

Tourismus – Herausforderungen der Zukunft

Ulrike Pröbstl

Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung,
Universität für Bodenkultur, Wien

Nach den Veröffentlichungen der Welttourismusorganisation WTO zählen – bezogen auf den Europäischen Alpenraum als Tourismusdestination – vor allem die Auswirkungen des Klimawandels auf den Wintertourismus zu den wichtigsten Bedrohungen.

Betrachtet man die wirtschaftliche Bedeutung des Wintersportes für Österreich, dann ist diese Einschätzung nachvollziehbar.

So sind im Jahresdurchschnitt ca. 150 000 Mitarbeiter im Tourismusbereich beschäftigt. Das entspricht rund 5 % der unselbstständig tätigen Bevölkerung. 70 % der Gästebetten liegen in Gebieten unter 1.000 Höhenmetern. Rund 57 Mio. Nächtigungen entfallen auf die Wintersaison.

Das sind jedoch nur die direkten Verflechtungen. Ein Rückgang des Wintertourismus verursacht auch indirekte Wirkungen auf Landwirtschaft durch Nebenerwerb und entfallende Direktvermarktung, Zulieferbetriebe, Ver- und Entsorgen. Experten erwarten in diesem Fall eine weitere Beschleunigung des Strukturwandels in der Landwirtschaft.

Vor diesem Hintergrund überraschen positive oder verharmlosende Berichte wie:

„Klimawandel bringt neue Chancen für den Tourismus“ (vgl. www.gast.at/ireds-13865html) oder „Klimawandel beeinflusst Tourismus kaum“ (Hamilton 2005).

Unter strategischen Gesichtspunkten kann man sie der Rubrik „Verharmlosung“ oder Vogel-Strauß-Politik“ zuordnen. Vielleicht steckt bei vielen aber auch die Sorge dahinter, dass man unschwer die Probleme auch – schneller als sie eintreten – herbeischreiben kann. Der Einfluss der Medienberichterstattung ist enorm. Messbare Besucherrückgänge aufgrund der Berichterstattung erfolgten u.a. bezogen auf die Wasserqualität die italienische Küste und das Waldsterben. Der Urlauber aus Deutschland, den Benelux-Staaten oder England muss sich auf die Berichterstattung verlassen. Das bedeutet auch eine besondere Verantwortung bei denjenigen, die Klimamodelle erstellen und denjenigen, die sie interpretieren.

Wer dies bezogen auf den Alpenraum versucht hat, weiß, wie schwierig dies ist und dass ein einfacher Höhenbezug der Realität nicht entspricht, wie am Beispiel Schladming verdeutlicht wird. Entscheidend ist zudem nicht nur die Schneemenge, sondern die Möglichkeit die Beschneigung einzusetzen. Klimastudien sollten dies auf der Basis des stündlichen Temperaturverlaufs beinhalten, wenn realistische Verhältnisse abgebildet werden sollen.

Welche Bedeutung besitzt der Schnee für den Kunden. Untersuchungen zeigen, dass die Schneesicherheit eine besondere Rolle spielt, Schnee insgesamt auch für das Ambiente wichtig ist. Hier sind die Grenzen für den Einsatz der Beschneigung. Die Tourismusbranche weiß auch, dass es nicht nur auf die Schneemenge ankommt, sondern auch auf den „termingerechten Schnee“. Reichliche Schneefälle im Spätwinter helfen dem Wintertourismus nicht.

Vor diesem Hintergrund werden derzeit insbesondere in Deutschland und der Schweiz mit einem hohen Anteil an niedrig gelegenen Skigebieten über Strategien zur Sicherung des Tourismus nachgedacht. Derzeit werden drei Varianten praktiziert und diskutiert:

- Beibehalten des Wintertourismus
- Ersatzkonzepte
- Alternative Angebote für den Ski- und Wintertourismus.

Darüber hinaus gibt es auch noch Ansätze und Initiativen zur Ursachenbekämpfung, die in der einschlägigen Literatur jedoch nur eine geringe Rolle spielen. Charakteristische Merkmale für den Wintertourismus sind eine Optimierung der Beschneidung, die Risikoverteilung durch den Verbund verschiedener Unternehmungen und die (zusätzlich) Erschließung höherer Lagen. Zu dieser Strategie gehört auch die kritisch und kontrovers diskutierte Frage, ob sich die Hotelbranche nicht auch an den Kosten für die Bereitstellung optimaler termingerechter Pisten beteiligen sollte.

