

Presseinformation

3. Österreichische Tourismusanalyse AUSTRIA-TA 97/98

Trends für Österreich
unter Berücksichtigung der deutschen Tourismusanalyse
und Vergleich: Deutschland – Österreich

in Abstimmung mit der Datensammlung 97/98 der
8. Deutschen Tourismusanalyse

Themen:

- 1) Das Reiseverhalten Österreichischer und Deutscher Urlauber
Schwerpunkt: Tourismus und Umwelt
- 2) Österreich-Tourismus „zwischen krankjammern und gesundbeten“
Vorschläge für mögliche Erfolgskonzepte

für Deutschland:

B.A.T-Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg
unter der Leitung von Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

für Österreich:

Ludwig Boltzmann-Institut für Freizeit- und Tourismusforschung
Prof. Mag. Peter Zellmann

Sponsored by


CASINOS AUSTRIA
Machen Sie Ihr Spiel

ISBN 3-901176-17-9

| |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TOURISMUSANALYSE 97/98 |
| Repräsentativbefragung von 5.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland und 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich |
| <i>Kooperationsinstitute:</i> * INRA DEUTSCHLAND GMBH in Mölln für Deutschland * SPECTRA in Linz für Österreich |
| <i>Grundgesamtheit der Erhebung:</i> Gesamtdeutschland: 62,97 Mio Personen ab 14 Jahren - Westdeutschland 50,22 Mio Personen ab 14 Jahren - Ostdeutschland 12,75 Mio Personen ab 14 Jahren Österreich: 6,49 Mio Personen ab 15 Jahren |
| BRITISH-AMERICAN TOBACCO / LUDWIG BOLTZMANN-FREIZEIT- und TOURISMUS FORSCHUNGSINSTITUT 1998 Prof. Mag. Peter ZELLMANN A/1120 Wien, Schönbrunnerstraße 222 - 228 |

Inhaltsverzeichnis

IV. Europäische Tourismusanalyse (EURO-TA 97/98)
 Ergebnisse der 8. Gesamtdeutschen Tourismusanalyse
3. Österreichische Tourismusanalyse (3. AUSTRIA-TA 97/98)

| | | |
|----|-----------------------------------------------------|-------|
| 1. | Reisejahr 1997 | |
| | Kaum Veränderungen für und in Österreich | S. 4 |
| | 1.1. Das Reisejahr 1997 für die Österreicher: | |
| | Ungebrochene Reiselust | S. 5 |
| | 1.2. Die Deutschen wollten es noch einmal wissen: | |
| | Ungebremste Reiselust, aber sinkende Reisedauer | S. 6 |
| | 1.3. Auslandsreiseziele der Deutschen 1997: | |
| | Spanien einsam an der Spitze, Österreich quo vadis? | S. 7 |
| 2. | Reisejahr 1998 | |
| | 2.1. Reisesaison 1998 für die Österreicher: | |
| | Verhaltener Optimismus | S. 8 |
| | 2.2. Reiseabsichten 1998 in Deutschland: | |
| | Verunsicherung läßt Reisebranche bangen | S. 8 |
| | 2.3. Reiseziele 1998: | |
| | Viel Sonne für wenig Geld | S. 9 |
| 3. | Schlußfolgerungen aus dem Zwei-Länder-Vergleich: | |
| | Grundlagen für ein neues Tourismuskonzept | S. 10 |
| 4. | Umwelt, Mobilität und Tourismus. | |
| | Deutsch-Österreichische Parallelen | S. 13 |
| 5. | Resümee | S. 16 |
| 6. | Literaturverzeichnis | S. 17 |

Tabellenanhang

1. Reisejahr 1997 Kaum Veränderungen für und in Österreich

Im Reiseverhalten der Österreicher, wie auch der Deutschen, ließen sich im Vorjahr keine wesentlichen Veränderungen nachweisen.

Das bedeutet aber auch **gleichbleibende Tendenz beim kontinuierlichen Rückgang** des Aufenthaltes deutscher Urlauber in Österreich. Damit bleibt das **Hauptproblem** für den Österreich-Tourismus vorerst weiterhin ungelöst. Vielleicht wird die Talsohle heuer erreicht, von einer anhaltenden Trendwende kann wirklich noch nicht gesprochen werden, freilich sind erste Anzeichen feststellbar: **vorsichtiger Optimismus ist durchaus angebracht.**

Aber: Wie bereits in den vergangenen Jahres-Tourismusanalysen nachgewiesen: Der Reisemarkt bleibt das Spiegelbild des Arbeitsmarktes und der Einkommensentwicklung. Damit wird eine ungleiche Verteilung von Urlaubschancen scheinbar zum unumstößlichen Tourismusgesetz.

Eine Polarisierung zwischen mobilen und immobilen Bevölkerungsgruppen zeichnet sich ab. Wer keine Arbeit hat oder weniger verdient, wird eher immobil.

Auch wenn ein leichter Anstieg der Reisefreudigkeit bei den Österreichern zu verzeichnen ist: Auch im **Vorjahr blieb jede / jeder Zweite zu Hause.**

Unter den **Nichtreisenden** sind z.B. in Deutschland

- Rentner (49%) und Arbeitslose (50%)
- 43% der Arbeiter (aber nur 25% der Beamten)
- zwei Drittel der Bezieher von Haushaltsnettoeinkommen unter 2000 DM (64%) besonders stark vertreten.
- Nur etwa jeder vierte Bundesbürger mit Gymnasialabschluß (27%) bzw. Hochschulabschluß (24%) hat 1997 auf eine Urlaubsreise verzichtet. Doppelt so hoch aber war der Anteil der Nichtreisenden bei den Haupt- und Volksschulabsolventen (49%).

In Österreich sind ähnliche Relationen nachweisbar:

- 55% der Absolventen mit niedriger Schulbildung
- 57% der Personen über 55 Jahre
- 60% im unteren Einkommensdrittel (Haushaltsnetto-Einkommen) wollten oder konnten sich 1997 keine Urlaubsreise leisten.

