Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag

19

Thomas Petermann
Christoph Revermann
Constanze Scherz

Zukunftstrends im Tourismus

TAB

edition sigma

19 Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag

Das Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB) berät das Parlament und seine Ausschüsse in Fragen des gesellschaftlich-technischen Wandels. Das TAB ist eine organisatorische Einheit des Instituts für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse des Forschungszentrums Karlsruhe.

Die „Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung“ werden vom Leiter des TAB, Professor Dr. Armin Grunwald, und seinem Stellvertreter, Dr. Thomas Petermann, wissenschaftlich verantwortet.

Thomas Petermann
Christoph Revermann
Constanze Scherz

Zukunftstrends im Tourismus

edition sigma

Bibliografische Informationen Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese
Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über http://dnb.ddb.de abrufbar.

ISBN-10: 3-89404-828-X
ISBN-13: 978-3-89404-828-0

© Copyright 2006 by edition sigma, Berlin.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Druck: Rosch-Buch, Scheßlitz Printed in Germany

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG 9

I. EINLEITUNG 23

II. MEGATRENDS: EINBRUCH, UMBRUCH ODER AUFBRUCH? 29

III. DEMOGRAFISCHER WANDEL IN DEUTSCHLAND 37

1. Die Bevölkerungszahl schrumpft 37

2. Die deutsche Gesellschaft altert 39

3. Auswirkungen des demografischen Wandels auf die sozialen Sicherungssysteme 40
   3.1 Alterssicherungssysteme unter Druck 40
   3.2 Gesundheitssysteme unter Druck 43

4. Exkurs: Veränderungen in Arbeit und Freizeit 46

5. Touristische Implikationen des sozio- demografischen Wandels 47
   5.1 Einkommen unter Druck – Folgen für den Tourismus 48
   5.2 Auswirkungen des Wandels von Arbeitszeit und Freizeit 49
   5.3 Quantitative Veränderungen des touristischen Nachfragepotenzials 50
   5.4 Auswirkungen der sich wandelnden Altersstruktur – Hoffnungsträger Seniorentourismus? 55

6. Handlungsfelder für Tourismuswirtschaft und -politik 63

IV. EU-ERWEITERUNG – AUSWIRKUNGEN AUF DEN TOURISMUS 67

1. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den neuen EU-Ländern 68

2. Reisen zwischen Deutschland und den neuen EU-Ländern 75
   2.1 Reisen aus den neuen EU-Ländern nach Deutschland 75
   2.2 Reisen von Deutschen in die neuen EU-Länder 78
   2.3 Perspektiven 83

3. Strategien und Marketing – Deutschland als Quell- und Zielmarkt 93
3.1 Marketingstrategien der neuen EU-Mitgliedsländer – Deutschland als Quellmarkt 94
3.2 Marketingstrategien in Deutschland – Deutschland als Zielland 108

V. REISEN ANGESICHTS VON RISIKEN UND KRISEN 117

1. Tourismus und Sicherheit – die Ausgangslage 117

2. Risiken und Krisen im Tourismus 119
2.1 Naturkatastrophen und Klimawandel 121
2.2 Gewalt, Kriminalität und Terror 129
2.3 Epidemien und Gesundheitsrisiken 134

3. Risikowahrnehmung und Risikokommunikation im Tourismus 139
3.1 Risikowahrnehmung 140
3.2 Risikokommunikation und Reiseentscheidung 141

4. Krisenprävention und Krisenmanagement – die Akteure und ihre Konzepte 147
4.1 Nationale Ebene – Akteure der Wirtschaft 147
4.2 Nationale Ebene – öffentliche Akteure 153
4.3 Internationale Organisationen und Verbände 158
4.4 Exkurs: Frühwarnsysteme 164

5. Reiseversicherungen 167
5.1 Der Markt 167
5.2 Trends und Herausforderungen 171

6. Rechtliche Aspekte des Versicherungsschutzes bei »höherer Gewalt« 172

7. Rückblick und Ausblick 174

VI. WISSENSCHAFT UND POLITIK VOR DER ZUKUNFT – EINE SCHLUSSBEMERKUNG 179

LITERATUR 189

1. In Auftrag gegebene Gutachten 189

2. Weitere Literatur 189

ANHANG 197

1. Tabellenverzeichnis 197

2. Abbildungsverzeichnis 198

ZUSAMMENFASSUNG

Demografische, sozialstrukturelle und soziokulturelle Entwicklungen führen seit jeher zu Veränderungen in der touristischen Nachfrage und erheblichen Anpassungserfordernissen für die Leistungserbringer im Tourismus. Diese ständigen Herausforderungen haben sich in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends erheblich zugespitzt und erweitert. Insbesondere Krieg und Terrorismus, extreme Wetterereignisse, die weiter voranschreitende Internationalisierung des Tourismus sowie die – zunehmend ins allgemeine Bewusstsein gerückte – Alterung der Gesellschaft haben die latente Verletzlichkeit der Boombranche Tourismus nachdrücklich demonstriert. Die Zukunftsfähigkeit der Tourismuswirtschaft hängt entscheidend davon ab, ob rechtzeitig relevante Entwicklungen erkannt und berücksichtigt werden.

Vor diesem Hintergrund wurde das TAB – auf Initiative der Arbeitsgruppen der Fraktionen im Ausschuss für Tourismus – vom zuständigen Ausschuss für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung mit der Durchführung eines TA-Projektes »Zukunftstrends im Tourismus« beauftragt. In dessen Mittelpunkt standen die Themen »Demografischer Wandel«, »EU-Erweiterung« sowie »Sicherheit, Krisen und Gefahren«.

Der vorliegende Bericht

- thematisiert auf der Basis einer Bestandsaufnahme und Auswertung vorliegender aktueller soziodemografischer Daten die relevanten Entwicklungsstränge und Konsequenzen für den Tourismus der Deutschen und in Deutschland;
- nimmt die Auswirkungen der EU-Osterweiterung in den Blick und geht der Frage nach, welche Entwicklungen beim Urlaubsreiseverkehr in und aus den neuen EU-Ländern bzw. nach und aus Deutschland zu erwarten sind;
- beschreibt aktuelle und zukünftige Gefährdungspotenziale im Tourismus und diskutiert Möglichkeiten der Verbesserung von Information, Prävention und Krisenmanagement.

DEMOGRAFIE

Die Tourismusbranche ist wie kaum eine andere Branche vielfältig und eng mit ihren gesellschaftlichen und natürlichen Kontexten verwoben. Eine Rahmenbedingung ist für die längerfristige Entwicklung der Gesellschaft deutlich erkennbar: der gegenwärtige und zukünftig absehbare demografische Wandel. Im »System Tourismus« wird – insbesondere auf der Nachfrageseite – der soziodemografische Wandel – und

hier insbesondere die zunehmende »Alterung« der Gesellschaft – für einschneidende Veränderungen sorgen.

Auf der globalen Ebene wird die Weltbevölkerung weiter zunehmen. Das Wachstum findet vor allem in Entwicklungsländern statt, daher wird trotz globaler ökonomischer Fortschritte das Pro-Kopf-Einkommen nicht zunehmen. In den Industrieländern hingegen – und hier speziell in Deutschland – ist der demografische Wandel anders ausgeprägt. Zwar wird sich die Einwohnerzahl in den kommenden 10 bis 20 Jahren vermutlich nur moderat verändern (eher sinken als steigen), allerdings führen dauerhafter Geburtenrückgang und zugleich steigende Lebenserwartung zu einer deutlichen Verschiebung in der Altersstruktur: Nach Angaben der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung waren 2001 20,9 % der deutschen Bevölkerung unter 20 Jahre und 24,1 % über 60 Jahre alt. Im Jahr 2050 werden nur noch 16,1 % unter 20, dagegen 36,7 % 60 Jahre oder älter sein. Diese Überalterung der Gesellschaft wird zum einen die Kosten für Gesundheit und Pflege in die Höhe treiben, zum anderen ist absehbar, dass in naher Zukunft der so genannte Generationenvertrag der Alterssicherung nicht mehr bezahlbar ist, da die Zahl der Menschen im Erwerbsalter kontinuierlich sinkt.

FREI VERFÜGBARES EINKOMMEN, ARBEITSZEIT, FREIZEIT

Ein früheres Renteneintrittsalter, sinkende Rentenbeiträge, steigende Lebenserwartung und damit länger andauernder Rentenbezug im Ruhestand sind ursächlich für die bereits heute virulente Gefährdung der sozialen Sicherungssysteme. Durch die demografisch bedingte Schrumpfung der Zahl der Erwerbstätigen droht eine weitere Beeinträchtigung der Beitragsbasis. Bei Fortdauer zurzeit geltender Bedingungen werden die zukünftigen Erwerbstätigen-Generationen mit Beitragszahlungen stärker belastet als die heutigen. Vergleichbar problematisch ist die Situation bei der Pflegeversicherung. Diesen Entwicklungen wird man voraussichtlich durch zusätzliche private Altersvorsorge begegnen. Die teilweise Rückverlagerung der Verantwortung für Alter und Krankheit hin zu den privaten Haushalten wäre eine mögliche Antwort auf die demografische Herausforderung. Aber gleich, welche der zahlreichen diskutierten Reformen man auf den Weg bringen wird, in allen Fällen ergäben sich negative Auswirkungen auf die frei verfügbaren Einkommen.

Ohnehin ist auf absehbare Zeit ein reales Wachstum des frei verfügbaren Einkommens nicht zu erwarten. Im Kern lässt sich diese Aussage mit der konstant sehr hohen Zahl der Arbeitslosen bzw. Nichtverdienenden, den hohen privaten und gesellschaftlichen Kosten einer alternden Bevölkerung und einer hohen Steuer- und Versicherungslast begründen.

Die Arbeits- und Erwerbsformen über die Jahre sind insgesamt vielfältiger geworden (Teilzeitarbeit, Zweit- und Drittjobs, Zeitverträge, Telearbeit, Voll- oder Teil-

selbständigkeit). Das System der Vollarbeitszeit wird voraussichtlich auch zukünftig weiter erodieren, Beschäftigte auf Zeit und »Nichtnorm(al)arbeitsverhältnisse« werden zunehmen. Statt stringenter Karriereverläufe werden sich für relativ viele Menschen Zeiten der Arbeitslosigkeit mit solchen der Vollbeschäftigung oder der Teilzeitbeschäftigung im Lebenslauf abwechseln: So genannte »Patchwork-Biographien« werden zunehmend selbstverständlich werden. Die Folge ist eine wachsende Heterogenität und Unübersichtlichkeit in den Zeitstrukturen der Arbeits- und Lebenswelten und damit auch der Tages-, Wochen-, Jahres- und Lebensfreizeit.

Auch ist die bis in die 1990er Jahre zu verzeichnende Zunahme der Freizeit gestoppt, aufgrund der Arbeitszeitentwicklung – längerer Arbeitszeiten und höherer Anteil mehrerer wahrgenommener Jobs – ist eher eine Abnahme der Freizeit wahrscheinlich. Geld und Zeit verteilen sich zunehmend ungleich. Langfristig deutet sich deshalb eine deutliche Strukturveränderung an: eine zunehmende Polarisierung der Bevölkerung in zwei Gruppen, Menschen mit hohem Einkommen oder Vermögen und wenig Freizeit auf der einen, Menschen mit wenig Geld und eher viel Freizeit auf der anderen Seite.

Entwicklungen wie die genannten werden sich weniger auf die Menge der Reisen auswirken als auf ihre Gestaltung (Reiserhythmus, Reisezeitpunkt, Zielwahl, kombinierte Geschäfts- und Privatreisen). Veranstalter, die es verstehen, mit Individualisierungs- und Modularisierungskonzepten die immer spezielleren Bedürfnisse der Kunden anzusprechen und ihnen Zeitersparnis und Convenience zu bieten, könnten von diesem Trend profitieren. Damit deuten sich auch – trotz mancher Unkenrufe bezüglich ihres Niedergangs – positive Perspektiven für organisierte Reisen an.

In der Stagnation oder gar Abnahme der Urlaubstage ist auch eine Chance für die heimische Tourismusbranche zu sehen: Wachstumschancen für den Inlandsurlaub liegen besonders im Bereich der zusätzlichen Urlaubsreisen. Da für zusätzliche Urlaubsreisen nicht mehr so viele Urlaubstage zur Verfügung stehen, wählt man eher näher gelegene Zielgebiete. Häufig ist auch das finanzielle und zeitliche Jahresurlaubsbudget durch den Haupturlaub im Ausland so weit aufgezehrt, dass für die Zweit- und Drittreisen nur mehr Nahziele in Frage kommen.

SENIOREN – TOURISTISCHER HOFFNUNGSTRÄGER?

Aufgrund der soziodemografischen Entwicklung wird das touristische Marktsegment der Senioren in Deutschland mengenmäßig wachsen. Öffnet man die Perspektive und bezieht weitere, insbesondere europäische Quellmärkte des Deutschlandtourismus ein, so zeigen sich auch dort längerfristige Wachstumspotenziale durch die Veränderung der Altersstruktur. Das erkennbare Potenzial im Seniorentourismus würde an Bedeutung weiter gewinnen, wenn die fernere Lebenserwartung schneller zunimmt als die Erhöhung der Lebensarbeitszeit, so dass hierdurch der

Ruhestand zumindest nicht verkürzt wird. Auch Verbesserungen des Gesundheitszustands bei älteren Personen oder technologisch und organisatorisch bedingte Erleichterungen des Reisens können das demografisch-quantitativ bis 2050 zu erwartende Potenzial für den Tourismus aktivieren helfen. Dafür, dass die Senioren in absehbarer Zukunft »der Wachstumsmotor des Tourismus« bleiben, spricht insbesondere die Tatsache, dass ein großer Teil dieses Marktsegments finanziell zurzeit noch gut abgesichert ist, so dass zum Teil erhebliche Kaufkraft für den touristischen Konsum vorhanden ist. Ab dem Zeitpunkt des Austritts aus der Erwerbstätigkeit steigt zusätzlich das Zeitbudget erheblich an. Reisen wird von Senioren als Möglichkeit geschätzt, sich körperlich und geistig fit zu halten und am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Zu erwarten ist, dass gerade die Senioren der Zukunft in die Beibehaltung des gewohnten Lebensstils investieren werden. Damit könnte eine zunehmende Steigerung der Reiseintensität verbunden sein, die jetzt noch unterdurchschnittlich ist.

Die Frage, wann und wie sich die Reisegewohnheiten und -erfahrungen der heutigen jüngeren und mittleren Altersgruppen auf das Reiseverhalten im Alter auswirken werden, ist für die Zukunft des Deutschlandtourismus von zentraler Bedeutung. Die erhöhte körperliche und geistige Mobilität sowie die verbesserten Fremdsprachenkenntnisse zukünftiger Senioren dürften bisherige Barrieren beseitigen, so dass Reiseziele im europäischen Ausland an Attraktivität gewinnen dürften. Weiterhin könnte aufgrund hoher Reiseerfahrung und besserer (Schul-)Bildung dieser Alterskohorten die Tendenz zu Fernreisen zunehmen. Eine solche Entwicklung könnte ein gewisses Risiko für den Deutschlandtourismus darstellen.

NEUORIENTIERUNG DER TOURISTISCHEN PRODUKTGESTALTUNG UND -VERMARKTUNG

Die touristische Produktgestaltung und -vermarktung hat sich darauf einzustellen, dass ihre Kunden zunehmend älter werden. Zusammen mit der erwarteten Steigerung der Reiseintensität dieser Altersgruppe dürfte sich dies positiv auf den Seniorentourismus auswirken. Es darf aber nicht vergessen werden, dass mit zunehmender Alterung der Gesellschaft auch die Zahl der Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen steigen wird. So wird mit wachsendem Anteil der Hochbetagten an der Gesamtbevölkerung auch die Zahl der chronisch kranken alten Menschen zunehmen. Als Folge wachsender Zahlen von Hochbetagten sowie steigender Gesundheits- und Pflegekosten werden sich die sog. Jung-Senioren zunehmend durch Betreuung ihrer Eltern zeitlich (und finanziell) gebunden sehen. Kombinierte Angebote der Tourismus- und Pflegedienstleistungsbranche, welche die Bedürfnisse der Angehörigen von Langzeitkranken oder der Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen berücksichtigen, sind derzeit im touristischen Markt noch selten.

Hinzu kommt die Tendenz einer Aufspaltung auch des Seniorenmarkts in zwei Segmente, zum einen in den »Erlebniskonsumenten«, welcher hohe touristische Ausgaben tätigt, und zum anderen den »Sparkonsumenten«, dem ein eher geringes Budget zur Verfügung steht, aber dessen Reiselust ungebrochen ist. Die Tourismuswirtschaft wird dann – stärker als heute – für beide Gruppen zielgruppengenaue Angebote entwickeln müssen. Insbesondere die »Sparkonsumenten« sind eine Zielgruppe, die aufgrund ihres Volumens nicht vernachlässigt werden darf. Zukünftig muss die Vermarktung vermehrt auf die Bedürfnisse und Wünsche der älteren Menschen zugeschnitten werden. Um die sehr heterogene Zielgruppe der Senioren erfolgreich ansprechen zu können, sind allerdings gründliche Kenntnisse über deren durchaus differenzierte Motive und Lebensstile erforderlich, die erst noch erarbeitet werden müssen.

Generell gilt, dass die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung des Seniorentourismus mit großen Unsicherheiten behaftet ist. Während Anzahl sowie relatives Gewicht der Senioren innerhalb der Bevölkerungsstruktur für die nächsten Dekaden mit relativer Sicherheit antizipiert werden können, herrscht Unklarheit darüber, ob und wie sich das Reiseverhalten (Reiseintensität und Reiseziele) der älteren Bevölkerung in Zukunft im Konkreten verändern wird. Unklar bleibt bislang auch die mittelfristige Entwicklung der Bevölkerungszahl. Motive, Einstellungen und Verhalten zukünftiger Generationen von Senioren sind ebenso wie die Einschätzung ihrer materiellen Lage noch weitgehend »terra incognita«.

EU-ERWEITERUNG

Die Bedeutung der neuen EU-Länder (Estland, Lettland, Litauen, Polen, Tschechische Republik, Slowakei, Slowenien, Ungarn, Malta, Zypern und ab 2007 auch Rumänien und Bulgarien) als Quellmärkte für die Destination Deutschland, aber auch als Zielgebiete für deutsche Touristen wird in den nächsten Jahren zunehmen. Die Volkswirtschaften der acht osteuropäischen Länder werden sich im restlichen Jahrzehnt mit großer Wahrscheinlichkeit weiterhin positiv entwickeln. Es wird erwartet, dass ihr reales Wirtschaftswachstum bis 2010 mehr als doppelt so hoch ausfallen wird wie in den alten EU-Ländern. Die infolge des ökonomischen Expansionsprozesses realisierten Einkommenszuwächse werden in diesen Ländern neben dem nationalen Urlaubstourismus auch den internationalen Urlaubstourismus beflügeln. Erwartet wird eine erhebliche Zunahme der realen touristischen Auslandsnachfrage in den nächsten Jahren.

Da sich das Gros der östlichen EU-Länder in räumlicher Nähe zu Deutschland befindet, wird der einheimische Tourismus deutlicher als der anderer EU-Staaten betroffen sein: Der einheimische Tourismusmarkt wird weiter internationalisiert,

und es bieten sich Marktchancen sowohl im Incoming- als auch im Outgoing-Tourismus.

DEUTSCHLAND ALS ZIELLAND

Verschiedene aktuelle Tourismusprognosen zeigen, dass sich durch die EU-Erweiterung für Deutschland prinzipiell große Potenziale bieten. Deutschland könnte es im Vergleich zu anderen westeuropäischen Ländern in den kommenden Jahren gelingen, Marktanteile im Incoming-Tourismus zu gewinnen, da sowohl die alten EU-Länder mit einem jährlichen realen Wachstum der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus von 5,5 % als auch die neuen EU-Länder mit knapp 6,3 % hinter der prognostizierten Wachstumsrate für Deutschland von 7,0 % zurückbleiben (so die Prognosen des WTTC). Allerdings wird dies – trotz des prognostizierten dynamischen Ausgabenwachstums von ausländischen Reisenden in Deutschland – nur relativ geringe Wirkungen auf die daraus resultierende direkte Wertschöpfung der Inlandsnachfrage des Tourismus haben.

Eine andere Prognose (WTTOUR) erwartet geringere Wachstumsraten für Deutschland, die Aussage ist aber ähnlich. Ihr zufolge ist das Wachstum der touristischen Ausgaben im Inland wie im Ausland in den neuen osteuropäischen EU-Ländern in den kommenden Jahren zumeist mehr als doppelt so groß wie das Wachstum des BIP. Schätzungen für Polen und die Tschechische Republik zufolge sollen dort die touristischen Ausgaben im Ausland zwischen 2001 und 2010 real um 10,3 % bzw. 12,3 % pro Jahr steigen. Deutschland profitiert unter allen europäischen Ländern von diesen hohen Wachstumsraten am meisten und könnte dadurch seine Stellung im internationalen Tourismus ausbauen.

Unabhängig von der Höhe des zu erwartenden Wachstums kommen beide Prognosen zu dem Ergebnis, dass die deutsche Tourismuswirtschaft im Vergleich zu den Tourismuswirtschaften der alten EU-Länder aller Voraussicht nach mittelfristig zu den Gewinnern der EU-Osterweiterung zählen wird.

2003 verzeichnete Deutschland ca. 5,2 Mio. übernachtende Besucher aus den acht osteuropäischen EU-Staaten, wobei das Gros aller getätigten Urlaubsreisen nach Deutschland längere Reisen mit mindestens vier Übernachtungen waren. Für die beiden bevölkerungsreichsten direkten Nachbarländer Polen und Tschechische Republik ist Deutschland mit Marktanteilen von 35 % bzw. 19 % die bedeutendste Zielregion. Erwartet wird, dass die rasch wachsende Kaufkraft der Bürger in den neuen EU-Ländern den Urlaubstourismus aus diesen Ländern positiv beeinflusst.

Eine große Bedeutung innerhalb des Reiseverkehrs der osteuropäischen EU-Länder nach Deutschland haben schon jetzt die Geschäftsreisen. Attraktive Angebote für Messeteilnehmer könnten das Segment Geschäftsreisen weiter fördern und gleich-

zeitig Deutschland als internationalen Messestandort in Europa stärken. Auch könnte dann mit einem so genannten »Spill-Over-Effekt« auf den Incoming-Urlaubsreiseverkehr gerechnet werden.

Zwischen 20 % und 30 % aller Übernachtungsreisen nach Deutschland werden zu Verwandten und Freunden unternommen, daher erfolgt in den meisten Fällen auch die Unterkunft privat. Ansonsten werden neben Ferienwohnungen oder Campingplätzen insbesondere Hotels der niedrigen und mittleren Preisklasse aufgesucht; dies wird vermutlich auch in den nächsten Jahren so bleiben. Das könnte (insbesondere bei Rundreisen) auch den Hotelbetrieben außerhalb der städtischen Zentren zugute kommen. Generell gilt aber, dass es gerade für die im gesamtwirtschaftlichen und internationalen Vergleich relativ kleinen Beherbergungsbetriebe häufig sehr schwierig ist, sich im Marktsegment von Rundreisen zu behaupten. Zur Überwindung der kleinbetrieblichen Struktur könnte die Intensivierung der Bildung von regionalen und überregionalen Kooperationen eine Option sein. Diese Kooperationen sollten auch Aktivitäten entlang der weiteren touristischen Wertschöpfungskette mit einbeziehen, insbesondere auch, um externe Größen- und Verbundvorteile zu internalisieren.

Generell könnten Wettbewerbsvorteile der heimischen Tourismuswirtschaft (besser) erschlossen werden, wenn Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der deutschen Tourismuswirtschaft, z.B. in Form steuerlicher Benachteiligung oder rechtlicher Vorschriften und Auflagen, durch Harmonisierung abgebaut werden können. Außerdem wäre es wichtig, Tourismusdestinationen mit spezifischen Alleinstellungsmerkmalen aufzubauen und die knappen öffentlichen Mittel der Tourismusförderung zielgerichtet und effizient in Regionen mit hohem Tourismuspotenzial einzusetzen.

DIE NEUEN EU-LÄNDER ALS ZIELLÄNDER

Es kann davon ausgegangen werden, dass eine erhebliche Chance zur Steigerung des Tourismus in die neuen EU-Länder in deren niedrigem Preisniveau liegt. Sie haben dadurch einen großen Wettbewerbsvorteil gegenüber traditionellen Urlaubsländern. Mindestens kurzfristig profitieren die neuen EU-Länder auch vom großen Interesse der Öffentlichkeit und ausführlicher Berichterstattung in den Medien, die das Interesse an einer Reise in die Beitrittsländer weckt bzw. verstärkt. Nach den Prognosen des World Travel and Tourism Council (WTTC) werden von 2004 bis 2014 die Einnahmen durch den Incoming-Tourismus in den neuen EU-Ländern um durchschnittlich 6,3 % pro Jahr wachsen. Die WTTOUR-Prognose erwartet hier eine etwas weniger günstige Zukunftsentwicklung. Übereinstimmend kommen beide Studien aber zu der Einschätzung, dass der Incoming-Tourismus in den nächsten Jahren in allen neuen osteuropäischen EU-Ländern wachsen wird.

Dieses Wachstum ist sicherlich auch damit zu erklären, dass diese Länder vielen Reisenden bislang noch unbekannt sind und kaum Reiseerfahrungen vorliegen. Zudem ist das Interesse hoch, diese Länder zu bereisen. Deshalb, aber auch aus weiteren Gründen (Einwohnerzahl, Einkommenshöhe, Reiseintensität, Lage), ist Deutschland als Quellmarkt für alle neuen EU-Länder von besonderer Bedeutung. Prognostiziert wird, dass der Reiseverkehr in diese Länder speziell von Deutschland aus zukünftig noch zunehmen wird.

Die neuen EU-Länder zeigen sich als interessante und preisgünstige Destinationen, die allerdings noch wenig bekannt sind. Um bei Urlaubs- und Geschäftsreisenden Interesse für die neuen EU-Länder als touristische Destinationen zu wecken bzw. zu verbessern, werden die dortigen Akteure die Verstärkung profilbildender Marketingmaßnahmen, die Bündelung der Vermarktungsressourcen und die Professionalisierung der Internetauftritte in Angriff nehmen müssen. Die Erschließung dieser neuen Märkte setzt voraus, dass sowohl Reiseveranstalter als auch die entsprechenden Orte der osteuropäischen Zielländer ihre Vermarktungsanstrengungen intensivieren, aber auch, dass die einheimischen Reisebüros ihre Angebotspalette neu gestalten.

Insbesondere die bereits etablierten Ferienorte (Ostsee, Balaton in Ungarn, Hohe Tatra, slowenische Alpen) könnten zukünftig attraktive Urlaubsreiseziele sein. Sie stellen insbesondere für preisbewusste deutsche Urlauber mit geringerem Einkommen eine Alternative zu den tradierten europäischen Reisezielen dar. Durch die zunehmenden Angebote von Billigfluglinien ist zu erwarten, dass die auf diesem Weg direkt erreichbaren osteuropäischen Städte in den nächsten Jahren einen Ansturm deutscher Urlaubsreisender erleben werden. Dies könnte auch Auswirkungen auf den heimischen Markt für nationale Städtereisen haben, da die osteuropäischen Destinationen in Zeiten knapper Konsumbudgets der Touristen einen erheblichen Wettbewerbsvorteil haben. Der ländliche Urlaubstourismus wird sich hingegen in vielen Regionen in den nächsten Jahren trotz Investitionsimpulsen durch EU-Fördermaßnahmen nur langsam entwickeln. Gründe hierfür sind vor allem unzureichende Tourismusinfrastrukturen sowie unterentwickelte und veraltete Verkehrsinfrastrukturen.

Gute Chancen hat der Gesundheitstourismus, besonders in der Tschechischen Republik, der Slowakei und in Ungarn; sehr niedrige Preise und die im Binnenmarkt vorgesehene Kostenübernahme bei medizinischer Behandlung und Rehabilitation in den neuen EU-Ländern dürften zu einem beachtlichen Nachfragezuwachs führen und einen dauerhaften Patientenstrom aus Deutschland bewirken.

Die für die Zukunft erwartete wirtschaftliche Entwicklungsdynamik der neuen EU-Länder wird sich positiv auf den Markt für Geschäftsreisen auswirken. Die Schätzungen des WTTC weisen für diese Länder im Zeitraum 2004 bis 2014 ein durchschnittliches jährliches Wachstum von real knapp 5 % auf. Viele deutsche Unter-

nehmen verlagern ihre Standorte in die östlichen EU-Länder, wodurch neue wirtschaftliche Verflechtungen entstehen und damit Tätigkeitsfelder für entsprechend auf diese Länder bzw. Regionen spezialisierte Reisebüros.

(UN)SICHERHEIT, RISIKEN UND KRISEN IM TOURISMUS

Kriege und gewalttätige Auseinandersetzungen, internationaler Terrorismus, neue Krankheiten und Epidemien sowie die Zunahme von Naturkatastrophen und extremen Wetterereignissen haben dazu geführt, dass das Bedürfnis nach Sicherheit zurzeit verstärkt thematisiert wird. Wohl nicht unbegründet ist die Annahme, dass neue Sicherheitsrisiken und Krisen ein bisher unbekanntes Ausmaß annehmen werden, einmal aufgrund weiter zunehmender »Entstaatlichung« des Krieges, z.B. in Form ethnischer und religiöser gewaltförmiger Konflikte, weiterhin, weil sich Epidemien innerhalb kürzester Zeit global ausbreiten, und schließlich, weil extreme Wetterereignisse weltweit immer regelmäßiger zum normalen Wetterzyklus bei zunehmendem Schadensausmaß zu gehören scheinen. Fragen der Sicherheit und touristischer Risiken werden deshalb immer wichtiger für die Zukunft des Reisens. Heute ist in allen touristischen Zielgruppen ein großes Sicherheitsbedürfnis erkennbar, wobei Sicherheit ein weites Spektrum umfasst: Abwesenheit einer Bedrohung durch Kriege, Terror, Epidemien und Naturkatastrophen, verlässlich positive sozioökonomische Entwicklung, Wunsch nach Vertrautheit und Ordnung.

Zugleich ist wiederholt festzustellen, dass die Wahrnehmung von Bedrohung bei Reisewilligen nach einem konkreten (Krisen-)Ereignis schnell wieder nachlässt. Befragungen zufolge scheinen beispielsweise die Auswirkungen bisheriger Katastrophen und Krisen auf die Reisesaison 2005 gering: Nur 1 % der Befragten will in diesem Jahr ein anderes Reiseziel als das ursprünglich geplante wählen, 1 % verzichtet aufgrund der Flutkatastrophe in Südostasien auf eine Reise, 3 % sind in ihrem Verhalten noch unschlüssig, aber 95 % ändern ihre Urlaubspläne überhaupt nicht.

Der Tourismus insgesamt erholt sich nach jeder Krise relativ schnell – vor allem bei Einmalereignissen und Naturkatastrophen. Dennoch bleibt grundsätzlich die Frage, wie die Tourismusbranche zukünftig reagieren wird, wenn Risiken häufiger und verstärkt auftreten und sich in ihren Auswirkungen verstärken.

WETTER, KLIMA UND NATUR

Überschwemmungen sind neben Stürmen die häufigste Ursache für Schäden und Opfer aus Naturereignissen. So kamen zwischen 1998 und 2003 weltweit ca. 800.000 Menschen bei Naturkatastrophen ums Leben. Der Tsunami vom 26. De-

zember 2004 in Südostasien hat erneut gezeigt, welche verheerende und unvorhersehbare Macht die Natur haben kann. Insbesondere die Klimaveränderung – Auslöserin von kritischen Veränderungen in Landschaft und Natur (z.B. Wüstenbildung) – trägt dazu bei, dass unerwartete extreme Naturereignisse und problematische Witterungsverhältnisse zunehmen. Dass dieser Zusammenhang nicht von der Hand zu weisen ist, zeigt die »International Disaster Database«. Die dort verzeichneten Stürme, Überflutungen, Erdbeben, Vulkanausbrüche, Seuchen und Plagen weisen eine steigende Tendenz auf. Im Einzelnen sind insbesondere folgende Trends zu konstatieren:

- Häufigkeit und Intensität extremer Wetterereignisse nehmen zu.
- Extreme Klima- und Wetterereignisse und Naturkatastrophen sind ubiquitäre Phänomene, die regionale Betroffenheit nimmt zu.
- Das materielle und immaterielle Schadensausmaß steigt deutlich.
- Naturkatastrophen betreffen sowohl Zentrum und Peripherie, ländliche Gebiete und städtische Ballungsräume.
- Es treten regionale und lokale Versorgungsengpässe bei Wasser, Nahrung und Energie auf.

Nach Meinung vieler Experten werden sich der globale Klimawandel und seine Folgen für Wetter und Natur zu einer ernsten Gefahr entwickeln, wenn nicht bald einschneidende Maßnahmen ergriffen werden.

Der Tourismus zählt zu denjenigen Wirtschaftszweigen, die besonders von einer Klimaänderung und Naturkatastrophen betroffen sind, insbesondere auch deshalb, weil sie letztlich auf verschiedenen Ebenen zu einem veränderten Verteilungsmuster touristischer »Gunst- und Ungunsträume« führen. Die Diskussionen und Maßnahmen im Tourismus sollten sich dabei nicht in Anpassungsstrategien erschöpfen. Vielmehr sind auch Vermeidungsstrategien notwendig, die dazu beitragen, das Ausmaß und die Geschwindigkeit einer Umwelt- und Klimaänderung zu reduzieren. Der Tourismus als Mitverursacher des anthropogenen Treibhauseffektes sollte dazu – schon aus ureigenem Interesse – einen relevanten Beitrag leisten.

TERROR UND GEWALT

Gab es früher Attentate, Überfälle oder Entführungen, denen auch vereinzelt Touristen zum Opfer fielen, kann mittlerweile auch ein zielgerichteter Terror gegen Touristen bzw. Destinationen konstatiert werden. Terroristen nutzen das »System Tourismus«, um durch spektakuläre Anschläge gegen Touristen oder die touristische Infrastruktur eine weltweite Medienresonanz zu erzeugen. In der Folge werden diese Destinationen von Touristen gemieden, wodurch wiederum die Tourismuswirtschaft betroffen ist. Die größten Auswirkungen auf die touristische Nachfrage haben Terrorattentate, bei denen Touristen und Einheimische direkt das Ziel bzw. Opfer

des Anschlages sind. Im Einzelnen charakterisieren insbesondere folgende Aspekte die Situation:

- Sicherheitsgefährdungen werden vielfältiger, diffuser und häufiger.
- Das materielle und immaterielle Schadensausmaß nimmt zu.
- Gewalt tritt national und international auf durch Fremdenfeindlichkeit, Übergriffe auf Ausländer sowie durch terroristische Angriffe und Geiselnahmen.
- Terroristische Anschläge zielen auf Metropolen, touristische Zentren und Versorgungseinrichtungen sowie direkt auf Touristen.
- Die Sicherheitsgefährdungen sind ubiquitär und regional nicht vorhersehbar.

Die Bedeutung von sicherem Reisen nimmt für Touristen zu, von der Buchungs- (oder Nichtbuchungs-)Entscheidung bis hin zur Erwartung der Kunden an Reiseveranstalter und Touristikmanager vor Ort, Verantwortung für Integrität, Leben und Gesundheit der Touristen zu übernehmen. Die Bedeutung von »Urlaub der Kunden sichern« wird aber noch unterschätzt. Unter Experten besteht Einigkeit darüber, dass die Wahrnehmung von Risiko und Sicherheit durch Touristen das Image einer Destination und die Gesamtzufriedenheit auf signifikante Weise – allerdings in sehr unterschiedlicher Ausprägung – beeinflusst. Entsprechend tragen konkrete und objektiv nachvollziehbare hohe Sicherheitsleistungen auf jeder Stufe des »Produkts Reisen« sowie eine transparente Kommunikation maßgeblich dazu bei, die tatsächliche (objektive) Sicherheit zu verbessern und das subjektive Schutz- und Sicherheitsempfinden der Touristen positiv zu beeinflussen.

EPIDEMIEN UND GESUNDHEITSRISIKEN

In Folge der Expansion der Fernreisen in Länder mit anderen klimatischen und hygienischen Bedingungen setzen sich Reisende der Gefahr verschiedenster Krankheiten aus. In vielen sog. Entwicklungsländern, die zugleich aber häufig touristische Destinationen sind, gehen 50 % der gesamten Sterberate auf infektiöse Seuchen zurück. Folgen solcher Verhältnisse können sich umso schneller ausbreiten, je mobiler der Mensch ist, beispielsweise durch touristische Aktivitäten. Eine lokale touristische Krise kann sich durch die Verbreitung eines Virus im schlimmsten Fall weltweit rasend schnell ausdehnen, wie die globale Ausbreitung von SARS im Frühjahr 2003 aufgrund der weltweit Reisenden gezeigt hat. Aus dem Gesamtbild sind insbesondere folgende Aspekte festzuhalten:

- Die ungleiche Verteilung des Einkommens und der Lebensbedingungen nimmt zu; arme Bevölkerungsschichten und Regionen sind überproportional von Krankheiten betroffen.
- Zunahme von Armut und Bevölkerungswachstum sowie Zunahme von Krankheiten verstärken sich gegenseitig.

- Neue und alte Infektionskrankheiten treten ubiquitär und häufiger auf, sie verbreiten sich schneller.
- Staatliche und private Kosten für Prävention und Krankheitsfolgen wachsen.
- Zwar wird Touristen heute bei Reisen in gesundheitlich bzw. epidemiologisch problematischen Destinationen bundesweit eine qualifizierte Beratung durch Reise- bzw. Tropenmediziner angeboten, doch die Eigenverantwortung der Reisenden kann kein noch so gutes Angebot zur Gesundheitsvorsorge ersetzen.

RISIKOKOMMUNIKATION

Die Risikowahrnehmung aller Tourismus-Akteure wird bisher überwiegend von Terror- und Gewaltakten dominiert, doch zukünftig wird durch das verstärkte Auftreten weiterer Risikotrends ein umfassenderes Verständnis von Sicherheit für den Tourismus an Bedeutung gewinnen.

Deshalb wird die Risikokommunikation zukünftig vielfältigere bzw. neue Funktionen übernehmen müssen. Hierbei sollte – unter dem Gesichtspunkt der Risikovorsorge und eines bewussten Umgangs mit Risiken – die aufklärende Funktion mehr im Vordergrund stehen. Dies betrifft sowohl Reisehinweise und -warnungen via Medien durch öffentliche Stellen, Verbrauchernetzwerke, Reiseführer und -ratgeber, die direkte Beratung von Reisewilligen und Touristen vor Ort sowie Informationsdienstleistungen der Reiseveranstalter und Reiseversicherungen. Ein höherer Stellenwert einer solchen Risikokommunikation muss aber noch gegen Marketing- und Standortinteressen durchgesetzt werden. Bislang hat Risikokommunikation positive Aspekte und Informationen – mehr Sicherheit als Zugewinn für Reisende und nicht als Einschränkung – noch kaum vermitteln können. Dies liegt vor allem daran, dass viele Risiken bislang nicht ausreichend abgeschätzt werden können und auch nicht selbstverständlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation sind. Es steht aber zu vermuten, das Risikokommunikation zukünftig ein Alleinstellungsmerkmal sein könnte, das Marktchancen verbessert oder eröffnet. Eine Voraussetzung dafür ist allerdings die Existenz verbesserter Frühwarnsysteme und ihre systematische Erweiterung und Nutzung.

KRISENPRÄVENTION UND KRISENMANAGEMENT

Trotz erster ernsthafter Bemühungen um strategische Frühaufklärung im Blick auf touristische Risiken sind große Reiseveranstalter bislang vornehmlich im Bereich des (reaktiven) Krisenmanagements aktiv. Strukturelle Krisenursachen sind dagegen kaum ein Thema. Risikoerkennung und Risikomanagement der Fluggesellschaften zielen vorwiegend auf Maßnahmen zur unmittelbaren Gefahrenabwehr sowie Prävention vor terroristischen Anschlägen. Fluggesellschaften haben nach den Anschlägen des 11. September 2001 ihre Sicherheitskonzepte zum Teil grundlegend

überarbeitet. Neue Sicherheitsstrategien konzentrieren sich nun auf präventive Maßnahmen, die von verbesserten Check-Ins bis zu Sicherheitsvorkehrungen in Flugzeugen reichen. Diese Maßnahmen beruhen entweder auf Initiativen der Fluggesellschaften selbst oder resultieren aus der Umsetzung nationaler und internationaler Regelungen. Das Hotel- und Gaststättengewerbe befindet sich hinsichtlich der Risikoprävention und Gefahrenabwehr noch am Anfang. Betreiber von Hotelanlagen reagieren auf neue Risiken vorwiegend mit verbesserter Sicherheitstechnik, Standortauswahl und Risikomanagement. Die meisten großen Hotels bzw. Hotelketten haben Sicherheitsbeauftragte eingesetzt und kooperieren mit Firmen für Sicherheitstechnik. Internationale Hotelketten werden zudem von Risk Consultants und Sicherheitsfirmen beraten. Die Aktivitäten weisen allerdings noch Defizite bei der Beachtung struktureller Krisenfaktoren auf. Dem Schutz der Touristen und touristischer Anlagen sind zudem Grenzen gesetzt, wenn etwa Sicherheitsmaßnahmen den Komfort und damit Erlebniswert der Urlaubsreise einschränken.

Die Tourismuspolitik versucht auf verschiedenen Ebenen, auf die skizzierten Risikotrends zu reagieren. Ein Schwerpunkt der Maßnahmen der Bundesregierung liegt im Bereich der Luftverkehrssicherheit. Die Europäische Union hat am 19. Januar 2003 eine Verordnung mit dem Ziel verabschiedet, die Sicherheitsstandards auf europäischer Ebene auf hohem Niveau zu vereinheitlichen. Die Verordnung verpflichtet zudem alle Mitgliedstaaten, ein System der Qualitätssicherung und nationale Programme zur Luftsicherheit zu erarbeiten. Ein aktueller Aktionsplan der G8-Regierungen zielt ebenfalls auf eine verbesserte Sicherheit des internationalen Flugreiseverkehrs und identifiziert diverse Maßnahmen (z.B. Sicherheit von Reisedokumenten, verstärkter Informationsaustausch, Eindämmung der Gefahren durch tragbare Flugabwehrsysteme), bei deren Umsetzung die G8-Staaten auch Entwicklungs- und Schwellenländer unterstützen werden. Neben der Sicherheit von Auslandsreisenden ist für die deutsche Tourismuspolitik auch die Sicherheit von nationalen Attraktionen und Großveranstaltungen in Deutschland relevant, wie die Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft im Jahr 2006. Wie das Beispiel der Olympiade in Athen 2004 zeigte, müssen dabei umfassende und kostenintensive Sicherheitsvorkehrungen getroffen und gleichzeitig Bürgerrechte gewahrt werden.

Die zunehmende Unsicherheit im Tourismus – Gefahren für Reisende durch mögliche Anschläge, Epidemien, Naturkatastrophen – hat bei den Reiseversicherungen nicht dazu geführt, dass gänzlich neue Produkte angeboten werden. Da jedoch durchaus ein veränderter Bedarf an Versicherungen vorhanden ist, setzen einzelne Reiseveranstalter auf eine intensivierte Kommunikation mit ihren Kunden, auf risikobewusste Aufklärung (vornehmlich von Geschäftsreisenden) sowie auf eine unabhängige Bewertung möglicher Risiken im Zielland.

