90). In besonders frequentierten Regionen sowie in manchen Gemeinden und Städten ist die Verkehrsbelastung ein zunehmendes Problem. In vielen Großstädten ist die Aufnahmefähigkeit der Straßen bereits erschöpft. Der Besucherverkehr kann die **Verkehrsbelastung von Städten** erheblich verschärfen. In Deutschland wurden im Jahre 1996 immerhin rund 11,2 Mio. Reisen über 5 Tage in Städte durchgeführt (IPK International 1997). In Luzern z.B. hat sich das Busaufkommen zwischen 1975 und 1990 auf 60 000 Reisebusse pro Jahr verdreifacht, mit Spitzen von 290 Bussen pro Tag. Am Engelberg nahe der Stadt stiegen die Bergbahn-Transporte zwischen 1960 und 1990 von 0,4 auf 1,4 Mio. pro Jahr an (Meurer/Müller 1996).

Auch Tourismusverbände befürworten daher die Förderung emissionsarmer Verkehrsmittel sowie Lenkungsmaßnahmen in besonders empfindlichen Gebieten als kurzfristig wirksame Interventionen. Mit entsprechenden Informationsmaßnahmen und Planungsinstrumenten wäre längerfristig eine Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl bei der Anreise und am Zielort möglich. Um bei den Gästen Akzeptanz für derartige Ansätze zu finden, sind aber weitere Anstrengungen der Länder und der Kommunen notwendig, da aus der Sicht des Reisenden die Mobilität am Zielort nicht wesentlich beeinträchtigt sein sollte.

Ressourcenverbrauch und Emissionen am Beispiel Flugverkehr

Der Anteil des Tourismus (hier: Privatreisen von mehr als 5 Tagen) an der gesamten von den Bewohnern

Tabelle 22

Anteil des Tourismus am gewerblichen Flugverkehr der Bewohner Deutschlands (Inländerprinzip)

	1980	1985	1990	1993	2010
Tourismusbedingtes Flugverkehrsaufkommen der Inländer					
• absolut (in Mio. Einsteiger)	16	19	29	38	61
• Anteil am Gesamtflugverkehr (%)	60	60	59	58	61
Tourismusbedingte Flugverkehrsleistung der Inländer					
• absolut (in Mio. Personenkilometer)	39	46	79	101	202
• Anteil am Gesamtflugverkehr (%)	67	67	68	69	74

Quelle: ifeu 1997, nach: Knisch/Reichmuth 1996

Deutschlands verursachten Flugverkehrsleistung lag im Zeitraum 1980 bis 1993 bei etwa zwei Dritteln. Nachdem sich die **touristisch bedingte Flugverkehrsleistung** in Westdeutschland in der Dekade zwischen 1980 und 1990 bereits verdoppelt hatte, nahm sie alleine von 1991 bis 1993 in Deutschland nochmals um ein weiteres Drittel zu. Im Jahr 1993 hatte der Urlaubsverkehr an der Flugverkehrsleistung der Einwohner Deutschlands einen Anteil von 69 % und wird – so eine Prognose – bis zum Jahr 2010 im Trend auf 74 % ansteigen (Tabelle 22). Der Anteil des Tourismus an der Verkehrsleistung liegt deutlich über dem am Verkehrsaufkommen, da die Reiseweiten touristischer Flugreisen etwa 10 bis 20 % höher sind als im Mittel aller Flugreisen.

Die sprichwörtliche Reisefreude eines Teils der deutschen Bevölkerung hat zu einem gestiegenen Anteil am weltweiten Luftverkehr geführt. Der Anteil der Deutschen am Weltluftverkehr von 4,9 % ist im Jahr 1980 auf 6,6 % im Jahr 1993 angestiegen. Während der weltweite Passagierluftverkehr in der gleichen Zeit um 81 % – bezogen auf das Personenverkehrsaufkommen – bzw. 57 % – bezogen auf die Personenverkehrsleistung – anstieg, lagen die Wachstumsraten des Flugverkehrs durch die Einwohner Deutschlands mit einem Plus von 132 % bzw. von 143 % (jeweils 1993 gegenüber 1980) deutlich höher (ifeu 1997, S. 87).

Der Kraftstoffverbrauch des gewerblichen Flugverkehrs der Einwohner Deutschlands betrug im Jahre 1993 6,2 Mio. Tonnen. Der tourismusbedingte Anteil mit 4,1 Mio. Tonnen belief sich auf 66 %. Bis zum Jahr 2010 wird gegenüber dem Jahr 1993 im Trend mit einer Erhöhung des Kraftstoffverbrauchs durch den Flugverkehr der Bewohner Deutschlands um 50 % gerechnet. Der **Anteil des Urlaubsverkehrs am Kraftstoffverbrauch des gesamten Flugverkehrs wird sich bis zum Jahr 2010 auf etwa 70 % erhöhen**. Technische Effizienzsteigerungen können den Anstieg von Verbrauch und Emissionen nicht vollständig kompensieren (ifeu 1997, S. 88).

Der Flugverkehr hat insofern eine Sonderstellung, als seine Emissionen zwar in relativ geringem Um-

fang zu den Emissionen des Gesamtverkehrs beitragen, jedoch durch ihre Freisetzung in der Tropopause die Konzentrationen der Spurengase in der Atmosphäre wesentlich verändern. Stickoxide erzeugen in den üblichen Flughöhen erheblich mehr Ozon als am Boden und wirken als Treibhausgas. Die Auswirkungen auf den Ozonabbau in der Stratosphäre und den Treibhauseffekt sind dadurch überproportional groß (ifeu 1997, S. 89; s.a. Enquete-Kommission „Schutz der Erdatmosphäre“ 1994).

Alle Prognosen erwarten weiteres Wachstum beim Flugverkehrsaufkommen – z. B. 5 bis 6 % p. a. Zunahme an Passagieren (Smeral 1995, S. 168). Nicht nur für CO₂, sondern auch für die übrigen klimarelevanten Stoffe werden deshalb auch hohe Steigerungsraten bis zum Jahr 2010 vorausgesagt (Tabelle 23). Die Wasserdampfemissionen steigen im gleichen Maß wie die CO₂-Emissionen. Aufgrund des über-

Tabelle 23

**Anstieg der flugverkehrsbedingten
(Schad-)Stoffemissionen bis zum Jahr 2010
(Bezugsjahr: 1993)
durch die Einwohner Deutschlands**

(Schad-)Stoff	Anstieg von 1993 bis 2010 (%)
• Kraftstoffverbrauch	50
• Kohlendioxid	50
• Wasserdampf	50
• Schwefeldioxid	40
• Stickoxide	70
• Kohlenmonoxid	0
• Nicht-Methan-Kohlenwasserstoffe und Methan ..	20

Quelle: ifeu 1997, nach: Knisch/Reichmuth 1996

proportionalen Wachstums des Langstreckenverkehrs ist mit einem höheren Anteil der in die Tropenpause emittierten Wasserdampfemissionen zu rechnen, so daß – bei unveränderten Flughöhen – eine zusätzliche Verstärkung des Treibhauseffekts befürchtet wird (ifeu 1997, S.89). Es gibt allerdings auch gegenteilige Stimmen.

3. Beherbergung und Gastronomie

Im Beherbergungsgewerbe in Deutschland lassen sich Trends zum gestiegenen Anspruch und zur Qualitätsverbesserung beobachten (Schwimmbäder, Saunen, Einrichtungen zur Freizeitgestaltung) (StBA 1997). Auch in ausländischen Destinationen hat der gestiegene Qualitätsanspruch der Reisenden Auswirkungen gezeigt. Generell kann davon ausgegangen werden, daß die **gehobenere Ausstattung mit einem höheren Ressourcenverbrauch verbunden ist** (ifeu 1997, S. 96).

Ressourcenverbrauch

Im Hotel- und Gaststättengewerbe ist in den vergangenen Jahren aber eine Vielzahl **positiver Ansätze zu einer ökologischeren Wirtschaftsweise** zu verzeichnen. Auch sind Beherbergung und Gastronomie nur eine von vielen Determinanten, die den Umfang der Umweltbelastungen in massentouristischen Zielgebieten mitbestimmen. Wie hoch der Anteil der Unterkünfte und der Gastronomie an den einzelnen Umweltbelastungsfaktoren ist, kann in der Regel nicht ermittelt werden. Zwar existiert eine Fülle von Einzeluntersuchungen zu den Umweltbelastungen, die durch einen Touristen anlässlich eines Hotelaufenthaltes anfallen (z.B. Groth et al. 1994). Die dort genannten Zahlen weisen aber erhebliche Bandbreiten auf (Tabelle 24).

Tabelle 24

Umweltbelastungen pro Gast und Übernachtung (verschiedene Hotel-Betriebsklassen wurden berücksichtigt) in Deutschland im Vergleich zum durchschnittlichen täglichen Pro-Kopf-Verbrauch im Haushalt

Umweltbelastung	Bandbreite pro Gast und Übernachtung	durchschnittlicher täglicher Pro-Kopf-Verbrauch
● Abfallmenge	1,2–5 l ¹⁾	1 kg
● Wasserverbrauch	41,5–245 l ^{2) 3) 4)}	130 l
● Energieverbrauch	6,8–36,7 kWh	18 kWh

¹⁾ Abfallmenge im Küstentourismus 0,9 kg (BfN 1997, S. 133)
²⁾ Wasserverbrauch im Küstentourismus 250 l (BfN 1997, S. 133)
³⁾ Wasserverbrauch im Luxushotel 600 l (ifeu 1997)
⁴⁾ Wasserverbrauch auf einem Campingplatz 145 l (BfN 1997, S. 133)

Quelle: nach ifeu 1997 und weiterer Literatur

Wasser

Der Wasserverbrauch ist abhängig von den klimatischen Bedingungen, technischen Standards der Sanitäreinrichtungen und Armaturen, der Ausstattung der Gebäude sowie im entscheidenden Maß vom Nutzerverhalten. Selbst für relativ ähnlich strukturierte Betriebe ist nach den vorliegenden Zahlen eine Bandbreite von z. B. 70 bis 245 Litern pro Person und Übernachtung möglich. Es bestehen demnach in vielen Betrieben **noch Einsparungspotentiale** (DEHOGA o. J., S. 36).

Für einen Gast in einem 4-Sterne-Hotel hat man einen Verbrauch von durchschnittlich 360 Litern ermittelt. In Center-Parks liegt der Wasserverbrauch zwischen ca. 200 und 530 Litern pro Tag und Person (Strasdas 1992). Ein Tourist in einem Luxushotel in den Mittelmeerländern verbraucht ca. 600 Liter pro Tag (Grenon/Batise 1989); die gleiche Zahl hat man für einen Feriengast im Alpenraum errechnet (Umwelt und Tourismus 1994, S. 38). Zum Vergleich: In Deutschland liegt der Pro-Kopf-Wasserverbrauch bei 130 Litern pro Person und Tag (BGW 1997).

Der hohe Wasserverbrauch durch den modernen Massentourismus verursacht vor allem in semiariden und ariden Gebieten sowie auf kleineren Inseln **Versorgungsengpässe**. Verschärft wird die Problematik durch die saisonalen Verbrauchsspitzen, die meist in die niederschlagsarme Jahreszeit fallen. Häufig besteht eine Nutzungskonkurrenz nicht nur zu der Trinkwasserversorgung der Einheimischen, sondern auch zur Landwirtschaft.

Fallstudien belegen zahlreiche Fälle der **Übernutzung der Wasserreserven** in touristisch genutzten Regionen, vorzugsweise auf Inseln oder im Küstenbereich (Awosika/Ibe 1993, Lübbers 1995, Wong 1993). Zu den ökologischen Folgen zählen unter anderem (McDowell et al. 1993):

- Schädigung bzw. Veränderung der Vegetation, Beeinträchtigung der Landbewirtschaftung,
- Verödung von Landschaften,
- Übernutzung der Grundwasserreservoirs,
- Küstenveränderungen und -degradation aufgrund eines Austrocknens der Flußbette.

Selbst in Deutschland, wo in der Regel eher die Verschmutzung des Trinkwassers der limitierende Faktor für die Nutzung der Ressource Wasser ist, können Engpässe in den touristisch genutzten Gebieten auftreten. Gefährdet sind z. B. die flachen Nordseeinseln. Untersuchungen der Pflanzengesellschaften der Dünentäler belegen z. B. für Norderney und Borkum eine Koinzidenz zwischen **Grundwasserentnahme und Vegetationsstörungen** (Maier et al. 1988).

Abwasser

Saisonal bedingt fallen in massentouristischen Destinationen hohe Abwassermengen an. Viele Experten betrachten ungeklärte Abwässer als eines der größten Probleme des Tourismus (BfN 1997, S. 58). Die Entsorgungsinfrastruktur in vielen stark besuchten Tourismusorten hat sich jedoch nicht entsprechend der Anzahl der Touristen entwickelt. Im Mittelmeer-

raum sind nach Mięszkowski (1995) etwa 70 bis 80 % der eingeleiteten Abwässer ungeklärt – allerdings mit abnehmender Tendenz. Die Belastung der Meere durch Abwässer kann damit nicht alleine dem Tourismus angelastet werden, doch stellt er in der Sommersaison eine hohe zusätzliche Belastung dar. Sollten sich die Annahmen über weitere touristische Wachstumsraten im Mittelmeerraum realisieren, könnte sich das Abwasseraufkommen dort mehr als verdreifachen.

Streitobjekt Center-Parks

Ob eine zentrale oder eine dezentrale Unterbringung ökologisch günstiger ist, wird kontrovers diskutiert. Insbesondere in der Diskussion um touristische Großprojekte, wie Center-Parks, wird von einer Konzentration der Besucher auf einen räumlich abgegrenzten Bereich („Schwerpunkt-bildung“) eine Entlastung der übrigen, möglicherweise ökologisch empfindlicheren Landschaft erwartet. Ob dies gelingt, hängt u. a. von der Einhaltung ökologisch orientierter Planungsgrundsätze, von der Struktur der Nachfrage und den Betriebskonzepten der Feriencentren ab (Strasdas 1992, S. 60).

Generell sind touristische Großvorhaben durch eine intensive Flächennutzung, eine Beeinträchtigung des Landschaftsbildes und verstärkte, regional konzentrierte Verkehrsbelastungen gekennzeichnet. Insgesamt bündeln Feriencentren die Urlaubsaktivitäten zwar, so daß andere Gebiete entlastet werden. Die in Deutschland geplanten Feriencentren sind aber vorwiegend in landschaftlich reizvollen Gegenden geplant bzw. realisiert und beziehen die Nutzung der Landschaft zu Erholungszwecken ein. Eine Entlastung der Landschaft ist daher fraglich. Speziell bei den Feriencentern der zweiten Generation wird vermutet, daß sie einen zusätzlichen Bedarf nach einem Kurzurlaub induzieren. Auch ersetzt der Kurzurlaub im Center-Park wahrscheinlich keine Haupturlaubsreise und auch keine Tagesausflüge (Strasdas 1992, S. 60), so daß solche Anlagen zwar zu einer unter wirtschaftlichen Aspekten wünschenswerten zusätzlichen Nachfrage führen können, was zugleich jedoch eine ökologische Belastung bedeuten kann.

Fläche

Man hat verschiedene Versuche zur Erfassung eines durchschnittlichen Flächenverbrauchs, den man einem Touristen zuschreiben könnte, unternommen. Als Flächenverbrauch für ein Hotel im Mittelmeerraum wird z. B. pro Bett 40 m², für eine Ferienwohnung pro Bett 70 m² angegeben (Grenon/Batise 1989, S. 155). Bei Ferienhäusern wird ein Flächenverbrauch von ca. 300 m² geschätzt (NVCD 1997); bei einer Auslastung durch vier Personen ergibt sich also ein Platzbedarf von ca. 75 m² pro Person bzw. Bett. Der Flächenverbrauch auf einem Campingplatz in

Deutschland ist je nach der Ausstattung und nach der Form des Campens verschieden. Für einen Dauerplatz eines Campingwagens wird mit 180 m² weniger Fläche veranschlagt als für einen Ferien-platz (360 m²) (NVCD 1997).

Einen vergleichsweise hohen Flächenverbrauch mit etwa 150 bis 200 m² pro Bett und versiegelte Flächen von etwa 10 ha im Durchschnitt können Center-Parks aufweisen (ifeu 1997, nach Strasdas 1992).

Abfall

Der Tourismus verursacht in den massentouristisch genutzten Zielgebieten besonders saisonal einen hohen Entsorgungsdruck. Dabei steigt nicht nur das absolute Abfallaufkommen proportional zur Anzahl der Gäste, sondern auch das Pro-Kopf-Abfallaufkommen nimmt zu. Weiterhin kann sich ein Anstieg des Gewerbemülls ergeben, der insbesondere auf die Gastronomie zurückzuführen ist (Bidlingmaier 1992). Vor allem auf kleinen Inseln stößt die Abfallentsorgung häufig an Grenzen (BfN 1997, S. 58).

Für den Mittelmeerraum wurde der tourismusbedingte Abfall auf 2,9 Mio. Tonnen pro Jahr geschätzt (Grenon/Batise 1989). Je nach touristischem Wachstum könnte sich – so eine Hochrechnung – das Abfallaufkommen auf insgesamt 8,7 bis 12,1 Mio. Tonnen jährlich erhöhen.

Eingriffe in die Landschaft

Eine mögliche Beeinträchtigung des Landschaftsbildes wird von der Bauweise, dem Standort und der Anzahl der Unterkünfte bestimmt. Mehrstöckige Großhotels oder Feriencentren der ersten Generation in ländlichen Gebieten werden allgemein als problematisch beurteilt. Eine geringere Beeinträchtigung des Landschaftsbildes ist durch Ferienwohnungen und, aufgrund ihrer Bungalow-Bauweise, auch bei den Center-Parks zu erwarten. Vergleichsweise günstig sind unter diesem Aspekt die Campingplätze zu beurteilen.

4. Sportliche Urlaubsaktivitäten (Winter- und Wassersport)

Jeder fünfte Bundesbürger ab 14 Jahren hat in den letzten Jahren eine private Reise unternommen, um sich am Reiseziel sportlich zu betätigen. Das sind in Deutschland 12,6 Mio. Menschen. Davon betätigten sich 4,7 Mio. als Wintersportler, 3,7 Mio. als Wanderer oder Bergsteiger, 2,7 Mio. als Wassersportler und 1,3 Mio. als Radfahrer und Mountainbiker (BAT 1997). Die Zahlen haben in den vergangenen Jahren kontinuierlich zugenommen, z.T. sind erhebliche Steigerungsraten zu verzeichnen.

Die Aktivitäten des Sporttourismus werden angesichts dieses Booms wegen ihrer lokalen Dichte oft zum Problem (Schatz 1992). Extremsportarten haben immer mehr zur Folge, bislang unberührte Regionen zu belasten; ferner expandieren vor allem Individualsportarten, die nicht vereinsgebunden und deshalb schwer zu regulieren sind.

Auf diesen Problemkomplex hat vor kurzem auch die Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ hingewiesen. Auch der Bericht der Bundesregierung „Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung in Deutschland“ diagnostiziert, daß der „deutliche Trend zur Ausübung von Freizeitaktivitäten in der freien Natur“ eine wachsende „Urbanisierung attraktiver Natur- und Kulturräume“ mit sich bringt, wovon besonders „das Hochgebirge und die Küsten“ betroffen sind.

Stoffe und Material

Die Ausübung von Freizeitsport ist häufig mit dem Gebrauch von Sportausrüstung (Bekleidung, Geräte etc.) verbunden (BAT 1996). Der Anteil des Bedarfsfeldes „Freizeit“ am gesamten Materialverbrauch der Deutschen rangierte im Jahre 1990 mit 13 % (6,8 t pro Kopf) an dritter Stelle nach Wohnen und Ernährung (ifeu 1997, S. 105). Hierdurch entsteht auch Abfall in Form ausgedienter Sportbekleidung und -geräte. Aufgrund der hohen Anforderungen an die Materialien – mechanische Belastbarkeit bei Sportgeräten, Thermo-Eigenschaften bei Sportbekleidung – werfen diese Produkte Probleme beim Recycling oder bei der Deponierung auf (ifeu 1997, S. 105).

Surfbretter und Boote bestehen meist aus Kunststoffverbänden, die **schwer wiederverwendbar** sind. Glasfaserverstärkte Kunststoffe können bestenfalls für Preß- oder Füllmaterial verwendet werden. Der Sportgeräte-Abfall eines Wassersportlers beläuft sich dem ÖKO-TEST-Magazin (1994) zufolge auf rund 1,4 kg pro Jahr. In Skiern sind bis zu 20 verschiedene Kunst- und andere Werkstoffe verarbeitet. Auch Snowboards sind häufig mit einer Vielzahl von Kunststoffen als Verbund hergestellt. Ein **Recycling** wird als **eingeschränkt bis unmöglich** eingeschätzt (Hahn 1992).

Urlaubs- und Freizeitsport als ökologischer Streiffaktor

„Viele Freizeitaktivitäten, insbesondere Sport und Erholung in der Natur, beeinträchtigen die Umwelt zum einen durch die Beanspruchung von Flächen für bauliche Anlagen und Infrastruktur, zum anderen durch die Ausübung der Aktivitäten selbst. Insbesondere das unmittelbare landschaftliche Umfeld der Verdichtungs-räume ist dabei durch die Vielzahl der Erholungssuchenden, durch die zeitliche und örtliche Konzentration der Besucherströme und der Aktivitäten wachsenden Belastungen ausgesetzt.

Größere ökologische Belastungen ergeben sich, wenn Tourismus bzw. Freizeitaktivitäten als Massenerscheinung auftreten. Dann beeinträchtigen insbesondere Freizeitaktivitäten mit hohem Erlebniswert, d. h. in abwechslungsreicher, naturbetonter Landschaft, die Umwelt in erheblichem Maße. Neben den Breitensportarten werden durch sogenannte Trendsportarten immer neue Naturräume beansprucht und gefährdet, wenn diese sich von der Trend- zur Massensport-

art entwickeln. Dann können neben dem Motorsport mit Geländefahrzeugen selbst durch Radfahren abseits der Wege erhebliche Bodenabträge bzw. Bodenverdichtungen erfolgen, einhergehend mit der Zerstörung der Pflanzendecke und einer Beeinträchtigung der Tierwelt. Besonders starken Erholungs- und Freizeitaktivitäten sind die Gewässer und deren Ufer ausgesetzt, die von immer größeren Massen von Sporttreibenden in Anspruch genommen werden.“ (Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ 1997, S. 64)

4.1 Wintersport

In seinen verschiedenen Formen bringt der Wintersport die Beanspruchung der Landschaftstypen Hochgebirge, Gletscher, Mittelgebirge, Flachland und Seen (Eis) mit sich. Der **Skisport** in Form von Alpin- und Langlaufski fällt im Vergleich zu den anderen Wintersportarten quantitativ wesentlich mehr ins Gewicht und ist in seiner Erscheinung als Massenphänomen unter dem Gesichtspunkt von Umweltwirkungen besonders relevant. Schätzungen der DGF sprechen von 5,25 Mio. Skifreizeitsportlern. 3,5 Mio. betreiben Alpinski und 2,0 Mio. Langlauf (DGF 1996, S. 100). Man hat 17 Mio. Tagesausflüge zum Zwecke des Skilaufs bzw. 5,5 bis 6 Mio. Skiläufer im Rahmen des hierzu durchgeführten Tagesausflugsverkehrs errechnet (Harrer 1996, S. 40). Das Nachfragepotential für die Alpenländer wurde 1990 auf etwa 20 Mio. alpine Skiläufer und 8 Mio. Langläufer geschätzt (Umwelt und Tourismus 1994, S. 31).

Infrastruktur

Die hohe Umweltrelevanz des alpinen Skisports ist vor allem durch das Ausmaß der dazugehörigen Infrastruktur bedingt:

- Liftrassen (Rodungen, Geländekorrekturen bei Schleppliften),
- Aufstiegshilfen (Seilförderanlagen) mit Masten und Stützfundamenten, Stromversorgungseinrichtungen und Stationsgebäuden,
- Pisten für die Abfahrtsstrecken (Rodungen von Bergwald oder Einzelbäumen) und Geländekorrekturen,
- Entwässerungsgräben,
- Wasserleitungen (für Schnee-Erzeugung).

Allein in Deutschland gab es 1993 etwa 1 400 Aufstiegshilfen (Harrer 1996, S. 34). Im Alpenraum soll Anfang 1990 ihre Zahl bei 12 000 gelegen haben (Umwelt und Tourismus 1994, S. 20). Der Anlagenbetrieb umfaßt die Präparierung der Pisten, künstliche Beschneigung, Befahrung durch Fahrzeuge im Sommer (ifeu 1997, S. 110f.).

Energie

Energieverbrauch entsteht vor allem durch die Aufstiegshilfen, Beschneigungs- und Flutlichtanlagen. Sy-

stematische Überblicke über den Verbrauch durch Einrichtungen des Skisports liegen nicht vor.

Der Energieverbrauch für die künstliche Beschneigung von Pisten kann erheblich sein. Er liegt pro Hektar einmalig beschneiter Fläche zwischen 1 000 kWh und 22 000 kWh. Große Anlagen können bis zu 670 000 kWh pro Saison verbrauchen (Naturfreunde Österreich 1989). Dies entspricht dem mehr als 200fachen Jahresverbrauch eines 4köpfigen Haushaltes in Deutschland (ifeu 1997, S. 112).

Wasser

Ein erheblicher Wasserverbrauch bringt dem Betrieb von Beschneigungsanlagen mit sich. Davon waren bereits 1990 ca. 300 in Betrieb (Umwelt und Tourismus 1994, S. 22). Aus 1 m³ Wasser können 2,5 bis 3 m³ Schnee erzeugt werden. Entsprechend sind zur Erzeugung von 1 m² Kunstschnepiste mit einer Dicke von 30 cm etwa 100 l Wasser notwendig (Naturfreunde Österreich 1989). Andere Schätzungen liegen mit 200 bis 400 l/m² noch höher (ifeu 1997, S. 112). Schneeanlagen können bis zu 75 l/s und 75 000 m³ pro Saison verbrauchen (Schemel/Erbuguth 1992). Der Wasserverbrauch der Beschneigungsanlagen ist als besonders kritisch anzusehen, da er überwiegend mit den Zeiten der winterlichen Niedrigwasserführung von Bächen und Flüssen zusammenfällt (ifeu 1997, S. 119).

Abwasser

Verunreinigungen von Schnee und Schmelzwasser werden beim alpinen Skilauf durch die Pistenpräparierung, die Sportgeräte und die Sportler selbst verursacht. Durch Abschwemmung von Stoffen, die zur chemischen Schneeverfestigung eingesetzt werden, kann es zu Nährstoffeinträgen kommen, die eine Gewässereutrophierung begünstigen (ifeu 1997, S. 115).

Für die künstliche Beschneigung wird häufig verschmutztes oder nährstoffreiches Wasser verwendet (Naturfreunde Österreich 1989). Abhängig von der Herkunft des verwendeten Wassers können Einträge in Boden, Grundwasser oder Oberflächengewässer erfolgen. Um eine erhöhte Schneeausbeute zu erhalten und auch bei Temperaturen bis zu 4°C Kunstschnee einsetzen zu können, werden teilweise dem Wasser als zusätzliche Kristallisationskeime Bakterien hinzugefügt, die vollständig abgestorben sein sollten. Ob dies in der Realität tatsächlich eingehalten werden kann, wird in der Literatur bezweifelt (Schemel/ Erbuguth 1992). In Deutschland ist der Einsatz des präparierten Kunstschnees bisher nicht erlaubt.

Der tägliche Schmutzwasseranfall je Skifahrer bei fünfständigen Pistenaufenthalt wurde im Bereich der Berg- und Talstationen mit 80 Liter ermittelt (Wolf/Jureczek 1986). Welche Aktivitäten hier zugrundegelegt sind, wird dabei nicht angegeben.

Störungen der Schutzfunktion

Die Humusaufgabe und die gewachsene Bodenstruktur sowie die standortgemäße Vegetationsdecke erfüllen wichtige Schutzfunktionen: zum einen die

Funktion der Wasserspeicherung, zum anderen die des Erosionsschutzes. Der Bau großer Skiresorts und deren intensive Nutzung bis heute hat in den Alpen entscheidend zur Beeinträchtigung dieser Schutzfunktionen beigetragen (EEA 1995). Neben großflächigen Einebnungen sind gravierende Eingriffe im Hochgebirge der Kahlschlag im Bergwald sowie die Pistenplanierung mit schweren Maschinen, insbesondere bei ungenügender Schneedecke.

Die künstliche Beschneigung von Pisten bewirkt eine Erhöhung der Schmelzwassermenge und der Schmelzwasserrate. In Fällen, wo auf beschneiten Pisten chemische Mittel zur beschleunigten Schneeschmelze bei Ende der Skisaison aufgebracht wurden, sind um bis zu 30 bis 40 % erhöhte Schmelzwasserraten festgestellt worden (Cernusca et al. 1991). Dies ist mitentscheidend für Hochwasserereignisse und das Ausmaß, in dem Geröll und Erde mitgerissen werden.

Störungen der Lebensraumfunktion

Durch den Pistenbau bzw. -ausbau und den Skibetrieb kann es zur Beunruhigung und möglicherweise Abwanderung von Wild kommen. Führt dies zur Konzentrierung des Wildes an anderer Stelle, kommt es zu merklichen Schäl- und Bißschäden. Ein wiederholtes Auftauen und Frieren des Bodens wirkt sich durch eine Begünstigung von Fäulniserscheinungen und Pilzbefall der Vegetation aus (Cernusca et al. 1992). Die herkömmliche Präparierung von Pisten führt über die Verdichtung der Schneedecke und die Verlängerung der Bedeckung ebenfalls zu einer Beeinflussung der jahresspezifischen Wechsel der Vegetation.

Der Ski-Langlauf als touristische Aktivität hat ebenfalls zu Umweltschäden im alpinen Raum und in den Mittelgebirgen geführt (EEA 1995). Als dessen typische Umwelteinwirkungen gelten die Blockierung von Habitaten und optische oder akustische Störungen (Plachter 1991). Eine Befragung zum Fahrverhalten der Langläufer ergab, daß mehr als 40 % hin und wieder die vorgespurte Loipe verlassen (Bernhardt 1992). Das ökologische Hauptproblem des Skilanglaufs wird in der Nutzung von Lebensräumen störanfälliger und schutzwürdiger Tiere gesehen.

4.2 Wassersport

Etwa 15 % der Bundesbürger über 15-Jahren betreiben in Urlaub oder Freizeit Wassersport. Tauchen und Wasserskifahren sowie Urlaubssportarten im Mittelmeerraum expandieren; für andere Zielgruppen wird der Binnenwassersport attraktiv. Die Traumziele für Wassersportler liegen mehr und mehr in Übersee (Karibik, Südsee) oder am Mittelmeer; die deutsche Küste verliert dagegen an Attraktivität (Opaschowski 1996).

Wassersport ist eine potentielle Gefährdung für die Binnengewässer, zum einen deshalb, weil die Belastung in der Sommersaison extrem stark ist. Auf der deutschen Seite des Bodensees z. B. hat man 20 000 Boote, auf dem Chiemsee werden an Spitzentagen 4 000 Segelboote und 1 000 Wasserfahrzeuge gezählt

(Maier et al. 1988). Zum anderen sind sehr sensible Ökosysteme betroffen, deren Belastungsgrenzen schnell überschritten werden können. In den siebziger Jahren lagen Seen mit 16,7 % an erster und Moore mit 11,6 % an dritter Stelle der geschädigten Erholungsflächen (Fritz, zit. nach Wolf/Jurccek 1986).

Emissionen in Luft und Wasser

Motorboote können stärkere regionale Auswirkungen haben, da Außenbordmotoren einen 70fach höheren Ausstoß flüchtiger organischer Kohlenstoffverbindungen als ein mittlerer PKW haben (Mieczkowski 1995).

In Badeseen kann nach Untersuchungen des Kärntner Seeforschungsinstitut der Anteil der Besucher, die Toilettenanlagen benutzen, bei 1 % liegen (Heimerl/Peters 1990). Auch die Entsorgung des Abwassers der Freizeitanlagen ist ein Problem, ebenso wie die von Bordtoiletten.

Beeinträchtigung der Schutz- und Lebensraumfunktion

Der Tourismus ist insbesondere für direkte mechanische Schäden an der Pflanzenwelt verantwortlich. An den Uferstreifen können Erosionsschäden und Bodenverdichtungen auftreten. Kritisch für die Uferländer ist auch der Wellenschlag der vorbeifahrenden Boote. Die Verlandungsbereiche sind besonders sensibel (Hahn 1992, Ministerium für Umwelt und Forsten Rheinland-Pfalz 1996). Durch breite Schneisen und Trampelpfade wird die Vegetation beeinträchtigt.

Besonders problematisch ist auch hier die **Erschließung bisher unberührter Gebiete**, insbesondere bei höheren Befahrensfrequenzen z.B. durch Kanuten. Kleine Schotterinseln oder unzugängliche Ufer, die als Rückzugsgebiet für Tiere dienen, werden betreten. Auch Surfer dringen in bisher ungestörte Bereiche des Wassers vor (Heimerl/Peters 1990). Der Lebensraum der Wasservögel wird damit weiter begrenzt. Eine direkte Zerstörung der Fauna kann durch das Zertreten von Laichbetten im Flachwasserbereich, Zerreiben von Laich durch Rudern oder Zerstören von Gelegen auf Kies- und Sandbänken erfolgen.

Sportarten mit starker optischer Wirkung wie Segeln und Surfen wirken sehr störend auf die Tierwelt. Nist-, Brut- und Ruhezeiten sind besonders sensibel. Untersuchungen haben ergeben, daß bereits ein einziger Surfer (bzw. Segler) 89 % der Vogelfauna vertreiben kann (Hahn 1992). Die Anwesenheit von Anglern im Brutgebiet kann zur Abnahme von Nestern der Wasservögel führen. Das Aussetzen bestimmter Fischarten durch Sportfischer kann zudem das natürliche Gleichgewicht eines Gewässers stören (Heimerl/Peters 1990; Schemel/Erbguth 1992).

Im Zusammenhang mit sportlichen Urlaubsaktivitäten in Übersee wird in der Literatur oft die Gefährdung der **Korallenriffe** thematisiert (ifeu 1997, S. 126). So ermöglichen z.B. im Großen Barriereriff vor Australien größere Schiffe oder sogar schwimmende Hotels einen mehrtägigen Aufenthalt im Riff.

Hinzu kommt der verstärkte Einsatz von Schnellbooten, Hubschraubern, Wasserflugzeugen, die unberührte Riffe und Riffinseln erreichbar gemacht haben. Inzwischen werden jährlich bis 200 000 Besucher gezählt – mit der Folge der Belastung und Beschädigung von Riffen (Löffler 1995). Auf den Malediven wurden bis zum Jahr 1990 64 Eilande touristisch erschlossen (ifeu 1997, S. 126).

5. Forschungsstand und -perspektiven

In der Zusammenschau der durchaus reichlich vorhandenen Literatur zum Themenkomplex „Tourismus und Umwelt“ zeigt sich eine Vielzahl von Defiziten, die teilweise miteinander zusammenhängen (ifeu 1997, S. 132ff.).

Informationslücken und Wissensdefizite

Komplexität des Themas

Wissens- und Informationslücken sind zum einen durch die globale Dimension des Themas verursacht. Die Erfassung großräumiger und langfristig in die Zukunft reichender Problemlagen in Form von aussagekräftigen Daten ist grundsätzlich kaum zu leisten. Zum anderen bereitet die Vielzahl privater und wirtschaftlicher Akteure und ihrer Aktivitäten Schwierigkeiten bei der Bilanzierung von Belastungen und der Identifikation von Verursachern (Abbildung 3).

Zu den Akteuren gehören beispielsweise das Hotel- und Gaststättengewerbe oder die Reiseveranstalter. Tourismus als Handlungs- und Bedürfnisfeld ist so gesehen die Gesamtkonstellation der verschiedenen Tätigkeiten, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt der Touristen ergeben – inklusive der vor- und nachgelagerten Aktivitäten der wirtschaftlichen Branchen.

Die Komplexität des „Systems“ Tourismus und seine globale Dimension stellen eine grundlegende Schwierigkeit für eine vollständige und exakte Beschreibung der tourismusspezifischen Auswirkungen auf die Umwelt und die Ursachen dieser Auswirkungen dar.

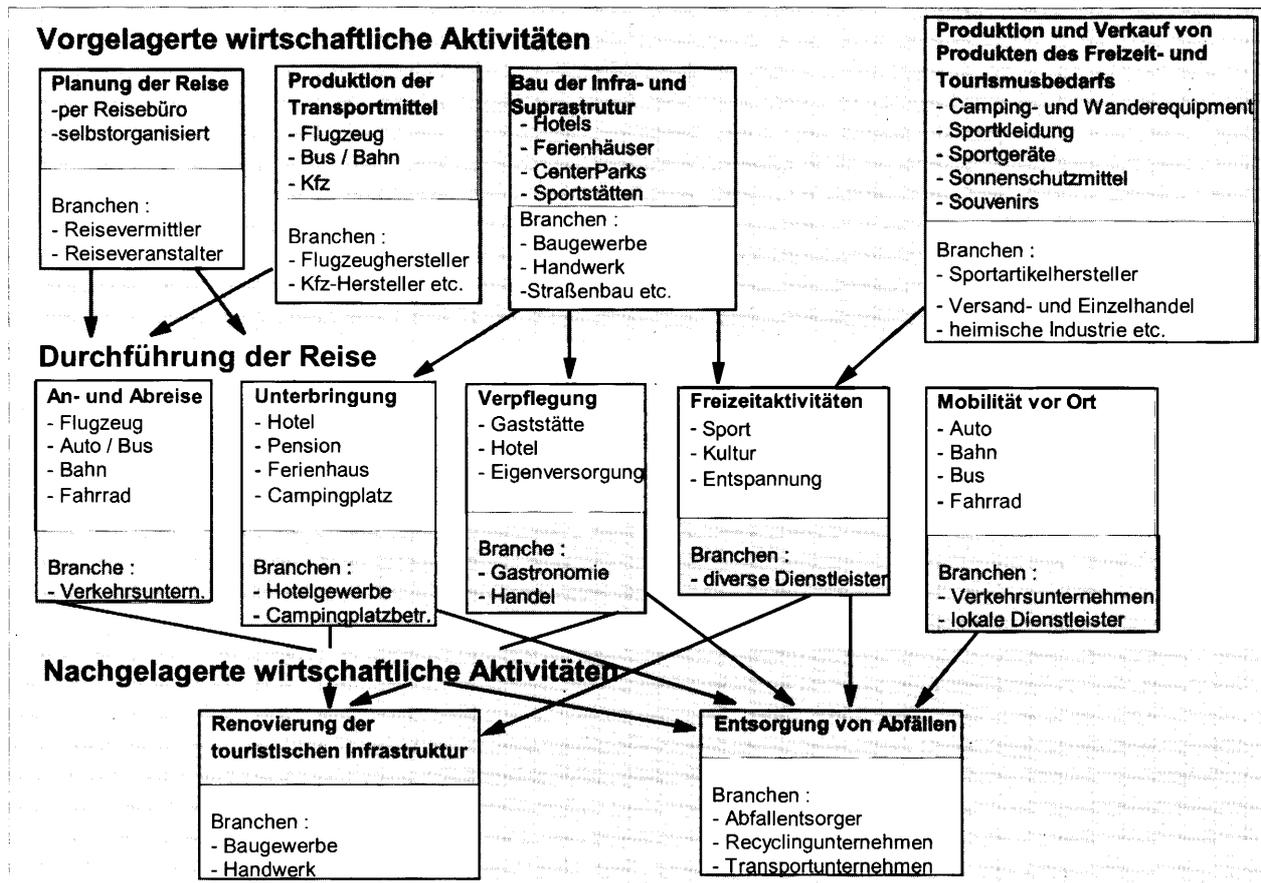
Zusammenhänge zwischen Umweltbelastungen, Umweltwirkungen und Umweltzustand

Ein weiteres Problem bei der Einschätzung der tourismusinduzierten Umweltbelastungen bzw. -wirkungen besteht darin, daß die Wirkungskette von der Belastungsquelle über Ausbreitung und Wirkung bis hin zum Umweltzustand selten eindeutig zu verfolgen ist. Dies kann u. a. folgende Gründe haben:

- Die Abgrenzung der touristisch induzierten von anderen anthropogenen Umweltbelastungen ist sehr aufwendig oder nicht möglich.
- Eine Kausalität zwischen Belastung und Umweltzustand ist zwar häufig zu vermuten, aber selten exakt nachweisbar.

Abbildung 3

Tourismus – eine Verkettung verschiedener wirtschaftlicher und privater Akteure und ihrer Tätigkeiten



Quelle: ifeu 1997

- Bei der Beurteilung der Human- und Ökotoxizität hat sich vielfach gezeigt, daß für die entsprechenden verzweigten Wirkungsketten selten ausreichende und/oder belastbare Daten zur Verfügung stehen.
- Auch bei differenzierten Wirkungsanalysen in Ökosystemen bleibt es wegen der Vielfalt der Arten und der abiotischen Faktoren, deren Zusammenwirken häufig nur in Ansätzen bekannt ist, eine offene Frage, wie exakt die Erfassung systemarer Umweltwirkungen in einem Ökosystem leistbar ist.