Generell gilt: Job, Einkommen und Bildung haben wesentlichen Einfluß darauf, ob man im Urlaub verreisen kann oder nicht.

Auch wenn sich im Vergleich zum Vorjahr die Prozentsätze in Österreich geringfügig verbessert haben, bleibt der 1997 nachgewiesene Zusammenhang und damit die Feststellung aufrecht:

Höhergebildete, Besserverdienende sowie Berufstätige (insbesondere in leitender Stellung) sind hinsichtlich ihrer Urlaubschancen deutlich privilegiert. Die Zwei-Klassen-Gesellschaft von im Urlaub Mobilen und Immobilen wird zunehmend Realität und damit zur Norm.

Dem „**Urlaub zu Hause**“ wird die Freizeit- und Tourismuswirtschaft und somit die Freizeitpolitik insgesamt mehr Aufmerksamkeit widmen müssen. Die im Rahmen unserer Studien immer wieder als vordringlich bezeichnete, notwendige Verbesserung der Vernetzung der Freizeitinfrastruktur einer Region mit dem touristischen Angebot wird also immer wichtiger.

Ökonomische und soziale Ungleichheiten verstärken sich im Urlaubsmarkt. Wer ohnehin viel reist (z.B. Leitende Angestellte), kann sich im Urlaub noch mehr leisten. Wer aber wie die Arbeiter, Arbeitslosen und Pensionisten eher knapp bei Kasse ist, muß immer öfter im Urlaub zu Hause bleiben. Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung hat bei ihnen die größte Wirkung hinterlassen.

1.1. Das Reisejahr 1997 für die Österreicher: Ungebrochene Reiselust

Trotz heftiger Spardiskussionen und düsterer Wirtschaftsprognosen blieb die Reiselust der Österreicher in der vergangenen Saison ungebrochen. 45 Prozent der Bevölkerung waren 1997 im Urlaub mindestens fünf Tage unterwegs. 1996 sind es nur 42 Prozent gewesen. Allerdings ist die Durchschnittsreisedauer stagnierend bis leicht rückläufig (1996: 13,5 Tage - 1997: 13,4 Tage).

In Österreich sind, wie erwähnt, die Urlaubschancen wie in Deutschland, ungleich verteilt. Unter den Nichtreisenden sind die Bezieher unterer Einkommen, die Landbevölkerung und die ältere Generation im Alter von über 55 Jahren am meisten vertreten. Auffallend hoch ist auch der Anteil der Nichtreisenden unter den Bewohnern des Burgenlandes und Niederösterreich (59%), während die West-Österreicher den geringsten Nichtreise-Anteil (43%) aufweisen. Die Wiener leisten sich im Vergleich zu allen anderen Bundesländern die längste Durchschnittsreisedauer (16,6 Tage).

Das liebste Urlaubsland der Österreicher bleibt Österreich. Fast ein Drittel der Bevölkerung, die 1997 eine Urlaubsreise unternahm, blieb im eigenen Lande (31%). Spitzenreiter unter den inländischen Reisezielen sind nach wie vor Kärnten (7%) und Steiermark (7%). Im Vergleich zum Vorjahr verlor Kärnten einen Prozentpunkt, während die Steiermark den Anteil der Österreich-Urlauber um einen Prozentpunkt steigern konnte. Aufsteigende Tendenz weist auch Vorarlberg auf. Mit Stagnation oder Gästeschwund hatten im vergangenen Jahr vor allem Tirol und Niederösterreich zu kämpfen.

Die seit 1995 durchgeführte "Österreichische Tourismusanalyse" erlaubt **erstmal einen Drei-Jahres-Vergleich**.

Hierbei zeigt sich, daß der *Inlandsurlaub* für die Österreicher keineswegs an Attraktivität verliert, eher seinen Anteil an Stammurlaubern stabilisiert hat (1995: 30% - 1996: 31% - 1997: 31%). Relativ uneinheitlich entwickelt sich hingegen die Reisesehnsucht der Österreicher nach *Italien* (1995: 15% - 1996: 17% - 1997: 14%). Als eindeutiger Sieger stellt sich die *Türkei* heraus (1995: 3% - 1996: 3% - 1997: 6%). Die Türkei könnte in den nächsten Jahren Griechenland und Spanien von der Spitzengruppe verdrängen.

Bemerkenswerte Unterschiede in der Auswahl der Reiseziele sind zwischen den Bewohnern der einzelnen Bundesländer feststellbar. Für die Wiener liegen vor allem die Türkei, Griechenland und die USA im Trend. Die Oberösterreicher bevorzugen eher Spanien. Und für die Kärntner und Steirer gehört Italien zum beliebtesten Auslandsreiseziel.

1.2. Die Deutschen wollten es noch einmal wissen: Ungebremste Reiselust, aber sinkende Reisedauer

Die Deutschen wollten es im vergangenen Jahr noch einmal wissen. Trotz wachsender Arbeitslosigkeit und sinkender Realeinkommen stieg die Reiselust 1997: "Bloß weg!", sagten 53 Prozent der Bevölkerung (im Vorjahr 1996: 52%) und leisteten sich eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer. Dennoch zeigt die wirtschaftliche Entwicklung erste Bremsspurten. Die Reiselust der Deutschen bleibt relativ stabil, aber ihre durchschnittliche Reisedauer sinkt - von 15,8 Tagen (1995) über 15,4 Tage im Jahre 1996 auf 15,0 Tage im vergangenen Jahr.

Die Reiselust ist ungebremst - die Reisedauer sinkt: "Mit diesem 'Spagat' retten die Bundesbürger ihre populärste Form von Glück auch über schwierige wirtschaftliche Zeiten hinweg".