Neben dieser am Status quo orientierten Variante gibt es Forschungsarbeiten und Überlegungen insbesondere in Deutschland und dem Alpenraum wie ein Ersatz für Tage ohne oder mit nicht ausreichender Schneedecke aussehen könnte. Dabei werden vielfach Wellnessangebote, Serviceverbesserungen, Eislaufen, Pferdekutschfahrten oder Nordic-Walkingangebote aufgeführt. Offen bleibt in diesem Zusammenhang, wie lange die bisherigen Wintersportler sich mit dem „Ersatz“ zufrieden geben (z.B. Tag von 7 Tagen des geplanten Skiurlaubs) und welche Rolle dabei die Kosten für diesen Ersatz spielen. Antworten auf diese Frage erhoffen wir uns im Rahmen des kooperativen Forschungsprojekts Strategie an der BOKU (vgl. www.wintersport-klimawandel.at).

Die dritte Säule bilden alternative Angebote für den Skisport. Neben dem oben beschriebenen Ersatz, der in der Summe auch den Charakter des bisherigen Winterurlaubs verändern kann, gehören auch Überlegungen den in den Skiregionen teilweise vernachlässigten Sommertourismus zu stärken. Interessant ist in diesem Zusammenhang, ob die Wintersportler unter bestimmten Bedingungen einen Wechsel in den Sommer vorstellen können. Die ersten Ergebnisse aus aktueller Forschung am Institut zeigen überraschender Weise, dass bei zum gebuchten Zeitpunkt unzureichenden Schneebedingungen rund 30 % der bisherigen Skifahrer aus Wien und Umgebung auch statt 4 Tagen Skifahren auch 7 Tage Sommerurlaub als Kompensation für den entgangenen Skiurlaub wählen würden.

Der Klimawandel zeigt deutlich, was bei den vielfach ökonomisch-betriebswirtschaftlich orientierten Studien und Forschungsfeld Tourismus häufig unterschlagen wird. Folgt man Befragungen unterschiedlicher Quelle (Universität Freiburg 2003, Opaschovski 2003, Manova 2006), dann kommt der Gast in erster Linie wegen der Landschaft. Sein erster Gedanke gilt jeden Tag als erstem dem Blick aus dem Fenster: Landschaft und Wetter. Daher wäre in diesem Zusammenhang mehr ganzheitliche und transdisziplinäre Forschung notwendig.

Bei aller Konzentration auf das Thema Klimawandel besteht die Gefahr, weitere Einfluss- und Änderungsfaktoren außer Acht zu lassen. Dazu gehören nicht zuletzt der geographische Klimawandel (im Winter einen Urlaub in südlicher Sonne buchen), der Strukturwandel im Tourismus, der demographische Wandel und der Anspruchswandel. Ein paar Aspekte im Hinblick auf das Berggebiet sollen abschließend noch kurz angesprochen werden.

Die Generation 50+ sieht sich mit 61 % vor allem als Naturliebhaber. Neue GPS basierte Naturführer, wie derzeit im Chiemgau und an der BOKU entwickelt, können einen Beitrag dazu leisten das Naturerlebnis zu fördern und ein neues Landschaftserlebnis zu vermitteln. Der Anspruchswandel zeigt sich immer mehr auch im Wintertourismus in einem sog. Stand-by-tourismus, der durch entsprechendes Arbeitsarrangement, es in der post-industriellen Gesellschaft immer häufiger angeboten werden. Schneefallmeldungen per SMS, wie von Schweizer Skigebieten angeboten und darauf aufgebaute Staffelpreise, und das veränderte Buchungsverhalten im Winterport über das Internet veranschaulichen diesen Trend.

Der Anspruchswandel geht hin zu mehr erlebbarer Vielfalt am Urlaubsort und weg von klassischen Stand- oder Skiurlaub. Neue Kundensegmente aus dem Osten, aus China und Russland erfordern ebenfalls Adaptionen und eigenständige Angebote und touristische Inszenierungen.

Die touristischen Herausforderungen sind damit auch, aber nicht nur im Bereich des Klimawandels anzutreffen.