WISSENSCHAFT UND DIE ZUKUNFT DES TOURISMUS

In den drei zentralen thematischen Feldern dieses Berichtes zeigen sich zahlreiche wichtige Forschungsfragen, denen sich die Tourismuswissenschaften verstärkt zuwenden sollten. So könnte mit Hilfe interdisziplinärer Ansätze der demografische Wandel periodisch – unter Berücksichtigung touristischer Aspekte, wie z.B. die Entwicklung der Reisemotive und des Reiseverhaltens in verschiedenen Altersgruppen – beobachtet und analysiert werden. Durch ein solches Monitoring, das Szenarien zukünftiger Vermögensbildung und Einkommensentwicklung einschließt, könnten soziodemografische Entwicklungen rechtzeitig erkannt und eine verbesserte Informationsgrundlage für die anstehenden Herausforderungen gegeben werden. In Erwartung einer Intensivierung des Reiseaufkommens durch die EU-Erweiterung könnten im Dialog zwischen Politik und Wissenschaft deren Folgen erörtert werden, beispielsweise ob und wie Rahmenbedingungen geschaffen werden könnten, die den Reiseverkehr nach Deutschland intensivieren. Schließlich sollten sich Risiko- und Folgenforschung der Analyse und Bewertung eines zukünftigen Tourismus im Schatten möglicher struktureller globaler Friedlosigkeit, Folgen des Klimawandels sowie verstärkter Epidemien zuwenden. Mit Hilfe von Szenarien ebenso wie durch historische und empirische Fallanalysen könnten Beiträge für eine verbesserte Risikokommunikation sowie zu präventiv orientierten Früherkennungssystemen für Risiken und Krisen im Tourismus erarbeitet werden.

Insgesamt stellt sich die Forschung die Aufgabe, über die bloße Extrapolierung von Trends hinaus, Methoden zu entwickeln, mit deren Hilfe sich zukünftige Entwicklungen besser analysieren und auf die Erfordernisse der Praxis ausgerichtet kommunizieren lassen. Diese Aufgabe ist ebenso ambitioniert wie unabweisbar. Einige exemplarische Felder und Forschungsfragen werden in diesem Bericht angesprochen und zur Diskussion gestellt.

EINLEITUNG I.

Der Tourismus ist Teil der Gesellschaft und ändert sich mit ihr. Veränderungen der Sozial- und Altersstruktur der Reisenden, ein sich wandelndes Freizeitverhalten, neue Sicherheitslagen, wirtschaftlicher Strukturwandel und technologische Innovationen – gesellschaftliche Strukturen und Trends wie diese bedingen, dass der Tourismus sich in einer ständigen Anpassungsnotwendigkeit befindet. Entwicklungen wie die genannten beeinflussen Reisemotive und Reiseverhalten und haben Konsequenzen für die Tourismusbranche, die als bedeutender Wirtschaftsfaktor ihre Wachstumschancen nur über kontinuierliche Anpassung ihrer Angebote sichern kann. Die Problemlösungsfähigkeit und die Wachstumsperspektiven der Tourismuswirtschaft werden entscheidend davon abhängen, ob relevante Entwicklungstrends rechtzeitig erkannt und adäquat berücksichtigt werden. Ebenso sind Politik und Wissenschaft aufgefordert, Rahmenbedingungen und Trends frühzeitig zu analysieren, um zur Gestaltung eines innovativen und zukunftsfähigen Tourismus beizutragen.

Diese ständige Herausforderung hat sich ohne Zweifel in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends erheblich zugespitzt. Insbesondere der Terrorismus und extreme Wetterereignisse, die weiter voranschreitende Internationalisierung des Tourismus sowie die – zunehmend ins allgemeine Bewusstsein gerückte – demografische Alterung der Gesellschaft haben die manifeste und latente Verletzbarkeit der Boombranche Tourismus demonstriert.

BEAUFTRAGUNG DES TAB

Vor diesem Hintergrund hat im Frühjahr 2003 – auf Initiative der Arbeitsgruppen der Fraktionen – der Ausschuss für Tourismus dem für das TAB zuständigen Ausschuss für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung mehrere Vorschläge für die Bearbeitung einiger für den Tourismus praxis- und zukunftsrelevanter Themen unterbreitet. In deren Mittelpunkt standen Fragen nach den übergreifenden Trends im Angebots- und Nachfragemarkt, den Auswirkungen des demografischen Wandels sowie den Folgen des Terrorismus für den Tourismus.

Angesichts der Vielschichtigkeit der Vorschläge und unter Bezug auf frühere Projekte des TAB zum Thema Tourismus (insbesondere TAB-Arbeitsbericht Nr. 59, Drs. Nr. 13/9446) wurde vom TAB ein Konzept zur Durchführung eines umfassenden Projektes unterbreitet, um den verschiedenen Facetten des den Fachausschuss interessierenden Themenkomplexes gerecht zu werden. Übergreifend sollte dieses Vorgehen einen klärenden Beitrag zur Beantwortung der Frage leisten, wie sich un-

ter den genannten Rahmenbedingungen und Trends die Nachfrage- und Angebotsstrukturen im Tourismus zukünftig entwickeln könnten – unter Konzentration auf den (Urlaubs-)Tourismus der Deutschen bzw. des Tourismus in Deutschland. Im Ausschuss für Bildung, Forschung und Technikfolgenabschätzung wurde im Juli 2003 beschlossen, das TAB mit einer integrierten Bearbeitung der vom Fachausschuss angeregten Themenaspekte in einem übergreifenden Projekt »Zukunftstrends im Tourismus« zu beauftragen. Das Projekt wurde im Herbst 2003 begonnen und schließt mit dem vorliegenden Bericht ab.

KONKRETION DES UNTERSUCHUNGSGEGENSTANDES – AUFBAU DES BERICHTS

In der Vorphase des TAB-Projektes erfolgte zunächst eine kursorische Sichtung der Literatur zur Frage, wie sich die Nachfrage- und Angebotsstrukturen im Tourismus entwickeln könnten und welche wichtigsten Zukunftstrends als Rahmenbedingungen sich identifizieren lassen. Hiervon ausgehend wurden in der zweiten Phase des Projektes drei ausgewählte – und als wesentlich identifizierte – gesellschaftliche Trends einer vertieften Analyse ihrer Auswirkungen auf den Tourismus unterzogen. Dabei handelt es sich um den demografischen Wandel, die EU-Osterweiterung sowie das touristische Marktgeschehen im Schatten von Krisen und Gefahren. Diese Themen bilden den Schwerpunkt des vorliegenden Berichts.

DEMOGRAFIE

Wachstum und Struktur der Bevölkerung sind seit jeher wichtige Determinanten für die Tourismusentwicklung; das Reiseverhalten gilt als wesentlich auch von soziodemografischen Faktoren beeinflusst. Kaum eine Dimension der längerfristigen gesellschaftlichen Entwicklung ist so deutlich erkennbar, wie der gegenwärtige und zukünftig absehbare Wandel der Altersstruktur in den Industrieländern. Speziell in Deutschland führen in den kommenden Jahrzehnten Geburtenrückgang und steigende Lebenserwartung zu einer deutlichen Verschiebung der Altersstruktur: Der Anteil der älteren Bevölkerungsgruppen wird deutlich ansteigen. Gerade im Blick auf die wachsende Gruppe »50+« wird ein echter Wachstumsmarkt erwartet – manche Quellen sprechen von einem »175-Mrd.-Euro-Markt«. Welche möglichen Auswirkungen diese gesellschaftlichen Überformungen auf die Entwicklung des Tourismus der Deutschen und in Deutschland haben werden, ist Gegenstand des Themenfeldes »Demografie« im vorliegenden Bericht (siehe hierzu Kap. III).

EU-ERWEITERUNG

Seit dem 1. Mai 2004 umfasst die Europäische Union mit der Aufnahme von zehn ost- und mitteleuropäischen Staaten sowie Mittelmeerländern 25 Staaten mit über 450 Mio. Menschen. Die Erweiterung als Teil der Globalisierung der Weltökonomie wird Auswirkungen auch auf den Tourismus und die deutsche Tourismuswirtschaft haben. Insbesondere der Tourismusstandort Deutschland mit seinem hohen Anteil von KMU im Tourismus unterliegt einem erheblichen Anpassungsdruck. Die Konkurrenz durch die touristischen Destinationen in den neuen EU-Ländern liegt vor allem in deren preisgünstigen und qualitativ hochwertigen Angeboten begründet. Da diese neuen Destinationen allerdings noch recht unbekannt sind, ergibt sich für deutsche Reiseveranstalter die Chance, neue Märkte zu erschließen.

Vor diesem Hintergrund wird im Bericht aufgezeigt, welche Bedeutung dem Tourismus in und aus den neuen EU-Ländern speziell für Deutschland zukommt, die mögliche Entwicklung der Reiseströme zwischen Deutschland und den neuen EU-Ländern sowie die daraus resultierenden Herausforderungen für die Akteure der deutschen Tourismuswirtschaft werden analysiert (siehe hierzu Kap. IV).

RISIKEN UND KRISEN

Mit der Zunahme von (Schäden durch) Naturkatastrophen, terroristischen Anschlägen, gewalttätigen Auseinandersetzungen und verstärkt auftretenden gesundheitlichen Risiken im globalen Tourismus werden Fragen der Sicherheit immer wichtiger für die Zukunft des Reiseverhaltens und alle im Tourismus involvierten Akteure. Die globale Sicherheitslage, insbesondere seit den Anschlägen vom 11.9.2001 in den USA und der seither immer wieder aufgetretenen Gewalt speziell in touristischen Destinationen, hat sich drastisch geändert. Die jährlich von der WTO erhobenen Zahlen dokumentieren anschaulich den Einfluss des Terrorismus auf die internationalen Ankünfte in den einzelnen Ländern. Andere Krisen und Krisenpotenziale, wie der Ausbruch von Epidemien (z.B. SARS), klimatische und ökologische Risiken, wie die Zunahme von Wirbelstürmen oder Überschwemmungen in beliebten Urlaubsgebieten, sind weitere wichtige Einflussfaktoren, die die Beantwortung der Frage nach der Zukunft des Reisens unter Bedingungen struktureller Unsicherheit dringlich machen.

Im vorliegenden Bericht werden die aktuellen und potenziellen Gefährdungspotenziale im internationalen Tourismus analysiert und die Frage gestellt, inwiefern vorhandene Mechanismen und Strukturen in der Tourismusbranche zur Krisenprävention, Krisenbewältigung und Krisennachsorge im In- und Ausland verfügbar bzw. geeignet sind (siehe hierzu Kap. V).

ZUSAMMENARBEIT MIT GUTACHTERN

Wie in den meisten seiner Projekte kooperierte das TAB auch bei der Bearbeitung dieses Themas mit externen Fachexperten. Zur Aufarbeitung des wissenschaftlichen Diskussionsstandes und um für diesen Bericht eine breite und fundierte Basis zu legen, wurden auf Vorschlag des TAB – für Vor- und Hauptphase des Projektes – insgesamt acht Gutachten vergeben und ausgewertet:

- Im Verlauf der ersten Phase des TAB-Projektes wurden zunächst in einem Gesamtüberblick wichtige Zukunftstrends im Tourismus identifiziert und charakterisiert sowie die Folgen für die Nachfrage- und Angebotsstrukturen im Tourismus in Deutschland bzw. für den Tourismus der Deutschen in einer ersten Näherung analysiert. Dies geschah auf der Grundlage von Gutachten, die sich jeweils – bei unterschiedlicher Schwerpunktsetzung – mit den für den Tourismus relevanten »Megatrends« auseinandersetzten:
- Das Gutachten von PROJECT M Marketingberatung (Universität Lüneburg; Bearbeiter: Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Dirk J. Schmücker, Svea-Desiree Schmidt) in Zusammenarbeit mit N.I.T. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (Fachhochschule Nordostniedersachsen; Bearbeiter: Prof. Dr. Martin Lohmann, Bente Zahl) identifiziert und analysiert die Megatrends im ökonomischen und gesellschaftlichen Wandel sowie die Entwicklungsdeterminanten auf touristischer Nachfrage- und Anbieterseite.
- Das Gutachten der Universität Trier (Bearbeiter: Prof. Dr. Christoph Becker, Dr. Anja Brittner-Widmann, Matthias Beier, Achim Schröder) identifiziert die am wahrscheinlichsten zu erwartenden wesentlichen Trendsegmente im touristischen Geschehen hinsichtlich der Reisemotive, Reisedauer, Wahl der Destinationen und Verkehrsmittel, der Reiseart. Vertieft werden Trends im Gesundheits- bzw. Seniorentourismus beleuchtet.
- Stand und Defizite der wissenschaftlichen Tourismusforschung sowie methodische Ansätze und Instrumente der touristischen Zukunfts- und Trendforschung an deutschen Hochschulen sind Thema des Gutachtens der Arbeitsgemeinschaft von Prof. Dr. Albrecht Steinecke (Universität Paderborn) und Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack (Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel).

Ausgehend von einer kritischen Prüfung der Arbeitsergebnisse der Vorphase wurden in der zweiten Phase des Projektes drei ausgewählte Trends einer vertieften Analyse zugeführt, von denen in besonderem Maße angenommen werden kann, dass sie die Rahmenbedingungen des Tourismus in Deutschland in den nächsten Jahrzehnten verändern sowie Auswirkungen insbesondere auf den Tourismus der Deutschen und in Deutschland haben könnten: Zu den Themen »Demografischer Wandel«,

»EU-Erweiterung« sowie »Sicheres Reisen angesichts von Risiken und Gefahren« wurden folgende Gutachten vergeben:

- Aufgabe des Gutachtens der Universität Trier »Soziodemographischer Wandel – Folgen für den Tourismus« (Bearbeiter: Dr. Anja Brittner-Widmann, Prof. Dr. Christoph Becker, Matthias Beier, Achim Schröder, Torsten Widmann) war es, auf der Basis einer Bestandsaufnahme und Auswertung vorliegender aktueller soziodemografischer Daten Deutschlands, für den Tourismus relevante Entwicklungsstränge herauszuarbeiten und die Konsequenzen für den Tourismus der Deutschen und in Deutschland zu prognostizieren.
- Die beiden Gutachten zum Thema »EU-Erweiterung im Kontext zunehmender Internationalisierung – Auswirkungen auf den Tourismus« wurden zum einen erstellt von der Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbh, Universität Osnabrück (Bearbeiter: Gerd Ahlert) sowie zum anderen vom Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München, dwif-Consulting GmbH, Stelle Berlin (Bearbeiter: Thomas Feil) in Zusammenarbeit mit dem IZT – Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin (Bearbeiter: Britta Oertel, Sie Liong Thio) nehmen generell die Auswirkungen der EU-Osterweiterung in den Blick und gehen den Fragestellungen nach, welche Entwicklungen bei Reisen in und aus den neuen EU-Ländern bzw. nach und aus Deutschland zu erwarten sind und wie sich die Struktur des Tourismusmarktes und die Rahmenbedingungen in den neuen EU-Ländern entwickeln.
- Die Vergabe eines Gutachtens zum Themenfeld »Sicheres Reisen angesichts von Risiken und Krisen – Anforderungen an Tourismuswirtschaft und (internationale) Tourismuspolitik« erfolgte jeweils an Adelphi Consult, Berlin (Bearbeiter: Alexander Carius, Moira Feil, Dennis Tänzler) sowie an die Technische Universität Dresden (Bearbeiter: Prof. Dr. Walter Freyer, Sven Groß, Alexander Schröder). Untersucht wurden aktuelle und zukünftige Gefährdungspotenziale im Tourismus, tourismusspezifische Verhaltens- und Sicherheitstypologien sowie Möglichkeiten der Verbesserung von Information, Prävention und Krisenmanagement.

Die Resultate der Auswertung der Gutachten bildeten eine wesentliche Basis des Berichts, insbesondere für die Kapitel III (Universität Trier), Kapitel IV (GWS, dwif/IZT), Kapitel V (Adelphi Consult, TU Dresden) sowie Kapitel VI (PROJECT M, N.I.T.; Steinecke/Quack). Allen Gutachtern sei für die Ergebnisse ihrer Arbeit und ihre Kooperationsbereitschaft gedankt. Die Verantwortung für die Auswahl, Strukturierung und Verdichtung des Materials sowie dessen Zusammenführung mit weiteren Quellen sowie eigenen Recherchen und Analysen liegt selbstverständlich bei den Verfassern des vorliegenden Berichts.

MEGATRENDS: EINBRUCH, UMBRUCH ODER AUFBRUCH? II.

Zahlreiche Beobachter des Tourismus sind sich einig, dass dieser heute vor Herausforderungen in bislang nicht bekannter Intensität steht. War man über Jahre an die Segnungen des Tourismus als Boom-Branche mit ständig wachsenden Zahlen bei Urlaubsreisen, Umsätzen, Gewinnen und Arbeitskräften gewöhnt, zeigte sich in der Folge des September 2001 und des Irak-Krieges, dass auch der Tourismus nicht vor Verwerfungen und Einbrüchen gefeit ist. Der weltweite Tourismusmarkt schrumpfte, Fluggesellschaften verzeichneten hohe Buchungsrückgänge. In den von terroristischen Aktivitäten betroffenen Destinationen kam es zu einem starken Besucherrückgang und einer Beschädigung ihres Images, wie in Ägypten, Türkei, den USA oder Bali. SARS und Tsunami waren wahre Menetekel für die Branche. Die Kunden erwiesen sich als noch weniger berechenbar. Bei Befragungen bekundeten sie die überragende Bedeutung von Sicherheit für ihre Reiseentscheidungen, nicht immer konsistent mit ihrem Verhalten, das schnell eine Rückkehr zur Normalität erkennen ließ.

Nun ist die Rede vom Tourismus in einer Krisen- und Umbruchsituation kein ganz unbekanntes rhetorisches Versatzstück in Zustands- und Zukunftsbeschreibungen des Tourismus in den letzten Jahrzehnten. Und insofern mag es erlaubt sein, hier zu mehr Zurückhaltung zu raten, zumal auch die Rückkehr zu normalem Buchungsverhalten, neue Rekordzahlen und eine Revitalisierung zuvor betroffener Destinationen und Unternehmen zu erkennen waren (Jossé 2004, S. 12 ff.). So zeigt sich die Krise als janusköpfiger Prozess: erhebliche Einbrüche bei der Nachfrage ebenso wie in der Folge überdurchschnittliche Anstiege, Destinationen als Verlierer und zugleich andere Zielgebiete als Gewinner, Existenzgefährdung einzelner touristischer Leistungsanbieter ebenso wie eine schnelle Renaissance der Branche insgesamt.

Gleichwohl soll mit diesen Anmerkungen nicht die Bedeutung krisenhafter Ereignisse und Wandlungsprozesse der letzten Jahre in Abrede gestellt werden. Ebenso wenig wird bestritten, dass die Branche mit entsprechenden Strategien angebotsseitig reagieren muss. Schließlich hat der Tourismus einen Ruf zu verlieren: den der Leitökonomie des 21. Jahrhunderts. Diesem Ruf gerecht zu werden wird schwierig sein, da der strukturelle Problemhaushalt der Tourismuswirtschaft weiter angewachsen ist. Die kontinuierliche Entgrenzung der Märkte hat zu neuen Marktstrukturen und verschärftem Wettbewerb geführt und insbesondere kleine Akteure z.T. in ihrer Existenz bedroht, während die Notwendigkeit zunehmender Expansion und vertikaler Integration auch die wirtschaftlich stärkeren Akteure zu erheblichen Anpassungsleistungen zwang und neue Anfälligkeiten produzierte. Im Zuge des übergreifenden sozialstrukturellen Wandels und seiner Folgen für die Veränderun-

gen im Nachfragemarkt ist die mit großer Sicherheit zu erwartende demografische Alterung der Bevölkerung ins Bewusstsein gerückt. Antworten dazu aus tourismusspezifischer Perspektive sind noch rar.

Drei Dimensionen – Globalisierung, soziodemografischer Wandel, strukturelle weltweite Unsicherheit – stehen paradigmatisch für veränderte Rahmenbedingungen, in deren Folge eine große Vielfalt von Trends die Zukunft des Tourismus entscheidend gestalten wird. In der Literatur werden sie häufig als Megatrends bezeichnet. Ihre wesentlichen Charakteristika und einige der mit ihnen einhergehenden Folgen sollen in diesem Kapitel einleitend beschrieben werden (TAB 1997 u. Petermann 1999). Damit wird ein Rahmen gespannt für die Fokussierung dieser allgemeinen Wandlungsprozesse in den Kapiteln III, IV und V.

GLOBALISIERUNG DER WELTÖKONOMIE

Die touristischen Angebots- und Nachfragemärkte sind Teil der globalen Weltwirtschaft und entsprechend sensibel gegenüber strukturellen und konjunkturellen Entwicklungen der sich globalisierenden Weltökonomie.

Die Entgrenzung von Produktion und Handel ist bisher noch auf den Kreis der entwickelten Länder der OECD konzentriert – auch der Aufstieg einiger asiatischer Schwellenländer hat dies nicht geändert. Innerhalb der OECD-Welt ist der Handel stark regionalisiert. Neben internationalen etablieren sich regionale Handels- und Produktionsnetze, innerhalb derer ein länderübergreifender Austausch von Produkten, Dienstleistungen, Informationen und Menschen stattfindet. Solche regionalen Integrationsprozesse werden vermutlich weitergehen. Die in vielen Prognosen erwartete zukünftige Wachstumsdynamik der Weltwirtschaft fällt in den einzelnen Regionen und Ländergruppen allerdings sehr unterschiedlich aus. Während sich das Wachstum in den industriell weiter entwickelten Ländern angleicht, werden nur einige aus der Gruppe der Entwicklungs- und Schwellenländer den Sprung nach vorne schaffen. Reichtum und Armut bleiben relativ eindeutig verteilt.

GLOBALISIERTER TOURISMUSMARKT

Der Tourismus gilt vielen als das nachdrücklichste Beispiel für die Globalisierung. Dabei ist vor allem das Wachstum der weltweiten Ankünfte ausländischer Touristen ein nachdrückliches Indiz. Sowohl Auslands- als auch Fernreisen haben in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich zugenommen. Eine leichte Tendenz zur Globalisierung lässt sich daraus ablesen, dass die weltweite Nachfrage sich weiter diversifiziert, d.h. sich nicht mehr so stark auf wenige Länder konzentriert. Symptome einer globalen Angleichung von Produkten und Dienstleistungen sind im Tourismus nur bedingt erkennbar. Mit einer weltweiten Vereinheitlichung des Angebots ist ledig-

lich im Niedrigpreissegment des Marktes zu rechnen – nur hier scheinen sich Nachfrage und Angebot zu homogenisieren. Aber selbst innerhalb der Massennachfrage ist zu erwarten, dass auch zukünftig die länderspezifischen Besonderheiten der Nachfragenden berücksichtigt werden müssen.

Insbesondere auf der Angebotsseite lassen sich deutliche Anzeichen für Globalisierungstendenzen und z.T. signifikante Globalisierungsprozesse feststellen. Alle Stufen der touristischen Wertschöpfungskette – Reisemittler, Veranstalter, Transport- und Gastgewerbe – unterliegen zunehmendem Wettbewerb. Größenwachstum, Konzentrationstendenzen, Nischenstrategien und Allianzen sind durchgängige Symptome. Expansions- und Konzentrationsstrategien werden dabei zunehmend international umgesetzt durch Investitionen, Fusionen und Kooperationen sowohl horizontal (auf der gleichen Wertschöpfungsstufe) als auch vertikal (verschiedene Wertschöpfungsstufen übergreifend). Die Resultate fallen in den Sektoren aber unterschiedlich stark aus.

Auf dem internationalen Reiseveranstaltermarkt beispielsweise gehören europäische Unternehmen neben japanischen zu den größten der Welt. Auf dem deutschen Markt dominieren deutsche Veranstalter. Internationale Verflechtungen werden in Europa bislang auf zwei Wegen aufgebaut: Zum einen durch die Gründung eines eigenen Unternehmens oder durch die Übernahme von bzw. Beteiligung an Veranstaltern im Ausland (horizontale Integration), zum anderen durch Investitionen in andere Stufen der Wertschöpfung (vertikale Integration). Bei den europäischen Veranstaltern führen solche Verflechtungen bislang eher zu einer Europäisierung als zu einer Globalisierung.

Deutlicher sind Globalisierungstendenzen im Luftverkehr. Als ein Indiz kann die starke Zunahme des internationalen Verkehrs (insbesondere auf Interkontinentalstrecken) angesehen werden. Als Folge der Liberalisierung des Luftverkehrs und der damit gegebenen Möglichkeit, in neue Märkte vorzudringen, haben sich global agierende Luftverkehrsunternehmen entwickelt. Dabei lässt sich die Abwicklung des Verkehrs nur noch in Zusammenarbeit mit Kooperations- und Allianzpartnern bewältigen. Als Folge wird eine weitere Verschärfung des Wettbewerbs erwartet. Mehr als ein Symptom ist der Siegeszug der Low-Cost-Carrier, von dem erwartet wird, dass er auch in der Zukunft anhalten wird.

Die weitere Öffnung des Wirtschaftsraums Europa sowie die Schaffung entsprechender materieller und infrastruktureller Rahmenbedingungen werden mit großer Sicherheit zur Intensivierung der Reiseströme beitragen. Für Deutschland als »emerging markets« relevant sind insbesondere die direkten östlichen Nachbarn wie Polen und die Tschechische Republik (als bevölkerungsreichste und größte Volkswirtschaften innerhalb der zehn neuen EU-Länder), z.T. auch Ungarn, aber auch die baltischen Länder. Hier sind einerseits neue Konkurrenzverhältnisse bei den Desti-

nationen zu erwarten, aber auch neue Chancen für die Reiseveranstalter zu verzeichnen.

Anders als in Deutschland werden sich die Volkswirtschaften der acht osteuropäischen EU-Neumitglieder bis zum Ende dieses Jahrzehnts besonders dynamisch entwickeln. Der dortige Urlaubstourismus profitiert aufgrund des noch relativ geringen Wohlstands in besonderer Weise von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklungsdynamik: Die reale touristische Inlandsnachfrage wird in den nächsten Jahren voraussichtlich deutlich zunehmen. Einkommenszuwächse in den osteuropäischen neuen EU-Ländern werden sowohl den nationalen Urlaubstourismus als auch den internationalen bzw. europäischen Urlaubstourismus stimulieren. Erwartet wird dementsprechend eine deutliche Zunahme der realen touristischen Auslandsnachfrage in den nächsten Jahren (GWS 2005).

INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN

Eine weltweite informationstechnische Infrastruktur ist ein zentrales Element des globalen Tourismus. Die Präsenz auf dem elektronischen Marktplatz sowie die innovative Nutzung seiner Möglichkeiten für touristische Dienstleistungen werden daher an Bedeutung weiter zunehmen. Dies gilt vor allem für das Internet, das mit seiner flächendeckenden, offenen und kostengünstigen Kommunikationsstruktur neue Möglichkeiten der massenmedialen Verteil- und Abrufkommunikation bietet. Für die Tourismusbranche interessant sind vor allem die neuen Optionen im Bereich Marketing und Vertrieb bzw. neue Formen der Interaktion zwischen Anbietern und Kunden.

Mit der Nutzung des Internet als Angebots- und Vertriebsplattform können vor allem Leistungsträger ihre Prozesskosten verringern. Die Vermittlungstätigkeit der Reisebüros kann damit in bestimmten Marktsegmenten umgangen werden. In Bedrängnis geraten die Intermediären auch durch neue, branchenfremde Wettbewerber. Trotz deutlicher Tendenzen in Richtung einer »neuen Direktbuchungswelt« wird aber die Vermittlungsfunktion der Intermediären angesichts der ständig wachsenden Fülle an Reiseangeboten und -informationen grundsätzlich weiterhin gefragt sein. Der Direktvertrieb für Privatkunden wird weiter expandieren, da im Internet in wachsendem Umfang niedrigpreisige Angebote offeriert werden. Es besteht die Möglichkeit zum direkten Preisvergleich, es sind keine Ladenöffnungszeiten zu beachten, und es können zusätzliche Informationen abgerufen werden. Die technisch ermöglichte Transparenz der Märkte wird auch weiterhin für hohe Preisaktivität und -sensibilität sorgen.

Aufs Ganze gesehen wird der Einsatz neuer IuK-Technologien in der Tourismusbranche weiterhin Marktprozesse und die Angebots- und Nachfragestrukturen verändern. Er modifiziert die touristische Wertschöpfungskette, verändert Marktan-

teile, beeinflusst Arbeitsplätze und -bedingungen und entscheidet mit über die Wettbewerbsfähigkeit der Akteure und Destinationen im globalen Maßstab. Gerade wegen zu erwartender fallender Verbraucherpreise sowie Verdrängungseffekten und Verteilungskämpfen können sich die deutschen Tourismusdienstleister nur durch den Einsatz von IuK-Technologien auf dem Weltmarkt behaupten und Arbeitsplätze sichern.

DEMOGRAFISCHE ALTERUNG, SOZIALSTRUKTURELLER WANDEL

Seit jeher wird das System des Tourismus geprägt durch soziodemografische Wandlungsprozesse, die auf verschiedenen Ebenen die gesellschaftlichen Strukturen ebenso wie die Lebensstile und Konsummuster der Menschen kontinuierlich verändern. Stark in den Vordergrund der Diskussion gerückt ist die »demografische Revolution«.

ALTERNDE GESELLSCHAFTEN

Während es insbesondere in den armen Ländern der Welt noch für einige Jahrzehnte zu einem enormen Anstieg der Bevölkerungszahlen kommen wird, liegt in den industriell weiter entwickelten Ländern die größte Brisanz darin, dass die Alterspyramide auf den Kopf gestellt wird. Die Relationen zwischen den Bevölkerungsgruppen im Kindes- und Jugendalter, im erwerbsfähigen Alter und im Rentenalter verschieben sich so, dass immer weniger arbeitende Menschen immer mehr älteren Menschen gegenüberstehen. Der vergleichsweise hohe Anteil der letztgenannten Gruppe an der Gesamtbevölkerung wird auch die zukünftige Struktur der touristischen Nachfrage entscheidend bestimmen. Die Zahl älterer Reisender wird langfristig relativ gesehen stark zunehmen, die Zahl der Reisenden mit Kindern bzw. von Kindern oder Jüngeren dagegen wird zurückgehen.

EVOLUTION DER GESELLSCHAFTLICHEN STRUKTUREN

Bei den sozialstrukturellen Faktoren fallen mehrere Entwicklungen auf, die sich auch in Zukunft fortsetzen werden. Das in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegene Bildungsniveau der Bevölkerung steht in engem Zusammenhang mit steigenden Anforderungen des Arbeitsmarktes. Dort werden vor allem Einfach- und Mittelqualifizierte verlieren, während Hochqualifizierte gewinnen werden. Bei den Tätigkeitsschwerpunkten der Beschäftigten zeigt sich eine deutliche Verschiebung in Richtung Dienstleistung. Insbesondere werden qualifizierte Dienstleistungstätigkeiten nachgefragt.

Eine Betrachtung der Verteilung des Wohlstandes offenbart, dass einem relativ kleinen Teil gut situierter und wohlhabender Menschen ein wachsendes Segment mit

geringfügigen Einkommen gegenübersteht. In den fortgeschrittenen Industrieländern verbreitert sich die Kluft zwischen Gewinnern und Verlierern. Es ist damit zu rechnen, dass die materielle Marginalisierung eines Teils der Bevölkerung ein Strukturmerkmal der Gesellschaft bleiben wird.

Die Zukunft des Tourismus wird – wie seit jeher – eng verkoppelt sein mit dem Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit. In der Mehrzahl der westlichen industriell weiter entwickelten Länder ist die durchschnittliche tarifliche Arbeitszeit in den vergangenen 20 Jahren ständig gesunken. Gleichzeitig ist die tarifliche Urlaubsdauer angehoben worden. Dieser Mechanismus der Zunahme von freier Zeit dürfte an sein Ende gekommen sein. Neue Beschäftigungsformen weichen das System der Vollarbeitszeit auf. Eine wachsende Zahl künftiger Arbeitnehmer wird z.B. zu Beschäftigten auf Zeit. Trends einer Flexibilisierung von Arbeitsformen und Arbeitszeiten werden sich fortsetzen.

Veränderungen der Werthaltungen und Bedürfnisse führen im Zusammenhang mit der Ausdifferenzierung verschiedenartiger Lebensstile zu einer immer stärkeren Diversifizierung des Freizeitverhaltens – und des entsprechenden Angebots auf dem Markt. Ein Nebeneinander divergenter Wertorientierungen und eine Vielfalt von Lebensstilen spiegeln sich in den Wunsch- und Bedürfnisstrukturen der Touristen wider: Anspruchsvolle, preissensible und multioptional agierende Kunden mit vielschichtigen, komplexen und in Teilen widersprüchlichen Konsum- und Lebensstilen machen es den touristischen Leistungsanbietern immer schwerer, das Verhalten der Konsumenten zu antizipieren und das Angebot entsprechend auszurichten.

Mit der allgemein wachsenden Anspruchshaltung – auch an Service und Qualität der touristischen Infrastruktur – werden die Ansprüche an den Urlaub immer ambitionierter, wird die Inszenierung der Urlaubswelten aufwendiger. Der Urlauber der Zukunft erwartet Perfektion und Illusionierung ebenso wie Authentizität und Ursprünglichkeit. Gleichzeitig rückt der Wunsch nach Subjektivität des Erlebten in den Vordergrund. Je mehr die Reiseziele austauschbar und je ähnlicher sich viele Angebote werden, desto stärker betonen Urlauber ihre Individualität.

STRUKTURELLE WELTWEITE UNSICHERHEIT – DER TOURISMUS IM SCHATTEN VON KRISEN UND GEFAHREN

Die klimatischen und ökologischen Rahmenbedingungen sind ebenso wie Krieg und Gewalt, insbesondere in Form des Terrorismus, weitere hochrelevante Kontextfaktoren für das touristische System.

Der weltweite Tourismus findet im Schatten zunehmender anthropogener Umweltprobleme statt. Hierzu trägt auch der Tourismus bei. In vielfältiger Weise führen

menschliche Aktivitäten zu einer fortschreitenden Belastung der Atmosphäre und Biosphäre: Klimawandel, Ozonabnahme, Bodendegradationen, Verlust der Biodiversität, Übernutzung der Weltmeere, Verminderung des Wasserangebots und erhöhter Wasserverbrauch. Grundlage für den Tourismus ist aber eine intakte natürliche, bauliche und soziale Umwelt. Ein nicht gestörter Naturhaushalt, »ursprüngliche Landschaften« und eine artenreiche Flora und Fauna sind für viele Länder touristische Attraktionen. Diese bleiben weltweit zunehmend gefährdet, zum einen als Folge unabhängig vom Tourismus sich vollziehender Prozesse, zum anderen aufgrund nicht angepasster Nutzung der Ressourcen durch den Tourismus selbst.

Aus globaler Perspektive bleibt die Frage virulent, inwieweit ein weiteres Wachstum des Flugverkehrs ökologisch vertretbar ist. Auch der Lösung der Probleme des Flächenverbrauchs und des Verlustes der Biodiversität in massentouristisch genutzten Gebieten kommt eine hohe Priorität zu. Den Ressourcenverbrauch an Energie, Stoffen und Materialien durch die steigenden Ansprüche der Touristen an die Ausstattung der touristischen Infrastruktur sind ebenso nicht zu vernachlässigende Probleme wie das Abwasser- und Abfallaufkommen in den Zentren des Massentourismus. Will der Tourismus seine Grundlage nicht untergraben, werden gemeinsame, weltweite Anstrengungen in Wirtschaft und Politik nötig sein.

Der Zusammenhang von Terrorismus und Tourismus ist mittlerweile unübersehbar und hängt wie ein Damoklesschwert auch über den touristischen Märkten. Gleiches gilt für extreme Wetterereignisse, Naturkatastrophen sowie Seuchen und Epidemien. Der Tourismussektor als Ganzes hat sich zwar von den Terroranschlägen des 11. September 2001, dem Irakkrieg und der Bedrohung durch SARS im Jahr 2003 vergleichsweise schnell erholt. Die Zerstörungen touristischer Infrastruktur in weiten Teilen Südasiens durch die Tsunami-Katastrophe an der Jahreswende 2004/05 scheinen die Tourismusindustrie vor Ort als auch die Reiseveranstalter kompensieren zu können.

Dennoch bleibt grundsätzlich die Frage, wie zukünftig die Tourismusbranche reagieren wird, wenn die Risiken häufiger und verstärkt auftreten und sich in ihren Auswirkungen verstärken? Wohl nicht unbegründet ist die Annahme, dass neue Sicherheitsrisiken und andauernde Krisen ein bisher unbekanntes Ausmaß annehmen werden, einmal aufgrund wachsender struktureller Friedlosigkeit, weiterhin, weil sich Epidemien innerhalb kürzester Zeit global ausbreiten können, und schließlich, weil extreme Wetterereignisse weltweit immer regelmäßiger zum normalen Wetterzyklus bei zunehmendem Schadensausmaß zu gehören scheinen. Wird der Tourismusmarkt auch dann noch flexibel durch die Wahl und Entwicklung neuer Destinationen reagieren können und über ausreichende Optionen der Marktanpassung verfügen?

DEMOGRAFISCHER WANDEL IN DEUTSCHLAND III.

In allen westlichen Industrieländern, aber auch weltweit, wird der demografische Wandel in den kommenden Jahrzehnten erhebliche Auswirkungen haben. In Deutschland wird sich zwar die Bevölkerungszahl in den nächsten ein bis zwei Jahrzehnten kaum verändern, jedoch führen Geburtenrückgang und steigende Lebenserwartung zu einer drastischen Verschiebung der Altersstruktur der Gesellschaft. Welche Konsequenzen dieser Strukturwandel für den Tourismus haben könnte, soll im Folgenden erörtert werden. In Kapitel III.1 und III.2 werden zunächst die allgemein erwartete Schrumpfung und Alterung der Bevölkerung in Deutschland näher dargestellt. Danach folgt eine Diskussion der Auswirkungen dieser Prozesse auf die sozialen Sicherungssysteme (Kap. III.3.1 – III.3.2). Zur Vervollständigung des Bildes befasst sich Kapitel III.3.4 mit sozialstrukturellen Trends, wie sie sich insbesondere im Bereich Arbeit und Freizeit zurzeit darstellen und in weiterer Zukunft fortschreiben könnten. Aufbauend auf diesen Ausführungen werden in Kapitel III.5 die Folgen der soziodemografischen Entwicklungen für den Tourismus der Zukunft beschrieben. Kapitel III.6 erörtert schließlich Handlungsfelder, die sich aus den bevorstehenden Herausforderungen ergeben. Das Gesamtkapitel baut in starkem Maß auf einem Gutachten der Universität Trier (2004b) auf.

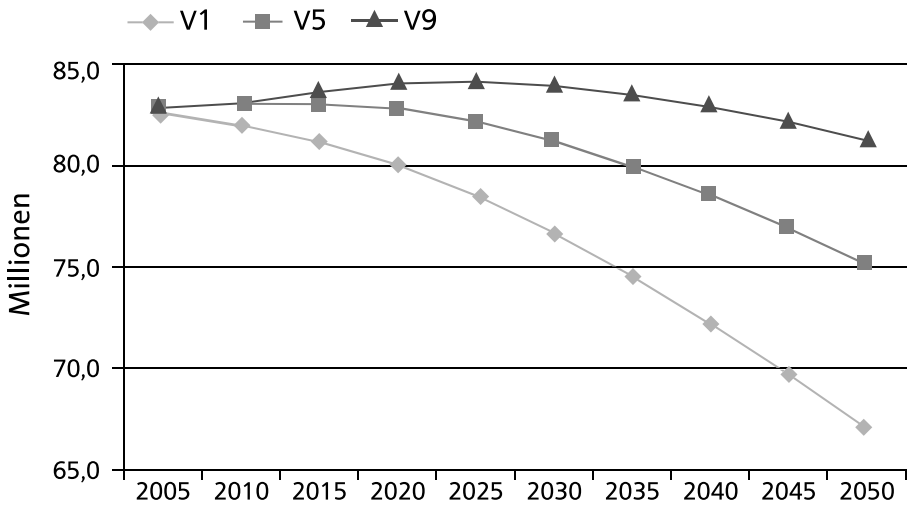
DIE BEVÖLKERUNGSZAHL SCHRUMPFT 1.

Mit auf einer breiten Datenbasis beruhenden Bevölkerungsvorausberechnungen liefert das Statistische Bundesamt regelmäßig eine allgemein anerkannte Prognose der zukünftigen Entwicklung. Alle neun Szenarien der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung von 2003 prognostizieren eine langfristige Abnahme der Bevölkerungszahl der Bundesrepublik Deutschland, die zurzeit rund 82,5 Mio. beträgt. Je nach zugrunde liegenden Annahmen zu Lebenserwartung und Zu- und Abwanderung[1] reicht das Spektrum der Vorausberechnungen für das Jahr 2050 zwischen 67 Mio. (Variante 1: »niedrigste Bevölkerungszahl«) und 81 Mio. (Variante 9: »höchste Bevölkerungszahl«). Die »mittlere Variante« (Variante 5) geht von 75 Mio. Einwohnern aus (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 27 u. Abb. 1). Ursache für den langfristigen Bevölkerungsrückgang ist, dass stets mehr Menschen sterben, als Kinder zur Welt kommen werden.

1 Variante 1 mit niedriger Zuwanderung und geringster Zunahme der Lebenserwartung, Variante 9 mit hoher Zuwanderung und hoher Zunahme der Lebenserwartung, Variante 5 mit mittleren Annahmen zum Wanderungssaldo und zur Lebenserwartung.

- Das Szenario »höchste Bevölkerungszahl« (Variante 9) sieht die Bevölkerungszahl im Jahr 2050 mit 81 Mio. in etwa auf dem heutigen Niveau. Dabei werden eine hohe Zuwanderung und gleichzeitig eine hohe Zunahme der Lebenserwartung unterstellt: Jährlich müsste sich der Wanderungssaldo auf 200.000 und ab dem Jahr 2011 auf 300.000 belaufen. Zugleich müsste die Lebenserwartung etwa sieben Jahre über dem Durchschnitt von 1998 bis 2000 liegen. Die Wahrscheinlichkeit, dass dies eintritt, dürfte eher gering sein (Universität Trier 2004b, S. 8).
- Nach der mittleren Variante wird die Bevölkerungszahl bis 2013 auf etwa 83 Mio. leicht ansteigen, danach sinken und 2025 wieder das heutige Niveau (82,5 Mio.) erreichen. Einschneidende Veränderungen werden für die darauf folgenden 25 Jahre erwartet. Mit 75 Mio. Einwohnern wird die Bevölkerungszahl im Jahr 2050 auf den Stand von 1963 absinken.
- Die dramatischste Entwicklung zeigt die Variante 1: Bei Annahme geringer Zuwanderung und gleichzeitig nicht weiter steigender Lebenserwartung läge die Einwohnerzahl im Jahr 2025 bereits 10 Mio. unter dem heutigen Wert. 2050 betrüge die Einwohnerzahl von Deutschland nur noch 67 Mio. und somit 15,5 Mio. weniger als im Jahr 2003 (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 19 ff.).

ABB. 1 ENTWICKLUNG DER ZAHL DER BEVÖLKERUNG IN DEUTSCHLAND BIS 2050



Anmerkung: V1: -15,5 Mio.; V5: -7,4 Mio.; V9: -1,2 Mio. (Basisjahr 2002 = 82,5 Mio.)