Von allen Urlaubsreisenden waren 17 Prozent keine zwei Wochen unterwegs: Drei Prozent gaben sich mit neun bis dreizehn Tagen zufrieden, acht Prozent wählten eine Sieben- bis Acht-Tage-Reise und sechs Prozent waren nach fünf bis sechs Tagen schon wieder zu Hause. Die klassische Drei-Wochen-Reise kann sich nur noch eine Minderheit leisten: 19 Prozent aller Urlaubsreisenden bzw. lediglich etwa ein Zehntel (10,3%) der Gesamtbevölkerung.

Urlaub ist nicht Urlaub, oder wenn zwei das gleiche tun, ist es eben nicht dasselbe. Während immerhin 44% der Deutschen länger als 2 Wochen auf Urlaub fahren, leisten sich nur 29% der Österreicher diese, von vielen Experten als für die Erholung ausreichende Mindestvariante gehaltene, Reisedauer.

Jedenfalls geht eine Zunahme von Kurzreisen (vgl. 2. TA 1996) offensichtlich immer zu Lasten der Reisedauer des Haupturlaubes.

Im Vergleich mit Deutschland fällt auch auf, daß der Anteil an Nichtreisenden in Österreich wesentlich höher ist: 49 zu 42 Prozent; auch wenn sich der Abstand offensichtlich langsam verringert, bleiben die Deutschen deutlich reiseffreudiger.

Was zwei Schlüsse zuläßt:

- die Österreicher haben weniger Geld fürs Reisen – oder
- in Österreich kann man auch zu Hause erholsam urlauben.

Die aus den fünfziger Jahren stammende arbeitsmedizinische Begründung, wonach eine Urlaubserholung "mindestens drei Wochen" dauern soll (vgl. Anton Hittmair: Wissenschaft vom Urlaub. In: Münchener Medizinische Wochenschrift Jg. 101, Nr. 31, 1959, S. 1229 ff.) - was in den Tarifverhandlungen auch zur Verlängerung der Urlaubszeit geführt hat (1910: 5 Tage; 1940: 10 Tage; 1970: 21 Tage; 1998: 30 Tage) - gerät unter den gegebenen wirtschaftlichen Verhältnissen fast in Vergessenheit.

Im Mittelpunkt steht heute nicht mehr die Frage, wie lange man eigentlich verreisen sollte, sondern wieviel Reisetage man sich überhaupt noch leisten kann. Unter diesen Umständen werden Reiseveranstalter die traditionelle Angebotspauschale von ein, zwei oder drei Wochen überdenken müssen. In der Urlaubsplanung der Bundesbürger sind Geldbudget und Zeitbudget gleich wichtig geworden. Wer knapp bei Kasse ist, muß sich im Urlaub nicht nur geldlich, sondern auch zeitlich einschränken. Urlaubstage bemessen sich nach der vorhandenen Urlaubskasse. Reiseanbieter werden auf diese besondere Situation zeitflexibler reagieren und den starren Wochen-Rhythmus aufgeben müssen, wenn sie ihre Stammkunden behalten oder gar neue Zielgruppen gewinnen wollen.

1.3. **Auslandsreiseziele der Deutschen 1997: Spanien einsam an der Spitze, Österreich quo vadis?**

Im vergangenen Jahr ging die Urlaubssonne fast nur in Spanien auf. Jeder sechste bis siebente Urlaubsreisende (15%) wählte spanische Gefilde als Reiseziel. Ein Jahr zuvor waren es nur 11 Prozent gewesen. Die Zunahme von über einer Million zusätzlicher Reisender läßt Spanien einsam an der Spitze stehen. Vor allem die Ostdeutschen (1996: 5% - 1997: 11%) rücken immer näher an das Lieblingsziel der Westdeutschen (1996: 12% - 1997: 16%) heran. Für jeden sechsten Westdeutschen gilt mittlerweile: "Spanien, Mallorca - und tschüß!" Die wachsende Attraktivität spanischer Reiseziele macht den anderen Ferienregionen immer mehr zu schaffen.

Österreich hat unter dem Spanien-Trend am meisten zu leiden. Wie kein anderes Ferienland befindet sich Österreich seit einigen Jahren auf einer Talfahrt ohnegleichen: Im Vergleich zu 1990 hat sich der Anteil der deutschen Österreich-Urlauber halbiert (1990: 10% - 1997: 5%). Seit vier Jahren sinkt der Anteil der deutschen Urlauber kontinuierlich (1994: 8% - 1995: 7% - 1996: 6% - 1997: 5%). Seit über dreißig Jahren gehört Österreich neben Spanien und Italien zu den drei Top-Reisezielen der Deutschen. Wenn die Talfahrt so anhält, können schon bald Griechenland (4%) und die Türkei (4%) Österreich von der Spitzengruppe verdrängen. Die Erklärung liegt nahe: **Österreichs Urlauberschaft droht zu überaltern.** Auf einen Urlauber unter 34 Jahren (2%) kommen fünf Urlauber über 55 Jahre (10%). In Spanien ist es genau umgekehrt: Jüngere Urlauber (18%) sind deutlich stärker vertreten als "ältere" (12%).

Italien nimmt - wie im Vorjahr auch (1996: 8% - 1997: 8%) - ungefährdet den zweiten Platz in der Gunst deutscher Auslandsreisender ein. Von der Reise nach Italien machen wegen der guten Erreichbarkeit die Bewohner Bayerns (17%) und Baden-Württembergs (15%) am meisten Gebrauch.

Der Sehnsucht der Deutschen nach Wärme, Ferne und Weite sind deutliche finanzielle Grenzen gesetzt. Weder die USA noch die Karibik (einschließlich Kuba und Dominikanische Republik) konnten ihren Anteil ausweiten. USA-Reisen stagnieren bzw. sind leicht rückläufig (1994: 3% und 1995 bis 1997 je 2%). Eher ist anzunehmen, daß die karibischen Reiseziele in naher Zukunft mehr gefragt sein werden (1994: 1% und 1995 bis 1997 je 2%). Lieber All-Inclusive auf Kuba als Shopping in New York.