Die Auswirkungen der Umweltbelastungen werden daher meist eher intuitiv erfaßt. So werden insbesondere im Zusammenhang mit dem Artenrückgang an zahlreichen Stellen der Literatur Abschätzungen über den Anteil des Tourismus an Umweltwirkungen genannt. Diese Aussagen beruhen meist auf Einzelfallbeobachtungen; Verallgemeinerungen sind problematisch und sollten mit Vorbehalt betrachtet werden.

Umweltsituation in den Zielgebieten

Das Datenangebot zur Beschreibung des Umweltzustands ist derzeit in vielen Staaten noch ausgespro-

chen dürrig. Aus diesem Grund ist eine befriedigende, räumlich differenzierte Erfassung und Bewertung der erholungs- und tourismusinduzierten Umweltschäden nicht möglich (BTE 1994). Erforderlich wären insofern verbesserte Kenntnisse über die spezifischen naturräumlichen und anderen Gegebenheiten vor Ort.

Emissions- und Verbrauchswerte lassen sich hinsichtlich ihres Risiko-, Schädigungs- oder Belastungspotentials nur unter Miteinbeziehung der konzentrierten naturräumlichen oder infrastrukturellen Situation vor Ort beurteilen:

- Der Wasserverbrauch von Touristen bedeutet in wasserarmen Gebieten naheliegenderweise etwas anderes als in Regionen mit ausreichendem Wasserdargebot; hohe Abwasserwerte oder überdurchschnittliches Abfallaufkommen werden u. U. relativiert durch eine gute Entsorgungsstruktur.
- Zahlen zum Flächenverbrauch, selbst wenn es Vergleichswerte gibt, sagen für sich wenig aus – solange man nicht z. B. die Qualität der überbauten Flächen, die konkreten Auswirkungen vor Ort auf das Landschaftsbild, die Grundwasserbildung etc. mit berücksichtigt.

Erfassung der Belastung der Zielgebiete

Eine Abschätzung des Ausmaßes von Umweltbelastungen durch den Tourismus wird häufig über die Berechnung der Touristenzahlen (Tourismusdichte) bzw. der Übernachtungskapazitäten pro Flächeneinheit vorgenommen. Solche Daten geben erste Hinweise auf Probleme, haben aber ihre Grenzen. Dazu kommt, daß die statistischen Grundlagen an vielen Stellen unzureichend sind:

- Daten zur **globalen Entwicklung** des Tourismus werden von der OECD und der WTO zusammengestellt. Aufgrund unterschiedlicher Erhebungskonzepte in den einzelnen Staaten sind sie jedoch nicht vergleichbar. Um die Belastungssituationen in den touristisch genutzten Zielländern festzustellen, wären über die allgemeinen statistischen Daten hinaus Angaben zur regionalen Verteilung und saisonalen Ausprägung der Tourismusströme in diesen Ländern erforderlich.
- Auf **nationaler Ebene** werden von amtlicher Seite im Rahmen der Beherbergungstatistik sowohl die Übernachtungen als auch die Ankünfte in Beherbergungsstätten – allerdings nur ab 8 Betten – sowie auf Campingplätzen veröffentlicht. Damit liegen für Deutschland zwar relativ umfassende Datengrundlagen zur Ermittlung der Flächenbelastung vor. Die amtliche Statistik erfaßt und aktualisiert jedoch nur Daten zur Angebotsseite, nicht dagegen zum Reiseverhalten.

Vernachlässigte Themen

Eine erste Durchsicht der enormen Fülle an Literatur fördert zahlreiche, oft sehr differenzierte und spezialistische Beschreibungen von Umweltbelastungen durch den Tourismus sowie durch Sport- und Freizeitaktivitäten mit lokaler oder regionaler Wirkung zutage. So findet sich eine Vielzahl von Untersuchungen über den Einfluß touristischer Aktivitäten auf die Zusammensetzung von Pflanzengesellschaften und den Bodenzustand. An vielen Stellen wird bis ins Detail der Störung, Vertreibung oder Vernichtung von Tierpopulationen nachgegangen. Eine genaue Analyse zeigt aber auch, daß Abfallprobleme und insbesondere der Aspekt des Ressourcenverbrauchs in der Regel nur bei solchen Fällen thematisiert werden, bei denen die Entsorgungskapazitäten vor Ort nicht mehr ausreichen oder die Übernutzung der Ressource Wasser oder von Holz zur Energiegewinnung den lokalen Umweltzustand verändert (ifeu 1997, S. 134).

Weitgehend unberücksichtigt bleibt beispielsweise der **Anteil des (wachsenden) Tourismus am allgemeinen Ressourcenverbrauch**. Dieser wird allenfalls über die Abfallproblematik oder im Zusammenhang mit dem Energieverbrauch für die An- und Abreise, insbesondere mit dem Flugzeug, ins Blickfeld gerückt. Selten wird in der Literatur der Zusammenhang mit globalen Umweltfragen, wie Treibhauseffekt, irreversibler Flächenverbrauch, Verknappung erschöpfbarer fossiler Energieträger etc., hergestellt. **Eine umfassende Betrachtung der Auswirkungen, die das Bedürfnisfeld Tourismus mit sich bringt, wurde bisher noch nicht durchgeführt** (ifeu 1997, S. 134).

Das Thema **Klimaänderung und Tourismus** ist mittlerweile durch einige Publikationen und Projekte aufgegriffen worden. Gleichwohl kommt die Klimafolgenforschung im Bereich „Tourismus“ noch in Kinderschuhen daher. Wenn es zutrifft, daß die erwartete Klimaänderung in Form einer globalen Erwärmung ein Schlüsselprozeß für den Tourismus ist (oder werden wird), wie es manche Beobachter vermuten (Abegg 1996), wäre es erforderlich damit zu beginnen, die vorhandene Lücke zu schließen.

Konzeptionelle und methodische Defizite

Die Erfassung von tourismusinduzierten Umweltwirkungen wird oft anhand konventioneller Schemata vorgenommen, in denen unstrukturiert Umweltwirkungen und -belastungen und Aussagen zum Umweltzustand, z.T. vermischt mit sozialen Komponenten, zusammengestellt sind (ifeu 1997, S. 134). Auf diesem Gebiet hat die Forschung – auch wenn Ansätze durchaus erkennbar sind – einen gewissen Nachholbedarf. Dabei stellen Energie- und/oder Schadstoffbilanzen und insbesondere die Entwicklung eines **spezifischen Ökobilanz-Konzepts im Bereich Tourismus** eine besondere Herausforderung dar (Öko-Institut 1997).

Bewertungsprobleme

Angesichts der eindrucksvollen Fülle von Fallstudien und übergreifenden Einschätzungen zu den vielfachen tourismusinduzierten Problemen fällt es besonders auf, daß in der Regel **kaum eine Gewichtung und Abwägung** zwischen den verschiedenen tourismusinduzierten Umweltbelastungen und -wirkungen vorgenommen wird. Dies kann u. a. zur Folge haben, daß es bei der Erfassung von Umweltwirkungen, z. B. im Zusammenhang mit der Diskussion um Trends im einheimischen Freizeitsport, durch die Fokussierung auf lokale Auswirkungen zu deren Überbewertung gegenüber den sonstigen Folgen des globalen Tourismus kommt.

Um die verschiedenen Umweltbelastungen und -wirkungen gegeneinander abwägen, miteinander vergleichen sowie Prioritäten hinsichtlich Forschungs- und Handlungsbedarf setzen zu können, benötigt man aber nachvollziehbare Kriterien. Hier kämen z. B. die Kriterien in Frage, die die Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ ihrer Arbeit zugrunde gelegt hat: Danach besteht bei denjenigen Belastungen durch menschliche Aktivitäten ein hoher Handlungsbedarf, welche **langfristig wirken, nur langsam oder gar nicht reversibel sind** und somit die **nachfolgenden Generationen schädigen (zeitliche Reichweite der Wirkung)**, sowie bei denjenigen Belastungen, welche **im globalen Maßstab (räumliche Reichweite der Wirkung) schädigen**. Die hohe Bedeutung der Langfristigkeit (Irreversibilität) von Wirkungen begründet sich aus umweltethischer Sicht mit der Verantwortung gegenüber den nachfolgenden Generationen (intergenerationelle Fairneß).

Ein systematischer Bewertungsansatz für den Tourismus, z. B. für ausgewählte touristische Aktivitäten, müßte (solche oder andere) Kriterien entwickeln und nutzen. Ansätze gibt es: Zur Bewertung von Umweltwirkungen durch Tourismus werden unter anderem Tragfähigkeitskonzepte aus dem Bereich der Landschaftsplanung verwendet (BTE 1994). Neuere Modelle zur Bewertung der Umweltqualität in Tourismusgemeinden – und damit indirekt auch zur Bewertung der tourismusinduzierten Umweltbelastungen in den Gemeinden – arbeiten mit Umweltindikatoren, anhand derer die Umweltsituation über eine Zeitreihe darstellbar ist, bzw. mit Checklisten, mit deren Hilfe eine Kommune ihre Umweltsituation beurteilen kann (Hopfenbeck/Zimmer 1993, S. 268 ff.). Hier besteht aber noch Bedarf an Forschung und an konkreter Erprobung.

6. Fazit

Die besondere Herausforderung des Themas „Tourismus und Umwelt“ besteht darin, daß die damit angesprochenen Problematik keine primär technische oder technisch zu bewältigende ist. **Tourismus als komplexes Bedürfnisfeld** erfordert bei seiner wissenschaftlichen Bearbeitung Konzepte und Analysen, die auf Verhaltensweisen und Konsumaktivitäten zielen. Für die Politik sind deshalb komplexe und nicht auf technische Maßnahmen begrenzte Strategien gefordert, die koordinierte Anstrengungen aller Ressorts notwendig machen – wie auch der Bericht der Bundesregierung „Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung in Deutschland“ ausgeführt hat.

Eine ökologische Problemhierarchie des Tourismus

Betrachtet man die verschiedenen Umweltbelastungen und -wirkungen, die durch den Tourismus ausgelöst werden, kann - **nach den Kriterien der räumlichen und zeitlichen Reichweite der Wirkung** – insbesondere folgenden Punkten eine **hohe Priorität** eingeräumt werden:

- **Emissionen von klimarelevanten Stoffen** durch das ausgeprägte Mobilitätsbedürfnis bei Urlaubs- und Freizeitaktivitäten. Hier ist neben dem Pkw-Verkehr insbesondere auf den Flugverkehr in weiter entfernte Destinationen hinzuweisen. Der Treibhauseffekt führt zu globalen und langfristig wirksamen Folgen, die auch noch nachkommende Generationen zu tragen haben.
- **Flächenverbrauch** in massentouristisch genutzten Gebieten, insbesondere in ökologisch sensiblen und wertvollen Regionen, wie z. B. den Hochgebirgen, entlang der Küsten sowie auf Inseln.
- Beide Ursachen tragen erheblich mit zur Gefährdung von Lebensraumtypen (Raths et al. 1995) und teilweise zum irreversiblen **Verlust an Biotopen und Biodiversität** bei.

Dem **Ressourcenverbrauch** (Energie, Stoffe und Materialien) durch die steigenden Ansprüche der Touristen an die Ausstattung der touristischen Infrastruktur kann eine **mittlere Priorität** zugewiesen werden. **Weniger problematisch** sind schließlich – bei Anwen-

dung der genannten Kriterien – die Belastungen durch **sportliche Urlaubsaktivitäten** im nationalen und regionalen Bereich einzuschätzen. Sie können zwar durchaus zu Konflikten und Belastungen führen, die aber in der Regel lokal oder zeitlich begrenzt sind.

Der Hinweis auf einen solchen Bewertungsansatz und die daraus folgende Problemhierarchie ist aber kein Plädoyer dafür, dringliche lokale und akute, kurzfristig manifeste Probleme nicht zu analysieren oder zu bearbeiten. So gehören **Städte und Küsten** als touristische **Wachstumsfelder und ökologische Brennpunkte** zu den Themen und Aktionsfeldern von zentraler Bedeutung für eine nachhaltige Tourismuspolitik. Diese Perspektiven dürfen überhaupt nicht vernachlässigt werden; aber: Der **Horizont der Problemwahrnehmung** sowie der Planungs- und Handlungsperspektiven **sollte räumlich und zeitlich deutlich erweitert werden**. Dies auch deshalb, weil zum einen deutsche Bürgerinnen und Bürger weltweit und in vielen touristischen Zielregionen einen beträchtlichen Anteil der Touristen ausmachen. Zum anderen bedürfen die globalen Probleme internationaler Regelungen.

Forschungslücken

Der Wissensstand über touristisch induzierte Umweltfolgen hat sich über die Jahre zwar verbessert. Es liegt aber noch einiges im argen: Es fehlen Daten, es fehlt an Wissen über Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge und an Kriterien zur Bewertung und Gewichtung. Dies bedeutet ein dreifaches Defizit an **deskriptivem Wissen**, an **kausalem Wissen** und an **normativem Wissen**. Diese drei Aspekte werden ergänzt durch **konzeptionelle und methodische Defizite**.

Es fehlen aber auch – betrachtet man die tourismuspolitische Ebene – **konsensfähige Ziele** und die Akzeptanz von Maßnahmen und Instrumenten. Es wundert deshalb nicht, daß Maßnahmen und Handlungsmöglichkeiten oftmals eher intuitiv diskutiert werden als auf einer soliden Daten- und Wissensbasis aufzubauen bzw. sich an konsensfähigen Zielen und Kriterien zu orientieren. Zwar ist das Bewußtsein für den engen Zusammenhang zwischen Umwelt und Tourismus und die Brisanz der Gefährdungen bei allen Beteiligten gewachsen, wie eine Vielzahl von Aktivitäten in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik belegt. Will man aber zu weitgehend akzeptierten Maßnahmen und zielgenau wirkenden Instrumenten kommen, will man ernsthaft Aufklärung betreiben, Umweltbildung forcieren oder gar eine Verankerung einer Umweltethik im Tourismus erreichen – dann bleibt für grundlagen- und problemorientierte Forschung noch einiges zu tun.

Ein erster Schritt mit Signalwirkung könnte beispielsweise die Finanzierung einer regelmäßigen Berichterstattung zu „Tourismus und Umwelt“ sein. Sie könnte im Auftrag der Bundesregierung erfolgen und durchgeführt werden durch eine Gruppe von Forschungseinrichtungen, die das Thema interdisziplinär und praxisorientiert, insbesondere mit dem Ziel der Entwicklung von **Umwelt-, Umweltqualitäts- und Umwelthandlungszielen** sowie der Identifikation von Handlungsbedarf bearbeitet.

IV. Technik

Weltweiter Tourismus ist nur möglich durch eine globale technische und organisatorische Infrastruktur. Insbesondere **Verkehrstechnologien** sowie mit wachsender Bedeutung die **Informations- und Kommunikationstechnologien** sind notwendig, um auch in Zukunft die wachsenden Tourismusströme zu managen. IuK-Technologien werden touristische Strukturen, die Rolle der Leistungsanbieter, Marktanteile, Arbeitsplätze und -bedingungen und die Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen beeinflussen. Die damit einhergehenden Lern- und Anpassungsprozesse sind für die Akteure und insbesondere die Entscheidungsträger eine Herausforderung ersten Ranges.

Als Teil der **Lösung für eine Vielzahl von Problemlagen** werden Technologien aber auch mitbeteiligt daran sein, weiteren Tourismus mit all seinen **Problemen zu induzieren**. Um so wichtiger wird es sein, daß sich die Entwicklung und Anwendung von technischen und organisatorischen Konzepten, insbesondere im Bereich Transport und Mobilität, an Kriterien der ökologischen und sozialen Verträglichkeit orientieren. Für eine nachhaltige Tourismusentwicklung werden alte (verbesserte) und **neue, ökologisch möglichst verträgliche Technologien in jedem Fall eine strategische Rolle spielen**.

Eine Schlüsselfunktion kommt den neuen IuK-Technologien für die Tourismusbranche und den Tourismusstandort Deutschland zu. Ihre Adaption und Diffusion wird über deren Zukunftsfähigkeit wesentlich mitentscheiden.

Im Folgenden⁸⁾ werden neue technologische Entwicklungen mit spezifischer Relevanz für den Tourismus in einem gerafften Überblick dargestellt. Die Darstellung des **aktuellen Technikeinsatzes** und einige punktuelle Ausblicke auf erwartbare **zukünftige Trends** konzentrieren sich dabei auf drei Bereiche des Tourismus: den Transport (An- und Abreise, Mobilität vor Ort), den Aufenthalt (Unterkunft) und die Organisation und Administration bei den Reiseagenturen und Leistungsanbietern (Abbildung 4).

1. Transport

1.1 An- und Abreise

Flugzeuge

Generelle Trends in der Reiseflugzeugentwicklung (IZT 1997, S. 15 ff.) sind größere Tragflächen, mehr

⁸⁾ Dieses Kapitel baut wesentlich auf dem vom TAB in Auftrag gegebenen Gutachten des Instituts für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin, auf (IZT 1997).

Auftrieb, stärkere und zugleich umweltfreundlichere Triebwerke, höhere Geschwindigkeiten und größere Flughöhen unter Verwendung neuer Materialien und fortgeschrittenen IuK-Technologien.

Um möglichst komfortable Direktflüge ohne Zwischenlandungen oder Umsteigen bieten zu können, zielen Entwicklungsbestrebungen auf immer größere **Langstreckeneignung**. Derzeit sind 14 000 km non-stop-Reisestrecke das Maximum (Airbus A 340), in ca. 3 Jahren sollen die ersten Maschinen 16 000 km schaffen (Boeing 777-200X). Dies wird allerdings auch eine ununterbrochene Flugdauer von 18 Stunden bedeuten.

Diskutiert werden bereits in der Entwicklung befindliche **„Mega-Flugzeuge“** für bis zu 800 Passagiere. Diese Entwicklung wird ambivalent beurteilt. Vorteile für die Airlines sind verbesserte ökonomische Effizienz, niedrigere Treibstoffkosten, geringere Personalkosten und weniger Gebühren. Gleichzeitig bringen solche Maschinen Probleme für Flughäfen und Passagiere mit sich. Die schnelle und reibungslose Abfertigung von 800 Passagieren erfordert z. B. bauliche, personelle und organisatorische Veränderungen in den Abfertigungsräumen und auf dem Vorfeld. Möglicherweise werden durch solche Großflugzeuge Abflüge stärker zentralisiert, mit der möglichen Folge, daß Passagiere zusätzliche Zubringerflüge nutzen müssen.

Emissionsreduzierte Triebwerke

Der Flugverkehr für den Tourismus weist gegenüber dem Geschäftsflugverkehr eine bessere Energie- und Schadstoffbilanz auf, da kaum Kurzstrecken bedient werden und die Sitzplatzauslastung meist hoch ist. Dennoch werden die Entwicklungsbemühungen um die **Reduktion von Treibstoffverbrauch, Schadstoff- und Lärmemissionen** gemeinsam von Fluggesellschaften und Flugzeugherstellern fortgesetzt. Weitere Verbesserungen werden vor allem von neuen Brennkammerkonzepten, Verdichterformen und Brennstoffen erwartet.

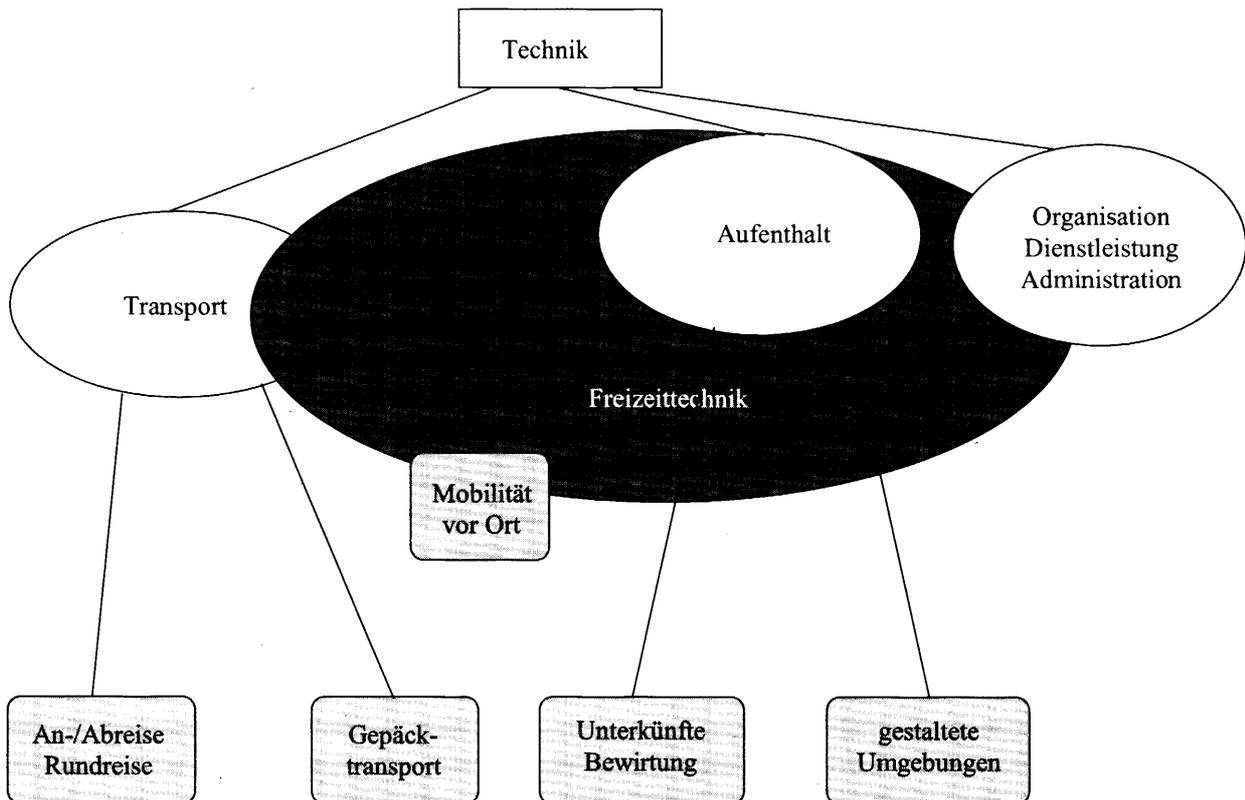
Daneben wird an der **Senkung des Flugzeugwiderstandes** beispielsweise durch neue Tragflächenkonzepte geforscht. Auch die bereits verbreiteten elektronischen **Flugwegrechner** (Flight-Management-System) sollten zukünftig verstärkt zur Nutzung lärmmindernder und kraftstoffsparender An- und Abflüge dienen.

Flugsicherheit

Zur Erhöhung der Flugsicherheit dienen zum einen **Kollisionswarnsysteme** (ab dem Jahr 2000 voraussichtlich nach den USA auch in Europa Vorschrift) sowie technische Systeme zur **Verhinderung von Vereisungen** an Tragflächen und Steuerungselementen. Daneben werden **Simulatorschulungen** und **Systeme der passiven Sicherheit**, wie Stimmaufzeichnung und Flugschreibertechniken weiterentwickelt.

Abbildung 4

Technikeinsatz im Tourismus

*Sicherheitstechnologien*

Vor allem Gepäckscanner sollen zugleich schneller und sicherer bzw. „intelligenter“ werden, insbesondere da voraussichtlich ab dem Jahr 2000 nicht nur das Handgepäck, sondern auch das Reisegepäck zu 100 % durchleuchtet werden muß. Techniken wie Computertomographie und Gaschromatografie allerdings arbeiten relativ langsam. Schnelligkeit und größere Sicherheit versprechen intelligente Geräte, die selbständig bestimmte Sprengstoffe identifizieren und optisch kennzeichnen. Hier wird zwar herkömmliche Röntgentechnologie, aber kombiniert mit hochentwickelter Software eingesetzt.

Bahn

Der Tourismus bestimmt ca. die Hälfte des Fernverkehrs bei der Deutschen Bahn. Seit zwei Jahren hat die DB AG begonnen, Touristen wieder gezielter und mit neuen Konzepten zu umwerben.

Allgemeine Entwicklungslinien

Viele der im folgenden genannten Entwicklungslinien (IZT 1997, S. 19ff.) sind im ICE-Bereich bereits

realisiert oder zumindest in der Produktionsplanung, aber für die übrigen Züge noch Entwicklungsaufgaben. Der Urlaubsreisebereich profitiert somit einerseits von den Entwicklungen im Hochgeschwindigkeitsbereich. Andererseits reduziert die Dominanz des ICE-Konzeptes die Tourismuseignung des Bahnfernverkehrs durch kurze Haltezeiten, den vertakteten Fahrplan, geringen Gepäckraum, enge Einstiege und die fehlenden Möglichkeiten zur Fahrradmitnahme.

Für den Tourismus sind im wesentlichen folgende Entwicklungslinien bedeutsam:

- Die **Erhöhung der Reisegeschwindigkeiten** auf 200 km/h und mehr. Dies geht einher mit Streckenausbau und der sukzessiven Einführung der Neigetechnik. Bedeutsam wird sein, daß europäische Hochgeschwindigkeits- und Neigetechnikzüge nach und nach grenzüberschreitend bezüglich Spurweiten, Signal-, Strom- und Kupplungstechnik kompatibel werden. An einem europaeinheitlichen Signal- und Sicherungssystem „European Train Control System“ (ETCS) wird gearbeitet.
- **Senkung der Lärmemissionen** u.a. durch Gewichtseinsparung z.B. von Stahlleichtbauweise,

geringeres Radgewicht, neue Radsysteme und „Flüstergleise“.

- Der **Fahrkomfort** wird u. a. durch neue luftgefederte Fahrwerke, Schall- und Wärmedämmung und Klimatisierung sowie ergonomische **Sitzgestaltung** zunehmend verbessert. Allgemein sollen die Züge **behindertengerechter** gestaltet werden.
- **Unterhaltungs- und Informationsangebote** in Audio und Video sollen per Kopfhörer sitzindividuell wählbar sein und zunehmend auch **interaktive Angebote** umfassen. Zunehmend soll die Nutzung von **Mobilfunk und Fax** in den Zügen beziehungsweise die Bereitstellung entsprechender Endgeräte ermöglicht werden.
- Die Entwicklung von **Doppelstockwagen** auch für den Fernverkehr wird angezielt, um durch die daraus resultierende Senkung der Sitzplatzkosten entsprechend attraktivere Preise – gerade auch für touristische Charterzüge – zu ermöglichen.
- Als Erweiterung und Differenzierung des Bahnangebots speziell für Touristen sind **Touristikzüge** (außerhalb des Linienfahrplans und mit Gepäckwagen), Traditionszüge, Hotelzüge (Intercity Night) und hinsichtlich ihres Komforts verbesserte Autoreisezüge zu nennen. Durch neue Konzepte sollen die Zugänglichkeit zu und der Aufenthalt in den Pkws auch während der Fahrt möglich sein. Neue hocheffiziente Verladekonzepte gibt es derzeit nur als Designstudien, insbesondere im Zusammenhang mit futuristischen Kleinwagenkonzepten, die mit ca. 2,50 m Fahrzeuglänge quer in die Züge ein- und ausfahren könnten.

Fahrradmitnahme

Derzeit sind nur 50 % der Fernzüge „fahrradfähig“. ICEs und viele IC/ECs sind nicht radgeeignet, auch der geplante ICE 3 hat kein Fahrradabteil. Die neuen Neigetechnikzüge werden nur dann radzugelassen sein, wenn sie als IC und nicht als ICE fahren. Die meisten radgeeigneten Züge haben nur 8 bzw. 16 Fahrradplätze. Eine Lösung für das Problem der schwankenden Nachfragesituation wären hochflexible Waggoneinrichtungen bzw. Mehrzweckwagen.

Gepäcktransport

In vielen Fällen wäre ein **Gepäcktransportdienst im Zug** wünschenswert und zudem auch umweltverträglich. Angesichts der kurzen Haltezeiten im Linienverkehr müßten dazu schnelle Umschlagtechnologien etwa unter Verwendung von Kleincontainersystemen und seitlicher Beladung entwickelt werden. Eine vermutlich attraktive Zukunftsentwicklung wären Waggons mit schließfachartigen, aber großformatigen seitlichen Stauklappen, die vom Fahrgast ebenerdig vom Bahnsteig aus beladen werden könnten.

Ferner wäre eine schnelle, personalarme und möglichst unaufwendige Gepäckannahme- und -verteilinfrastruktur für die Bahnhöfe erforderlich. Ansätze in diese Richtung gibt es derzeit nur im Charterbereich mit den beiden neuen Touristikzügen der Bahn.

Bahnhöfe

Eine konstruktive und technische Herausforderung ersten Ranges stellt die z. Zt. in Stuttgart, Frankfurt/M. und München geplante **Umwandlung von Kopfbahnhöfen in unterirdische Durchgangsstationen** dar. Büros, Wohnungen und Einkaufszentren mit Einzelhandel, Dienstleistungs- und Freizeitangeboten sollen in und um die neuen Bahnhöfe entstehen. Dies ist zugleich ein Wandel zu mehr Sicherheit und Sauberkeit, unter anderem durch **neue Dienstleistungs-Produkte**: multimedial unterstützte „Service-Points“, normierte hygienischere Toiletten und Duschräume unter dem Label „Reise-Frische“ und als „Reise-Pause“ angepriesene Wartesäle.

Weitgehend personalfrei hingegen soll die Zukunft der rund 5000 überwiegend modernisierungsbedürftigen Kleinbahnhöfe sein. „Pluspunkt“ genannte große rote Würfel werden Warteraum und **automatisierte Dienstleistungsschnittstelle** sein. Kameraüberwacht sollen hier dem Reisenden Fahrkartenautomaten und Reiseinformationen zur Verfügung stehen.

Reisebusse

Bei der Weiterentwicklung von Reise- und Fernreisebussen lassen sich – neben Bestrebungen zur Verbesserung des Komforts – zwei wesentliche Bereiche benennen: Emissionsreduktoren und Sicherheit.

Die Entwicklung weist mittelfristig auf die **weitere Optimierung emissionsärmerer Dieselmotoren**. Erdgas- oder gar Wasserstoffmotoren wird es erst in fernerer Zukunft geben, da die für große Reichweiten erforderlichen Tanks noch zu groß bzw. zu aufwendig sind. Dies wird sich erst mit neuen Speichertechnologien und einer Verbreitung entsprechender Betankungsinfrastrukturen ändern.

Höhere Standards für **aktive und passive Sicherheit** sind ein wichtiges Entwicklungsziel. So sollen etwa stabilere Fenster die Fahrgastzelle versteifen und damit mehr Innenraumsicherheit bei Überschlägen und freien Stürzen bieten. Ungeklärt ist bislang, ob Angurtmöglichkeiten für Buspassagiere tatsächlich mehr Vorteile als Nachteile hätten. „Passagierairbags“ sind jedenfalls bis auf weiteres nicht in Sicht. Vielversprechend sind die Möglichkeiten in der Entwicklung befindlicher elektronischer Sicherheitssysteme. So wird mit Systemen experimentiert, die eine eventuelle Übermüdung des Fahrers erkennen. Eine ähnliche Elektronik soll die maximale Fahrgeschwindigkeit quasi zwangsweise den Straßenverhältnissen anpassen.

Schiffe

Kreuzfahrtschiffe

Derzeit ist bei Kreuzfahrtschiffen (IZT 1997, S. 29 ff.) ein Trend zu immer größeren Schiffen zu verzeichnen. Trotz des begrenzten Marktes – bei derzeit weltweit bereits knapp 100 Kreuzfahrtschiffen – befinden sich weitere 30 Großschiffe im Bau. So soll z. B. in den USA 1999 eine „schwimmende Stadt“ mit Platz für 6 200 Gäste und 2 400 Besatzungsmitglieder vom Stapel laufen. Die Kabinen sind überwiegend in drei

bis zu 64 m hohen „Hoteltürmen“ untergebracht. Im Inneren des Schiffsrumpfes gibt es einen eigenen Hafen für vier Shuttle-Boote für je 400 Passagiere. „Straßencafés“, 6 Swimming-Pools und ein Kino für 2 000 Personen sollen einen Komfort bieten, der mit Urlaubs-Resorts an Land vergleichbar ist.

Der Bau immer größerer Schiffe ist vor allem eine produktionstechnische Herausforderung für die verfügbaren Werftechnologien. Neue Entwicklungen beziehen sich dabei weniger auf Rumpfe und Antriebe als vielmehr auf die Aufbauten. Es gibt diesbezüglich Versuche mit neuen leichteren Materialien, wie etwa Aluminium im Deckbereich.

Flußschiffe

Ein wichtiger technischer Entwicklungsbereich für Flußschiffe sind neue Antriebe. Weitere Entwicklungsziele sind neue **Leichtbauformen** mit niedrigen Eintauchtiefen sowie neue **Rumpfformen** wegen höherer Geschwindigkeit bei Sicherung des Komforts. Auf eine geringe Wellenentwicklung und damit auf die Schonung der Uferbefestigung, inklusive Schilfbewuchs und Vogelniststätten, zielen Entwicklungen, die mit dem Begriff „**Low-Wash**“ bezeichnet werden. Dies sind spezielle Bauformen von Zweirumpfschiffen, die die Wellen quasi „zwischen den Rumpfen halten“.

Das Thema **Emissionsreduktion** spielt ebenfalls eine zunehmende Rolle für den Flußtourismus. Entwicklungsarbeiten laufen bei solargetriebenen Schiffen, für die eine Reichweite von bis zu achtzig Kilometern pro Tag angepeilt werden (IZT 1997, S. 30ff.).

Fährschiffe

Geschwindigkeit und Sicherheit sind zwei dominante Entwicklungsziele. Daneben gibt es wie in anderen Bereichen der Schifffahrt das Bestreben nach Einsparungen durch Größeneffekte. Sogenannte „Jumbo-Fähren“ fassen heute bereits bis 3 000 Passagiere und mehr als 900 PKW. Aktuelle **Hochgeschwindigkeitsfähren** mit Geschwindigkeiten bis 75 km/h haben die Fahrzeiten auf vielen Verbindungen bereits auf unter die Hälfte reduziert. Die vorherrschende Konstruktionsrichtung ist dabei seit etwa zehn Jahren die **Katamaranform**.

Daneben wird auch das **Tragflächenboot**-Prinzip weiterentwickelt. Es werden derzeit Rumpfformen entwickelt mit waagerechten, tiefeintauchenden Flügeln, die an der Oberfläche möglichst wenig Verwirbelungen produzieren.

Relativ erfolgversprechend scheinen sogenannte „**Wave-Piercer**“-Formen von Katamaranrümpfen zu sein. Bei diesen Bauformen zielen die aktuellen Entwicklungsanstrengungen vor allem auf die Auslotung der maximalen Größenordnung. Derzeit fassen solche **Fähren bis zu 350 Personen sowie 150 PKW** und laufen bis zu 70 Km/h. Seit 1996 gibt es allerdings auch schon erste High-Speed-Großraumfähren für bis zu **1 500 Passagiere und 375 PKW**.

Während es im Bereich der **Luftkissenfahrzeuge** wenig Fortschritte gibt, werden vielversprechende Entwicklungen bei der ebenfalls auf einem Luftkissenef-

fekt basierenden „**Wing-in-Ground-Technologie**“ (WIG) erwartet. Als Zwitter zwischen Schiff und Wasserflugzeug wird bei extrem niedrigen Flughöhen – ab 2 m über der Wasseroberfläche – der Effekt genutzt, daß sich dort der erzielte Auftrieb verdoppelt. Im Vergleich zu Flugzeugen wird so wesentlich weniger Treibstoff verbraucht, gegenüber Schiffen werden aber weitaus höhere Geschwindigkeiten (250 bis 500 km/h) erreicht. Das Entwicklungsinteresse ist erst seit kurzem (vor allem in Australien, Deutschland und USA) wieder erwacht. Man nimmt an, daß 400 Personen-Fähren in Kürze zu bauen sein müßten. Das BMBF fördert derzeit die Entwicklung einer 80sitzigen WIG-Expresfähre (IZT 1997, S. 32ff.).

Nach spektakulären Fährunglücken in den vergangenen Jahren ist die Verbesserung der **Sicherheitstechnologie** ein wichtiges Entwicklungsgebiet.

Zeppeline

Mit Interesse wird derzeit die Wiederaufnahme der Zeppelin-Entwicklung der ZEPPELIN-Werken in Friedrichshafen beobachtet. Die zunächst knapp 70 m messenden Modelle zielen neben wissenschaftlichen Einsatzzwecken ganz überwiegend auf **exklusiven und zugleich sanften und umweltschonenden Tourismus**. Das weltweite Absatzpotential allein im Tourismus wird derzeit etwa auf 35 Luftschiffe geschätzt (IZT 1997, S. 36). Ab 1998 sollen Modelle mit 12 Passagierplätzen, ab 2000 Nachfolgemodelle mit 80 Plätzen fliegen.

Gegenüber der Vorkriegs-Luftschifftechnologie sind viele technische Innovationen erforderlich: Schwenkbare Propellerantriebe sollen gute Manövrierfähigkeit ermöglichen. Nichtbrennbares Helium in Sicherheitskammern und eine computerberechnete Tragstruktur sollen ein hohes Sicherheitsniveau bieten. Traggasaufheizung zum Start und Ballastwassergewinnung aus den Abgasen machen Traggasverluste vor dem Landen überflüssig. Moderne Werkstoffe und Leichtbauweise führen zu hohen Gewichtseinsparungen; intelligente Landeeinrichtungen und Computersteuerung sollen personalarmes Starten und Landen erlauben.

Als ökologisch vorteilhaft wird vor allem der niedrige Treibstoffverbrauch bei langsamer touristischer Fahrt (70 km/h, max. 140 km/h) genannt. Die Abgase seien darüber hinaus wegen katalytischer Reinigung und niedriger Flughöhen weniger schädlich und die relativ kleinen Landeplätze erforderten wenig Eingriffe in die Natur (IZT 1997, S. 36f.).

Exkurs: „Weltraum-Tourismus“

Nach Marktstudien von 1993 und 1995 sind ca. zwei Drittel der Nordamerikaner und der Japaner an einem mehrtägigen „Weltraumurlaub“ interessiert. Knapp 50 % der Amerikaner würden dafür ein Monatsgehalt bezahlen, etwa 10 % sogar ein Jahresgehalt. Es sind diese Zahlen, die vor allem die langfristig planenden japanischen Konzerne an die Machbarkeit einer Industrie für kommerziellen Weltraumtourismus glauben lassen.

Der japanische Baukonzern SHIMIZU will in spätestens 25 Jahren ein **orbitales „Space-Hotel“** für 64 Gäste in künstlicher Schwerkraft eröffnen. Besondere Attraktion soll der Unterhaltungs- und Sportbereich in Schwerelosigkeit sein. Die Baukosten werden mit ca. 40 Milliarden Dollar angegeben. Japanische Baukonzerne haben in den vergangenen 10 Jahren geschätzt mindestens 40 Millionen Dollar in die Erforschung mondgeeigneter Bauformen zur Vorbereitung auf Besiedelung und **Mondtourismus** investiert. Von aufblasbaren Gebäuden über 10störkige Türme bis hin zu Siedlungen für 10 000 Menschen liegen bereits ausgearbeitete Pläne vor (IZT 1997, S. 37 f.).

Einig sind sich amerikanische und japanische Verfechter des Weltraumtourismus, daß ein geeignetes **Transportmittel zum Hin- und Rückflug** erst noch entwickelt werden muß. Dieses müßte voll wiederverwendbar sein. „Venture Star“, ein von der NASA geplantes voll wiederverwendbares Raketensystem, soll zu ersten Probeflüge erst in 10 Jahren starten.

Derzeit kostet Weltraumfracht etwa 10 000 Dollar pro Kilo. Japanischen Schätzungen zufolge soll der Preis bei einer halben Million Touristen pro Jahr auf 30 000 bis 40 000 DM pro Person sinken. Andere Prognosen rechnen mit solchen Preisen erst in 30 bis 40 Jahren und gehen zunächst eher von siebenstelligen Beträgen aus. Auch wird darauf hingewiesen, daß Probleme neben dem Preis auch in der Sicherheit liegen. Immerhin versagt derzeit noch jede 20. Rakete. Dessen ungeachtet werden von mehreren Agenturen bereits seit den 60er Jahren Buchungen für Mond- oder zumindest Orbitalflüge mit dem „Space Shuttle“ betrieben – teils sogar gegen Vorkasse (IZT 1997, S. 38).

1.2 Mobilität vor Ort

Fahrräder

Aus dem sich zunehmend ausdifferenzierenden Angebot an Spezialrädern (Liegeräder, Lastenräder, Tandems etc.) sind für den Tourismus neben reinen Sporträdern, wie Rennrädern oder Mountain-Bikes, vor allem die Weiterentwicklung sogenannter **Falt-räder** interessant (IZT). Solche Räder, die in eine (derzeit oft noch recht große und schwere) Umhängetasche passen, sollten möglichst leicht sein und sich möglichst einfach und schnell betriebsbereit machen lassen. Ebenfalls zum Bereich Fahrradtechnologien zählen zwei weitere Konzepte: Zwitter aus Auto und Fahrrad, z.B. **„Car-Bikes“** sowie **elektrische Fahrräder** (IZT 1997, S. 39 ff.).

Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)

Viele Urlaubsregionen erkennen zunehmend den Wert einer Begrenzung des motorisierten Individualverkehrs von der klassischen „Verkehrsberuhigung“ bis hin zur weitgehenden „Autofreiheit“, wie sie beispielsweise in einigen Skiorten der Schweiz bereits konsequent etabliert ist. Voraussetzung dazu ist vor allem ein optimiertes und möglichst urlauberspezifisches ÖPNV-Angebot sowie die Unterstützung einer Anreise per Bus und Bahn (IZT 1997, S. 41 ff.).

Ferientickets, Regionen- und Gästekarten

Die Attraktivität des ÖPNV für Touristen hängt neben Bedienungshäufigkeit, Fahrtdauer und Komfort vor allem auch von der Tarifgestaltung und der Informiertheit der Kunden ab. Für die Benutzerfreundlichkeit und den zu leistenden Aufwand für die Fahrgastinformation sind insbesondere Tarifverbunde und **durchgehend gültige Fahrscheine**, beispielsweise von der Bahnreise über den Hoteltransfer bis zum Skilift, sehr hilfreich.

So bietet etwa die Deutsche Bahn AG in Kooperation mit dem Deutschen Fremdenverkehrsverband mittlerweile fast flächendeckend sogenannte **„Ferientickets“** zur preisgünstigen Benutzung von Nahverkehrszügen, teilweise auch Bussen und Schiffen. Auch der **Hoteltransfer** soll zukünftig immer öfter mit dem Bahnticket buchbar sein. Andere auf den Städtetourismus bezogene Konzepte erlauben Bahn- und Flugreisenden am Zielort zwei Tage kostenlose ÖPNV-Nutzung. In vielen Urlaubsregionen ist mit **Regionenkarten** auch die Eintrittsberechtigungen für Sport- und Freizeitstätten, Museen, Veranstaltungen etc. verbunden.

Technisch könnten solche touristischen Nahverkehrstickets mit den in der Entwicklung befindlichen Ansätzen zur Nutzung von **Smart-Cards** bzw. **„Elektronischen Geldbörsen“** im ÖPNV verbunden werden.

Fahrzeuge und Transportsysteme

Neben Shuttle- und Hoteltransferdiensten inklusive Gepäcktransport spielen für die touristische Mobilität vor Ort vor allem **spezifische Busangebote** eine besondere Rolle. Es handelt sich bei solchen Angeboten technisch gesehen um relativ konventionelle Busfahrzeuge. Die Innovation liegt vielmehr in den Betriebsmodellen, den Fahrplänen, der Routengestaltung etc. Neue Technik spielt dabei insofern eine Rolle, als rationelle und flexible Wagenumlauf- und Personaleinsatzpläne errechnet und koordiniert werden müssen. Auch online-Informationen und elektronische Haltestellen-Displays, Fahrkartenautomaten und multifunktionale Chipkarten werden in neueste Planungen einbezogen. **Elektrobusse** kommen vor allem für den Bedarfsverkehr als Anruf-Sammeltaxen oder Rufbusse und für den Hotel-Transfer in Betracht.

Elektronisch gestützte Mobilitätsberatung

Effektive, umfassend und einfach verfügbare Fahrgastinformationen sind von erheblicher Bedeutung für die Akzeptanz des ÖPNV durch Touristen und Einheimische. Neben der nur langsam zunehmenden Vernetzung elektronischer Fahr- und Flugplanauskunftssysteme mit den Angeboten der jeweiligen Regionalverkehrsverbunde ist im Tourismusbereich vor allem eine umfassende **Mobilitätsberatung** als integrierende Dienstleistung relevant. Diese sollte zum einen schon im heimatlichen Reisebüro verfügbar, zum anderen vor Ort so frühzeitig und zentral wie möglich zugänglich sein.

Die überwiegend elektronisch unterstützten Leistungen einer Mobilitätsberatung müßten vor allem **Informationen** und Beratung über Fahrpläne, **Koordination** von Bedarfsverkehren (Rufbusse und Sammeltaxen, Ausflugsfahrten etc.), von Mitfahrmöglichkeiten, von Car-Pools und den **Vertrieb** von Tickets, Fahrplänen, Karten umfassen (IZT 1997, S. 44f.).

Miet- und Sharingwagen mit Elektro- oder Solarantrieb, Spaßmobile

Das Angebot von **Elektro- und Solarmobilen** durch Vermieter und Sharing-Anbieter ist derzeit noch marginal (IZT 1997, S. 45ff.). Die Deutsche Bahn beispielsweise startete 1996 in Kooperation mit SIXT die Vermietung von Elektromobilen am Zielort. Trotz Problemen bei der Kostendeckung werden dem E-Mobileinsatz neben reinen City-Konzepten in ausgesprochenen Urlaubsorten vielfach die höchsten Chancen eingeräumt.

Eine aussichtsreiche technische Entwicklung in bezug auf Vermietung und Sharing sind **muskelkraftunterstützte Elektrofahrzeuge**. Mit solchen Hybridfahrzeugen mit Elektro- und Pedalantrieb lassen sich größere Reichweiten und höhere Geschwindigkeiten erzielen. Der optionale Pedalbetrieb befriedigt zugleich sportliche Neigungen und ökologischen Anspruch. Hierzu gehört z. B. das CARBIKE. Außer für Privatkunden in Ballungsräumen ist das Fahrzeug ausdrücklich als Mietwagen am Bahnhof oder an Auffangparkplätzen gedacht. Leistungsfähiger, aber auch teurer ist das in der Schweiz entwickelte TWIKE. Es erreicht Geschwindigkeiten bis zu 85 km/h und Reichweiten zwischen 40 und 80 km.

Ebenfalls tourismusrelevant erscheint das innovative TULIP-Konzept von PEUGEOT und CITROËN. Der elektrische Kleinwagen TULIP ist mit seinem Gesamtkonzept auch für den Betrieb in **kommunalen Pool-Modellen** konzipiert. Die zweisitzigen E-Mobile (2,20 m lang, 75 km/h schnell, 60 km Reichweite) sollen an öffentlich zugänglichen, kombinierten Beteiligungs- und Entleihstationen stehen.

Schließlich dürften sowohl die zukünftige Entwicklung von sogenannten „**Hypercars**“ – ultraleichten, schwach motorisierten Kunststoffautos mit Verbrauchswerten unter 1,5 l/100 km – wie auch von Techniken des **elektronischen Flottenmanagements** mit Ortung, Fernwartung und Zielführung besonders für Verleiher und Car-Sharing-Unternehmen in Tourismusregionen wichtige Zukunftsthemen sein.

Lifte

Die aktuellen Trends bei Liftsystemen zielen hauptsächlich auf größere Transportkapazitäten, größere Sicherheit und größeren Fahrgastkomfort.

Bei der **Transportkapazität** von Pendelbahnen sind vereinzelt bereits Kabinengrößen für bis zu 150 Personen erreicht. Bei Sesselliften gehen die neuesten Entwicklungen auf bis zu sechs nebeneinander angeordnete Sitzplätze. **Sicherheitssysteme** werden bei

Seilbahnen ständig weiterentwickelt, obwohl Unfälle im Verkehrsträgervergleich außerordentlich selten sind (IZT 1997, S. 42f.).

2. Aufenthalt (Unterkunft)

Technik im Hotelbereich wird vor allem genutzt, um die Servicequalität zu verbessern, ohne daß sich dies in höheren Kosten niederschlägt. Dies hat Auswirkungen auf die Zahl der Angestellten und die Qualität der Arbeit. Es gibt auch die Tendenz, bestimmte Aufgaben an spezialisierte Unternehmen auszulagern (Outsourcing). Dies ist Teil einer Managementtechnik, die darauf abzielt, Personal zu reduzieren, die Flexibilität zu erhöhen und die Lagerhaltung zu vereinfachen. Die Koordination und Kooperation wird hierbei durch **telematikbasierte Systeme** unterstützt (IZT 1997, S. 51 ff.).

2.1 Planung und strategische Ausrichtung

Hotelplanung und -bau bedürfen **langfristiger Abschätzung von Technikentwicklungen und anderen Trends**, an die eine erstellte Immobilie anpaßbar sein muß. Auch sind bei der Planung mögliche **alternative Nutzungen** mitzubedenken, wenn der Standort als Hotel nicht mehr attraktiv ist. Die Immobilie sollte größtmögliche Flexibilität haben. Eine modulare Bauweise der Etagen, die es erlaubt, Zimmergrößen an die Nachfrage anzupassen, ist derzeit nur in der Low-Budget-Hotellerie mit geringem Standard realisierbar. Hotels in komplett modularer Fertigbauweise werden zum Teil schon für Mega-Events wie Olympiaden, Weltausstellungen o. ä. aufgebaut, um später an anderer Stelle neu zu entstehen. So kann der Hotelier den Gästen an die bevorzugten Standorte folgen.

Entsprechend den sich ausdifferenzierenden Verhaltensweisen der Touristen, entwickeln sich auf **spezielle Zielgruppen ausgerichtete Unterkunftsformen** (IZT 1997, S. 53 ff.). Schlagworte in diesem Zusammenhang sind ferner Art- und Design-Hotels, Country- oder Wellness-Hotels, aber auch Low-Budget-Hotels. Sogenannte Boutique-Hotels gehen auf den Wunsch nach Individualität ein. Es sind luxuriöse Minihotels, die sich in Stil und Ambiente deutlich vom austauschbaren Stil der anonymen Großhotellerie unterscheiden. **Öko-Hotels** versprechen u. a. Nutzung natürlicher Materialien, möglichst geringen Wasser- und Energieverbrauch, Müllvermeidung und umweltschonende Entsorgung, also insgesamt eine umwelt- und sozialverträgliche Hotelführung.

2.2 Front Office

Computersysteme übernehmen heute in mittleren und größeren Hotels Front Office-Aufgaben (IZT 1997, S. 59 ff.) wie Weckdienste, Abrechnung von Zimmer-pay-per-view, Telefon- und -modemverbindungen. Sie verwalten elektronische Türschlösser und Voice Mail, bieten automatischen Check-out mit Kreditkarte und dokumentieren den aktuellen Zimmerstatus. Beim Check-in und Check-out wird die

Information über die Gästeankunft bzw. -abreise sofort an alle davon betroffenen Bereiche übermittelt. Check-in-Automaten, die Zimmer anbieten, die Rechnung drucken und den Zimmerschlüssel an die Gäste übergeben, ermöglichen es mittelständischen Hotels, 24 Stunden geöffnet zu haben.

Telefoncomputer entlasten das Front-Office-Personal zum Teil vom Telefondienst dadurch, daß der Kunde mit akustischem Auswahlménü zur gewünschten Nebenstelle vermittelt wird, die dann z. B. für Buchungen nicht mehr im Front-Office-Bereich liegen muß, sondern von einem **Call-Center** übernommen werden kann. Voicemail-Systeme verändern den Weg, auf dem Nachrichten im Hotel aufgenommen und an die Gäste weitergeleitet werden. Auch Voicemail-Systeme lassen sich ähnlich der Buchungsverwaltung mittels Telefoncomputer automatisieren. Eine in das Reservierungssystem integrierte **Gäste-history** ermöglicht die Berücksichtigung der Gästepräferenzen während ihres Aufenthalts.

2.3 Back Office

Gebäudemanagement

Gebäudemanagement-Service (IZT 1997, S. 63ff.) faßt die technische und infrastrukturelle Bewirtschaftung sowie die kaufmännische Verwaltung in der Hand eines Generalkontraktors zusammen. Verschiedene deutsche Anbieter wie Lufthansa Gebäude Management, DeTeImmobilien oder Raab Karcher bieten solche Serviceleistungen zunehmend auch für den Hotelbereich an. Prozeßsteuerungssoftware überwacht Verbrauchswerte, Anlagenfunktionen und Emissionen, organisiert Wartungs- und Reparaturdienst sowie Betriebsstoffe. Eine Alarmfunktion benachrichtigt bei Anlagenausfällen (z. B. Klimaanlage) oder Leckagen den 24-Stunden-Notdienst, der schnell auf Störungen reagiert. Die Techniküberwachung wird von außen zentral gesteuert.

Eine integrierte Steuerung von verschiedensten Funktionen und Abläufen in einem Gebäude (**Intelligentes Haus**) bietet Einsparmöglichkeiten, unabhängig davon, ob sie intern oder extern erledigt werden. So läßt sich in Kombination mit einer Zutrittsregelung zum Zimmer über Smart-Cards eine Steuerung der individuellen Klimatisierung und elektrischen Verbraucher realisieren. Das **Energiemanagement** kann in Abhängigkeit von der Reservierungsvorschau den zu erwartenden Energieverbrauch prognostizieren, Jalousiesteuerung schützt Zimmer bei Nichtbelegung vor intensiver Lichteinstrahlung oder Auskühlung.

Die Weiterentwicklung in der Robotertechnik erlaubt es, immer mehr Aufgaben von **Service-Robotern** erledigen zu lassen. Dazu zählen neben Gebäude- und Zimmerreinigung, Überwachung und Gepäcktransport.

Distribution

Die Distribution von Hotelzimmern umfaßt die Bedarfserhebung und -planung, der Verkauf mittels

Buchung und Reservierung und das Verwalten der Geldflüsse (IZT 1997, S. 66 ff.).

Beim Nutzungsgrad von Unterkünften besteht erhebliches Potential für eine „Effizienzrevolution“. Ein Konzept zur Lenkung der Nachfrage und der Maximierung der Umsätze ist das „Yield-Management“⁹⁾, d. h. die Ausbalancierung von Raumauslastung und Raumpreis, indem die Nachfrage kontinuierlich analysiert wird und mittels Preis- und Raumbestandsschemata effektive Preis-Mengen-Optimierung und gezielte Kapazitätslenkung erfolgt. **Yield-Management** zielt darauf, mit Hilfe von EDV, die Alternativen – verfügbare Kapazitäten vollständig zu nutzen oder den höchsten Preis pro Zimmer zu verlangen – sinnvoll zu managen.

Für viele kleine Betriebe ist rechnergestützte Yield-Management-Technologie heute noch viel zu teuer. Selbst wenn der Preis für rechnergestützte Yield-Management-Systeme erschwinglich wäre, würde den meisten KMUs dennoch die **nötige Ausbildung, das Wissen und der organisatorische Rahmen** (genauere Preiskalkulationsverfahren etc.) fehlen, um diese Technologie erfolgreich zu nutzen. In den meisten Fällen kann dies jedoch über Zwischenstufen erreicht werden.

Bei kleinen und mittelständischen Hotels sind Telefon und Telefax nach wie vor die wichtigsten Instrumente für die Zimmerreservierung, der Anteil der Reservierungen über **Reservierungssysteme** ist gering. Für den Teil der Reservierungen, die heute über Telefon erfolgen, könnte zukünftig Bildkommunikation an Bedeutung gewinnen.

Hotel Reservation Service (HRS) bietet die **Reservierungsabwicklung über T-Online und Internet** an, richtet sich also direkt an den Endkunden. Bei Trust/SRS und Airco Hotel Reservations wird den einzelnen Hotels GDS-Anbindung angeboten. Auch die großen GDS bieten kleineren Hotels die Anbindung an ihr System an. Der wesentliche Vorteil einer CRS/GDS-Anbindung für den Hotelier besteht in einer **Optimierung der Auslastung** durch eine breitere Marktabdeckung. Das CRS/GDS ist ein zusätzlicher Vertriebskanal. Ohne weiteren Werbeaufwand ist das Angebot weltweit rund um die Uhr präsent, sofort abfragbar und buchbar. Als Nachteile werden von den Hoteliers u. a. angeführt die fehlende Verfügungsgewalt über die eigene Kapazität oder die Gefahr der Kostenexplosion durch kurze Lebenszeiten der erforderlichen Hard- und Software sowie hohe Buchungsgebühren (Schulz et al. 1996, S. 143).

Eine weitere Möglichkeit ist die eigene Web-Anbindung mit Informations- und Buchungsmöglichkeit oder der Zusammenschluß einzelner KMUs zu **virtuellen Hotelketten**, die unter einem gemeinsamen Namen gemeinsames Marketing betreiben und dadurch ihre Wahrnehmbarkeit im Internet verbessern.

Für die Zukunft ist ohnehin zu erwarten, daß aktuelle Informationen und Preise über Online-Systeme tagessgenau abgefragt werden können. Hotels müssen dann ihr Marketing nicht weiter Reiseveranstaltern

⁹⁾ Yield, engl.: Ertrag, Ergebnis, Ausbeute.

oder Reservierungssystemen überlassen. Sie könnten verstärkt direkt mit dem Kunden und den Reisebüro-mitarbeitern kommunizieren. Hier wird der Trend zunehmend zu **multimedial aufbereitetem Informationsmaterial** (Videobroschüren, CD-ROM) gehen.

2.4 Zimmerausstattung

Telekommunikation

Vor allem Geschäftsreisende wollen ihr **Zimmer immer häufiger als Arbeitsraum** nutzen und benötigen dafür E-Mail-Anschluß, Fax und zukünftig auch Videokonferenz. Weitere Leistungsmerkmale wie Online, Sprachbox, Mobile Office, Drucken, Information Service werden sich durchsetzen (IZT 1997, S. 69 ff.). Zukünftig wird von Hotels auch das Einrichten eines E-Mail-Accounts für jeden Gast angeboten werden. Für **spezielle Dienste und Geräte** bietet sich die Einrichtung von sogenannten **Communication Offices** oder **Business Centers** an. Auch lassen sich **virtuelle Büros** vermarkten, denen eine eigene Telefon- und Faxnummer sowie E-Mail-Adresse zugeordnet sind.

Grundlage für das Angebot entsprechender Leistungen ist **ISDN**. ISDN ermöglicht Multimedia-Dienste in Gästezimmern und Business Centers wie Internet, Videokonferenz etc. Least-Cost-Routing-Systeme in der Telefonanlage wählen anhand der jeweiligen Rufnummer den günstigsten Anbieter automatisch und ohne Zeitverzögerung aus. Auch die Integration von Mobiltelefonen in die Telefonanlage ist eine aktuelle Anforderung.

Durch **Voice-Messaging-Technologien** können aufgezeichnete Nachrichten bei Einsatz entsprechender Systeme über das Fernsehgerät im Zimmer abgerufen werden, Telefax-Zustellung per TV ist ebenfalls möglich.

Unterhaltung

Das **Fernsehgerät** im Gästezimmer wird sich in ähnlicher Weise verändern, wie die Geräte im Heimbereich: Es wird zukünftig immer öfter einen großen Flachbildschirm oder ein Projektionssystem besitzen; es wird interaktive Elemente haben, die Bilder werden in High-Definition-Standard oder dreidimensional gesendet, und es werden Videokommunikationsfunktionen integriert sein.

Je nach Gästestruktur sind **spezielle TV-Angebote** interessant. Ein Bereich, der die interaktiven Funktionen des Fernsehers ausnutzt, ist **Video On-Demand**. Bei Video On-Demand ruft der Gast zu beliebigen Zeitpunkten Filme oder Magazinbeiträge aus einem zentralen Archiv ab. Das System kann mit einem Auswahlménü für Zimmerservices kombiniert werden. Auch in-room-shopping oder Geldspiele, können über interaktive TV-Geräte angeboten werden. Sogenannte **game channels** werden heute schon von Spielefirmen angeboten. Neben eigenen Internetzugängen, die über bereitgestellte Modemanschlüsse nutzbar sind, werden vermehrt auch **Internet-Terminals** zur Information und Unterhaltung genutzt werden.

Service

Informationsdienstleistungen (IZT 1997, S. 73 f.) sind zum Beispiel **Info-Zeitungen**, die über das Faxgerät im Zimmer empfangen werden können und zum Beispiel aktuelle Börsennotierungen und die persönliche Zeitung liefern. Von Fernsehanstalten (z. B. tv5) werden zunehmend spezielle **Sprachlernprogramme**, die den notwendigen Wortschatz und die Lernzeit von Touristen berücksichtigen, angeboten. Über **Multimedia-Kioske** oder über das Zimmer-TV ist es heute möglich, touristenspezifische Informationen anzubieten. Wichtige Services für **Flugreisende** sind das Airline Ticketing – die Tickets werden am Front Desk ausgedruckt und bereitgehalten – und die Reservierungsbestätigung bei internationalen Flügen direkt über Multimedia-Kioske oder das Internet. **Multimedia-Guides** präsentieren das Hotel und Informationen über die Umgebung und aktuelle Veranstaltungen¹⁰⁾.

Bewirtung

Tragbare Terminals erlauben es der Bedienung, die Bestellung am Tisch direkt einzugeben. In den USA und Japan bekommt in verschiedenen Restaurants der Gast am Eingang eine **elektronische Karte**, die verzehrten Speisen und Getränke werden auf dieser Smart-Card aufgebucht und beim Verlassen wird an der Kasse gezahlt. Am Tisch geben die Gäste per Bildschirmtastatur ihre Bestellung selbst ein (IZT 1997, S. 79).

Den **Prozeß der Essenszubereitung** in Küchen und Kantinen ist technologisch mittlerweile häufig nachhaltig verändert. Ein bedeutsamer Aspekt ist die Verfügbarkeit einer breiten Auswahl von unterschiedlich vorbehandelten Nahrungsmittelprodukten (convenience food). Der wesentliche Vorteil für den Küchenleiter ist eine höhere Flexibilität aufgrund kürzerer Zubereitungszeiten und zum Teil Kosteneinsparungen durch Mitarbeiterreduktion (IZT 1997, S. 82 ff.).

3. Technikeinsatz in Organisation, Administration und Dienstleistung

Die Tourismusindustrie gehörte zu den ersten Branchen, die frühzeitig Informations- und Kommunikationstechnologien – vorwiegend im administrativen Bereich und für professionelle Marktteilnehmer – einsetzte. Im Vordergrund stehen dabei computer-gestützte Reservierungssysteme (CRS) sowie nationale und globale Distributionssysteme (NDS bzw. GDS).

¹⁰⁾ Unter der Bezeichnung „Info-Boy“ werden z. Z. alle deutschen Mercure Hotels mit Informationssäulen ausgestattet. Ein Touch-Monitor bietet vielfältige Informationen. Die Wiedergabe erfolgt über Videoclips und Grafikanimationen, geschriebene oder gesprochene Texte und Informationen. Mittels eines integrierten Kreditkartenlesers kann der Hotelgast auch Teleshopping-Angebote wahrnehmen. Des weiteren sind Internet-Zugänge und On-Line-Abrufe ermöglicht. Die bisherigen Aufstellorte zeigen, daß diese Systeme täglich von zwischen 4 000 bis 8 000 Kunden genutzt werden (IZT 1997, S. 74).

Eine erste Veränderung des klassischen Vertriebsweges der Touristik erfolgte durch die Integration **kommerzieller Datennetze und Online-Computersysteme** in das Vertriebsnetz der Leistungsträger und Veranstalter. Der Endkunde hat hierdurch direkten Zugang zu den Reservierungs- und Buchungssystemen und kann diese Leistungen ohne Reisemittler in Anspruch nehmen. Diese Angebote werden ergänzt durch innovative Mehrwertdienste im Telefonnetz, wie Vermittlungs- und Abrufdienstleistungen in den Bereichen Telefonie und Fax. Auch hierdurch **wird der Direktvertrieb touristischer Produkte außerhalb der bestehenden Strukturen erweitert** (IZT 1997, S. 136).

Multifunktionelle Chipkarten (Smart-Cards) und Automaten sind ein weiterer neuer Anwendungsbereich in der Touristik. Ihr breites Einsatzspektrum ermöglicht sowohl neue Strukturen bei der Reservierung und Bezahlung touristischer Produkte und Dienstleistungen, als auch während der Reise (Check-in, multimediale Informationsterminals vor Ort). Hier liegen erste Erfahrungen aus Pilotprojekten vor, und mit der breiten Einführung dieser neuen Technologien ist in den folgenden Jahren zu rechnen (IZT 1997, S. 136).

Neben der Information über Preis und Vakanz sind sowohl für Reisemittler als auch Endkunden vor allem solche Informationen relevant, „die dem immateriellen Wirtschaftsgut Reise eine für den Kunden wahrnehmbare emotional getönte Gestalt verleihen“ (Ministerium für Wirtschaft 1997, S. 99). Vor allem die **Internet-Technologie** bietet hier Vorteile: Sie ermöglicht die **multimediale Darstellung** und den **zeit- und ortsunabhängigen** Zugriff auf aktuelle Informationen.

Die multimediale Informationsvermittlung, die Text-, Ton und (Bewegt-) Bilddaten integriert und dem Endkunden ein umfassenderes Bild über touristische Produkte und Dienstleistungen vermittelt, soll – so hofft man – das Käuferlebnis emotionalisieren, die Entscheidung erleichtern und dadurch den Verkaufsprozeß fördern. Multimedia-Anwendungen können einerseits via Internet oder Online-Dienste oder über Terminals beispielsweise in den Reiseagenturen bereitgestellt werden. Damit wenden sich diese Systeme auch an Endkunden, die über wenig technisches Know-how verfügen.

Auch **Sprach- und Faxmehrwertdienste** ermöglichen neue Serviceleistungen, erhöhen die Aktualität von Information und unterstützen die bessere Erreichbarkeit von Fachpersonal bei Rückfragen der Kunden.

3.1 Traditionelle Vertriebswege im Tourismusbereich

Computerreservierungs- und Distributionssysteme

Die Computerreservierungssysteme (CRS) haben sich mittlerweile zu globalen Distributionssystemen (GDS) entwickelt. Sie stellen die Leistungen diverser Anbieter und eine Vielzahl von Informationen zu zentralen Datenbanken zusammen, aktualisieren sie fortlaufend und gewährleisten mittels IuK-Technologien die Distribution an die Vertriebspartner (DRV

1995, S. 222 f.). Neben den GDS entstanden nationale Distributionssysteme, die aber ihren operativen Schwerpunkt auf die Integration der nationalen Leistungsträger und Veranstalter in ihr Angebot setzen und den Vertrieb vorwiegend über Reisemittler der jeweiligen Region konzentrieren. Zur Zeit sind **vier global operierende GDS** am Markt präsent: Sabre und Worldspan in den USA, Amadeus und Galileo in Europa.

GDS sind branchenspezifische Systeme für **geschlossene Benutzergruppen**, die sich zunächst an professionelle Marktteilnehmer richteten. Mittlerweile ermöglichen sie über Online-Dienste oder in elektronischen Marktplätzen den Zugriff auf ihr Leistungsangebot durch den **Endkunden**. Sie sind derzeit branchenbeherrschend: Einerseits sind Reiseveranstalter auf sie angewiesen, da ihre Produkte und Dienstleistungen nur über GDS eine hohe Zahl von Vertriebspartnern erreichen, andererseits erhalten Reisemittler nur über den Zugang zu einem GDS Zugriff auf das Angebot wichtiger Leistungsträger.

Nationale CRS

Im deutschen Reisevertriebsmarkt sind neben den internationalen die nationalen Anbieter DCS (Merlin), Studiengesellschaft zur Automatisierung für Reise und Touristik GmbH (Start) und Stinnes Data Service vertreten (IZT 1997, S. 141 ff.). Dabei hat Start durch seine Kooperation mit dem Reservierungssystem Amadeus mittlerweile eine **Quasi-Monopolstellung** mit einer Marktdurchdringung von über 90 %. Die kleineren Konkurrenten Merlin und DCS befinden sich noch in der Markteintrittsphase, bedienen sich allerdings innovativer Techniken und gewinnen Marktanteile.

Sowohl bei Start als auch bei Merlin bildet ein zentrales Rechensystem die Schnittstelle zwischen Leistungsanbietern und Reisebüros. Die Verbindung zu den einzelnen Teilnehmern erfolgt entweder über das Datennetz der Telekom oder den T-Online-Dienst (DRV 1995, S. 224). Die neuen Systeme verfügen mittlerweile über **erweiterte Leistungsmerkmale** oder zusätzliche Datenbanken, die durch Selektion und/oder Klassifikation der Bildschirmdarstellung von Veranstalterangeboten eine gezielte Verkaufssteuerung bzw. die Suche nach Last-Minute-Angeboten ermöglichen. So können einzelne Leistungsträger aus der Vakanzabfrage ausgeschlossen oder mit geringeren Prioritätszahlen versehen werden. Diese erweiterten Leistungsmerkmale werden jetzt auch von Start übernommen (DRV 1995, S. 225 f.).

Dagegen verfolgt die Stinnes Data Service seit 1994 eine andere Strategie. Sie vertreibt vier Produkte für die Tourismusbranche, die in ihrer Kombination ein alternatives Reservierungssystem darstellen. Ein elektronischer Katalog auf CD-ROM steht den Reisemittlern dezentral zur Verfügung. Neben den Leistungsbeschreibungen eröffnet die CD-ROM zusätzliche Selektionskriterien, Vertriebssteuerung und eine automatische Preisberechnung. Über die aktuelle Vakanzsituation werden die Reisemittler über ein satellitengestütztes Informationssystem in regelmäßigen Abständen informiert. Für Buchungen wird

eine Online-Verbindung zum Veranstalter aufgebaut. Dieses dezentrale System ist **kostengünstig und ermöglicht kurze Antwortzeiten** (DRV 1995, S. 227f.).

Direktanschluß von Agenturen an das Inhouse-System der Veranstalter

Der Zugang zu den Angeboten der Leistungsträger und Veranstalter ist auch über T-Online oder Datenverbindungen im Telefonnetz oder Internet möglich. Auch große Leistungsträger wie die British Airways – selbst ein CRS-Betreiber – ermöglichen Agenturen den Zugang zu ihren Inhouse-Systemen. Diese **Direktanschlüsse** stellen eine **potentielle Konkurrenz** für die CRS/GDS dar (DRV 1995, S. 229). Mit dem Direktanschluß

- entfallen Buchungsgebühren über ein CRS/GDS,
- verbessert sich das Antwortzeitverhalten bei Reservierungs- und Buchungsanfragen,
- werden individuelle Abfragen ermöglicht, die die derzeitigen Buchungsmasken der CRS/GDS nicht unterstützen.

Dagegen

- wird die jeweilige Suchanfrage auf einen Anbieter beschränkt,
- ist ein erhöhter technischer und finanzieller Aufwand für den Zugang (Datenleitungen, Schnittstellen) zum Inhouse-System und Schulungsaufwand für die Mitarbeiter erforderlich,
- und sind Verfügbarkeit und Kosten von Netzwerken, über die die Kommunikation mit dem Reservierungssystem des Veranstalters abgewickelt wird, ein Problem.

Augenblicklich ist der Direktanschluß an das Inhouse-Netz eines Veranstalters zum Anschluß an CRS/GDS generell noch keine attraktive Alternative (IZT 1997, S. 143).

3.2 Online- und Mehrwertdienste

Internet und Online-Dienste

Im Internet und über die kommerziellen Online-Dienste T-Online, CompuServe, AOL und Microsoft Network wird eine **große Bandbreite von Informations- und Reservierungssystemen für touristische Leistungen** – vor allem in Nordamerika, zeitlich verzögert jetzt auch in Europa – vertrieben. Im Vordergrund steht jetzt der **direkte Kontakt zum Endkunden**.

Weltweit sind über 500 Fluggesellschaften, 30 000 Hotels und 50 Mietwagenagenturen buchbar. Die direkten, auf Internet-Diensten basierenden Vertriebswege befinden sich noch in der Erprobungsphase. Nur in wenigen Fällen übersteigen die Einnahmen die Investitionskosten (IZT 1997, S. 144). Ein Grund für die Internet-Aktivitäten der Veranstalter sind **Einsparpotentiale**, da Provisionen der GDS und Reisebüros entfallen, ein weiterer ist der **Zugang zu neuen Kundenschichten**. Für Leistungsträger und Reisemittler eröffnen sich interessante Optionen, das Inter-

net für Marketingaktionen zu nutzen, z.B. der Aufbau eines eigenen Web-Angebotes, die Darstellung des eigenen Leistungsangebot im Rahmen der WWW-Stadt- oder Regionalmarketing-Präsentation oder Auktionen in Netz (Wayne 1996).

Mittel- und langfristig werden vor allem die Leistungsträger und Reisemittler von einer Internetpräsenz profitieren, die ihr Angebot **gezielt an den Bedürfnissen der Nutzer** und an den erweiterten Möglichkeiten, die die Dienste des Internets bieten, ausrichten. Eine Internetpräsenz allein stellt aber noch kein Erfolgskriterium dar (IZT 1997, S. 145).

Mehrwertdienste im Telefon- und Datennetz

Mehrwertdienste gehen über das reine Vermitteln von Sprache hinaus: Es werden Sprach- und Textinformationen **erfaßt, gespeichert und weiterverarbeitet**. Zu den **Sprachmehrwertdiensten** zählen die Dienste des intelligenten Netzes der Deutschen Telekom, Interactive Voice Response (IVR), Voice Mail sowie Call Center-Lösungen. Die Nutzungspotentiale dieser Mehrwertdienste liegen in der Produktivitätssteigerung, der Verkürzung von Bearbeitungszeiten und der Verbesserung des Services.

Sprachmehrwertdienste zeigen ihren Nutzen vor allem in der **Kopplung mit anderen Datenmehrwertdiensten** wie Fax, EDI¹¹⁾ oder auch Internetanwendungen. Um die Vorteile diverser Dienste zu nutzen, wird sowohl innerhalb der Unternehmen, in der Kommunikation mit kooperierenden Unternehmen als auch mit Endkunden zunehmend eine Kombination von Telekommunikationsdiensten genutzt (Messaging) (Reder 1995).

3.3 Innovative Mehrwertdienste

Sprach- und Telefaxdienste

Telefon und das Telefax finden vor allem bei der Buchung von einfachen, standardisierten Leistungen wie Last-Minute-Reisen oder Geschäftsreisen Verwendung. Dabei werden seitens der Anbieter ein Vielzahl von Mehrwertdiensten im Telefonnetz genutzt, um den Zugang für den Kunden zu erleichtern (wie Service 130, Deutschland Direkt, Sprachbox, Anrufweiterschaltung). Da Sprache in heutigen Telekommunikationsnetzen in der Regel digital übertragen wird, besteht die Möglichkeit, diese zu speichern. Durch Voice-Mail-Server können Mitarbeiter **auch „zeitversetzt“** Informationen austauschen oder Nachrichten der Kunden empfangen. Vergleichbar können digital gespeicherte Faxdaten auf Servern zum Abruf (Faxpolling) bereitgestellt werden.

Ein weiteres Einsatzgebiet für moderne Sprachkommunikationsdienste könnte zukünftig das **interaktive Fernsehen** sein. Hierbei bestünde die Möglichkeit, zum Beispiel bei Spartenkanälen, über den Rückkanal Informationen zu einem visuellen Bericht auszutauschen (IZT 1997, S. 149).

¹¹⁾ EDI = Electronic Data Interchange: Kommunikationsdienst für den überbetrieblichen Austausch von Geschäftsdaten, die beim Empfänger direkt weiterverarbeitet werden.

Call Center

Call Center bieten eine IuK-gestützte Komplett-dienstleistung von der **Auftragsannahme über die Bearbeitung bis zum Kundenservice** (IZT 1997, S. 149ff.). Im Mittelpunkt des Konzeptes steht einerseits die Verbesserung des Kundenservice, andererseits die **Auslastung von Unternehmensressourcen**. Leistungsanbieter, wie z. B. Fluggesellschaften, können den Direktverkauf intensivieren und damit Reisbüroprovisionen sparen. Call Center gewährleisten die 24-Stunden-Rufbereitschaft für ihre Kunden. Die initiierten Geschäftsprozesse werden über Clearing-House-Funktionen vollständig von den Mitarbeitern in den Call Centern bearbeitet oder IuK-gestützt per Mail oder EDI an andere Abteilungen oder Unternehmen weitergeleitet (Nouvortne 1996). Neben unternehmenseigenen befinden sich auch solche Call Center im Aufbau, die den Service mittels innovativer Mehrwertdienste für andere Unternehmen anbieten.

Bisherige Call Center-Konzepte der touristischer Unternehmen sind zentral organisiert und die Einrichtungen in einem Gebäude untergebracht. Erst vereinzelt sind beispielsweise bei den Luftverkehrsgesellschaften vernetzte Strukturen etabliert, wo in Spitzenzeiten der Überlauf auf andere Center – häufig sogar in **Übersee** – „geroutet“ wird. Aus Kostengründen werden Call Center unterschiedlicher Institutionen auch zusammengelegt. So entwickeln mehrere Bundesländer derzeit ein gemeinsames Konzept. Zukünftig ist zu erwarten, daß Call Center auch virtuell betrieben werden und Mitarbeiter von zu Hause oder von Satellitenbüros aus **telearbeiten**.

Synergieeffekte lassen sich im Rahmen des Call Center-Konzeptes auch durch die **Integration weiterer Mehrwertdienste** wie EDI, IVR, Email und Videoconferencing erzielen.

Multimedia Mail

Derzeit noch kaum verbreitet ist **Multimedia-Mail**, als Ergänzung von Email mit Ton- und (Bewegt)Bildinformationen. Die zunehmende Verbreitung von Multimedia-PC aber auch die Steigerungsraten vergleichbarer Dienste wie Internet-Telefonie und Sprachboxen lassen hier jedoch wachsende Nutzerzahlen erwarten. Video-Mail könnte im Tourismusbereich eine interessante Anwendung werden.

Videokonferenzen/Videotelefon für das Internet

Außerhalb der Geschäftskommunikation spielt der Dienst noch keine wichtige Rolle. Erst in den letzten Jahren steigt sein Einsatz aufgrund der sinkenden Kosten in den Unternehmen: Die zunehmende Verbreitung dieser Systeme wurde vor allem durch verbesserte Kompressionstechniken ermöglicht, so daß jetzt auch mit ISDN-Basis-Anschlüssen videogestützte face-to-face-Kommunikation genutzt werden kann. Vor allem internetbasierte Videokonferenzanwendungen könnten die Bedeutung der Bewegtbildkommunikation auch im Bereich des Direktmarketings von touristischen Dienstleistungen verändern (IZT 1997, S. 152).

CD-ROM und Online-Dienst

Die CD-ROM wird als Ersatz für gedruckte Kataloge in der Tourismusbranche diskutiert. Sie wäre (bei vergleichbaren Stückzahlen) kostengünstiger zu produzieren als Papierkataloge, weist aber in Hinblick auf die Aktualität der Informationen die gleichen Nachteile auf. Allerdings können hier **Such- und Auswahlfunktionen** integriert werden. Aufgrund der geringen Größe und des geringeren Gewichts wäre der Einsatz von CD-ROM auch als Marketinginstrument (Beilage in Reise- oder Computerfachzeitschriften) denkbar. Derartige Ansätze sind bisher jedoch nicht bekannt.

Aufgrund der zunehmenden Verbreitung von Onlinesystemen wird CD-ROM derzeit vornehmlich als **Ergänzung zum Online-Angebot** konzipiert. Anbieter wie die Lufthansa oder LTU vertreiben zunehmend CD-ROMs, aktuelle Preis- und Produkt-Updates sowie Buchungsauskünfte können über Einwahl in den Server des Anbieters online abgefragt werden (IZT 1997, S. 154).

Automaten

Automaten als Informations- und Vertriebsmedium sind vor allem für **standardisierte Leistungen** geeignet. Sie können sowohl in Reiseagenturen auch an öffentlichen Standorten (Bahnhöfen und Flughäfen) eingerichtet werden. Das Leistungsspektrum reicht von Direktbuchungen unabhängig von den Geschäftszeiten der Reiseagenturen, über den Ticketverkauf (mit Kredit- oder Kundenkarte) und den vereinfachten Check-in auf Flughäfen bis zur Beratungs- und Unterhaltungsfunktion (IZT 1997, S. 155f.).

Fernsehen und Videotext

Fernsehen wird derzeit als **Medium für Werbung und Information** im Tourismus – entweder im Rahmen von Werbespots oder via Videotext – verwendet. Die Anforderung von weiterem Informationsmaterial bzw. die Buchung findet derzeit noch im Reisebüro oder per Telefon statt. In Zukunft könnten auch **Video-on-Demand und Dialogdienste** (z. B. Tele-shopping mit elektronischen Katalogseiten und Bestellmöglichkeiten über Telefon) bundesweit auf den Markt kommen. Mit der individuellen Möglichkeit der Anwendersteuerung von Videosequenzen oder Standbildern sind neue Formen des Vertriebs und Einkaufs von Produkten und Dienstleistungen denkbar: Das Wohnzimmer würde so zum Point of Information und Point of Sales (Kurz/Entenmann 1997).

Mit Einführung des **digitalen Fernsehens** und von Set-Top Boxen können zukünftig auch Informationen zurück zum Sender übertragen werden, um z. B. Buchungen durchzuführen. Auch mit dem ADSL-Verfahren (Asymmetric Digital Subscriber Line) sind auf zweidrahtigen Telefonleitungen Übertragungsraten von bis zu 8 MBit/s möglich. Damit läßt sich jeder Haushalt, der über einen herkömmlichen Telefonanschluß verfügt, mit breitbandigen interaktiven Anwendungen versorgen. Das digitale Fernsehen (DTV) ermöglicht grundsätzlich (aber wohl erst in

weiterer Zukunft) auch den Abruf von Online-Diensten und **Internet-Angeboten mittels TV**, wodurch sich Experten eine wachsende Akzeptanz des Internets erwarten (IZT 1997, S. 156).