Quelle: Statistisches Bundesamt 2003a, S. 26

DIE DEUTSCHE GESELLSCHAFT ALTERT 2.

Schon seit etwa 30 Jahren haben wir es in Deutschland mit einem Prozess der demografischen Alterung der Bevölkerung zu tun (Statistisches Bundesamt 2003c, o.S.), der sich zukünftig aber noch – durch steigende Lebenserwartung und niedrig bleibende Geburtenrate – verstärken wird. Dieser Prozess ist mittelfristig irreversibel (BiB 2004, S. 14; Geißler 2002, S. 64; Statistisches Bundesamt 2003a, S. 10 ff.).

Aus den Berechnungen des Statistischen Bundesamtes geht hervor, dass sich der Altersaufbau der Bevölkerung signifikant verändern wird. Insbesondere der Anteil der 60-Jährigen und Älteren (und damit im – faktischen – Rentenalter) an der Gesamtbevölkerung wird deutlich zunehmen – von etwa einem Viertel im Jahr 2001 auf mehr als ein Drittel im Jahr 2050 (Tab. 1).

TAB. 1 ALTERSAUFBAU DER BEVÖLKERUNG DEUTSCHLANDS (2001–2050)

	insgesamt	davon im Alter von [...] bis [...] Jahren							
		unter 20		20–59		60 und älter insgesamt		80 und älter	
	in Mio.	in %	Differenz in %	in %	Differenz in %	in %	Differenz in %	in %	Differenz in %
2001	82,4	20,9	-0,8	55,0	-2,9	24,1	3,7	3,9	0,1
2010	83,1	18,7	-2,2	55,7	0,7	25,6	1,5	5,0	1,1
2030	81,2	17,1	-1,6	48,5	-7,2	34,4	8,8	7,3	2,3
2050	75,1	16,1	-1,0	47,2	-1,3	36,7	2,3	12,1	4,8

Anmerkung: ab dem Jahr 2010 Schätzwerte der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Variante 5 »mittlere« Bevölkerung: mittlere Wanderungsannahme W2 (jährlicher Saldo 200.000 Personen) und mittlere Lebenserwartungsannahme L2 (durchschnittliche Lebenserwartung 2050 bei 81 bzw. 87 Jahren).

Quelle: Universität Trier 2004b, nach Statistisches Bundesamt 2003a, S. 31

Nach der mittleren Variante der Bevölkerungsvorausberechnung bedeutet dies im Einzelnen, dass

- die absolute Zahl der Unter-20-Jährigen von heute etwa 17 Mio. auf ca. 12,1 Mio. im Jahr 2050 sinkt,
- analog die Gruppe »80 und älter« immer größer wird. Sie wird sich bis 2050 absolut und relativ annähernd verdreifachen. 2050 werden 9,1 Mio. Einwohner 80 Jahre und älter sein (2001: 3,2 Mio.),

› das Segment der 20- bis 59-Jährigen zwar bis 2010 noch leicht zunehmen, die weitere Entwicklung sich aber problematisch gestalten wird (BiB 2004, S. 59). Die geburtenstarken Jahrgänge aus den 1950er und 1960er Jahren werden in den folgenden Jahrzehnten aus dem Erwerbsleben ausscheiden. Etwa ab 2015 beginnend, erreicht dieser Prozess seinen Höhepunkt im Zeitraum von 2030–2035, wenn die heute 35-Jährigen in das Rentenalter eintreten (BiB 2004, S. 59). Die nachrückenden Jahrgänge werden zunehmend geburtenschwächer sein. Die Zahl der Menschen im Erwerbsalter sinkt deshalb von 46,3 Mio. auf 39,4 Mio. im Jahr 2030 – die Zahl der Menschen in der Gruppe »60 und älter« steigt von etwa 20 Mio. heute kontinuierlich bis auf 28 Mio. im Jahr 2030.

Die zu erwartenden Entwicklungen werden ihre nachdrücklichsten Wirkungen in den Systemen der sozialen Sicherung haben.

AUSWIRKUNGEN DES DEMOGRAFISCHEN WANDELS AUF DIE SOZIALEN SICHERUNGSSYSTEME 3.

Die Verschiebung der Altersstruktur – die Zahl der Über-60-Jährigen nimmt drastisch zu, die Zahl der 20–59-Jährigen nimmt ebenfalls deutlich ab – hat für die Sozialversicherungssysteme sowohl einkommenssenkende als auch ausgabensteigernde Effekte: Im umlagefinanzierten Rentensystem steigt die Zahl der Erwerbstätigen, und zugleich sinkt die Zahl der Versorgungsempfänger, die Versorgungsleistungen erbringen. Eine Dämpfung der Einnahmen durch die demografische Alterung erfolgt auch bei der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung, wobei zugleich die Pro-Kopf-Ausgaben für Gesundheit und Pflege (altersbedingt) steil ansteigen. In allen drei Fällen öffnet sich eine Schere zwischen Einnahmen und Ausgaben (Birg 2004, S. 38 ff.).

ALTERSSICHERUNGSSYSTEME UNTER DRUCK 3.1

Das Problem der Sicherung angemessener Renten zukünftiger Rentner wird durch den demografischen Wandel verstärkt, da eine steigende Zahl von Rentenempfängern mit einer sinkenden Zahl der Erwerbsbevölkerung einhergeht. Das Verhältnis der Bevölkerung im Rentenalter (als potenzielle Empfänger von Leistungen der Rentenversicherungen oder anderer Alterssicherungssysteme) zur Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (als potenzielle Beitragszahler) wird durch den »Altenquotien-

ten«[2] ausgedrückt: Nach der mittleren Variante der Bevölkerungsvorausberechnung würde der Altenquotient bis 2030 auf 70,9 steigen und im Jahr 2050 77,8 betragen, d.h. auf 100 Personen im erwerbsfähigen Alter kommen rund 78 Menschen im Rentenalter – dies wären 34 mehr als im Jahr 2001 (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 31, Abb. 2).

Zum Problem der Erosion der Beitragsbasis für das System der Rentensicherung kommt hinzu, dass der Ruhestand aufgrund der zunehmenden Lebenserwartung länger dauern wird. Nach Angaben des Verbands Deutscher Rentenversicherungsträger betrug die durchschnittliche Rentenbezugsdauer 1965 (im früheren Bundesgebiet) etwa 11 Jahre, 2001 waren es mehr als 16 Jahre. Hierzu dürfte aber auch die wachsende Zahl der Frühverrentungen beigetragen haben (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 17).

RENTENEINTRITTSALTER UND ERWERBSQUOTE ALS STELLSCHRAUBEN

Um die Finanzierung der Systeme der Alterssicherung angesichts der wachsenden Belastung auch zukünftig zu sichern, wäre der beste Weg ohne Zweifel mehr Menschen in Arbeit zu bringen. Es werden aber auch andere Optionen diskutiert, wie eine Erhöhung des Renteneintrittsalters.[3] Würde das tatsächliche Renteneintrittsalter beispielsweise bei 65 Jahren angesetzt, so würde dies den Altenquotienten deutlich absenken. Nach der mittleren Variante läge der Altenquotient im Jahr 2050 dann bei 54,5 gegenüber 77,8 bei der Abgrenzung von 60 Jahren (Abb. 2). Eine Erhöhung auf 67 Jahre würde zu einem Altenquotienten von 47,4 führen und läge damit nur knapp über dem heutigen Wert bei der Abgrenzung mit 60 Jahren (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 33 u. Abb. 4). Grundsätzlich ergäbe sich durch ein späteres Renteneintrittsalter eine Verbreiterung der Beitragsbasis.

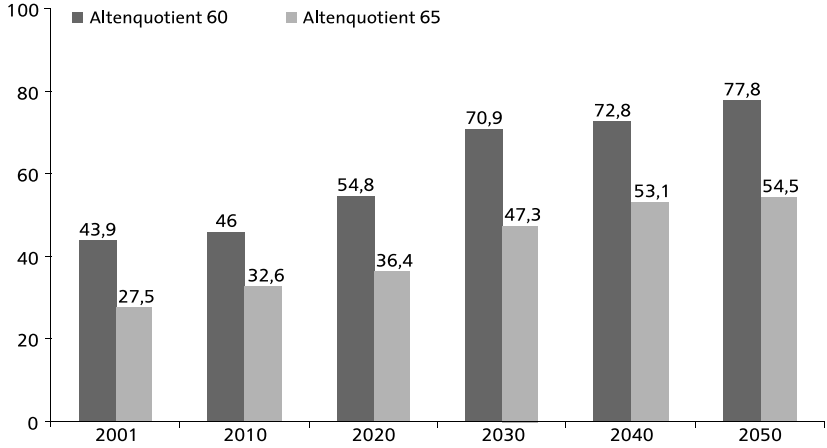
Auch die Erhöhung der Zahl der Erwerbstätigen wird als ein Mittel zur Sicherung der Sozialsysteme diskutiert (BiB 2004, S. 64; Deutsche Bank Research 2003, S. 17f.). Üblicherweise zählen zum Erwerbspersonenpotenzial erwerbsfähige Personen im Alter zwischen 15 und 65 Jahren. Allerdings stehen nicht alle Personen im erwerbsfähigen Alter dem Arbeitsmarkt zur Verfügung, wie beispielsweise Frauen, die sich für die Erziehung von Kindern und gegen eine bezahlte Arbeit entschieden haben, oder Personen im vorgezogenen Altersruhestand. Tatsächlich gab es in

2 Verhältnis der Zahl der Menschen im Rentenalter und der Zahl der Menschen im Erwerbsalter. Wichtig(er) dürfte ferner sein, wie viele Beitragszahler in welchem Umfang in die Rentenkasse einzahlen werden.

3 Eine Verschiebung der Altersgrenze hätte einen deutlich höheren Effekt als z.B. eine gestiegene Lebenserwartung oder positive Wanderungssalden.

Deutschland 2002 32,7 Mio. Erwerbspersonen, dies entspricht einer Erwerbsquote[4] von nur 49,2 % (Statistisches Bundesamt 2004a, S. 98).

ABB. 2 ENTWICKLUNG DES ALTENQUOTIENTEN FÜR 60 UND 65 JAHRE



Quelle: Statistisches Bundesamt 2004a, S. 60

Durch die (teilweise) Aktivierung von Ruheständlern, Frauen und Jüngeren könnte die Erwerbsquote (und damit die Zahl der Erwerbspersonen) erhöht werden. Zurzeit vermutet man, dass etwa 2 Mio. dem Arbeitsmarkt »vergleichsweise nah« stehen (Statistisches Bundesamt 2005a, S. 80).

- Mit 60 % stellen Ruheständler den größten Anteil der Nichterwerbspersonen ab 15 Jahren (2004: 30,6 Mio.). Unter ihnen sind 76 % älter als 64 Jahre, 11 % zwischen 60 und 64 Jahre sowie weitere 3 % zwischen 55 und 59 Jahre alt (Statistisches Bundesamt 2005a, S. 79). Fraglich ist allerdings, ob sich dieses Arbeitskräftepotenzial vermitteln lässt.[5]
- Die Erhöhung der Erwerbsbeteiligung der Frauen (Erwerbsquote 2002: 42,6 %; BiB 2004, S. 64) kann zwar einerseits kurzfristig eine Entlastung des Rentenpro-

4 Prozentualer Anteil der Erwerbspersonen (Erwerbstätige und Erwerbslose) an der Bevölkerung. Nichterwerbspersonen sind der verbleibende Teil der Bevölkerung. In vielen Fällen erfolgt der Ausweis von Erwerbsquoten ausschließlich für Personen im erwerbsfähigen Alter von 15 bis unter 65 Jahren (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 101).

5 So hat das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung festgestellt, dass jedes zweite Unternehmen in Deutschland keine Arbeitnehmer mehr über 50 Jahre beschäftigt (Universität Trier 2004b, S. 17). Dies lässt darauf schließen, dass die Bereitschaft zur Einstellung gering sein dürfte.

blems bringen, andererseits könnte sie sich als bevölkerungspolitisch kontraproduktiv erweisen. Sollten immer mehr Frauen einer Erwerbstätigkeit nachgehen, bestünde – unter den augenblicklichen Bedingungen in Deutschland – das Risiko, dass die Geburtenrate weiter zurückgeht (Deutsche Bank Research 2002, S. 9).

Die Renten- und Alterssicherungssysteme werden auch durch das verzögerte Eintreten der jüngeren Erwerbstätigen in das Berufsleben belastet. Der Anteil der Schüler und Studenten an den Nichterwerbspersonen betrug 2004 16 % (Statistisches Bundesamt 2005a, S. 79). Ein früherer Eintritt in die Arbeitswelt würde helfen, die Beitragsbasis für die sozialen Sicherungssysteme zu verbessern.[6]

GESUNDHEITSSYSTEME UNTER DRUCK 3.2

Von den 224 Mrd. Euro, die 2002 für die Behandlung von Krankheiten aufgewendet wurden, entfielen 51,5 % auf die Bevölkerung im Alter von 15 bis unter 65 Jahre (67,5 % der Gesamtbevölkerung). Der den 65-Jährigen und Älteren (das sind nur 17,3 % der Bevölkerung) zurechenbare Anteil an den Krankheitskosten lag bei 42,9 %; dies sind relativ gesehen mehr als dreimal soviel Krankheitskosten, als dies bei den Unter-65-Jährigen der Fall ist. Bei den 65-Jährigen und Älteren wurden Kosten in Höhe von 96 Mrd. Euro verursacht, davon 77,5 Mrd. Euro bei den 65- bis Unter-85-Jährigen und 18,6 Mrd. Euro bei den 85-Jährigen und Älteren (Universität Trier 2004b, S. 23).

Wesentliche Ursache dieser ungleichgewichtigen Verteilung auf die o.g. Altersgruppen ist der Umstand, dass die durchschnittlichen Krankheitskosten pro Kopf der Bevölkerung mit zunehmendem Alter stark ansteigen: von jahresdurchschnittlich 1.000 Euro bei den Unter-15-Jährigen auf 12.430 Euro bei den 85-Jährigen und Älteren (Statistisches Bundesamt 2004c, o.S. u. Tab. 2). Diese Zahlen lassen die Herausforderungen erkennen[7], vor denen unser Gesundheitssystem angesichts der absehbaren Alterung der Bevölkerung steht.

Zusätzlich zu der mit der demografischen Alterung der Gesellschaft einhergehenden zunehmenden Belastung durch Gesundheitskosten muss davon ausgegangen werden, dass mit steigendem Anteil der Hochbetagten an der Gesamtbevölkerung die

6 In jüngster Zeit wurden erste Maßnahmen zur Verkürzung der Ausbildungszeiten vor allem für hoch qualifizierte Abschlüsse ergriffen. In einigen Bundesländern kann das Abitur bereits nach zwölf Schuljahren abgelegt werden und die Einführung des Bachelor-Abschlusses wird die Ausbildungszeit an den Hochschulen verkürzen.

7 Schon 1992 lagen die Pro-Kopf-Ausgaben für Gesundheit bei den Älteren etwa um den Faktor 8 höher als bei den ca. 20-Jährigen. Im Jahr 2040 könnte sich dieses Verhältnis auf 1:20 erhöht haben (Birg 2004, S. 40 f.).

Zahl der chronisch kranken alten Menschen zunehmen wird (BiB 2004, S. 65). Sie unterliegen in besonderem Maße einem erhöhten Risiko der Pflegebedürftigkeit. Dies bedeutet eine immense Herausforderung, da erst noch geeignete Strukturen geschaffen und finanziert werden müssen, um die Älteren, insbesondere die Hochbetagten – privat oder professionell – zukünftig zu unterstützen und zu pflegen.

TAB. 2 GESUNDHEITSKOSTEN 2002 JE EINWOHNER PRO KOPF NACH ALTERSGRUPPEN

	davon im Alter von [...] bis unter [...] Jahren			
unter 15 Jahren	15–45 Jahre	45–65 Jahre	65 und älter	85 und älter
1.000 Euro	1.510 Euro	2.960 Euro	6.740 Euro	12.430 Euro

Quelle: Universität Trier 2004b, nach http://www.destatis.de/basis/d/gesu/gesutab23.php

Mit dem wachsenden Anteil der Hochbetagten auf bis zu 9,1 Mio. (12 %) im Jahr 2050 (2003: 4 %) wird der intergenerationelle Unterstützungskoeffizient[8] deutlich ansteigen. Lag dieser Wert 2000 noch bei 19,8, wird er bis 2025 auf 34 und bis 2050 sogar bis auf 60,3 steigen. Das heißt, dass dann etwa 60 Hochbetagte auf die Unterstützungs- und Pflegeleistungen von 100 Personen der nachfolgenden Generation angewiesen sein werden (BiB 2004, S. 59).

Schon in der Vergangenheit sind die Gesundheitsausgaben stetig gestiegen, alleine von 1992 bis 2001 nominal von 163,2 Mrd. Euro auf 225,9 Mrd. Euro (Statistisches Bundesamt 2004a, S. 202). Geht man von einer wachsenden Zahl älterer Menschen aus, so wird sich dies sehr wahrscheinlich als Kostentreiber auswirken. Diese Entwicklungen werden den übergreifenden Trend der kontinuierlichen Steigerung der Gesundheitskosten verstärken und könnten, ohne Reform, zu erhöhten Belastungen der privaten Haushalte führen. Entsprechende Prognosen der Beitragssätze für 2040 zur gesetzlichen Krankenversicherung schwanken dabei zwischen 15,5 % und 30 % (BiB 2004, S. 65). Für die Pflegeversicherung kursieren Zahlen zwischen 3 % und 6 % (Birg 2004, S. 41).

ZWISCHENFAZIT

Bereits heute sind die sozialen Sicherungssysteme durch sinkende Beiträge gefährdet. Tendenzen wie früherer Eintritt in das Rentenalter, steigende Lebenserwartung

8 Der Unterstützungskoeffizient bildet die Größenordnung der schon sehr alten Menschen (über 80 Jahre) im Vergleich zur nachfolgenden Generation zwischen 50 und 64 Jahren ab.

und damit länger andauernder Rentenbezug im Ruhestand sind hierfür ursächlich. Durch die demografisch bedingte Schrumpfung der Zahl der Erwerbstätigen droht eine weitere Beeinträchtigung der Beitragsbasis. Bei Fortdauer zurzeit geltender Bedingungen werden die zukünftigen Erwerbstätigen-Generationen mit Beitragszahlungen stärker belastet werden als die heutigen (BiB 2004, S. 66). Steigt der Altenquotient wie prognostiziert von 2002 bis 2050 von 43,9 auf 77,8, müsste entweder das Leistungsniveau bei den Renten halbiert, oder aber der Beitragssatz verdoppelt werden.[9]

Vergleichbar problematisch ist die Situation bei der Pflegeversicherung. Bis 2050 werden potenziell dreimal so viele Menschen über 80 Jahre die persönliche und/oder finanzielle Pflegeleistung der nachfolgenden Generation in Anspruch nehmen als im Jahr 2000 (BiB 2004, S. 59, Tab. 4). Die Kinder der Hochbetagten werden also in Zukunft persönlich, durch Pflegeleistungen für die Eltern und/oder finanziell – durch die Übernahme der Kosten für externe Pflegedienste – stärker belastet als bisher.

Entwicklungen wie diesen könnte man u.a. durch zusätzliche private Altersvorsorge begegnen (BiB 2004, S. 66). Die teilweise Rückverlagerung der Verantwortung für Alter und Krankheit hin zu den Privaten wäre eine mögliche Antwort auf die demografische Herausforderung. Dies bedeutet vor allem auch einen (teilweisen) Umstieg vom Umlageverfahren hin zu einem Kapitaldeckungsverfahren. Hier erfolgt die Finanzierung von Renten und Gesundheitsausgaben im Alter aus individuellem Vorsorgekapital, das die Bürger während ihres Erwerbslebens ansparen (Deutsche Bank Research 2002, S. 36).

Aber gleich, welche der zahlreichen diskutierten Reformen man auf den Weg bringen wird, in allen Fällen ergäben sich negative Auswirkungen auf die frei verfügbaren Einkommen.

9 Einschränkungen wären nicht erst ab 2050 erforderlich, da bereits bis Mitte der 2030er Jahre der »Altenquotient 65 Jahre« um 50 % (Variante 3) bzw. bis zu 80 % (Variante 7) steigen wird (Universität Trier 2004b, S. 22). Die Berechnungen des Instituts für Bevölkerungsforschung und Sozialpolitik, Universität Bielefeld, ergeben, dass – bliebe das durchschnittliche Renteneintrittsalter bei 60 Jahren – zur Sicherung des bestehenden Versorgungsniveaus der Über-60-Jährigen bei konstantem Ruhestandsalter die Belastung der 20- bis 59-Jährigen mehr als verdoppelt werden müsste (Birg 2004, S. 22).

EXKURS: VERÄNDERUNGEN IN ARBEIT UND FREIZEIT 4.

Im Zuge des demografischen Wandels werden sich auch die Strukturen der Arbeitswelt und der Freizeit (weiter) verändern. Dabei sind diese Veränderungen nicht ausschließlich der Schrumpfung und Alterung der Bevölkerung zuzurechnen, vielmehr lassen sie sich im Zuge des strukturellen Wandels von Wirtschaft und Gesellschaft schon länger beobachten.

ERHÖHUNG DER WOCHENARBEITSZEIT

Die Entwicklung der Arbeitszeit in Deutschland war in der Vergangenheit durch eine deutliche Arbeitszeitverkürzung bei zunehmender Arbeitsflexibilisierung ausgezeichnet. Die im früheren Bundesgebiet durchschnittlich geleistete Wochenarbeitszeit der Erwerbstätigen ist im Zeitraum von April 1985 bis Mai 2003 von 40,0 auf 35,5 Stunden gesunken (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 52).

Blieben Renteneintrittsalter und Erwerbspersonenquote unverändert und gäbe es keine nennenswerte Migration, nähme das Erwerbspersonenpotenzial bis zum Jahr 2050 um 15,6 Mio. ab. Um diesen negativen Effekt zu kompensieren, wäre bis 2050 eine Erhöhung der durchschnittlichen Wochenarbeitszeit auf rund 43 Stunden pro Woche nötig. Die tariflich vereinbarte Wochenarbeitszeit müsste dementsprechend weit höher ausfallen. »In dieser Hinsicht würde Deutschland dann in die 1950er Jahre zurückversetzt« (Deutsche Bank Research 2003a, S. 21).

ARBEITSSTRUKTUREN IM WANDEL

Anfang 2003 arbeiteten in Deutschland 17,3 Mio. Erwerbstätige ständig, regelmäßig oder gelegentlich am Wochenende, in der Nacht und/oder in Wechselschichten. Damit ist der Anteil der Erwerbstätigen mit für die Gesundheit und die Teilhabe am familiären Leben ungünstigen Arbeitszeiten seit 1991 um 6 % auf 48 % angestiegen. Beinahe jeder vierte Erwerbstätige (23 %) hatte 2003 ständig oder regelmäßig samstags gearbeitet. Gut jeder Zehnte (12 %) musste üblicherweise an Sonn- und/oder Feiertagen arbeiten. Jeder fünfte (20 %) Erwerbstätige gab gelegentlich ausgeübte Samstagsarbeit an; gelegentliche Sonn- und/oder Feiertagsarbeit nannten 13 % der Erwerbstätigen (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 53 f.).

Abhängige unbefristete Vollzeitbeschäftigung ist bereits seit langem nicht mehr die dominante Erwerbsform. Vielmehr ist eine deutliche Zunahme von flexiblen Erwerbsformen festzustellen. Von diesem bisherigen Trend wird angenommen, dass er sich fortsetzt.

Die Befristungsquote lag 2003 über alle Altersjahre hinweg (ohne Wehr- und Zivildienst) bei 8 % der abhängig Beschäftigten. Waren 1991 11 % der 15- bis 29-Jährigen abhängig Beschäftigten in einem befristeten Arbeitsverhältnis, waren es 2003 schon 20 % (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 42). Mit ein Grund dafür sind die überproportional häufig befristet beschäftigten Schüler und Studierenden, deren Zahl seit 1991 von 120.000 auf 340.000 angestiegen ist. Werden Wehr- und Zivildienstleistende sowie Auszubildende hinzugezählt, so lag 2003 die Befristungsquote bei 13 %, das sind 4,1 Mio. (von insgesamt 32 Mio. abhängig Beschäftigten (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 43).

Seit 1991 ist auch die Teilzeitquote abhängig Beschäftigter um 8 % auf 22 % angestiegen. Das bedeutet in absoluten Zahlen einen Anstieg von 2,4 Mio. auf 7,2 Mio. Motor des Teilzeitbooms sind die Frauen (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 7).

Im Mai 2003 gab es 3,7 Mio. Selbständige, rund 710.000 bzw. 23 % mehr als im April 1991. Der Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen – die Selbständigenquote – stieg im gleichen Zeitraum um 2 % auf 10 %. Getragen wurde diese Entwicklung von der starken Zunahme der Zahl der Selbständigen ohne Beschäftigte (aber gegebenenfalls mit mithelfenden Familienangehörigen) um 42 % von 1,4 Mio. im April 1991 auf knapp 2,0 Mio. im Mai 2003 (Statistisches Bundesamt 2004b, S. 45 f.).

Insgesamt zeigt sich, dass die Arbeits- und Erwerbsformen über die Jahre insgesamt vielfältiger geworden sind (Teilzeitarbeit, Zweit- und Drittjobs, Zeitverträge, Telearbeit, Voll- oder Teilselbständigkeit). Das System der Vollarbeitszeit wird voraussichtlich auch zukünftig weiter erodieren, Beschäftigte auf Zeit und »Nichtnorm(al) arbeitsverhältnisse werden zunehmen. Statt stringenter Karriereverläufe werden sich für relativ viele Menschen Zeiten der Arbeitslosigkeit mit solchen der Vollbeschäftigung oder der Teilzeitbeschäftigung im Lebenslauf abwechseln: So genannte »Patchwork-Biographien« werden zunehmend selbstverständlich werden (Opaschowski 2002, S. 61). Die Folge ist eine zunehmende Heterogenität und Unübersichtlichkeit in den Zeitstrukturen der Arbeits- und Lebenswelten und damit auch der Tages-, Wochen-, Jahres- und Lebensfreizeit.

TOURISTISCHE IMPLIKATIONEN DES SOZIO-DEMOGRAFISCHEN WANDELS 5.

Im Folgenden sollen einige Überlegungen dazu angestellt werden, inwiefern die bisher angesprochenen demografischen und sozialstrukturellen Wandlungsprozesse zukünftig auf das touristische Gesamtsystem Einfluss nehmen könnten.

EINKOMMEN UNTER DRUCK – FOLGEN FÜR DEN TOURISMUS 5.1

Wie gezeigt, wird die Überalterung der Bevölkerung die sozialen Sicherungssysteme vor wachsende Probleme stellen. Bereits ab 2010 wird es zu einer verstärkten Belastung der Rentenkassen kommen, wenn nach und nach erste geburtenstarke Jahrgänge der »Wirtschaftswunderphase« (Baby-Boomer-Generation) das Rentenalter erreichen. Neben Kürzungen der Leistungsansprüche für die jeweils folgende Generation sind wachsende Belastungen von Erwerbstätigen durch die Alterssicherung zu erwarten.[10] Die demografisch bedingten Finanzierungsengpässe im Bereich Alters- und Gesundheitsvorsorge mit der möglichen Folge höherer Beiträge und/oder eines steigenden Eigenversorgungsgrads könnten zumindest die Zuwächse der frei verfügbaren Einkommen dämpfen. Hierdurch wären voraussichtlich in erster Linie nicht notwendige Güter und Dienstleistungen wie z.B. das Reisen betroffen (Smeral 2003, S. 118).

Die mögliche Folge knapper werdender privater Einkommen könnte die Verstärkung des Trends der Verkürzung der Dauer der Haupturlaubsreise sein. Sie ist zwischen 1980 und 2004 von 18,2 auf 12,8 Tage gesunken, wobei sich immer weniger Urlauber eine Zwei-Wochen-Reise leisten können. Das B.A.T. leitet aus dieser Entwicklung ab, dass bei knapper werdendem Budget »die Urlaubsphilosophie von den schönsten Tagen des Jahres« durch Verkürzung der Reisedauer »gerettet« wird (B.A.T 2005, S. 9 ff.). Aufgrund der steigenden Intensität, in welcher der verkürzte Urlaub erlebt werden muss, werden die qualitativen Ansprüche höher. Seinen Niederschlag findet dies in der Entwicklung der Reiseausgaben pro Person und Tag: Sie haben seit 1996 um 24 % zugenommen und lagen 2003 bei 62 Euro (F.U.R. 2004b, S. 75). Die Deutschen könnten also auch zukünftig nicht im, sondern am Urlaub sparen – so sie denn überhaupt in Urlaub fahren.[11]

Die Verknappung des für den Konsum zur Verfügung stehenden Teils des Einkommens könnte einen weiteren Trend verstärken, der seit längerer Zeit zu beobachten ist, nämlich dass die Steigerungsrate für die Reiseausgaben unter der der Einkommen liegt. So sind zwischen 1995 und 2003 die Reiseausgaben lediglich um 9 % gestiegen (2003: 789 Euro), während zwischen 1995 und 2002 das verfügbare Einkommen der Privathaushalte um 15 % zunahm (2002: 36.600 Euro) (F.U.R. 2004b, S. 75; Statistisches Bundesamt 2003d, S. 26).

10 Eine Folge könnte ein (weiteres) Anwachsen der Zahl von Nebentätigkeiten sein (B.A.T. 2004, S. 44).

11 Es antworteten auf die Frage »Sind sie 2004 in Urlaub gefahren?« 41,3 % der Befragten mit »Nein« (B.A.T. 2005, S. 77).

Vielfach wird in der Literatur für die Zukunft eine Zwei-Klassen-Gesellschaft von Reisenden erwartet: Diese bestünde zum einen aus Familien und weniger begüterten Ruheständlern, den »Sparkonsumenten«. Zum anderen gäbe es die Gruppe der »Erlebniskonsumenten« in Gestalt von Singles, kinderlosen Paaren und wohlhabenden Ruheständlern. Deren Anteil könnte langfristig stabil bleiben (Opaschowski 2004, S. 55).

Ungeachtet der zu erwartenden Probleme und Einschränkungen bleibt festzuhalten – und alle Untersuchungen sind sich hier einig –, dass Urlaubsreisen so viele und so wichtige Motive erfüllen, dass sie fast unverzichtbar erscheinen. Deswegen und weil Einsparungen bei Reisen vergleichsweise schwer fallen, kann in Zukunft selbst unter ungünstigen Bedingungen für die Einkommensentwicklung mit einer stabilen touristischen Grundnachfrage gerechnet werden (F.U.R. 2004a, S. 39).

AUSWIRKUNGEN DES WANDELS VON ARBEITSZEIT UND FREIZEIT 5.2

»Flexiblere Arbeitszeitstrukturen lösen die bisherigen Standards bezüglich der Tages-, Wochen-, Jahres- und Lebensarbeitszeit (inkl. späterer Eintritt des Ruhestands) auf. Hinzu kommt, dass sich der Arbeitsmarkt zu Gunsten von Dienstleistungen deindustrialisiert.« (F.U.R. 2004a, S. 17) Solche Entwicklungen bringen einerseits flexible Freizeitstrukturen mit sich. Andererseits führen sie aber auch zur Aushöhlung von Freizeit und Muße (Zeitnot, Sonntagsarbeit) sowie zum Anwachsen so genannter halbfreizeitlicher Aktivitäten (Barz et al. 2003, S. 141; Vossen/Reinhardt 2003, S. 36 f.). Die steigenden Anforderungen des Arbeitsmarktes haben auch zur Folge, dass sich viele Menschen privat fortbilden müssen, was das Urlaubs- und Freizeitbudget zusätzlich belastet (F.U.R. 2004a, S. 13). Der resultierende zunehmende Zeit- und Leistungsdruck wird oft als Grund genannt, dass die Dauer der Haupturlaubsreise abgenommen hat.[12] Sollte schließlich aufgrund von Einbußen beim frei verfügbaren Einkommen häufiger als bisher ein Zweit- oder gar Drittjob angenommen werden, wäre eine weitere Verschärfung der Zeitnot die Folge. Letztlich haben die Menschen nicht so viel »freie« Zeit, wie oft vermutet wird (Tokarski 2003, S. 140).

Entwicklungen wie die genannten werden »sich nicht unbedingt auf die Menge der Reisen auswirken, wohl aber auf ihre Gestaltung (Reiserhythmus, Reisezeitpunkt, Zielwahl, kombinierte Geschäfts- und Privatreisen etc.)« (F.U.R. 2004a, S. 17).

12 In diesen Zusammenhang ließe sich auch die Beobachtung stellen, dass 2003 34,1 Mio. Arbeitnehmer auf 2,2 Urlaubstage (= 75,1 Mio. Urlaubstage) verzichtet haben. Vor fünf Jahren verfielen noch 66 Mio. Urlaubstage (Hans Böckler Stiftung 2004, zitiert in Universität Trier 2004b).

Veranstalter, die es verstehen, mit Individualisierungs- und Modularisierungskonzepten die immer spezielleren Bedürfnisse der Kunden anzusprechen und ihnen Zeitersparnis und Convenience zu bieten, könnten von diesem Trend profitieren. Damit deuten sich auch – trotz mancher Unkenrufe bezüglich ihres Niedergangs – positive Perspektiven für organisierte Reisen an (F.U.R. 2004a, S. 120 f.).

Sich früh auf eine terminlich fixierte Reise festzulegen, dürfte immer weniger den Wünschen und auch den Möglichkeiten der Kunden entsprechen. Niedrigere Stornogebühren im Zusammenhang mit der Möglichkeit, eine Reise kostengünstig zu verschieben bzw. kurzfristig umzugestalten, bieten sich deshalb als Option an. Da es sich weiterhin immer weniger berufstätige Menschen leisten können, über mehrere Wochen dem Arbeitsplatz fernzubleiben, wird sich auch der Trend zu kürzeren Reisen fortsetzen. Haupturlaube von drei Wochen Dauer gehören wohl überwiegend der Vergangenheit an. Auch darauf müssen sich Reiseveranstalter bei ihren Planungen und Konzeptionen sowie die Reisebüros als Dienstleister für »Zeitknappe« einstellen (Universität Trier 2004b, S. 106).

Stagnation oder gar Abnahme der Urlaubstage können allerdings auch eine Chance für die heimische Tourismusbranche bedeuten: Wachstumschancen für den Inlandsurlaub liegen besonders im Bereich der zusätzlichen Urlaubsreisen. Da für zusätzliche Urlaubsreisen nicht mehr so viele Urlaubstage zur Verfügung stehen, wählt man eher näher gelegene Zielgebiete. Häufig ist auch das finanzielle und zeitliche Jahresurlaubsbudget durch den Haupturlaub im Ausland so weit aufgezehrt, dass für die Zweit- und Drittreisen nur mehr Nahziele in Frage kommen (F.U.R. 2004a, S. 123 ff.).

QUANTITATIVE VERÄNDERUNGEN DES TOURISTISCHEN NACHFRAGEPOTENZIALS 5.3

Aus demografischer Sicht ist für die Zukunft des Tourismus die Entwicklung des touristischen Nachfragepotenzials in Form der Bevölkerungszahl wesentlich. Heute hat Deutschland etwa 82,5 Mio. Einwohner, die – zumindest theoretisch – am Tourismus partizipieren können.

Nimmt man die zukünftige Entwicklung der Bevölkerungszahl genauer in den Blick (Tab. 3, s.a. Abb. 1), wird deutlich, dass sich der Tourismuswirtschaft nicht die Frage stellt, ob das Nachfragepotenzial – repräsentiert durch die Bevölkerungszahl – schrumpft, sondern wann. Allerdings liegen die Angaben hinsichtlich des genauen Zeitpunkts des Bevölkerungsrückgangs recht weit auseinander. Variante 1 rechnet bereits ab dem Jahr 2010 damit, während die Varianten 5, 3 und 9 noch von einem weiteren Bevölkerungszuwachs ausgehen, der in Variante 9 noch bis 2040 andauern

wird. Dabei prognostiziert die mittlere Variante bis 2015 einen moderaten Anstieg im Vergleich zu 2002 um etwa 500.000 Personen. Die optimistische Variante 9 geht von einem Zuwachs um 1,5 Mio. Menschen für die Jahre 2020 bis 2030 aus. Erst für 2045 wird ein moderater Schwund errechnet.[13]

TAB. 3 ENTWICKLUNG DER BEVÖLKERUNGSZAHL BIS 2050

	Zu-/Abnahme (in Tausend) Basisjahr 2002: 82.522 ab 2002 Schätzwerte der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung				
	V1	V3	V5	V7	V9
2005	2	313	347	40	351
2010	-516	368	544	-314	570
2015	-1.349	693	529	-914	1.129
2020	-2.474	816	300	-1.745	1.548
2025	-4.004	591	-326	-2.965	1.638
2030	-5.857	73	-1.302	-4.519	1.427
2035	-7.979	-692	-2.547	-6.335	981
2040	-10.305	-1.639	-3.983	-8.337	377
2045	-12.804	-2.740	-5.586	-10.488	-345
2050	-15.476	-4.012	-7.405	-12.857	-1.270

Quelle: Datengrundlage Statistisches Bundesamt 2003a [Ausgabe auf CD-Rom]; Berechnungen der Universität Trier (2004b)

Um eine Vorstellung bezüglich der Folgen der Abnahme der Bevölkerung für den Tourismus zu gewinnen, werden im Folgenden zwei Prognosen vorgestellt. Zunächst werden die Ergebnisse von Berechnungen wiedergegeben, die von einem Team der Universität Trier (2004b) im Auftrag des TAB durchgeführt wurden. Datengrundlagen liefert die Studie Haehling et al. (2004). Eine Darstellung der Prognosen von F.U.R. (2004a) schließt sich an.

Unter Nutzung der Zahlen der 10. Bevölkerungsvorausberechnung und den Angaben der Reiseanalyse (RA) zur Urlaubsreiseintensität (1993–2003) haben Haehling et al. (2004) ein Szenario entwickelt, mit dessen Hilfe u.a. die Zahl der Urlaubsreisenden

13 Alle Varianten gehen davon aus, dass spätestens ab 2045 die Bevölkerung niedriger sein wird als im Jahr 2002. Allerdings setzt dieser späte Zeitpunkt voraus, dass die Lebenserwartung auch künftig noch stark steigen wird (L3) und dass der Wanderungssaldo ab 2011 jährlich 300.000 Personen betragen müsste (Statistisches Bundesamt 2003a, S. 23).

für die Jahre 2010, 2030 und 2050 prognostiziert wird. Die Autoren unterstellen hierzu für bestimmte Zeiträume unterschiedliche Reiseintensitäten und differenzieren die Angaben auch für verschiedene Altersgruppen. Dabei wird ausdrücklich auf den hohen Grad an Unsicherheit hingewiesen (Haehling et al. 2004, S. 47).[14]

Für die folgenden weiterführenden Berechnungen wurde festgelegt, dass die von Haehling et al. (2004) angenommene Reiseintensität des Jahres 2010 von 78 % bis zum Jahr 2050 konstant bleibt. Die Verfasser betonen den modellhaften Charakter dieser Annahmen und weisen ausdrücklich auf die nur vermeintliche Exaktheit dieser Berechnung hin (Universität Trier 2004b, S. 49).

Es ergibt sich folgendes Bild: Ausgehend von einer deutschsprachigen Bevölkerungszahl (über 14 Jahre) von etwa 65 Mio. und einer Reiseintensität von 75 % im Jahr 2002 ergibt sich eine Gesamtzahl von 48,8 Mio. Urlaubsreisenden. In naher Zukunft wird die leicht rückläufige Zahl der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahre (-1 %) von der leicht steigenden Reiseintensität (78 %) kompensiert, so dass die Zahl der Urlaubsreisenden bis 2010 noch auf etwa 50,2 Mio. steigen wird. Danach allerdings wird der einsetzende Bevölkerungsrückgang (bei gleich bleibender Reiseintensität) bis 2030 zu einem deutlichen Einbruch der Zahl der Urlaubsreisenden führen (-8 %); ein Trend, der sich bis 2050 noch verstärken wird (-20 %) (Tab. 4).

TAB. 4 ENTWICKLUNG DER ZAHL DER URLAUBSREISENDEN INSGESAMT

	2002	bis 2010	bis 2030	bis 2050
Bevölkerung*	65 Mio.	64,3	59,8	52,0
Reiseintensität	75 %	78 %	78 %	78 %
Urlaubsreisende	48,8 Mio.	50,2	46,6	40,5

* definiert als deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahre

Quelle: Universität Trier 2004b, nach Haehling 2004, S. 48

Zur Kompensation des Bevölkerungsrückgangs – so haben Haehling et al. (2004) errechnet – müsste die Urlaubsreiseintensität auf 82 % im Jahr 2030 und 94 % im

14 »Eine Prognose der Urlaubsreiseintensität, die […] von einer Reihe von Faktoren beeinflusst wird, ist aber weitaus schwieriger. Sie muss aufgrund der verfügbaren Daten der RA sowie den Einschätzungen der Experten vorgenommen werden. […] Da es aber das Ziel der Untersuchung ist, längerfristige generelle Tendenzen abzuschätzen und nicht exakte quantitative Vorhersagen […] zu machen, sollen […] [komplexe] Prognoseansätze nicht zum Einsatz kommen.« (Haehling et al. 2004, S. 47)

Jahr 2050 ansteigen (Tab. 5). Eine solche Entwicklung ist aber wenig wahrscheinlich, da die durchschnittliche Urlaubsreiseintensität mit 80 %, unter optimalen Bedingungen mit 85 %, an ihre obere Grenze zu stoßen scheint (Universität Trier 2004b, S. 50).

TAB. 5 **ENTWICKLUNG DER ZAHL DER URLAUBSREISENDEN INSGESAMT BEI UNTERSCHIEDLICHER REISEINTENSITÄT**

	2002	bis 2010	bis 2030	bis 2050
Bevölkerung	65 Mio.	-1 %	-8 %	-20 %
Reiseintensität	75 %	78 %	82 %	94 %
Urlaubsreisende	48,8 Mio.	⬀	⇨	⇨

Quelle: eigene Darstellung, nach Haehling 2004, S. 49

Selbst unter günstigen Rahmenbedingungen wird also der im demografischen Wandel angelegte Bevölkerungsrückgang zwangsläufig zu einer Abnahme der Zahl der Urlaubsreisenden führen. Der Zeitpunkt allerdings bestimmt sich in Abhängigkeit von der zugrunde gelegten Variante der Bevölkerungsvorausberechnung, d.h. möglicherweise schon 2015 oder aber erst 2050.

Eine weitere Prognose der F.U.R. (2004a) in ihrer Studie »Urlaubsreisetrends 2015« zeigt für die Entwicklung bis zum Jahr 2015 einen breiten Entwicklungskorridor auf, in dem auch ein Rückgang der Urlaubsreiseintensität als möglich gilt (Tab. 6). Insgesamt wird aber von einer recht stabilen weiteren Entwicklung bei den Urlaubsreisen ausgegangen.[15]

Wachstumsimpulse gehen bei dieser Prognose unter anderem von den Älteren aus, die – so die Annahme – aufgrund ihrer Reiseerfahrung, einer vergleichsweise besseren Gesundheit und eines ausreichenden frei verfügbaren Einkommens – in Zukunft bis ins hohe Alter am touristischen Geschehen teilnehmen werden. Von daher wird – unter optimalen Umständen – ein Anstieg der Reiseintensität der Gesamtbevölkerung von rund 77 % im Jahr 2003 auf 85 % im Jahr 2015 als Maximum für möglich gehalten. Bei einer deutschsprachigen Bevölkerung im Jahr 2015 von knapp

15 Der Anteil der *regelmäßig Reisenden* – also der Personen, die in den letzten drei Jahren jedes Jahr mindestens eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer unternommen haben – nimmt seit über 30 Jahren zu und erreichte im Jahr 2003 einen Wert von 60 %. Dies trägt zur Stabilisierung der Nachfrage bei (F.U.R. 2004a, S. 56 ff.). Überhaupt zeigen nahezu alle Zahlen, dass sich in den letzten Jahren die Nachfrage gegenüber widrigen Rahmenbedingungen als relativ robust erwies.