2. Reisejahr 1998

2.1. Reisesaison 1998 für die Österreicher: Verhaltener Optimismus

"Am Urlaub wird zuallerletzt gespart": Die Österreicher können und wollen mit dieser Devise ganz gut leben. Verhaltener Optimismus ist angesagt. Wie 1997 auch sind fast zwei von fünf Österreichern (38%) schon jetzt zur Reise fest entschlossen. Ebenso unverändert üben sich weitere 30 Prozent (1996 waren es 28 Prozent) noch in Zurückhaltung, sind sich also unsicher oder warten auf preisgünstige Angebote.

Die Aussichten für 1998: Keine Reiseeuphorie, eher Stagnation auf gutem Niveau in Verbindung mit leichter Verunsicherung. Was für die Deutschen schon im vergangenen Jahr galt, deutet sich aber für die Österreicher auch in der kommenden Reisesaison '98 (noch ?) nicht an: Sparzwang bremst Reiselust jedenfalls noch kaum. Knappe Reisebudgets sorgen aber in Deutschland dafür, daß nicht alle Reiseträume in Erfüllung gehen.

Und wohin soll die Reise 1998 gehen? "Ab in die Sonne!", sagen die meisten Österreicher, die 1998 verreisen wollen. Italien (18%), Griechenland (12%) und Spanien (7%) werden die Top-Sonnenziele der Österreicher in der kommenden Saison sein. Im Vergleich dazu kann der Inlandsurlaub seine starke Position durchaus behaupten. Jeder fünfte Österreicher mit festen Reiseabsichten will 1998 Urlaub im eigenen Land machen (20% - im Vorjahr 1997: 19%). Wird der Wunsch auch Wirklichkeit werden? Oder entscheiden sich viele Reisende 'in letzter Minute' doch noch für ein Last-Minute-Angebot, weil 14 Tage Türkei oder die Feriengebiete im ehemaligen Jugoslawien billiger als zwei Wochen Urlaub am Wörther See sind?

Ein Vergleich der Urlaubsplanungen der vergangenen Jahre mit dem tatsächlichen Reiseverhalten ergibt jedoch ein gänzlich anderes Bild.

So bleibt eine große Zahl von Urlaubern dem Wunschziel letztlich doch fern und genießt die Ferientage in Österreich: Jeder dritte Österreicherurlaub wollte ursprünglich ins Ausland. Ein ähnliches Image-Bild ergibt sich interessanterweise für Aufenthalte im ehemaligen Jugoslawien.

Andererseits ist es offensichtlich „in“ nach Griechenland (7% statt geplanter 15 %), Spanien (7/10) oder in die Karibik (wo nur ein 1/5 aller Traumreisenden aus Österreich auch tatsächlich ankommt) zu „wollen“, um dann doch „viel weniger weit fort“ zu reisen. Bei den anderen Urlaubszielen der Österreicher halten sich Wunsch und Wirklichkeit etwa die Waage.

2.2. Reiseabsichten 1998 in Deutschland: Verunsicherung läßt Reisebranche bangen

Sinkende Realeinkommen, steigende Sozialabgaben und sich abzeichnende Preissteigerungen lassen vielen Bundesbürgern immer weniger Spielraum für Urlaubsausgaben. 1998 werden viele Urlaubskoffer im Schrank bleiben. Die Reiselust der Deutschen bekommt einen spürbaren Dämpfer. So verunsichert wie in diesem Jahr waren die Deutschen schon lange nicht mehr. Fast jeder vierte Bundesbürger (23%) will auf keinen Fall verreisen, was im

Vergleich zu den Vorjahren (1996: 21% - 1997: 22%) auf einen stetigen Anstieg schließen läßt. Genauso große Sorgen wird der Reisebranche die wachsende Unsicherheit der Bundesbürger bereiten (1996: 27% - 1997: 28% - 1998: 29%), die sich also noch unsicher sind, ob sie verreisen wollen oder können.

Sicher kein Grund zur Krisenstimmung, aber die Boomzeiten im Tourismus sind erst einmal vorbei. Nur knapp jeder zweite Bundesbürger (48%) will in diesem Jahr weg oder sitzt bereits auf gepackten Koffern - im Vergleich zu den Vorjahren (1996: 52% - 1997: 50%) ein spürbarer Rückgang. Die Deutschen sind keineswegs reisemüde. Sie haben eher mit dem Problem zu kämpfen, daß ihre Reiselust mitunter größer als ihr Reisebudget ist.

Kommt nach dem 97er Zwischen-Hoch in der kommenden Reisesaison die Flaute?

So ist die Verunsicherung in der kommenden Reisesaison nur verständlich - eine ungewohnte Erfahrung für die erfolgsverwöhnte Reisebranche. Manche Anzeichen deuten darauf hin, daß die Deutschen auf dem Wege in das Jahr 2000 zwar Weltklasse im Verreisen bleiben, aber nicht mehr Weltmeister im Geldausgeben bei Auslandsreisen sein werden können. Denn: 1998 sparen die Deutschen - auch am Urlaub! Die Devise ist klar: Kürzer reisen zu günstigeren Preisen. **Niedrigpreis-Veranstalter haben vielleicht Hochkonjunktur.**

2.3. Reiseziele 1998: Viel Sonne für wenig Geld

Und wohin soll die Reise 1998 gehen? Die Repräsentativumfrage des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco zu den für 1998 geplanten Reisezielen ergibt: Nicht einmal jeder vierte Bundesbürger mit festen Reiseabsichten (23%) will Urlaub im eigenen Land machen. Mehr als drei Viertel aber wollen unbedingt ins Ausland reisen. Wie in den Vorjahren auch bleibt *Spanien* das Lieblingsreiseziel der Deutschen. Jeder siebente Bundesbürger, der in diesem Jahr verreisen will, wählt dieses Reiseziel (14%). Es folgen in der Wunschliste *Österreich* (8%) und *Italien* (8%). Wenn der Wunsch auch Wirklichkeit wird, könnte **Österreich wieder Pluspunkte** sammeln. Der große Verdrängungswettbewerb mit den anderen Feriendländern aber bleibt - insbesondere zwischen Griechenland (6%), der Türkei (5%), Skandinavien und Frankreich (jeweils 4%).