Das World Wide Web und darauf basierende Such- und Filterprogramme

Der umfassendste Dienst im Internet ist zur Zeit das **World Wide Web (WWW)**. Es basiert auf hypertext-ähnlichen Verknüpfungen, über die der Internet-Nutzer weltweit zu Informationsangeboten navigieren kann. Über diese Benutzeroberfläche können auch andere Internet-Dienste wie Email und Filetransfer genutzt werden. Das WWW bildet die Basis für die **kommerziellen Anwendungen des Internets**, weltweiten elektronischen Handel und Elektronische Marktplätze.

Durch das wachsende Angebot des Internets ist das Auffinden zielgerichteter Informationen für den Nutzer erschwert. Hilfestellungen leisten hier einerseits Suchmaschinen, mit denen Schlüsselbegriffe recherchiert werden, und intelligente Such- und Filterprogramme (sog. Agenten), die mit **wissensbasierten Verfahren** selbständig nach Informationen in großen Datenmengen suchen. „Intelligente“ Agenten führen Anfragen an viele Anbieter im Internet durch und bewerten die Ergebnisse beispielsweise nach dem Preis-/Leistungsverhältnis (Kurz/Entenmann 1997).

3.4 Electronic Commerce

Electronic Commerce bezeichnet die **IuK-gestützte Abwicklung aller Geschäftsprozesse** zwischen Geschäftspartnern, vom Marketing über das Bestell- und Rechnungswesen und den Zahlungsverkehr bis hin zum Support. Voraussetzung ist der elektronische Datenaustausch von formatierten und unformatierten Geschäftsdokumenten. Das Konzept Electronic Commerce geht über das der bisherigen EDI-Anwendungen hinaus, indem es die **Kommunikation mit dem Endverbraucher** in den Mittelpunkt rückt. Auch deshalb spielt Vertraulichkeit und Schutz vor Mißbrauch eine große Rolle.

Electronic Commerce über das Internet wird erst dann sicher funktionieren und eine hohe Akzeptanz erzielen, wenn eine Methode vorhanden ist, mit der Nachrichten verschlüsselt und die Echtheit des Senders beziehungsweise des Empfängers durch eine Art **digitale Unterschrift** bestätigt werden kann. Erste Pilotversuche sind auf dem Weg (IZT 1997, S. 157 ff.).

3.5 Multifunktionelle Chipkarten am Beispiel „Ticketless Travel“

Chipkarten werden für vielfältige Anwendungen genutzt, von der einfachen Speicherkarte als Münzgeldersatz für das öffentliche Telefon, über die Kryptocard mit mathematischem Co-Prozessor für die digitale Unterschrift bis hin zur optischen Speicherkarte, auf der sich beispielsweise die komplette Krankengeschichte eines Patienten archivieren läßt.

Die Anwendungsfelder für Chipkarten im Tourismusbereich sind vor allem:

- **Zahlungsverkehr** (Kreditkarten, wiederaufladbare Wertkarten)
- **Schlüsseleratz** (Zugangskontrolle zu Gebäuden, Fahrzeugen oder Telekommunikationsnetzen)
- **Dokumente** (Tickets, Impfbzertifikate)

Mit der Einführung von (multifunktionellen) Chipkarten und der flächendeckenden Ausstattung mit Lesegeräten, beispielsweise von Flughäfen, wird der vorab gedruckte Flugschein entbehrlich. Konnten bisher Linienflugtickets nur von besonderen Agenturen ausgestellt werden, kann der Kunde jetzt über das Reservierungssystem der Fluggesellschaft bzw. seine Kredit- oder Kundenkarte beim Boarding identifiziert werden. Check-in und Boarding werden dadurch automatisiert (IZT 1997, S. 160).

Der Aufbau dieser neuen Infrastrukturen dient vorwiegend der **Kostenreduzierung** der Leistungsträger. Bei Reservierungsvorgängen unter Ausschluß bisheriger Computerreservierungssysteme und der Reiseagenturen entfallen Gebühren durch ein CRS und Provisionen. Für die Fluggesellschaften entfällt das Ausstellen, Versenden und Umschreiben der Tickets. Check-in-Automaten an den Flughäfen können künftig – gemeinsame Standards vorausgesetzt – Passagiere mehrerer Gesellschaften abfertigen, so daß zukünftig weniger Bodenpersonal eingesetzt werden muß.

Die SmartCard der Zukunft wird Speicherplatz für elektronische Tickets jeglicher Art – Flug, Bahn, Nahverkehr – besitzen. Außerdem wäre sie als elektronische Geldbörse, als Kreditkarte oder wiederaufladbare Telefonkarte aber auch als Kundenkarte im Hotel, als elektronischer Zimmer- oder Autoschlüssel einsetzbar. Mittel- und langfristig werden Smartcard-Systeme, die die **vollständige Digitalisierung des Reservierungs-, Buchungs- und Abrechnungsvorgangs** erlauben, wahrscheinlich erhebliche Auswirkungen insbesondere auf die Rolle von GDS in den Ablaufprozessen der touristischen Leistungserstellung haben. (Krupka/Tilemann 1996, S. 210).

3.6 Telearbeit

Telearbeit, die vollständige und teilweise Verlagerung des Arbeitsplatzes nach Hause bzw. in ein Nachbarschafts- oder Satellitenbüro ist ein Instrument für Unternehmen, Organisationsstrukturen zu dezentralisieren, und für freiberuflich oder selbständig Tätige mit Geschäftspartnern und Kunden online in Kontakt zu treten (IZT 1997, S. 163 ff.). Es entfallen u. a. Mieten für Verkaufsstellen, Abschreibung auf Inventar und Gehälter für das bisherige Verkaufspersonal.

Auch in der deutschen Touristikbranche wird Telearbeit mittlerweile verstärkt diskutiert und eingeführt: So plant DER die Einführung von Telearbeit (in enger Anbindung an bestehende Agenturen) im Bereich des Außendienstes. Die Firma Travel Line AG baut einen professionellen Touristikvertrieb in Form eines **virtuellen Call Centers** auf. Telearbeiter über-

nehmen die kundenorientierte Beratung, die Unternehmenszentrale erledigt organisatorische Aufgaben und insbesondere die Auftragsabwicklung. 1997 sollen so die Zahl der virtuellen Agenturen auf 100 erhöht werden. Die selbständigen Telearbeiter werden via ISDN an das Reservierungs- und Buchungssystem Start und an die Unternehmenszentrale in München angeschlossen. Unter einer bundesweit einheitlichen Rufnummer ist das virtuelle Reisebüro in der Zeit zwischen 9 und 21 Uhr erreichbar, ein Rund-um-die-Uhr-Service ist geplant.

3.7 Bündelung touristischer Leistungen mittels neuer Medien

CRS/GDS-Betreiber

Der Direktvertrieb via neue Medien schafft für die Betreiber von Computerreservierungs- und Buchungssystemen neue Voraussetzungen: Einerseits ermöglicht er den Zugang zu neuen Kundenschichten, andererseits werden die Betreiber auch in Zukunft auf Reiseagenturen als Vertriebspartner angewiesen sein. Die meisten CRS-Betreiber verfolgen daher eine **Doppelstrategie** und vertreiben ihre Leistungen einerseits direkt über das Internet oder Online-Dienste, andererseits nutzen sie neue Medien als Marketinginstrument und verweisen die potentiellen Kunden für die Buchung von Leistungen an Reiseagenturen mit Web-Präsenz (IZT 1997, S. 166 f.).

Anbieterübergreifende Angebote

Anbieterübergreifende Leistungen im Internet werden derzeit vorwiegend im Bereich der Unterkünfte angeboten. Einige Hotels offerieren Sonderraten für Internet-Nutzer oder Auktionen von Last-Minute-Angeboten. Leistungsanbieter berichten, daß derzeit bei den deutschen Nutzern bei der Online-Recherche vor allem die Information im Vordergrund steht: Im Vergleich zu den USA liegen die Zahlen der in Deutschland tatsächlich per Internet erfolgten Buchungen noch deutlich niedriger (IZT 1997, S. 167).

Virtuelle touristische Reisebüros

Derzeit entwickelt die Microsoft Corp. ein weiteres Konzept für ein **„Reisebüro im Netz“**, um ihr bereits auf dem nordamerikanischen Markt etabliertes virtuelles Reisebüro Expedia (<http://www.expedia.com>) auch auf dem deutschen Markt zu platzieren. Expedia wird zunächst Funktionen von Reisemittlern und später auch Funktionen von Reiseveranstaltern übernehmen. Es wird noch im Laufe dieses Jahres als selbständiges Web-Angebot zugänglich sein. Das touristische Angebot wird vom deutschen Reiseveranstalter DER betreut. Es richtet sich sowohl an **Privat- als auch an Geschäftskunden**. Angeboten wird vorwiegend die Vermittlung von Flügen, Hotels und Mietwagen, ergänzt durch multimediale Reiseführer. Die Benutzeroberfläche ist hier intuitiv zu bedienen, und das System ermöglicht umfangreiche Leistungs- und Preisvergleiche. Die Abrechnung erfolgt per Kreditkarte. Neben der Kundenunterstützung durch Soft-

ware stehen Mitarbeiter online für Fragen der Nutzer zur Verfügung.

Ein weiteres Leistungsmerkmal ist der **„Personalized Fare Tracker“**, der beim Auffinden des günstigsten Flugtarifes zwischen Städten Hilfestellung leistet (IZT 1997, S. 167 f.).

Elektronische Marktplätze

Im Internet kann der Nutzer in denselben Informationssystemen wie Reisemittler recherchieren und sich so einen Überblick über das Angebot der Leistungsträger verschaffen. Im Rahmen eines kundenfreundlichen Web-Angebotes ist es jedoch nicht damit getan, den Zugang zu den Leistungsanbietern zu ermöglichen. Gefordert sind vielmehr Präsentationen und Instrumente, die **umfassend informieren und Produkte vergleichbar machen**. Reisedokumente sollten innerhalb der Medien übermittelt werden und seitens der Leistungsträger muß die gesicherte Bezahlung garantiert sein.

Elektronische Marktplätze bieten hier eine geeignete Plattform. Sie sind an ein bestimmtes Thema gebunden und bieten dem Kunden einen Überblick über alle Informationen, Produkte und Dienstleistungen, die damit in Zusammenhang stehen (Abbildung 5).

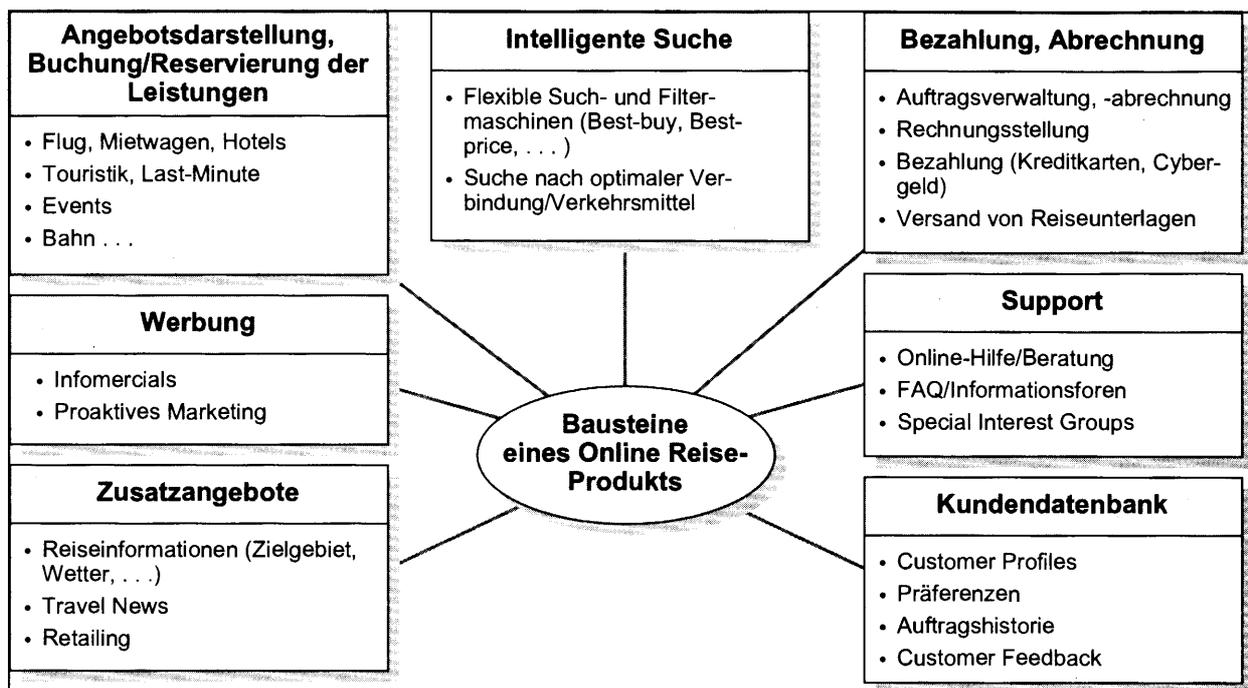
So können **Synergieeffekte** beispielsweise zwischen Unternehmen der Touristikindustrie, Verlagen von Reiseliteratur, Versicherungen und Sportausstattern genutzt werden (Cross-Selling). Während für die Kunden unmittelbare Vorteile ersichtlich sind, werden involvierten Firmen zunächst Umdenk- und Lernprozesse durchlaufen müssen (Schmid 1994, S. 227, 229).

In elektronischen Netzen verfügen die Mittler über einen **deutlichen Vorteil gegenüber einzelnen Leistungsanbietern**: Sie können die Angebote vergleichend offerieren und gleichzeitig eine Anlaufstelle für Beratungs- und Distributionsleistungen sein.

Die Umsetzung eines „elektronischen Marktplatzes“ im Internet wird derzeit von der DeTeBerkom in Zusammenarbeit mit Steigenberger Consult, der Lufthansa, Start und der Deutschen Informations- und Reservierungsgesellschaft (DIRG) vorbereitet. SAM (Services and Applications for a worldwide Market) soll Tourismusanbietern und verwandten Branchen ermöglichen, weltweite Handelsbeziehungen mit Reisebüros und Kunden aufzubauen und zu pflegen. Hierzu werden weitverbreitete Computersysteme und öffentliche Telekommunikationsnetze genutzt. Mit SAM können multimediale Produktinformationen – mit Text, Bild, Ton, Musik oder Video – präsentiert werden. Neben diesen Informationen bietet SAM interessierten Kunden auch den Zugang zu verschiedenen Buchungssystemen. Der von Burda getragene elektronische Marktplatz TRAXXX bietet Tourismusleistungen, die täglich aktualisiert werden, befindet sich aber noch in der Erprobungsphase (Ministerium für Wirtschaft 1997, S. 96 f.).

Abbildung 5

Funktionen eines Reisevertriebsproduktes im Internet



Quelle: IZT 1997, nach: Kurz/Entenmann 1997, o. S.

Regionale Tourismus-Informations- und Reservierungssysteme

Ein Urlaub im Ausland ist derzeit noch in der Regel einfacher zu buchen als ein Urlaub in Deutschland. **Regionale Angebote sind nur begrenzt über Reisebüros buchbar** – ein massiver **Wettbewerbsnachteil** der kleineren, unabhängigen Beherbergungsbetriebe. Erste regionale Buchungs- und Reservierungssysteme sind entstanden und auch über Start buchbar, andere regionale Akteure entwickeln multimediale Informations- und Marketingsysteme im Internet (IZT 1997, S. 171). Weitere Entwicklungen sind im Gange. Die Betreiber weltweiter Reservierungs- und Buchungssysteme haben in den vergangenen Jahren auch das **Marktsegment der regionalen Angebote** als **Potential** erkannt, da nicht nur Urlaubsreisende, sondern zunehmend auch Geschäftskunden Touristikangebote im mittleren und unteren Preisbereich nachfragen.

In Deutschland versucht die DIRG, regionale Angebote zu bündeln und über Reisebüros buchbar zu machen. In diesem Zusammenhang laufen Gespräche mit den Betreibern von Start und anderen GDS. Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf der Entwicklung und Bereitstellung einer einheitlichen Schnittstelle, die dann von Reisemittlern oder im Rahmen von Internetpräsentationen bzw. Call Center-Applikationen für die Vermarktung genutzt werden kann.

Viele Experten sind sich einig, daß im Bereich der Vermarktung von regionalen Leistungen nicht die mangelnde Umsetzung neuester Technologien das größte Hemmnis darstellt, sondern daß zunächst **Strukturängel auf der lokalen und regionalen Ebene** beseitigt und attraktive Tourismusprodukte und -dienstleistungen entwickelt werden müssen. Die auf IuK-Technologien basierenden Vertriebskanäle können nur dann ihr volles Potential entfalten (IZT 1997, S. 173).

Neben der Verbesserung der technischen Voraussetzungen muß zukünftig auch dem **Image des Zielgebietes** mehr Aufmerksamkeit im Rahmen von Marketingaktivitäten gewidmet werden. Vor allem in den Katalogen der großen Reiseveranstalter werden regionale Aspekte vernachlässigt. Hier können multimediale elektronische Medien zum **preiswerten Marketinginstrument**¹²⁾ werden.

¹²⁾ Im Bereich der Vermarktung des Reiselandes Deutschland wurden in den letzten Monaten neue Konzepte entwickelt. Mit dem operativen Geschäft der Deutschlandwerbung ist jetzt neben der DIRG die Deutsche Tourismus Marketing (DTM) befaßt. Gesellschafter sind die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), der Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und der Deutsche Fremdenverkehrsverband (DFV). Die Nutzung von IuK-Technologien für das Deutschland-Marketing befindet sich aber noch im Anfangsstadium. Die DTM ist noch nicht im Internet vertreten, allerdings betreibt die DZT einen Server (<http://www.germany-tourism.de>). Sowohl der Leistungsumfang als auch die Gestaltung des Angebotes weisen noch Defizite auf (IZT 1997, S. 174).

4. Fazit

Transport und Mobilität

Bei Transport und Mobilität im Zusammenhang mit Tourismus spielt eine Vielzahl von Transportmitteln und Technologien, Organisationskonzepten und Strategien eine Rolle. Trotz dieser Vielfalt lassen sich einige prägnante Entwicklungsmuster herausarbeiten.

Erhöhung der Geschwindigkeiten und der Passagierkapazitäten

Dieser Trend fällt besonders bei Flugzeugen, Kreuzfahrtschiffen und Fähren ins Auge. Höhere Geschwindigkeit als Entwicklungsziel wird besonders deutlich im Bereich der Fähren sowie bei der Bahn. Aber auch bei Fluß- und Hochseekreuzfahrtschiffen werden höhere Reisegeschwindigkeiten angezielt, um kürzere Reisezeiten und größere Reichweiten anbieten zu können.

Planung, Entwicklung und Einsatz immer **größerer Transportmittel** benötigen auch eine entsprechend **großdimensionierte Infrastruktur und Logistik**. Wirtschafts-, verkehrs- und regionalpolitisch sind solche „Mega-Trends“ von besonderer Relevanz und werfen zudem umweltpolitische Fragen auf.

Energieverbrauchs- und Emissionsreduktion

Treibstoffeinsparungen werden angestrebt bei Flugzeugen, Bussen und Wohnmobilen beispielsweise durch optimierte Triebwerke bzw. Motoren, neue Werkstoffe und bessere Aerodynamik. Auch die Emissionsreduktion, auch in Antizipation zu erwartender Auflagen, ist ein verbreitetes Entwicklungsziel. Ansätze zur Nutzung regenerativer Energien sind derzeit besonders bei Bussen und Wohnmobilen zu erkennen. Die Entwicklung ist bei Nischenprodukten, wie Solarmobilen und Solarbooten, bereits fortgeschritten.

Sicherheit

Entwicklungsarbeiten bei Flugzeugen zielen vor allem auf die Vermeidung von Abstürzen, Kollisionen und Terroranschlägen, bei Bussen und Wohnmobilen besonders auf Insassensicherheit und die Vermeidung von Fahrerfehlern, bei Fähren auf Kentersicherheit und Personenrettung, bei Lifanlagen auf Bruchprognostik. Übergreifende Lösungsansätze sind in Form elektronischer Sicherheitssysteme und organisatorischer Sicherheitskonzepte zu erkennen.

Dienstleistungsorientierung

In vielen Bereichen überwiegen Dienstleistungsinnovationen. Technik spielt hierbei eine sekundäre Rolle, so z. B. bei der Verbesserung mobilitätsbezogener Dienstleistungen: Neue Dienstleistungsangebote auf Flughäfen und Bahnhöfen, Navigationssysteme, Parkleitsysteme, Unterstützung von Vermietung, Pooling, Sharing, elektronische Fahrscheine, Mobilitätskonzepte in Städten und Regionen etc.

Aufenthalt/Unterkünfte

Es zeigen sich im Bereich der Unterkünfte vor allem drei Entwicklungstrends beim Technikeinsatz: Einsparung von Arbeitsplätzen ohne Abstriche bei den Serviceleistungen (**Kosteneffizienz**); Unterstützung des Personals, damit dieses Dienstleistungen besser erbringen kann (**Qualität**) sowie Entwicklung **neuer Dienstleistungen**.

Weitere Entwicklungslinien sind die zunehmende **Flexibilität** bei Planung und strategischer Ausrichtung. Daneben ist ein starker Trend zum **Auslagern** einzelner Funktionen des Hotelmanagements an externe Firmen festzustellen. Der dominante strategische Trend in der Beherbergungsindustrie sind **Spezialisierungskonzepte** zur Befriedigung einer sich immer mehr differenzierenden Nachfrage. Das sogenannte **Allzweckhotel** könnte bald ein **„Auslaufmodell“** werden (Bleile 1997).

Vom Einsatz neuer Informations- und Kommunikationstechnologien ist auch der Hotelsektor betroffen. Neben Rationalisierungseffekten ergeben sich durch Telematikeinsatz im Hotelbereich **Datenschutzprobleme**, z. B. durch eine Gäste-history oder Smart-Card-Einsatz.

Organisation, Administration, Dienstleistungen

Zu den IuK-Technologien mit Relevanz für Organisation und Administration zählen vor allem Sprach- und Datenmehrwertdienste, Mobilfunk- und Satellitendienste, das Internet und Online-Dienste sowie multifunktionale Chipkarten und Automaten. Sie eröffnen den zeit- und ortsunabhängigen Zugriff auf Informationen und ermöglichen so eine verbesserte Effizienz und Flexibilität des „Informationsgeschäftes“ Tourismus (Schertler 1994).

IuK-gestützte Konzepte in der touristischen Wertschöpfungskette bergen Chancen und Risiken für die deutsche Tourismusbranche bzw. einzelne Marktteilnehmer. IuK-Technologien eröffnen Potentiale zur Effektivitätssteigerung und Flexibilisierung innerhalb touristischer Organisations- und Marktstrukturen und zur **Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit**. Sie werden aber auch zu Verdrängungseffekten am Markt und zur **Einsparung von Arbeitskräften** führen. Die Bandbreite der möglichen, teilweise widersprüchlichen Entwicklungen läßt sich an einigen Beispielen so abstecken:

Alternative Vertriebswege/Direktvertrieb

Obwohl derzeit der **Direktvertrieb** unter Ausschluß der Reiseagenturen **noch von geringer Bedeutung** ist, engagieren sich viele Unternehmen auf diesem Vertriebssektor. Internet, Online-Dienste, Verkaufsaufautomaten und das interaktive Fernsehen sind dabei von besonderem Interesse, weil sie die vollständige Kette „Informieren/Angebotsdarstellung, Buchen/Reservieren und Bezahlen“ abdecken. Andere Technologien, wie etwa die CD-ROM, das Telefon oder das Telefax, beziehen sich nur auf Teilprozesse, ergänzen jedoch das traditionelle Leistungsspektrum und eröffnen den Zugang zu Kunden, die über

Online-Dienste noch nicht erreicht werden können (IZT 1997, S. 176).

Prinzipiell können Produkte und Dienstleistungen sowohl von den Leistungsträgern als auch von den Mittlern via elektronische Medien angeboten werden. Wirtschaftliche Vorteile haben derzeit vorwiegend die Leistungsträger und Reiseveranstalter durch Einsparung von Provisionen für Intermediäre. Als Instrumentarium zur Beratung, Kundenbindung und Erweiterung des Kundenkreises werden elektronische Medien aber zunehmend auch für Reiseagenturen interessant (IZT 1997, S. 178).

Verbesserte Beratungsleistungen

Reiseagenturen haben bislang noch eine privilegierte Position als Point of Information und Point of Sales. Durch zunehmende Direktbuchungsaktivitäten ist dieses Privileg in Frage gestellt. Nach Meinung von Experten klafft auch eine Lücke zwischen den Erwartungen der Kunden an die Dienstleistungen der Reisebüros und denen, die tatsächlich erbracht werden. Die derzeitige Produktorientierung der Agenturen müßte sich – angesichts der wachsenden Informationsflut – zu einer **stärkeren Kundenorientierung** und zu einem verbesserten Informationsmanagement hin wandeln. Hier könnten multimediale Informationssysteme, aber auch weitere **innovative Softwareprodukte** helfen. Für die Agenturen eröffnet sich deshalb die Möglichkeit, ihr **Dienstleistungsspektrum durch umfassendere Beratungsleistungen zu erweitern**.

Überspringen von Handelsstufen („home-booking“)

Potentiell wird jeder Leistungsanbieter die Möglichkeit haben, seine Ware direkt an die Endkunden zu bringen. Dieser wiederum kann sich Leistungen selbst aussuchen und buchen. Damit ist prinzipiell die Möglichkeit des **Überspringens von Handelsstufen** gegeben. In einer „totalen Direktbuchungswelt“ (Rohte 1994) würden Computerreservierungs- und Buchungssysteme Marktanteile verlieren und würde sich die Rolle der Reiseagenturen deutlich ändern. Obwohl auch zukünftig der Vertriebsweg über die Reisebüros eine dominante Stellung einnehmen wird, könnten solche Agenturen, die sich nicht durch neue Konzepte (Spezialisierung, verstärkte Kundenorientierung, virtuelle Präsenz in elektronischen Netzen, Zusammenschluß zu Ketten) den veränderten Strukturen anpassen, Probleme bekommen (IZT 1997, S. 181).

Markteintritt neuer Unternehmen/ Wettbewerbsverschärfung

Neue telematikbasierte Plattformen für das Marketing und den Vertrieb von touristischen Produkten und Dienstleistungen (z. B. virtuelle Unternehmen) werden zunehmend von **Unternehmen außerhalb der Tourismusbranche** aufgebaut. **Externe Akteure** können durch die neuen Potentiale des alternativen Vertriebs via innovativer IuK-Technologien verstärkt Marktanteile erobern. Zu den neuen Akteuren im Tourismusbereich zählen z. B. Waren- und Versand-

häuser, Medienunternehmen, Telekommunikationsunternehmen, Software- und Systemhäuser.

Der Markteintritt branchenfremder Unternehmen und die Intensivierung des Wettbewerbs werden die bisherige **Monopolstellung der Reiseagenturen bedrohen** bzw. **Strukturänderungen** bei den Leistungsanbietern erzwingen (IZT 1997, S. 182). Im Gegenzug können Unternehmen der Tourismusbranche ihre Kompetenzen und Geschäftskontakte nutzen, um neue Dienstleistungen und Produkte auch für neue Märkte zu entwickeln.

Neue Marketingstrukturen

Vor allem das Internet, aber auch leistungsfähige Mehrwertdienste im Telefon- und Datennetz ermöglichen den **verbesserten Zugang zu potentiellen Kunden auch für kleine und mittlere Leistungsträger**, deren Angebote derzeit unzureichend in globalen Vertriebskanälen präsentiert werden, sowie für Reisevermittler, die regionale Angebote bündeln und auf dem Markt vertreiben. Kleine und mittlere Unternehmen können durch die Bildung strategischer Allianzen – vor allem zur Bündelung touristischer Angebote im regionalen Bereich und zur Entwicklung auch überregional erfolgreicher Marketingstrategien – ihre Marktpräsenz stärken und ausbauen. Neue IuK-Technologien eröffnen schließlich Potentiale, derzeitige **Defizite bei der nationalen und internationalen Vermarktung des Tourismusstandortes Deutschland abzubauen**.

Der Tourismus als Massenphänomen ist auf den globalen Einsatz von Technologien angewiesen. Ihre Nutzung ist aber in ihren Folgen ambivalent und gibt Veranlassung, den Technikeinsatz auch nach Kriterien einer sozial und ökologisch verträglichen Entwicklung zu gestalten. Dazu gehören im Bereich touristischer Mobilität Fragen nach den ambivalenten Implikationen des **Größenwachstums bei Transport und Infrastruktur**. Ferner sind Gestaltungsoptionen und Strategien beim **Einsatz umweltfreundlicher innovativer Technologien** (Solarfahrzeuge, Zeppeline, Vario-Cars) von Interesse – auch deshalb, weil sie Marktpotentiale erschließen und Exportchancen eröffnen könnten. Auch die Folgenpotentiale des zunehmenden Einsatzes von IuK-Technologien und deren Rolle bei der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismusbranche bedürften einer intensiveren Analyse und Bewertung hinsichtlich ökonomischer Effizienz und sozialer Verträglichkeit. Ein kontinuierliches **Monitoring des Technik- und Bedürfnisfeldes „Tourismus“ und/oder gezielte, interdisziplinäre und problemorientierte Folgenanalysen** zu den vorstehend angedeuteten Themen könnten helfen, Probleme frühzeitig zu erkennen und die Nutzung von Chancenpotentialen nicht zu verpassen. Die Beiträge der problemorientierten, interdisziplinären Forschung hierzu sind in diesem Bereich allenfalls in den Anfängen.

V. Motive, Einstellungen und Werte

Warum und wie reist der Tourist? Welches sind die Gründe für seine Urlaubsentscheidung, die Wahl des Ziels und seine Urlaubsaktivitäten? Diesen Fragen geht die Forschung seit langem nach. Insbesondere mittels Befragungen leuchtet sie die Motive und Einstellungen des „homo turisticus“ zu Urlaubs- und anderen Reisen aus. Festgestellte Zusammenhänge zwischen soziodemographischen Merkmalen, Motiven, Einstellungen oder Lebensstilen werden durch die Forschung seit jeher intensiv untersucht und dienen in Wirtschaft und Politik als Informationen und Anhaltspunkte bezüglich des aktuellen und zukünftigen touristischen Verhaltens. Trotz vielfältiger Forschungsaktivitäten aber bleibt nach wie vor **vieles von den Ursachen und den Bedingungen von Motiven, Einstellungen und Lebensstilen im Dunkeln**. Im folgenden¹³⁾ geht es um eine Bestandsaufnahme der wichtigsten Erkenntnisse der Forschung zum Thema Motive, Einstellungen, Werte und Verhalten.

1. Soziodemographische Determinanten

Der Entschluß, eine Urlaubsreise anzutreten, wird durch soziodemographische Merkmale mitbeeinflusst, die sich z.T. gegenseitig bedingen (N.I.T. 1997, III, S. 5 ff.). Da beispielsweise die berufliche Stellung sehr eng mit dem formalen Bildungsniveau zusammenhängt und mit wachsender Bildung die Urlaubsreiseintensität ansteigt, nimmt die **Urlaubsreiseintensität** auch entsprechend der beruflichen Stellung zu. Neben dem Einkommen, der beruflichen Stellung und dem Bildungsniveau wird die Urlaubsreiseintensität auch vom Lebensalter und der regionalen Herkunft der Menschen geprägt. Während mit zunehmendem Alter die Urlaubsreiseintensität zurückgeht, steigt diese in Abhängigkeit von der Einkommenshöhe, dem formal erlangten Bildungsgrad, der beruflichen Stellung sowie mit zunehmender Wohnortgröße an.

Soziodemographische Merkmale üben schließlich auch auf die **Zielgebietswahl** und die dort unternommenen **Aktivitäten** einen modifizierenden Einfluß aus.

Fragt man danach, welche soziodemographischen Merkmale mit der Entscheidung der Reisenden für eine **Urlaubsreise in inländische Zielgebiete** korrelieren, ergibt sich folgendes Bild (N.I.T. 1997, III, S. 8 f.): Zum einen gilt, **je älter** der Reisende, um so größer der Anteil an Inlandsreisen. Zum anderen ist der **Familienstand einschlägig**: Familien haben eine Präferenz für relativ nahe Reiseziele im Inland. 1995 wurden fast ein Drittel der Haupturlaubsreisen von

Familien im Inland verbracht, besonders häufig wurden Reiseziele in Schleswig-Holstein, Bayern und Mecklenburg-Vorpommern gewählt. Besonders für Deutschlandurlauber und Familien mit Kindern spielt die geringe Entfernung zum Urlaubsziel eine große Rolle (Krupp 1995).

Die Auswertung der Reiseanalyse 1996 zeigt auch einige mögliche Zusammenhänge zwischen soziodemographischen Merkmalen und einer **Auslandsurlaubsreise** auf (N.I.T. 1997, III, S. 9 f.): Berücksichtigt man das **Alter**, zeigt sich, daß 14 bis 19- und 40 bis 49jährige am häufigsten ins Ausland reisen. Grundsätzlich gilt: Je älter der Reisende, um so geringer der Anteil an Fernreisen. Eine höhere formale **Bildung** geht einher mit einer höheren Auslandsreisehäufigkeit und es werden – insbesondere in Kombination mit höherem Einkommen – ausländische Reiseziele bevorzugt. Je höher das Haushalts-Netto-Einkommen, um so größer ist der Anteil an Auslandsreisen. In Abhängigkeit von steigendem Einkommen steigt der Anteil an Fernreisen. **Familien** haben eine Präferenz für nahe Reiseziele im Ausland (Weiss 1993), wie z. B. Italien und Spanien.

Die **im Urlaub unternommenen Aktivitäten** (N.I.T. 1997, III, S. 11) variieren zunächst in Abhängigkeit vom **Alter**. Während jüngere Menschen generell mehr Wert auf Aktivitäten wie Feiern, Tanzen oder Animation legen, werden mit steigendem Alter verstärkt Spaziergänge und Wanderungen unternommen. Betrachtet man die Variable **Bildung**, zeigt sich, daß Volksschüler eher zu einem passiven Reiseverhalten neigen, Hochschulabsolventen eher ein aktives Reiseverhalten zeigen (Segelcken 1988). Deutlich mehr formal höher Gebildete und entsprechend beruflich Tätige gehören zu denen, die sich als aktive Urlauber sehen (Schmidt 1993).

2. Motive

Mit großem Aufwand widmet sich die Literatur auch der Beschreibung, Erklärung und Kategorisierung der Motive, aus denen Menschen reisen. Ist Reisen bzw. Mobilität ein menschliches Grundbedürfnis, eine Art Bewegungsdrang, zurückführbar auf das frühere menschliche Nomadentum? Oder versuchen wir deshalb, weil die Menschheit in einer angenehmer temperierten Gegend Afrikas ihren Ursprung gehabt hat, durch Reisen vergleichbare klimatische Bedingungen aufzusuchen? Reisen wir gar, um unsere materiellen und seelischen Grenzen zu überschreiten? Möglicherweise ist Reisen aber weder ein Naturgesetz, noch ein menschliches Grundbedürfnis und auch kein (unbewußter) Wunsch nach Flucht und Grenzüberschreitung. Eher ist es ein spezifisches Konsumverhalten, das durch die beiden Grundhaltungen „Weg-von“ und „Hin-zu“ beschrieben wer-

¹³⁾ Dieses Kapitel baut wesentlich auf dem vom TAB in Auftrag gegebenen Gutachten des Instituts für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin, auf (IZT 1997).

den kann. Während die „Weg-von“-Haltung eine Fluchtbewegung aus dem Alltag und die Suche nach einer Gegenwelt charakterisiert, wird Reisen bei der „Hin-zu“-Haltung zum Forschungsdrang, zum Interesse und zur Freude an anderen Ländern und Menschen (Opaschowski 1996, S. 99).

In der Literatur wird ein breites Spektrum an Klassifikationen der vielfältigen Urlaubsreisemotive angeboten. Einer Klassifikation von Ursula Lehr zufolge lassen sich die Urlaubsreisemotive in drei Bereiche einordnen: Urlaub als Zeit extremer Freizeit, Urlaub als Gegenpol zum Alltag sowie Urlaub als Ermöglichung mitmenschlichen Kontakts (Braun 1993, S. 201).

An anderer Stelle werden fünf grundlegende Reisemotive herausgearbeitet (Wiemann 1970):

- die Flucht aus dem Alltag
- das Glücksgefühl der Freiheit
- das Flair des Besonderen
- die Entdeckung neuer Welten
- das Spiel von Lieblingsrollen und der Prestigegewinn

Schließlich seien folgende Motivationsgruppen genannt (Kaspar 1993):

- physische Motivationen (z. B. Erholung)
- psychische Motivationen (z. B. Erlebnisdrang)
- interpersonelle Motivationen (z. B. Geselligkeit)
- kulturelle Motivationen (z. B. Sprachen lernen)
- Status- und Prestigemotivationen (z. B. Wunsch nach Anerkennung)

Besonders häufig findet sich die Einordnung des Reisenden in zwei idealtypische Kategorien. Die im Urlaub dominierende Verhaltensform ist danach zum einen die, bei der der Urlaub als **Gegenpol zum Alltag** erlebt wird und das Bedürfnis nach Ablenkung im Vordergrund steht („**Konträr-Haltung**“), zum anderen die Haltung, bei der Urlaub als **Ergänzung zum Beruf** und als Möglichkeit der persönlichen Entfaltung erlebt wird („**Komplementär-Haltung**“) (Opaschowski 1996).

Klar abgegrenzte Motive/Motivgruppen werden aber bei den Reisenden in Wirklichkeit nicht in so klarer Form auftreten. Die Motive dürften vielmehr unterschiedlich gewichtet sein und sich auch nicht auf eines reduzieren lassen. Vielmehr wird es ein Gemengelage von Motiven geben, die die Reisenden umtreiben.

Empirische Motivforschung

Einen Schwerpunkt der empirischen Motivforschung bildet die Befragung der Reisenden und die Analyse ihrer Antworten. Der Ansatz und die Ergebnisse der **Reiseanalysen** (RA) haben hier einen beherrschenden Einfluß. Mit der Reiseanalyse wird seit 1970 das Urlaubsreiseverhalten regelmäßig jedes Jahr im Hinblick auf die Urlaubs motive und -interessen der deutschen Bevölkerung erfaßt und beschrieben. Seither läßt sich kontinuierlich der **Erholungswunsch** als er-

ster und wichtigster Faktor aus den Daten herauslesen (Braun/Lohmann 1989).

Eine Faktorenanalyse, basierend auf den Ergebnissen der Reiseanalyse von 1971, fand als entscheidenden Faktor die Erholung, dann das Vergnügen und schließlich die Bildung. Aus späteren Daten (1974) wurden vier Dimensionen der Urlaubsmotive herausgefiltert: Erholung und neue Kraft schöpfen, Bildung, Vergnügen und Unterhaltung sowie Sport (Braun 1993, S. 204). Mit den Daten der Reiseanalysen hat man in den siebziger Jahren mit Hilfe von sogenannten Clusteranalysen Typologien von Urlaubern gebildet. Auch dabei zeigt sich die große Bedeutung von „Erholungsurlaubern“ bzw. „gesundheitsorientierten“ Urlaubern.

Faßt man die in der Reiseanalyse erhobenen allgemeinen Urlaubsmotive als **Motivbündel** zusammen, sieht die Reihenfolge der wichtigsten Urlaubsmotive laut Reiseanalyse 1995 wie folgt aus (Braun 1993, S. 202f.):

- Entspannung, Erholung, Gesundheit
- Natur erleben, Umweltbewußtsein
- Abwechslung, Erlebnis, Geselligkeit
- Eindrücke, Entdeckung, Bildung, Sport

Das Präferenzmuster hinsichtlich der wichtigsten Urlaubsmotive über die letzten Jahre ist, abgesehen von kleinen Abweichungen, **gleich geblieben**. Laut Reiseanalyse dominieren „abschalten, ausspannen“, „aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel“ und „frische Kraft sammeln“ (N.I.T. 1997, V, S. 9). Da sowohl die reinen Häufigkeitsdaten der Reiseanalyse als auch diverse Faktorenanalysen und Typologien die Erholung stets weit vorne plazieren, scheint das **Erholungsmotiv bei Urlaubsreisen das wichtigste** zu sein. Grundsätzlich ist jedoch davon auszugehen, daß mehrere Motive in unterschiedlicher Wirksamkeit bestimmend für Urlaubsplanung, -entscheidung und -verhalten sind (N.I.T. 1997, V, S. 6 f.).

Die Urlaubsmotive der Reisenden werden von **soziodemographischen Merkmalen** beeinflusst. Dabei zeigt sich, daß Urlaubsmotive in Abhängigkeit vom Alter variieren: Jüngere geben vermehrt erlebnis- und freizeitbetonende Motive an; in höherem Alter werden verstärkt Gesundheits- und Umweltaspekte als wichtigste Urlaubsmotive genannt.