63 Mio. Menschen (über 14 Jahre) entspräche dies einem Anstieg um 4,7 Mio. auf 53,4 Mio. Urlaubsreisenden (Tab. 6, Zeile 3).

Wird des Weiteren eine durchschnittliche Anzahl von 1,44 Urlaubsreisen pro Reisendem (aufgrund von Zweit- und Drittreisen) unterstellt (2003: 1,36), wäre 2015 ein Wert von insgesamt rund 77 Mio. Urlaubsreisen pro Jahr als Maximum erreicht. Damit ergäbe sich ein Wachstumspotenzial von gut 10 % bei den Urlaubsreisenden und von 15 % bei den Urlaubsreisen (Tab. 6, Zeile 6).

TAB. 6 ENTWICKLUNG DER URLAUBSREISEN UND -REISENDEN BIS 2015

	1993	1999	2003	2015 unterer Wert	2015 oberer Wert	2015 Maximum
Bevölkerung* in Mio.	62,58	63,78	64,43	62,78	62,78	62,78
Urlaubsreiseintensität in %	75,4	75,3	76,8	72	80	85
Urlaubsreisende in Mio.	47,2	48,0	48,7	45,2	50,2	53,4
Urlaubsreisen pro Urlaubsreisendem	1,34	1,30	1,36	1,30	1,40	1,44
zusätzliche Urlaubsreisen in Mio.	16,2	13,9	17,4	13,6	20,5	23,3
Urlaubsreisen in Mio.	63,4	62,6	66,1	58,8	70,7	76,7

* definiert als deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahre

Quelle: F.U.R. 2004a, S. 60

Allerdings wird dieser Maximalwert auch von der F.U.R. als zu optimistisch betrachtet; sie geht eher von einer moderateren Entwicklung aus, die leichte Steigerungen, aber auch Rückgänge der quantitativen Eckdaten der Urlaubsnachfrage mit sich bringen könnte. Die Spannbreite dieser wahrscheinlicheren Entwicklungen reicht von einem Rückgang der Urlaubsreisenden von 48,7 Mio. im Jahr 2003 auf 45,2 Mio. im Jahr 2015 (bei einer Reiseintensität von dann noch 72 %) bis zu einem Zuwachs auf über 50 Mio. (bei einer Reiseintensität von 80 %). Werden noch zusätzliche Urlaubsreisen, also Zweit- und Dritturlaube berücksichtigt, so sind Urlaubsreisen im Umfang von zwischen etwa 58,8 Mio. bis zu ca. 70,7 Mio. im Jahr 2015 möglich. Die von F.U.R. angenommene positive Entwicklung bis 2015 darf allerdings den Blick nicht davor verschließen, dass aufgrund des allgemeinen Bevölkerungsrückgangs – zumindest langfristig – mit rückläufigen Zahlen bei den Urlaubsreisenden gerechnet werden muss (Universität Trier 2004b, S. 46).

AUSWIRKUNGEN DER SICH WANDELNDEN ALTERSSTRUKTUR – HOFFNUNGSTRÄGER SENIORENTOURISMUS? 5.4

Definition und Abgrenzung der Gruppe »Senioren« sind schwierig und erfolgen uneinheitlich. Die Abgrenzung über das Alter – häufig bei 60 Jahren[16] – ist zwar relativ willkürlich, findet aber in vielen Studien Verwendung. Allerdings stellen die Über-60-Jährigen bereits heute kein homogenes Ganzes dar. Diese Gruppe besteht vielmehr aus verschiedenen Segmenten, die sich in materieller, gesundheitlicher, geistiger und sozialer Hinsicht mitunter deutlich voneinander unterscheiden. Diese Heterogenität wird sich in Zukunft noch weiter ausprägen.

Unabhängig von definitorischen Unterschieden sind sich nahezu alle Beobachter einig, dass der Seniorenmarkt Hoffnungsträger und »Wachstumsmotor« im Tourismus ist (F.U.R. 2004a, S. 109). Wodurch sich die Erwartung an den »Zukunftsmarkt« der »Neuen Senioren« begründet, wird im Folgenden näher ausgeführt.

WACHSTUM 5.4.1

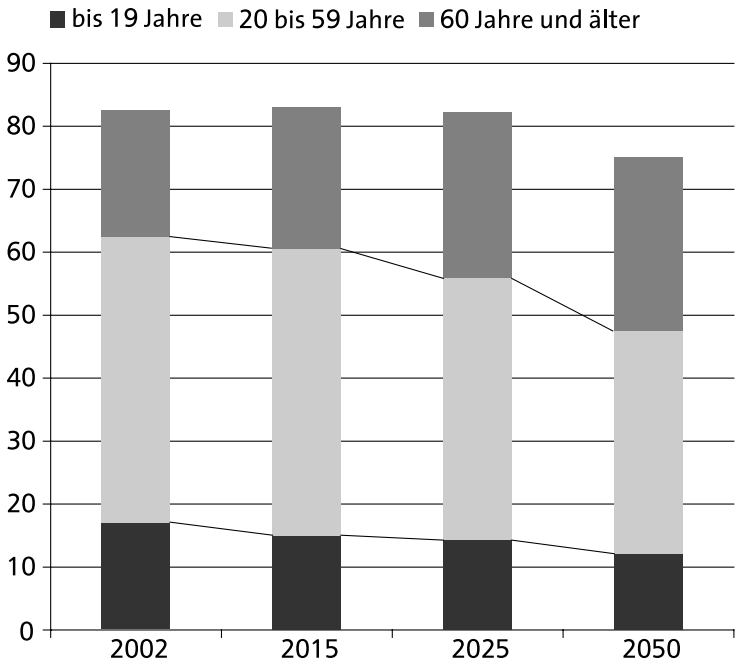
Die wachsende Bedeutung der älteren Bevölkerung (nicht nur) für den Tourismus wird sowohl auf ein zukünftig verändertes Reiseverhalten dieser Altersgruppe zurückgeführt als auch auf deren relatives und absolutes quantitatives Wachstum. Alle Varianten der 10. Bevölkerungsvorausberechnung gehen von einem stetig steigenden Anteil der 60-Jährigen und Älteren aus. Die Variante 5 weist aus, dass sich dieser Anteil von 24 % im Jahr 2002 über 27 % im Jahr 2015 und 32 % im Jahr 2025 bis zu 37 % im Jahr 2050 entwickeln wird (Abb. 3). Die Zahlen der anderen Varianten weichen davon nur gering ab – zwischen 1 % bis maximal 3 % (Universität Trier 2004b, S. 52).

Die erwartbare Alterung der Bevölkerung wird ihren Niederschlag vor allem in einem Anstieg der Zahl der 60-Jährigen und Älteren finden. Diese wächst bis zum Jahr 2030 kontinuierlich bis auf nahezu 28 Mio. und bleibt danach weitgehend stabil.

Tabelle 7 reflektiert diese Entwicklung für die Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung in dieser Altersgruppe. Bei einer angenommenen (gestiegenen) Reiseintensität von 73 % kann man von einer Steigerung der Zahl der Urlaubsreisenden um 9,5 % auf rund 14,7 Mio. im Jahr 2010 ausgehen.

16 Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen beispielsweise definiert Senioren als Über-60-Jährige (Danielsson/Lohmann 2003, S. 4), während für andere Autoren das Seniorenalter bereits bei 50 Jahren beginnt. In den Publikationen des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts ist von Neuen Senioren oder von den Generationen 50plus, 65plus und 80plus die Rede.

ABB. 3 ALTERSAUFBAU DER BEVÖLKERUNG 2002, 2015, 2025 UND 2050 (IN MIO.)



ab 2002 Schätzwerte der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung

Quelle: eigene Darstellung, nach Universität Trier 2004b, S. 51 und Statistisches Bundesamt 2003a

TAB. 7 ENTWICKLUNG DER ZAHL DER URLAUBSREISENDEN IN DER GRUPPE DER 60-JÄHRIGEN UND ÄLTEREN BIS 2050

	2002	bis 2010	bis 2030	bis 2050
Bevölkerung	19,7 Mio.	20,1 Mio.	25,0 Mio.	22,5 Mio.
Reiseintensität	68 %	73 %	73 %	73 %
Urlaubsreisende	13,4 Mio.	14,7 Mio.	18,3 Mio.	16,4 Mio.

Quelle: nach Universität Trier 2004b, S. 57, auf der Basis von Haehling et al. 2004

Vorausgesetzt, die Reiseintensität bliebe ab diesem Zeitpunkt konstant, würde diese Zahl bis 2030 sogar auf 18,3 Mio. weiter anwachsen – dies wäre über ein Drittel mehr als im Jahr 2002. Die Gruppe der 60-Jährigen und Älteren wäre im Vergleich

zu den 14- bis Unter-40-Jährigen (2030: 15 Mio.) und den 40- bis Unter-60-Jährigen (2030: 13,2 Mio.) die zahlenmäßig größte Gruppe der Urlaubsreisenden (2030: 18,3 Mio.). Trotz Reduktion der absoluten Zahl bis 2050 bleibt sie die größte Gruppe mit 16,4 Mio.

EINKOMMENSSITUATION UND KONSUMVERHALTEN 5.4.2

Die finanzielle Situation der heutigen Senioren erscheint auf den ersten Blick durchaus positiv. Viele haben gesicherte und konjunkturunabhängige Einkommen aus Pensions- und Rentenansprüchen und dazu weitere Einkünfte aus dem angesparten Privatvermögen (Smeral 2003, S. 153). In den nächsten 20 bis 30 Jahren erwartet man eine Erbengeneration, die Kapital in einer Höhe vererbt bekommt, wie dies in Deutschland noch nie der Fall war. Schätzungen zufolge liegt das derzeit gesparte Kapital bei ca. 8,4 Billionen Euro. Jährlich gibt es Erbschaften in Höhe von etwa 150 Mrd. Euro (Bagso 2002, o.S.). Allerdings ist dieses Kapital zu einem großen Teil in Immobilien gebunden, so dass es nur bedingt dem touristischen Konsum zur Verfügung stehen kann.

Nach der Befriedigung der Grundbedürfnisse und der Ausstattung mit dauerhaften Konsumgütern verbleibt den Älteren mehr Kaufkraft für Freizeitgüter. Opaschowski (2002, S. 157) bezeichnet den Markt der »Neuen Senioren« als »175-Mrd.-Euro-Markt«[17]. Homann (2002, S. 25) charakterisiert die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen als die finanzstärkste Gruppierung aller Altersklassen.

Einschätzungen wie diese finden eine gewisse Stütze in der Statistik der Haushaltseinkommen. Danach verfügten knapp 1,3 Mio. Haushalte in Deutschland mit Personen im Alter zwischen 50 und 54 Jahren über das höchste monatliche Haushaltsnettoeinkommen[18] von 2.556 Euro und mehr. Dabei ist zu berücksichtigen, dass dieser Personenkreis überwiegend aus Erwerbstätigen besteht. Doch auch bei der Betrachtung der Altersgruppe 60–64 Jahre fällt auf, dass die meisten Haushalte (812.000 von insgesamt etwa 3,7 Mio. in dieser Altersgruppe) über das höchste Haushaltsnettoeinkommen von 2.556 Euro und mehr verfügen. In diesem Personenkreis befinden sich nur noch 10 % Erwerbstätige (Universität Trier 2004b, S. 80). Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes für das erste Halbjahr 2003 zu den Nettoeinkommen von Haushalten verfügen Haushalte, deren Haupteinkommensbezieher 55–64 Jahre alt ist, über ein Nettoeinkommen von 3.015 Euro monatlich, bei der Gruppe der 65- bis 69-Jährigen sind es 2.509 Euro. Der Bundesdurchschnitt beträgt 2.771 Euro (Statistisches Bundesamt 2003e, S. 29).

17 Opaschowski führt keine genaueren Angaben zu Herkunft und Zeitpunkt dieses Wertes an.

18 In Westdeutschland liegt der Mittelwert des bedarfsgewichteten Nettohaushaltseinkommens bei 1.320 Euro, in Ostdeutschland bei 1.075 Euro.

Die relative Einkommensposition[19] der Altersgruppen 60–64 Jahre sowie 65–69 Jahre signalisiert für diese eine vergleichsweise günstige Situation (Tab. 8). Mit 111 % – bezogen auf den Einkommensdurchschnitt – der Bevölkerung in Gesamtdeutschland fällt dies insbesondere bei der Gruppe der 60- bis 64-Jährigen ins Auge.

TAB. 8 RELATIVE EINKOMMENSPOSITION NACH ALTERSGRUPPEN IN %

	17–59 Jahre	60–64 Jahre	65–69 Jahre	70–74 Jahre	75–79 Jahre	80–99 Jahre
Westdeutschland	104	111	102	98	97	90
Ostdeutschland	85	82	82	81	82	82

Quelle: Statistisches Bundesamt 2004a, S. 566

Auch hinsichtlich des Konsumverhaltens ergeben sich aus der Statistik einige aufschlussreiche Einsichten. So sinkt beispielsweise die Konsumquote[20] bis zur Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen kontinuierlich und steigt dann – in den Zeiträumen 55–64 sowie 65–69 Jahre – wieder. Demnach wird in der Erwerbsphase gespart, um danach einen wachsenden Prozentsatz des Einkommens für den Konsum auszugeben. Die aktuellen Zahlen für die Konsumquote und die Konsumausgaben zeigen folgendes Bild (Tab. 9).

TAB. 9 KONSUMQUOTE UND KONSUMAUSGABEN NACH ALTERSGRUPPEN (1. HALBJAHR 2003)

Alter des Haupteinkommensbezieher	Konsumquote	Konsumausgaben
45–54	72,5 %	2.494 Euro
55–64	76,9 %	2.357 Euro
65–69	82,0 %	2.108 Euro
70–79	82,4 %	1.680 Euro
> 80	76,9 %	1.431 Euro

Quelle: Statistisches Bundesamt 2003e, S. 33 u. 35

19 Die relative Einkommensposition ist ein Maß, wodurch das eigene Einkommen in Prozent des Durchschnittseinkommens erfasst wird.

20 Die Konsumquote bezeichnet den Anteil der Konsumausgaben am verfügbaren Einkommen.

Die Konsumfreude der älteren Haushalte ist im Vergleich zu den anderen Haushalten also erkennbar größer, was die *Konsumquote* anbelangt. Hinsichtlich der *Konsumausgaben* zeigen sie sich zwar ebenfalls konsumfreudig, es sind aber lediglich die Haushalte der 55- bis 64-Jährigen, die über dem Bundesdurchschnitt liegen. Ältere Haushalte sparen aber auch, um ihr Vermögen zu vererben oder für Notfälle vorzusorgen. Weiterhin werden vor allem bei sehr alten Menschen die Konsummöglichkeiten aus physischen Gründen eingeschränkt sein.

Neben ökonomischen Faktoren (wie Einkommen und konjunkturelle Entwicklung) bestimmen auch soziale, kulturelle und technologische Rahmenbedingungen das Konsumverhalten. Diese prägen Menschen insbesondere in den jüngeren Lebensjahren. Jede Generation eignet sich so – abhängig von den jeweiligen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen – ein spezifisches Konsumverhalten an (z.B. die extreme Sparsamkeit der Kriegsgeneration). Die je nach Alterskohorte unterschiedlichen Erwerbs- und Einkommensbiographien lassen es wahrscheinlich erscheinen, dass sich die zukünftigen Alten wohl anders verhalten werden als die derzeitigen (Deutsche Bank Research 2002, S. 31 f.). Die entscheidende Frage ist: Wie hoch werden die altersabhängige Konsumquote bzw. die Konsumausgaben in der Zukunft sein?

REISEVERHALTEN UND -MOTIVE 5.4.3

Der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen zufolge war 2001 ein Viertel aller urlaubsreisenden Deutschen älter als 60 Jahre – 1988 waren es noch 19 %. Die Gruppe gab dabei überdurchschnittlich viel Geld aus. Die Über-60-Jährigen trugen zu 29 % der Reiseausgaben der Deutschen insgesamt bei. Dabei geben Seniorenpaare durchschnittlich 798 Euro und alleinstehende Senioren durchschnittlich 965 Euro pro Person und Urlaubsreise aus (Danielsson/Lohmann 2003, S. 6). Zieht man den Kreis der Senioren weiter und lässt ihn mit 50 beginnen, ist festzustellen, dass die so genannten »Jungsenioren« zwischen 50 und 64 Jahren im Urlaub das meiste Geld ausgeben, nämlich durchschnittlich 1.153 Euro (B.A.T. 2005, S. 17).[21]

Die aufgeführten Daten zu Einkommen, Konsum und Konsumquote bei den Haushalten der älteren Menschen schlagen sich also in ihren Reiseausgaben nieder. Dies wird auch durch die Erhebungen des Statistischen Bundesamtes für das erste Halbjahr 2003 untermauert: 4,1 % des Konsumbudgets wird für Pauschalreisen ausgegeben, der Durchschnitt der Ausgaben aller Haushalte beträgt 2,7 %. Die Gruppe der 65- bis Unter-70-Jährigen gibt mit monatlich 83 Euro den höchsten Betrag für

21 Den Jungsenioren folgen kinderlose Paare (1.133 Euro pro Person) und Singles (1.111 Euro). Geringere Reisebudgets sind bei Familien mit Kindern (946 Euro pro Person) und Rentnern (1.048 Euro) zu finden (B.A.T. 2005, S. 17).

Pauschalreisen aus. Der Durchschnitt liegt hier bei 58 Euro pro Monat. Selbst die Gruppe der 70- bis Unter-80-Jährigen liegt mit einem Betrag von 69 Euro im Monat noch über dem Durchschnitt (Statistisches Bundesamt 2005b).

Zwar liegt die Durchschnittsdauer der Urlaubsreisen der Senioren mit 14,0 Tagen leicht über dem Durchschnitt aller Reisenden von 13,8 Tagen; die Urlaubsreiseintensität dagegen ist mit 67,1 % im Vergleich zu der Gesamtbevölkerung geringer (76,1 %) (Danielsson/Lohmann 2003, S. 6).

Allgemein scheint zu gelten, dass die derzeitigen Senioren hohe Ansprüche an die Qualität und den Service stellen, viel Information wünschen und sowohl diese als auch die Preise ausführlich vergleichen. Untersuchungen zufolge ist diese Generation optimistisch, sie hat Verantwortungsgefühl und respektiert Werte und Traditionen. Sie haben ferner ein ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis und einen starken Wunsch nach Kommunikation (Schlieper 2000, S. 26). Senioren wünschen sich eine intakte Urlaubsumwelt und ein gesundes Klima. Hinsichtlich der Organisationsform der Reise legen ältere Urlauber mehr Wert auf gut organisierte Pauschalreisen (Hübner/Born 1999, S. 25 ff.).

Senioren nennen zwar »Entspannung, keinen Stress« oder »frische Kraft sammeln, auftanken« als wichtigste Urlaubsmotive. Gleichwohl sind sie im Urlaub sehr aktiv. Zu den am häufigsten genannten Aktivitäten von Senioren gehören Ausflüge, Wanderungen und der Genuss von landestypischen Spezialitäten. Der Besuch von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten und Naturattraktionen wird von den Senioren dem Ausruhen, Einkaufen oder Baden vorgezogen (Danielsson/Lohmann 2003; s.a. Homann 2002, S. 24).

Nach Homann (2002, S. 25 ff.) sind Senioren kritische Verbraucher mit einer langen Reiseerfahrung, deren Qualitätsansprüche mitunter höher sind als die anderer Zielgruppen. Denn »[…] für die Generation 50+ steht nicht die Erlebnisstärke (Dichte an Informationen) im Vordergrund, sondern eine Erlebnisqualität, die auf Erfahrung und Erinnerung basiert« (Schlieper 2000, S. 28). Für die »Best Ager« stellen Urlaub und Reisen eine Belohnung für ein arbeitsreiches Leben dar – oft mit einer ausgeprägten Luxus- und Komfortkomponente. Smeral (2003, S. 154) bezeichnet das Marktsegment der Senioren insofern als sehr anspruchsvoll.

REISEZIELE UND -ZEITEN 5.4.4

Nach einer Befragung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (DEHOGA) »wählen Senioren am häufigsten Reiseziele, die sie bereits aus eigener Erfahrung oder von Empfehlungen durch Freunde und Bekannte kennen« (Scheurlen 1997, S. 20). Senioren bleiben ihren Urlaubsgewohnheiten treu, das im Erwerbstätigenalter

eingeübte Reiseverhalten ändert sich aufgrund des zunehmenden Alters eher nicht. So liegen die *Auslandsreiseziele* von Senioren heute noch häufiger im nahe gelegenen deutschsprachigen Raum als bei jüngeren Reisenden (Danielsson/Loorz 2000, S. 71). Neben Österreich rangieren Spanien und Italien auf den vorderen Rängen, aber auch die Schweiz und die skandinavischen Länder werden von Senioren überdurchschnittlich oft aufgesucht. Deutschland selbst ist bei den Senioren besonders beliebt. So führten 2001 42 % der Urlaubsreisen der Senioren-Paare und 45 % der allein stehenden Senioren ins Inland, während dies im Durchschnitt aller Urlaubsreisen nur bei 29 % der Fall war (Danielsson/Lohmann 2003, S. 7).

Fernreisen hingegen haben allgemein einen geringen Marktanteil. Lediglich 9 % der Urlaubsreisen der Senioren hatten 2001 ein außereuropäisches Land zum Ziel (Danielsson/Lohmann 2003, S. 7). Sie sind bei Senioren zwar beliebt, werden jedoch aufgrund langer Flugzeiten und einem mittlerweile sensibilisierten Sicherheitsempfinden zurückhaltend gebucht (Homann 2002, S. 29).[22]

Schließlich ist der Seniorentourismus von einer deutlich geringeren *Saisonalität* gekennzeichnet, als dies für andere Altersgruppen der Fall ist. Senioren reisen oft außerhalb der Spitzenreisezeiten (Smeral 2003, S. 153). Zwar machen auch sie am liebsten Urlaub, wenn es in ihrem bevorzugten Urlaubsland Deutschland warm und sonnig ist (36 % der Urlaubsreisen im Juni – August), doch müssen sie nicht auf Ferientermine Rücksicht nehmen (Durchschnitt: 48 % der Urlaubsreisen im Juni – August). Die Urlaubsreise wird daher eher in den Herbst und in den Frühling verlagert (Danielsson/Lohmann 2003, S. 12).

TRENDS 5.4.5

Aufgrund der soziodemografischen Entwicklung werden die geburtenstarken Jahrgänge der Nachkriegszeit in Deutschland in den nächsten Dekaden ins Seniorenalter kommen. Dadurch wird das touristische Marktsegment der Senioren zumindest mengenmäßig wachsen. Öffnet man die Perspektive und bezieht weitere Quellmärkte des Deutschlandtourismus ein, so zeigen sich auch dort längerfristige Wachstumspotenziale durch die Veränderung der Altersstruktur. Eine IPK-Studie beispielsweise prognostiziert ein Wachstum der Bevölkerung in zehn untersuchten Märkten (u.a. USA, Kanada, Frankreich, Italien, Großbritannien, Niederlande, Schweiz, Belgien und Schweden) in der Altersgruppe über 55 Jahren. Bis 2020 wird

22 Überhaupt tritt das Verkehrsmittel Flugzeug bei Seniorenreisen in den Hintergrund. Insgesamt wählen die Über-60-Jährigen Bus und Bahn etwa doppelt so häufig wie der Durchschnitt aller Reisenden (Danielsson/Lohmann 2003, S. 7).

diese Zielgruppe um 70 Mio. Menschen wachsen und 63 % mehr Auslandsreisen generieren (nach dwif/IZT 2005, S. 115).

Das erkennbare Potenzial im Seniorentourismus würde an Bedeutung weiter gewinnen, wenn die fernere Lebenserwartung schneller zunimmt als die Erhöhung der Lebensarbeitszeit, so dass hierdurch der Ruhestand zumindest nicht verkürzt wird. Auch Verbesserungen des Gesundheitszustandes und der physischen Konstitution bei älteren Personen oder technologisch und organisatorisch ermöglichte Erleichterungen des Reisens können das demografisch-quantitativ bis 2050 zu erwartende Potenzial für den Tourismus aktivieren helfen (Smeral 2003, S. 118 f.).

Dafür, dass die Senioren auch in Zukunft – wie in den letzten Jahren – »der Wachstumsmotor des Tourismus« (F.U.R. 2004a, S. 109) bleiben, sprechen weitere Gründe. Besonders wichtig ist die Tatsache, dass ein großer Teil dieses Marktsegments finanziell noch gut abgesichert ist (gesetzliche Altersvorsorge, Wertpapier- und Immobilien-Vermögen), so dass z.T. erhebliche Kaufkraft für den touristischen Konsum vorhanden ist (Schrand 2003, S. 187). Die weitere demografische Entwicklung lässt erwarten, dass »das Lebensalter bei Erhalt einer Erbschaft künftig immer häufiger jenseits des sechsten Jahrzehnts liegen« und auch häufiger für zusätzlichen Konsum verwendet wird (DZA 2004, S. 16). Vergleichbares lassen Szenarienrechnungen für die Entwicklung von Geldvermögen und Kapitaleinkommen erwarten. Insgesamt ist zukünftig mit einer breiten Schicht an »wohlhabenden Älteren« zu rechnen (DZA 2004, S. 17). Es soll aber nicht unerwähnt bleiben, dass diese Entwicklungen die strukturelle Ungleichverteilung von Vermögen und Einkünften nicht nur nicht ändern werden, sondern die Disparitäten fort- und festschreiben (DZA 2004, S. 18).

Ab dem Zeitpunkt des Austritts aus der Erwerbstätigkeit steigt zusätzlich das Zeitbudget erheblich an. Laut Homann (2002, S. 29) ist der größte Wunsch der Zielgruppe Senioren, Gesundheit und Selbständigkeit zu erhalten. Reisen wird als Möglichkeit gesehen und geschätzt, sich körperlich und geistig fit zu halten, durch positive Eindrücke aktiviert zu werden und am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben. Entspannung, Natur- und Kultur- sowie gesundheitsfördernde Aktivitäten gehören dementsprechend zu den am häufigsten durchgeführten Aktivitäten der Senioren, und auch für die Zukunft planen viele gesundheitsorientierte Urlaubsformen, Busreisen und Städtereisen (Danielsson/Lohmann 2003, S. 16 f.).

Aus den genannten Gründen ist es plausibel zu erwarten, dass diese Zielgruppe auch in Zukunft in die Beibehaltung des gewohnten Lebensstils und -standards investieren wird (Homann 2002, S. 29). Indikatoren wie verbesserte Bildung oder intensivere Reiseerfahrung dürften diese Entwicklung stabilisieren, ebenso die vermutete Entwicklung, dass zukünftige Ältere weniger sparsam als heute sein werden. Damit könnte dann eine zunehmende Steigerung der Reiseintensität verbunden sein,

die jetzt noch unterdurchschnittlich ist (Kap. III.4.4.4). Der Unterschied der Reiseintensität zwischen Senioren und Personen mittleren Alters (deren Reiseintensität am höchsten ist) würde dann deutlich geringer werden (Smeral 2003, S. 119).

Die Frage, wann und wie sich die Reisegewohnheiten und -erfahrungen der heutigen jüngeren und mittleren Altersgruppen in Zukunft im Reiseverhalten im Alter niederschlagen werden, ist für die Entwicklung des Deutschlandtourismus von zentraler Bedeutung. Die erhöhte körperliche und geistige Mobilität sowie die verbesserten Fremdsprachenkenntnisse zukünftiger Senioren dürften bisherige Barrieren beseitigen, so dass Reiseziele im europäischen Ausland an Attraktivität gewinnen dürften. Weiterhin könnte mit steigender Reiseerfahrung und besserer (Schul-) Bildung dieser Alterskohorten die Tendenz zu Fernreisen zunehmen. Eine solche Entwicklung stellt ein gewisses Risiko für den Deutschlandtourismus dar (F.U.R. 2004a, S. 78). Angenommen wird, dass in Zukunft Fernreisen zwar häufiger von älteren Reisenden unternommen werden als bisher (F.U.R. 2004a, S. 79), dass aber der Anteil, der bevorzugt in Deutschland, der Schweiz oder Österreich seinen Urlaub verbringt, deutlich überwiegen wird.

6. HANDLUNGSFELDER FÜR TOURISMUSWIRTSCHAFT UND -POLITIK

Der soziodemografische Wandel wird in den nächsten Jahren und Jahrzehnten die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen deutlich verändern. Um diese Entwicklungen proaktiv und frühzeitig aufzunehmen, sind Anstrengungen der touristischen Leistungserbringer unabweisbar. Hierzu sollen im Folgenden einige Optionen zur Diskussion gestellt werden (vor allem basierend auf Universität Trier 2004b, S. 99 ff.), die sich auf das Segment der »Neuen Senioren« sowie den Urlaub der Deutschen und in Deutschland konzentrieren. Zwar werden zukünftige Seniorengenerationen reiseerfahrener sein und möglicherweise häufiger als heute ins fremdsprachige Ausland reisen. Dennoch ist zu erwarten, dass in dieser Gruppe die Bedeutung des Inlandstourismus überdurchschnittlich hoch bleiben wird. So werden sich Chancen für den Deutschland-Tourismus bieten: Destinationen und Leistungsanbieter, die das Seniorensegment bewusst und auf der Basis verbesserter Kenntnisse über diese Gruppen ansprechen, könnten vom demografischen Wandel profitieren, wenn sie adäquate Angebote präsentieren.

TOURISTISCHE PRODUKTVERMARKTUNG UND -ERSTELLUNG AUCH AUF ÄLTERE KUNDEN ABSTIMMEN

Wie für viele andere Branchen gilt auch für die Tourismuswirtschaft, dass ihr Kundenpotenzial zunehmend älter wird. Produktgestaltung und -vermarktung werden sich darauf einstellen müssen. Zukünftig muss die Vermarktung vermehrt auf die Bedürfnisse und Wünsche der älteren Menschen zugeschnitten werden. Wenn der Eindruck nicht täuscht, steht die Erkundung dieses Marktsegments aber erst am Anfang. Bisherige Versuche, der großen Heterogenität von »Senioren« auf die Spur zu kommen, zeichnen sich in der Regel durch mangelnde Differenzierung aus. So ist beispielsweise die Zuordnung von Eigenschaften oder Wünschen wie »bevorzugt maßgeschneiderte Produkte und kostengünstige Angebote« recht aussagearm und kein Spezifikum dieser Altersgruppe. Dass es innerhalb des Segmentes 50+ Menschen gibt, die beim Essen »kleine Portionen« bevorzugen oder »Hausabholung« wünschen, ist zwar nicht von der Hand zu weisen. Aber Aussagen wie diese treffen allenfalls eine Teilgruppe. Um die Zielgruppe der Senioren mit einer Marketing-Strategie erfolgreich ansprechen zu können, sind also weitaus gründlichere Kenntnisse über deren Bedürfnisse und Wünsche erforderlich.

MATERIELLE SPALTUNG DES SENIORENMARKTES BEI DER PRODUKTGESTALTUNG BERÜCKSICHTIGEN

Die Tendenz, dass sich (auch) der Seniorenmarkt in zwei Segmente aufspaltet, zum einen in den ausgabefreudigen »Master Consumer«, den »Erlebniskonsumenten« oder »Happy Ender«, und zum anderen den »Sparkonsumenten« oder »Stillen Teilhaber«, dem ein eher geringes Budget zur Verfügung steht, aber dessen Reiselust ungebrochen ist, wird sich langfristig verstärken. Die Tourismuswirtschaft wird dann – stärker als heute – für beide Gruppen zielgruppengenaue Angebote entwickeln müssen. Die erste Gruppe ist marken- und qualitätsbewusst, sucht das »Besondere« und kann es sich auch leisten. Da hochwertige Angebote als Wachstums- und Ertragsbringer für die Unternehmen gelten, sollten Angebotsanpassungen gerade im Blick auf diese Zielgruppen erfolgen. Allerdings werden auch die »Sparkonsumenten« eine Zielgruppe sein, die aufgrund ihres Volumens nicht vernachlässigt werden darf (Universität Trier 2004b, S. 100).

SENIOREN-PAAR-TOURISMUS

Mit zunehmendem zeitlichem Abstand zu den Weltkriegen und einer überproportionalen männlichen Sterberate werden die Senioren immer länger in einer Paarbeziehung leben. Daher wird der Seniorentourismus, vor allem der der jüngeren Senioren, immer mehr zum Paar-Tourismus werden. Zwar werden sich in vielen Fällen die Ansprüche kaum von jüngeren Paaren unterscheiden, vor allem aber bei den älteren

Senioren-Paaren dürfte es spezifische Ansprüche an Komfort und spezifische Dienstleistungen geben. Angebote für alleinreisende Senioren werden weiterhin gefragt sein, wobei deren Durchschnittsalter weiter steigen dürfte. Aufgrund der höheren Lebenserwartung von Frauen werden ältere Alleinreisende weiterhin überwiegend weiblich sein, auch wenn eine leichte Annäherung des männlichen Anteils zu erwarten ist (Universität Trier 2004b, S. 101).

ANGEBOTE FÜR MENSCHEN MIT GESUNDHEITLICHEN BEEINTRÄCHTIGUNGEN

Mit zunehmender Alterung der Gesellschaft wird auch die Zahl der Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen steigen. So wird mit steigendem Anteil der Hochbetagten an der Gesamtbevölkerung auch die Zahl der chronisch kranken alten Menschen zunehmen. Besonders relevant wird diese Entwicklung nach 2030 werden, wenn die Altersgruppe der Über-75-Jährigen zahlenmäßig weiter steigt. Barrierefreies Reisen wird deshalb zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen. Eine Möglichkeit, auf die altersbedingte Zunahme der chronisch kranken Menschen zu reagieren ist, spezielle Angebote für Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen zu schaffen und dabei typische Alterserkrankungen besonders zu berücksichtigen. In der Folge wachsender höherer Zahlen an Hochbetagten sowie steigende Gesundheits- und Pflegekosten werden Jung-Senioren zunehmend durch Betreuung ihrer Eltern zeitlich (und finanziell) gebunden sein. Kombinierte Angebote der Tourismus- und Pflegedienstleistungsbranche, welche die Bedürfnisse der Angehörigen von Langzeitkranken oder der Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen berücksichtigen, sind derzeit noch selten im touristischen Markt zu finden (Universität Trier 2004b, S. 102).

BONUSSYSTEME

Einige gesetzliche Krankenkassen haben bereits Bonusmodelle eingeführt, die gesundheitsbewusstes Verhalten belohnen. So werden regelmäßige Arztbesuche mit Bonuspunkten honoriert, die dann in Form gesundheitsbezogener Güter oder Dienstleistungen eingelöst werden können. Modelle wie diese könnten auf den Tourismus ausgeweitet werden: Personen, die ihren Urlaub aktiv im Interesse ihrer Gesundheit gestalten (z.B. heilklimatische Kurorte oder Seebäder besuchen und sich dabei Heilbehandlungen unterziehen) könnten Bonuspunkte erhalten. Auch können den Krankenkassenmitgliedern entsprechende Urlaubsaufenthalte als Bonusprämien für anderweitiges gesundheitsförderndes Verhalten angeboten werden. Dem Deutschlandtourismus würden durch Konzepte wie diese in der Zusammenarbeit mit den Krankenkassen Chancen zur saisonalen Auslastungssteuerung sowie zur Stärkung und Neupositionierung der Kurorte erwachsen (Universität Trier 2004b, S. 103).

EU-ERWEITERUNG – AUSWIRKUNGEN AUF DEN TOURISMUS IV.

Seit dem 1. Mai 2004 umfasst die Europäische Union 25 Staaten mit über 450 Mio. Menschen. Im Jahr 2007 – nach dem Beitritt von Bulgarien und Rumänien – wird sie auf fast eine halbe Milliarde Menschen anwachsen. Die sog. EU-Osterweiterung mit dem Beitritt von Estland, Lettland, Litauen, Polen, der Tschechischen Republik, der Slowakischen Republik, von Ungarn und Slowenien sowie von Zypern und Malta zur Union wird der Tourismuswirtschaft sowohl in Deutschland als auch in den neuen EU-Ländern Chancen bieten, sie aber auch vor Herausforderungen stellen.

In diesem Kapitel wird zunächst die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den neuen EU-Ländern betrachtet. Vor diesem Hintergrund erfolgt dann eine Bestandsaufnahme der Reiseströme aus den jeweiligen Ländern ins Ausland, speziell nach Deutschland (Kap. IV.2.1) sowie der Reisen der Deutschen in Staaten der erweiterten Union (Kap. IV.2.2). Nach dieser Bestandsaufnahme wird das Augenmerk perspektivisch auf die kommenden Jahre gerichtet und die mögliche Entwicklung zukünftiger Reiseströme zwischen Deutschland und den neuen EU-Ländern diskutiert (Kap. IV.2.3). Schließlich werden die Tourismus- und Marketingstrategien der neuen EU-Länder dargestellt (Kap. IV.3). In einem abschließenden Teil werden die Herausforderungen der EU-Erweiterung für die deutsche Tourismuswirtschaft analysiert.

Das folgende Kapitel basiert in wesentlichen Teilen auf zwei, im Rahmen des TAB-Projektes vergebenen Gutachten:

- Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif), Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) (2005): EU-Erweiterung im Kontext zunehmender Internationalisierung – Auswirkungen auf den Tourismus. Berlin
- Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung (GWS)mbH (2005): EU-Erweiterung im Kontext zunehmender Internationalisierung – Auswirkungen auf den Tourismus. Osnabrück

DIE WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES TOURISMUS IN DEN NEUEN EU-LÄNDERN 1.

Der Beitritt der osteuropäischen Staaten sowie Maltas und Zyperns zur EU wird nach überwiegender Meinung deren ohnehin günstigen Ausgangsbedingungen weiter verbessern und sowohl direkt als auch indirekt positive Folgen für den Tourismus in und aus den neuen EU-Ländern haben. Allgemein wird auch von einer zunehmenden Anzahl an Besuchern und Urlaubern und damit steigenden Einnahmen und wachsender Beschäftigung durch den Tourismus ausgegangen. Daneben werden als weitere positive Trends erwartet, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen auf EU-Ebene weiter gesichert und vereinheitlicht werden, die zunehmenden Wirtschaftsaktivitäten die Geschäfts- und Freizeitreisen fördern sowie der grenzüberschreitende Verkehr erleichtert wird (Messe Berlin 2004, S. 4).

Nachdem die wirtschaftliche Entwicklung der neuen EU-Länder (mit Ausnahme von Malta und Zypern) von 1996 bis 2001 eher durch ein Auf und Ab gekennzeichnet war, sind seit 2001 stabil hohe Wachstumsraten des allgemeinen Bruttoinlandsproduktes (BIP) zu verzeichnen. Das BIP der neuen EU-Länder wird 2004 im Durchschnitt um voraussichtlich etwa 3,8 % und im Jahr 2005 um ca. 4,2 % steigen. Im Vergleich zu den alten EU-Ländern wird das Wachstum in den nächsten Jahren voraussichtlich etwa doppelt so hoch ausfallen (EU-Kommission 2004). Die Ursachen des dynamischen Wirtschaftswachstums liegen in den z.T. besonders günstigen Standortbedingungen, die sich u.a. durch niedrige Arbeitskosten, ein hohes Bildungsniveau der vor Ort Beschäftigten und eine geringe Steuerbelastung auszeichnen.

Trotz des wirtschaftlichen Aufholprozesses der letzten Jahre haben bislang aber nur Zypern und Slowenien einen Wohlstandsgrad erreicht, der etwa demjenigen der wirtschaftlich schwächeren EU-Länder wie Portugal und Griechenland entspricht. Die neuen EU-Länder weisen im Durchschnitt ein BIP pro Kopf auf, das mehr als viermal niedriger liegt als das der EU-15 (GWS 2005, S. 51). Im Einzelnen werden in der Literatur sowie weiteren seriösen Quellen die im Folgenden dargestellten Entwicklungslinien erwartet.

WACHSENDES TOURISTISCHES BRUTTOINLANDSPRODUKT

Auch die Perspektiven des touristischen BIP[23] werden für die neuen EU-Länder positiv gezeichnet. Die Tourismuswirtschaft in Ungarn weist unter den neuen EU-Ländern mit erwarteten 4,6 Mrd. US-Dollar für das Jahr 2004 das höchste touristische Bruttoinlandsprodukt auf (WTTC nach dwif/IZT 2005, S. 19). Die Tschechische Republik folgt mit 2,7 Mrd. US-Dollar. Die höchsten Anteile der Tourismuswirtschaft am gesamten Bruttoinlandsprodukt haben Malta (13,3 %) und Zypern (12,4 %) als seit längerer Zeit gut etablierte Reiseziele (Tab. 10).

TAB. 10 ANTEILE DER DIREKTEN WERTSCHÖPFUNG DES TOURISMUS AM BIP

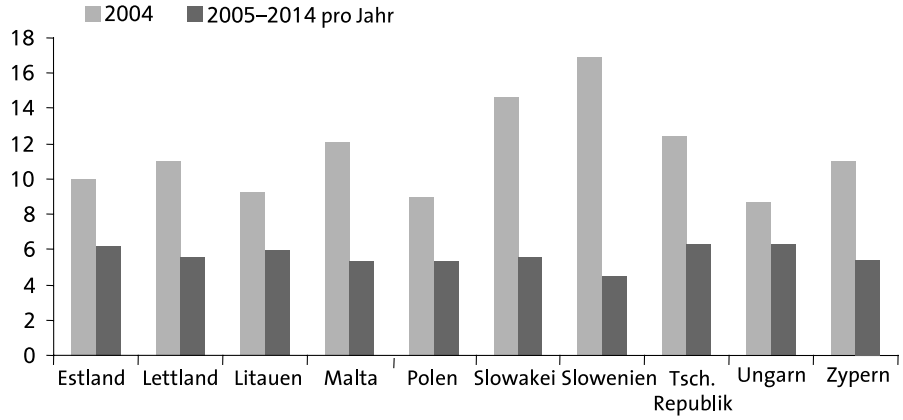
Land	BIP 2003 in Mrd. Euro[1]	BIP pro Kopf 2003 in Euro[1]	direkter Anteil des Tourismus am BIP in %[2]	jährliche Wachstumsraten 1999–2003[2]
Estland	8,0	5.942	5,23	1,7
Lettland	9,8	4.216	1,30	4,8
Litauen	16,3	4.711	1,87	-4,4
Malta	4,0	10.150	13,31	-3,2
Polen	185,4	4.850	2,06	-1,8
Slowakei	24,6	5.360	2,24	8,4
Slowenien	28,8	12.319	3,17	6,0
Tschechische Republik	75,7	7.420	2,62	0,9
Ungarn	73,3	7.231	4,49	-3,3
Zypern	11,3	15.850	12,40	-0,4

Quellen: GWS 2005 nach (1) GWS 2005; (2) WTTC

Der World Travel & Tourism Council (WTTC) erwartet, dass – ebenso wie das allgemeine BIP – das touristische Bruttoinlandsprodukt bis 2014 in allen neuen EU-Ländern deutlich anwachsen wird. Die Tourismuswirtschaft wird 2004 durchschnittlich um 8 % wachsen. Vor allem Slowenien mit über 16 % und die Slowakei mit über 14 % weisen 2004 hohe Wachstumsraten aus. Im langjährigen Mittel prognostiziert der WTTC zwischen 2005 und 2014 jährliche Wachstumsraten zwischen 4 % und etwa 6 % (vgl. Abb. 4).