Beim Vergleich der Reiseabsichten zum Vorjahr fällt auf, daß Tunesien und Marokko wieder im Kommen sind (1997: 1% - 1998: 3%). Hier ist die Sonne garantiert und offensichtlich die Bezahlbarkeit auch. Und der notwendige Kontrast zum Alltag ist durch Südländisches und Fremdländisches zugleich gegeben. Was für die Deutschen auf Reisen am wichtigsten ist, nämlich

- * Sonnengarantie,
- * Kontrasterlebnis und
- * gutes Preis-Leistungsverhältnis,

kann in der kommenden Reisesaison '98 den Wettbewerb unter den Sonnenzielen verschärfen. Wunsch-Reiseziele wie USA (1997: 3% - 1998: 2%) oder Karibik (1997: 3% - 1998: 2%) werden die Konkurrenz preiswerterer Sonnenziele zu spüren bekommen. Denn **das Fernweh ist für viele kaum mehr bezahlbar**. Preisbewußt buchende Urlauber werden dafür sorgen, daß das ferntouristische Vorjahresniveau nur knapp erreicht, vielleicht sogar unterschritten wird. Ein ferntouristischer Boom ist jedenfalls nicht zu erwarten.

3. **Schlußfolgerungen aus dem Zwei-Länder-Vergleich: Grundlagen für ein neues Tourismuskonzept**

In Österreich und Deutschland bestätigte sich auch im abgelaufenen Reisejahr das gemeinsame Problem: Die sinkende Zahl der Gäste macht der Touristikbranche immer noch deutlich zu schaffen. Die staatlichen Sparpakete greifen langsam auch im Alltag, die Ausgabenfreudigkeit in Sachen Urlaubsreise ist vor allem in Deutschland spürbar gedämpft. Die Hauptsorge für den heimischen Tourismus bleibt daher: Der Österreich-Tourismus wird durch diese Entwicklung doppelt beeinträchtigt, denn immer noch kommen fast zwei Drittel der Urlaubsgäste aus Deutschland.

Die Tourismusanalysen der kooperierenden Forschungsinstitute (BAT-Hamburg/LBI-Wien) bestätigen den immer noch anhaltenden Abwärtstrend. Der Anteil der deutschen Reisenden, die sich in den letzten Jahren für einen Österreich-Urlaub entschieden, lag

- 1990 bei 10%,
- 1991 bei 9%,
- 1994 bei 8%
- 1995 bei 7%,
- 1996 bei 6% und
- 1997 bei 5%.

Die wesentlichsten Tourismus-Fragen bleiben also nach wie vor im Raum:

Steht bald ein Viertel der alpenländischen Hotels knapp vor dem Aus?
Ist ein weiteres Viertel in Bedrängnis?
Wie sind diesbezügliche Entscheidungen in einer wirtschaftlich vernünftigen, qualitätssteigernden Form möglich und vor allem rechtzeitig zu treffen?

Auch in diesem Zusammenhang liegt die Beratungs- und Entscheidungskompetenz wohl vor allem in den Regionen selbst.

Bund und Länder können hier nur Richtlinien und Entscheidungshilfen anbieten.

Der österreichischen Tourismusbranche boten sich bisher als Erklärung für das Ausbleiben der Deutschen drei plausible Gründe an:

1. billige Flugpreise
2. schlechtes Wetter und
3. leere Urlaubskassen.

Die "österreichische Tourismusanalyse des vergangenen Jahres hatte den Nachweis erbracht: Wie in Deutschland auch wird der Mangel an Sonne als Hauptursache beklagt. Und schließlich werden ebenso die preiswerten Reiseziele im Ausland als Grund für den Attraktivitätsverlust des Inlandsurlaubs genannt. Groß war auch das Unbehagen der Österreicher über das schlechte Preis-Leistungsverhältnis im eigenen Land. Viele wählen deshalb lieber eine preiswertere Auslandsreise.

Auch wenn in dieser Hinsicht von der ÖW oder dem WIFO erste Entwarnungsmeldungen kommen („Das Preis-Leistungsverhältnis kommt zunehmend in Ordnung“) muß die Zielvorgabe doch unverändert lauten:

Das Urlaubsland **Österreich braucht ein neues Attraktivitätsprofil für die jüngere Generation**. Der Österreich Tourismus (ÖW) muß ein touristisches Spezifikum kreieren, das es woanders nicht gibt. Etwas Eigenes, also Österreich-Spezifisches. Getragen von den Anpassungen an die Profile der jeweiligen Regionen. Gleichzeitig aber muß das Angebot insbesondere für junge Leute attraktiv werden. **Die jungen Leute sind unter Österreichs Urlaubern deutlich unterrepräsentiert**. Dies gilt nicht nur für Besucher aus dem Ausland, sondern auch für die eigenen Inlandsurlauber (15- bis 34jährige: 29% - über 55jährige: 44%).

Im vorigen Jahr hat das LBI für Freizeit- und Tourismusforschung die wichtigsten Zusammenhänge der aktuellen Tourismussorgen auf die Kurzformel gebracht: Es ist nicht die Wintersaison und es sind nicht die Inlandsurlauber die man als „Verursacher“ der rückläufigen Nächtigungszahlen ausmachen kann. Pointiert könnte man also erweitern: und es sind auch nicht die „älteren Urlauber“. Oder noch schärfer: Rettet der ältere, österreichische Skiurlauber auf Dauer die Tourismusbilanz?