Urlaubsmotive stehen ferner in Beziehung zur **Destinationswahl** (Tabelle 25). So stellt der Wunsch nach Kontakt zu einer „anderen Welt“ ein wichtiges Motiv für die Reisenden dar, deren Urlaubsreise ins **Ausland** führt. Auch zeigt sich, daß Reisende, die überdurchschnittlich häufig in **deutsche Zielgebiete** fahren, vor allem Verwandte, Bekannte oder Freunde wiedertreffen oder aber Ruhe finden wollten. Urlaubsreisende, denen es bei ihren Reisen auf das Sportmotiv besonders ankam, die Neues sehen und

Tabelle 25

Urlaubsreisemotivgruppen und Reiseziele (1995)

Urlaubsreisemotivgruppe	Reiseziel Deutschland in %	Reiseziel Ausland in %
• Abwechslung und Spaß	27,5	72,5
• Ruhe finden	37,4	62,6
• Neues sehen und erleben	21,8	78,2
• Wiedersehen	50,6	49,4
• Zeit für Kinder/Familie	35,8	64,2
• Etwas für sein Aussehen tun	23,8	76,2
• Gesundheit/Umwelt/Natur	39,7	60,3
• Sport	21,1	78,9
Alle Reisen	34,1	65,9

Quelle: N.I.T. 1997 (auf der Basis der RA 96)

erleben wollten und angaben, etwas für ihr Aussehen zu tun, verbrachten hingegen überdurchschnittlich häufig ihre Urlaubsreisen im Ausland.

Auch zwischen den Urlaubsmotiven und den **im Urlaub unternommenen Aktivitäten** besteht eine mehr oder minder enge Beziehung. Auf der Grundlage der Daten der Reiseanalyse 1995 ergeben sich beispielsweise folgende Beziehungen zwischen den einzelnen Motivgruppen und den Urlaubsaktivitäten (Aderhold 1996):

- Für Personen, die Abwechslung und Spaß als besonders wichtige Urlaubsmotive erachten, sind Baden und Sonnen, Besuche von Attraktionen,

Feiern, Tanzen, Animation und Sport die häufigsten Urlaubsaktivitäten.

- Hingegen bevorzugen Reisende, die im Urlaub vor allem Ruhe finden wollen, Spaziergänge und Wanderungen, Baden und Sonnen sowie die Möglichkeit, im Urlaub Gespräche zu führen.
- Für Familienurlauber sind Baden und Sonnen, Spazieren gehen und wandern sowie Fernsehen, Lesen und Ausruhen die dominierenden Urlaubsaktivitäten.
- Die Gruppe der Umweltorientierten (Gesundheit-Umwelt-Natur) bevorzugt Aktivitäten wie Spaziergänge und Wanderungen, weniger werden Feiern, Tanzen und Animation als Aktivitäten durchgeführt.

Auch aus den Daten der Reiseanalyse 1996 können ähnliche Beziehungen zwischen den Reisemotivgruppen und den im Urlaub unternommenen Aktivitäten abgeleitet werden.

Betrachtet man für die einzelnen Motivgruppen die insgesamt ausgeführten Aktivitäten auf den Urlaubsreisen, so sind vor allem Personen, die etwas für ihr Aussehen tun wollen und die Gruppe der „Abwechslung- und Spaß-Suchenden“ überdurchschnittlich aktiv, während Sportreisende, Personen, die als Urlaubsreisemotiv das Wiedersehen von Verwandten, Bekannten oder Freunden angeben sowie die Ruhesuchenden ihre Urlaubsaktivitäten auf wenige, ausgewählte Bereiche konzentrieren (Tabelle 26).

Entwicklung der Urlaubsmotive über die Zeit

Eine weitere wichtige Frage der Forschung ist die nach der **Entwicklung der Urlaubsmotive über die Zeit** (N.I.T. 1997, V, S. 34 ff.). Auswertungen der jährlich durchgeführten Reiseanalyse legen den Schluß nahe, daß die Erwartungshaltung der Urlaubsreisenden seit 1973 gewachsen ist. Sowohl die gestiegene Zahl der durchschnittlich genannten Motive als auch

Tabelle 26

Urlaubsreisemotivgruppen und Urlaubsaktivitäten

Urlaubsreisemotivgruppe	Die am häufigsten unternommenen Urlaubsaktivitäten 1995	Die am wenigsten unternommenen Urlaubsaktivitäten 1995
• Abwechslung und Spaß	Besichtigungen/Ausflüge	Sport
• Ruhe finden	Spazieren gehen/Wandern	Sport
• Neues sehen und erleben	Besichtigungen/Ausflüge	Sport
• Wiedersehen	Gespräche führen	Sport
• Zeit für Kinder/Familie	Spazieren gehen/Wandern	Sport
• Etwas für sein Aussehen tun	Baden/Sonne	Sport
• Gesundheit/Umwelt/Natur	Spazieren gehen/Wandern	Feiern/Tanzen/Animation
• Sport	Sport	Kulturveranstaltungen
Alle Reisen	Spazieren gehen/Wandern	Sport

Quelle: N.I.T. 1997

die durchschnittliche Zustimmung pro Motivvorgabe weisen dies aus. Dabei dominieren Motive, die dem Bereich der Entspannung, Erholung und Gesundheit zuzuordnen sind wie „abschalten, ausspannen“, „Tapeetenwechsel“ und „frische Kraft sammeln“.

Mit gewissem Vorbehalt lassen sich einige weitere Tendenzen in der **Entwicklung der Urlaubsreisemotive der 80er Jahre** erkennen. In dieser Zeit sind **wichtiger** geworden:

- Genuß
- Geselligkeit
- Bewegung, Horizonterweiterung

Dagegen haben **an Bedeutung verloren**:

- „Aus der verschmutzten Umwelt herauskommen“
- Freiheit
- Ausspannen
- eigene Interessen und Hobbys

Während **Genuß** in den **90er Jahren** weiter ein bedeutendes Motiv bleibt, haben an Wichtigkeit für die Touristen offensichtlich etwas eingebüßt:

- Umwelt und Natur
- Zeit füreinander haben
- mit den Kinder spielen

Insgesamt ergibt sich seit den 70er Jahren ein Wandel der Motivstruktur mit **wachsender Bedeutung von Genuß, Geselligkeit, Schönheit und Bewegung**, während das „klassische“ Ausruhen im Urlaub an Bedeutung verloren haben. Naturbezogene Urlaubsmotive haben Ende der achtziger Jahre ihren Höhepunkt gehabt und seitdem – allerdings nur leicht – an Bedeutung verloren (N.I.T. 1997, V, S. 10). Neben solchen Wandlungstendenzen ist aber auch die **Kontinuität und Stabilität bestimmter Motive** nicht zu übersehen.

Erklärungsansätze für Motive

Was aber liegt hinter den von Befragten geäußerten Wünschen und Erwartungen? Wodurch lassen sich die geäußerten Wünsche und Motive erklären? Die Forschung hat sich auch an dieser Frage versucht (N.I.T. 1997, V, S. 24 ff.). So wird einmal die Ansicht vertreten, daß Reisen eher aus Gründen des gesellschaftlichen Erwartungsdrucks und der Anpassung an diesen und weniger aus individuellen Antrieben unternommen werden. Andere sehen in Prestigebedürfnissen die Ursachen des Reisens (Braun 1993): Reisen ist „**demonstrativer Konsum**“, mit dem man sich von anderen abgrenzen kann.

Am Beispiel des allgemeinen Erholungsmotivs hat man diskutiert, daß der einzelne vermutlich aus ganz unterschiedlichen Gründen Erholung durch eine Urlaubsreise erhofft: z. B. Erholung vom Alltag, von der Arbeit oder von der schlechten Umgebungsqualität. Auch dürften sich hinter der groben Antwortkate-

gorie „Erholung“ (als Reisegrund) die vielfältigsten Freizeitformen verbergen, die die Befragten deshalb unter „Erholung“ subsumieren, weil es eine soziale Norm ist, Freizeit mit der Erholung von der Arbeit und für die Arbeit zu verbinden. Schließlich dürfte es auch zutreffen, daß Urlaub und Urlaubsmotive über soziale Lagen vermittelt und sich damit ebenso wie diese mit der Zeit wandeln (Mundt/Lohmann 1988, S. 29).

Neben dem zentralen **Erholungsmotiv** wird auch das **Kontrastmotiv** als ein wichtiges Urlaubsbedürfnis angesehen. Der Urlaub als Alternative zur reglementierten, festgefühten, zeitlich streng gebundenen Alltagswelt konstituiert für die Befragten einen zentralen Impuls zur Urlaubsreise. Dabei spielen offensichtlich ebenfalls Faktoren wie Arbeitsplatz- und Wohnsituation eine Rolle, da der Wunsch nach „Erholung und Ausruhen“, „Abwechslung und aus dem Alltag herauskommen“ sowie „Kontakt, Naturverbundenheit und dem Herauskommen aus der verschmutzten Umwelt“ um so stärker geäußert wird, je niedriger die soziale Schicht der Reisenden ist (Mundt/Lohmann 1988, S. 29). Insgesamt wird in der Literatur dem Bedürfnis nach „**Flucht aus dem Alltag**“ eine dominante Rolle unter den Urlaubsreisegründen zugeschrieben: Urlauber entfliehen den Herausforderungen und Bedrohungen des Alltags und der Arbeit, wenn auch nur für eine begrenzte Zeit.

Neben solchen allgemeinen Erklärungsversuchen für die Urlaubsmotive, findet sich vor allem in der motivationspsychologischen Literatur eine Reihe von tiefergehenden Ansätzen, die die Urlaubsbedürfnisse und -erwartungen zu erklären versuchen. Beispielsweise wird die Auffassung vertreten, daß es den Menschen im Urlaub um das **intensive, unmittelbare Erleben** gehe. Die sogenannte **Flow-Theorie** (N.I.T. 1997, V, S. 27 f.) versucht zu erklären, warum Menschen zuweilen bei bestimmten Aufgaben und Handlungen selbstvergessen, intensiv bei der Sache und offensichtlich genußerfüllt sind, und liefert mit dieser Perspektive einen weiteren Beitrag zur Erklärung von Antrieben für Urlaubsreisen (Kagelmann 1996). Die **Selbstverwirklichungstheorie** von Maslow wird ebenfalls herangezogen, um das Urlaubsreiseverhalten näher zu erklären (N.I.T. 1997, V, S. 28 ff.). Dabei wird Reisen auch als Wunsch oder Bedürfnis des Menschen verstanden, sich und die Vielzahl seiner Lebensziele zu verwirklichen. Urlaub mit seinen vielfältigen Erscheinungsformen und Möglichkeiten könnte eine Art Medium sein, mittels dessen Bedürfnisse verwirklicht werden können (Tabelle 27).

Trotz (oder gerade wegen) der Vielzahl der angebotenen Konzepte und Ansätze dürfte bislang **eine überzeugende theoretische Grundlage für die Motivforschung noch nicht gelungen** sein (Krauss 1993, S. 55).

3. Einstellungen

Während Bedürfnisse eher die grundlegende Motivation des Handelns abdecken und Motive als die Einzelhandlung steuerndes Moment (z. B. das Motiv, im Urlaub Abwechslung zu haben) anzusehen sind,

Maslowsche Bedürfnisstufen und touristische Beispiele

Stufe	Bedürfnisstufe bei Maslow	Touristische Beispiele
5	Entwicklungsbedürfnisse	Reisen als Selbstzweck: Vergnügen, Freude oder „Sonnenlust“
4	Wertschätzungsbedürfnisse	Reisen als Prestige und gesellschaftliche Anerkennung
3	Soziale Bedürfnisse	Besucherreisen zur Kommunikation
2	Sicherheitsbedürfnisse	Reisen zur Sicherung des Grundeinkommens, z. B. zur Regeneration der Arbeitskraft
1	Grundbedürfnisse	Reisen zur unmittelbaren Deckung des Grundbedarfs, z. B. Fahrten zur Arbeit

Quelle: Freyer 1995

wird den Einstellungen (z. B. „Urlaub ist teuer“) eine stärker verhaltensbeeinflussende Funktion zugesprochen. Einstellungen nehmen sehr wahrscheinlich Einfluß auf Teilbereiche des Reiseverhaltens – beispielsweise bei der **Entscheidung, eine Urlaubsreise anzutreten oder bei der Wahl der Destination** (N.I.T. 1997, V, S. 50 ff.). Für den touristischen Bereich scheint es ratsam zu sein, die Kategorie „Einstellung“ zu differenzieren. Zum einen gibt es Einstellungen, die auf Motive und Bedürfnisse des Reisens hinweisen (z. B. „Wenn ich im Urlaub bin, möchte ich mich um nichts zu kümmern brauchen.“). Zum anderen können Einstellungen aber auch in allgemeinerer Form auf den Tourismus bezogen sein, wie beispielsweise die Einstellung zu den Urlaubermassen oder den ökologischen Auswirkungen des Reisens. Davon abzugrenzen sind Vorstellungen (Images) über Sachverhalte und Objekte (z. B. „In Spanien ist es immer warm“) (Meyer 1993).

Allgemeine Einstellungsdimensionen

Als dominante Einstellungsdimension ergibt sich aus den vorliegenden Daten das **Versorgtwerden und Ausruhen** (Tabelle 28). Aus den Antworten auf die den Befragten vorgegebenen Statements kann – vergleichbar den Ergebnissen der Motivforschung – gefolgert werden (Aderhold 1996), daß für die Bundesbürger Aspekte des **Abschaltens und Ausspannens** beim Urlaub im Vordergrund stehen. Mit dem Urlaub und im Urlaub wollen sich die Deutschen zudem etwas gönnen. Die Ansicht, daß Erholung im Urlaub vor allem durch ausruhen und Nichtstun gewährleistet sei, vertraten dabei insbesondere Bürger aus den alten Bundesländern. Sehr vielen Urlaubern ist es wichtig, daß sie sich um nichts zu kümmern brauchen. Zwei Drittel aller Befragten wünschen sich diesen „Rund-um-Service“, für fast ein Drittel spielt er hingegen eine untergeordnete Rolle.

Fast jeder zweite Befragte achtet bei der Wahl seines Reiseziels auch auf eine intakte Umwelt, und nur für jeden Fünften spielt dieser Aspekt keine oder kaum eine Rolle. Solche „umweltorientierten“ Reisenden suchen vergleichsweise häufiger deutsche Zielgebiete auf.

Neben dem Erholungsaspekt scheinen die Befragten auch dem **Erlebnischarakter** des Urlaubs eine zentrale Bedeutung beizumessen. Mehr als ein Drittel der Befragten suchen im Urlaub nach einer „anderen Welt“. Allerdings lehnen auch ebensoviele Befragte diese Aussage ab. Die Meinungen gehen auch auseinander bei der Suche nach dem Erlebnis von Ursprünglichkeit: 35 % stimmen der Aussage zu, aber 35 % äußern sich auch ablehnend. Die Jüngeren äußerten besonders stark den Wunsch nach Kontakt zu einer „anderen Welt“ als der gewohnten. Daß sich in dieser Aussage ein Hauptmotiv speziell für Auslandsreisen widerspiegelte, wird dadurch deutlich, daß diese Aussage von den Befragten favorisiert wurde, die ihre Haupturlaubsreise 1994 im Ausland verbrachten.

Weiterhin zeigt sich, daß der **Kontakt zu anderen Urlaubern** für mindestens die Hälfte der Urlauber wichtig ist, während dem Bereich des **Aktivurlaubs** bei weitem nicht die Bedeutung zukommt wie dem Erholungssegment.

Unter den Aktivurlaubern ist zudem die Gruppe der **Extremurlauber** verhältnismäßig klein. Bei der Analyse der Merkmale derjenigen Befragten, welche im Urlaub gerne die Grenzen ihrer eigenen Belastung mittels extremer Aktivitäten zu erfahren suchen, zeigt sich: Nur 13 % wollen sich im Urlaub anstrengen und die Grenzen der eigenen Belastbarkeit erfahren. Damit rangiert diese Aussage hinsichtlich der Zustimmung auf dem letzten Platz.

Erholung scheint bei Reisenden vor allem mit **leichter körperlicher Aktivität** – insbesondere im Hinblick auf die eigene Fitneß und den körperlichen Ausgleich – verbunden zu sein. So ist fast jeder zweite Befragte der Meinung, Bewegung sei für ihn die beste Art der Erholung. Auffällig ist dabei der verhältnismäßig große Anteil an Befragten aus den neuen Bundesländern sowie an Befragten der Altersgruppe 40 bis 49 Jahre.

Freizeit- und Sportangebote spielen für ca. 40 % eine eher untergeordnete Rolle. Ein Drittel erachtet im Urlaub die Nutzung vielseitiger Freizeit- und Sportangebote für wichtig, wobei sich hier eher die jüngeren Reisenden bis 29 Jahren zustimmend

Tabelle 28

**Einstellungen der Deutschen
zu Aspekten der Urlaubsreise**

Thema	Statement	Anteil der Zustimmung in %
1	Wenn ich im Urlaub bin, möchte ich mich um nichts zu kümmern brauchen	65,3
1	Im Urlaub gönne ich mir sehr viel	55,7
1	Erholung im Urlaub ist für mich vor allem Ausruhen und Nichtstun	53,2
2	Bewegung, leichte körperliche Tätigkeit ist für mich die beste Art der Erholung	49,7
1	Bei der Auswahl meines Urlaubszieles achte ich sehr auf die Umweltqualität/eine intakte Umwelt	47,3
4	Es ist für mich wichtig, daß es am Urlaubsort Einrichtungen, Veranstaltungen gibt, wo ich Anschluß an andere Leute finde	46,1
3	Im Urlaub bin ich auch mit weniger Komfort zufrieden, als ich ihn zu Hause habe	45,4
2	Auf meinen Urlaubsreisen achte ich darauf, etwas für die Gesundheit zu tun	45,3
4	Ich mag es, wenn ich an meinem Urlaubsort auch andere deutsche Gäste treffen kann	43,8
3	Ich suche im Urlaub nach einer anderen Welt, die mit meiner gewohnten wenig zu tun hat	38,3
3	Im Urlaub suche ich das Erlebnis von Ursprünglichkeit	34,5
5	Ich bleibe im Urlaub auch gern zu Hause und kümmere mich um Dinge, zu denen ich sonst nicht komme	33,6
2	Ich lege großen Wert auf vielseitige Freizeit- und Sportangebote am Urlaubsort	30,9
4	Bei der Wahl der Urlaubsziele richte ich mich besonders nach den Bedürfnissen meines Kindes/meiner Kinder	25,6
5	Ich bin schon soviel herumgereist, daß ich in Zukunft seltener Urlaubsreisen unternehmen werde .	13,0
2	Ich will mich im Urlaub körperlich anstrengen, die Grenzen meiner Belastbarkeit erfahren	12,8

- 1 Versorgtwerden und Ausruhen
2 Aktivität
3 Erlebnis
4 Sozialkontakt
5 Nichtverreisen

Quelle: N.I.T. 1997, nach: U+R 95, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, Hamburg

äußern. Relative Betonung fand dieser Aspekt auch bei Personen, die 1994 ihren Haupturlaub außerhalb Deutschlands verbrachten. Außerdem stieg mit steigendem Einkommen tendenziell die Bereitschaft, einen intensiv aktiven Urlaub zu bevorzugen.

Zielgebiet, Umweltqualität

Erhebungen über die Einstellungen zum touristischen **Image eines Zielgebiets** zeigen, daß die Wahl eines Zielgebietes hauptsächlich davon abhängt, wie attraktiv ein Urlaubsgebiet beurteilt wird, ob die Reisenden mit der Destination Erfahrung haben und ob das im Zielgebiet vorherrschende Klima bzw. Wetter besser ist als zuhause. Dabei werden besonders die Zielgebiete als attraktiv beurteilt, die an Meeren oder Seen liegen und deren Umweltverschmutzung als gering von den Befragten wahrgenommen wird.

Bereits Anfang der 80er Jahre konnten als Argumente für Deutschland als Destination neben der attraktiven Landschaft die Gebietskenntnis, finanzielle und familiäre Gründe, Motive der Erholung und Ruhe sowie die geringe Entfernung zwischen Heimat- und Urlaubsort ausgemacht werden.

Die von den Reisenden wahrgenommene **Umweltqualität** in den Urlaubszielgebieten kann ebenfalls unter dem Begriff der Einstellungen eingeordnet werden (N.I.T. 1997, III, S. 64 f.). Hierbei sind Informationen über die Umweltqualität in den Destinationen für den Reisenden bei seiner Buchungsentscheidung wichtig, weil eine intakte Umwelt vielfach mit einem hohen Erholungswert gleichgesetzt und eine verschmutzte Umwelt als gesundheitliches Risiko betrachtet wird (N.I.T. 1997, III, S. 65). Die wahrgenommene Umweltqualität spielt nach einer Imagestudie des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T. 1995) besonders bei Reisenden, die in den deutschen Küstenländern ihren Urlaub verbringen, eine wichtige Rolle. Für Auslandsurlauber sind hingegen neben der attraktiven Landschaft besonders das bessere Klima Wetter und die Sonnengarantie als Imagedimensionen wichtig.

Nichtreisen

Jedes Jahr gibt es auch einen Bevölkerungsanteil, der auf eine **Urlaubsreise verzichtet**. Dies hängt vorwiegend von finanziellen, familiären, gesundheitlichen und motivationalen Bedingungen der Befragten ab und weniger von zeitlichen Restriktionen. Besonders Ältere bleiben öfter, manche stets zu Hause (Opaschowski 1996, S. 141 f.). Familien mit Kindern geben häufig an, wegen finanzieller Restriktionen auf eine Urlaubsreise zu verzichten (Weiss 1993). Etwa ein Drittel der Befragten bleiben nach eigener Einschätzung im Urlaub auch gern zu Hause und kümmern sich um Dinge, zu denen sie sonst nicht kommen. Fast die Hälfte der Befragten lehnen diese Aussage jedoch ab.

Über 70 % der Deutschen widersprechen der Aussagen, sie seien schon soviel gereist, daß sie in Zukunft seltener Urlaubsreisen unternehmen werden. Die Reisemüdigkeit wird eher von den älteren Befragten bejaht. **Von allgemeiner Reisemüdigkeit also keine Spur** (N.I.T. 1997, V, S. 55).

4. Lebensstile

Sowohl die Entwicklung in der Gesellschaft insgesamt (z. B. Einkommen der Privathaushalte, Bildung, Jahresurlaub) als auch die auf der Angebotsseite erfolgte Steigerung der Zahl der Reiseziele und Reisearten haben die Möglichkeiten und Verhaltensspielräume der Touristen erheblich ausgeweitet. Auch der Tourismus spiegelt etwas von der Entwicklung zur „Multioptionsgesellschaft“ wider. An die Stelle schicht- oder gruppenspezifischer, verpflichtender Normen tritt die Möglichkeit, auszuwählen und eigene Ziele zu verfolgen.

Ein Aspekt der neuen Vielfalt ist eine wachsende „Individualisierung“ und eine Differenzierung der Lebensführung. Dies hat u. a. zur Folge gehabt, daß man in der Forschung der Ansicht war, mit Hilfe der herkömmlichen soziodemographischen Merkmale das Reiseverhalten nicht mehr optimal abbilden und erklären zu können (Mundt 1993). Deshalb versuchte man sich an Beschreibungen der **Lebensstile** einzelner Personengruppen. Allerdings sind bis heute die Auffassungen darüber, was unter Lebensstilen zu verstehen ist, sehr uneinheitlich. Zudem gibt es keine

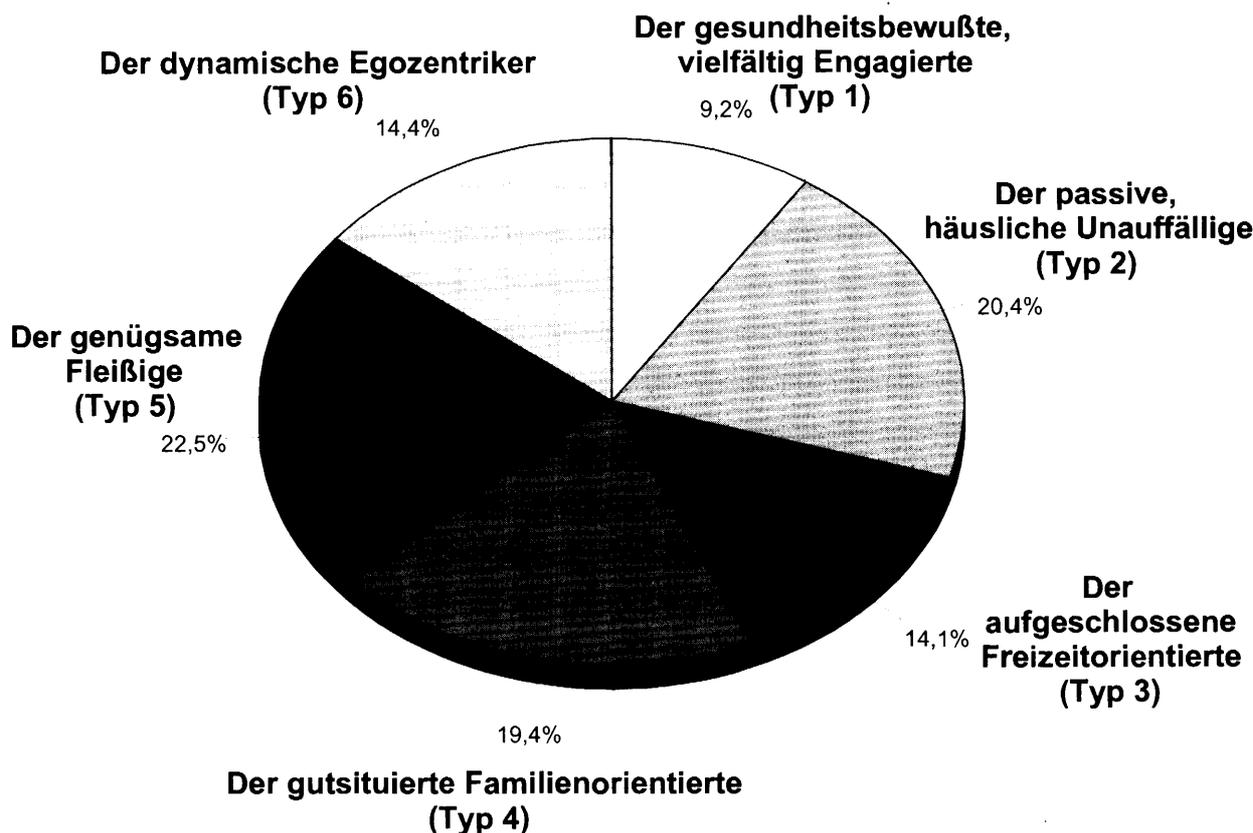
Lebensstiltheorie, allenfalls verschiedene Forschungsansätze. Dementsprechend sind die Ergebnisse in der Marktforschung (Drieseberg 1992) und der Lebensstilforschung kaum miteinander vergleichbar.

Eine Operationalisierung von Lebensstilen ist beispielsweise in der Wahl-, Konsum- oder Freizeitforschung versucht worden. Die dort empirisch ermittelten Lebensstiltypen umfassen zumeist Verhalten in und Einstellungen zu bestimmten Lebensbereichen wie Freizeit, Konsum oder Familie (Spellerberg 1992). Auch die touristische Umfrageforschung griff die Diskussion um die mögliche Verwendbarkeit des Lebensstilansatzes für die Beschreibung und Erklärung des Reiseverhaltens auf und erhob neben Aussagen zu Lebens- und Reisetilen auch solche zur Reisephilosophie bei den Befragten (N.I.T. 1997, V, S. 21 ff.).

Ein Versuch zur Erfassung des Lebensstils von Touristen wurde mit der Reiseanalyse 1990 unternommen. Ein Lebensstil wurde dabei als „ein Muster/Set von Einstellungen und Verhaltensweisen, das für das tägliche Leben relevant und bei einer Gruppe von Personen ähnlich ist“, definiert (Lassberg/Steinmassl 1991,

Abbildung 6

Lebensstiltypen in den alten Bundesländern



Quelle: N.I.T. 1997, nach: Lassberg/Steinmassl 1991

S. 119). Ergänzend zu den Lebensstil-Statements (z. B. „Ich lebe ganz für meine Familie“; „Ich führe ein abwechslungsreiches Leben“; „Ich gehe viel aus“) wurde auch eine Frage nach der „Reisephilosophie“ gestellt. Dabei wurden mit Hilfe von vorgegebenen Antworten (z. B. „Im Urlaub gönne ich mir sehr viel“; „Im Urlaub zieht es mich vor allem in fremde Länder“; „Ich suche nach einer anderen Welt, die mit meiner gewohnten möglichst wenig zu tun hat“) generelle Einstellungen der Befragten zum Urlaub und zur Urlaubsreise erfaßt, un-

abhängig von den Reiseerwartungen und -motiven der Haupturlaubsreise. Aus diesen Batterien von Fragen wurden mit Hilfe von multivariaten Analysen typische Gruppen mit spezifischen „Stilen“ gebildet.

Mit der gleichen Frage und der gleichen Rechenprozedur kamen Lassberg und Steinmassl zu sechs unterschiedlichen Lebensstilgruppen (Abbildung 6).

Das Reiseverhalten dieser Gruppen zeigt deutliche Unterschiede (Tabelle 29). Der passive, häusliche

Tabelle 29

Lebensstil und Urlaubsreisen – Alte Bundesländer

RA 90 n = 5 210	Typ 1 (Engagierte)	Typ 2 (Unauffällige)	Typ 3 (Freizeit-orientierte)	Typ 4 (Familien-orientierte)	Typ 5 (Fleißige)	Typ 6 (Egozentriker)
Lebensstil	Aktivität, Kreativität, Mobilität; soziales, politisches, kulturelles Engagement	geordnet, beschaulich bescheidene Lebenseinstellung; mangelnde Eigeninitiative	legt Wert auf: Ausgehen, Sport, künstlerische Betätigung	Familie steht im Mittelpunkt	hohe Arbeitsbelastung und hohe Arbeitszufriedenheit; Familie ist wichtig	Arbeit, Abwechslung, Genießen ist wichtig; selbstbestimmt, gegenwartsorientiert
Sozialdemographische Merkmale	jünger; hohes Einkommen und Bildung	über 60 Jahre; geringe Bildung, geringes Einkommen	Teens und Twens mit Abitur; momentan geringes Einkommen	Hausfrauen; Haushalte mit mittlerem Einkommen	mittleres Alter und mittleres Einkommen	jung, alleinlebend, hohe Schulbildung und hohes Einkommen
Reisephilosophie	körperliche Anstrengung; kulturelle Sehenswürdigkeiten	bleibt auch gerne zu Hause	fremde Länder; kulturelle Sehenswürdigkeiten; Komfortverzicht	sich viel gönnen	neue Kraft sammeln; Berücksichtigung der Bedürfnisse der eigenen Kinder	amüsieren; fremde Länder, andere Welten; sich viel gönnen
Reiseintensität	80,0 %	42,7 %	78,3 %	71,9 %	68,3 %	81,5 %
Haupturlaubsreise 1990						
Reisemotive	Horizont erweitern; Kultur, Bildung; auf sich selbst besinnen	Verwandte/Bekannte wieder-treffen; etwas für die Gesundheit tun	viel erleben, Abwechslung, Urlaubsbekannt-schaften, viel von der Welt sehen	Zeit füreinander haben; viel ruhen, nichts tun	frische Kraft sammeln, Zeit füreinander haben, Natur erleben	viel erleben, Abwechslung, viel Spaß, Unterhaltung, Vergnügen, Urlaubsbekannt-schaften
Reiseziele	Ausland: außereuropäische Länder	Deutschland-ABL: Bayern, Niedersachsen, NEW	Ausland: F, GB; außereuropäische Länder	(Durchschnitt)	(Durchschnitt)	Ausland: GR, E, außereuropäische Länder

Quelle: N.I.T. 1997, nach: Lassberg/Steinmassl 1991

Unauffällige (Typ 2) beispielsweise hat eine sehr geringe Reiseintensität. Wenn er reist, bleibt er mehrheitlich im Inland, macht entweder einen Gesundheitsurlaub oder besucht Verwandte oder Bekannte. Der dynamische Egozentriker (Typ 6) hingegen hat die höchste Reiseintensität aller Lebensstilgruppen, verbringt seinen Urlaub vor allem im Ausland, überdurchschnittlich oft in außer-europäischen Destinationen. Stehen bei Typ 2 vor allem Ausspannen, Ruhe und Erholung an erster Stelle der Reismotive, so sind es bei Typ 6 Erlebnis, aktiver Sport, Spaß und Unterhaltung.

An der Aussagekraft und Allgemeingültigkeit solcher und anderer Lebensstilgruppen lassen sich allerdings Zweifel anmelden (N.I.T. 1997, IV, S. 26 ff.). Ein Kritikpunkt zielt darauf, daß in der Regel vergleichsweise einfache Einstellungsuntersuchungen für die Typisierung und Abgrenzung von Lebensstilen herangezogen werden (so auch in der Reiseanalyse 1990). Typ 2 bei den Lebensstiltypen setzt sich vornehmlich aus alleinlebenden, einkommensschwachen weiblichen älteren Rentnerinnen zusammen. Typ 6 dagegen umfaßt vor allem junge Männer mit hoher Schulbildung und überdurchschnittlichen Einkommen. In diesen Fällen dürfte es fraglich sein, welchen Erkenntnisgewinn die so vorgenommene Erfassung des Lebensstils gegenüber der Verwendung soziodemographischer Daten bringt.

Auch das allgemeine Problem bei Befragungen schlägt durch: „Wenn über 80 % der Deutschen behaupten, sie verhielten sich sehr umweltbewußt, dann steckt dahinter vermutlich weniger eine Einschränkung ihrer Lebensweisen (...) als der Reflex auf das in den achtziger Jahren immer stärker aufgekommene Thema Umweltverschmutzung und Umweltzerstörung. Hier liegt der Verdacht nahe, daß eher nach wahrgenommener sozialer Erwünschtheit (social desirability) geantwortet wird als nach dem eigenen Verhalten. (...) Damit erfaßt man jedoch eher psychische Verarbeitungsmuster von Informationen aus der physischen und gesellschaftlichen Umwelt als Stile tatsächlicher Lebensführung (Mundt 1997, S. 51)“.

Die gefundenen Lebens- und Reisestiltypen weisen schließlich einen gravierenden Nachteil auf: Untersuchungen mit den gleichen Instrumenten führen zu verschiedenen Zeitpunkten zu unterschiedlichen Ergebnissen. Eine gewisse **Instabilität der Ergebnisse** zeigt sich aber auch bei der Betrachtung anderer Lebensstiluntersuchungen zu nicht sehr weit auseinander liegenden Zeitpunkten (Lüdtke 1995). Es zeigen sich Unterschiede nicht nur in der Zahl der identifizierten Typen (bis zu 12), sondern auch in den sie bestimmenden Merkmalen. Hieraus erhellt nicht nur eine gewisse Beliebigkeit der Ansätze, sondern es wird auch deutlich, daß ihre Verwendung für andere oder gar in übergreifenden Zusammenhängen kaum mehr möglich ist. Eine Lebensstiltypisierung für den Automobilmarkt müßte sicherlich andere Merkmale berücksichtigen als eine für den touristischen Markt (N.I.T. 1997, V, S. 27).

Schwierig dürfte auch der Schluß von sehr allgemeinen Statements (bzw. den Antworten darauf) auf das tatsächliche Verhalten sein. So äußern z.B. etwa 30 %, sie führten sowohl ein „abwechslungsreiches“ als auch ein „einfaches und bescheidenes Leben. Unabhängig davon, ob die Statements sich gegenseitig Ausschließendes messen, scheinen sie nicht sehr brauchbar zu sein, um auf das Verhalten verschiedener Gruppen von Personen schließen und sie trennscharf voneinander unterscheiden zu können.“ (Mundt 1997, S. 51)

Lebensstile scheinen nach dem jetzigen Stand der Forschung zwar mit Abstrichen geeignet zu sein, das Reiseverhalten der Bevölkerung oder von Teilgruppen **differenziert zu beschreiben**. Wegen der fehlenden theoretischen Absicherung des Lebensstilkonzepts sowie aus methodischen Gründen sind Lebensstile aber **nur begrenzt** in der Lage, den Wandel im Reiseverhalten auf der Basis empirischer Daten zu **erklären**. Wie groß die praktische Verwertbarkeit der durch psychographische Daten gebildeten Lebensstilgruppen tatsächlich ist, bleibt bisher eine offene Frage (N.I.T. 1997, IV, S. 6, 28). Schließlich ist gänzlich unklar, ob und inwieweit Einsichten in die sehr differenzierten und oft widersprüchlichen Lebensstile **Hinweise auf Möglichkeiten der Beeinflussung und Änderung durch Information, Aufklärung, Werbung, rechtliche Maßnahmen etc. geben könnten**.

5. Werte und Wertewandel

Ein Wandel der dominierenden Wertvorstellungen wird einvernehmlich in allen westlichen Industrieländern konstatiert, allerdings im einzelnen unterschiedlich beschrieben und bewertet. Einerseits wird der Wertewandel als eine grundsätzliche, lineare **Verschiebung von materialistischen Werten** wie Pflicht, Arbeit und Ordnung **hin zu postmaterialistischen Werten** wie Selbstverwirklichung, Partizipation und Schutz der natürlichen Umwelt interpretiert. Andererseits wird zwar ebenfalls ein Rückgang der Pflicht- und Akzeptanzwerte festgestellt, der verbunden ist mit einem Anstieg der Selbstentfaltungswerte. Es wird aber die These vertreten, daß diese Entwicklung nicht zwangsläufig zu einer Auflösung traditioneller Werte und der Etablierung einer neuen, hedonistisch gefärbten Wertehierarchie führt, sondern eher zu einem Nebeneinander teilweise einander widersprechender Wertebereiche. Ein solcher **Pluralismus von Wertorientierungen** – auf gesellschaftlicher Ebene insgesamt wie auch bei einzelnen Individuen – sei eher der Normalfall denn die Ausnahme.

Werte nehmen auch in der Diskussion um touristische Entwicklungen einen breiten Raum ein. Es wird vielfach als plausibel angenommen, daß gesellschaftliche Werte und Normen in bedeutendem Maße in die Lebensbereiche Arbeit, Freizeit und Reisen ein-

greifen (Rotpart 1995). Für das Freizeit-, Urlaubs- und Reiseverhalten dürften dabei die sogenannten „persönlichkeitsbezogenen Selbstentfaltungswerte hedonistischer und individualistischer Prägung“ von Bedeutung sein (Klages 1993). Dazu werden „Werte“ wie Genuß, Abenteuer, Spannung, Abwechslung bzw. Kreativität, Spontaneität, Ungebundenheit gezählt.

Freizeit und damit auch das Reisen werden zu einem Spiegel des Wertewandels, da sie in die Dynamik gesellschaftlicher Prozesse eingebunden ist. Mit dem Marsch in die Freizeitgesellschaft wird der **Lebensstil stark vom Freizeitstil** geprägt. Nach Schmidt (1993) nimmt der Wert „Reisen“ bei den Deutschen in West und Ost in der Freizeit-Werte-Hierarchie einen vorderen Rangplatz ein, bei Jugendlichen einen Spitzenplatz. Menschen wollen durch (Freizeit-)Reisen solche Werte verwirklichen, die im Alltag durch die Arbeitswelt und die Lebensbedingungen mehr oder weniger zurückgedrängt werden. Die Bedürfnisse können sich auf Gesundheit, Familie, Freizeit, Selbstständigkeit, Bildung, Kommunikation und anderes richten.

Insbesondere wenn Tourismusexperten sich abzeichnende Veränderungen im Reiseverhalten erklären bzw. vorhersagen, greifen sie zurück auf den Wertewandel (Grüner 1993). Viele sind sich darin einig, daß die übergreifenden Veränderungen in der Wertestruktur der Gesellschaft einen großen Einfluß auf das kommende touristische Geschehen ausüben werden: Veränderungen in den Werten und Einstellungen der Menschen werden über das Konsumverhalten (Szallies/Wiswede 1990) auch unmittelbar das Reisegeschehen beeinflussen. So werde sich die Tourismuswirtschaft auf einen „hybriden Verbraucher“, der nicht nur anspruchsvoller (aber je nach Situation auch zurückhaltend in seinen Ansprüchen) sei, sondern auch zwischen unterschiedlichen Lebensräumen und -stilen pendele, einstellen müssen.

Die künftige touristische Entwicklung wird durch veränderte Haltungen der Reisenden in Form neuer und höherer Ansprüche an die Qualität und den Service der touristischen Infrastruktur oder in Form der Suche nach Authentizität und Abenteuer in der Ferne mitgestaltet. Reisen bleibt zwar unverändert wichtig in der Struktur der Freizeitwerte. Es wandeln sich aber die Werte, die mit dem Reisen verbunden sind, und die Wertigkeit der Reisearten: **eine abnehmende Bedeutung des ausgesprochenen Ausruhm- und Erholungsurlaubs geht einher mit der wachsenden Bedeutung des Erlebnis- und Vergnügungsurlaubs.** Während in der Vergangenheit relativ einfach strukturierte Bedürfnisse dominierten, wird der Urlaub der Zukunft auch stark mit Selbstverwirklichungsbedürfnissen identifiziert und durch die Suche nach dem Außergewöhnlichen geprägt. Neben den „Nur-Erholern“ und den „Familiären“ finden sich die „aktiven Genießer“ und die „Trendsensiblen“ (Romeiß-Stracke 1990, S. 33). Neue Trend- und Zielgruppen treten auf, beispielsweise die Gruppe der „Neuen Alten“, die sich im Verhältnis zu den Senioren von gestern durch eine aktive, genußorientierte Lebensgestaltung auszeichnen.