23 Touristisches BIP: alle touristischen Güter (Waren und Dienstleistungen) des privaten und öffentlichen Verbrauchs, Bau- und Ausrüstungsinvestitionen der Tourismuswirtschaft sowie touristische Exportgüter abzüglich der importierten Güter. Es gilt als Indikator für die Leistungsfähigkeit der nationalen Tourismuswirtschaft.

ABB. 4 JÄHRLICHES WACHSTUM DES TOURISTISCHEN BIP 2004 SOWIE 2005–2014 IN DEN NEUEN EU-LÄNDERN IN %



Quelle: WTTC 2004 nach dwif/IZT 2005, S. 20

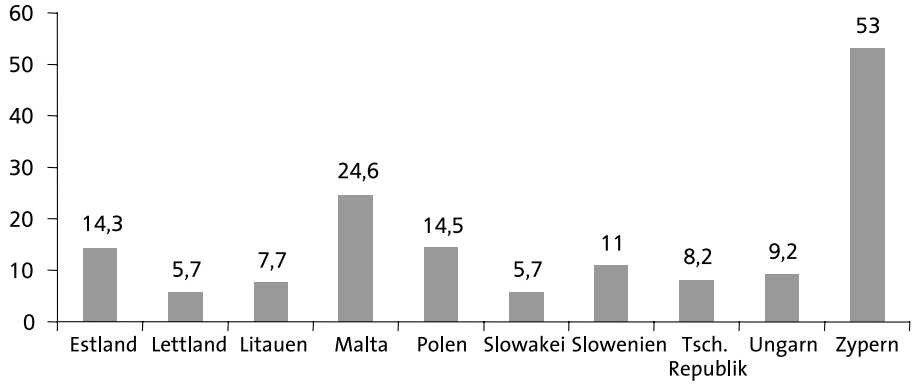
EINNAHMEN AUS DEM EINREISE-TOURISMUS

Betrachtet man die Ausgaben ausländischer Touristen in den neuen EU-Ländern, zeigt sich, dass der Einreise-Tourismus in Zypern mehr als die Hälfte des Exports erwirtschaftet. Zypern ist damit deutlich Spitzenreiter, gefolgt von Malta mit über 20 %. Interessant sind die Unterschiede bei den neuen EU-Ost-Ländern: Polen, Estland und Slowenien erzielen immerhin über 10 % des Exports aus dem Incoming-Tourismus, wohingegen die baltischen Staaten Lettland und Litauen deutlich schlechter abschließen. Die geringsten Einnahmen aus dem Einreise-Tourismus erzielten die Slowakei und Lettland (Abb. 5).

Die Tabelle 11 dokumentiert, dass die neuen EU-Länder im Jahr 2003 aus dem Einreisetourismus insgesamt Einnahmen in Höhe von knapp 19,4 Mrd. Euro realisieren konnten, wobei Polen, die Tschechische Republik und Ungarn die höchsten Einnahmen verbuchten. Das gilt auch für die Ausgaben der Deutschen im Rahmen des Reiseverkehrs mit diesen Ländern.

Insgesamt gaben die Deutschen in den zehn neuen EU-Ländern knapp 4,3 Mrd. Euro aus, wobei auf Polen (1,32 Mrd. Euro), Tschechische Republik (1,43 Mrd. Euro) und Ungarn (0,82 Mrd. Euro) knapp 82 % aller Reiseverkehrsausgaben 2003 entfielen (Deutsche Bundesbank 2004). Bezogen auf die Reiseverkehrsausgaben der Deutschen in allen 25 EU-Mitgliedsländern in Höhe von ca. 39,1 Mrd. Euro hat das Ausgabevolumen der Deutschen in den neuen EU-Ländern mit ca. 11 % aber immer noch eine relativ geringe Bedeutung (GWS 2005, S. 63).

ABB. 5 AUSGABEN VON AUSLÄNDISCHEN TOURISTEN 2004 IN % DES EXPORTS



Quelle: WTTC 2004 nach dwif/IZT 2005, S. 21

TAB. 11 EINNAHMEN DER NEUEN EU-LÄNDER AUS DEM EINREISE-TOURISMUS (2003)

	touristische Ausgaben in Mrd. Euro[1]	Wachstumsrate 1999–2003 pro Jahr[1]	Reiseverkehrsausgaben der Deutschen in Mrd. Euro[2]
Estland	0,771	5,1	k.A.
Lettland	0,251	17,4	k.A.
Litauen	0,643	0,8	k.A.
Malta	0,643	-5,8	k.A.
Polen	4,638	-9,5	1,319
Slowakei	0,976	17,0	k.A.
Slowenien	1,514	8,7	k.A.
Tschechische Republik	4,020	3,0	1,428
Ungarn	3,702	-2,8	0,820
Zypern	2,236	1,2	k.A.
insgesamt	19,394	–	4,287

Quellen: (1) WTO 2004; (2) Deutsche Bundesbank 2004

BETTENKAPAZITÄT

Die verhältnismäßig geringe Zahl von Hotelzimmern und Betten stellt derzeit noch ein Hindernis für die weitere touristische Entwicklung in den neuen EU-Ländern dar. Alle Beitrittsstaaten zusammen (einschließlich Malta und Zypern) weisen nur etwa 20 % mehr Zimmer als Österreich beziehungsweise weniger als die Hälfte der Zimmer Italiens auf (Messe Berlin 2004).

Nach Angaben von Eurostat blieb die Bettenkapazität in »Hotels und ähnlichen Betrieben« in den alten EU-Ländern zwischen 1999 und 2002 fast unverändert. Im gleichen Zeitraum nahm die Bettenkapazität in den neuen EU-Ländern dagegen zu, wenn auch unterschiedlich stark. So wies besonders die Tschechische Republik eine hohe Wachstumsrate auf (Eurostat 2004).

Die Zahlen von Eurostat weichen teilweise stark von anderen Quellen ab. Ein Vergleich mit den Zahlen der European Travel Commission macht die Unterschiede und damit die Probleme unterschiedlicher Erhebungsmethoden deutlich (Tab. 12).

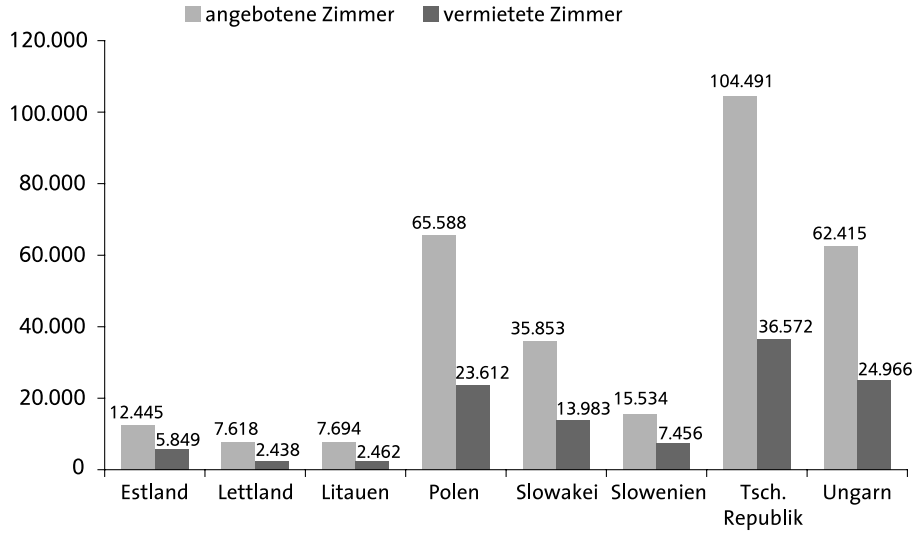
TAB. 12 BEISPIEL FÜR DIE ABWEICHENDEN DATEN IN DEN EUROPÄISCHEN STATISTIKEN

Quelle	EUROSTAT		nationale Tourismusstatistik der European Travel Commission	
Land	Betten 2001	Betten 2002	Betten 2001	Betten 2002
Slowenien	27.695	28.211	36.165	34.384
Slowakei	48.723	53.856	47.183	51.326
Ungarn	148.205	154.643	104.232	107.899
Estland	17.385	15.895	17.956	20.144

Quellen: http://www.etc.corporate.org (European Travel Commission); Eurostat 2004

Auch die Anzahl der Übernachtungseinrichtungen und der vermarkteten Zimmer in den einzelnen Ländern wird nicht einheitlich erhoben. So bestehen Unterschiede in den Erhebungskategorien, z.B. ab wie viel Betten ein Beherbergungsbetrieb als solcher in der Statistik berücksichtigt wird.

ABB. 6 ANZAHL DER ANGEBOTENEN UND VERMIETETEN ZIMMER IN HOTELS UND ÄHNLICHEN BETRIEBEN (2003)



Quelle: WTO 2004, eigene Darstellung

Abbildung 6 gibt einen Überblick über die Anzahl der angebotenen und der vermieteten Zimmer in Hotels und ähnlichen Betrieben nach den Daten der WTO. In der Tschechischen Republik wurden danach 2003 mit Abstand die meisten Zimmer angeboten (104.491) gefolgt von Polen mit 65.588 und Ungarn mit 62.415. Die Auslastung der zu mietenden Zimmer in allen neuen EU-Ländern lag 2003 zwischen 32 % und 48 %. Am günstigsten gestaltete sich die Auslastung in Estland und Slowenien mit 47 % bzw. 48 %. Man kann davon ausgehen, dass die Wachstumsgrenzen noch nicht erreicht sind, da die Auslastungen der Beherbergungsbetriebe eher niedrig sind.

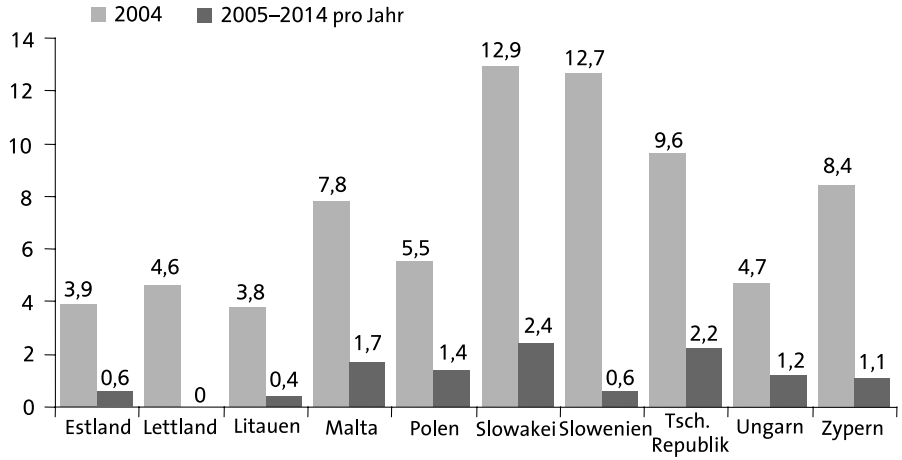
BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE

Die Zahl der Beschäftigten in der Tourismusbranche gibt als wirtschaftlicher Indikator ebenfalls einen Eindruck von der Bedeutung des Tourismus für die jeweilige Wirtschaft. So arbeiten – den Zahlen von Eurostat zufolge – in Zypern und Malta ca. 30 % bzw. 25 % der Beschäftigten im Dienstleistungssektor in der Tourismusbranche. Damit erzielen diese zwei Länder die höchsten Beschäftigungseffekte in der Gruppe der neuen EU-Länder. Sie sind auch innerhalb der EU-25 führend. In der

Tschechischen Republik und in Litauen entspricht dieser Anteil mit ca. 10 % dem Mittel aller EU-Länder. Die anderen neuen EU-Länder verzeichnen Werte zwischen 5 % und 10 %. Für Polen und Slowenien liegen auf EU-Ebene keine Daten vor (dwif/IZT 2005, S. 26).

Der WTTC geht davon aus, dass die Beschäftigung vor allem in der Slowakei und Slowenien in 2004 mit mehr als 12 % überdurchschnittlich stark gewachsen ist. Mittelfristig wird das Wachstum der Beschäftigung in der Slowakei und der Tschechischen Republik zwischen 2005 und 2014 mit leicht über 2 % im Vergleich zu den anderen Ländern am höchsten sein (Abb. 7).

ABB. 7 WACHSTUM DER BESCHÄFTIGUNG IM TOURISMUSSEKTOR 2004 SOWIE 2005–2014 PRO JAHR (PROGNOSE) IN %



Quelle: WTTC 2004 nach dwif/IZT 2005, S. 26

In den neuen EU-Ländern wird das Hotel- und Gaststättengewerbe von Kleinunternehmen dominiert. So beschäftigen in Polen und in der Tschechischen Republik mehr als 95 % der Hotels und Restaurants weniger als zehn Mitarbeiter. Typischerweise liegt dieser Wert in der Europäischen Union bei 90 %. Im Durchschnitt beschäftigen Hotels und Restaurants 5,38 Mitarbeiter pro Unternehmen. Dieser Wert wird von den baltischen Staaten und Malta mit acht bis zehn Beschäftigten leicht überschritten (dwif/IZT 2005, S. 19).

REISEN ZWISCHEN DEUTSCHLAND UND DEN NEUEN EU-LÄNDERN 2.

REISEN AUS DEN NEUEN EU-LÄNDERN NACH DEUTSCHLAND 2.1

AUSREISEVERKEHR 2.1.1

Von den 74,2 Mio. Einwohnern der zehn neuen EU-Länder tätigten nach Angaben der WTO im Jahr 2003 knapp 99 Mio. eine Reise (als Tages- oder Übernachtungsreise) ins Ausland. Deutschland verzeichnete gemäß den Angaben der DZT etwa 5,17 Mio. Touristen aus den neuen EU-Ländern (ohne Malta und Zypern) (Tab. 13). Für die beiden bevölkerungsreichsten direkten Nachbarländer Polen und Tschechische Republik ist Deutschland die bedeutendste Zielregion: 35 % der Polen und 19 % der Tschechen, die eine Übernachtungsreise ins Ausland tätigen, unternehmen diese nach Deutschland (GWS 2005, S. 67).

TAB. 13 AUSREISEVERKEHR AUS DEN NEUEN EU-LÄNDERN (2003)

Land	Abreisen in Tausend[1]	Wachstumsrate 1999–2003 pro Jahr in %[1]	Zahl der Übernachtungsreisenden nach Deutschland in Tausend[2]	Anteil in %[2]
Estland	2.075	3,9		9,7
Lettland	2.286	0,3	469	13,8
Litauen	3.502	0,1		11,5
Malta	179	0,0	k.A.	k.A.
Polen	38.730	-8,4	2.800	35,0
Slowakei	408	4,4	192	6,0
Slowenien	2.114	2,5	252	11,1
Tschechische Republik	36.074	-2,5	1.065	19,0
Ungarn	12.966	6,9	393	10,8
Zypern	629	7,6	k.A.	k.A.
insgesamt	98,96 Mio.	–	5.171	–

Quellen: GWS 2005, S. 67 nach (1) WTO 2004; (2) DZT 2004

In aller Kürze werden in der Folge die relevanten Kennziffern für den Reiseverkehr aus den neuen ost- und mitteleuropäischen EU-Ländern wiedergegeben.

BALTIKUM

Zwischen 1999 und 2003 wuchs der Reiseverkehr der Esten ins Ausland um jährlich 3,9 % und belief sich im Jahr 2003 auf ca. 2 Mio. Reisen. Der Reiseverkehr der Letten ins Ausland wuchs im gleichen Zeitraum um jährlich 0,3 % nur sehr schwach und belief sich im Jahr 2003 auf ca. 2,3 Mio. Reisen. Und der Reiseverkehr der Litauer ins Ausland blieb mit jährlich 0,1 % nahezu unverändert und belief sich im Jahr 2003 auf ca. 3,5 Mio. Reisen (WTO 2004). Insgesamt wurden im Jahr 2003 469.000 Übernachtungsreisende aus dem Baltikum in Deutschland gezählt.[24]

POLEN

2003 unternahmen Polen ca. 38,7 Mio. Reisen ins Ausland. Der polnische Ausreiseverkehr entwickelte sich von 1999 bis 2003 mit einem jahresdurchschnittlichen Wachstum von -8,4 stark negativ. Auf Deutschland entfielen über 331.000 mehrtägige Reisen von Polen in deutsche Beherbergungsbetriebe mit mehr als neun Betten. Nach Angaben der DZT (2004) war Deutschland 2003 mit über 2,8 Mio. Übernachtungsreisenden aber noch immer das meist bereiste Urlaubsland der Polen.

SLOWAKEI

Der slowakische Ausreiseverkehr entwickelte sich zwischen 1999 und 2003 mit einem jahresdurchschnittlichen Wachstum von 4,4 % positiv und belief sich 2003 auf ca. 408.000 Reisen in das Ausland. Nach Angaben der DZT (2004) war Deutschland 2002 mit nahezu 200.000 Übernachtungsreisenden in der Beliebtheit der Auslandsreiseziele der Slowaken auf Platz 7. Dies entspricht einem Marktanteil von 6 % an allen slowakischen Übernachtungsreisenden ins Ausland.

SLOWENIEN

Zwischen 1999 und 2003 wuchs der Reiseverkehr der Slowenen ins Ausland um jährlich 2,5 % und belief sich im Jahr 2003 auf ca. 2 Mio. Reisen. Entsprechend den Angaben der DZT (2004) war Deutschland 2002 mit etwa 252.000 Übernachtungsreisenden in der Rangliste der Auslandsreiseziele der Slowenen auf Platz 3. Dies entspricht einem Marktanteil von etwa 11 % an allen slowenischen Übernachtungsreisenden ins Ausland.

---

24 Nach den Erhebungen der IPK unternahmen 2002 111.000 Esten, 153.000 Letten und 191.000 Litauer eine Deutschlandreise mit mindestens einer Übernachtung (IPK 2003).

TSCHECHISCHE REPUBLIK

Die Entwicklung des tschechischen Ausreiseverkehrs war zwischen 1999 und 2003 bei einer jahresdurchschnittlichen Wachstumsrate von ca. -2,5 % negativ. 2003 unternahmen die Tschechen ca. 36 Mio. Reisen ins Ausland. Die Entwicklung der Deutschlandreisen war von 1999 bis 2003 mit jährlichen Wachstumsraten von 2,5 % – im Gegensatz zum allgemeinen negativen Ausreisetrend – positiv (WTO 2004).

Entsprechend den Angaben der DZT (2004) war Deutschland 2003 mit ca. 1,1 Mio. Übernachtungsreisenden – das entspricht einem Marktanteil von 19 % an allen tschechischen Übernachtungsreisenden – das beliebteste Auslandsreiseziel der Tschechen.

UNGARN

Die Zahl der Reisen in das Ausland stieg im Zeitraum 1999 bis 2003 mit jahresdurchschnittlichen 6,9 % kräftig an und belief sich in 2003 auf knapp 13 Mio. Auslandsreisen. Auch die Zahl der übernachtenden Besucher aus Ungarn in Deutschland hat sich von 1999 bis 2003 mit 2,1 % Wachstum pro Jahr positiv entwickelt (WTO 2004). Insgesamt unternahmen die Ungarn 2003 ca. 393.000 Deutschlandreisen, was einem Marktanteil von rund 11 % entspricht (DZT 2004).

AUSGABEN AUSLÄNDISCHER TOURISTEN 2.1.2

Reisende aus den neuen EU-Ländern gaben 2003 ca. 0,86 Mrd. Euro in Deutschland aus. Dies waren knapp 8 % aller von Ausländern getätigten Reiseverkehrsausgaben in Deutschland, die als Einnahmen der deutschen Wirtschaft zugute kamen (DZT 2004). Das Gros der Einnahmen von Reisenden aus den neuen EU-Ländern stammt von polnischen und tschechischen Deutschlandreisenden (Deutsche Bundesbank 2004). Die übernachtenden Gäste aus den beiden benachbarten östlichen Nachbarländer Polen (2,8 Mio.) und Tschechische Republik (1,1 Mio.) gaben 2003 0,44 Mrd. Euro bzw. 0,21 Mrd. Euro in Deutschland aus. Im Reiseverkehr mit dem entfernter gelegenen Ungarn wurden in Deutschland nur Einnahmen im Wert von rund 0,04 Mrd. Euro realisiert (DZT 2004).

Tabelle 14 gibt einen Überblick über die Ausgaben auf Auslandsreisen und speziell auf Reisen nach Deutschland.

TAB. 14 AUSGABEN VON TOURISTEN AUS DEN NEUEN EU-LÄNDERN AUF REISEN INS AUSLAND UND NACH DEUTSCHLAND

Land	touristische Ausgaben im Ausland in Mio. Euro (2003)[1]	Anstieg der touristischen Ausgaben in % (1999–2003)[1]	touristische Ausgaben in Deutschland in Mio. Euro (2003)[2]
Estland	354	9,6	k.A.
Lettland	371	5,2	k.A.
Litauen	460	4,5	k.A.
Malta	173	-8,7	k.A.
Polen	3.167	-6,1	443
Slowakei	647	14,0	k.A.
Slowenien	854	8,7	k.A.
Tschechische Republik	2.181	4,5	212
Ungarn	1.948	3,7	38
Zypern	555	14,2	k.A.
insgesamt	10.711	–	857

Quellen: GWS 2005, S. 68 nach (1) WTO 2004, (2) Deutsche Bundesbank 2004

REISEN VON DEUTSCHEN IN DIE NEUEN EU-LÄNDER 2.2

2003 reisten gut 4,3 Mio. übernachtende Deutsche in die neuen EU-Länder (Tab. 15). In einigen Ländern (Litauen, Polen, Tschechische Republik und Ungarn) stellen deutsche Touristen die größte Gruppe aller ins Land einreisenden Übernachtungsgäste. So wurden beispielsweise in Ungarn im Jahr 2004 3,34 Mio. Übernachtungen von deutschen Urlaubern getätigt. Die nächst größere Gruppe waren Gäste aus Österreich mit 704.000 Übernachtungen (Hungarian Central Statistical Office 2005).

TAB. 15 ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGSGÄSTE (2003) SOWIE JÄHRLICHE WACHSTUMSRATEN (1999–2003) IN DEN NEUEN EU-LÄNDERN

	Ankünfte insgesamt (in Mio.)	Übernachtungsgäste insgesamt (in Mio.)	dt. Übernachtungsgäste (in Mio.)	Anteil dt. Übernachtungsgäste (in %)	Wachstumsrate aller Übernachtungsgäste (in %)	Wachstumsrate dt. Übernachtungsgäste (in %)
Estland	3,38	1,46	0,068	4,7	11,4	24,2*
Lettland	2,52	0,97	0,063	6,5	15,6	23,5
Litauen	3,64	1,49	0,079	5,3	1,2	13,1
Malta	1,48	1,13	0,142	12,5	-2,2*	-12,5*
Polen	52,13	13,72	1,167	8,5	-6,5	4,4
Slowakei	24,99	1,39	0,176	12,7	9,2	6,2
Slowenien	59,39	1,37	0,229	16,7	11,6	9,9
Tschechische Republik	94,98	5,08	1,439	28,4	-2,5	-3,4
Ungarn	31,74	3,01	0,810	26,9	2,6*	-1,0*
Zypern	2,42	2,30	0,129	5,6	-1,4	-14,3
insgesamt	276,67	31,92	4,303	–	–	–

(* = nur von 2001–2003)

Quelle: GWS 2005, S. 61, 62 u. 92 nach WTO 2004

In den neuen EU-Ländern stellt sich die Situation im Einzelnen wie folgt dar (GWS 2005, S. 61 ff.):

ESTLAND

2003 wurden nahezu 3,4 Mio. Ankünfte von ausländischen Besuchern verbucht. Unter den mehr als 1,4 Mio. internationalen Übernachtungsgästen waren ca. 68.000 aus Deutschland, also 4,7 % aller ausländischen Übernachtungstouristen. Deutschland zählt (gemeinsam mit Schweden) zur zweitgrößten ausländischen touristischen Quellregion. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungsbesucher hat in den Jahren 2001 bis 2003 um durchschnittlich 24,2 % pro Jahr zugenommen und wuchs damit mehr als doppelt so schnell als die Zahl der Ankünfte aller ausländischen Übernachtungsgäste.

Die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben 2003 ca. 0,77 Mrd. Euro während ihres Estlandbesuchs aus. Binnen der letzten vier Jahre wuchsen die

nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher um jahresdurchschnittlich 5,1 % (Tab. 16).

LETTLAND

Im Einreiseverkehr konnten 2003 ca. 2,5 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht werden. Unter den 0,97 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 63.000 deutscher Herkunft, d.h. 6,5 % aller ausländischen Übernachtungsgäste. Damit zählt Deutschland zur zweitgrößten ausländischen touristischen Quellregion Lettlands. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungstouristen wuchs im Zeitraum 1999 bis 2003 um durchschnittlich 23,5 % pro Jahr und damit deutlich schneller als die der Ankünfte von ausländischen Übernachtungsgästen. Die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben 2003 ca. 0,25 Mrd. Euro während ihres Aufenthalts aus. Von 1999 bis 2003 wuchsen die nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher um 17,4 % pro Jahr (Tab. 16).

LITAUEN

2003 konnten 3,6 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht werden. Unter den 1,49 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 79.000 deutscher Herkunft (ca. 5,3 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Damit ist Deutschland wichtigste touristische Quellregion. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungsreisender ist von 1999 bis 2003 um durchschnittlich 13,1 % pro Jahr gewachsen, die Gesamtzahl der Ankünfte aller ausländischen Übernachtungsbesucher lediglich um 1,2 % pro Jahr. Die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben 2003 ca. 0,64 Mrd. Euro aus (Tab. 16).

MALTA

2003 wurden 1,48 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen registriert. Unter den 1,13 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 140.000 deutscher Herkunft, das sind ca. 12,5 % aller ausländischen Übernachtungsgäste. Damit steht Deutschland als touristischer Quellmarkt an zweiter Stelle nach Großbritannien. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungsbesucher hat von 2001 bis 2003 um durchschnittlich 12,5 % pro Jahr abgenommen.

Die Einnahmen aus dem Tourismus nahmen aufgrund der rückläufigen Touristenzahlen seit 1999 jährlich um 5,8 % ab und lagen 2003 bei ca. 0,64 Mrd. Euro (Tab. 16). Die Übernachtungszahlen deutscher Urlauber halbierten sich seit 1999.

POLEN

2003 wurden 52,1 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht. Unter den 13,7 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 1,17 Mio. deutscher Herkunft (ca. 8,5 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Damit zählt Deutschland mit weitem Abstand zur bedeutsamsten Quellregion des polnischen Tourismus. Im Gegensatz zur Gesamtzahl wächst die Zahl der Ankünfte von deutschen Übernachtungsreisenden in Polen mit gut 4,4 % pro Jahr immer noch. Auch der Tagestourismus von Deutschen hat für die polnische Wirtschaft eine große Bedeutung: 48,8 % aller nach Polen einreisenden Tagesbesucher sind deutscher Herkunft. Die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben 2003 ca. 4,64 Mrd. Euro aus. Im Zeitraum 1999 bis 2003 schrumpften die nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher um 9,5 % pro Jahr. Nach Angaben der Deutschen Bundesbank gaben deutsche Touristen auf ihren Reisen nach Polen 2003 ca. 1,32 Mrd. Euro aus (Tab. 16).

SLOWAKEI

2003 konnten knapp 25 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht werden. Unter den 1,39 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 176.000 deutscher Herkunft (ca. 12,7 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Während sich die Zahl der Übernachtungen von deutschen Urlaubern im Land seit 1999 um mehr als 30 % erhöhte, reduzierte sich ihr Marktanteil relativ zu den Übernachtungszahlen aller Ausländer leicht. Dennoch zählt Deutschland nach der Tschechischen Republik und Polen zur drittgrößten ausländischen Quellregion, wobei die Zahl der Ankünfte deutscher Touristen in Übernachtungseinrichtungen von 1999 bis 2003 um durchschnittlich 6,2 % pro Jahr zugenommen hat. Die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben während ihres Aufenthaltes 2003 ca. 0,97 Mrd. Euro aus. Seit 1999 wuchsen die nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher um 17 % pro Jahr (Tab. 16).

SLOWENIEN

2003 konnten 59,4 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht werden. Unter den 1,4 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 229.000 deutscher Herkunft, das sind ca. 16,7 % aller ausländischen Übernachtungsgäste. Damit zählt Deutschland zur drittgrößten ausländischen Quellregion, wobei die Zahl der deutschen Übernachtungsgäste in den Jahren zwischen 1999 und 2003 um durchschnittlich 9,9 % pro Jahr zugenommen hat. Alle ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher gaben während ihres Slowenienaufenthaltes 2003 ca. 1,5 Mrd. Euro aus. Während der letzten vier Jahre wuchsen die nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher um 8,7 % pro Jahr (Tab. 16).

TSCHECHISCHE REPUBLIK

2003 wurden knapp 95 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht. Unter den 5 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 1,44 Mio. deutscher Herkunft (ca. 28,4 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Die Entwicklung der Gästezahlen ist seit einigen Jahren mit durchschnittlich -2,5 % pro Jahr rückläufig, wobei die Zahl der Ankünfte deutscher Touristen zwischen 1999 und 2003 um -3,4 % pro Jahr zurückging. Deutschland zählt aber noch immer zur wichtigsten Quellregion. Auch der Tagestourismus von Deutschland in die Tschechische Republik hat mit ca. 43 % (39,4 Mio. Tagesreisen) eine große Bedeutung. Die ausländische Tages- und Übernachtungsbesucher gaben 2003 ca. 4 Mrd. Euro während ihres Aufenthalts aus. Zwischen 1999 und 2003 sind ihre Konsumausgaben nominal um 3 % pro Jahr gewachsen. Nach Angaben der Deutschen Bundesbank gaben deutsche Touristen auf ihren Reisen in die Tschechische Republik 2003 ca. 1,43 Mrd. Euro aus (Tab. 16).

UNGARN

2003 wurden 31,7 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen verbucht. Unter den gut 3 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren 810.000 deutscher Herkunft (ca. 26,9 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Damit ist Deutschland mit weitem Abstand die wichtigste Quellregion. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungsreisender war in den Jahren 1999 bis 2003 mit -1,0 % pro Jahr zwar rückläufig; die Gesamtzahl der Ankünfte von ausländischen Übernachtungsgästen hat aber um ca. 2,6 % pro Jahr zugenommen. Während ihres Ungarnaufenthalts gaben die ausländischen Tages- und Übernachtungsbesucher 2003 ca. 3,7 Mrd. Euro aus. Zwischen 1999 und 2003 waren die nominalen Konsumausgaben der ausländischen Besucher in Ungarn mit jahresdurchschnittlichen -2,8 % leicht rückläufig. Deutsche Touristen gaben auf ihren Reisen nach Ungarn 2003 ca. 0,82 Mrd. Euro aus (Tab. 16).

ZYPERN

2003 wurden 2,42 Mio. Ankünfte von ausländischen Gästen gezählt. Unter den 2,3 Mio. ausländischen Übernachtungsgästen waren ca. 129.000 deutscher Herkunft (ca. 5,6 % aller ausländischen Übernachtungsgäste). Damit nimmt Deutschland den dritten Platz als Quellland ein. Die Zahl der Ankünfte deutscher Übernachtungsbesucher war von 1999 bis 2003 mit minus 14,3 % pro Jahr stark rückläufig.

Einen Gesamtüberblick über die Ausgaben ausländischer Touristen in den jeweiligen neuen EU-Ländern gibt die folgende Tabelle 16.

TAB. 16 AUSGABEN VON AUSLÄNDISCHEN TOURISTEN IN DEN NEUEN EU-LÄNDERN

Land	Ausgaben ausländischer Tages- und Übernachtungsbesucher in Mrd. Euro (2003)[1]	jahresdurchschnittl. Wachstum nominaler Konsumausgaben ausländischer Besucher in %; (1999–2003)[1]	Reiseverkehrsausgaben der Deutschen in Mrd. Euro (2003)[2]
Estland	0,771	5,1	k.A.
Lettland	0,251	17,4	k.A.
Litauen	0,643	0,8	k.A.
Malta	0,643	-5,8	k.A.
Polen	4,638	-9,5	1,319
Slowakei	0,976	17,0	k.A.
Slowenien	1,514	8,7	k.A.
Tschechische Republik	4,020	3,0	1,428
Ungarn	3,702	-2,8	0,820
Zypern	2,233	1,2	k.A.
insgesamt	19,394	–	4,287

Quellen: (1) WTO 2004; (2) Deutsche Bundesbank 2004

PERSPEKTIVEN 2.3

ALLGEMEINE RAHMENBEDINGUNGEN UND TRENDS 2.3.1

Die künftigen ökonomischen Entwicklungsperspektiven der neuen EU-Länder werden durch den zum 1. Mai 2004 erfolgten EU-Beitritt zwar entscheidend beeinflusst. Dieser bedeutet aber keinen »Big Bang«, da bereits seit Anfang der 1990er Jahre schrittweise über Assoziierungsabkommen und Beitrittspartnerschaften mit den Beitrittsländern eine Heranführung erfolgte (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 5). In den wichtigen Bereichen des Binnenmarktes bestand schon vor dem EU-Beitritt weitgehend freier Zugang, außerdem verzögern Übergangsregelungen in bestimmten Bereichen eine volle Integration (Deutsche Bank 2004).

Der Beitritt zur EU bedeutet für die neuen Länder noch nicht die Teilnahme an der Europäischen Währungsunion. Sie können den Euro erst dann einführen, wenn sie die Maastricht-Kriterien erfüllen. Für Estland, Litauen und Slowenien erscheint die

anvisierte Einführung des Euros im Jahr 2007 nach derzeitiger Einschätzung durchaus realistisch. Dagegen sind für die Tschechische Republik, Polen und vor allem Ungarn – insbesondere bei der Konsolidierung der öffentlichen Finanzen – noch erhebliche Anstrengungen erforderlich, um 2009 oder 2010 der Währungsunion beitreten zu können (GWS 2005, S. 56).

Hilfreich für die weitere wirtschaftliche Entwicklung werden insbesondere die EU-Fördermittel, aber auch die Direktinvestitionen der Privatwirtschaft sein.

FÖRDERMITTEL

Für die Jahre 2004 bis 2006 stellt die EU für die neuen Länder Mittel aus den Struktur- und Kohäsionsfonds[25] in Höhe von 21,7 Mrd. Euro (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 4) sowie weitere Mittel in Höhe von ca. 9,6 Mrd. Euro (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 9) für die Landwirtschaft zur Verfügung. Tourismusrelevant sind die Gelder, die aus dem Kohäsionsfonds in die neuen EU-Länder fließen (ca. 7,5 Mrd. Euro), da sie der Förderung von Umweltprojekten und Verkehrsinfrastrukturprojekten dienen.

Im Bereich der Verkehrsinfrastruktur haben die neuen EU-Länder erhebliche Defizite. Insbesondere die geringe Autobahnnetzdichte behindert die schnelle Erreichbarkeit von touristischen Zielen vor allem im ländlichen Raum. In vielen der neuen EU-Länder sind die Metropolregionen der Hauptstädte bequem durch Bus, Bahn und Flugzeug erreichbar. Mit Mitteln aus dem Kohäsionsfonds werden Projekte zum Auf- und Ausbau transeuropäischer Verkehrsnetze sowie Projekte, die den Zugang zu diesen Netzen schaffen, gefördert (GWS 2005, S. 54 f.).

Im Flugverkehr existieren derzeit ca. 124 Städteverbindungen zwischen Deutschland und den neuen EU-Ländern, wobei auf 36 % der Strecken auch Low-Cost-Carrier fliegen (Messe Berlin 2004, S. 19 f.). Experten erwarten in den nächsten Jahren Steigerungen des Passagieraufkommens von bis zu 20 % jährlich (Süddeutsche Zeitung 2004 nach GWS 2005, S. 55).

Innerhalb der Strukturfonds (ca. 14,1 Mrd. Euro) ist der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) mit seinen Entwicklungsschwerpunkten u.a. in den Bereichen Verkehr, Fremdenverkehr und Kultur tourismusrelevant. Die Verwendung der Mittel legen die neuen EU-Länder selbst in Abstimmung mit der Europäischen Kommission fest. Ziel ist, »den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt in der

25 Die Strukturfonds- und Kohäsionsfondsmittel müssen grundsätzlich mit nationalen Mitteln kofinanziert werden. Sie dürfen nicht an die Stelle der öffentlichen Strukturausgaben der neuen EU-Länder treten. Die Gemeinschaftsunterstützung aus dem Kohäsionsfonds (ca. 9 Mrd. Euro) beläuft sich auf 80 % bis 85 % der Ausgaben. Vorstudien und technische Hilfsmaßnahmen werden gegebenenfalls zu 100 % von der EU finanziert (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 10).

EU zu stärken« (Bundesfinanzministerium 2003, S. 8). Obwohl derzeit noch über die Ausgestaltung und Fördervolumina für die Zeit ab 2007 verhandelt wird, kann doch erwartet werden, dass die neuen EU-Länder mehr Fördermittel von der EU erhalten werden als in den Jahren bis 2006 (Messe Berlin 2004, S. 10, Busch 2004).

INVESTITIONEN

Des Weiteren wird – bei einem erwarteten jährlichen nominellen Wirtschaftswachstum von 7,5 % – bis zum Jahre 2010 mit einem weiteren Anstieg der Direktinvestitionstätigkeit ausländischer Unternehmen von heute etwa 143 Mrd. Euro auf 300 Mrd. Euro gerechnet (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 28), die dann insbesondere den größeren Volkswirtschaften innerhalb der osteuropäischen Länder zugute kämen. Dies entspräche einem möglichen jährlichen Zufluss in die neuen EU-Länder von mehr als 3 % des BIP der acht neuen EU-Länder in Osteuropa. Der Umfang ausländischer Direktinvestitionen in einem Transformationsland gibt Aufschluss über das Vertrauen und die Erwartungen der Wirtschaft in Chancen und Qualität des jeweiligen nationalen Transformationsprozesses (Obersteiner/Putz 2004, S. 56). Betrachtet man einzelne Länder und nicht den Durchschnitt aller beigetretenen Länder, so zeigt sich, dass v.a. Polen und die Tschechische Republik ein beträchtliches Potenzial an ausländischen Direktinvestitionen erwarten lassen: Das höchste Potenzial weist Polen mit etwa 123 Mrd. Euro auf. Es folgen die Tschechische Republik mit etwa 68 Mrd. Euro, Ungarn mit etwa 48 Mrd. Euro, die Slowakei mit etwa 19 Mrd. Euro und Slowenien mit etwa 15 Mrd. Euro (Bank Austria Creditanstalt 2004, S. 28).

Deutschland gehört zu den alten EU-Ländern mit den höchsten Direktinvestitionen in den neuen EU-Ländern. In der Tschechischen Republik und der Slowakei ist Deutschland der wichtigste Direktinvestor, in Polen und Slowenien der zweitwichtigste, in Estland, Litauen und Malta der drittwichtigste und in Lettland, Ungarn und Zypern der viertwichtigste Direktinvestor. Deutschland ist außerdem der wichtigste Handelspartner der neuen EU-Länder (Messe Berlin 2004, S. 9).

PROGNOSEN 2.3.2

Die nähere Betrachtung der 276,6 Mio. Ankünfte ausländischer Tages- und Übernachtungsreisender in den neuen EU-Ländern im Jahr 2003 (Tab. 15, S. 75) zeigt, dass die beiden östlichen Nachbarländer Deutschlands, Polen und Tschechische Republik, einen besonders hohen Anteil deutscher Touristen hatten (49 % bzw. 43 % nach Angaben der WTO 2004). Sie profitieren besonders von den deutschen Tagestouristen. Die Tschechische Republik konnte mit etwa 39,4 Mio. Besuchern die meisten deutschen Tagesreisenden für sich gewinnen. Daneben ist aber auch der

Übernachtungstourismus in diesen beiden Ländern am stärksten entwickelt: 2003 übernachteten nach Angaben der WTO 1,2 Mio. Deutsche in Polen und 1,4 Mio. Deutsche in der Tschechischen Republik. Damit entfiel von den insgesamt 4,3 Mio. deutschen Übernachtungsgästen in den neuen EU-Ländern ein Anteil von ca. 60 % auf diese beiden Länder. Deutschland ist als Quellmarkt für alle neuen EU-Länder sowohl aufgrund seiner hohen Einwohnerzahl, des hohen Pro-Kopf-Einkommens, der hohen Auslandsreisehäufigkeit als auch aufgrund der geografischen Nähe von herausragender Bedeutung (GWS 2005, S. 62).

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) geht davon aus, dass der Reiseverkehr von Deutschland in die neuen EU-Länder zunehmen wird. Diese Abschätzung der touristischen Entwicklung beruht u.a. auf der Analyse bisheriger Erfahrungen, die Deutsche mit Reisen in die neuen EU-Länder gemacht haben. Deutsche haben ein erhöhtes Interesse, in den nächsten drei Jahren eine Reise in die neuen EU-Länder zu tätigen. Die Prognose wird u.a. dadurch untermauert, dass diese Länder vielen Reisenden bislang noch relativ unbekannt sind und nur wenig Reiseerfahrung vorliegt (GWS 2005, S. 64). Besonders hoch ist das Länderinteresse der Deutschen an Ungarn (13,1 %), der Tschechischen Republik (6,5 %) und Zypern (5,4 %). Berücksichtigt man Ländererfahrung und Länderinteresse gemeinsam, so zeigt sich, dass Zypern (4,5), die Baltischen Länder (4,4) und Slowenien (3,9) die höchsten Potenziale haben (Tab. 17).

TAB. 17 REISEN IN DIE NEUEN EU-LÄNDER – ERFAHRUNGEN, INTERESSEN UND PLÄNE DER DEUTSCHEN*

Zielland	Anteil der Befragten, die in den… … letzten 3 Jahren eine Reise dorthin unternommen haben (Ländererfahrung)	… nächsten 3 Jahren vorhaben, eine Reise dorthin zu unternehmen (Länderinteresse)	Potenzial
Baltikum	0,5 %	2,2 %	4,4
Polen	2,4 %	4,4 %	1,8
Slowakei	0,7 %	2,6 %	3,7
Slowenien	0,8 %	3,1 %	3,9
Tschechische Republik	4,1 %	6,5 %	1,6
Ungarn	5,5 %	13,1 %	2,4
Zypern	1,2 %	5,4 %	4,5

* Befragung vom Januar 2004, deutsche Bevölkerung, 14 Jahre und älter, n = 7.858

Quelle: F.U.R. 2004a

Neben dieser eher qualitativen Einschätzung der Potenziale für den Incoming-Tourismus der Deutschen in die neuen EU-Länder liegen auch quantitative Abschätzungen zukünftigen Reiseverhaltens sowie ihrer ökonomischen Bedeutung vor.

QUANTITATIVE PROGNOSEN

Die Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Lage auf den Tourismus in den neuen EU-Ländern werden in Prognosen des WTTC und der WTO sowie über das WTTOUR-Modell abgeschätzt. Alle berücksichtigen in ihren jeweiligen Modellzusammenhängen auch die Dynamik des Tourismusmarktes der 15 »alten« EU-Mitgliedsländer (Europäische Kommission 2003).