Auch hier ist die Antwort relativ naheliegend:
Innovationen und **zukünftige Strategien**

- dürfen zwar das **Bewährte** nicht gefährden,
- sollen aber verstärkt **jüngere Urlauber** und deren Bedürfnisse erfassen,
- müssen vor allem im **Sommertourismus** ansetzen,
- können den **deutschen Markt** nicht abschreiben und
- werden an **regionalen Markenbildungen** die im europäischen Tourismusmarkt Aufmerksamkeit erzielen nicht vorbei kommen.

Zu überdenken sind aber auch die **Arbeitsvoraussetzungen** im Tourismus.

Wenn der „Katastrophale Tourismus-Arbeitsmarkt“ (KURIER, 10.2. 1998: 17) Anlaß war, daß „Bundeskanzler Viktor Klima die Sozialpartner im Tourismus zur Aussprache über die Arbeitsmarktproblematik eingeladen hat“, dann sollte die Debatte aber über die vor allem zur Diskussion stehende Abfertigungskasse hinausgehen:

Im Tourismus handelt es sich, wie eben im gesamten Freizeitbereich, um sogenannte **„High-Touch-Dienstleistungen“**.

Mitarbeiterkompetenz, -zufriedenheit und -motivation werden zu Schlüsselfragen des wirtschaftlichen Erfolges.

Die Angebots- und Programmentwicklung muß diesem Umstand viel mehr als bisher üblich Rechnung tragen. Nur so kann den Leitbildern, Slogans und Hochglanzprospekten endlich ein Urlaubsalltag folgen, der den aktuellen Gästebedürfnissen entspricht.

Zufriedene Gäste müssen das neue „Österreichurlaub-Image“ mit nach Hause nehmen und darüber begeistert berichten.

Auch wenn es manchen zu reißerisch oder modern klingt:

Wenn man wieder neue Urlauberschichten ansprechen will, dann muß ein Urlaub in Österreich zu einem „Event“ werden, über das man eben ad definitionem spricht, lange bevor es stattfindet.

Und sprechen sollten eben zufriedene Gäste, indem sie zukünftige Urlauber interessieren und begeistern – eigentlich „werben“.

Vor allem müssen aber auch Ausbildungskonzepte im Freizeit- und Tourismusbereich diesen Entwicklungen und neuen Anforderungen Rechnung tragen.

4. Umwelt, Mobilität und Tourismus. Deutsch-Österreichische Parallelen

Der Tourismus gilt - so 1996 der Wissenschaftliche Beirat für Globale Umweltfragen der deutschen Bundesregierung - noch immer als "Umweltproblemsyndrom". Und das 1998 vom Ausschuß für Fremdenverkehr und Tourismus des Deutschen Bundestages vorgelegte TA-Gutachten "Entwicklung und Folgen des Tourismus" vermißt weiterhin ein "spezifisches Ökobilanz-Konzept im Bereich Tourismus".

Auch in Österreich setzen sich die zuständigen Abteilungen der Landesregierungen – insbesondere Landes- und Raumplanung – mit der Umweltproblematik im Zusammenhang mit Tourismuskonzepten auseinander.

Eine *konkrete* Koordination und Umsetzung ist jedoch nur auf regionaler bzw. kommunaler Ebene möglich und damit wirksam. Es kommt *letztlich* auf den Einzelnen an!

Diesen Fakten steht nämlich eine andere Entwicklung gegenüber:

Während Politik und Fachöffentlichkeit noch über wirksame Lösungsansätze debattieren, steigen offensichtlich die ersten Touristen schon wieder aus der Umweltdiskussion aus. Sie haben ganz andere Probleme und Wünsche - vom knappen Haushaltsgeld bis zum wachsenden Erlebnishunger.

- Ist die Umwelt plötzlich out?
- Wollen die Urlauber vom "Sanften Tourismus" nichts mehr wissen?
- Oder werden Umweltprobleme vorübergehend nur verdrängt?

Die kooperierenden Institute greifen daher als Schwerpunkt-Thema der neuen Tourismusanalyse 97/98 die zentralen Fragen aus den achtziger Jahren im Umfeld von "Umwelt, Mobilität und Tourismus" wieder auf: Was hat sich seither im Umweltbewußtsein und Umweltverhalten der Urlauber geändert? Wie hat sich inzwischen die Einstellung der Menschen zu einer fast grenzenlosen (Auto-)Mobilität entwickelt? Und welche konkreten Maßnahmen empfiehlt die Bevölkerung für eine nachhaltige Tourismuspolitik im 21. Jahrhundert?

Was für das Freizeitverhalten der Österreicher und Deutschen von den beiden Freizeit-Forschungsinstituten bereits nachgewiesen wurde (vgl. B.A.T/LBI Datenreport "Freizeitmonitor 1997"), trifft auch weitgehend für die Einstellung zum Spannungsfeld von Umwelt, Mobilität und Tourismus zu: Die Umfrage-Ergebnisse erinnern wiederum an das Bild vom Paarlauf:

Die Gemeinsamkeiten zwischen Österreichern und Deutschen sind genauso groß (oder klein) wie z.B. zwischen Ostdeutschen und Westdeutschen. Teilweise sind die Übereinstimmungen so groß, daß sie wie ein Spiegelbild auf den Betrachter schon fast langweilig wirken.

Zwei verschiedene Institute - Spectra in Linz (A) und Inra in Mölln (D) - haben im gleichen Zeitraum die gleichen Fragen an die jeweilige Bevölkerung gestellt. Um so überraschender sind die weitgehenden Übereinstimmungen. Die Umfragen zu den **sieben Umweltsünden** von Freizeit und Tourismus ergeben beispielsweise:

- Österreicher wie Deutsche sehen die **LandschaftsverSchmutzung** (jeweils 70%) als größte Umweltbelastung an. Ähnlich problematisch eingeschätzt werden die Pflanzengefährdung (A: 49% - D: 50%) und die Tiergefährdung (A: 44% - D: 45%).