Führt man sich nochmals den Umstand vor Augen, daß die befragten Bundesbürger in den ihnen seit Jahren vorgelegten Motivlisten deutlich mehr Motive als früher nennen, könnte man folgern, daß immer mehr Menschen immer mehr von ihrem Urlaub wollen. Dieser Trend dürfte auch in den nächsten Jahren anhalten, weil das gesellschaftliche Umfeld mit seiner Konsum- und Erlebnisorientierung und der „Inszenierung des Alltags“ sowie die Botschaften der Massenmedien diese Entwicklung verstärken (Hahn 1996, S. 185). Ob der Trend zur Erlebnisorientierung auch zum Erlebnisstreß führt und sich dadurch eine Renaissance von Ruhe und Passivität ergeben könnte – dies bleibt vorläufig offen. Sicher dürfte sein, daß der „passive“ Urlauber und der Stammgast nicht so schnell aussterben werden.

6. Fazit

Die Erforschung des touristischen Verhaltens und insbesondere der sogenannten Reisemotive dient seit langem der differenzierten Beschreibung und Erklärung der Wünsche und Meinungen der Urlauber. Einstellungs- und Lebensstiluntersuchungen ergänzen das Bild.

Gerade die Motivforschung ist aber – unabhängig von ihren Verdiensten – nicht unumstritten. Um die Ursachen des Urlaubsreiseverhaltens zu erklären, postuliert sie verschiedene Motive, wie die „Weg-von“ und die „Hin-zu“-Motivation, die Flucht aus dem Alltag oder das Erholungsbedürfnis. Diese Annahmen sind jedoch bisher entweder gar nicht empirisch belegt oder werden allenfalls dadurch begründet, daß Reisende – nach ihren Verhaltensursachen befragt – entsprechende Antworten gegeben haben (Braun 1993a). Das grundsätzliche Problem der Umfrageforschung zeigt sich auch hier: Die direkte Frage nach den Reisemotiven („Motivmessung“) kann allenfalls – und dies gilt auch für Einstellungs- und Selbsteinschätzungs- und Selbstdarstellungsdimension beantwortet werden. So läßt sich nicht ausschließen, daß die Befragten sich beispielsweise „aktiver“ oder „passiver“ darstellen, als sie es tatsächlich sind. Sehr wahrscheinlich ist auch, daß gesellschaftlich unerwünschte oder problematische Neigungen und Aktivitäten einfach nicht angegeben (bzw. nicht abgefragt) werden. Obwohl sie nicht selten sein dürften, tauchen sie kaum auf. **Daher werden sehr wahrscheinlich nur geäußerte Meinungen und Einstellungen zum Urlaub bzw. die Selbsteinschätzung der Befragten erhoben, nicht aber deren wirklichen Beweggründe und Verhaltensursachen.**

So interessant die vielfältigen Daten aus Befragungen und so kreativ und anregend manche Erklärungsansätze für Reisemotive sein mögen – es bleibt ein gewisses Defizit bei der Beantwortung der Frage nach den Prozessen, Bedingungen und Situationen, unter denen Urlaubsmotive auftreten (Braun 1993a). Da dieser Aspekt der „Motivgenese“ meist ausgeklammert oder eher spekulativ thematisiert wird, erhält die **Motivforschung (dies gilt ähnlich für die Einstellungsforschung) den Charakter einer ge-**

wissen Beliebigkeit. Dies zeigt sich auch darin, daß jeder Ansatz eine andere Zahl von Urlaubsmotiven (oder Einstellungen) als handlungsleitend postuliert (INT 1997, VII, S. 15). Teilt man diese Ansicht, scheint **Forschungsbedarf vor allem bei einer theoriegeleiteten tourismusorientierten Motiv- und Einstellungsforschung** vorzuliegen (Kagelmann 1996).

In der Diskussion über die Veränderungen der gesellschaftlichen Strukturen, die Einfluß auf den Tourismus und seine Entwicklung nehmen, werden in der Fachliteratur übereinstimmend der **gesellschaftliche Wertewandel** und die damit einhergehende Pluralisierung und Ausdifferenzierung der Lebensstile, das sich aus dem Wertewandel herleitende veränderte Verhältnis von Arbeit und Freizeit sowie die sich wandelnden Konsumenteneinstellungen und das damit verbundene multioptionale, spaß- und erlebnisorientierte Konsumverhalten genannt.

Die nach Meinung von Tourismusexperten sich daraus ergebenden Einstellungen und Verhaltensweisen werden mit Begriffen wie „Spaß-“, „Genuß“- und „Freizeitorientierung“ oder mit „Genuß-hier-und-jetzt-Haltung“, „hybrider Konsument“ und „multioptionaler Verbraucher“ belegt. Plastische Thesen dieser Art und Vermutungen über kausale Zusammenhänge zwischen Wertewandel und Tourismus sind sicher **spannend und anregend – aber auch spekulativ**. Von Interesse für die weitere Aufklärung des Zusammenhangs von Wertewandel und touristischem Verhalten wären deshalb **empirische Studien, die die bislang eher spekulativen Erörterungen ablösen** könnten.

Ein blinder Fleck ist der Tourismus auch im Bereich der Forschungsaktivitäten zu den Themen **Umwelt-**

bewußtsein, Umweltverhalten und Umweltlernen. Das ist erstaunlich. Zum einen ist Tourismus und sind touristische Aktivitäten der Bevölkerung von hoher Umweltrelevanz und Verhaltensänderungen hätten potentiell erhebliche Wirkungen. Zum anderen gibt es eine unüberschaubare Menge von Informationsaktivitäten in aufklärender und belehrender Absicht. Deren Prämissen und Ziele und erst recht ihre (verhaltenslenkende) Wirkung ist allenfalls in Einzelfällen erforscht.

Aus einer Fülle von Untersuchungen ist aber mittlerweile zweierlei deutlich geworden. Zum einen gibt es in der Bevölkerung ein hohes sogenanntes Umweltbewußtsein. Die Frage ist, ob es Sinn macht, dieses noch weiter steigern zu wollen, wenn evident ist, daß kein einfacher Weg von „hohem“ Umweltbewußtsein zu entsprechend ökologisch angemessenem Verhalten führt. Zum zweiten scheint das Umweltverhalten ein äußerst eigensinniges und resistentes Phänomen zu sein. **Insbesondere geht die Gleichung mehr Informationen – besseres Umweltverhalten so nicht auf. Das Potential an individueller Verhaltensänderung ist da, aber es ist spärlicher, als vielfach behauptet oder erhofft.** Was dennoch getan werden könnte, und was jenseits traditioneller „didaktischer“ Informationsaktivitäten im Tourismus möglicherweise effektiver wäre – dieser Frage sollte sich Forschung annehmen. Wenn es z.B. gelänge, Ansätze in der Lebensstilforschung weiterzuentwickeln, durch die Zusammenhänge zwischen Umweltbewußtsein, sozialen Strukturen und Alltagsverhalten und Reisen erklärbar würden, könnten vielleicht auch Mittel und Wege transparent gemacht werden, wie sich umweltfreundlicheres Reisen weiter durchsetzen könnte.

VI. Politik

Das „Politikfeld Tourismus“ wird von einer **Vielzahl öffentlicher und privater Akteure** bearbeitet. Diese agieren **auf mehreren Ebenen** – von der kommunalen bis zur internationalen. Im Zuge ihrer Aktivitäten wird ein breites Spektrum z. T. divergierender Interessen verfolgt und kommt ein ganzes Arsenal unterschiedlicher Instrumente zur Anwendung. Im folgenden wird ein Überblick über die wichtigsten Akteure, Strukturen und Instrumente der Tourismuspolitik gegeben und darauf aufbauend eine **Schwachstellenanalyse** vorgenommen¹⁴⁾. Der Schwerpunkt liegt auf der Ebene des Bundes; besondere Berücksichtigung finden Aspekte der Integration von Umweltfragen in die tourismusrelevante(n) Fachpolitik(en).

1. Akteure

1.1 Bundesebene

Verfassungsrechtlich ist die Kompetenzverteilung zwischen Bund und Ländern zu Gunsten der Länder geregelt. Gleichwohl hat der Bund in verschiedenen Bereichen tourismuspolitische Kompetenzen (z. B. in der Gesundheits-, Umwelt-, Sozialpolitik). Darüber hinaus ist er für die Sicherung der Rahmenbedingungen der touristischen Entwicklung zuständig.

Deutscher Bundestag

Im Deutschen Bundestag befaßt sich der „Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus“ mit dem Politikfeld „Tourismus“. Er ist neben dem Landwirtschaftsausschuß und dem Postausschuß der einzige Vollausschuß, der sich thematisch nur einem Wirtschaftssektor widmet. Diese Tatsache deutet bereits darauf hin, daß sich der **Stellenwert des Tourismus im Bundestag** inzwischen **erhöht** hat. Ein Indiz für die zunehmende Bedeutung des Themas ist auch die rege Tätigkeit des Ausschusses. Ein nicht unerheblicher Teil der Arbeit gilt umweltpolitischen Fragestellungen.

Bundesregierung und Bundesministerien

Ein nationales tourismuspolitisches Gesamtkonzept hat die Bundesregierung bislang nicht erarbeitet. Als **programmatische Basis** ihrer Aktivitäten dient ihr nach wie vor das tourismuspolitische Grundsatzzprogramm von 1975. Als grundlegende Ziele werden genannt:

- die Sicherung der Rahmenbedingungen für Urlaubs- und Kurzzeiterholung (Naherholung),

- die Steigerung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Fremdenverkehrswirtschaft,
- die Verbesserung der Möglichkeiten für die Teilnahme breiter Bevölkerungskreise am Fremdenverkehr,
- die Intensivierung der internationalen Zusammenarbeit im Tourismus sowie
- die Verbesserung der Koordination zwischen Bund und Ländern.

Im „Bericht der Bundesregierung über die Entwicklung des Tourismus“ von 1994 wurden diese Ziele weitgehend übernommen und ergänzt durch ein weiteres: „die Erhaltung von Umwelt, Natur und Landschaft als Grundlage des Tourismus“ (BMWi 1994, S. 36ff.).

Tourismuspolitische Fragen sind diversen Fachpolitiken zu- und untergeordnet. Fast jedes Ministerium nimmt – bei entsprechender Zuständigkeit – tourismuspolitische Einzelaufgaben wahr. Auch trifft fast jedes Entscheidungen, die sich direkt oder indirekt tourismuspolitisch auswirken. Die folgende Darstellung konzentriert sich auf das Bundesministerium für Wirtschaft und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.

Die Federführung für tourismuspolitische Angelegenheiten liegt beim **Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi)**. Zu seinen wichtigsten Aufgaben zählen:

- Formulierung von Aufgaben und Zielsetzungen der Tourismuspolitik,
- Mitwirkung bei Rahmensetzungen für die touristische Entwicklung,
- Ressortkoordination,
- konzeptionelle Gestaltung und Abwicklung von Fördermaßnahmen,
- Förderung des Tourismus nach Deutschland (Deutsche Zentrale für Tourismus, DZT),
- Tourismuspolitik der Europäischen Union,
- multilaterale und bilaterale Zusammenarbeit (u. a. OECD, Welttourismusorganisation (WTO), World Trade Organization, GATT),
- Zusammenarbeit mit den Ländern bei der Förderung des Reiseverkehrs in und nach Deutschland,
- tourismusrelevante Forschung.

Die Hauptlast der Arbeit ruht auf dem Referat „Tourismuspolitik“ (II D 2). Seit dem 1. November 1993 ist es Teil der Unterabteilung „Dienstleistungswirtschaft“ (D) in der Abteilung II (Mittelstand, Freie Berufe, Gewerbliche Wirtschaft, Handwerk, Dienstleistungen, Bildungspolitik). Daneben hat, wegen der touristischen Förderprogramme, auch die Unterabteilung II C (Mittelstandsförderung, ERP-Sonderver-

¹⁴⁾ Dieses Kapitel baut wesentlich auf den Gutachten des Europäischen Tourismus Instituts GmbH, ETI, Trier, und der Ecologic gGmbH, Gesellschaft für Internationale und Europäische Umweltforschung, Berlin, auf (ETI 1997, Ecologic 1997). Zur Einordnung der Tourismuspolitik in den weiteren Zusammenhang von Freizeit und Freizeitpolitik hat das Gutachten von S. Agricola in hohem Maße beigetragen (Agricola 1997).

mögen, Inlandsbürgschaften und -finanzierungen) tourismuspolitische Relevanz. Für die Vielzahl der zu bearbeitenden Einzelaufgaben stehen im Tourismusreferat momentan neun Personen, davon vier Mitarbeiter im höheren Dienst, zur Verfügung. Die **knappe Personalausstattung** des Tourismusreferats wird vor allem von der Tourismuswirtschaft bemängelt, die sich nicht gemäß ihrer wirtschaftlichen Bedeutung repräsentiert sieht. Aber auch der Tourismusausschuß des Bundestages, der sich verschiedentlich für eine Aufstockung des Personals eingesetzt hat, konnte bisher beim zuständigen Minister keine entsprechende Zusage erreichen. Zum Vergleich: In der Unterabteilung III C (Bergbau, Kohle, mineralische Rohstoffe, industrielle Bundesbeteiligungen) sind von insgesamt 42 Personen allein 24, in vier Referaten, mit dem Kohlebergbau befaßt (Ecologic 1997, S. 17).

Für die Schnittmenge der Tourismuspolitik bzw. der tourismusrelevanten Fachpolitiken mit der Umweltpolitik ist das **Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)** von besonderer Bedeutung. Hier ist das Referat N II 3 (Tourismus, Sport, Freizeit, Erholungsvorsorge) für den Bereich „Umwelt und Tourismus“ zuständig. Dem Referat sind z. Zt. noch vier Mitarbeiter zugeordnet. Auch dies ist wenig, wenn man bedenkt, daß neben dem Tourismus auch noch die arbeitsintensiven Bereiche Sport, Freizeit und Erholungsvorsorge zu bearbeiten sind. Zwangsläufig muß die programmatische Arbeit zurückbleiben. Für innovative Arbeit, wie sie z. B. für die Einführung neuer politischer Instrumente, etwa des Öko-Audit, notwendig ist, bleibt dann ebenfalls wenig Zeit.

Den Haupteinfluß auf die Tourismuspolitik hat das BMU durch die Schaffung übergreifender Rahmenbedingungen für eine umweltfreundliche Entwicklung im Tourismus, z. B. durch

- Gesetze und Rechtsvorschriften auf allen Gebieten des Umwelt- und Naturschutzes (Schutz von Natur und Landschaft, Reinhaltung der Luft und Klimaschutz, Gewässer- und Bodenschutz, Abfallwirtschaft, Umweltverträglichkeitsprüfung),
- Maßnahmen zur ökologischen Sanierung und Entwicklung,
- Umweltforschung und Umweltaufklärung.

Weitere tourismusrelevante Aktivitäten des BMU liegen in den Bereichen internationale Vereinbarungen, Nutzung marktwirtschaftlicher Instrumente im Umweltschutz, Umweltberatung von Verbänden, Entwicklung von Umweltempfehlungen und Ausrichtung von Wettbewerben.

Das BMU konzentriert sich gegenwärtig auf die Unterstützung touristischer Anbieter bei der Implementierung von umweltschonenden Maßnahmen in ihren Geschäftsbetrieb. In diesem Zusammenhang ist die bereits 1991 von der DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) erstmalig publizierte Broschüre „40-Punkte-Katalog: So führen Sie einen umweltfreundlichen Betrieb“ mit Mitteln des BMU überarbeitet und neu herausgegeben worden.

Daneben wurde zusammen mit dem BMWi der „Bundeswettbewerb umweltfreundliche Fremdenverkehrsorte in Deutschland“ durchgeführt. Im Auftrag des

BMU fand außerdem im November 1994 ein internationaler Workshop zum Thema „Umweltgütesiegel“ statt (Hamele 1996, S. 9). In dieser Tradition plant die Bundesumweltministerin Merkel, zur Vorbereitung der 4. Vertragsstaatenkonferenz zur Biodiversitätskonvention im zweiten Halbjahr 1997 erneut einen internationalen Workshop auszurichten, der sich mit der Vereinheitlichung von Gütesiegeln im Tourismus beschäftigt. Der Tourismus wird auch im Rahmen der Initiative „Schritte zu einer nachhaltigen Entwicklung“ (BMU 1996, S. 12ff.) im Arbeitskreis „Schutz des Naturhaushaltes“ behandelt. Ziel dieses Arbeitskreises ist, Anstöße für eine nachhaltige Flächennutzung zu erarbeiten.

Folgende Schwerpunkte beim Thema „Umwelt und Tourismus“ werden die Arbeit des BMU – im Blick auf den Tourismus in Deutschland – in der nächsten Zeit bestimmen:

- Vereinheitlichung der Vergabe von Gütesiegeln (Labeling),
- Öko-Audit für Dienstleister und für Kommunen,
- tourismusbezogener Verkehr,
- Naturtourismus in Naturschutzgebieten bzw. Biosphärenreservaten.

Das Hauptziel für den Inlandstourismus besteht seitens des BMU darin, eine ökologische Qualifizierung über einheitliche Instrumente herzustellen. Dabei sind das Öko-Audit und das Labeling die bevorzugten Instrumente (Ecologic 1997, S. 22).

1.2 Länderebene

In allen Bundesländern, mit Ausnahme Schleswig-Holsteins, liegt die Federführung in tourismuspolitischen Angelegenheiten bei den Wirtschaftsministerien, -senaten oder -behörden. Andere tourismusrelevante Fachpolitiken werden nur bei Bedarf in den Entscheidungsprozeß einbezogen. Tourismuspolitik dient als Wirtschaftsförderungs- bzw. Strukturpolitik der ökonomischen Entwicklung und wird als wichtiger Impulsgeber für die Beschäftigung gerade in industriell schwachen, aber landschaftlich reizvollen Regionen angesehen (Kern 1995, S. 33 ff.).

Die meisten Bundesländer haben für ihre tourismuspolitischen Belange eigene Programme entwickelt, in denen sie die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Fremdenverkehrs und die Ziele der Tourismuspolitik festlegen. Zumeist definieren sie auch die Kriterien für die Förderwürdigkeit verschiedener tourismuspolitischer Projekte (Becker et al. 1996, S. 54).

Im folgenden werden einige interessante Ansätze koordinierter bzw. integrierter Tourismuspolitik vorgestellt (Ecologic 1997, S. 37 ff.).

In **Hessen** ist Tourismuspolitik Sache des Wirtschaftsministeriums. Die tourismuspolitische Kompetenz liegt dort z. Z. in den Händen des Referats „Infrastruktur, Landesplanung und Regionalentwicklung“. In diesem Referat wird gegenwärtig an einer neuen Tourismuskonzeption gearbeitet. Umweltaspekte sollen in diese Konzeption einfließen.

Besondere Beachtung verdienen die Bestrebungen zur **Regionalisierung der Strukturpolitik**. Ziel ist es, den Entscheidungsprozeß über strukturpolitische Maßnahmen soweit zu dezentralisieren, daß gesellschaftliche Gruppen selbst in Regionalforen vor Ort über konkrete politische Maßnahmen entscheiden können. Das Konzept der Regionalisierung strebt eine Integration aller relevanten Politikfelder, also auch der Tourismus- und der Umweltpolitik, an. Die zu entwickelnde hessische Tourismuskonzeption ist nach Auskunft des Wirtschaftsministeriums ein Bestandteil der neuen Strukturpolitik. Das Land will sich dabei auf den Entwurf von Rahmenkonzepten beschränken. Ziel ist ein „Landesleitbild“ als Grundlage für regionale tourismuspolitische Leitbilder. Nachdem sich die Regionen intern über ihre touristischen Ziele verständigt haben, sollen sie auch ein Mitspracherecht bei der Vergabe von Fördermitteln erhalten – ein regionalisierter, aber seitens des Landes auch koordinierter Abstimmungsprozeß.

Seit 1990 hat sich **Schleswig-Holstein** einem umweltgerechten Tourismus verschrieben. In der ersten Fremdenverkehrskonzeption wurde der „sanfte Tourismus“ zum zukünftigen Markenzeichen des Produkts „Urlaub in Schleswig-Holstein“ erklärt. „Sanfter Tourismus“ bezeichnet aber nicht nur eine Urlaubsform, sondern auch eine Entwicklungsstrategie. 1996 legte die Landesregierung eine neue „Tourismuskonzeption 1996“ vor. Darin werden eine intakte Natur, Umwelt und Landschaft als Kapital und Existenzgrundlage Schleswig-Holsteins bezeichnet. Im einzelnen orientiert sich die Konzeption an den Prinzipien der Umwelt- und Sozialverträglichkeit, der Maxime des „landestypischen“ Tourismus und betont seine gesellschaftspolitische Bedeutung (Landesregierung Schleswig-Holstein 1996).

Das Tourismusreferat und die Federführung in tourismuspolitischen Angelegenheiten wurden 1996 vom Wirtschafts- ins Landwirtschaftsministerium verlagert. Für Grundsatzfragen, ressortübergreifende Themen oder tourismusrelevante Förderentscheidungen, die mehrere Ressorts betreffen, wurde ein interministerieller Ausschuß eingerichtet, der fünf- bis sechsmal im Jahr tagt. Ferner existiert seit 1989 ein „Beirat für Tourismus“. Dieser wurde eingerichtet, um eine enge Abstimmung mit Verbänden und Organisationen des Tourismus zu gewährleisten¹⁵⁾.

Die Umorientierung der Landespolitik hin zu einer integrierten Tourismuspolitik setzt sich im Schleswig-Holsteinischen Fremdenverkehrsverband (FVV) fort. Dort gibt es eine Arbeitsgemeinschaft „Touris-

mus und Umwelt“. Schon seit 1987 existiert das Aktionsprogramm „Natur und Urlaub in Schleswig-Holstein“ beim FVV. Die Aktion wird in Kooperation mit Naturschutzverbänden und anderen Institutionen des Natur- und Umweltschutzes durchgeführt. Der FVV hat seine Marketingstrategie auf dieses Programm abgestimmt, um so die Reisenden zu umweltbewußterem Verhalten zu motivieren. Im Oktober 1996 hat er eine vom Umweltministerium geförderte spezielle Beratungsstelle „Tourismus und Umwelt“ eingerichtet. Schwerpunkte der Arbeit sind die Moderation von Zukunftswerkstätten, die Umsetzung touristischer Umweltbilanzen in den Kommunen und die umweltverträgliche Umsetzung touristischer Verkehrsprojekte.

1.3 EU- und internationale Ebene

Auf EU- und internationaler Ebene entfalten sich seit Jahren verstärkt tourismuspolitische und tourismuspolitisch relevante Aktivitäten. Hier entwickelt sich eine Dimension von Tourismuspolitik, die in Zukunft erhöhte Aufmerksamkeit erfordern wird.

Europäische Union (EU)

Die EU verfügt über keine vertraglich festgelegten tourismuspolitischen Kompetenzen. Die Auseinandersetzung darüber, ob und in welchem Umfang sie Kompetenzen erhalten soll, ist vollem Gange. So stützen sich die tourismuspolitischen Aktivitäten der EU nach wie vor auf Artikel 235 EG-Vertrag. Auf der Basis dieser Generalmächtigung wurde beispielsweise der Aktionsplan zur Förderung des Tourismus von 1993 bis 1995 vom Ministerrat erlassen.

Ohne eigentliche tourismuspolitische Kompetenz, übt die EU dennoch zunehmend Einfluß auf den nationalen Tourismus und die nationale Tourismuspolitik aus. Zum Teil durch gezielte tourismuspolitische Maßnahmen wie den Erlaß der Pauschalreiserichtlinie, zum Teil durch tourismuspolitisch folgenreiche Maßnahmen wie die Liberalisierung des Flugverkehrs, den Erlaß von Umweltrichtlinien und -verordnungen und die Gestaltung von Förderprogrammen.

Ähnlich wie auf nationaler Ebene sind auch auf EU-Ebene tourismuspolitische Aktivitäten diversen Fachpolitiken zu- und untergeordnet¹⁶⁾. In der **EU-Kommission** liegt Tourismuspolitik insbesondere in den Händen der Generaldirektion XXIII (Unternehmenspolitik, Handel, Tourismus und Sozialwirtschaft) und daneben in gewichtigem Maße in denen der Generaldirektion XVI (Regionalpolitik und Kohäsion) und XI (Umwelt, nukleare Sicherheit und Katastrophenschutz). Von größerer tourismuspolitischer Relevanz sind des weiteren die Generaldirektion I, die sich im Rahmen ihrer Osteuropaprogramme mit Tou-

¹⁵⁾ Weitere Schritte zur Verbesserung der tourismuspolitischen Kooperation sind ins Auge gefaßt: Erstens soll die Landesregierung prüfen, inwieweit eine bessere Koordinierung ihrer tourismuspolitischen Aktivitäten notwendig ist. Zweitens soll über die künftigen Schwerpunkte des „Beirates für Tourismus“ diskutiert und seine Zusammensetzung überprüft werden. Drittens werden Zukunftswerkstätten als ein Beispiel für die Nutzung neuer Strategien und Konzepte genannt, mit deren Hilfe sich die Kooperation der tourismuspolitischen Akteure intensivieren ließe und Konflikte abzubauen wären. Eine Zukunftswerkstatt in Nordfriesland, an deren Arbeit rund 400 Personen direkt beteiligt waren, hat nach einem Jahr vor kurzem ein erstes touristisches Konzept vorgelegt (Landesregierung Schleswig-Holstein 1996).

¹⁶⁾ Die Gemeinschaft selbst nennt als tourismusrelevante Tätigkeitsfelder u. a.: Vollendung des Binnenmarktes, Wettbewerbspolitik, Unternehmenspolitik und Dienstleistungen, Verkehrspolitik, Wirtschaftlicher und sozialer Zusammenhalt, Agrarpolitik, Beschäftigung und Sozialpolitik, Allgemeine und berufliche Bildung, Jugend, Baudenkmäler und Kulturgüter, Forschungs- und Entwicklungspolitik, Außenbeziehungen und Entwicklungszusammenarbeit, Statistik (KOM (94) 74 endg.).

ismus befaßt, und die Generaldirektion VI (Landwirtschaft), die mit den sogenannten LEADER-Programmen die touristische Entwicklung in ländlichen Räumen fördert. Auch die Generaldirektion VII (Verkehr) berührt entscheidend die Interessen der Tourismuswirtschaft.

Die Funktion der speziell für den Tourismus zuständigen Generaldirektion XXIII besteht darin, alle Initiativen und Maßnahmen, die den Tourismus betreffen, innerhalb und außerhalb der Kommission zu koordinieren. Die Tourismusabteilung umfaßt rund 50 Mitarbeiter. In der Generaldirektion XVI (Regionalpolitik und Kohäsion), die die meisten tourismusrelevanten Fördermittel betreut, gibt es keine speziell auf den Tourismus ausgerichteten Unterabteilungen.

In der Generaldirektion XI wurde erst Anfang 1997 nach längerer Vakanz das Sachgebiet Tourismus – mit einer Halbtagskraft – wiederbesetzt. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, daß sich zahlreiche andere Einheiten in der Generaldirektion XI mit tourismusrelevanten Fragen beschäftigen. Zu den wichtigsten tourismuspolitisch relevanten Arbeiten der Generaldirektion gehören bisher die Richtlinie über Badegewässer, Umweltverträglichkeitsprüfung, Öko-Audit sowie integriertes Management der Küstengebiete (Brendle/Müller 1996, S. 28).

Offen ist die Frage, wie Umweltaspekte in die tourismuspolitischen Aktivitäten der verschiedenen Generaldirektionen integriert werden können. Ansätze hierzu gibt es. So hebt etwa das 1995 erstellte „Grünbuch“ der Kommission zum Tourismus die „Bedeutung des Tourismus für eine dauerhafte und umweltgerechte Entwicklung“ hervor, auch wenn das Schwergewicht des Dokumentes auf der Betonung wirtschaftlicher Argumente liegt (Brendle/Müller 1996, S. 28). Im von der Generaldirektion XI lancierten 5. Umweltaktionsprogramm der EU „für eine dauerhafte und umweltgerechte Entwicklung“ wurde der Tourismus als eines von fünf zentralen Handlungsfeldern benannt. Allerdings zeigte der Bericht der Kommission von 1995 über die Umsetzung des Programms, daß nur **wenig Fortschritte bei der Integration von Umweltaspekten in tourismusrelevante Politikbereiche** erzielt wurden.

Das **Europäische Parlament (EP)** ist neben der Kommission der zweite wichtige EU-Akteur in Fragen der Tourismuspolitik¹⁷⁾. Es unterstützt seit längerem die Idee einer gemeinsamen Tourismuspolitik der Union mit einer spezifischen rechtlichen Grundlage im Vertrag. Dies unterstreichen auch die jüngsten Beschlüsse, in denen das Parlament Stellung bezogen hat zu den bisherigen und den geplanten zukünftigen Aktivitäten der Union im Bereich des Tourismus (Bennasar Tous 1996, Harrison 1996, Parodi 1996).

Insbesondere der Ausschuß für Umweltfragen, Volksgesundheit und Verbraucherschutz des EP sieht im gemeinsamen Vorgehen der EU-Mitgliedstaaten

eine Basis für die Integration des Umweltschutzes in die Tourismuspolitik. Der im wesentlichen zuständige Ausschuß ist jedoch der Ausschuß für Verkehr und Fremdenverkehr. Auch hier wird die Bedeutung eines umweltverträglichen Tourismus hervorgehoben. Im Zentrum der Betrachtung stehen allerdings vorwiegend wirtschaftspolitische Erwägungen.

Internationale Organisationen

Im Anschluß an die auf der Konferenz der Vereinten Nationen zu Umwelt und Entwicklung (UNCED) 1992 in Rio beschlossene Agenda 21 und die ebenfalls in diesem Rahmen angenommenen Konventionen zum Klimaschutz und zum Erhalt der biologischen Vielfalt gewann das Thema „Umwelt und Tourismus“ international an Bedeutung. Die „World Conference on Sustainable Tourism“ (WCST) 1995 und die gemeinsam vom World Travel & Tourism Council (WTTC), der World Tourism Organization (WTO) und dem Earth Council vorgelegte „Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry“ (WTTC et al. o. J.) markieren weitere Eckpunkte auf dem Weg zu einer international verstärkten Wahrnehmung von tourismusinduzierten Umweltproblemen.

World Tourism Organization (WTO)

Die 1975 gegründete, der UNO über ein Kooperationsabkommen verbundene WTO mit Sitz in Madrid ist die führende internationale Organisation im Tourismus. Ihr gehören 133 Staaten bzw. Gebiete sowie mehr als 300 assoziierte Mitglieder des privaten Tourismussektors an. Ziele der WTO sind die Förderung und Unterstützung der globalen Tourismusentwicklung und die Abstimmung tourismuspolitischer Fragen von weltweitem Interesse. Die WTO gibt jährlich Statistiken zur Entwicklung der Tourismusbranche heraus. Sie hat hierzu Empfehlungen insbesondere im Blick auf eine notwendige Vereinheitlichung vorgelegt (WTO o. J.). Ein weiterer Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Entwicklung nachhaltiger Tourismusformen (WTO 1993).

Deutschland ist Vollmitglied in der WTO und entrichtet einen jährlichen Beitrag von 300 000 DM. Die Bundesregierung sieht nach eigenen Angaben nur begrenzte Einflußmöglichkeiten, weil Deutschland nur eines von ca. 130 Mitgliedern sei.

United Nations Environment Programme Industry and Environment (UNEP IE)

Der UNEP-Aktionsschwerpunkt Tourismus liegt in der Verantwortung des Büros für Industrie und Umwelt (UNEP IE) in Paris. Die UNEP will mit ihrem Tourismusprogramm Regierungen, die Tourismusbranche, Nicht-Regierungsorganisationen (NRO) und die Touristen ansprechen. Das Programm unterstützt Entscheidungsträger in Regierungen und in der Tourismusbranche dabei, insbesondere umweltgerechte Tourismuskonzepte zu entwickeln und umzusetzen. Die UNEP IE konzentriert sich auf die Informationsaufbereitung (Handbücher, Leitfäden) und die Verbreitung umwelt- und tourismusrelevanten Wissens (z. B. Workshops zu „best practice“-Erfahrungen).

¹⁷⁾ An dieser Stelle sollen die Aktivitäten des Europarats wenigstens Erwähnung finden. 1994 z. B. hat der Europarat „Empfehlungen für eine allgemeine Politik für umweltverträgliche und umweltfreundliche Entwicklung“ erarbeitet. Darin werden Grundsätze für einen umweltverträglichen Tourismus formuliert (BfN 1997, S. 246).

Die Bundesregierung steht dem verstärkten Engagement bei umweltrelevanten Fragen des Tourismus positiv gegenüber. Mit der Organisation besteht, insbesondere was die Entwicklung von Umweltkriterienkatalogen und ökologischen „codes of conduct“ angeht, ein reger Informationsaustausch.

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)

Die OECD hat einen speziell für den Tourismus zuständigen Ausschuß eingerichtet. Im November 1996 organisierte sie im Mexiko-Stadt eine Konferenz über künftige Herausforderungen im Tourismus und die Möglichkeiten einer effizienteren Tourismuspolitik.

Die Konferenz betonte die strategische Bedeutung der Umwelt und forderte die für den Fremdenverkehr zuständigen Stellen auf, eine aktive Rolle bei der Gewährleistung einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus zu spielen. Die entscheidende Aufgabe bestehe darin, allgemein anerkannte Kriterien für das Konzept der nachhaltigen Entwicklung zu definieren. Nicht nur in diesem Zusammenhang wurde auf der Konferenz die Relevanz eines angemessenen analytischen und statistischen Instrumentariums betont. Ein weiteres Schwerpunktthema war die Frage nach der Rolle der für den Fremdenverkehr zuständigen staatlichen Stellen in einem sich wandelnden gesellschaftlichen Umfeld. Staatlichen Stellen wird nach Auffassung der OECD zukünftig eine eher koordinierende Funktion zukommen. Dementsprechend fordert die OECD ihre Mitglieder auf, den privaten Sektor verstärkt in die staatliche Entscheidungsfindung einzubeziehen und partnerschaftliche Kooperationsstrukturen aufzubauen (OECD 1996 a).

General Agreement on Trade and Services (GATS)

Touristische Dienstleistungen sind kommerziell handelbar und fallen deshalb unter die Bestimmungen des am 1. Januar 1995 in Kraft getretenen Allgemeinen Übereinkommens über den Handel mit Dienstleistungen (GATS). Die Mehrheit der an der GATT-Uruguay-Runde beteiligten über 100 Staaten haben spezifische Liberalisierungsverpflichtungen für den Tourismussektor übernommen. Das Ziel der GATS-Bestimmungen ist es, ausländischen Dienstleistungsanbietern vollen Zugang zu nationalen Märkten zu gewähren und sie wie inländische Anbieter zu behandeln. Nach Meinung der Bundesregierung stehen die Bestimmungen nicht im Widerspruch zu einer angestrebten nachhaltigen Tourismusentwicklung.

World Travel & Tourism Council (WTTC)

Der WTTC ist eine weltweite Vereinigung von führenden Managern transnationaler Unternehmen der Tourismusbranche. Er gilt als einflußreichste und mächtigste Lobby der Tourismusindustrie (EPS 1996, S. 98; Vanselow 1997, S. 110). Mittlerweile richtet sich das Interesse der 1990 gegründeten Vereinigung auch auf die nachhaltige, umweltgerechte Entwicklung des Tourismussektors. Gerade in der Unterstützung dieser Entwicklung sieht der WTTC eine zentrale Aufgabe. Er hat darum Umweltleitlinien erar-

beitet, die er Unternehmen und Regierungen zur Integration in ihre jeweiligen Zielkataloge empfiehlt. Außerdem wurde in Kooperation mit der WTO und dem Earth Council die „Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry“ erarbeitet. Darin werden Ziele definiert, Handlungsprogramme vorgeschlagen und „best practice“-Beispiele vorgestellt. Schließlich hat das WTTC das „Green Globe“-Programm initiiert. Es richtet sich an Tourismusfirmen und zielt auf eine kostensparende und praxisorientierte Beratung der Klienten zu Fragen des umweltfreundlichen Managements (EPS 1996, S. 104 f.; WTTC et al. o.J.).

2. Beziehungen, Kommunikation, Koordination

Im folgenden werden zunächst die horizontalen Beziehungen auf Bundes- und EU-Ebene dargestellt, anschließend die vertikalen Beziehungen zwischen Bund und Ländern sowie Bund und EU- bzw. internationaler Ebene.

2.1 Die horizontalen Beziehungen

Bundesebene

Aus dem Umstand, daß fast jedes Bundesministerium tourismuspolitische Einzelaufgaben wahrnimmt und darüber hinaus Entscheidungen von tourismuspolitischer Relevanz trifft, ergibt sich ein hoher Bedarf an Kommunikation, Kooperation und Abstimmung. Eine interministerielle Arbeitsgruppe, wie einige Länder sie eingerichtet haben, oder ein anderes Gremium existiert auf Bundesebene aber nicht. Zuständig für die notwendige **Ressortkoordination** ist das BMWi und hier speziell das Referat „Tourismuspolitik“. Die Zusammenarbeit erfolgt informell auf Referatebene. Sie findet nach Bedarf, d.h. von Fall zu Fall statt, wobei die Kontakte zumeist zweiseitig sind, selten mehrseitig.

Die Beziehungen zwischen **Politik und Tourismuswirtschaft** sind von seiten der Wirtschaft dadurch geprägt, daß es ihr schwerfällt, ihre Anliegen zu koordinieren, sich entsprechend zu organisieren und geschlossen aufzutreten. Die überaus heterogene Struktur der Branche und die sehr unterschiedlichen Interessen ihrer Mitglieder schlagen sich nieder in einer entsprechend differenzierten und eher unübersichtlichen Verbandsszene – mit der Folge, daß sich der Politik bis in den letzten Jahren kein repräsentativer und durchsetzungsfähiger Ansprechpartner bot. Erst seit kurzem versucht die Branche, ihre **Kräfte zu bündeln** und mit der Politik in neuer Form ins Gespräch zu kommen: 1995 schloß sich eine Reihe von Verbänden und Großunternehmen zum „Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft“ (BTW) zusammen. Seit 1996 werden die Kontakte zwischen der Branche und dem BMWi durch zwei **neue Gesprächsforen** intensiviert, den „Initiativkreis Tourismus“ und den „Branchendialog“ (Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus 1996). Eine weitere Intensivierung der Beziehungen zwischen Politik und Wirtschaft ergibt sich durch die Gründung der „Deutschen Tourismus Marketing GmbH“ (DTM), in der private und öffentliche Kräfte kooperieren.

EU-Ebene

Die für Tourismus speziell zuständige Generaldirektion XXIII (Unternehmenspolitik, Handel, Tourismus und Sozialwirtschaft) hat u. a. die Aufgabe, alle Initiativen und Maßnahmen, die den Tourismus betreffen, innerhalb und außerhalb der Kommission zu koordinieren. Als **Forum der kommissionsinternen Abstimmung** dient eine **interdirektionale Gruppe**. An den monatlich stattfindenden Sitzungen können prinzipiell alle Generaldirektionen teilnehmen, und die meisten machen von diesem Recht auch Gebrauch. Nach Ansicht externer Beobachter könnten diese Sitzungen – ebenso wie die informelle Kooperation zwischen den Generaldirektionen – ein effektives Zusammenspiel bislang nicht immer gewährleisten. Angesichts der in diesem Jahr beabsichtigten grundlegenden Umstrukturierung der Generaldirektion XXIII, bei der auch die Tourismusabteilung neu organisiert wird, ist eine Prognose für die Zukunft im Moment kaum möglich.

Als Koordinationsgremium zwischen **Politik und Wirtschaft** dient der **Beratende Ausschuß**. In ihm sollen die Kontakte zwischen Europäischer Kommission und den Tourismusverbänden gestärkt werden. Dem Ausschuß gehören 28 touristische Verbände an, die z. B. in die Entscheidungsfindung über gemeinsame Werbemaßnahmen in Drittländern einbezogen werden. 1996 tagte der Ausschuß einmal (Vanselow 1997). Die Zusammenarbeit mit der zuständigen Generaldirektion wird von Verbandsseite zum Teil sehr kritisch gesehen.

Das **Europäische Parlament** plant derzeit keine Veränderungen in seinen Beziehungen zur Privatwirtschaft. Mit der Tourism Group hat es eine Adresse für den Informationsaustausch von Politik und Tourismus-Lobbyisten geschaffen. Sie dient als Plattform für Tourismusexperten des Parlaments, der Kommission und verschiedener Verbände. Sie tagt viermal jährlich in Brüssel oder Straßburg und erstellt Berichte über aktuelle Themen der Reisebranche. Von Tourismusexperten wird die **Tourism Group als Informationsbörse** in der europäischen Tourismusdebatte geschätzt (Vanselow 1997).