Die Prognose des WTTC basiert auf den Ergebnissen der sog. WTTC-Tourismussatellitenkonten, die mit den langfristigen makroökonomischen Prognoseergebnissen des Oxford Economic Forecasting (OEF) World Macroeconomic Model fortgeschrieben wurden (Tab. 18).

TAB. 18 PROGNOSE JÄHRLICHER WACHSTUMSRATEN DES WTTC (2004–2014) IN %

	Inlandsnachfrage der privaten Haushalte	touristisches BIP	touristische Ausgaben von Ausländern im Inland
Estland	4,6	6,2	6,7
Lettland	7,7	5,6	6,3
Litauen	7,0	5,9	6,5
Malta	6,2	5,3	5,4
Polen	6,7	5,3	5,5
Slowakei	5,3	5,6	7,1
Slowenien	5,2	4,5	5,8
Tschechische Republik	6,9	6,3	7,6
Ungarn	6,1	6,3	7,8
Zypern	6,2	4,4	4,5
Neue EU-Länder	6,2	5,5	6,3
EU-15	2,7	2,4	5,5
Deutschland	2,0	1,4	7,0

Quelle: WTTC 2004 nach GWS 2005, S. 57

Die Prognose wurde zu Beginn des Jahres 2004 erstellt und berücksichtigt insofern die aktuelle weltwirtschaftliche und politische Situation. Demnach wird sich die touristische Inlandsnachfrage in den neuen EU-Ländern zwischen 2004 und 2014 jahresdurchschnittlich um ca. 6,2 % real erhöhen, wobei für Lettland, Litauen, Polen und die Tschechische Republik überdurchschnittliche Wachstumsraten prognostiziert werden. Der WTTC erwartet außerdem, dass sich die aus der touristischen Inlandsnachfrage resultierende direkte Wertschöpfung des Tourismus (BIP des Tourismus) in den neuen EU-Ländern um jahresdurchschnittlich 5,5 % erhöhen wird. Die Tschechische Republik und Ungarn könnten aus dem Wachstum der touristischen Inlandsnachfrage die höchsten direkten touristischen Wertschöpfungszuwächse realisieren. Für Deutschland wird erwartet, dass sich die touristische Inlandsnachfrage mit einem realen jährlichen Wachstum von 2 % deutlich unterhalb der EU-15-Wachstumsrate von 2,7 % entwickelt.

Im Gegensatz dazu wird für die realen Ausgaben aller ausländischen Touristen in Deutschland erwartet, dass diese um ca. 7,0 % pro Jahr zunehmen werden. Die Entwicklung der Ausgaben ausländischer Touristen in den zehn neuen EU-Ländern wird nach Angaben des WTTC zwischen 2004 und 2014 um durchschnittlich 6,3 % pro Jahr wachsen. Während für touristische Ausgaben von Ausländern in der Tschechischen Republik, der Slowakei und Ungarn ein reales Wachstum von mehr als 7 % erwartet wird, sollen sich die entsprechenden Ausgaben in Polen (5,5 %) und Slowenien (5,8 %) unterdurchschnittlich entwickeln. Gemäß der vorliegenden Prognose wird es dem deutschen Incoming-Tourismus im Vergleich zu anderen europäischen Ländern in den kommenden Jahren gelingen, Marktanteile zu gewinnen, da sowohl die alten 15-EU-Mitgliedsländer mit einem jährlichen realen Wachstum der Tourismusexporte von 5,5 % als auch die zehn neuen EU-Länder mit knapp 6,3 % hinter der Wachstumsrate für Deutschland (7,0 %) zurückbleiben.

Trotz des vom WTTC prognostizierten dynamischen Ausgabenwachstums von ausländischen Reisenden in Deutschland hat dieses nur geringe Wirkungen auf das reale Wachstum der daraus resultierenden direkten Wertschöpfung der Inlandsnachfrage des Tourismus, die während des Prognosezeitraumes lediglich mit 1,4 % pro Jahr zunimmt (mittlere Spalte in Tab. 18).

Auch in der *WTTOUR-Prognose* werden die Folgen der EU-Osterweiterung auf den internationalen Tourismus abgeschätzt. Das Szenario »Krankes Europa« (Tab. 19) unterstellt eine schwache wirtschaftliche Entwicklungsdynamik der alten EU-Mitgliedsstaaten mit negativen Auswirkungen auf die Entwicklung der neuen EU-Mitgliedsstaaten (Smeral 2003, S. 187 f.).

TAB. 19 **ENTWICKLUNG DES BIP IN % PRO JAHR**

Zeitraum	Polen	Tschechische Republik	Ungarn	Slowenien	EU-15	D
2001–2010	5,2	4,4	3,9	4,3	1,9	1,9
2010–2020	3,7	3,1	2,7	3,1	1,3	1,2

Quelle: nach Smeral 2003, S. 124 (Szenario »Krankes Europa«)

Die in Tabelle 19 dargestellte BIP-Prognose basiert auf langfristigen Ergebnissen des Oxford Economic Forecasting (OEF) World Macroeconomic Models. Innerhalb des Zeitraumes 2001 bis 2010 ist demnach in der EU-15 als auch in Deutschland mit einem Wirtschaftswachstum von durchschnittlich 1,9 % pro Jahr zu rechnen.[26] Die vier betrachteten osteuropäischen EU-Beitrittsländer wachsen mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von real 4,8 % pro Jahr. Insbesondere Polen entwickelt sich mit einem Wachstum von ca. 5,2 % sehr dynamisch. Für die Dekade von 2010 bis 2020 wird prognostiziert, dass sich die jahresdurchschnittlichen Wachstumsraten der vier betrachteten osteuropäischen Länder um durchschnittlich 1,4 % verringern werden, während der Rückgang des realen Bruttoinlandsproduktes sowohl innerhalb der alten EU-Länder als auch in Deutschland lediglich bei -0,6 % bzw. -0,7 % liegen soll.

Entscheidend für die Entwicklung der internationalen Einnahmen aus dem Tourismus ist laut WTTOUR-Modell das monetäre Nachfragewachstum nach Reisen ins Ausland (Tab. 20).

TAB. 20 **ENTWICKLUNG DER TOURISMUSIMPORTE IN % PRO JAHR**

Zeitraum	Polen	Tschechische Republik	Ungarn	Slowenien	EU-15	D
2001–2010	10,3	12,3	6,4	7,1	2,8	1,9
2010–2020	5,5	5,6	3,7	4,3	1,8	1,2

Quelle: nach Smeral 2003, S. 126

26 Egon Smeral (WIFO) stellte im März 2005 auf der ITB seine aktuelle Prognose vor. Danach ist für den Zeitraum 2004 bis 2010 mit einem jährlichen durchschnittlichen Wachstum des realen BIP in Höhe von 1,4 % in Deutschland und 2,2 % in den alten EU-Ländern auszugehen. Laut Prognose wird das reale BIP der neuen EU-Länder im gleichen Zeitraum um jährlich 4,5 % wachsen (Smeral 2005).

So wird in der Prognoseperiode bis 2010 damit gerechnet, dass die Tourismusimporte innerhalb der EU-15 (zu konstanten Preisen und Wechselkursen) mit 2,8 % pro Jahr wachsen.[27] Für Polen, die Tschechische Republik, Ungarn und Slowenien wird ein deutlicher Anstieg der realen Nachfrage nach Auslandsreisen erwartet, wobei insbesondere die Wachstumsraten der beiden Deutschland direkt benachbarten bevölkerungsreichen Länder Polen (10,3 %) und die Tschechische Republik (12,3 %) außerordentlich hoch sind (Smeral 2003, S. 126). Dieses Wachstum ist u.a. damit zu erklären, dass diese Länder vielen Reisenden bisher noch relativ unbekannt sind, aber andererseits das Interesse ausgeprägt ist, diese Länder zu besuchen (GWS 2005, S. 58). Die Nachfrage der Deutschen nach Auslandsreisen wird sich innerhalb des ersten Jahrzehnts der Prognose aufgrund der schwachen Wertschöpfungsentwicklung der deutschen Volkswirtschaft nur um ca. 1,9 % pro Jahr wachsen.

Für die Prognosedekade 2010 bis 2020 ist dann sowohl für Deutschland als auch für die betrachteten osteuropäischen neuen Länder eine deutliche Abschwächung zu erwarten. Auch für die alten EU-Länder wird ein Rückgang der Wachstumsgeschwindigkeit um 1 % erwartet.

Tabelle 21 zeigt die im Zuge des Incoming-Tourismus anfallenden touristischen Ausgaben von Ausländern im Inland (Tourismusexporte). Innerhalb des Zeitraumes 2001 bis 2010 wird die Tschechische Republik mit 5,7 % den stärksten Anstieg der realen touristischen Auslandseinnahmen realisieren. Für Deutschland wird erwartet, dass es im Rahmen des Incoming-Tourismus seine realen Einnahmen um ca. 3,2 % pro Jahr steigern kann. Ein wesentlicher Faktor ist auch hier der stark expandierende Outgoing-Tourismus der direkt benachbarten osteuropäischen Länder Polen und Tschechische Republik, von dem Deutschland viel stärker als Zielmarkt profitieren kann als die alten EU-Mitgliedsländer. Für alle 15-EU-Mitgliedsländer wird im Rahmen des Incoming-Tourismus lediglich ein durchschnittliches reales Ausgabenwachstum in Höhe von 2,8 % pro Jahr bis 2010 prognostiziert.

27 Nach den neuesten Berechnungen von Smeral (2005) ist im Prognosezeitraum 2004 bis 2010 davon auszugehen, dass die realen Tourismusimporte durchschnittlich um 3,6 % jährlich in den alten EU-Ländern und 9,7 % in den zehn neuen EU-Ländern pro Jahr zunehmen werden.

TAB. 21 ENTWICKLUNG DER TOURISMUSEXPORTE IN % PRO JAHR

Zeitraum	Polen	Tschechische Republik	Ungarn	Slowenien	EU-15	D
2001–2010	3,6	5,7	3,5	-0,6	2,8	3,2
2010–2020	2,2	3,1	2,1	-0,2	1,9	2,3

Quelle: nach Smeral 2003, S. 126

Eine WTO-Prognose aus dem Jahr 2000 unterstellt auch langfristig (nach 2010) keine Abschwächung des Wirtschaftswachstums. In der Folge dessen wird für die internationalen Touristenankünfte in der EU für den Zeitraum 1995 bis 2020 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 3 % prognostiziert. Für das Jahr 2020 werden in der EU etwa 717 Mio. Touristenankünfte erwartet.

Für die innerhalb der WTO-Veröffentlichung nachgewiesenen osteuropäischen Länder wird für Slowenien (6 %) und die Tschechische Republik (4 %) eine dynamische Entwicklung der Zahl der Ankünfte erwartet, während Ungarn mit einer Wachstumsprognose der Ankünfte von lediglich 0,7 % noch unterhalb der entsprechenden Schätzung für Deutschland mit 1,2 % liegt (Tab. 22).

TAB. 22 ENTWICKLUNG DER ANKÜNFTE 1995–2020

	Ankünfte ausländischer Touristen; jährliche Wachstumsrate 1995 bis 2020 in %	Ankünfte insgesamt im Jahr 2020 in Mio
Tschechische Republik	4,0	44,0
Ungarn	0,7	24,7
Slowenien	6,0	3,1
Malta	2,0	1,8
Zypern	2,5	3,9
EU	3,0	717,0
Deutschland	1,2	20,0

Quelle: WTO 2000 nach GWS 2005, S. 60

FAZIT 2.3.3

PERSPEKTIVEN DER REISEN AUS DEN NEUEN EU-LÄNDERN NACH DEUTSCHLAND

Wie die verschiedenen Prognosen in Kapitel IV.2.3.2 zeigen, bieten sich durch die EU-Erweiterung für Deutschland als touristisches Zielgebiet günstige Perspektiven. So lassen die Prognosen des WTTC erwarten, dass es Deutschland im Vergleich zu anderen westeuropäischen Ländern in den kommenden Jahren gelingen könnte, Marktanteile im Incoming-Tourismus zu gewinnen, da sowohl die alten EU-Länder mit einem jährlichen realen Wachstum der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus von 5,5 % als auch die zehn neuen EU-Länder mit knapp 6,3 % hinter der prognostizierten Wachstumsrate für Deutschland von 7,0 % zurückbleiben (Tab. 18).

Die WTTOUR-Prognose prognostiziert zwar eine deutlich geringere Wachstumsrate für Deutschland, die Aussage ist aber ähnlich: Das Wachstum der touristischen Ausgaben im Inland als auch im Ausland ist in den neuen osteuropäischen EU-Ländern in den kommenden Jahren zumeist mehr als doppelt so groß wie das Wachstum des BIP. Diese Entwicklung zeigt sich besonders in Polen und der Tschechischen Republik. Deren touristische Ausgaben im Ausland (Tourismusimporte) sollen zwischen 2001 und 2010 real um 10,3 % bzw. 12,3 % pro Jahr steigen (Tab. 20). Deutschland profitiert unter allen europäischen Ländern von diesen hohen Wachstumsraten am meisten: Es hat entsprechend der WTTOUR-Prognose mit einem voraussichtlichen jährlichen Wachstum von 3,2 % der Einnahmen aus dem internationalen Tourismus eine höhere Wachstumsrate als die alten EU-Länder mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 2,8 % (Tab. 21).

Unabhängig von der Höhe des zu erwartenden Wachstums kommen beide Prognosen zu dem Ergebnis, dass die deutsche Tourismuswirtschaft im Vergleich zu den Tourismuswirtschaften der alten EU-Länder aller Voraussicht nach mittelfristig zu den Gewinnern der EU-Osterweiterung zählen wird. Dafür, dass dies auch längerfristig so bleiben könnte, spricht ein Vergleich der Auslandsreiseintensität je Einwohner: Sie lag im Jahr 2003 für die neuen EU-Länder durchschnittlich bei einem Wert von 1,3 (Auslandsreise pro Einwohner) und für die Deutschen bei einem Wert von über 2 (GWS 2005, S. 67).

PERSPEKTIVEN DER REISEN IN DIE NEUEN EU-LÄNDER

Gemäß den Prognosen des WTTC werden die Einnahmen durch den Incoming-Tourismus von 2004 bis 2014 in den neuen EU-Ländern um durchschnittlich 6,3 % pro Jahr wachsen. Dabei wird für touristische Ausgaben von Ausländern in der

Tschechischen Republik mit 7,6 % und Ungarn mit 7,8 % ein überdurchschnittliches Wachstum erwartet (Tab. 18). Die WTTOUR-Prognose sieht eine weniger günstige Zukunftsentwicklung. Sie geht davon aus, dass es zwischen 2001 und 2010 einen geringeren realen Anstieg der Tourismusexporte geben wird: Das reale Wachstum soll in Polen und Ungarn bei lediglich 3,6 % bzw. 3,5 % pro Jahr liegen, während für die Tschechische Republik ein jährliches Wachstum von 5,7 % erwartet wird (Tab. 21). In dieser Prognose beeinträchtigt sowohl die schwächere ökonomische Entwicklung der alten EU-Länder als auch die schwächere Dynamik des Outgoing-Tourismus Deutschlands die Wachstumsdynamik der Tourismusexporte in den einzelnen neuen EU-Ländern.

Übereinstimmend kommen beide Studien zu der Einschätzung, dass der Incoming-Tourismus in den nächsten Jahren in allen neuen osteuropäischen EU-Ländern wachsen wird. Diese Erwartung ist aus mehreren Gründen plausibel, wie beispielsweise die allgemein günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, teilweise hervorragende touristische Standortbedingungen, aber auch deshalb, weil diese Länder vielen Reisenden bislang noch zu unbekannt sind und kaum Reiseerfahrungen vorliegen. Zugleich ist das Interesse hoch, diese Länder zu bereisen.

STRATEGIEN UND MARKETING – DEUTSCHLAND ALS QUELL- UND ZIELMARKT 3.

Wie im vorstehenden Kapitel IV.2 gezeigt, wird die weitere Integration der neuen EU-Länder in den europäischen Wirtschaftsraum eine Steigerung der Wachstumsraten sowohl der Reisen in diese Länder als auch bei den Reisen aus den neu beigetretenen Ländern mit sich bringen. Diese Entwicklung wird aber kein Selbstläufer sein. Die Chancen für Deutschland ebenso wie die der neuen EU-Länder als Zielland müssen aktiv verfolgt und die relevanten Rahmenbedingungen verbessert werden. Das haben die Akteure der Tourismuswirtschaft und -politik grundsätzlich erkannt.

Im Folgenden soll im Überblick dargestellt werden, welche Marketing-Aktivitäten in den neuen EU-Ländern betrieben bzw. geplant werden, um diese als Ziel für Reisende aus dem Ausland bekannt und attraktiv zu machen (Kap. IV.3.1). In Kapitel IV.3.2 sollen Aktivitäten der öffentlichen und der privatwirtschaftlichen Akteure beschrieben werden, die darauf ausgerichtet sind, die Chancen Deutschlands als Zielland zu verbessern. Die folgenden Abschnitte beruhen zum überwiegenden Teil auf den Ergebnissen des gemeinsamen Gutachtens von dwif und IZT (dwif/IZT 2005).

MARKETINGSTRATEGIEN DER NEUEN EU-MITGLIEDSLÄNDER – DEUTSCHLAND ALS QUELLMARKT 3.1

VISIONEN UND STRATEGIEN FÜR DEN INCOMING-TOURISMUS 3.1.1

Die Mehrzahl der neuen EU-Länder hat für die nächsten Jahre eine Tourismusstrategie entwickelt. Typischerweise enthalten diese die Festlegung von Zielen, die Definition von Zielgruppen und wesentlichen Quellmärkten, von thematischen Schwerpunkten, Maßnahmen zur Dachmarkenetablierung (Branding) sowie Leitlinien zur Umsetzung der Gesamtstrategie. Der Beitritt zur Europäischen Union wird allerdings nur in den Strategiekonzepten der Tschechischen Republik und Zyperns ausführlich behandelt. Substanzielle Visionen oder Leitbilder bilden die Ausnahme, lediglich Zypern und die Tschechische Republik haben eine so genannte »Vision« ausgearbeitet. Die neuen EU-Länder sind bestrebt, zunächst ihren Bekanntheitsgrad international zu erhöhen. Dies spiegelt sich in der Bedeutung wider, die der Markenbildung und – im engen Zusammenhang damit – der Entwicklung hierauf bezogener touristischer Produkte und Dienstleistungen zugemessen wird. Eine Dachmarke soll ein positives Image vermitteln und dabei die positiven Aspekte der Destination betonen (dwif/IZT 2005, S. 39).

Gemeinsames Ziel in allen Ländern ist es, die Einnahmen aus dem Tourismus zu steigern. Dies soll insbesondere durch eine höhere Anzahl in- und ausländischer Ankünfte, eine Verlängerung der Dauer des Aufenthaltes, eine Steigerung der Ausgaben der Reisenden im Zielgebiet, eine Zunahme von Reisen außerhalb der Hochsaison und eine verbesserte Kundenbindung an die Destination realisiert werden.

Intensive Marktforschung, u.a. zu Reisemotiven von Touristen, bildet die Grundlage für die Ausarbeitung der Strategien. Darüber hinaus wird häufig eine geografische Segmentierung bzw. ein Ranking der potenziellen Quellmärkte, wie die angrenzenden Staaten, Nationen mit hoher Reiseintensität und bevölkerungsreiche Staaten, vorgenommen. Dieses Ranking berücksichtigt in der Regel:

- Zielgruppen – Familien, Jugendliche, Senioren;
- Marktsegmente – insbesondere auch Geschäfts- und Incentive-Reisen;
- Themen, wie Kultur-, Städte-, Natur-, Wellness-, Aktiv- und Sporttourismus, »Strand und Meer«;
- Kurzreisen bzw. Reisen in der Nebensaison.

Da die meisten der neuen EU-Länder über eine Vielzahl von Heilbädern und Thermen verfügen, ist eine zu beobachtende Konzentration auf das Wellness-Segment nicht verwunderlich.

Allgemein planen die Länder, durch direkte Kundenkontakte, verstärkte Werbung, Events, neue und spezifische Produkte und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis den Anteil der Touristen zu erhöhen. Messen und Fremdenverkehrsämter sollen verkaufsfördernd wirken (dwif/IZT 2005, S. 47 ff.). Der Aufbau eines netzbasierten Informations- und Reservierungssystems soll zur besseren Positionierung der neuen EU-Länder und ihrer Hotel- und Übernachtungsangebote führen. Auf neue Medien, aber auch auf klassische Vertriebskanäle ausgerichtete Marketingstrategien, wie Messen oder Pressereisen, wird in den Strategien aber eher selten ausdrücklich Bezug genommen (dwif/IZT 2005, S. 37 ff.).

Die meisten Länder haben erkannt, dass ein reiches touristisches Angebot, das Authentizität vermittelt und damit mehr Besucher anzieht, eine Reihe von Maßnahmen erfordert, damit es wahrgenommen wird. Dazu zählen vor allem die Verbesserung der touristischen Infrastruktur (Ausbau von Straßen, Schienen und Flughäfen, Liberalisierung des Luftverkehrs) und die Steigerung der Dienstleistungsqualität, vor allem durch die Verbesserung der Professionalität und Kompetenz der Erwerbstätigen in der Tourismuswirtschaft.

LÄNDERPROFILE, MARKETING UND MARKTCHANCEN – DIE NEUEN EU-LÄNDER IM EINZELNEN 3.1.2

Im Folgenden werden die Besonderheiten der einzelnen neuen EU-Länder als Destinationen sowie ihre Marketingstrategien herausgearbeitet. Dazu wird jeweils zunächst kurz beschrieben, welche besonderen Merkmale das jeweilige Land als touristische Destination auszeichnen. Danach wird ein Blick auf die Marketingstrategien der nationalen Tourismusbehörden und -organisationen geworfen. Als Abschluss wird in stark zusammenfassender Form die Markteinschätzung von deutschen Outgoing-Reiseveranstaltern, die zu diesem Thema im Auftrag des TAB befragt wurden, wiedergegeben (zum Folgenden siehe insbesondere dwif/IZT 2005).

ESTLAND

Estland zeichnet sich durch mittelalterliche Städte und Burgen und eine ursprüngliche Landschaft aus. Das Land teilt sich touristisch in fünf Regionen auf, von denen jede über spezielle Merkmale verfügt. Die Hauptstadt Tallinn wird mit ihrem mittelalterlichen und gut erhaltenen Stadtkern als besonders attraktiv eingeschätzt. Im Westen des Landes befindet sich die Ostsee mit langen Stränden und vielen kleinen Inseln. Hier dominieren Bade- und Kuraufenthalte. Im Norden und Osten befindet sich dagegen die einzigartige Küstenlandschaft des Lahemaa Nationalparks mit

einer Vielzahl architektonisch interessanter Herrenhäuser und Schlösser, die zu Natur- und Erholungsreisen einladen. Der Süden weist hügelige Landschaften, Seen und ein lebendiges Kulturleben auf. Schwerpunkte hier sind Kulturereignisse und Festivals sowie Sport- und Naturreisen (http://www.visitestonia.com).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

In Estland ist das Wirtschaftsministerium für den Tourismus zuständig. Für die Jahre 2002 bis 2005 wurde ein »Tourism Development Plan« entwickelt. Mit einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer, mehr Übernachtungsgästen, die höhere Ausgaben tätigen, einer Ausweitung der Produktpalette sowie einer besseren regionalen Verteilung der Besucher soll ein Wachstum der Ankünfte um 7 % pro Jahr erreicht werden (http://www.mkm.ee/index.php?id=3437; zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

Hierzu investiert das estnische Wirtschaftsministerium in Marketing, Produktentwicklung und Informationsmanagement und fördert die Kooperation öffentlicher und privater Akteure im Tourismus. Das Marketing soll auf der Grundlage adäquater Marktforschung, Analyse und Ranking von Zielmärkten, Implementierung effizienter und intensiver Maßnahmen, Evaluation der eigenen Leistungen und einer entsprechenden Anpassung und Aktualisierung der Aktivitäten auf Basis der gesammelten Informationen stattfinden. Mit der Etablierung einer Dachmarke soll außerdem ein ansprechendes Image für Estland entwickelt werden, die regionalen Schwerpunktsetzungen innerhalb des Landes sind Teil dieses Ansatzes. Für die Implementierung der Tourismuspolitik spielt der Estonian Tourism Board (ETB) eine zentrale Rolle. Der ETB wurde vom estnischen Unternehmensverband (Foundation Enterprise Estonia) gegründet und setzt sich aus verschiedenen Repräsentanten der Tourismuswirtschaft zusammen. Er hat ähnliche Aufgaben, wie die DZT, nämlich die Finanzierung und Unterstützung von tourismusbezogenen Projekten, Produktentwicklung, Marktanalyse, Training, Informationsverbreitung und Beratung über Estland als Reiseland und Marketing sowohl im In- als auch im Ausland (http://www.mkm.ee/index.php?id=3443; zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

LETTLAND

Lettland gleicht in den touristischen Merkmalen Estland und Litauen. Die altlettische Kultur, mittelalterliche Schlösser und die abwechslungsreiche Natur sind hier besonders hervorzuheben, ebenso die Strände des Landes. Riga präsentiert sich als historisches und kulturelles Zentrum zwischen Altertum und Moderne. Lettland setzt demzufolge auf Städtereisen, Bade-, Aktiv- und Natururlaub sowie auf Kur- und Wellness-Aufenthalte (http://www.latviatourism.lv).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Die lettische Tourismusbehörde (State Tourism Development Agency) ist dem Wirtschaftministerium unterstellt (http://www.tava.gov.lv). Ziel ihres nationalen Tourismusentwicklungsprogramms ist es, den Tourismussektor zu einem ökonomisch wichtigen Bereich auszubauen und Lettland langfristig als wettbewerbsfähiges Zielgebiet mit einem positiven Image im internationalen Tourismus zu positionieren. Die Leitlinien für die Jahre 2004 bis 2008 formulieren als Ziel unter anderem die nachhaltige und wettbewerbsfähige Entwicklung des Tourismussektors, die Erhöhung des Übernachtungsvolumens und der touristischen Einnahmen sowie die Optimierung der Tourismuspolitik mit Blick auf die Europäische Union (dwif/IZT 2005, S. 51).

LITAUEN

Litauen hat ähnliche Merkmale wie Estland. Das Land verfügt über traditionsreiche Städte, Strände, eine noch unverbrauchte Natur und ein reiches kulturelles Erbe. Als relevante Tourismusformen werden Urlaub auf dem Lande, Städte- und Kulturreisen sowie Bade- und Wellness-Urlaube gesehen (http://www.travel-lithuania.com).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Litauen hat eine eigene Tourismusbehörde (Lithuanian State Department of Tourism), die als langfristiges Ziel ihrer Marketingstrategie die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit benennt. Bis 2010 will sich Litauen als international attraktive Destination etablieren. Mittelfristig wurden in einer Marketingstrategie 2005–2009 sieben Ziele festgelegt: Imagestärkung und -verbesserung, Etablierung der Marke »Litauen«, intensive Produktwerbung (mit Schwerpunkt auf Bade-, Städte-, Gesundheits- und Geschäftsreisen, Busreisen und Urlaub auf dem Lande), abgestimmte und gezielte Marketingaktivitäten, Reduzierung der Saisonabhängigkeit, Stärkung des Inlandstourismus und Schaffung eines öffentlichen Bewusstseins bezüglich der Bedeutung des Tourismus für Litauen. Zur Umsetzung dieser Ziele sollen ein nachhaltiges Wachstum generiert werden. Kurzfristig sieht man die Herausforderung darin, dass Litauen im globalen Wettbewerb um internationale Kunden nicht weiter zurückfällt. Langfristige Ziele setzt sich Litauen aufgrund des Tempos der wirtschaftlichen Veränderungen und der derzeitigen Entwicklung der touristischen Infrastruktur nicht (http://www.tourism.lt/nsv/engl/LMS.doc; zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

MARKTEINSCHÄTZUNG BALTIKUM

Städte-, Kultur- und insbesondere Naturtourismus sind die wichtigsten Urlaubsformen der Deutschen, die ins Baltikum reisen. Als Wettbewerbsvorteile werden beispielsweise das günstige Preis-Leistungsverhältnis, die Gastfreundlichkeit, die unverbrauchte Landschaft und das positive Image angeführt. Als negative Aspekte werden fehlende Hotelkapazitäten und qualitätsbezogene Defizite im gesamten touristischen Angebots- und Servicespektrum genannt. Bei den Wachstumsprognosen für das Baltikum sind sich die Veranstalter uneinig: die Einen erwarten aufgrund der breiten Angebotspalette und zufriedener »Wiederkehrer« ein kontinuierliches Wachstum, die Anderen hingegen sehen in der Marktsättigung einen Grund für abgeschwächtes Wachstum (dwif/IZT 2005, S. 56 f.).

MALTA

Malta kann auf eine lange, wechselvolle Geschichte, und in diesem Zusammenhang auf eine interessante Kultur, zurückblicken und verfügt über eine Vielzahl historischer Monumente und Museen. Die Stärken des Landes liegen jedoch vor allem in der geografischen Lage und in der europäisch-arabischen Kultur, die Maltas Attraktivität ausmacht und die Insel von anderen Mittelmeerdestinationen abhebt. Als Besonderheiten werden Strand und Meer, die Architektur und die Lebensweise der Malteser genannt. Schwerpunkte des Tourismus in Malta liegen auf Wassersport- und Sprachreisen (http://www.visitmalta.com).

TOURISMUSFÖRDERUNG DURCH DEN STAAT

Die maltesische Tourismusbehörde (Malta Tourism Authority) ist für die Förderung und Entwicklung Maltas als Reiseziel, die Beratung der Regierung in Tourismusfragen und die Durchführung und Unterstützung von Tourismusprojekten zuständig. Maltas strategischer Ansatz betont nicht mehr einseitig das »sun and sea«-Segment, sondern konzentriert sich auf die verstärkte Unterstützung des historischen und kulturellen Erbes und der natürlichen Attraktivität der Insel (http://www.mta.com.mt).

Chancen für die touristische Weiterentwicklung werden in der Ausgestaltung von Tagungs- und Incentive-Angeboten als Kombinationsprodukt von »Klima, Meer und Business« gesehen. Als weitere Möglichkeiten gelten die Forcierung des Bildungstourismus für Senioren in den Wintermonaten und bessere Flugverbindungen. Allerdings besteht durch den weiteren Ausbau touristischer Infrastrukturen und die fortschreitende Verknappung verfügbarer Flächen ein Risiko für das ökologische Gleichgewicht und die Qualität der Beherbergungen. Deshalb soll darauf geachtet

werden, den Ausbau der Tourismuswirtschaft nicht zu sehr zu forcieren, um die lokale Bevölkerung als Unterstützer der Tourismusstrategie nicht zu verlieren (dwif/IZT 2005, S. 83f.).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Erwartet wird weiterhin ein ansteigendes Wachstum im Incoming-Tourismus. Maltas starke wirtschaftliche Abhängigkeit vom Tourismus und dem Quellmarkt Großbritannien wird von den befragten Reiseveranstaltern jedoch als Schwäche gesehen. Die hohe Bebauungsdichte mit wenigen Naturräumen und die mangelhafte Strand- und Gastronomiequalität gilt ebenfalls als Nachteil der Destination (dwif/IZT 2005, S. 83f.).

POLEN

Polen hat zahlreiche touristische Attraktionen. Dazu gehören das kulturelle Erbe, historische Denkmäler, interessante Städte, eine offene und gastfreundliche Bevölkerung, lebendige und authentische Traditionen, attraktive Landschaften (z.B. Dünenlandschaften an der Ostseeküste, Masurische Seen, Hohe Tatra) sowie eine Vielzahl von Kultur-, Sport- und Erholungsangeboten. Wichtige Marktsegmente für Polen sind Städtetourismus, »Thermen und Kur«, »Sport und Natur« sowie »Schnee und Skifahren« (dwif/IZT 2005, S. 60).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Das übergeordnete Ziel der Tourismusstrategie des polnischen Wirtschaftsministeriums und des Institutes für Tourismus in Warschau ist die weitere Entwicklung des Inlands- und Incoming-Tourismus, um insbesondere die internationalen Tourismuseinnahmen zu erhöhen. Zu den daraus abgeleiteten Teilzielen gehören die Steigerung von Einkommen in und Einkommenstransfer zu den ärmeren Regionen, die Schaffung neuer Arbeitsplätze durch die Entwicklung touristischer Angebote, die Verbesserung des Lebensstandards auf dem Lande, die Erhöhung der Staatseinnahmen durch Privatisierungsmaßnahmen sowie die Verbesserung des Image von Polen als Tourismusdestination. Strategische Entwicklungsbereiche sind Beschäftigung, Unternehmensgründungen sowie eine konzentrierte touristische Entwicklung von Warschau, Posen, Krakau und Trojmiasto. Darüber hinaus sind die Ausbildung von tragfähigen Tourismusstrukturen im Norden, Nord-Osten und Osten Polens geplant (http://www.mpips.gov.pl).

Die polnische Tourismusorganisation (http://www.polandtour.org) organisiert Workshops und Schulungen zur Touristeninformation, zur Produkt- und Dienstleistungsentwicklung oder zum Marketing und Vertrieb für alle lokalen Akteure.

Zur Förderung des Incoming-Tourismus etablierte sie ein Tourismusforum für polnische Reiseveranstalter. Das Forum hat zurzeit ca. 100 Mitglieder. Hier werden auch Marketingaktivitäten gemeinsam geplant und durchgeführt. Weiterhin bestehen Kooperationsbeziehungen zu den zentralen Verbänden im Tourismussektor. Auf der lokalen und regionalen Ebene ist die (finanzielle) Förderung zum Aufbau von selbständigen Tourismusorganisationen weitestgehend abgeschlossen. Diese Organisationen entwickeln und vermarkten neue Produkte und Dienstleistungen und fungieren als Anlaufstelle für Reisende.

In die Bereiche der touristischen Infrastruktur soll zukünftig stärker investiert werden, um insbesondere das Straßennetz durch Autobahnen aufzuwerten. Ein weiterer Schwerpunkt sind neue Informations- und Kommunikationstechnologien. Es ist u.a. geplant, Reservierungs- und Buchungsmöglichkeiten im Internet aufzubauen. Bis zum Jahr 2013 sollen 40 % dieser Aktivitäten online erfolgen. Mit der steigenden Bedeutung dieser Technologien soll gleichzeitig die Präsenz auf Messen und Ausstellungen sowie der Druck von Broschüren reduziert werden.

In Bezug auf den deutschen Quellmarkt ist unzureichendes Marketing das größte Defizit. Im Rahmen des »Deutsch-Polnischen Jahres 2005/2006« sollen deshalb verstärkt Marketingaktivitäten durchgeführt werden (http://www.de-pl.info). Auch sollen innerhalb der nächsten vier bis fünf Jahre zwei große Marketingkampagnen in Deutschland stattfinden. Die Außenstelle der polnischen Tourismusorganisation in Berlin wird ebenfalls personell aufgestockt und vergrößert. Hoffnungen werden darauf gesetzt, dass auch polnische Reiseveranstalter vermehrt Büros in Deutschland eröffnen, um so auf dem deutschen Markt präsent zu sein. Darüber hinaus werden PR-Maßnahmen insgesamt verstärkt und das Produktangebot auf Kultur- und Städtetourismus, Aktivitätsurlaub, Urlaub in ländlichen Regionen, Geschäftsreisen sowie Transit- und Grenztourismus ausgerichtet (dwif/IZT 2005, S. 42 ff. und S. 60 f.).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Der Beitritt Polens zur Europäischen Union führt den befragten Reiseveranstaltern zufolge zu vielfachen Vorteilen für das Land. Dazu gehören neben einer Steigerung der Investitionsrate und des Wirtschaftswachstums, eine schnellere Entwicklung der Transport- und Tourismusinfrastruktur sowie eine Zunahme von Tourismusströmen. Der vereinfachte Zugang zu Krediten und die Möglichkeit zu neuen Kontakten und Geschäftsverbindungen dürften sich positiv auf die touristische Infrastruktur auswirken, und es ist zu erwarten, dass der wachsende Wohlstand der polnischen Bevölkerung zu einer Nachfragesteigerung im Outgoing-Tourismus führt. Probleme werden momentan noch bei der Qualität der Unterkünfte und der Dienstleistungen sowie beim Preis-Leistungs-Verhältnis gesehen (dwif/IZT 2005, S. 61).

SLOWAKEI

Die Slowakei verfügt über eine ursprüngliche Natur mit Gebirgslandschaften, Wildwasserflüssen und zahlreichen Höhlen. Weitere Highlights sind alte Städte und Burgen, Gärten und Naturparks sowie viele Thermen und ein reiches kulturelles Erbe. Neben Natur-, Kultur- und Bäderreisen bilden Sport- und Aktivreisen einen weiteren Schwerpunkt im slowakischen Tourismus (http://www.slovakiatourism.sk).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Die slowakische Tourismusorganisation (Slovakia Tourist Board) hat für die Jahre 2001 bis 2006 eine Marketingstrategie entwickelt. Sie möchte sich strategisch stärker um ihre unmittelbaren Nachbarländer und um ihre größten Quellmärkte bemühen, die Übernachtungszahlen weiter steigern und durch eine längere Aufenthaltsdauer eine bessere Auslastung der Betriebe erreichen. Marketingentwicklung rund um die Themen Berge, Kultur und Thermen hat Priorität. Ein wichtiges Ziel ist außerdem der Aufbau eines Informationssystems und dessen Kopplung an internationale Systeme. Chancen werden vor allem im Ausbau von Nischensegmenten, dem Potenzial der ursprünglichen Naturlandschaften, der Aktivierung von kulturellen Highlights (Burgen und Sakralbauten) und der geografischen Nähe zu Traditionsmärkten wie Wien oder Budapest gesehen (dwif/IZT 2005, S. 70).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Die Stärken der Slowakei werden in den Ressourcen des Kur- und Wellnessbereiches und dem naturräumlichen und kulturellen Potenzial des Landes gesehen. Wie die Befragung der Outgoing-Reiseveranstalter ergab, liegen die Schwächen einer touristischen Entwicklung u.a. in Defiziten der Freizeit- und Verkehrsinfrastruktur, der Dienstleistungs- und Servicequalität, fehlender Zusammenarbeit mit internationalen Reiseveranstaltern und dem unterdurchschnittlichen gastronomischen Angebot. Erwartet wird deshalb ein niedriges Wachstum mit abgeschwächter Zuwachsrate (dwif/IZT 2005, S. 69 f.).

SLOWENIEN

Sloweniens besonderer Reiz liegt in der abwechslungsreichen Landschaft; die Alpen im Norden und Nord-Westen, Flachland im Osten, Hügellandschaften im Süden und Mittelmeerflair im Westen des Landes bieten zahlreiche Möglichkeiten zum Reisen. Das Portfolio des Slowenien-Tourismus besteht daher aus Städtetourismus, Tagungs- und Kongresstourismus, Bergen und Wasser, Thermen, »Kur und Wellness«, »Küste und Karst«, »Schnee und Ski«, speziellen Produkten (Wein, Küche, Casinos, Themenstraßen, touristische Bauernhöfe) und einem breiten Kulturangebot. Bislang konzentriert sich die internationale Nachfrage jedoch sehr stark auf fünf slowenische Orte: Portorz, Bled, Ljubljana, Kransijka Gora und Moravska Toplice, die zusammen fast die Hälfte aller internationalen Übernachtungen auf sich vereinen (dwif/IZT 2005, S. 78 f.).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

In Slowenien war der Tourismus in den vergangenen Jahren weitgehend durch den Staat geprägt. Die neue slowenische Tourismusstrategie 2002 bis 2006 beinhaltet nunmehr den Rückzug des Staates aus dem Tourismus zu Gunsten des privaten Unternehmertums. Anbieter von Tourismusdienstleistungen werden in Zukunft keine administrativen Einheiten mehr sein, sondern Unternehmenseinheiten, die individuelle Reiseziele durch adäquate Produkte und Angebote vermarkten. Ein Beispiel für konkrete Projekte in Slowenien ist das so genannte »European Wellness Project«, mit dem Slowenien sowie Regionen in Österreich und Westungarn den Grenzregionen durch Wellness- und Gesundheitsangebote zu einem neuen Image verhelfen wollen. Mit der erfolgreichen Umsetzung der Tourismusstrategie sollen die jährlichen Einnahmen in der Tourismusbranche um 2,5 Mrd. Euro bis zum Jahr 2006 erhöht werden (http://www.ntz-nta.si).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Es wird ein weiteres Wachstum, allerdings mit abgeschwächter Zuwachsrate erwartet. Die Gründe werden zum einen darin gesehen, dass sich die Preise und Standards aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs erhöhen werden, zum anderen darin, dass fehlende Übernachtungskapazitäten, schlechte Servicequalität, wenig klar aufbereitete touristische Produkte für den internationalen Markt, teilweise überalterte Freizeitinfrastrukturen sowie die Ähnlichkeit Sloweniens mit Mitteleuropa die weitere Expansion des Incoming-Tourismus behindern (dwif/IZT 2005, S. 78 f.).

TSCHECHISCHE REPUBLIK

Die Tschechische Republik kann auf eine abwechslungsreiche Geschichte zurückblicken, daher bilden historische und kulturelle Denkmäler einen Schwerpunkt im tschechischen Tourismus. Die Hauptstadt Prag besitzt ein sehr positives Image und ist ein Aushängeschild des Landes. Weitere Stärken liegen im Gesundheits- und Wellness-Tourismus (Karlsbad, Marienbad, Franzensbad), dem reichen kulturellen Erbe des Landes (Weltkulturerbe-Region) mit zahlreichen Schlössern, Burgen und attraktiven Innenstädten und in der traditionsreichen gastronomischen Kultur. Außerdem besitzt die Tschechische Republik mit dem Riesengebirge und der Hohen Tatra zwei für Wintersport und Bergwandern attraktive Gegenden (http://www.czechtourism.com).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Die tschechische Tourismusbehörde hat für die Jahre 2004 bis 2010 eine Marketingstrategie für den Tourismus entwickelt (http://www.czechtourism.com/upload/1082961977promotionstrategy.pdf, zuletzt abgerufen am 17.08.2005). Hauptziel ist es, die Tschechische Republik bis 2010 unter vergleichbaren Ländern zur führenden Destination zu machen; Prag als Metropole soll im gleichen Zeitraum die am dritthäufigsten besuchte Stadt in Europa werden. Realisiert werden sollen diese Visionen vor allem durch die Entwicklung einer Marke für die Tschechische Republik. Noch zu identifizierende Zielgruppen für die Destination sollen im Weiteren durch Assoziation mit dem Image »Gelassenheit« und »Ruhe« geworben werden.

Die tschechische Tourismusorganisation ist im Rahmen ihrer Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf wichtigen Messen präsent, organisiert Werbekampagnen und Informationsreisen für Mitarbeiter von Reiseveranstaltern und Journalisten. Im Internet und in Printmedien wird die Tschechische Republik als Reiseland auch in deutscher Sprache präsentiert. Workshops und Präsentationen für Journalisten und Non-Professionals ergänzen das Marketingspektrum. Dabei liegt – neben der Etablierung neuer Reiseziele – ein Schwerpunkt auf dem Kongress- und Tagungssegment.