- Lediglich die **Wasserverschmutzung** (+10 Prozentpunkte) und die **Luftverschmutzung** (+6) schätzen die Österreicher deutlich problematischer ein.

Auch bei der Frage nach dem **umweltbewußten Urlaubsverhalten** sind im Zwei-Länder-Vergleich deutliche Übereinstimmungen feststellbar:

- In beiden Ländern wird beim Wandern nicht mehr querfeldein gelaufen (A: 65% - D: 66%).
- Jeder zweite informiert sich gezielt über Umweltprobleme im jeweiligen Urlaubsort (A: 50% - D: 51%).
- Und nur wenige (A: 36% - D: 36%) geben an, gelegentlich mehr mit dem Fahrrad und weniger mit dem Auto zu fahren.

Im **konkreten Urlaubsverhalten** sind eigentlich nur zwei wesentliche Unterschiede nachweisbar:

- Bei Ausflügen nehmen 83 Prozent der Österreicher ihre **Abfälle** grundsätzlich wieder mit nach Hause. Die Deutschen sind zwar keine "Abfallmuffel", aber im Vergleich zu den Österreichern ist ihre Umweltfreundlichkeit in dieser Beziehung deutlich geringer (76%).
- Dafür verhalten sich die Deutschen im Vergleich zu den Österreichern in einer anderen Hinsicht geordneter und disziplinierter: 56 Prozent der Deutschen suchen keine abgelegenen **Natur- und Landschaftsschutzgebiete** mehr auf (A: 51%).

In einem sind sich beide weitgehend einig: Das Auto verliert seine Attraktivität als Freizeit- und Urlaubsmobil nicht. Ein ebenso unbequemer wie schmerzhafter *Verzicht auf das Auto kommt für die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung vorerst nicht in Betracht.*

Fast auf den Prozentpunkt genau stimmen auch beide Bevölkerungen in der Bewertung des **Tourismus und seiner Folgen** überein. So problematisch die ökologischen und sozialen Auswirkungen auch sind, die Vorteile des Tourismus für den Erhalt des Lebensstandards, die Verbesserung der Lebensqualität und die Schaffung von Arbeitsplätzen werden deutlich höher eingestuft.

94 Prozent der Österreicher (D: 88%) heben die Bedeutung des Tourismus für die **Schaffung von Arbeitsplätzen** an Ferienorten besonders hervor.

Dabei darf man aber nicht nur die „klassischen“ touristischen Arbeitsplätze im Auge haben, auf deren aktuelle Problematik wir im übrigen bereits hingewiesen haben:

Neue und damit zusätzliche Arbeitsplätze können wohl vor allem in der **Programm- und Angebotsentwicklung** und in deren Folge in neuen Dienstleistungs- bzw. Betreuungsbereichen geschaffen werden. Möglichkeiten dafür sind:

- die gute, mittlerweile in die Jahre gekommene *Animation*,
- die professionelle *Führung durch die Erlebnisangebote* einer Region,
- die Wartung, Instandhaltung und *Betreuung der Anlagen* (und sei es z.B. auch nur der Wanderwege),
- sowie die grundsätzliche, aber auch laufende – vor allem lebendige, dynamische - *Information* über das Angebot, die den Gast direkt und in seinem Quartier erreicht.

Regional gemanagt, landesweit koordiniert und vom *Bund gefördert und evaluiert* stellt dies österreichweit ein Potential von einigen tausend Arbeitsplätzen dar. Und dabei ist die mögliche Vernetzung mit dem jeweils kommunalen Freizeitangebot für die Bevölkerung noch gar nicht miteinbezogen.

Immerhin sehen 91 Prozent der Österreicher (D: 86%) den Tourismus als **wichtige Einkommensquelle** für die einheimische Bevölkerung. Diese Tatsache gilt es – bestätigt auch durch die Freizeit- und Tourismusforschung – auszubauen.

Deutlich geringer werden die negativen Auswirkungen in beiden Ländern eingeschätzt:

- Immerhin befürchten zwei von drei Menschen eine *negative Beeinflussung der Einheimischen* durch den Tourismus und
- für jeden Zweiten ist er schuld „*am Verfall der Traditionen und Sitten*“.

Was muß daraus geschlossen werden?

Nicht einmal die *umweltverträgliche* Weiterentwicklung von touristischen Konzepten ist eine gemähte Sommerwiese in der man dann liegend seine Seele baumeln lassen kann. Soll der Erfolg wirklich eine *ganze Region* erfassen, dann wird es vor allem auf die **Moderation des Prozesses** ankommen.

Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge bleiben wichtig, sie bestimmen jedoch nicht mehr allein über Erfolg und Mißerfolg in der Tourismuswirtschaft.

Deutlich geringer werden die **sozial-ökologischen Folgen** des Tourismus eingeschätzt - in Österreich genauso wie in Deutschland.

Als konkrete Empfehlung der Bevölkerung an die Tourismuspolitik weisen Österreicher wie Deutsche eindringlich darauf hin, in Zukunft

- mehr die Interessen der ansässigen Bevölkerung zu berücksichtigen (A: 59% - D: 57%),
- die Energie- und Wassereinsparung verpflichtend zu machen (jeweils 53%),
- Reiseveranstalter in bestimmten Gebieten zu Kapazitätsbeschränkungen zu verpflichten (A: 41% - D: 43%),
- beim Bau von Ferienanlagen nur regionale Baustoffe und Produkte zu verwenden (A: 42% - D: 41%), sowie
- autofreie Ferienorte zu fördern (A: 47% - D: 45%).

Etwas andere Akzente setzen beide Bevölkerungen lediglich bei der Frage, die *Ferienarchitektur* der Landschaft und Kultur anzupassen, worauf die Deutschen deutlich mehr Wert legen (A: 47% - D: 57%). Auch ruft die Bevölkerung in Deutschland etwas nachdrücklicher (A: 35% - D: 39%) nach einem einheitlichen und anerkannten *Gütesiegel* für umwelt- und sozialverträglichen Tourismus. Die insgesamt große Übereinstimmung in den Vorschlägen der Bevölkerung beider Länder beweist, wie notwendig und dringend eine EU-weite Tourismuspolitik ist.