2.2 Die vertikalen Beziehungen

Die Beziehung zwischen Bund und Ländern

Die Aufteilung der tourismuspolitischen Kompetenz zwischen Bund und Ländern leitet sich her aus den Artikeln 30, 70ff. und 91a des Grundgesetzes. Die Regelungskompetenz liegt grundsätzlich bei den Ländern, ist aber tatsächlich keineswegs so eindeutig. Im Laufe der Zeit haben sich Bereiche herauskristallisiert, in denen dem Bund ungeschriebene Gesetzgebungszuständigkeit zugebilligt wird. So hat sich angesichts der wirtschaftlichen Relevanz des Tourismus das BMWi immer stärker dem Tourismus zugewandt und damit faktisch die tourismuspolitische Kompetenz des Bundes erweitert.

Das wichtigste Koordinationsgremium zwischen dem Bund und den Ländern ist der **Bund-Länder-Ausschuß Tourismus**. Er dient als Informationsforum und

zur Abstimmung wichtiger Maßnahmen. Vertreten sind die Landeswirtschaftsministerien bzw. die Wirtschaftsbehörden oder -senate. Den Vorsitz hat der Referatsleiter „Tourismuspolitik“ des BMWi. Je nach Thematik können Vertreter anderer Fachressorts hinzugezogen werden. Der Ausschuß tagt in der Regel zweimal jährlich. Da er auf der freiwilligen Kooperation von Bund und Ländern beruht, existiert keine schriftliche Erklärung über seine Kompetenzen und Aufgaben. Neben dem Bund-Länder-Ausschuß existiert ein **Bund-Länder-Ausschuß-Ost**, der eigenständig tagt und 1996 zweimal zusammentraf. Er dient dem regelmäßigen Austausch der Tourismusreferenten der neuen Bundesländer untereinander und dem Austausch mit dem BMWi. Er kooperiert eng mit dem gesamtdeutschen Ausschuß.

Der tourismuspolitischen Kommunikation zwischen den Bundesländern und dem Bund dienen auch die **Wirtschaftsminister- und Umweltministerkonferenzen**¹⁸⁾, an denen jeweils neben den Landesministern auch der zuständige Bundesminister teilnimmt. So hat die Wirtschaftsministerkonferenz der Länder z. B. 1995 auf Initiative Schleswig-Holsteins ein Eckpunktetpapier „Tourismuspolitik in Deutschland“ verabschiedet. Unter anderem sprachen sich die Wirtschaftsminister für eine engere Kooperation von Bund, Ländern, Tourismusgemeinden und Tourismusorganisationen aus (Landesregierung Schleswig-Holstein 1996, S. 107).

Schließlich finden **Abstimmungsprozesse** zwischen Bund und Ländern – nach Bedarf und auf den einzelnen Fall bezogen – auf **Referatebene** statt. Dabei dominieren wirtschaftspolitische Fragen. Zwischen dem BMU und den jeweiligen Länderministerien bestehen demgegenüber weniger intensive Beziehungen.

Die Beziehung zwischen Bund, Ländern und EU

Das tourismuspolitische Verhältnis zwischen Bund und Europäischer Union ist derzeit gekennzeichnet von der grundsätzlichen Frage der Kompetenzverteilung. Auf der Unionsebene setzen sich bisher sowohl das Europäische Parlament als auch die Kommission für eine erweiterte Kompetenz der Gemeinschaft (und damit auch für eine Ausdehnung des eigenen Verantwortungsbereichs) in Sachen Tourismus ein. **Die Interessen der 15 Mitgliedstaaten differieren**. Während die vom Tourismus abhängigen Hauptreise Länder im Süden der EU-Kompetenz positiv gegenüberstehen, weil sie u. a. von den Förderprogrammen der EU profitieren würden, sehen es die potentiellen Nettozahler naturgemäß anders.

Die **Bundesregierung hat sich** bisher mit Nachdruck **gegen eine spezielle Gemeinschaftskompetenz der Union im Tourismus ausgesprochen**. Zum einen wird befürchtet, daß sich mit einer stärkeren gemeinschaftlichen Tourismuspolitik finanzielle Ansprüche der Mittelmeerstaaten verbinden könnten, zum anderen verweist man auf das Subsidiaritätsprinzip und

¹⁸⁾ In Einzelfällen gilt dies auch für andere Ministerkonferenzen, wie etwa die Ministerkonferenz für Raumordnung (Brendle/Müller 1996, S. 12).

die vorrangige Bedeutung der Regionen für den Tourismus. Zugleich befürwortet die Bundesregierung Gemeinschaftsaktionen in Bereichen, in denen ihr konzertiertes Handeln erforderlich erscheint. Dazu zählt sie Maßnahmen zur Verfolgung der Binnenmarktziele, die Harmonisierung der Tourismusstatistik und die Zusammenarbeit im Bereich „Umwelt und Tourismus“ (BMWi 1994, S. 108f.). Zur Zeit arbeitet die Bundesregierung an einem entsprechenden Entwurf für die EU-Tourismuspolitik.

Die Frage der Kompetenzverteilung verkompliziert sich durch die Länder. Einerseits ist der Bund als Vertreter nationaler Interessen der EU gegenüber der maßgebliche Akteur, andererseits will man von seiten der Länder Kompetenzverlagerungen, sei es an den Bund, sei es an die EU, vermeiden. Allerdings sind die Länder in bezug auf die EU nicht alle gleich konsequent in ihrer Ablehnung. Einzelne, insbesondere die Stadtstaaten und Länder in grenznahen Regionen, bewerten Kompetenzübertragungen an die EU nicht nur negativ.

Für die Koordination der Interessen von EU und Mitgliedstaaten existiert kein institutionalisiertes Gremium auf Ministerebene¹⁹⁾. Eine gewisse Koordination leistet der **Verwaltungsausschuß Tourismus**. Der Ausschuß, der eingesetzt wurde, um die Durchführung des Aktionsplans 1993 bis 1995 zu unterstützen, setzt sich zusammen aus Vertretern der Tourismus- bzw. Wirtschaftsministerien der Mitgliedstaaten und einem Kommissionsvertreter, der den Vorsitz innehat. Auch arbeiten Vertreter aus EWR-Ländern mit.

Die Beziehung zwischen Bund und internationaler Ebene

Einhergehend mit der Internationalisierung und Globalisierung der Tourismusindustrie nimmt das Gewicht internationaler Organisationen zu. Die deutsche Politik hat auf diesen Trend bisher eher zögerlich reagiert. Das BMU ist in die tourismusbezogene Zusammenarbeit mit internationalen Organisationen nur selten eingeschaltet. Allerdings vertritt es die Bundesrepublik bei internationalen Umwelt- und Naturschutzabkommen, die wahrscheinlich zunehmende Bedeutung für den Tourismus erhalten werden.

Neben den **internationalen Organisationen** stehen als Plattformen zur Bearbeitung des Themas „Umwelt und Tourismus“ auch die **Vereinbarungen und Konventionen zum Umweltschutz** bzw. die damit einhergehenden internationalen Verhandlungsprozesse offen²⁰⁾.

¹⁹⁾ Denkbar wäre ein ständiger Tourismusrat der Tourismus- bzw. Wirtschaftsminister unter Teilnahme von Mitgliedern der Kommission.

²⁰⁾ Auswirkungen auf den Tourismus haben insbesondere die folgenden Abkommen: Ramsar-Konvention zum Schutz von Feuchtgebieten (1971), Übereinkommen zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt (1972), Washingtoner Artenschutzabkommen (1973), Protokoll zum Antarktisvertrag betreffend den Umweltschutz (1991), Konvention zum Schutz der Alpen/Protokoll über Naturschutz (1991/1994), Biodiversitätskonvention (1992), Klimaschutzkonvention (1992), Konvention zum Schutz der Nordsee und des Nordostatlantik (1992), Agenda 21 (1992), Ostsee-Konvention (1992).

Besondere Bedeutung kommt der 1992 beschlossenen Biodiversitätskonvention zu. Auf deutsche Initiative hin sind erste Schritte im Hinblick auf die Ergänzung der Konvention um ein Tourismusprotokoll unternommen worden. Im Vorfeld der Internationalen Tourismus Börse (ITB) im März 1997 konnte im Rahmen einer internationalen Umweltministerkonferenz zum Thema „Biodiversität und Tourismus“ die **„Berliner Erklärung“** verabschiedet werden, die Prinzipien für einen nachhaltigen Tourismus formuliert. Nach Einschätzung des BMU ist die Deklaration ein wichtiger Baustein für eine noch zu schaffende völkerrechtlich verbindliche Vereinbarung zum nachhaltigen Tourismus. Die Unterzeichnerstaaten streben an, sie in die vorbereitenden Beratungen zur 1998 stattfindenden 4. Vertragsstaatenkonferenz der Biodiversitätskonvention in Bratislava einfließen zu lassen.

3. Steuerungsinstrumente

Ordnungsrechtliche Instrumente

Auf den Tourismus wirken Regelungen aus den verschiedensten Politikbereichen, wie z.B. Umwelt-, Verkehrs-, Infrastruktur- oder Landwirtschaftspolitik ein²¹⁾. Ordnungsrechtliche Instrumente haben den **Vorteil**, daß z.B. Umweltschutzerfordernisse konsequent umgesetzt werden können. So enthält u. a. das Bundesnaturschutzgesetz eine Liste der generell geschützten Biotope. Die Bundesländer sind verpflichtet, den Schutz dieser Lebensräume in ihren Gesetzen zu konkretisieren. Aufwendige behördliche Prüfverfahren vieler Einzelfälle entfallen (BfN 1997, S. 207). Als **Nachteil** des Einsatzes ordnungsrechtlicher Instrumente wird der weitreichende Eingriff in die Handlungsautonomie der betroffenen Akteure, verbunden mit der Gefahr der Überregulierung, kritisiert.

Obwohl es eine Vielzahl ordnungsrechtlicher Eingriffe gibt, die sich auf den Themenkomplex „Umwelt und Tourismus“ auswirken, sind gezielte staatliche Eingriffe bisher nicht zu erkennen. Die gesetzliche Integration von umweltpolitischen Erfordernissen in tourismusrelevante Fachpolitiken bzw. Gesetze findet bisher nicht statt. Will man das Ordnungsrecht als „Rückgrat der ökologischen Komponente in der Marktwirtschaft“ (BMU 1996, S. 9) tatsächlich für einen nachhaltigen Tourismus nutzen, böte sich zunächst die Überarbeitung bestehender tourismusrelevanter Regelungen an.

Wie schwierig die Anpassung bestehender Gesetze in der Praxis allerdings ist, zeigt das Beispiel einer Vereinheitlichung im Küstenschutz: Das Bundesrecht sieht keinen generellen Schutz vor, auf Länder-

²¹⁾ Brendle/Müller (1996, S. 35) listen die folgenden Anwendungsbereiche ordnungsrechtlicher Eingriffe auf: EU-Richtlinien zu Pauschalreisen, Time-Sharing, Dienstleistungshaftung; Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Arbeitsförderungsgesetz, Bundesverkehrswegeplan, Baugesetzbuch, Bundes- und Landesraumordnungsprogramme, Bundes-Immissionsschutzgesetz, UVP-Gesetz, Bundes- und Landesnaturschutzgesetze, Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie, Badegewässer-Richtlinie, Gesetz zur Anerkennung von Kurorten, Öko-Audit-Verordnung, Verpackungsverordnung.

ebene sind unterschiedliche Regelungen getroffen: In Mecklenburg-Vorpommern wird ein 200 m breiter Küstenstreifen geschützt, in Schleswig-Holstein ein nur 50 m breiter. Für die europaweite Vereinheitlichung sind die Aussichten gegenwärtig nicht günstig (BfN 1997, S. 207).

Fiskalische Instrumente

Steuer- oder Abgabearten mit Auswirkungen auf den Tourismus sind insbesondere im Verkehrssektor zu finden. Vor allem die Steuern auf Benzin und die Nichtbesteuerung von Flugbenzin haben als versteckte Subventionierung von Fernreisen Auswirkungen zu Lasten des Deutschlandtourismus: Die steuerlichen Rahmenbedingungen beeinträchtigen die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Tourismusregionen. Dazu kommt ihr „ökologisch kontraproduktiver Charakter“ (UBA 1997, S. 292). Gerade was die Steuer- und Abgabepolitik angeht, sind gemeinsame internationale Anstrengungen nötig, will man angesichts der Tendenz zur Globalisierung in der Reiseverkehrswirtschaft nicht in einen Wettbewerb um die niedrigsten tourismusrelevanten Steuersätze – mit negativen Konsequenzen für die Umwelt – eintreten. Auch unter diesem Aspekt sollten z. B. die Diskussionen innerhalb der Europäischen Union um eine Harmonisierung der Umsatzsteuersätze beobachtet werden (Brendle/Müller 1996, S. 35 f.).

Fördermittel

In der Bundesrepublik existiert **kein Förderinstrumentarium, daß speziell auf die Belange des Tourismus zugeschnitten ist**. Tourismusförderung erfolgt fast ausschließlich im Rahmen von Programmen und mit Hilfe von Instrumenten, die nur unter anderem dem Tourismus zugute kommen sollen.

- Im Rahmen der **Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“** (GRW) wird zum einen die Entwicklung der gewerblichen Wirtschaft und zum anderen die der Infrastruktur gefördert. Bei der Entwicklung der Infrastruktur werden erstens tourismusrelevante Geländeerschließungen unterstützt, zweitens öffentliche Einrichtungen wie Kuranlagen, Museen, Rad- und Wanderwege etc. bezuschußt, und drittens können – seit der Verabschiedung des 24. Rahmenplans der GRW von 1995 – die Erstellung „integrierter regionaler Entwicklungskonzepte“ oder Planungs- und Beratungsleistungen unterstützt werden, die der Auftraggeber zur Vorbereitung förderfähiger Infrastrukturprojekte nutzt.
- Im Rahmen der **Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“** (GAK) werden einzelbetriebliche Investitionsmaßnahmen von landwirtschaftlichen Betrieben im Beherbergungsbereich gefördert (Urlaub auf dem Bauernhof) (Brendle/Müller 1996, S. 15).
- Ein ebenso breites wie differenziertes Spektrum von aus öffentlichen Mitteln finanzierten oder abgesicherten **Darlehens- und Bürgschaftsprogram-**

men steht hauptsächlich kleinen und mittleren Unternehmen zur Verfügung.

- Die Bundesregierung fördert im Rahmen des BMWi-Haushaltstitels „Leistungssteigerung im Fremdenverkehrsgewerbe“. Informations- und Schulungsveranstaltungen für Fach- und Führungskräfte sowie Unternehmensberatungen. Außerdem finanziert sie das Deutsche Seminar für Fremdenverkehr (DSF) mit, das ebenfalls der Professionalisierung der in der Tourismuswirtschaft Beschäftigten dient. Nicht zuletzt unterstützt sie touristische Messen bzw. die Teilnahme daran.

Gütesiegel und Umweltwettbewerbe

Für die Förderung des Umweltschutzes im Tourismus sind Gütesiegel und Umweltwettbewerbe von potentiell hoher Relevanz. Als sogenanntes „weiches“, marktkonformes Instrument könnte gerade das Gütesiegel ein **effizientes Mittel zur umweltfreundlichen Gestaltung von touristischen Angeboten** sein. Um marktbeeinflussende Wirkung zu entfalten, sollte es allerdings mehrere Kriterien erfüllen: Es muß vom Kunden akzeptiert werden, dem Anbieter – nach dem Motto „better environment – better business“ – Marktvorteile bringen und dadurch Wettbewerber zur Nachahmung anregen. Außerdem sollte es dem Anbieter wirkliche ökologische Anstrengungen abverlangen, langfristig konzipiert und damit auf Langzeitwirkung angelegt sein (Hamele 1996, S. 5 ff.).

Kritisch vermerkt wird der mittlerweile kaum noch überschaubare **Wirrwarr kommunaler und regionaler Umweltsiegel**. Als Reaktion darauf ist eine Tendenz zu für größere Räume gültigen Siegeln zu verzeichnen. Bezüglich der Vor- und Nachteile von Gütesiegeln und Umweltwettbewerben gibt es verschiedene Auffassungen. Beispielsweise ist die „Blaue Europa-Flagge“ für Strände und Sportboothäfen umstritten, weil europaweit keine einheitlichen Vergabekriterien existieren und somit Wettbewerbsverzerrungen ermöglicht werden. Probleme hinsichtlich der Kriterien ergeben sich auch beim „Bundeswettbewerb Umweltfreundliche Fremdenverkehrsorte in Deutschland“ (BfN 1997, S. 214 ff.).

Verhandlungslösungen und Selbstverpflichtungen

Verhandlungslösungen zwischen Staat und Privaten bzw. Selbstverpflichtungen privater Akteure werden zunehmend als Instrumente zur Erreichung umweltpolitischer Ziele genutzt. International liegen bereits zahlreiche Selbstverpflichtungen der Tourismuswirtschaft vor. Mittlerweile hat auch die deutsche Tourismuswirtschaft eine „Umwelterklärung der Spitzenverbände und -organisationen des deutschen Tourismus“ verabschiedet.

Durch Verhandlungslösungen, z. B. in Form von Umweltvereinbarungen, werden im Idealfall Umweltmaßnahmen im Vorgriff auf die formale Rechtsetzung angestoßen. Nach Ansicht der EU-Kommission haben Umweltvereinbarungen im wesentlichen drei Vorteile: Sie fördern eine fortschrittliche Haltung der Industrie, sie ermöglichen kostenwirksame und maßgeschneiderte Lösungen im Interesse der Industrie,

und sie führen zu einer schnelleren Umsetzung der gesteckten Ziele. Kritiker halten dem entgegen, daß mit Umweltvereinbarungen Lösungen erzielt werden, die hinter dem mit anderen Mitteln Erreichbaren zurückbleiben: Akteure der Wirtschaft kämen den Forderungen des Staates gerade so weit entgegen, wie es notwendig sei, um staatliches Eingreifen zu verhindern.

Informatorische und partizipatorische Instrumente

Vielfach wird der Information des Kunden große Bedeutung für seine Reiseentscheidung und sein Reiseverhalten zugeschrieben. So kann die Aufklärung, z. B. über Umweltauswirkungen einer Reise, möglicherweise einen Teil der Nachfrager dazu bewegen, eine umweltfreundlichere Alternative zu wählen. Aufklärungskampagnen oder Beratungsmöglichkeiten zielen auf einen allmählichen Bewußtseins- und Verhaltenswandel bei Kunden wie auch bei Anbietern. Allerdings kann die Sensibilisierung des Bewußtseins nur dann zu praktisch umweltfreundlichem Verhalten führen, wenn entsprechende touristische Dienstleistungen und Infrastrukturen tatsächlich zur Verfügung stehen und auch offeriert werden.

Partizipatorische Instrumente werden im Bereich Tourismuspolitik zumeist auf regionaler oder kommunaler Ebene eingesetzt, z. B. mit der Einrichtung eines „runden Tisches“, der dazu dient, relevante Akteure an einem Entscheidungsprozeß zu beteiligen. Sie erlauben einen veränderten, **offenen Umgang von Entscheidungsträgern mit Bürgern und Betroffenen**, schaffen die Möglichkeit, deren Interessen und Kompetenzen in Entscheidungsprozesse mit einzubringen und fördern potentiell die Akzeptanz einer getroffenen Entscheidung.

Planungsinstrumente

Der Tourismus ist eines der von der **Raumordnung** zu koordinierenden Fachgebiete. Im Hinblick auf die umweltschonende Entwicklung von Fremdenverkehrsprojekten kann dieses Instrument eine entscheidende Rolle spielen.

Die Bundesregierung hat bei der Raumordnung nach Artikel 75 des Grundgesetzes nur eine Rahmenkompetenz. Die **raumordnerische Planungshoheit liegt bei den Ländern**. Im „Raumordnungspolitischen Orientierungsrahmen“ des BMBau von 1993 wird der Fremdenverkehr auch nur mit recht globalen Formulierungen aufgegriffen. U. a. sollen bei der weiteren touristischen Entwicklung verstärkt Umweltbelange berücksichtigt werden²²⁾ (Becker et al. 1996, S. 65).

²²⁾ Über die Möglichkeiten der Raumordnung als Instrument für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus sind sich auch die Umweltminister der Bundesländer einig. Sie heben beispielsweise die Entwicklung gemeinsamer Raumordnungsrichtlinien für die Ostseeküstenregion hervor. Ihre Vorschläge gehen so weit, daß empfindliche Küstenstreifen touristisch nicht erschlossen werden sollen (BfN 1997, S. 208).

Neuere Entwicklungen in der Raumordnungspolitik werden im 1995 vorgelegten „Raumordnungspolitischen Handlungsrahmen“ der Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO) sichtbar. In diesem Gremium wird über raumordnerische Fragen von Bedeutung für Bund und Länder beraten. Im „Handlungsrahmen“ wird die Region als wichtigste Umsetzungsebene raumordnerischer Aktivitäten hervorgehoben. In der Landes- und Regionalplanung soll die Ausarbeitung und Umsetzung von Entwicklungskonzeptionen und Leitbildern intensiviert werden. Auch wird eine verstärkte interkommunale Kooperation gefordert, und es werden sogenannte Regionalkonferenzen als neue Instrumente angeregt.

Neben raumordnerischen Instrumenten wird in Deutschland insbesondere das Instrument der **Landschaftsplanung** genutzt, um umweltverträgliche touristische Entwicklungen zu gewährleisten. Die gesetzliche Grundlage der Landschaftsplanung ist das Bundesnaturschutzgesetz mit den speziellen Regelungen der Bundesländer. In kommunalen Landschaftsplänen und in regionalen Landschaftsrahmenplänen können die ökologischen Rahmenbedingungen für die touristische Entwicklung umfassend dargestellt werden. Damit wird eine Abwägung von ökologischen und touristischen Ansprüchen möglich (BfN 1997, S. 207).

In diesem Zusammenhang ist auch die **Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP)** zu nennen. Mit ihr steht ein Instrument des präventiven Umweltschutzes zur Verfügung. Viele touristische Projekte, wie z. B. Feriendörfer oder Hotelkomplexe, müssen sich einer UVP unterziehen. Sie ermöglicht grundsätzlich eine Abwägung bzw. einen Ausgleich von ökonomischen und ökologischen Interessen. Problematisch ist bisher u. a., daß es keine standardisierten UVP-Kriterien gibt.

Im Unterschied zur UVP überprüft das **Öko-Audit** die Umweltauswirkungen während der betrieblichen Tätigkeit. Die Teilnahme ist hier freigestellt. Nach den Plänen der Regierung sollen zukünftig Reiseveranstalter und -anbieter, Luftverkehrs- und Schifffahrtsunternehmen sowie auch Unternehmen, die die Personenbeförderung auf dem Landwege übernehmen, ein Öko-Audit durchführen können. Ausgeschlossen sind damit weiterhin kommunale Verwaltungen (Fremdenverkehrsorte), für die diese Möglichkeit inzwischen in Großbritannien geschaffen wurde. Ausgeschlossen sind daneben auch Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe.

4. Tourismuspolitik – eine Schwachstellenanalyse

Im folgenden wird, anknüpfend an die vorangegangene Darstellung, eine **Schwachstellenanalyse** der Tourismuspolitik in Deutschland vorgenommen. Der Schwerpunkt liegt auf der Ebene des Bundes. Der Maßstab, der der Analyse zugrundeliegt, ist eine koordinierte und integrierte Tourismuspolitik, die der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus durch eine realitätsgerechte und zukunftsorientierte Konzeption und Praxis Rechnung trägt.

Tourismuskonzeption/Leitbild touristischer Entwicklung – Fehlanzeige

Als ein Symptom einer defizitären Tourismuspolitik wird diagnostiziert, daß die tourismuspolitischen Aktivitäten und die Realität des Tourismus sich voneinander entfernen. Als ein Grund, der zu diesem Auseinandergehen beiträgt, wird das **Fehlen eines nationalen tourismuspolitischen Gesamtkonzeptes** genannt. Gemeint ist eine themen- und ressortübergreifende Tourismuskonzeption, die auf einer **realitätsgerechten Bestandsaufnahme des Tourismus** basiert, Bedingungen, Chancen und Grenzen der Tourismusentwicklung aufzeigt, ein **Leitbild** formuliert, entsprechende Ziele festlegt und beschreibt, auf welchen Wegen und mit welchen Maßnahmen sie erreicht werden könnten.

Das tourismuspolitische Grundsatzprogramm enthält zwar einen Katalog weich formulierter, in Unterpunkten konkretisierter Ziele. **Allerdings ist nicht erkennbar, daß diese Ziele aus einer Analyse der gesellschaftlichen Realität des Tourismus hergeleitet wären.** Vielmehr spiegeln sie, was die Politik im Laufe von Jahrzehnten ganz praktisch an tourismusbezogener Problematik und Verantwortung entdeckt und an sich gezogen hat. Ebenfalls nicht erkennbar ist, daß die Ziele an einem Leitbild touristischer Entwicklung orientiert und entsprechend aufeinander abgestimmt wären. Schließlich **fehlt es dem Programm an strategischen und organisatorischen Hinweisen darauf, wie die skizzierten Ziele realisiert werden sollen.**

Daß eine derart geschichtlich gewachsene, heterogene und entsprechend inkohärente Programmatik den Anforderungen, die an eine ganzheitliche, leitbildgeführte tourismuspolitische Konzeption gestellt werden, nicht genügt, liegt auf der Hand. Ob sie den Anforderungen an eine Tourismuspolitik, die „auf der Höhe der Zeit“ agieren will, noch entspricht – dies wäre politisch zu diskutieren und mit Gründen zu entscheiden.

Überbetonung der wirtschaftspolitischen Dimension des Tourismus

Nicht zufällig liegt die Federführung in tourismuspolitischen Angelegenheiten im Bund wie in fast allen Ländern bei den Wirtschaftsministerien. Tourismus wird in der Bundesrepublik traditionell wahrgenommen als Wirtschaftsfaktor, **Tourismuspolitik** entsprechend **betrieben als Wirtschaftspolitik**. Die gewachsene, „selbstverständliche“ **Dominanz der wirtschaftlichen Orientierung** hat als Folge, daß der Schwerpunkt tourismuspolitischer Aktivitäten auf der Wirtschaftsförderung liegt.

Das eigentliche Ziel der Maßnahmen ist allerdings in der Regel nicht die Förderung des Tourismus, sondern ein anderes, höher angesetztes, nämlich die Verbesserung der Struktur wirtschaftlich schwacher Räume – unter spezieller Berücksichtigung des Mittelstandes. Anders gesagt: Die Förderung des Tourismus fungiert als Instrument der Struktur- und Beschäftigungspolitik, sie dient der regionalen Entwicklungspolitik. Diese **Verquickung von Tourismus mit strukturpolitischen Anliegen** führt in der Praxis nicht selten zu sowohl tourismuspolitisch als auch ökonomisch fragwürdigen Ergebnissen.

Es ergeben sich darüber hinaus z.T. paradox anmutende Folgen. Eigentlich könnte man erwarten, daß die Zuordnung touristischer Angelegenheiten zur Wirtschaftspolitik die Wahrnehmung des Tourismus als eigenständigen und eigengewichtigen ökonomischen Faktor erleichtert. Die Art aber, wie Tourismuspolitik in Wirtschaftspolitik integriert ist – nämlich schwerpunktmäßig als Instrument der Strukturpolitik –, behindert gerade diese Wahrnehmung. Des weiteren isoliert sie den Tourismus aus seinem gesellschaftlichen Kontext. Sie behindert die Öffnung des Blicks und der Praxis dafür, daß der Tourismus – auch und gerade als Wirtschaftsfaktor – auf mittlere und längere Sicht nur dann gedeihen kann, wenn bei seiner Entwicklung neben ökonomischen auch ökologische und soziale Aspekte – gleichgewichtig – systematisch mitbedacht und berücksichtigt werden.

Strukturen, Kommunikation, Koordination

Auf **Bundesebene** findet sich außer dem „Ausschuß für Tourismus“ des Bundestages kein öffentlicher Akteur, der sich ausschließlich mit Tourismus befaßt. **Eine „Fachpolitik Tourismus“ existiert nicht.** Vielmehr sind tourismuspolitische Fragen diversen Fachpolitiken zu- und untergeordnet. Dabei sind innerhalb der Ministerien tourismuspolitische Aktivitäten stets Nebenaktivitäten, **Tourismuspolitik ist Nebenpolitik**. Über die Befassung mit tourismuspolitischen Einzelaufgaben hinaus, trifft fast jedes Ministerium Entscheidungen, die sich direkt oder indirekt tourismuspolitisch auswirken (z. B. Gesetze und Vorschriften zum Schutz von Natur und Landschaft oder die Gesundheitsreform mit ihren Folgen für das Kur- und Bäderwesen) (ETI 1997, S. 48f.).

Derart entsteht ein weites Feld tourismuspolitischer sowie tourismuspolitisch relevanter oder folgenreicher Aktivitäten – aber keine Tourismuspolitik. **„Tourismuspolitik“ im Sinne einer gut koordinierten, abgestimmten Politik gibt es auf dieser Ebene nicht.** Dazu sind **die Akteure zu zahlreich, die Kompetenzen zu stark aufgeteilt und Strukturen und Mechanismen der Koordination und Abstimmung zu schwach oder nicht angemessen entwickelt.**

Im Blick auf die Akteursbeziehungen erscheinen folgende Aspekte besonders problematisch:

- **Fragmentierung der Kompetenzen** sowohl in horizontaler als auch in vertikaler Dimension: Die politischen Zuständigkeiten sind nicht immer klar definiert und abgegrenzt. Sie überlappen sich, konkurrieren miteinander und können sich auch verschieben. Verschiebungen im Kompetenzgefüge haben sich ergeben bzw. ergeben sich z. B. dadurch, daß
 - das BMWi im Zuge der Wahrnehmung der Gemeinschaftsaufgaben seine tourismuspolitischen Aktivitäten nach und nach ausgedehnt und damit faktisch die Kompetenz des Bundes erweitert hat;
 - mit der Gründung von Umweltministerien in den 80er Jahren neue Akteure ins Spiel gekommen sind;

- die EU – ohne eigentliche tourismuspolitische Kompetenzen zu haben – wachsenden tourismuspolitischen Einfluß ausübt.

Insgesamt nehmen der Umfang und die Komplexität des Feldes zu. Damit steigt der Bedarf an ausgleichender, vermittelnder Kooperation. Dem sind die ungeplanten, quasi nebenbei entstandenen organisatorischen Gegebenheiten der Tourismuspolitik – Strukturen, Mechanismen und personelle Kapazitäten – nur bedingt gewachsen.

- **Durchgehend untergeordneter Status und geringe personelle Ausstattung** der mit tourismuspolitischen Aufgaben befaßten organisatorischen Einheiten auf nahezu allen politischen Ebenen: Hierin drückt sich aus, daß dem Tourismus keine besondere Aufmerksamkeit geschenkt wird. Es trägt aber auch dazu bei, **Tourismuspolitik in der Rolle der Nebenpolitik zu fixieren**. Problematisch ist speziell die knappe Personalausstattung. Mit ihr läßt sich Politik zwar verwalten, für inhaltliche Ausweitung und Verbesserung der Arbeit, für konzeptionelle und strategische Arbeit, für Intensivierung von Kommunikation und Koordination aber dürfte kaum Spielraum sein.
- **Mängel in Kommunikation und Abstimmung:** Diese äußern sich symptomatisch etwa in nicht abgestimmten Förderprogrammen oder in der mangelnden Abstimmung wirtschaftlicher mit ökologischen Belangen.

In Hinblick auf die **horizontale Koordination** ist festzuhalten, daß die vom BMWi gesteuerte Zusammenarbeit zwischen den Ressorts keine feste Form hat, sondern **informell** auf Referatsebene erfolgt, und zwar von Fall zu Fall. Die fallweise, informelle Kooperation auf Arbeitsebene sichert einerseits ein hohes Maß an Flexibilität. Sie bewirkt andererseits aber auch, daß einzelne Ministerien tourismusrelevante Entscheidungen treffen, die mit dem Vorgehen und den Zielvorstellungen anderer Ministerien nicht unbedingt in Einklang stehen²³⁾. Ihre Schwächen liegen speziell darin, daß

- **Überblick** über die diversen tourismuspolitischen und tourismuspolitisch relevanten Aktivitäten **nicht so gewährleistet ist**, wie das z. B. in einer etablierten Arbeitsgruppe der Fall wäre – mit der Folge, daß nicht oder nicht rechtzeitig koordiniert wird;
- **selektiv koordiniert wird**, und zwar derart, daß die Koordination sich auf wirtschaftspolitische Materien konzentriert bzw. bei der Abstimmung **wirtschaftspolitische Fragen im Vordergrund stehen**;
- sie in der Regel **zu bilateralen Beziehungen führt**. Diese erlauben den Beteiligten, ihre Anliegen konzentriert zu verhandeln, behindern aber die systematische Wahrnehmung und Ab-

stimmung aller relevanten Aspekte der in Frage stehenden Materie.

Die Probleme der Koordination der öffentlichen Akteure auf Bundesebene setzen sich fort in Problemen der **Beziehungen zwischen Politik und Wirtschaft**. Kommunikation und Kooperation gestalten sich hier schwierig zum einen, weil – wie die Wirtschaft moniert – die Politik ihr nicht genügend Beachtung schenkt, zum anderen, weil – wie die Politik betont – sie kein wirklich repräsentatives Gegenüber hat. Tatsächlich manifestiert sich die überaus heterogene und vielschichtige Struktur der Tourismusbranche in einer entsprechend differenzierten und unübersichtlichen Verbandszene, die Mühe hat, ihre Kräfte so zu bündeln, daß sie „politikfähig“ wird. Hier gibt es mittlerweile positive Ansätze.

Angesichts der Mängel in den horizontalen Beziehungen wundert es nicht, daß auch die **vertikalen Beziehungen** – zwischen Bund und Ländern, Bund und EU bzw. internationaler Ebene – Schwächen aufweisen.

Die **Bund-Länder-Beziehungen** sind vergleichsweise dicht gewebt. Problematisch ist, daß die auf Referatsebene stattfindende **Abstimmung** tourismuspolitischer Einzelfragen sich auf die **wirtschaftspolitischen Fragen konzentriert**. Von einer integrierten, etwa umweltpolitische Fragen gleichrangig in die Abstimmung einbeziehenden Politik kann hier ebensowenig die Rede sein wie bei der horizontalen Koordination auf Bundesebene.

Die **Beziehungen zwischen dem Bund und der EU** sind momentan offen, weil die Frage der Kompetenzverteilung ungeklärt ist. Wie auch immer sie entschieden wird: Durch Gemeinschaftsaktionen, Fördergelder aus Strukturfonds, ordnungspolitische und vor allem umweltpolitische Richtlinien übt sie Einfluß auf den nationalen Tourismus und die nationale Tourismuspolitik aus. Dieser Einfluß wird vermutlich zunehmen. Entsprechend **wichtig wird die kontinuierliche und effektive Vertretung deutscher Interessen bei der EU**. Verbindliche Formen der Kooperation von nationalen und EU-Instanzen existieren bislang nicht; sie müssen erst noch gestaltet werden. Einen möglichen Ansatz gibt es in Form des „Verwaltungsausschusses“ Tourismus der EU-Kommission. Auch ist an informelle Ratssitzungen, wie die der Umweltminister zum Thema „Umwelt und Tourismus“ 1994 in Griechenland, zu denken.

Internationale Organisationen wie World Trade Organization, OECD, UNEP und WTO sowie von ihnen und anderen veranstaltete Konferenzen machen zunehmend Tourismuspolitik zum Thema. Die verabschiedeten Programme, Resolutionen, Absprachen und Konventionen zeigen deutlich einen Trend: Sie fordern die Integration von Tourismuspolitik und Umweltpolitik und skizzieren mögliche Strategien. **Hier entwickelt sich eine Dimension von Tourismuspolitik, die in Zukunft zumindest intensive Beobachtung erfordert**. Das vorrangig zuständige BMWi reagiert auf diese Herausforderung bislang eher zurückhaltend.

²³⁾ So hat z. B. das frühere BMFT einen Modellversuch unterstützt, in dem arbeitslose Lehrer zu Tourismus-Assistenten umgeschult wurden, während das BM für Arbeit und Soziales die Umschulung von ebenfalls arbeitslosen Reisebürofachkräften zu Ausbildern im technischen und sozialen Bereich finanziert hat (Kern 1995, S. 30).

Instrumente

Der Politik steht zur Beeinflussung bzw. Gestaltung des tourismuspolitischen Feldes ein Spektrum unterschiedlicher Instrumente zur Verfügung. In ihrer Gestaltung und Anwendung schlagen offensichtlich die bereits skizzierten konzeptionellen und strukturellen Mängel durch:

- **Das Arsenal der Instrumente ist in sich zu wenig abgestimmt**; die einzelnen Instrumente sind in ihrer Gestaltung zu wenig aufeinander bezogen. So steht neben einem breiten und differenziert ausgearbeiteten Spektrum wirtschaftlicher Förderinstrumente unverbunden eine Palette umweltrelevanter Instrumente, die ihrerseits von sehr unterschiedlichem Zuschnitt sind.
- **Die einzelnen Instrumente sind nicht konsequent auf ihre tourismuspolitischen Implikationen und Anwendungsmöglichkeiten hin überprüft und gestaltet.** So z. B.
 - **Raumordnung und Landesplanung:** Raumordnung und Landesplanung, zu deren Aufgaben die Koordination und Integration tourismuspolitischer Planungen und Entwicklungen gehört, könnten stärker orientierend wirken, als sie es bislang tun. Sowohl die Raumordnungsprogramme des Bundes als auch die Landesentwicklungspläne behandeln den Tourismus eher nebenbei und begnügen sich mit der Formulierung globaler, unverbindlicher Zielvorstellungen. Der Ausweis von Entwicklungsräumen dient in der Regel dazu, bereits vollzogene touristische Entwicklungen nachträglich zu legitimieren (ETI 1997, S. 38).
 - **Das ordnungsrechtliche Instrumentarium im Natur- und Umweltschutz:** Es wirkt auf die Rahmenbedingungen des Tourismus, ist aber nicht systematisch unter tourismuspolitischen Aspekten durchdacht und in kaum einem Punkt gezielt in tourismuspolitischer Absicht ausformuliert (z.B. Vereinheitlichung des Küstenschutzes).
- **Bei der Anwendung der Instrumente mangelt es an Abstimmung.**

Deutlicher werden Art und Defizite der Instrumentengestaltung und des Instrumenteneinsatzes bei einem genaueren Blick auf die **Fördermittel und -maßnahmen**. Da Tourismus keine definiertes Feld einer Fachpolitik ist, wurde bislang weder auf Bundes- noch auf Länderebene ein eigenständiges tourismuspolitisches Instrumentarium entwickelt. Die Förderprogramme mit Relevanz für den Tourismus entstammen anderen Feldern und dienen nicht eigentlich dem Tourismus, sondern anderen Zielen, vorrangig der Entwicklung und Strukturverbesserung wirtschaftlich schwacher Räume. Die Kritik an der entsprechenden Förderpraxis hebt folgende Punkte hervor:

- Die Förderung (etwa im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“) **zielt stark auf quantitatives Wachstum und Infrastruktur**. Sie **vernachlässigt qualitative Aspekte** wie die Verbesserung von Tou-

rismanagement, Wissenstransfer, Serviceorientierung und Konzepterarbeitung (ETI 1997, S. 39).

- Die **Förderung orientiert sich** in der Regel **an politischen Grenzen** statt an touristischen Regionen – und damit an der Wahrnehmung der Reisenden (ETI 1997, S. 54). So ist es z. B. in der Urlaubsregion Rhön nicht möglich, hessische Fördermittel auch dem bayerischen Teil zugute kommen zu lassen. Damit wird die regionale touristische Entwicklung nicht nur die regional eher mögliche Integration touristischer und umweltpolitischer Belange behindert.
- Die Förderung geht möglicherweise **an den Markterfordernissen** vorbei: Aus entwicklungspolitischen Vorstellungen heraus werden Räume und touristische Dienstleistungen (Urlaub auf dem Bauernhof, Nebenerwerbspension) gefördert ohne ausreichende Rücksicht darauf, ob dieses Angebot den Wünschen und Bedürfnissen von Touristen entspricht, d. h. „marktfähig“ ist.
- In den Vergabekriterien spielen **Umweltaspekte** allenfalls bei der umweltrechtlichen Prüfung eine Rolle.
- Die Förderung erfolgt breitgestreut, zu wenig abgestimmt, oftmals ad-hoc entwickelt, **zu wenig ergebnisorientiert**. Sie weist vermutlich hohe Mitnahmeeffekte auf (ETI 1997, S. 54), sie wirkt **ineffizient** und mitunter geradezu kontraproduktiv – wie die Diskussion um die Förderung zusätzlicher Kapazitäten in den neuen Bundesländern angesichts ungesicherter Auslastung der bestehenden angedeutet hat.
- Die Förderung wird **zu selten evaluiert**. Dies nimmt nicht wunder, fehlt doch im Grund ein Zielkatalog, anhand dessen eine Wirksamkeitsprüfung erfolgen könnte.