Für und mit wichtigen Akteuren im tschechischen Tourismus veranstalten die Tourismusorganisation und das zuständige Ministerium Workshops, Road Shows, Wettbewerbe und PR-Kampagnen. Die Vermarktung des Angebotes in 18 Sprachen bildet einen Schwerpunkt der Tourismusstrategie. Im Infrastrukturbereich werden neben vielfältigen Aktivitäten insbesondere die Potenziale durch Billig-Airlines herausgehoben. Des Weiteren sollen durch attraktive Rahmenprogramme, angemessene Preise und eine gezielte Produktwerbung mehr Reisende für die Destination gewonnen werden (dwif/IZT 2005, S. 40 f. und S. 64 f.).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Nachteile bzw. Schwächen der Destination sehen die befragten Reiseveranstalter in der mangelnden Servicequalität, der Qualität und Quantität der Beherbergungen außerhalb der touristischen Kernräume, der schlechten Verkehrsinfrastruktur, dem hohen Preisniveau der Hotels in Prag und der starken Konzentration auf städtetouristische Produkte (dwif/IZT 2005, S. 63 f.). Erwartet wird zukünftig ein kontinuierliches bis abgeschwächtes Wachstum bei Reisen in die Tschechische Republik. Die befragten Reiseveranstalter begründen diese Erwartung mit möglichen Preissteigerungen und der derzeitigen Wirtschaftslage in Deutschland.

UNGARN

Ungarn hat zahlreiche interessante und einzigartige Naturlandschaften und Nationalparks. Neben dem Balaton zählen der Heviz See, der Neusiedler See, die ungarische Steppe (Puszta) und der Nationalpark Hortobagy, die größte zusammenhängende, natürliche Grasheide Europas, zu den Highlights. Des Weiteren verfügt Ungarn über ein vielfältiges kulturelles Erbe. Ein Schwerpunkt liegt daher auch auf Städte- und Kulturreisen. Ein anderes wichtiges Standbein der ungarischen Tourismuswirtschaft sind die zahlreichen Thermal- und Heilbäder des Landes, die sich auf einen Reichtum an natürlichen Quellen begründet. Ferner sind Wein- und Gastronomietraditionen sowie ländlicher Tourismus zu nennen (http://www.hungary tourism.hu).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Tourismus hat in der Politik Ungarns eine hohe Bedeutung. Seit Ende 2004 zählt dieses Thema zum Verantwortungsbereich des ungarischen Premierministers. Bis zum Jahr 2010 soll das Verständnis für die Bedeutung des Marketings in der Tourismusindustrie und in der Bevölkerung besonders befördert werden. Der Auf- bzw. Ausbau eines positiven Images in den wichtigsten Quellmärkten sowie die Steigerung der Zahl der Ankünfte und Übernachtungen gehören zu den wichtigsten Zielen der Marketingstrategie Ungarns.

Von der ungarischen Tourismusbehörde wird aufgrund des großen Potenzials mittel- bis langfristig mit einem kontinuierlichen Wachstum des Anteils deutscher Übernachtungsgäste in Ungarn gerechnet. Insbesondere Events und Messeauftritte, aber auch individuelle Produktausschreibungen sollen dazu beitragen, dieses Ziel zu erreichen. Diverse Kooperationen, etwa mit deutschen Tourismusorganisationen, Reiseveranstaltern oder Transportunternehmen, sollen diesen Markt weiter erschließen.

Um Deutschland als Quellmarkt weiter auszubauen, soll insbesondere das Image Ungarns als touristische Destination verbessert werden. Eckpfeiler sind dabei die Hauptstadt Budapest, der Balaton, der Messe- und Kongresstourismus sowie der Gesundheitstourismus. Als Hauptzielgruppen aus Deutschland gelten Jugendliche, Familien und Senioren. Der Schwerpunkt des touristischen Angebotes und dessen Weiterentwicklung liegt auf hochwertigen bzw. zielgruppenspezifischen touristischen Produkten und Dienstleistungen. Die Weiterbildung der im Tourismus Beschäftigten und eine stärkere Serviceorientierung gelten als zentral für die Weiterentwicklung des Tourismussektors.

Schwerpunkte des Infrastrukturausbaus reichen vom Ausbau der Flughäfen und der Ansiedlung von Billigfluglinien über den Ausbau des Straßennetzes bis hin zu Fahrradwegen. Wellness- und Wasserparks stehen im Freizeitbereich im Mittelpunkt. Direktmarketing und -vertrieb sollen durch den weiteren Ausbau von Call Centern gefördert werden (dwif/IZT 2005, S. 45 f. und S. 73 f.).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Die befragten Outgoing-Reiseveranstalter sehen in der Destination Ungarn ein hohes Potenzial und erwarten mittel- bis langfristig ein kontinuierliches Wachstum des Anteils deutscher Übernachtungsgäste. Bereits heute gelten Dienstleistungsorientierung und Sprachkenntnisse der Beschäftigten in der Tourismuswirtschaft als Stärke des ungarischen Tourismus. Als Nachteil werden die starken regionalen Disparitäten genannt: Während West- und Zentralungarn mit der Hauptstadt prosperiert, weisen Süd-, Nord- und Ostungarn Entwicklungsdefizite auf (dwif/IZT 2005, S. 72 ff.).

ZYPERN

Die Lage der Insel Zypern im östlichen Mittelmeer – im Schnittpunkt zwischen Ost und West – hat ihre Entwicklung und Kultur seit mehr als 8.000 Jahren beeinflusst und geprägt. Das mediterrane Klima macht die drittgrößte Insel des Mittelmeers für Badeurlaub zusätzlich attraktiv (dwif/IZT 2005, S. 88; http://www.zypern.at).

TOURISMUSFÖRDERUNG UND -MARKETING

Zypern sieht sich im Jahr 2010 als »a qualitative tourist destination that will satisfy the visitor with various interests and quests and ensure the continuous improvement of the quality of life of the locals« (http://www.visitcyprus.org). Dabei wird explizit auch ein Bezug zur Regionalentwicklung hergestellt. Durch eine nachhaltigkeits- und qualitätsorientierte Tourismusstrategie soll die kontinuierliche Steigerung der Lebensqualität der Bevölkerung Zyperns gefördert werden. Dabei stellt man sich die

Aufgabe, die Einkünfte aus dem Tourismus zu erhöhen. Dies erfordert eine Zunahme touristischer Ausgaben, eine Reduzierung der Saisonabhängigkeit und des Weiteren eine Zunahme der Ankünfte (insbesondere der wiederkehrenden Besucher) sowie der Dauer der Aufenthalte. Zur Begleitung aller Maßnahmen soll ein Monitoring etabliert werden, damit die Umsetzung der Strategie als Ganzes effektiv gestaltet werden kann. Um Deutschland als Quellmarkt weiter zu erschließen, ist vom zypriotischen Fremdenverkehrsamt u.a. geplant, die Präsenz auf Messen zu steigern und verstärkt in den Printmedien zu werben (dwif/IZT 2005, S. 87 f.).

MARKTEINSCHÄTZUNG

Die Nachteile der Destination Zypern sind die politischen Probleme des geteilten Landes und unregelmäßige bzw. ungünstige Flugverbindungen. Über Wachstumsprognosen sind sich die Reiseveranstalter uneinig. Die einen sehen ein kontinuierliches Wachstum, die anderen aufgrund der schlechten Wirtschaftslage lediglich ein abgeschwächtes Wachstum (dwif/IZT 2005, S. 86 ff.).

FAZIT UND AUSBLICK 3.1.3

Das touristische Angebot der neuen Mitglieder wird von deutschen Reiseveranstaltern bisher noch zurückhaltend vermarktet. Insgesamt werden derzeit rund 900 Hotels in neuen EU-Ländern in deutschen Reisekatalogen angeboten. Zum Vergleich: Der Griechenlandkatalog nur eines Reiseveranstalters (Jahn-Reisen) enthält allein etwa 250 Hotels. Trotz der geringen Anzahl von etwa 11.600 Hotels in den neuen EU-Ländern, könnten mehr Hotels unter Vertrag genommen werden (Messe Berlin 2004, S. 18).

Um bei Urlaubs- und Geschäftsreisenden Interesse für die neuen EU-Länder zu wecken und deren Kenntnisse über diese Länder als touristische Destinationen zu verbessern, wird den dortigen Akteuren die Verstärkung profilbildender Marketingmaßnahmen, die Bündelung der Vermarktungsressourcen (z.B. in Form von Gemeinschaftswerbung) und die Professionalisierung der Internetauftritte empfohlen (Messe Berlin 2004, S. 14).

URLAUBSREISEN

Neben dem Städtetourismus und dem Tagestourismus in grenznahe Gebiete, können insbesondere die bereits etablierten Ferienorte, beispielsweise an der polnischen Ostsee und am Balaton in Ungarn, zukünftig attraktive Reiseziele sein. Als Bergwander- bzw. Wintersportreiseziele dürften für deutsche Urlaubsreisende Orte in der Hohen Tatra, im Riesengebirge und in den slowenischen Alpen interessant sein. Diese Reiseziele stellen insbesondere für preisbewusste Urlauber mit geringerem

Einkommen eine Alternative zu den etablierten europäischen Reisezielen dar (GWS 2005, S. 75).

STÄDTE- UND KURZREISEN

Neben diesen bisher schon gut positionierten Ferienorten werden insbesondere die Hauptstädte der neuen EU-Länder und einige weitere größere Städte (Danzig, Krakau) dauerhaft beliebte Kurzreiseziele der Deutschen bleiben bzw. werden. Durch die zunehmenden Angebote von Billigfluglinien – aus Deutschland gibt es beispielsweise nach Riga im März 2005 fünfzig Direktflüge pro Woche – ist zu erwarten, dass die auf diesem Weg direkt erreichbaren osteuropäischen Städte in den nächsten Jahren einen Ansturm deutscher Urlaubsreisender erleben werden. Dies könnte Auswirkungen auf den heimischen Markt für nationale Städtereisen haben. So könnte es zu einer Verlagerung von den westeuropäischen Destinationen zu den osteuropäischen Destinationen kommen, da die dortigen günstigen Preise einen erheblichen Wettbewerbsvorteil darstellen (GWS 2005, S. 74).

LÄNDLICHER TOURISMUS/TAGESTOURISMUS

Der ländliche Urlaubstourismus wird sich in vielen Regionen in den nächsten Jahren trotz Investitionsimpulsen durch EU-Fördermaßnahmen nur langsam entwickeln. Gründe hierfür sind vor allem unzureichende Tourismusinfrastrukturen sowie unterentwickelte und veraltete Verkehrsinfrastrukturen. Dagegen ist das Entwicklungspotenzial der grenznahen ländlichen Räume entlang der deutsch-polnischen und deutsch-tschechischen Grenze höher einzuschätzen, da sie infolge der erheblichen Kaufkraftunterschiede noch längere Zeit ein beliebtes Ziel für Tagestouristen bleiben werden. Dies könnte die wirtschaftliche Entwicklung der direkt benachbarten deutschen Grenzgebiete, insbesondere des dort beheimateten Einzelhandels, beeinträchtigen (GWS 2005, S. 75).

GESUNDHEITSTOURISMUS

Gute Chancen werden dem Gesundheitstourismus zugeschrieben. Das reichhaltige Angebot in hoher Qualität – v.a. in der Tschechischen Republik, der Slowakei und Ungarn –, sehr niedrige Preise und die im Binnenmarkt vorgesehene Kostenübernahme bei medizinischer Behandlung und Rehabilitation in den neuen EU-Ländern dürften zu einem beachtlichen Nachfragezuwachs führen (dwif/IZT 2005, S. 110). Wenn es insbesondere den gut ausgestatteten Heil- und Thermalbädern zudem gelänge, sich nach europäischen Standards auszurichten und zertifizieren zu lassen, dann könnte – insbesondere wegen erheblicher Preisdifferenzen innerhalb der EU – ein dauerhafter Patientenstrom aus Deutschland die Folge sein. In diesem Zusammenhang wäre von Interesse, ob durch eine grenzüberschreitende Zu-

sammenarbeit zwischen grenznahen tschechischen und deutschen Kurorten der Aufbau einer international wettbewerbsfähigen Gesundheitstourismusdestination möglich ist, der auch den beteiligten deutschen Kurorten zugute kommen könnte (GWS 2005, S. 75).

GESCHÄFTSREISEN

Die für die Zukunft allgemein erwartete wirtschaftliche Entwicklungsdynamik der neuen EU-Länder wird sich belebend auf den Markt für Geschäftsreisen auswirken. Viele deutsche Unternehmen verlagern ihre Standorte in die östlichen EU-Länder, wodurch neue wirtschaftliche Verflechtungen entstehen und damit Tätigkeitsfelder für entsprechend auf Länder bzw. Regionen spezialisierte Reisebüros, die durch ihr umfassendes Know-how dabei helfen können, den Aufwand und die Kosten von Geschäftsreisen in den jeweiligen Zielländern zu senken (GWS 2005, S. 75 f.).

Die neuen EU-Länder zeigen sich insgesamt als interessante und vor allem preisgünstige Destinationen, die allerdings noch wenig bekannt sind. Die Erschließung dieser neuen Märkte setzt – wie oben thesenartig zusammengefasst – voraus, dass sowohl die Reisebüros bzw. Reiseveranstalter als auch die entsprechenden Destinationen der osteuropäischen Zielländer ihre Vermarktungsanstrengungen intensivieren und dass v.a. die einheimischen Reisebüros ihre Angebotspalette neu gestalten.

MARKETINGSTRATEGIEN IN DEUTSCHLAND – DEUTSCHLAND ALS ZIELLAND 3.2

Überwiegend herrscht unter Experten die Erwartung, dass für den Incoming-Tourismus nach Deutschland die neuen EU-Länder interessante Quellmärkte mit zunehmenden Potenzialen sein werden. Es gibt allerdings auch einige Hemmnisfaktoren für Reisen von Bürgern aus den neuen EU-Ländern. Das Haupthindernis ist das relativ hohe Preisniveau. Außerdem erschweren noch unzureichende Transportwege das Reisen nach Deutschland. Hier müssen vor allem Flughäfen ausgebaut und weitere Fluglinien etabliert werden. Ferner ist Deutschland als Zielgebiet in den neuen EU-Ländern noch zu wenig bekannt. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie die deutsche Tourismuswirtschaft und -politik diese Entwicklung aktiv fördern kann (GWS 2005, S. 77 f.).

Im Folgenden wird kurz dargestellt, was die DZT und die Bundesländer planen, um die neuen EU-Länder als Quellmärkte zu erschließen.

DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS (DZT)

Die DZT konzentriert sich bei ihrer Marketingstrategie auf Basisthemen, die durch jährlich wechselnde Themenjahre ergänzt werden (http://www.deutschland-tourismus.de). Diese wiederum werden durch marktspezifische Themen in den Auslandsmärkten abgerundet. Die Basisthemen decken Standardsegmente wie Städtereisen oder Wellness ab, die mittelfristig wechselnden Themenjahre dienen der weiteren Marktstimulierung. Die Themenjahre erweitern die Angebotspalette des deutschen Tourismus, wirken im Außenmarketing Image fördernd und positionieren Deutschland im internationalen Wettbewerb. Im Rahmen ihrer Außenmarketingaktivitäten führt die DZT Studienreisen für Reisefachleute aus den neuen EU-Ländern durch. Sie organisiert Pressestudienreisen und Produktinformationsreisen zu verschiedenen Themen und in verschiedene Regionen Deutschlands. In Polen wurde außerdem eine Broschüre über Reisen in Deutschland (Podróze do Niemiec) herausgegeben. Sie enthält Angebote polnischer Reiseveranstalter zu den Schwerpunkten »Preiswertes Reisen«, Aktivurlaub und Business- und Messereisen.

Eine weitere wichtige Aktivität der DZT besteht darin, regelmäßig Marktanalysen durchzuführen und Marktinformationen, u.a. über die Reisemotivation der Bürger der neuen EU-Länder, zusammenzustellen. Die DZT kooperiert mit den Marketingorganisationen der Bundesländer und Partnern aus der Tourismuswirtschaft bei der Erstellung konkreter, kundenorientierter Angebote. Für Angebote mittelständischer Tourismusunternehmen übernimmt die DZT Akquisition und Vermittlung im Ausland.

DIE BUNDESLÄNDER

Das Gros der Bundesländer beschäftigt sich noch wenig mit der EU-Erweiterung und deren Konsequenzen für die deutsche Tourismuswirtschaft. Die Stadtstaaten Bremen und Hamburg und die Länder Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Saarland und Schleswig-Holstein thematisieren die Chancen und Potenziale einer EU-Erweiterung für den Tourismus nicht. Weder die Wirtschaftsministerien, noch die landeseigenen Tourismusmarketingorganisationen haben Strategien entwickelt, um Reisende aus den neuen EU-Ländern in ihre Regionen zu holen. Auch Bayern erwähnt die EU-Erweiterung nicht explizit, setzt jedoch auf aktives Außenmarketing in Kooperation mit der DZT, den DZT-Auslandsvertretungen und den im Ausland tätigen bayrischen Tourismusakteuren, um Auslandsmärkte zu erschließen (http://www.stmwivt.bayern.de/pdf/tourismus/Tourismusstandort.pdf, zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

Das *Land Berlin* geht in seinem Tourismuskonzept für die Hauptstadtregion Berlin (http://www.berlin.de/senwiarbfrau/doku/wirtschaft/tourismuskonzept.pdf) davon aus, dass durch die EU-Osterweiterung ein »mittelfristig spürbares Nachfragewachstum sowohl im Geschäfts-, Messe- und Kongresstourismus als auch im Urlaubstourismus« zu erwarten sei (S. 19). Die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) (http://www.btm.de oder http://www.berlin-tourist-information.de), für das professionelle Tourismusmarketing der Stadt Berlin zuständig, ordnet in der »Tourismus Marketing Planung 2002–2005« die Länder Mittel- und Osteuropas den so genannten C-Märkten zu. Diese stehen hinter Länder wie Deutschland, USA, Japan (A-Markt) oder Schweden, Frankreich, Niederlande (B-Markt) als potenzieller Quellmarkt für Reisen nach Berlin an dritter Position.

Für *Brandenburg* ist Polen der zweitwichtigste Quellmarkt. Um das Potenzial dieses Quellmarktes weiter auszuschöpfen, entwickelt die brandenburgische Tourismusmarketingorganisation Service- und Betreuungsangebote in polnischer Sprache und baut die Kooperation mit der polnischen Tourismusorganisation weiter aus. Im Rahmen dieser Kooperation werden tourismusrelevante Informationen ausgetauscht, Infrastrukturprojekte gefördert und gemeinsame Projekte und Konzepte entwickelt. Des Weiteren werden die Tschechische Republik und die Baltischen Staaten als Quellmärkte von mittlerer Priorität gesehen und Kontakte entsprechend ausgebaut (http://www.tmb-intern.de/media/ marketingplan_2005.pdf).

Mecklenburg-Vorpommern erwartet in seiner Landestourismuskonzeption (http://www.wm.mv-regierung.de/doku/Landestourismuskonzept_2010-oB.pdf) durch die EU-Erweiterung »ein spürbares Nachfragewachstum«. Allerdings werde die EU-Osterweiterung »den Wettbewerb zwischen den Destinationen der EU auch verschärfen« (S. 35). Polen beispielsweise verfügt ebenfalls über Ostseestrände und interessante Badeorte und kann zudem mit Preisvorteilen aufwarten (dwif/IZT 2005, S. 103).

Ungarn und die Tschechische Republik sind aufgrund ihrer wirtschaftlichen Kennzahlen für *Rheinland-Pfalz* die interessantesten Quellmärkte der neuen EU-Länder. Polen ist aufgrund seiner Größe interessant und die Baltischen Staaten wegen ihrer positiven wirtschaftlichen Wachstumsprognosen und des überdurchschnittlich hohen Interesses ihrer Bürger an Deutschland als Reiseland. In seinem touristischen Entwicklungskonzept plant das Land daher, seine Präsenz in diesen Ländern zu verstärken und die Quellmärkte mit speziellen Angebotspaketen und Themenreisen (z.B. Weinbau) zu erschließen (http://www.mwvlw.rlp.de/start/jframes.asp).

Sachsen arbeitet im Rahmen des Projekts »TourismPartners Europe« mit Mecklenburg-Vorpommern, Polen, der Tschechischen Republik, der Slowakei und der Ukraine an der touristischen Entwicklung gemeinsamer Grenzregionen, wie der Lausitz, der Ostseeküste und dem Erzgebirge, zusammen. Auch sollen Regionen in

den Sudeten, den Beskiden und den Karpaten gefördert werden. In diesem Projekt werden Marktinformationen und Personal ausgetauscht, gemeinsame Strategie entwickelt und Workshops, Seminare, Konferenzen, Arbeitsgruppen und Field Trips organisiert (http://www.ltv-sachsen.de).

In *Sachsen-Anhalt* zeichnet die »Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH« (LMG) (http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de) für das Außenmarketing des Bundeslandes verantwortlich. Allerdings setzt das Land bislang nicht auf ein spezielles Marketing in Polen oder anderen neuen EU-Ländern.

Die Landestourismuskonzeption *Thüringen* sieht gute Chancen, die neuen EU-Länder als Quellmärkte zu erschließen. Schon jetzt hat das Land einen überdurchschnittlich hohen Marktanteil bei den Reisenden aus Polen. Projekte und Kooperationen mit den jeweiligen Tourismusorganisationen sollen dabei helfen, Thüringen als Reiseland bekannter zu machen. Ein Beispiel dafür ist »Transromanica«, ein länderübergreifendes Projekt mit Sachsen-Anhalt, der italienischen Provinz Modena und Slowenien zum Erhalt und zur Popularisierung des romanischen kulturellen Erbes (http://www.th-online.de/_downloads/landestourismuskonzeption2004.pdf, zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

FAZIT UND AUSBLICK

Die hohe Zahl der Übernachtungen aus den beiden direkt benachbarten Länder Polen und der Tschechischen Republik, die vermutlich noch deutlich höhere Zahl der Tagesausflüge in die grenznahen deutschen Regionen bzw. Städte sowie die daraus zu erwartenden Einnahmen im Reiseverkehr sind Gründe genug für die deutsche Tourismuswirtschaft und -politik, um Anstrengungen zur weiteren Erschließung der neuen EU-Länder als Quellmärkte zu unternehmen (GWS 2005, S. 77).

Als Voraussetzung für einen effektiven Einsatz öffentlicher Fördergelder, sollten regionale Tourismuspotenziale analysiert werden. In Gebieten mit hohem Potenzial (»Cluster«) könnten dann die knappen öffentlichen Mittel der Tourismusförderung zielgerichtet und effizient eingesetzt werden (GWS 2005, S. 82). Die im internationalen Wettbewerb voraussichtlich chancenreichen nationalen Reiseziele könnten mit besonderer Intensität auf den zentralen osteuropäischen Quellmärkten beworben werden. Weitere Wettbewerbsvorteile der heimischen Tourismuswirtschaft könnten erschlossen werden, wenn es gelingt, Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der deutschen Tourismuswirtschaft, z.B. in Form steuerlicher Benachteiligung oder rechtlicher Vorschriften und Auflagen, durch Harmonisierung abzubauen. So liegen beispielsweise die Mehrwertsteuersätze für Hotels in 20 der 25 EU-Mitgliedsländer niedriger als in Deutschland.

URLAUBSREISEN

Die Bundesregierung erwartet, dass die rasch wachsende Kaufkraft der Bürger in den neuen EU-Ländern den Urlaubstourismus aus diesen Ländern positiv beeinflusst (Bundesregierung 2005, S. 19). Nahezu 50 % aller 2,8 Mio. polnischen und 46 % aller 393.000 ungarischen Übernachtungsreisenden nach Deutschland sind derzeit private Urlaubsreisen.[28] Das Gros aller getätigten Urlaubsreisen nach Deutschland waren längere Reisen mit mindestens vier Übernachtungen. Nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes und der DZT zählen zu den beliebtesten Zielgebieten und Städten der osteuropäischen Touristen die Metropolregionen Berlin, Hamburg und München sowie die Länder Bayern und Nordrhein-Westfalen. Neben Rundreisen haben insbesondere Städte- bzw. Eventreisen eine erhöhte Bedeutung, wobei diese oftmals als Kurzreisen getätigt werden.

Dass insbesondere die einheimischen Städte vom Incoming-Tourismus aus den osteuropäischen Ländern profitieren, ist sowohl durch ihre Attraktivität als auch durch ihre gute Erreichbarkeit bzw. Nähe begründet. Es ist zu erwarten, dass sich in den nächsten Jahren im Segment Städtereisen aufgrund des weiteren Markteintritts von Low Cost Carrier deutliche Veränderungen ergeben werden.

In den meisten osteuropäischen Ländern liegt der Marktanteil Deutschlands im Incoming-Urlaubsreiseverkehr jedoch deutlich unterhalb des entsprechenden Marktanteils im Incoming-Geschäftsreiseverkehr. Dies müsste Anlass sein für ein verstärktes Tourismusmarketing Deutschlands als Reiseland auf den osteuropäischen Quellmärkten. Die bevorstehende Fußballweltmeisterschaft 2006 könnte ein geeignetes Vehikel sein, um das bereits vorhandene Interesse der osteuropäischen Bürger für Deutschland in den neuen EU-Ländern zu erhöhen. Dies wird auch erforderlich sein, weil Deutschland vermutlich mittel- bis längerfristig zunehmend Konkurrenz von den internationalen »Schönwetter«-Urlaubszielen erhalten wird (GWS 2005, S. 78). Aufgrund klimatischer Nachteile werden die einheimischen Urlaubsgebiete an Nord- und Ostsee nur in geringem Umfang Nutznießer des EU-Beitritts sein. Ähnlich werden auch die deutschen Wintersportgebiete aufgrund der ausländischen Konkurrenz im Wettbewerb um osteuropäische Urlaubsgäste nur geringe Erfolgsaussichten haben.

28 Der Anteil an Vorausbuchungen und Pauschalreisen ist für einige der neuen EU-Länder sehr gering. Dies wird sich aber vermutlich in den nächsten Jahren insbesondere infolge des EWU-Konvergenzprogramms zur Vorbereitung der Einführung des Euro ändern, weil dann Wechselkursrisiken nicht mehr auftreten können (GWS 2005, S. 80).

TAGESTOURISMUS/STÄDTEREISEN

Es ist zu vermuten, dass sich der Tagestourismus nach Deutschland aufgrund des niedrigen Pro-Kopf-Einkommens und Preisniveaus in den beiden Nachbarländern Polen und Tschechische Republik auf die Großstädte – insbesondere Berlin und Dresden – konzentrieren wird.

Es bieten sich aber auch für viele gut erreichbare Städte neue Chancen im Segment der Städtekurzreisen. Dazu wäre eine Voraussetzung, sich auf den entsprechenden osteuropäischen Quellmärkten als attraktive Reiseziele zu präsentieren. Solche Maßnahmen werden bessere Erfolgschancen haben, wenn auf regionaler Ebene über Kooperationen entlang der touristischen Wertschöpfungskette Vermarktungspartnerschaften aufgebaut werden (GWS 2005, S. 80). Die ländlichen grenznahen Gebiete Mecklenburg-Vorpommerns, Brandenburgs, Sachsens und Bayerns werden vermutlich nur in geringem Umfang vom Tagestourismus aus den Nachbarländern profitieren können (GWS 2005, S. 77).

RUNDREISEN

Reisende aus den osteuropäischen Staaten bevorzugen neben Städtereisen v.a. Rundreisen durch Deutschland. So machen 55 % aller Polen, die eine Urlaubsreise nach Deutschland unternehmen, eine Rundreise (GWS 2005, S. 80). Aber auch tschechische und ungarische Urlaubsreisende erkunden Deutschland zu ca. 40 % im Zuge von Rundreisen. Werden diese durch Reiseveranstalter organisiert und durchgeführt, sind es häufig Busreisen. Dies schlägt sich auch im teilweise recht hohen Anteil des Reisebusses als Verkehrsträger im Rahmen der mehrtägigen Urlaubsreisen nach Deutschland nieder (Tab. 24). Von einer weiter wachsenden Nachfrage, welche Dienstleistungen von den entsprechenden osteuropäischen Reiseunternehmen bzw. Reiseveranstaltern primär im Inland nachgefragt werden und durch welche Maßnahmen der Markt für Rundreisen in Deutschland ausgeweitet werden kann.

GESCHÄFTSREISEN

Eine Auswertung der Übernachtungsreisen nach dem Zweck der Reise zeigt die große Bedeutung von Geschäftsreisen innerhalb des Reiseverkehrs der Mehrzahl der osteuropäischen EU-Länder nach Deutschland (Tab. 23).

TAB. 23 ZWECK DER ÜBERNACHTUNGSREISE NACH DEUTSCHLAND IN %

	Urlaubsreise	Geschäftsreise	Verwandte und Freunde
Baltikum	26	40	34
Polen	49	27	24
Tschechische Republik	26	53	21
Slowakei	18	55	27
Ungarn	46	21	33
Slowenien	32	46	22

Quelle: DTZ 2004

Mit kostengünstigen Teilnahme- und Übernachtungsgebühren für Messeteilnehmer könnten das Segment Geschäftsreisen gefördert und gleichzeitig Deutschland als internationaler Messestandort in Europa gestärkt werden. Wenn es der einheimischen Tourismuswirtschaft gelingt, kostengünstige Angebote mit qualitativ hochwertigem Service für Geschäftsreisende zu entwickeln, kann zudem von einem so genannten »Spill-Over-Effekt« auf den Incoming-Urlaubsreiseverkehr ausgegangen werden.

TRANSPORT

Momentan hat der Incoming-Flugreiseverkehr noch geringe Bedeutung. Nur aus den Baltischen Staaten reisen mit ca. 16 % deutlich mehr Urlaubsreisende mit dem Flugzeug an. Ohne Zweifel besteht die Gefahr, dass Deutschland im Urlaubstourismus mit den osteuropäischen Ländern bei einer voranschreitenden Expansion des Flugverkehrs Marktanteile an andere europäische Länder abgeben muss. Bleibt es bei der hohen Wachstumsdynamik der Ausgaben der osteuropäischen Länder im internationalen Ausreiseverkehr wird sich dies aber nicht zwangsläufig in einem Rückgang der absoluten Besucherzahlen niederschlagen (GWS 2005, S. 79).

Auch für die Deutsche Bahn AG ist der Beitritt der osteuropäischen Länder zur EU eine große Herausforderung. Erklärtes Ziel des Unternehmens ist es, »in enger Kooperation mit den Bahnen der neuen EU-Mitgliedsstaaten und durch rasche bedarfsgerechte Aufstellung neuer Angebote einen möglichst großen Anteil« des Verkehrsvolumens auf die Schiene zu bringen (Deutsche Bahn AG 2005). Tabelle 24 gibt einen Überblick über den Anteil der genutzten Verkehrsträger bei Urlaubsreisen nach Deutschland.

TAB. 24 VERKEHRSTRÄGER IM RAHMEN VON URLAUBSREISEN NACH DEUTSCHLAND (2004) IN %

	PKW	Reisebus	Bahn	Flugzeug
Baltikum	47,0	31,0	6,0	16,0
Polen	65,0	26,0	6,0	2,0
Tschechische Republik	74,0	17,0	3,0	6,0
Slowakei	54,0	28,0	17,0	1,0
Ungarn	58,7	7,6	30,2	3,5
Slowenien	71,0	–	29,0	–

Quelle: DZT 2004

HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Zwischen 20 % und 30 % aller Übernachtungsreisen nach Deutschland werden aufgrund privater Anlässe zu Verwandten und Freunden unternommen (Tab. 23). Daher erfolgt in den meisten Fällen auch die Unterkunft privat. Neben der bezahlten Übernachtung in Ferienwohnungen oder auf Campingplätzen werden insbesondere Hotels der niedrigen und mittleren Preisklasse aufgesucht. Trotz der prognostizierten starken Einkommenszuwächse werden sie vermutlich auch in den nächsten Jahren von den osteuropäischen Urlaubsreisenden bevorzugt werden.

Das einheimische mittelständische Hotellerie- und Gastronomiegewerbe ist insbesondere bei Rundreisen eine zentrale Anlaufstelle für osteuropäische Reiseveranstalter. Stellen sich die einheimischen Beherbergungseinrichtungen der entsprechenden Kategorie auf diese Zielgruppe mit geeigneten Angeboten ein, dürften sich neue Einnahmequellen ergeben. Dies könnte auch den Hotelbetrieben außerhalb der städtischen Zentren zugute kommen.

Generell gilt aber, dass es gerade für die kleinen Beherbergungsbetriebe in Deutschland häufig schwierig ist, sich im Marktsegment von Rundreisen zu behaupten. Zur Überwindung der Defizite einer kleinbetrieblichen Struktur könnte die Intensivierung der Bildung von regionalen und überregionalen Kooperationen eine Option sein. Diese Kooperationen sollten auch Aktivitäten entlang der weiteren touristischen Wertschöpfungskette mit einbeziehen, da dies zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen kann (GWS 2005, S. 79).

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich für das Zielland Deutschland, begünstigt durch seine Nähe zu vielen neuen EU-Ländern, gute Marktchancen im Bereich des Incoming-Tourismus eröffnen. Da zudem Reisende aus diesen Ländern

schon jetzt überdurchschnittlich häufig nach Deutschland reisen und dort eine hohe Wachstumsperspektive erkennbar ist, sind die neuen EU-Länder als Schlüsselmärkte für den Incoming-Tourismus nach Deutschland einzustufen. Besonderes Augenmerk sollte den Geschäftsreisen gelten, da sie einen großen Anteil der Übernachtungsreisen nach Deutschland ausmachen. Die zunehmende wirtschaftliche Integration zwischen alten und neuen EU-Mitgliedsländern wird den Geschäftsreisen-Tourismus beleben (Bundesregierung 2005, S. 19). Daraus ergibt sich für die deutsche Tourismuswirtschaft ein weitgehend saisonunabhängiges Nachfragepotenzial.

REISEN ANGESICHTS VON RISIKEN UND KRISEN V.

Mit der – tatsächlichen oder zukünftigen – Zunahme von Naturkatastrophen, terroristischen Anschlägen, organisierten kriminellen Aktivitäten, kriegerischen Auseinandersetzungen sowie verstärkt auftretenden gesundheitlichen Risiken gewinnt das Themenfeld Sicherheit und Risiko auch für den Tourismus eine immer stärkere Bedeutung. Wie die Tourismusbranche mit diesen Risiken und Krisen umgeht und zukünftig umgehen sollte, steht im Zentrum dieses Kapitels, das in wesentlichen Teilen auf den Gutachten von Adelphi Consult (2005) und der TU Dresden (2005) basiert.

TOURISMUS UND SICHERHEIT – DIE AUSGANGSLAGE 1.

Spätestens seit den Ereignissen in New York (2001), Djerba/Tunesien (2002), Jolo/Indonesien (2003) sowie in Algerien/Sahara (2004) gehören terroristische Anschläge, Entführungen und vergleichbare Aktivitäten zu den offensichtlichsten Sicherheitsrisiken im internationalen Tourismus.[29] Über die unmittelbare Bedrohung der Sicherheit touristischer Einrichtungen durch Terroristen und terroristische Vereinigungen hinaus ist unter dem Gesichtspunkt eines erweiterten Sicherheitsbegriffs[30] das Gefährdungspotenzial allerdings wesentlich umfassender (Adelphi Consult 2005, S. 1). Dies zeigen die Zunahme epidemischer Krankheiten (SARS, Vogelgrippe, Aids), politische Unruhen, Armut und soziale Spannungen in touristischen Zielgebieten, Waldbrände und anhaltende Trockenheiten oder aber wetter-, klima- oder geophysikalisch bedingte Hochwasser und Überschwemmungen. Latente oder konkrete Risiken für die Tourismusbranche in allen Bereichen müssen zusammengedacht werden.

Akute Bedrohungen durch Anschläge auf touristische Einrichtungen bzw. Touristen stellen zudem womöglich ein faktisch und empirisch geringeres Risiko dar als latente strukturelle Sicherheitsrisiken durch eine schleichende, zunehmende Verarmung von Gemeinschaften in touristischen Zielgebieten, durch Korruption oder Verfügbarkeit von Kleinwaffen sowie insbesondere auch durch die Folgen eines globalen Klima-

29 70 % der terroristischen (Selbstmord-)Anschläge seit 1968 fanden zwischen 2001 und 2003 statt. (Interview mit Bruce Hoffmann, Vizepräsident von RAND Washington vom 13.08.2003. http://usinfo.state.gov/xarchives/display.html?p=washfile-english&y=2003&m=August&x=20030813161611hrellekm0.1904261&t=usinfo/wf-latest.html).

30 Ein erweiterter Sicherheitsbegriff schließt soziale, politische, militärische, ökologische, ökonomische und kulturelle Aspekte ein.

wandels. Hier sind Ansatzpunkte zur strukturellen Bearbeitung von Krisen und Konflikten. Auch sollten Gefahrenabwehr und Krisenvorsorge nicht mehr ausschließlich als eine staatliche Aufgabe gesehen werden.[31]

Der Tourismussektor als Ganzes hat sich von den Terroranschlägen des 11. September 2001 und der Gesundheitsbedrohung durch SARS im Jahr 2003 vergleichsweise schnell erholt. Die Zerstörungen touristischer Infrastruktur in weiten Teilen Südasiens durch die Tsunami-Katastrophe an der Jahreswende 2004/05 scheinen die Tourismusindustrie vor Ort wie auch die Reiseveranstalter (durch Umleiten der Reiseströme in andere Destinationen) kompensieren zu können. Auch bestätigen die Ergebnisse einer aktuellen Repräsentativumfrage des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts nach dem Reiseverhalten von 1.000 Personen vor dem Hintergrund der aktuellen Flutkatastrophe in Südostasien frühere Krisenreaktionen: Das Empfinden von Bedrohung bei Reisewilligen lässt nach einem Ereignis schnell nach, und der Tourismus insgesamt erholt sich nach jeder Krise relativ schnell – vor allem bei Einmalereignissen und einmaligen Naturkatastrophen. Befragungen zufolge scheinen die Auswirkungen bisheriger Katastrophen und Krisen auf die Reisesaison 2005 gering: Nur 1 % der Befragten will ein anderes Reiseziel als das ursprünglich geplante wählen, 1 % verzichtet aufgrund der Flutkatastrophe auf eine Reise, 3 % sind in ihrem Verhalten noch unschlüssig, aber 95 % ändern ihre Urlaubspläne überhaupt nicht (Opaschowski 2005, S. 12).

Dennoch bleibt grundsätzlich die Frage, wie die Tourismusbranche zukünftig reagieren wird, wenn die Risiken häufiger und verstärkt auftreten und sich in ihren Auswirkungen verstärken. Wohl nicht unbegründet ist die Annahme, dass (neue) Sicherheitsrisiken ein bisher unbekanntes Ausmaß annehmen können, einmal aufgrund der Verselbständigung von Gewaltoptionen in Form nichtstaatlicher Kriege wie religiöse und ethnische Auseinandersetzungen (Fox 2004), weiterhin, weil sich Epidemien häufiger innerhalb kürzester Zeit global ausbreiten können, und schließlich weil extreme Wetterereignisse weltweit zunehmend zum normalen Wetterzyklus bei wachsendem Schadensausmaß zu gehören scheinen.

Punktuelle Krisensymptome könnten in eine Situation kontinuierlicher Unsicherheit und ubiquitärer Gefährdung münden und sich mit einem geschärften Sicherheitsbewusstsein der Reisenden und erhöhter Sensibilität für Gesundheitsrisiken und Gesundheitsvorsorge verbinden. Wird der Tourismusmarkt auch dann noch flexibel durch die Wahl und Entwicklung neuer Destinationen reagieren können und über ausreichende Optionen der Marktanpassung verfügen, um diesen Risiken an-

31 Der im Mai 2004 verabschiedete »Aktionsplan zivile Krisenprävention« der Bundesregierung betont, dass »Krisenprävention […] ein kohärentes und koordiniertes Handeln aller beteiligten staatlichen und nichtstaatlichen Akteure« erfordert (Bundesregierung 2004a).

gemessen zu begegnen? Werden – bei einem Übergang von punktuellen Krisen zu Krisensyndromen – die Reisenden auch dann noch vergleichbar gelassen reagieren?

Im Folgenden sollen die Dimensionen der Herausforderung anhand der Kategorien »Natur und Klima«, »Terror und Kriminalität« sowie »Gesundheit und Epidemien« verdeutlicht werden (Kap. V.2). Es folgen Überlegungen zur Risikokommunikation (Kap. V.3), und in Kapitel V.4 werden auf nationaler und internationaler Ebene die Konzepte des Risiko- und Krisenmanagements der verschiedenen Tourismusakteure analysiert. Aspekte des Reiseversicherungsmarktes werden in Kapitel V.6 behandelt, bevor in Kapitel V.7 einige Schlussfolgerungen skizziert werden.

RISIKEN UND KRISEN IM TOURISMUS 2.

Sicherheit als Begriff umfasst die Aspekte der Vorbeugung und Vermeidung bestimmter negativer Ereignisse. Sicherheit wird eher als angestrebter und wünschenswerter, jedoch nicht realisierbarer Zustand wahrgenommen; vollkommene Sicherheit gibt es nicht. Sicherheit kann anhand der beiden englischen Begriffe »Safety« und »Security« weiter differenziert werden (TU Dresden 2005, S. 2). Safety bezieht sich hierbei auf die technische Sicherheit, beispielsweise touristischer Infrastrukturen (Verkehrssysteme, Beherbergungsanlagen, Gesundheitseinrichtungen) unter Einbeziehung des Faktors Mensch verbunden mit meist passiven (technischen) Sicherheitsmaßnahmen. Security beinhaltet eher aktive Sicherheits- und Schutzelemente vor Gefahren (Diebstahl, Beschädigung oder Zerstörung) durch menschliche Aktivitäten.

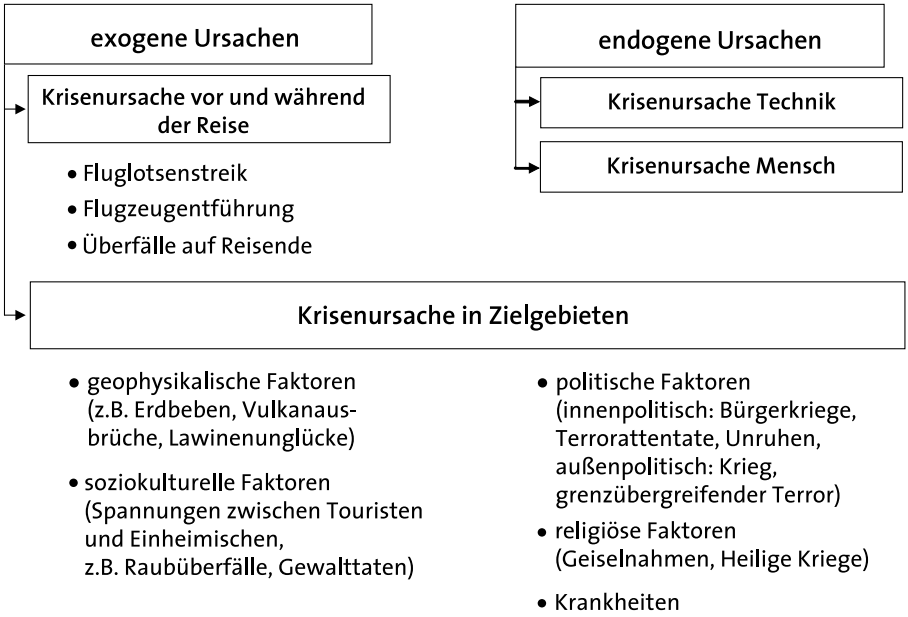
Risiken bezeichnen situative oder zukünftig mögliche Bedrohungen. Risiken im Tourismus können differenziert werden in allgemeine Risiken, von denen sowohl Einheimische und Touristen gleichermaßen betroffen sind, und spezifische touristische Risiken, bei denen das touristische System in höherem und speziellem Maß beeinflusst wird. Des Weiteren können ökonomische, soziale, ökologische, technische, psychologische und politische Risiken als ursächlich für Sicherheitsprobleme im Tourismus unterschieden werden (TU Dresden 2005, S. 2). Viele lassen sich hinsichtlich ihres Zeitpunktes und ihres Umfangs nur schwer vorhersehen, dennoch bleiben Möglichkeiten, sich darauf vorzubereiten.