Aus österreichischer Sicht ist freilich eindeutig darauf hinzuweisen, daß dies auch mit einem Risiko verbunden ist: EU-Förderungen könnten in einem solchen Falle wohl vor allem in touristisch noch unterentwickelte bzw. aufstrebende Regionen gehen.

5. Resümee

Welche Prognose kann man in Kurzform für den Tourismus in Österreich erstellen?
Das Reiseverhalten der Österreicher wird kaum von tiefgreifenden Änderungen erfaßt werden.

Österreich wird als Urlaubsland vielleicht langsam wieder interessanter, weiterhin werden aber zwei von drei Österreichern ihren Urlaub in südlichen Gefilden verbringen:

Sonnenhunger, Kontrast- und Erlebnisbereitschaft, sowie ein, zumindest subjektiv als besser empfundenes **Preis/Leistungsverhältnis** lassen unsere Urlauber weiterhin für die schönsten Tage im Jahr nach Italien, Griechenland, Spanien, ins ehemalige Jugoslawien und in die Türkei abwandern.

Innerhalb Österreichs bleiben Kärnten und die Steiermark, vor allem im Sommer, die beliebtesten Urlaubsziele.

Aber auch für die Reisen nach Österreich besteht kaum Hoffnung auf kurzfristige Trendumkehr. Die Deutschen werden weiter - zumindest im Vergleich zu den goldenen Tourismusjahren – ausbleiben, der relative Rückgang im Vergleich zum Vorjahr aber aller Voraussicht nach gestoppt werden.

Überlegungen und Anstrengungen neue Gästegruppen zu erreichen müssen also verstärkt fortgesetzt werden.

Lösungsansätze liegen dabei wohl sicher vor allem in einem besseren Programmangebot, das Elemente der Erlebnisgesellschaft ebenso berücksichtigt wie die Wünsche der Gäste nach „all-inclusive“ Varianten.

Die **Markenbildung** der Regionen bleibt die vordringliche Aufgabe.

Vorsichtiger Optimismus ist für die angeschlagene, heimische Tourismuswirtschaft durchaus angebracht. Die Notwendigkeit zur „Flurbereinigung“ ist aber weiterhin gegeben:

Nach Meinung vieler Experten ist das Bettenangebot auf maximal 75% zu reduzieren. Das bedeutet, daß zumindest mittelfristig ca. 300.000 Betten „vom Markt“ müssen.

Die Qualitätsverbesserung der Beherbergungsbetriebe – in Hinblick auf Erfüllung der tatsächlichen Gästewünsche darf aber nicht nur die 4- und 5-Sternkategorien, sondern muß alle Kategorien erfassen: durch **Kooperationen und Vernetzung** der Angebote.

Auch wenn immer noch tiefgreifende Veränderungen notwendig scheinen: die Zeiten des *Krankjammerns* sollten vorbei sein.

Ein *Gesundbeten* kann jetzt aber falsche Hoffnungen wecken: Steigende, dem Tourismus zugeordnete Umsatzziffern aus dem gesamten Freizeitbereich, höhere - statistische - durchschnittliche Tagesausgaben der Gäste sind ein erster Hoffnungsschimmer – nicht mehr und nicht weniger. Ihr Aussagewert darf jedoch nicht dahingehend interpretiert werden, daß die Trendwende bereits eingeleitet ist.

Die eigentliche Trendwende muß in den Köpfen der Anbieter erfolgen. Sie kann sich letztlich nur in einem neuen, verbesserten, vielleicht „jugendlicheren“ Programmangebot, in einer konsequenten Markenbildung niederschlagen.

Darauf müssen, und wir haben von dieser Stelle aus bereits den Nachweis erbracht, vor allem auch geänderte **Ausbildungskonzepte** im Freizeit- und Tourismusbereich Rücksicht nehmen.

Literaturverzeichnis

- B.A.T (1998): Umwelt, Mobilität und Tourismus; Im Zeitvergleich der achtziger und neunziger Jahre; Hamburg.
- OPASCHOWSKI, H.W./ZELLMANN, P. (1996): 1. Österreichische Tourismusanalyse, AUSTRIA-TA 95/96; Trends für Österreich unter Berücksichtigung der deutschen Tourismusanalyse und Drei-Länder-Vergleich: Deutschland, Österreich, Schweiz. Ludwig Boltzmann Institut für angewandte Sportpsychologie und Freizeitpädagogik (Hrsg. f. Österreich); Wien – Salzburg.
- OPASCHOWSKI, H.W./ZELLMANN, P. (1997): 2. Österreichische Tourismusanalyse, AUSTRIA-TA 96/97; Trends für Österreich unter Berücksichtigung der deutschen Tourismusanalyse und Vergleich: Deutschland - Österreich. Ludwig Boltzmann Institut für angewandte Sportpsychologie und Freizeitpädagogik (Hrsg. f. Österreich); Wien – Salzburg.
- ZELLMANN, P. (1997): Welche Gäste wollen all-inclusive?
In: News Letter – Freizeit im Trend 7/97; Hamburg-Salzburg-Wien.
- ZELLMANN, P. (1997): Reisemonitor Österreich / Deutschland 96/97.
(mit Beiträgen von Opaschowski, H. W.); Wien.
- ZELLMANN, P. (1997): Aktuelle Tourismustrends.
Vortrag im Rahmen der 44. Werbewirtschaftlichen Tagung WIFI Österreich – Wirtschaftskammer; Baden.
- ZELLMANN, P. (1997): Freizeit- und Tourismusmarkt Deutschland – Trendanalyse und Marketingempfehlungen.
Studie als Grundlage eines Vortrages für das Norwegische Fremdenverkehrsamt (NORTRA); Frankfurt/Main (Niederhausen).