Forschung

Ressortforschung, die im Rahmen der Haushalte der Ministerien (BMWi, BMU, BMV, BMBF, BMBau) finanziert wird, leidet an den grundlegenden Strukturdefiziten sektoraler, voneinander abgeschotteter Ressortpolitik.

- Zum einen werden spezialistische, an den Ressortinteressen orientierte Forschungsvorhaben lanciert. So nützlich Ergebnisse dieser Art im einzelnen sein können, es ist fraglich, ob solche Ansätze der Multidimensionalität des Tourismus gerecht werden.
- Zum anderen findet keine Abstimmung, geschweige denn eine ressortübergreifend organisierte Forschung statt. Doppelarbeit ist eine Folge, Fehlen von Synergieeffekten eine andere. Schließlich wird Forschung in diesem Rahmen auch kaum konstruktive Beiträge zu Konzept und Praxis einer integrierten und nachhaltigen Tourismuspolitik leisten können.
- Was, drittens, auffällt, ist, daß bislang umfassend angelegte Programme, in denen langfristig interdisziplinär, problemorientiert und adressatenspezifisch Ergebnisse nicht zuletzt für die Praxis erarbeitet werden könnten, eher eine Seltenheit sind.

Dialog Wissenschaft – Praxis

Allgemein wird beklagt, daß die Tourismuswissenschaften nicht ausreichende Beachtung fänden bzw. daß der **Transfer von Wissenschaft in die Praxis von Wirtschaft und Politik nicht kontinuierlich und systematisch** stattfinde. Eine Vielzahl von Vorschlägen ist gemacht worden, um Kommunikationskanäle, Foren oder andere Einrichtungen und Verfahren zu etablieren, mit dem Ziel, den Dialog zu verbessern. Nichts davon ist umgesetzt worden. Defizite sind also nach wie vor gegeben.

Daß der Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis als defizitär kritisiert wird, mag aber auch daran liegen, daß die **tourismusrelevante Forschung** in ihren Fragestellungen, Konzepten, Methoden und Ergebnissen **nicht auf der Höhe der Zeit ist**. Diese Vermutung ist nicht ganz abwegig. Einige Indizien finden sich in den vorangegangenen Kapiteln.

Legt man als Maßstab einen Forschungsansatz zugrunde, der Tourismus als komplexes Bedürfnis- und Handlungsfeld begreift und dementsprechend systemübergreifende und ganzheitliche Problemanalysen und Problemlösungen notwendig macht – so auch die Forderung der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ – wird man bei der Suche nach einer Umsetzung dieses Ansatzes in der Tourismusforschung nicht recht fündig. Die Gründe hierfür liegen nicht in individuellem Unvermögen, sondern wesentlich in den gewachsenen Strukturen der Forschungslandschaft, wie sie z. B. der Wissenschaftsrat schon seit längerem kritisiert. Danach **fehlt es an geeigneten Bedingungen und Anreizen für problemorientierte, interdisziplinäre und anwendungsorientierte Forschung** – z. B. in den Hochschulen.

In der Forschungsförderung des Bundes hat man sich z. T. mit Erfolg darum bemüht, solche Defizite zu beheben. Beispielsweise in der Umweltforschung, wo **Verbundprojekte** mit konkretem räumlichen Bezug und unter Einbeziehung von betroffenen Akteuren erprobt werden. In sogenannten **Leitprojekten**, die das BMBF verstärkt zu fördern gedenkt, sind zentrale Kriterien die Problemorientierung und die Beteiligung gesellschaftlicher Akteure. Als hochinteressanter Versuch einer ressortübergreifenden Forschungsförderung ist das **Umweltforschungsprogramm der Bundesregierung** zu sehen („Forschung für die Umwelt“).

Eine politische Option wäre deshalb, Anstöße für ein **praxisrelevantes Forschungsprogramm „Tourismus als Bedürfnis- und Handlungsfeld“** zu geben, das zwischen den Ressorts – vor allem BMWi und BMU – abgestimmt sein sollte. Dabei wäre darauf zu achten, daß Konzepte und Methoden den Kriterien der Interdisziplinarität und Problemorientierung genügen sowie Grundlagen- und Gestaltungsorientierung einerseits und regionale und globale Analyseebenen andererseits miteinander verbinden. Ergänzend wäre an eine intensivere **Berücksichtigung des Tourismus in der Arbeit der Räte und Beiräte der Bundesregierung** zu denken.

5. Fazit

Als Resultat der Bestandsaufnahme der tourismuspolitischen Akteure, Strukturen und Instrumente zeigt sich kein wohlbestelltes Feld. Die Vielzahl der Akteure, die komplexe Struktur ihrer Beziehungen sowie das **Fehlen eines Orientierung gebenden tourismuspolitischen Leitbildes** und eines entsprechenden programmatischen Konzeptes machen sich in problematischer Weise bemerkbar. Dies wird seit langem kritisiert: Unübersichtlichkeit, unzulängliche Kommunikation, fehlende Abstimmung, Doppelarbeit, Blockaden und Ineffizienz sind stichwortartig die zentralen Topoi der Kritik an einer fragmentierten und verflochtenen, aber zugleich wenig koordinierten Tourismuspolitik.

Die deutsche Tourismuspolitik auf nationaler Ebene ist in dieses System und seine gewachsenen Strukturen fest eingebunden. Sie agiert bis heute mit relativer Zurückhaltung. Traditionell fühlt sie sich dem Prinzip „Tourismus ist Ländersache“ verpflichtet und setzt zur Problembewältigung nicht zuletzt auf die Kräfte des Marktes und die Eigeninitiative der Tourismuswirtschaft. Dem entspricht ihr Laissez-faire bei der Gestaltung der tourismuspolitischen Rahmenbedingungen. **Ist eine solche Politik noch zeitgemäß – ist sie „zukunftsfähig“?**

Eine Quintessenz der kritischen Analysen zur Tourismuspolitik ist die, daß der gegenwärtige Stellenwert des Tourismus in der Politik nicht seiner aktuellen und künftigen volkswirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Bedeutung entspricht. Es stellt sich die Frage, ob dieser Ansatz und die der Tourismuspolitik zur Verfügung stehenden Ressourcen und Instrumente ausreichen, einerseits der wachsenden Probleme Herr zu werden (Abbildung 7), andererseits aber auch die augenblicklich erkennbaren Chancen, welche sich mit einer ökonomisch tragfähigen und ökologisch verträglichen Entwicklung und Gestaltung des Tourismus verbinden könnten, optimal zu nutzen (Steinecke 1996, S. 90 ff.).

Teilt man diese Überlegungen, so ist die Forderung nach einer koordinierten und integrierten Tourismuspolitik nur konsequent. Sie steht auch nicht erst seit gestern im Raum. Eine Tourismuspolitik des Bundes als gut koordinierte Querschnittspolitik ist aber nicht als zentralistisch und direktiv zu verstehen. Ihre Funktion sollte vielmehr sein, **Anstöße zu geben**, politische Aktivitäten stärker als bislang **zu koordinieren** und die **konzeptionellen Diskussionen** über neue Ziele, Leitbilder und Instrumente **zu moderieren** und **mitzugestalten (Impulsgeber, Koordinator, Moderator)**.

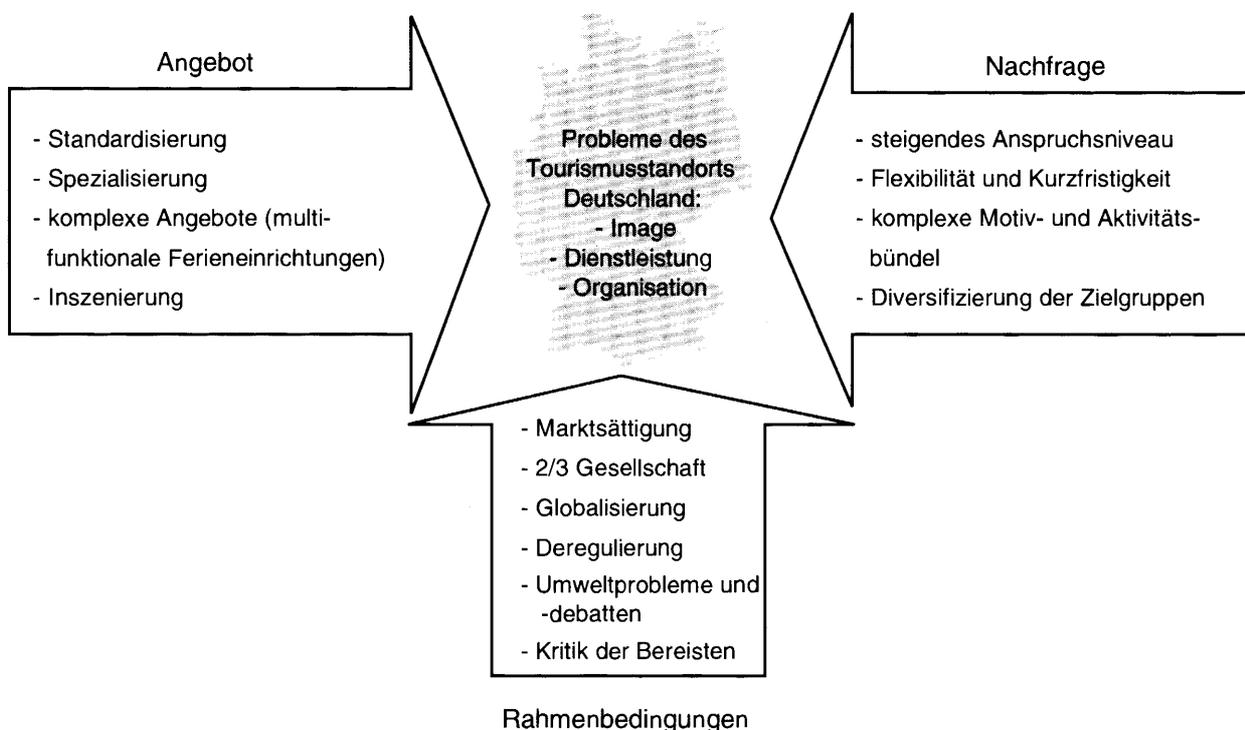
Ein entsprechendes Signal für den politischen Willen hierzu könnte ein „Nationaler Tourismus-Bericht“ sein, erstellt in Zusammenarbeit von Ministerien und zentralen Akteuren der Tourismusbranche, der Umweltverbände und der Wissenschaft. Seine Funktion wäre eine doppelte: die **Verbesserung der Wissensbasis für die Praxis** und der **Kommunikation zwischen den Beteiligten und Betroffenen**.

Eines soll deutlich gesagt werden: Ob die angesprochenen Defizite und Probleme tatsächlich gravierend negativ sind, entscheidet sich letztlich über eine entsprechende politische Urteilsbildung und Wertung. Diese allerdings hängt weniger von der Analyse der Konzepte und Instrumente der Tourismuspolitik ab, als vielmehr von der Beurteilung der konkreten Strukturbedingungen und Wandlungsprozesse in Gesell-

schaft, Wirtschaft, Umwelt und Politik. Es sind diese Lageanalyse und eine Gewichtung der nationalen und internationalen Herausforderungen, die darüber entscheiden, ob die gegenwärtige Politik der Bedeutung des Tourismus auch weiterhin angemessen ist bzw. ob inkrementale Änderungen ausreichen oder nicht. **Eine politische Debatte und besser noch: ein öffentlicher Dialog hierüber sollte aber geführt werden.**

Abbildung 7

Tourismusstandort Deutschland unter Druck



Quelle: nach ETI 1997

Literatur

1. Vom TAB in Auftrag gegebene Gutachten

AGRICOLA, S. (1997):
Freizeitpolitik. Erkrath

ECOLOGIC (Gesellschaft für Internationale und Europäische Umweltforschung gGmbH) (1997):
Tourismus und Politik. Berlin

ETI (Europäisches Tourismus Institut GmbH) (1997):
Tourismus und Politik. Trier

FREYER, W. (1997):
Tourismus und Globalisierung. Dresden

IFEU (Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH) (1997):
Tourismusinduzierte Umweltwirkungen. Heidelberg

IZT (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung) (1997):
Technikentwicklungen mit Relevanz für den Tourismus. Berlin

N.I.T. (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH) (1997):
Tourismus, Einstellungen, Verhalten und Wertorientierungen. Kiel

ÖKO-INSTITUT (Institut für angewandte Ökologie) (1997):
Ideenskizze zur Anwendung der Methodik der ökobilanz im Bedürfnisfeld Tourismus. Darmstadt

PROGNOS AG (1997):
Tourismus und Ökonomie. Basel

2. Weitere Literatur

ABEGG, B. (1996):
Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Wintertourismus in den Alpen. Zürich

ADERHOLD, P. (1996): Urlaub + Reisen 95:
Kurzfassung. Hamburg

AWOSIKA, L. F., IBE, A. C. (1993):
Geomorphology and tourism related aspects of the Lekki Barrier-Lagoon in Nigeria. In: Wong 1993, S. 109–124

AUSSCHUSS FÜR FREMDENVERKEHR UND TOURISMUS (1996):
Ausschuß-Drucksache 254 vom 4. Dezember, Bonn

BAT (Freizeitforschungs-Institut der British American Tobacco) (1996):
Urlaub 95/96. Tourismus und Ökonomie. Mit der 4. Europäischen Tourismusanalyse, Hamburg

BAT (Freizeitforschungs-Institut der British American Tobacco) (1997):
Europäische Tourismusanalyse 96/97. Hamburg

BECKER, C., Job, H., Witzel, A. (1996):
Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt

BENNASAR TOUS, F. (1996):
Bericht über ein Mehrjahresprogramm zur Förderung des europäischen Tourismus (Philoxenia) 1997–2000. Europäisches Parlament (A 4-298/96), Brüssel

BERNHARDT, V. (1992):
Tourismus im Feldberggebiet: Auswirkungen auf Landschaft und Siedlungsstruktur. Referat, gehalten am geographischen Institut der Uni Heidelberg

BFN (Bundesanstalt für Naturschutz) (Hg.) (1997):
Biodiversität und Tourismus. Konflikte und Lösungsansätze an den Küsten der Weltmeere. Berlin u. a. O.

BGW (Bundesverband der Gas- und Wasserwirtschaft) (1997):
Schriftliche Mitteilung von Herrn R. Stadtfeld, Bereich Wasserwirtschaft des BGW, vom 24. März 1997 an das ifeu-Institut

BIDLINGMAIER, W. (1992):
Probleme mit additiven Sammelsystemen in Gebieten mit hohem Tourismusanteil. In: Gnaigner/Kautzky 1992, S. 230–236

BLEILE, G. (1997):
Michel am Scheideweg. In: touristik management, Heft 3, S. 28–34

BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit) (1996):
Schritte zu einer nachhaltigen, umweltgerechten Entwicklung: Umweltziele und Handlungsschwerpunkte in Deutschland. Grundlage für eine Diskussion. Bonn

BMV (Bundesministerium für Verkehr) (Hg.) (1996):
Verkehr in Zahlen 1996. Berlin

BMWI (Bundesministerium für Wirtschaft) (1994):
Bericht der Bundesregierung über die Entwicklung des Tourismus. Bonn

BORRMANN, C., WEINHOLD, M. (1994):
Perspektiven der deutschen Tourismuswirtschaft im EWR unter besonderer Berücksichtigung ihrer mittelständischen Struktur. Baden-Baden

BRAUN, O.L. (1993):
(Urlaubs-)Reisemotive. In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 199–207

BRAUN, O.L. (1993 a):
Vom Alltagsstress zur Urlaubszufriedenheit: Untersuchungen zur Psychologie des Touristen. München

- BRAUN, O. L. (o. J.):
Psychologische Tourismusforschung: ein Rahmenkonzept, kritische Anmerkungen und Studien zu Identitätsproblemen. Abteilung für Psychologie, Universität Bielefeld
- BRAUN, O. L., LOHMANN, M. (1989):
Die Reiseentscheidung. Starnberg
- BRENDLE, U., MÜLLER, V. (1996):
Für eine Wende in der Tourismuspolitik, Gutachten durch das nova-Institut für politische und ökologische Innovation. Köln, Bonn
- BTE (Büro für Tourismus und Erholungsplanung) (1994):
Beitrag zur Entwicklung eines anwendungsreifen Kriterienkataloges für ein Umweltgütesiegel in Tourismusgemeinden. Endbericht. Gutachten im Auftrag des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes (DFV). Hannover
- BÜRSKENS, H. (1993):
Der Tourismus auf Barbados. Entwicklungen und Auswirkungen in einem kleinen Inselstaat. In: Geographische Rundschau 41, S. 27–32
- CERNUSCA, A. (1992):
Zur Hydrologie von Wintersporterschließungen. In: Gnaigner/Kautzky 1992, S. 157–167
- CERNUSCA, A., ANGERER, H., NEWESLEY, C., TAPPEINER, U. (1991):
Ökologische Auswirkungen von Kunstschnee – eine Kausalanalyse der Belastungsfaktoren. Innsbruck
- CERNUSCA, A., ANGERER, H., NEWESLEY, C., TAPPEINER, U. (1992):
Auswirkungen von Schneekanonen auf alpine Ökosysteme – Ergebnisse eines internationalen Forschungsprojektes. In: Gnaigner/Kautzky 1992, S. 177–199
- CERVANTES BORJA, J.F., MEZA SANCHEZ, M. (1993):
Geocodynamic assessment to improve the landscape tourist resource in Cancun, Yucatan Peninsula, Mexico. In: Wong 1993, S. 55–65
- COMMER, H. (1990):
Stil. Selbstdarstellung. Ambiente und Lifestyle: Eine Orientierung für den Wertewandel. Düsseldorf
- D.F.V. (Deutsches Fremdenverkehrspräsidium) (1994):
Deutscher Tourismusbericht. Herausgegeben vom Deutschen Fremdenverkehrspräsidium, Bonn, Frankfurt
- DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) (o. Jg.):
So führen Sie einen umweltfreundlichen Betrieb. Tips für das Gastgewerbe, die sich rechnen. Bonn
- DGF (Deutsche Gesellschaft für Freizeit) (Hg.) (1996):
Freizeit in Deutschland. Erkrath
- DGF (Deutsche Gesellschaft für Freizeit) (Hg.) (1997):
Freizeit-Facts No. 18. Der Drang ins Freie. Erkrath
- DOMRÖS, M. (1993):
Maldivian tourist resorts and their environmental impact. In: Wong 1993, S. 69–82.
- DRIESEBERG, T.J. (1992):
Lebensstile in der Marktforschung – eine empirische Bestandsaufnahme. In: planung und analyse, Heft 5, S. 18–26
- DRV (Deutscher Reisebüroverband e. V.) (1995):
Tourismusmarkt der Zukunft. Die Entwicklung des Reiseveranstalter- und Reisevermittlermarktes in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt
- DSV (Deutscher Skiverband) (1990):
Umweltplan 2000 – Wege zum umweltgerechten Skisport. München
- DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) (1991):
Strukturanalyse des touristischen Arbeitsmarktes. Schriftenreihe des DWIF 42, München
- EEA (European Environment Agency) (1995):
Europe's Environment. The Dobris Assessment. Copenhagen
- DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) (1996):
Jahrbuch für Fremdenverkehr 39. München
- ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DER ERD-ATMOSPHERE“ DES DEUTSCHEN BUNDESTAGES (Hg.) (1994):
Mobilität und Klima. Bonn
- ENQUETE-KOMMISSION „SCHUTZ DES MENSCHEN UND DER UMWELT“ (1997):
Konzept Nachhaltigkeit. Fundamente für die Gesellschaft von Morgen. Zwischenbericht. Zur Sache 1/97, Bonn
- EPS (Environment Protection Services) (1996):
Das Grüne Buch der Touristik. Umweltaktivitäten der deutschen und internationalen Touristik. Eine Dokumentation. Bonn
- FERNREISEN (1997):
Fernreisen 2005. Delphi-Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Kurzfassung, Ammerland u. a. O.
- FREYER, W. (1995):
Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München, Wien
- F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.) (Hg.) (1994):
Urlaub und Reisen 94. Unveröffentlichte Berichts- und Tabellenbände, Hamburg
- F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.) (Hg.) (1995):
Urlaub und Reisen 95. Unveröffentlichte Berichts- und Tabellenbände, Hamburg
- F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.) (Hg.) (1995):
Urlaub und Reisen 95. Modulbericht Einstellungen. Unveröffentlichter Berichtsband, Hamburg

- F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.) (Hg.) (1996):
Reiseanalyse 1996. Unveröffentlichte Berichts- und Tabellenbände, Hamburg
- F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.) (Hg.) (1997):
Reiseanalyse 1997. Unveröffentlichte Berichts- und Tabellenbände, Hamburg
- FVW (Fremdenverkehrswirtschaft International) (1996):
Deutsche Veranstalter in Zahlen. Beilage Heft 28, 20. Dezember 1996. Hamburg
- FVW (Fremdenverkehrswirtschaft International) (1997):
Stabile Zahlen wären schon ein Erfolg. Heft 5, S. 22 ff.
- GNAIGNER, E., KAUTZKY, J. (Hg.) (1992):
Umwelt und Tourismus. Wien, München 1992
- GRENON, M., BATISSE, M. (1989):
Futures for the Mediterranean Basin: The Blue Plan. Oxford
- GROTH, C., HELM, S., BREUER, G., KASTLER, G., PERUZZI, S. (1994):
Umweltbelastung einer Hotelübernachtung mit Frühstück. Projektbericht Johannes Kepler Universität Linz, Interdisziplinärer Forschungs- und Studienschwerpunkt Umweltmanagement. Abteilung Politik und Ökologie
- GRÜMER, K.-W. (1993):
Gesellschaftliche Rahmenbedingungen für Mobilität/Tourismus/Reisen. In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 17–26
- HAHN, P. (1992):
Der Freizeit Knigge. Düsseldorf
- HAHN, H., Kagelmann, H. J. (Hg.) (1993):
Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München
- HAMELE, H. (1996):
Das Buch der sieben Siegel. Umweltauszeichnungen im Tourismus. Internationaler Überblick und Entwicklungen. München
- HARRER, B. (1996):
Skitourismus in Deutschland. Bestandsaufnahme, Entwicklungstendenzen, Zukunftsperspektiven. In: DWIF 1996, S. 34–57
- HARISSON, L. (1996):
Bericht über die Bewertung des Aktionsplans der Gemeinschaft zur Förderung des Tourismus 1993–1995. Europäisches Parlament, Brüssel
- HEIMERL, W., PETERS, N. (1990):
Umwelt und Wassersport. In: Ökotrends, Heft 5, S. 8–10
- HENNING, Ch. (1997):
Reiselust. Touristen. Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt a. M.
- HOPFENBECK, W. ZIMMER, P. (1993):
Umweltorientiertes Tourismusmanagement. Strategien – Checklisten – Fallstudien. Landsberg/Lech
- I.N.T. (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH) (1995):
Motiv- und Imageuntersuchung für eine verbesserte touristische Darstellung des norddeutschen Raumes. Unveröffentlichter Abschlußbericht, Kiel
- IPK INTERNATIONAL (1997):
So reisten die Deutschen 1996 – vorläufige Endergebnisse des deutschen Reisemonitors. Presseinformation vom 10. März 1997, München
- KAGELMANN, H. J. (1996):
Urlaubsmotive – neu betrachtet. Überlegungen zum gegenwärtigen Stand der psychologischen Motivforschung – am Beispiel der Abenteuerportreisen. In: Freyer, W., Scherhag, K. (Hg.): Zukunft des Tourismus. Tagungsband zum 2. Dresdner Tourismus-Symposium, Dresden, S. 193–219
- KASPAR, C. (1993):
Das System Tourismus im Überblick. In: Haedrich, G., Kaspar, C., Kreilkamp, E., Klemm, K. (Hg.): Tourismus-Management. Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung. Berlin, S. 13–30
- KELLETAT, D. (1993):
Coastal geomorphology and tourism on the German North Sea Coast. In: Wong 1993, S. 139–165
- KERN, M. (1995):
Ansätze zu einer nachhaltigen Tourismuspolitik des Bundes und der Länder. Trier
- KIRSTGES, T. (1996):
Klein schlägt Groß?! Zum Verhältnis von Mittelstand und Großveranstaltern: Entwicklung, Stand und Perspektiven des deutschen Reiseveranstaltermarktes. In: F.U.R.: Erstes Forschungs-Forum Tourismus, 9./10. November 1995 in Berlin. Dokumentation der Vorträge, Hamburg
- KLAGES, H. (1993):
Wertewandel als Zukunftsperspektive. In: Hirscher, G. (Hg.): Repräsentative Demokratie und politische Partizipation. München, S. 41–58
- KNISCH, H., REICHMUTH, M. (1996):
Verkehrsleistung und Luftverkehrsemissionen des Personenflugverkehrs in Deutschland von 1980 bis 2010 unter besonderer Berücksichtigung des tourismusbedingten Flugverkehrs. Berlin
- KORNECK, D., SUKOPP, H. (1988):
Rote Liste der in der Bundesrepublik Deutschland ausgestorbenen, verschollenen und gefährdeten Farn- und Blütenpflanzen und ihre Auswertung für den Arten- und Biotopschutz. BFANL, Bonn
- KRAUSS, H. (1993):
Motivationspsychologie. In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 85–91
- KRUPKA, B., TILEMANN, B. (1996):
Surfing on the Tourism-Net. In: Little, A. D. (Hg.): Management im vernetzten Unternehmen. Wiesbaden, S. 202–228
- KRUPP, C. (1995):
Klimaänderungen und die Folgen. Eine exemplarische Fallstudie über die Möglichkeiten und Grenzen einer interdisziplinären Klimaforschung. Berlin

- KURZ, E., ENTENMANN, M. (1997) (in Vorbereitung):
Touristik-Industrie – wie eine Branche durch innovative Informations- und Kommunikationstechnologien revolutioniert wird. Wiesbaden
- LANDESREGIERUNG SCHLESWIG-HOLSTEIN (1996):
Tourismuskonzeption 1996. Kiel
- LASSBERG, D.v., STEINMASSL, C. (1991):
Urlaubsreisen 1990. Kurzfassung der Reiseanalyse 1990. Starnberg
- LÖFFLER, E. (1995):
Das Große Barriereriff im Konflikt zwischen Naturschutz und Nutzung. In: Geographische Rundschau 47, S. 653–659
- LOHMANN, M., WOHLMANN, R. (1987):
Urlaub in Deutschland. Starnberg
- LÜBBEN, C. (1995):
Internationaler Tourismus als Faktor der Regionalentwicklung. Untersucht am Beispiel der Insel Lombok. Institut für Geographische Wissenschaften, Freie Universität Berlin. Berlin
- LÜDTKE, H. (1995):
Zeitverwendung und Lebensstile. Empirische Analysen zu Freizeitverhalten, expressiver Ungleichheit und Lebensqualität in Westdeutschland. Institut für Soziologie der Philipps-Universität Marburg (Marburger Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Forschung 5. Marburg
- MAIER, J., STRENGER, R., TRÖGER-WEISS, G. (1988):
Wechselwirkungen zwischen Freizeit, Tourismus und Umweltmedien. Analyse der Zusammenhänge. Materialien des SRU (Rat von Sachverständigen für Umweltfragen) zur Umweltforschung, o. O.
- MASCHKE, I. (1996):
Tourismus – ein 200 Mrd. DM Geschäft. Versuch einer quantitativen Standortbestimmung für die deutsche Tourismuswirtschaft. In: DWIF 1996, S. 127–145
- MC DOWELL, J. A., CARTER, R. W. G., POLLARD, J. H. (1993):
The impact of man on the shoreline environment of Costa del Sol, Southern Spain. In: Wong 1993, S. 189–209
- MEURER, M., MÜLLER, H. N. (1996):
Tourismus und Verkehrsbelastung in den Schweizer Alpen. In: Geographische Rundschau 48, S. 136–144
- MEYER, W. (1993):
Touristische Images (Reiseländerimages). In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 321–325
- MIECZKOWSKI, Z. (1995):
Environmental issues of tourism and recreation. Lanham u. a. O.
- MINISTERIUM FÜR UMWELT UND FORSTEN RHEINLAND-PFALZ (1996):
Naturschutz bei uns. Besonders geschützte Biotoptypen. Mainz
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT (Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen) (Hg.) (1997):
Machbarkeitsstudie. Aufbau eines datenbank- und netzwerkgestützten Informationsdienstes für KMU der Touristikwirtschaft. Düsseldorf
- MÖLLER, A. (1996):
Standortbestimmung und Plädoyer für eine Freizeitorientierung der Tourismusdestination Deutschland. In: DWIF 1996, S. 1–18
- MUNDT, J. W. (1997):
Entwicklungsfaktoren privaten Reiseverhaltens. Unveröffentlichtes Manuskript, o. O.
- MUNDT, J. W., LOHMANN, M. (1988):
Erholung und Urlaub. Zum Stand der Erholungsforschung im Hinblick auf Urlaubsreisen. Starnberg
- NATURFREUNDE ÖSTERREICH (Hg.) (1989):
Skilauf und Umwelt. Problemdarstellungen und deren Lösungen. Wien
- NOUVORTNE, D. (1996):
Mehrwertdienste – Telekommunikation und Organisation. Service nach Maß. In: Gateway, Juni, S. 88–90
- NVCD (Neuer Bundesverband der Campingplatzunternehmer in Deutschland e. V.) (1997):
Telefonische Mitteilung von Herrn Meinecke an das ifeu-Institut am 2. April 1997
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (1995):
Tourism policy and international tourism in OECD-countries 1992–1993, Special Feature „Tourism and Employment“. Paris
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (1996):
Tourism policy and international tourism in OECD-countries 1993–1994. Paris
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (1996 a):
Zusammenfassung der wichtigsten Zukunftsprobleme. In: OECD-Konferenz über künftige Herausforderungen in der Fremdenverkehrspolitik. Mexico-Stadt
- ÖKO-TEST-MAGAZIN (1994):
Müllplatz Sportfeld. Heft 8, S. 48–50
- OPASCHOWSKI, H. W. (1996):
Tourismus. Systematische Einführung – Analysen und Prognosen. Opladen
- ÖSTERREICHISCHE BUNDESREGIERUNG (Hg.) (1995):
NUP – Nationaler Umwelt Plan. Wien
- PARODI, E. (1996):
Bericht über die den Tourismus betreffenden Maßnahmen der Gemeinschaft im Jahre 1994. Europäisches Parlament, Brüssel
- PLACHTER, H. (1991):
Naturschutz. Stuttgart
- RATHS, U., RIECKEN, U., SSYMANK, A. (1995):
Gefährdung von Lebensraumtypen in Deutschland und ihre Ursachen – Auswertung der Roten Liste gefährdeter Biotoptypen. In: Natur und Landschaft 70, S. 203–212

- REDER, B. (1995):
Voice-Mail-Systeme. Stimmenfänger. In: Gateway, Dezember, S. 72–74
- REUSSWIG, F. (1994):
Lebensstile und Ökologie. Gesellschaftliche Pluralisierung und alltagsökologische Entwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Energiebereichs. Sozialökologische Arbeitspapiere AP 43, Frankfurt a. M.
- ROHTE, S. (1994):
Distributionstechnologien am Beispiel der Reiseveranstalter und Reisebüros. In: Schertler 1994, S. 89–122
- ROTPART, M. (1995):
Vom Alternativtourismus zum Hybridtourismus. Der postalternative Wandel im Individualtourismus und die Macht der Reisehandbücher im 3.-Welt-Tourismus am Fallbeispiel der Philippinen. Linz
- ROMEISS-STRACKE, F. (1991):
Zukunftsperspektiven für den Tourismus – Möglichkeiten und Grenzen einer Freizeitgesellschaft. In: Tourismus in der Gesamtwirtschaft 1991, S. 26–34
- SCHATZ, H. (1992):
Beeinträchtigungen von Natur und Landschaft durch Sommersport und Durchsetzung von Naturschutz und Ruhezeiten in Tirol. In: Gnaigner/Kautzky 1992, S. 123–131
- SCHEMEL, H. J., ERBGUTH, W. (1992):
Handbuch Sport und Umwelt. Forschungsbericht 10101053 im Auftrag des Umweltbundesamtes, Aachen
- SCHERTLER, W. (Hg.) (1994):
Tourismus als Informationsgeschäft. Strategische Bedeutung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus. Wien
- SCHMID, B. (1994):
Elektronische Märkte. In: Stoetzer, M.-W., Mahler, A. (Hg.): Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation. Berlin, S. 219–236
- SCHMIDT, H. (1993):
Lebenswert „Reisen“. In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 294–298
- SCHMITT, T. (1993):
Tourismus und Landschaftsschutz auf Mallorca. In: Geographische Rundschau 45, S. 458–467
- SCHULZ, A., FRANK, K., SEITZ, E. (1996):
Tourismus und EDV: Reservierungssysteme und Telematik. München
- SEGELCKEN, K.-U. (1988):
Der Einfluß des Wertewandels auf das Reiseverhalten der Bundesbürger. Unveröffentlichte Diplomarbeit im Studiengang „Wirtschafts- und Sozialwissenschaften“ der Universität Lüneburg
- SMERAL, E. (1994):
Tourismus 2005: Entwicklungsaspekte und Szenarien für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Wien
- SPELLERBERG, A. (1992):
Freizeitverhalten – Werte – Orientierungen. Empirische Analysen zu Elementen von Lebensstilen. AG Sozialberichterstattung, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin
- SPÖREL, U. (1996):
Inlandtourismus 1995. In: Wirtschaft und Statistik 7, S. 435–440
- STBA (Statistisches Bundesamt) (versch. Jahrgänge):
Tourismus in Zahlen. Wiesbaden
- STEINECKE, A. (Hg.) (1996):
Der Tourismusmarkt von morgen – zwischen Preispolitik und Kultkonsum. ETI-Texte, Heft 10, Trier
- STRASDAS, W. (1992):
Ferienzentren der zweiten Generation. Ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen. Kurzfassung des Forschungsberichtes 10806006, BFANL 53411-1/90, herausgegeben vom BMU, Berlin
- STRASDAS, W. (1994):
Auswirkungen neuer Freizeittrends auf die Umwelt. Entwicklungen des Freizeitmarktes und die Rolle technischer Innovationen. Im Auftrag des Bundesumweltministeriums, Forschungsbericht der Technischen Universität zu Berlin, Aachen
- SZALLIES, R., WISWEDE, G. (Hg.) (1990):
Wertwandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing. Landsberg
- TEUBNER, A.-K. (1997):
Bekanntnissen zur Umwelt müssen Taten folgen. In: fvw international, Heft 6, S. 62
- TOURISMUS IN DER GESAMTWIRTSCHAFT (1991):
Tourismus in der Gesamtwirtschaft. Ergebnisse des 4. Wiesbadener Gesprächs am 28./29. März 1990. Band 17 der Schriftenreihe Forum der Bundesstatistik, herausgegeben vom Statistischen Bundesamt, Wiesbaden, Stuttgart
- UBA (Umweltbundesamt) (1995):
Ökobilanz für Getränkeverpackungen. Teil A: Methode zur Berechnung und Bewertung von Ökobilanzen für Verpackungen. Berlin
- UBA (Umweltbundesamt) (1997):
Nachhaltiges Deutschland. Wege zu einer dauerhaft umweltgerechten Entwicklung. Berlin
- UMWELT UND TOURISMUS (1994):
Umwelt und Tourismus. Erfordernisse an die neuen Grundzüge einer wettbewerbsorientierten Tourismuspolitik. Beiträge zur Tourismuspolitik (Verfasser: Messerli, P., Meuli, Hannes), Bern
- VANSELOW, H. (1997):
EU-Lobbyisten wollen stärker mit einer Stimme sprechen. In: fvw international, Heft 5, S. 107–110
- VORLAUFER, K. (1996):
Tourismus in Entwicklungsländern – Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt
- WAYNE, S. (1996):
Tourism marketing through Internet. In: WTO-News, oktober/november

- WBGU (Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen) (1996):
Welt im Wandel: Herausforderungen für die deutsche Wissenschaft. Jahresgutachten 1996. Bremerhaven
- WEISS, J. (1993):
Familienurlaub. In: Hahn/Kagelmann 1993, S. 370–377
- WEIZSÄCKER, E. U. (1990):
Alpenpolitik. Referat bei der „Alpen-Enquête“. Salzburg
- WIEMANN, I. (1976):
Der Mann und seine Freizeit. Unterwegs. Zur Psychologie des Urlaubs. Stuttgart
- WÖHLER, K.-H. (1994):
Informationen, Marktprozesse und Marketing: Begründungszusammenhang für ein Informationsmanagement im Tourismus. In: Schertler 1994, S. 43–88
- WOHLMANN, R. (1993):
Image-Analysen. In: Haedrich G., Kaspar, C., Kreilkamp, E., Klemm, K. (Hg.): Tourismusmanagement: Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung 1993, S. 189-199, Berlin, New York
- WOLF, K., JURCZEK, P. (1986):
Geographie der Freizeit und des Tourismus. Stuttgart
- WONG, P.P. (ed.):
Tourism vs. Environment: The case for coastal areas. A research project of the Commission of the Coastal Environment. Dordrecht, Boston u. a. O.
- WTO (World Tourism Organization) (1993):
Sustainable tourism development: guide for local planners. Madrid
- WTO (World Tourism Organization) (1995):
GATS implications for tourism. In: World Tourism Organization (ed.): Seminar on GATS implications for tourism. Milano
- WTO (World Tourism Organization) (o. J.):
Empfehlungen zur Tourismusstatistik. O.O.
- WTTC (World Travel and Tourism Council) (1995):
Travel and tourism. A new economic perspective. Oxford
- WTTC (World Travel and Tourism Council), WTO (World Tourism Organization), Earth Council (o. J.):
Agenda 21 for the travel & tourism industry. Towards environmentally sustainable development. o. O.
- ZEINER, M. (1996):
Tourismus in Mark und Pfennig. Methoden zur Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus. In: F.U.R.: Erstes Forschungs-Forum Tourismus, 9./10. November 1995 in Berlin. Dokumentation der Vorträge, Hamburg

Anhang

1. Tabellenverzeichnis

Tabelle	Seite
1: Abschätzung des Volumens der Übernachtungsreisen der Deutschen 1996	12
2: Reiseintensität der Deutschen	12
3: Urlaubsreisen der Deutschen	13
4: Merkmale der Urlaubsreisen	13
5: Entwicklung der Kurzurlaubsreisen der Deutschen 1990 bis 1996	14
6: Ausgewählte Merkmale der Kurzurlaubsreisen 1995	14
7: Tagesreisen der Deutschen 1993	15
8: Tourismus nach Deutschland	16
9: Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe 1993 bis 1996 (Binnennachfrage und Incoming)	18
10: Zahl der Aufenthaltstage von Touristen an den jeweiligen Zielorten nach Reisearten	20
11: Tagesausgaben und Bruttoumsatz	20
12: Wirtschaftsbereiche mit Relevanz für den Tourismus	21
13: Umsatzsteuerstatistik 1994	22
14: Beherbergungskapazitäten	22
15: Umsatz der Reiseveranstalter pro Teilnehmer 1995/96	23
16: Insolvenzverfahren	23
17: Verteilung des touristischen Beitrags zum Volkseinkommen in Deutschland 1993 in % (1. und 2. Umsatzstufe)	24
18: Tourismusabhängig Beschäftigte in der Bundesrepublik Deutschland	25
19: Einkommenssituation der Arbeitskräfte in mittelgroßen Hotelbetrieben	26
20: Beschäftigungssituation ausgewählter Branchen 1995	26
21: Arbeitslosenquoten ¹ bei touristischen Berufsgruppen	26
22: Anteil des Tourismus am gewerblichen Flugverkehr der Bewohner Deutschlands (Inländerprinzip)	32
23: Anstieg der flugverkehrsbedingten (Schad-)Stoffemissionen bis zum Jahr 2010 (Bezugsjahr: 1993) durch die Einwohner Deutschlands	32
24: Umweltbelastungen pro Gast und Übernachtung (verschiedene Hotel-Betriebsklassen wurden berücksichtigt) in Deutschland im Vergleich zum durchschnittlichen täglichen Pro-Kopf-Verbrauch im Haushalt	33
25: Urlaubsreisemotivgruppen und Reiseziele (1995)	59
26: Urlaubsreisemotivgruppen und Urlaubsaktivitäten	59
27: Maslowsche Bedürfnisstufen und touristische Beispiele	61
28: Einstellungen der Deutschen zu Aspekten der Urlaubsreise	62
29: Lebensstil und Urlaubsreisen – Alte Bundesländer	64

	Seite
2. Abbildungsverzeichnis	
Abbildung	
1: Tagesausgabenstruktur pro Übernachtungsgast 1990/91 am Urlaubsort	19
2: Entwicklung der Deviseneinnahmen und Devisenausgaben (1960 bis 1995, in Mio. DM)	28
3: Tourismus – eine Verkettung verschiedener wirtschaftlicher und privater Akteure und ihrer Tätigkeiten	38
4: Technikeinsatz im Tourismus	42
5: Funktionen eines Reisevertriebsproduktes im Internet	54
6: Lebensstiltypen in den alten Bundesländern	63
7: Tourismusstandort Deutschland unter Druck	81