Krisen[32] lassen sich als manifeste, erhebliche Bedrohungen – zumeist unter Bedingungen der Unsicherheit und des Zeitdrucks – charakterisieren. Sie sind als Prozesse zu verstehen, in deren Verlauf sich die Bedrohung ändern kann. Hinsichtlich der

32 Krise (aus dem Griechischen abgeleitet) bedeutet »Entscheidung«, »Wendepunkt« oder »Höhepunkt einer gefährlichen Entwicklung«; im Deutschen ist der Begriff weitgehend negativ besetzt.

Ursachen für Krisen im Tourismus wird häufig zwischen endogenen und exogenen Bedingungen unterschieden (Abb. 8). Endogene Ursachen resultieren aus menschlichen und technischen Fehlern in der Unternehmung. Die von außen auf den Tourismus wirkenden exogenen Ursachen treten vor, während der Reise und im Zielgebiet auf.

ABB. 8 **URSACHEN FÜR KRISEN IM TOURISMUS**



Quelle: nach Kuschel/Schröder 2002, S. 12 in Anlehnung an Dreyer et al. 2001, S. 11; s.a. Dreyer et al. 2004, S. 215

Die häufigsten und zugleich bedeutsamsten im Tourismus auftretenden Krisen bzw. Sicherheitsprobleme lassen sich folgendermaßen einteilen:

› Natur-, Umwelt- und Klimakatastrophen
› Gewalt, Terror, Kriminalität
› Epidemien, generelle und umweltbedingte Krankheitsrisiken

Um diese Kategorien geht es im Folgenden.

NATURKATASTROPHEN UND KLIMAWANDEL 2.1

Das System Tourismus ist wie kaum eine andere Branche und ihre Kunden von den Gegebenheiten der Natur und der Landschaft abhängig. Wetter, Klima und Natur haben für den Tourismus sowohl standortgründenden als auch standortdifferenzierenden Charakter, sie besitzen Einfluss sowohl auf das touristische Angebot als auch auf die touristische Nachfrage. Klima und Natur bestimmen zum großen Teil, ob und wie ein Gebiet für touristische Aktivitäten in Frage kommt, das Wetter ist bestimmend, ob diese Aktivitäten auch tatsächlich ausgeübt werden können (Elsasser et al. 2002, S. 42). Naturkatastrophen und extreme Wetterlagen sind deshalb für den (internationalen) Tourismus mehr als nur ein Störfaktor, und der Klimawandel wird in der Zukunft erhebliche Konsequenzen für zahlreiche Regionen haben.

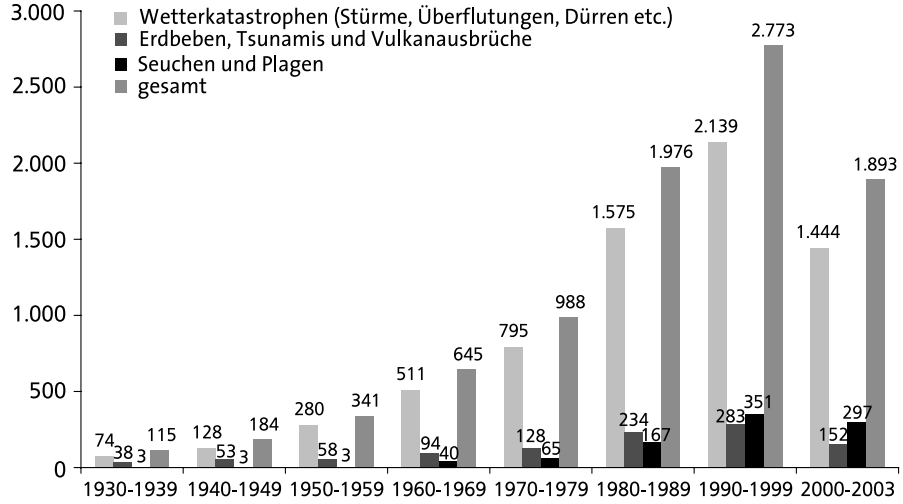
»Arten von Klima- und Naturkatastrophen«

- Erd- und Seebeben, Vulkanausbrüche
- tropische und andere Wirbelstürme, Tornados, Gewitter, Schneestürme
- Hochwasser, Überschwemmungen
- Dürren, Brandkatastrophen
- Lawinen und Muren
- Insektenplagen
- generelle Klimaänderung: Anstieg des Meeresspiegels und der Schneefallgrenzen, Wüsten- und Ödnisbildungen; toxische Algen- und Quallenplage in den Meeren, Malariaausbreitung

Naturkatastrophen lassen sich nur teilweise vorhersagen, und die Wahrscheinlichkeit des Auftretens ist für verschiedene Regionen bzw. geographische Lagen unterschiedlich (z.B. erdbebengefährdete Gebiete, Stürme in Tropen und Subtropen, Überschwemmungen in Fluss- und Meeresgebieten). Die größte Gefährdung (besonders durch Erdbeben und Stürme) besteht dabei für Ballungsgebiete bzw. Megastädte – sie sind allen klassischen Gefahren ausgesetzt und dabei überproportional exponiert. Allein in den 50 größten Städten leben z.Z. mehr als 500 Mio. Menschen, und die Verstädterung schreitet global rapide voran. Agglomerationen wie beispielsweise Tokio, Kuala Lumpur, San Francisco Bay und Los Angeles wachsen trotz extremer Erdbebengefahr ungebremst weiter, ebenso Megacitys in ärmeren Ländern, die tropischen Stürmen und Überschwemmungen mit zumeist verheerenden Folgen ausgesetzt sind. Es sei nur eine Frage der Zeit, bis ein Megadesaster eine Agglomeration heimsuche, heißt es in einer jüngsten Expertise der Münchener Rückversicherung (2005).

Überschwemmungen sind neben Stürmen die häufigste Ursache für Schäden aus Naturereignissen. Von den ca. 800.000 Todesopfern, die nach Erkenntnissen der Münchener Rück zwischen 1980 und 2003 bei Naturkatastrophen umkamen, starben knapp 60 % bei Sturmfluten und Überschwemmungen. Rund ein Drittel aller Schadensereignisse sowie zugleich volkswirtschaftlicher Schäden sind weltweit auf diese Ereignisse zurückzuführen. Gab es Mitte des letzten Jahrhunderts nur sechs große Katastrophen dieser Art, so waren es in den 1990er Jahren schon 26 mit verursachte Schäden von über 200 Mrd. US-Dollar (über 20 Mrd. Euro Schaden bei der Flutkatastrophe 2002 in Mitteleuropa). Ganz ähnlich sieht die Situation hinsichtlich der weltweiten Entwicklung bei Sturmkatastrophen aus, und man kann davon ausgehen, dass ihre Zahl in Zukunft weiter steigt (Münchener Rück 2005; Swiss Re 2004).

ABB. 9 ENTWICKLUNG DER NATURKATASTROPHEN VON 1930–2003



Quelle: nach EM-DAT: The OFDA/CRED International Disaster Database (http://www.em-dat.net)

Zwar gibt es vereinzelt Bemühungen, den *Katastrophenschutz* zu verbessern – z.B. Küstenschutz durch Aufforstungen und Mangrovenpflanzungen in Vietnam, Zufluchtstätten durch spezielle bauliche Maßnahmen für die von Überflutungen regelmäßig heimgesuchten Menschen in Bangladesch –, doch generell ist das Leben für

die meisten Menschen dort nicht sicherer geworden. Auch hat die *Katastrophenprävention* nach wie vor einen zu geringen Stellenwert.

Im sog. »Aktionsplan für eine sichere Welt« der UN von 1994 wird zwar nachdrücklich die Errichtung von Frühwarnsystemen gefordert, auch sollte laut dieser »Yokohama-Strategie« der Katastrophenschutz Eingang in die schulischen Curricula finden, jedoch folgten den Willenserklärungen zu selten Taten. Präventionsstrategien und Risikoerziehung sind in den meisten Ländern die Ausnahme geblieben. Obwohl beispielsweise die Tsunami-Gefahr für den Indischen Ozean allgemein bekannt war, fehlte dort ein entsprechendes Warnsystem – ebenso wie in vielen anderen von Naturkatastrophen bedrohten Regionen.

NATURKATASTROPHEN 2004

Das Jahr 2004 war geprägt von dramatischen Folgen von Erdbeben und tropischen Wirbelstürmen. Daneben gab es außergewöhnliche Naturereignisse in bisher selten betroffenen Gebieten. Ein extrem starkes Seebeben traf am 26. Dezember 2004 den Norden Sumatras; seismische Flutwellen (Tsunamis) brandeten mit großer Wucht gegen weit entfernt liegende Küstenabschnitte. Hunderttausende wurden getötet oder verletzt, Millionen obdachlos. Am schwersten betroffen waren z.T. dicht besiedelte Küstenabschnitte in Indien, Indonesien, Sri Lanka und Thailand. Besonders stark waren auch touristische Destinationen betroffen (Münchener Rück 2005).

Das Jahr 2004 war schon bis zum Dezember das teuerste Naturkatastrophenjahr aller Zeiten. Die volkswirtschaftlichen Schäden verdoppelten sich im Vergleich zum Vorjahr und summierten sich auf über 145 Mrd. US-Dollar. Die Schäden aus dem Seebeben vom 26. Dezember lassen sich noch nicht genau beziffern. Das Erdbeben vom 27. Oktober im Nordwesten Japans (Niigata) schlägt mit rund 30 Mrd. US-Dollar zu Buche und ist nach den Erdbeben von Kobe 1995 (100 Mrd. US-Dollar volkswirtschaftlicher Schaden) und Northridge (44 Mrd. US-Dollar volkswirtschaftlicher Schaden) das drittteuerste Beben bisher. Der Durchschnitt der letzten zehn Jahre lag bei 70 Mrd. US-Dollar Schadensbilanz. Von den rund 650 analysierten Ereignissen gingen etwa 80 auf das Konto geologischer Gefahren (70 Erdbeben; 10 Vulkanausbrüche). Etwa die Hälfte entfiel auf Stürme und Unwetter, die zugleich über 90 % der gesamten versicherten Schäden ausmachten.

Bereits ohne das Seebeben hatten Naturkatastrophen über 15.000 Todesopfer gefordert. Die Karibik erlebte zwei folgenschwere Katastrophen: Bei Sturzfluten und Überschwemmungen im Mai kamen in Haiti und der Dominikanischen Republik über 2.000 Menschen ums Leben, über 30.000 Obdachlose waren zu verzeichnen. Beide Länder wurden dann im September von einem Hurrikan verwüstet, der weitere Opfer forderte. Am 24. Februar erschütterte ein Erdbeben den Norden Marokkos und kostete 640 Menschen das Leben (Tab. 25).

TAB. 25 NATURKATASTROPHEN 2004 (REIHENFOLGE NACH OPFERN)

Datum	Region	Ereignis	Todesopfer
Dezember	Indonesien u.a.L.	Seebeben, Tsunami	> 300.000
Juni-August	Bangladesch u.a.L.	Überschwemmungen	> 2.000
Mai	Haiti, Dom.Rep.	Überschwemmungen	2.000
September	Haiti, Dom.Rep.	Hurrikan	2.000
Juni-September	China	Überschwemmungen	2.000
November	Philippinen	Taifun	775
Februar	Marokko	Erdbeben	640
März	Madagaskar	Wirbelsturm	237
Mai	Myanmar	Wirbelsturm	220
Januar	Bangladesch, Nepal	Kältewelle	200

Quelle: Münchener Rück 2004b

Tabelle 26 soll verdeutlichen, dass die Auswirkungen von Naturkatastrophen hinsichtlich der Zahl der getöteten Menschen auf der einen Seite und den entstandenen volkswirtschaftlichen Schäden auf der anderen Seite häufig nicht kongruent sind.

TAB. 26 NATURKATASTROPHEN 2004 (REIHENFOLGE NACH SCHÄDEN)

Datum	Region	Ereignis	Todesopfer	Schäden in Mio. US-$
Oktober	Japan	Erdbeben	40	28.000
August	USA, Karibik	Hurrikan	32	21.300
September	USA, Karibik	Hurrikan	125	20.000
Dezember	Südostasien	Tsunami	300.000	20.000
September	USA, Karibik	Hurrikan	39	8.400
Juni-September	China	Überschwemmungen	2.000	7.800
September	USA, Karibik	Hurrikan	2.000	6.600
September	Japan, Korea	Taifun	41	6.000
Juni-August	Bangladesh u.a.	Überschwemmungen	2.200	5.000
Oktober	Japan	Taifun	80	2.500

Quelle: Münchener Rück 2004b

So fordern Katastrophen in weniger entwickelten Ländern oftmals eine enorm hohe Zahl an Menschenleben, bei relativ geringeren finanziellen Schäden, während in Industrieländern Katastrophen zumeist höchste finanzielle Schäden verursachen, die Zahl getöteter Menschen jedoch vergleichsweise niedrig liegt.

»Wir sehen uns erneut in der seit langem geäußerten Annahme bestärkt, dass der – mit hoher Sicherheit vom Menschen ausgelöste – Klimawandel zu einer Häufung und Intensivierung von außergewöhnlichen Wetterereignissen führen wird« – so Gerhard Berz (Münchener Rück 2004b) vor dem Hintergrund, dass die Hurrikansaison im Atlantik und die Taifunsaison im Pazifik außergewöhnlich waren:

- Ende März 2004 bildete sich vor der brasilianischen Küste zum ersten Mal ein Hurrikan, der im Bundesstaat Santa Catarina schwere Gebäudeschäden anrichtete. Das Gebiet galt bisher aufgrund der niedrigen Wassertemperaturen im Südatlantik als hurrikanfrei.
- Weitere Hurrikane trafen auf ihren Zugbahnen durch die Karibik in kürzester Folge zahlreiche Inselstaaten schwer. Innerhalb nur weniger Wochen trafen diese vier schweren Stürme dann auch Florida.
- Japan wurde zwischen Juni und Oktober 2004 von 10 tropischen Wirbelstürmen getroffen – eine Rekordzahl, wie sie seit Beginn durchgängiger Wetteraufzeichnungen im ganzen letzten Jahrhundert nie erreicht wurde.
- Gegen Ende der Taifunsaison wütete der tropische Sturm Winnie Ende November 2004 mit sintflutartigen Regenfällen über den Philippinen.

Europa blieb 2004 zwar von extremen Unwettern weitgehend verschont, Aufsehen erregten jedoch einige kleinere Tornados in Deutschland, Frankreich, Italien und Großbritannien, die aber nur geringe Schäden anrichteten. Das Thema Klimaänderung und Folgen gehört aber auf EU-Ebene zu den Prioritäten politischer Aktivitäten. Im Bericht über die Umweltpolitik 2004 stellt die EU-Kommission fest, dass die aktuellen Informationen über Trends in Klimaänderung und Auswirkungen auf die gesamte Umwelt, die Informationen über Treibhausgasemissionen und die neuen Erkenntnisse über den möglichen Umfang und die potenziellen Folgen zur Besorgnis Anlass geben. So wird konstatiert, dass insbesondere die Treibhausgasemissionen im Verkehr weiterhin enorm gestiegen sind und fast ein Viertel über dem Stand von 1990 liegen. Der Bericht erläutert, dass bis 2050 die Klimaänderung zu einem Aussterben eines Drittels aller Tier- und Pflanzenarten führen könnte. Zudem könne das Abschmelzen der Gletscher in Europa die Trinkwasserversorgung und die Reserven für Bewässerung und Erzeugung von Elektrizität gefährden, überdies den (Ski)Tourismus in den Alpen zum Erliegen bringen (Europäische Kommission 2005b). Das folgende Szenario aus dem Jahr 2020 soll eine mögliche Zukunft für den Tourismus aufzeigen (Adelphi Consult 2005, S. 9 f.).

EXKURS 2020: FOLGEN DER KLIMAÄNDERUNG

Folgen von Klimaänderungen, wie der Anstieg der hitzebedingten Todesfälle und Krankheiten, zeigen sich auch in Mitteleuropa. Länder wie Frankreich und Deutschland haben aus den Extremsommern der Jahre 2003, 2007 und 2011 gelernt und weit reichende Notfallpläne verabschiedet, um zu gewährleisten, dass die medizinische Infrastruktur der großen Anzahl an Hitzeopfern gerecht werden kann. Bereits seit der Jahrtausendwende klagen die Wintersportgebiete in den Alpen, aber auch in den deutschen Mittelgebirgen zunehmend über Schneemangel infolge der milden Winter. In modernen Wintersportorten wird heute fast ausschließlich auf Kunstschnee gesetzt. In der Randmeerregion der Nordsee haben Stürme und Niederschläge in Häufigkeit und Intensität zugenommen, mit erheblichen Auswirkungen für die Deutsche Bucht und Extremwasserständen an Ems, Weser und Elbe (Schellnhuber/Sterr 1993; Sterr et al. 1995). Überschwemmungen im Nordseeküstenraum treten häufig auf, ebenso erhebliche Landverluste. Die zunehmende Frequenz extremer Wetterereignisse und die damit verbundenen Schäden haben schließlich u.a. die regionale Tourismuswirtschaft vor erhebliche Probleme gestellt. Allerdings kann sich Europa glücklich schätzen, dass es sowohl im Osten als auch im Norden Urlaubsziele hat, die sich mittlerweile durch ihre milden klimatischen Bedingungen großer Beliebtheit erfreuen. Gibt es also doch Gewinner der Klimaveränderungen?

Noch einschneidendere Folgen des Klimawandels sind in anderen Teilen der Welt festzustellen – beispielsweise in Ägypten. So zeigt sich heute, dass der Meeresspiegel hier viel stärker als erwartet angestiegen ist, mit erheblichen Folgen für das Nildelta. Bereits in naher Zukunft müssen zwei Millionen Bewohner der Region Alexandria umgesiedelt werden. Dies wird einen erheblichen Verlust an Arbeitsplätzen und volkswirtschaftlichem Einkommen mit sich bringen. Schon heute ist ein Eindringen von Meerwasser in viele Süßwasserquellen zu verzeichnen. Gleichzeitig ist es in den letzten 20 Jahren zu einem deutlichen Temperaturanstieg und zu einer Abnahme der Niederschlagsmengen gekommen. Beides hat gravierende Auswirkungen auf die landwirtschaftliche Produktion, die Böden leiden unter Versalzung. Da sich seit 2000 die Bevölkerungszahl auf 115 Mio. verdoppelte, kommt es zu Engpässen bei der Versorgung. Nahrungsmittel müssen in großem Umfang importiert werden, Wasserrationierungen sind an der Tagesordnung. Diese Entwicklungen haben zu deutlichen Einbrüchen im Tourismusgeschäft geführt. Deshalb hat Ägypten in Zusammenarbeit mit anderen Mittelmeerländern 2015 einen Aktionsplan »Wiederbelebung des Mittelmeerraums als touristische Zieldestination« auf den Weg gebracht, um – im wahrsten Sinne des Wortes – verlorenes Terrain wiederzugewinnen.

RÜCKBLICK UND AUSBLICK

In zahlreichen Publikationen, in wissenschaftlichen und politischen Gremien und Veranstaltungen wird auf den kausalen Zusammenhang zwischen den zunehmenden Naturkatastrophen und der anthropogenen Klimaänderung hingewiesen. Nach Meinung vieler Experten werden sich der globale Klimawandel – sowie die damit verbundene Zunahme extremer Witterungsverhältnisse – zu einer ernsten Gefahr entwickeln, wenn nicht bald einschneidende Maßnahmen ergriffen werden (Deutscher Bundestag 2005; Europäische Kommission 2005a; Münchener Rück 2005).

Der Tourismus zählt zu denjenigen Wirtschaftszweigen, die besonders von einer Klimaänderung betroffen wären. Diese führt auf verschiedenen Ebenen zu einem veränderten Verteilungsmuster touristischer »Gunst- und Ungunsträume«. Die Diskussionen und Maßnahmen im Tourismus dürfen sich dabei nicht auf Anpassungsstrategien (z.B. Indoor- statt Outdooraktivitäten, Standortverlagerungen, neue Aktivitäts-Angebote etc.) beschränken, sondern ebenso sind Vermeidungsstrategien (z.B. Optimierung des Energieeinsatzes, Verkehrsmaßnahmen, Emissionsvermeidung) notwendig, um das Ausmaß und die Geschwindigkeit einer Umwelt- und Klimaänderung zu reduzieren. Der Tourismus als Mitverursacher des anthropogenen Treibhauseffektes muss – schon aus ureigenem Interesse – dazu einen relevanten Beitrag leisten (Elsasser et al. 2002, S. 44; Sperling/Szekely 2005).

Die Konsequenzen, die sich für Wissenschaft, Politik und insbesondere auch die Tourismuswirtschaft ergeben, sind u.a. (Bundesregierung 2004b; Haedrich et al. 1998; Münchener Rück 2004a):

- Überprüfung bzw. Reduzierung des Einsatzes emmissionsträchtiger und klimaschädigender touristischer Verkehrs- und Transportmittel.
- Überprüfung und Regulierung der Landnutzung in hoch gefährdeten Landschafts- bzw. insbesondere Küstenbereichen: die weltweit zunehmende Besiedlung und Bebauung der Küsten- und Gewässerzonen bzw. gefährdeter Landschaften insgesamt insbesondere mit Industrieanlagen und auch touristischer Infrastruktur hat die Bedeutung von Stürmen und Überschwemmungen – bzw. Naturkatastrophen allgemein – stark ansteigen lassen.
- Verzicht (von touristischen Anbietern bzw. Reiseländern) auf eine gezielte Erschließung bzw. kurzfristige (ökonomisch) optimale Vermarktung noch unverbrauchter Landschaften für neue touristische Destinationen.
- Staatenübergreifende gemeinsame Entwicklung (durch Quell- und Zielländer) von räumlichen Tourismusplänen des Gastlandes unter Erarbeitung von gesellschaftlich abgestimmten Umweltqualitätszielen.

- Erstellung von Entwicklungszielen bzw. Zielvorstellungen zur Umweltsicherung/touristischer Infrastruktur, Prüfung und Evaluation der Verträglichkeit der Aktionsprogramme (Umwelt-/Tourismusverträglichkeit).
- Gemeinsame Aufklärungskampagnen von Reisenden und einheimischer Bevölkerung durch Regierungsorganisationen, NGO und Reiseveranstaltern zu Umweltfragen und ökologischen Voraussetzungen des Tourismus. Verbesserung des Risikobewusstseins der potenziell betroffenen Bevölkerung und der Entscheidungsträger, wie auch aller Akteure des Tourismus.
- Ausbau eines umweltverträglichen und nachhaltigen Tourismus; möglichst geringe Eingriffe in den Naturhaushalt, möglichst geringer Landschaftsverbrauch, Erhalt der Ressourcen bzw. der ökologischen Funktionen.
- Tourismus als Steuerungsinstrument der Regionalentwicklung mit einer breit gefächerten Wirtschaftsstruktur zur nachhaltigen Verbesserung der Lebensqualität der Einheimischen; Förderung von entsprechenden Initiativen auf lokaler und überregionaler Ebene zum Aufbau einer geeigneten touristischen Infrastruktur.
- Verbesserung der Kenntnisse über Tsunamis und die Gefährdung der Küstengebiete, über die Mechanismen von Überschwemmungen durch Fluten, Stürme und extreme Niederschlagsereignisse. Verbesserung der Reaktions- bzw. Kompensationsstrategien. Schaffung von Kommunikationsstrukturen und Aktionsmechanismen, um schnell auf Warnungen zu reagieren. Einrichtung geeigneter Warnsysteme für alle gefährdeten Regionen.

Erdbeben und Vulkanausbrüche lassen sich durch solche Maßnahmen nicht verhindern, diesen Gefahren können Menschen allenfalls nur ausweichen. Verhindern könnte man aber möglicherweise noch häufigere Dürren, Stürme und Überschwemmungen sowie weitere umfänglich diskutierten Folgen des Verbrauchs von fossilen Energieträgern, die die Erdatmosphäre immer weiter aufheizen.

Der »harte Tourismus«, ein Produkt von Zuwachsraten, Reisegeschwindigkeit und Urlaubskomfort, Bauboom, Ausverkauf von Boden, Wasser und Landschaft hat vielerorts die Ökologie aus dem Gleichgewicht gebracht. Diese Tourismusmaschinerie müsste erheblich ins »Stolpern« kommen, Massentourismus und Umweltschutz eine Art Vernunftehe eingehen, um diese Entwicklung abzumildern (Opaschowski 2005, S. 67). Gerade weil viele Urlaubsreisende häufig nach intakten Natur- und Lebensräumen suchen, sind entsprechende neue Tourismuskonzepte und Marktstrategien notwendig, die sich jedoch nicht auf die Entwicklung strukturell alternativer Tourismusangebote im Sinne eines Nischentourismus in »exemplarischen Ökoidyllen« verkürzen lassen dürfen. Die strukturellen Defizite des Tourismus, insbesondere fortgesetztes Wachstum, ungebremste Mobilität und andauernde Fehlnutzung von Lebensräumen, sind die Ansatzpunkte, damit konflikthafte Folgeerscheinungen der Tourismusentwicklung reduziert, rückgängig gemacht oder gar vermieden werden. Dabei hätte die Palette denkbarer Maßnahmen über die bis-

lang punktuellen Aktivitäten (z.B. Infrastruktur- und Kapazitätsbeschränkungen, Verkehr, Lenkung der Reiseströme, großräumige Ausweisung von strikten Schutzgebieten) hinauszugehen (Revermann/Petermann 2003, S. 135, s.a. Baumgartner/Röhrer 1998).

GEWALT, KRIMINALITÄT UND TERROR 2.2

In Urlaubsdestinationen tritt sehr häufig Gewalt auf, insbesondere in Form krimineller Handlungen. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Touristen führen meist Wertgegenstände und Bargeld mit und verhalten sich unangepasst. Die Kriminalität in einer Destination kann auch durch den Tourismus selbst gefördert werden und eine Zunahme von kriminellen Handlungen an Flughäfen, Stränden oder Touristenattraktionen mit sich bringen. Auch das Verhalten der Touristen kann zu verstärkter Kriminalität führen, beispielsweise zu Drogenhandel oder Prostitution (TU Dresden 2005, S. 9).

»Unsicherheit und Risiken durch Kriminalität und Gewalt«

- Kriminalität: Diebstahl, Überfälle, Raub, Betrug, Brandstiftung
- Terrorismus: terroristische Anschläge auf touristische Ziele, Großereignisse sowie auf Personen
- politische Instabilitäten: Krieg, Bürgerkrieg, Staatsstreich, Unruhen
- Geiselnahmen, Entführungen, Erpressungen
- Störungen betrieblicher und/oder infrastruktureller Art: Streiks, Sabotage
- Unfreundlichkeit allgemein, (Fremden-)Feindlichkeit gegenüber Touristen

Terroristische Aktivitäten in touristischen Destinationen sind eine besondere Qualität von Gewalt. Nicht erst in den letzten Jahren nutzen Terroristen das »System Tourismus«, um durch spektakuläre Anschläge gegen Touristen oder die touristische Infrastruktur eine weltweite Medienresonanz zu erzeugen. Besonders in den Urlaubsdestinationen sich entwickelnder Länder, wo Fehlentwicklungen bestimmte Bevölkerungsgruppen benachteiligen, kann der Tourismus ein taktisches, strategisches oder ideologisches Ziel sein und rückt als ein relativ anfälliges System oft ins Visier terroristischer Gruppen (Pizam/Smith 2000, S. 136). In der Folge werden diese Destinationen von Touristen gemieden, wodurch wiederum die Tourismuswirtschaft der Quell- und Zielregionen betroffen ist.

»Terrorismus in touristischen Zielgebieten seit 2000«

- Malaysia 2000: 21 Touristen werden drei Monate als Geiseln verschleppt und mit dem Tode bedroht. Gegen hohes Lösegeld kommen sie frei.
- Sri Lanka 2001: Ein Selbstmordkommando attackiert den Flughafen von Colombo, 35 Menschen werden verletzt oder getötet.
- Bali 2002: Im Ferienort Kuta Beach detonierten vor zwei Diskotheken zwei Autobomben. 202 Menschen sterben, darunter sechs Deutsche.
- Pakistan 2002: Bei einem Anschlag auf eine internationale Reisegruppe werden 12 Menschen verletzt, darunter sieben Deutsche.
- Tunesien 2002: Bei einem Autobombenattentat vor einer Synagoge auf der Touristeninsel Djerba sterben 19 Urlauber, darunter 14 Deutsche.
- Spanien 2002: Im Ferienort Salo an der Mittelmeerküste explodiert eine Autobombe vor einem voll belegten Hotel und verletzt viele. In Santa Pola explodieren Fahrzeuge in Touristenvierteln, Urlauber werden verletzt und getötet. Die ETA verkündet explizit, dem Tourismus schaden zu wollen.
- Algerien 2003: Vom 22.02. – 23.03. werden 32 Europäer, darunter 16 Deutsche in der Sahara verschleppt. Bis auf eine Geisel kommen alle wieder frei.
- Türkei 2003: Am 15. und 20.11.2003 verübt eine türkische Zelle der Al-Qaida mehrere Bombenanschläge in Istanbul, 60 Menschen sterben.
- Israel 2004: Bei drei Anschlägen auf ein Hotel und zwei Feriensiedlungen auf der Sinai-Halbinsel werden 34 Menschen getötet, 105 Menschen werden verletzt.
- Ägypten 2005: Zwei französische Touristen und ein US-Bürger werden getötet, als sich ein Selbstmordattentäter auf einem Touristenmarkt in Kairo in die Luft sprengt.

Konnte man früher von Attentaten, Überfällen oder Entführungen sprechen, denen (auch) vereinzelt Touristen zum Opfer fielen, muss inzwischen von einem gezielten Terror gegen Destinationen gesprochen werden, um insbesondere die Tourismusindustrie des jeweiligen Urlaubslandes zu schädigen (Führich 2003, S. 50). Schon im Zeitraum von 1985 bis 1998 waren über 70 bedeutende terroristische Zwischenfälle in touristischen Zielgebieten – mehrheitlich im Mittleren Osten – zu verzeichnen, etwa 70 % aller Opfer waren Touristen (Pizam 2000, S. 132). Seitdem hat die Intensität und Häufung von terroristischen Attentaten im Zusammenhang mit dem Tourismus noch zugenommen. Touristen und Touristiker haben deshalb allen Grund zur nachhaltigen Verunsicherung. Wie ein Damoklesschwert hängt ein mögliches Wegbrechen beliebter Reiseziele über der Branche.

Im Folgenden soll ein Szenario aus dem Jahr 2020 die Perspektiven eines Hochsicherheitstourismus sowie gefährdeter Versorgungsstrukturen aufzeigen, sollten

Gewalt und Terror nicht mehr nur punktuell oder periodisch auftreten, sondern eine dauerhafte Konstante in bekannten Destinationen werden. (Adelphi Consult 2005, S. 9).

EXKURS 2020: SICHERHEIT UND VERLETZBARKEIT

FLIEGENDE FESTUNGEN

Seit den terroristischen Anschlägen 2001 und einer Serie von Flugzeugentführungen zwischen 2008 und 2010 haben die Fluggesellschaften und Reiseveranstalter Flugreisen wieder sicherer gemacht. Weltweit investierten 2015 alle Fluggesellschaften fast 20 Mrd. Euro in Sicherheitsmaßnahmen. Nach langjährigen Verhandlungen konnte das neue IATA-Abkommen zur Flugsicherheit umgesetzt, das elektronische Einchecken und die Mitnahme von Handgepäck grundsätzlich untersagt werden. Heute müssen selbst Geschäftsreisende der First Class drei Stunden vor Abflug ihr Gepäck aufgeben und sich der einstündigen Sicherheitsprozedur unterziehen. Flugtickets mit optischen Sicherheitsmerkmalen, Registrierung persönlicher Daten bei der Buchung über den elektronischen Personalausweis sehen auch Datenschützer als zumutbar an. Heute gehören auch bewaffnete Flugbegleiter zum Alltag. Die Kosten für erhöhte Sicherheitsstandards wurden auf die Kunden umgelegt. So kostet heute allein die Sicherheitsgebühr für ein Flugticket zwischen Berlin und New York so viel wie ein Billigflugticket vor 10 Jahren. Den internationalen Fernreisetourismus haben diese Entwicklungen grundlegend verändert. Billig-Fluglinien sind heute nur noch wenige auf dem Markt. Sie bedienen vor allem die Nachfrage nach günstigen Fernreisen, bei dem die Reisenden auf die hohen Sicherheitsstandards der etablierten Airlines verzichten.

VERLETZLICHE INFRASTRUKTUREN

Es war nur noch eine Frage der Zeit, bis Versorgungseinrichtungen Ziele terroristischer Angriffe werden. Die zeitlich parallelen Milzbrandanschläge auf die Trinkwasserreservoirs in Madrid und Lovina (Bali) im vergangenen Jahr konnten erst in letzter Sekunde vereitelt werden. In Madrid konnten die Sicherheitsklappen der Wasserleitungen für fast alle Stadtviertel geschlossen werden, Erreger gelangten lediglich in Teilen des Arbeiterviertels Vallecas in die Trinkwasserleitungen. Die Trinkwasserleitungen in Haushalten wurden versiegelt und die Bevölkerung über Monate mit Trinkwassertanks versorgt. Mehr als ein Jahr dauerte die Dekontamination der Wasserleitungen. In Bali jedoch starben in Folge des Milzbrandanschlages auf einen Brunnen in der Küstenstadt Lovina 700 Menschen, darunter viele Touristen. Zudem findet diese Anschlagsmethode zunehmend Nachahmer und wird in der internationalen Presse in diesem Sommer als Gefahr »Nummer Eins« für Fernreiseziele eingestuft. Milzbrandkulturen und andere Erreger werden seit Jahren illegal international gehandelt. Bereits wenige Gramm reichen aus, um die gesamte Trinkwasserversorgung einer Millionenmetropole zu verseuchen.

Die größten Auswirkungen auf die touristische Nachfrage haben Terrorattentate, bei denen Touristen und Einheimische direkt das Ziel bzw. Opfer des Anschlages sind. Ein ähnlicher Effekt kann bei Terrorattentaten auf Fremdenverkehrseinrichtungen festgestellt werden (Pizam 1999, S. 7). Gibt es Tote und Verletzte, so hat dies deutlichere Auswirkungen auf den Tourismus als die Zerstörung von Einrichtungen – besonders dann, wenn diese tödlichen Übergriffe unter Einsatz von Schusswaffen vollführt wurden (Pizam/Smith 2000, S. 123 ff.). Beispielsweise hatte das Attentat 1997 im ägyptischen Luxor mit 76 Toten einen größeren Nachfrageeinbruch für die Tourismuswirtschaft Ägyptens zur Folge, als Anschläge mit Autobomben durch die ETA in Spanien (Kuschel/Schröder 2002, S. 33). Unterschiedliche Folgen lassen sich auch in Abhängigkeit von den Gründen für einen terroristischen Akt feststellen. Gewaltakte aus Motiven der »sozialen Ungerechtigkeit« haben einen größeren Einfluss auf das Reiseverhalten als solche aus Motiven der »Unabhängigkeit«.

Des Weiteren hat die Forschung auf kulturelle Differenzen in den Reaktionsmustern der Reisenden hingewiesen. So haben beispielsweise terroristische Gewaltakte auf das Nachfrageverhalten europäischer Touristen einen anderen Einfluss als auf das der US-amerikanischen (Pizam/Smith 2000, S. 126). Die national geprägte mediale Berichterstattung und der unterschiedliche Zugang zu Informationen über politische Ereignisse sind vermutlich dafür ursächlich, dass sich US-Amerikaner als gefährdeter ansehen als Europäer.

Die Auswirkungen von Gewalt und Terror sind häufig erheblich: Beschädigung oder Zerstörung von Freizeit- und allgemeiner Infrastruktur sowie der Beherbergungs- und Versorgungseinrichtungen mit der Folge hoher volkswirtschaftlicher, betriebswirtschaftlicher und privater Verluste durch Schadensbehebung, Entschädigungen, Umbuchungen, Stornierungen und Regulierung. Übergreifend entstehen hohe Kosten für Sicherungsmaßnahmen und Versicherungen (TU Dresden 2005, S. 10). Kommt es zu einer Serie terroristischer Anschläge oder ziehen sich gewaltsame Auseinandersetzungen gar über Jahrzehnte hin (z.B. Nordirland, Spanien), werden deutliche Nachfrageeinbrüche sichtbar, die die Tourismusindustrie dauerhaft beschädigen können. Nach einem einmaligen terroristischen Anschlag kehren die Touristen – ebenso wie Leistungsanbieter und Investoren – zumeist bald wieder in die Urlaubsdestination zurück (Pizam/Smith 2000, S. 126).

Die Analyse von Fallbeispielen schließlich zeigt, dass bei einer entsprechend offensiven Strategie durch die Vermarkter eine betroffene Destination sich durchaus zügig erholen kann. Das Destinations-Image von »Sicherheit und Attraktivität« wurde beispielsweise in Ägypten durch gezielte Marketingstrategien wiederaufgebaut und geschützt. Dies kann jedoch nur bei Destinationen gelingen, die nicht ständig Ziel von Anschlägen sind (Pizam/Smith 2000, S. 127).

Ganz offensichtlich existiert mittlerweile ein Zusammenhang zwischen Tourismus und dem Terrorismus. Die Analyse seiner Ursachen und Folgen ist deshalb für Wissenschaft und Tourismuswirtschaft von herausragender Bedeutung: »Accepting the permanence of this relationship can help us design research that will enable us to understand and mitigate terrorism's effects on tourism demand and the economic and socio-cultural quality of life in tourism destinations […]« (Pizam/Smith 2000, S. 136).

RÜCKBLICK UND AUSBLICK

Das Bedrohungspotenzial von Gewalt und internationalem Terrorismus muss prinzipiell in jedem Land als Gefahr für den Tourismus ernst genommen werden. Selbst für bislang als sicher geltende Destinationen ist es unumgänglich, mögliche Ursachen und Folgen ernsthaft in Betracht zu ziehen (Freyer/Schröder 2005, S. 109).

Für Touristen nimmt die Bedeutung von sicherem Reisen in all seinen Facetten immer mehr zu, beginnend bei der Buchungs- (oder Nichtbuchungs-) Entscheidung bis hin zur Erwartung der Kunden an Reiseveranstalter und Touristikmanager vor Ort, Verantwortung für Integrität, Leben und Gesundheit der Touristen zu übernehmen und in Sicherheitskrisen mit entsprechenden Aktionen dafür Sorge zu tragen (Born 2005, S. 93). »Die Kunden erwarten schlicht und einfach, dass sie ihre Reise, ihren Urlaub gesund und wohlbehalten bis zum letzten Urlaubstag erleben« (Ihlau 2002, zitiert in Born 2005, S. 94).

Unter Experten besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass die Wahrnehmung von Risiko und Sicherheit durch Touristen das Image einer Destination und die Gesamtzufriedenheit auf signifikante Weise – allerdings in sehr unterschiedlicher Ausprägung – beeinflusst. Konkrete und nachvollziehbare Sicherheitsleistungen auf jeder Stufe des »Produkts Reisen« sowie das Management von Tourismusinformation und -kommunikation tragen mithin maßgeblich dazu bei, die tatsächliche (objektive) Sicherheit und das subjektive Schutz- und Sicherheitsempfinden der Touristen positiv zu beeinflussen (Fuchs/Peters 2005, S. 157 ff.).

Die Konsequenzen und Hauptaufgaben die sich daraus ergeben betreffen u.a. folgende Aspekte (nach Kuschel/Schröder 2002, S. 82):

- Schutzmaßnahmen für die Touristen initiieren bzw. implementieren.
- Standardisierung der Sicherheitsmaßnahmen auf allen Ebenen der Fremdenverkehrsunternehmen.
- Sensibilisierung bzw. Aufklärung der Einheimischen sowie der Touristen.
- kontinuierliche Überprüfung der Risken und Bedrohungen, Bekämpfung der Gefahren.

› Sicherheitspläne durch geeignete Institutionen auf nationaler und regionaler Ebene erstellen.

Der größtmögliche Schutz der Touristen während des Transports und während des Aufenthalts in einer Destination – sowohl präventiv als auch reaktiv – ist eine grundlegende Voraussetzung für den Tourismus und wird von der Tourismuswirtschaft wie von staatlicher Seite erwartet. Präventive und reaktive Maßnahmen der Tourismusträger zusammen sind notwendige Voraussetzungen, um Risiken und Krisen zu minimieren und Sicherheit im Urlaub so weit wie möglich zu gewährleisten (Kuschel/Schröder 2002, S. 62). Gleichwohl wird man feststellen müssen, dass durch den Terrorismus auch der Tourismus in die Wirklichkeit der Risikogesellschaft hineingezogen worden ist. Sein »positives Weltbild«, die Verdrängung von Problemen, das Ausblenden heikler Realitäten, dieses »fragile Realitätsgefüge« das ihm zu eigen ist, ist zutiefst erschüttert – wie nachhaltig, dies wird sich zeigen (Vester 2004, S. 89).

EPIDEMIEN UND GESUNDHEITSRISIKEN 2.3

In Folge der Expansion der Fernreisen in Länder mit anderen klimatischen und hygienischen Bedingungen setzen sich die Reisenden der Gefahr zahlreicher Krankheiten aus, die im Heimatland meist nicht existieren. In vielen sog. Entwicklungsländern, die zugleich häufig touristische Destinationen sind, gehen 50 % der gesamten Todesrate auf infektiöse Seuchen zurück, die Hälfte davon auf Aids, Tuberkulose und Malaria. Selbst bei umfassenden gesundheitsrelevanten Vorsorgemaßnahmen bleibt für die meisten Touristen, die in tropische oder subtropische Destinationen reisen, prinzipiell ein großes Erkrankungsrisiko, denn immunisierende oder medikamentöse (Vorsorge-)Behandlungen sind nur für wenige Krankheiten umfassend wirksam. Bestenfalls schützen sie »against about 5 % of the health hazards to which travellers are exposed. Therefore the potential opportunities for pre-travel health education are vast« (Cossar 2003, S. 26).

Eine Besonderheit gegenüber anderen touristischen Krisen weisen Infektionskrankheiten oder Epidemien auf: Eine gesundheitsbedingte lokale touristische Krise kann sich durch die Verbreitung eines Virus überregional oder im schlimmsten Fall sogar weltweit ausdehnen (TU Dresden 2005, S. 13).

› Die globale Ausbreitung von SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) im Frühjahr 2003 durch Reisende hat gezeigt, wie stark unsere vernetzte Welt durch neuartige infektiöse Krankheiten bedroht ist. Das Virus führte innerhalb eines dreiviertel Jahres zu 744 Todesfällen und erschreckte durch seine rasche Ausbreitung. Beginnend in China trat SARS innerhalb weniger Wochen in vielen

weiteren asiatischen Ländern auf und alsbald auch in Ländern der nördlichen Hemisphäre (Kanada, USA, Schweden, Großbritannien). Obwohl es beispielsweise in Vietnam damals nur fünf SARS-Todesfälle gab, wurde der durch SARS verursachte direkte Verlust in der Reise- und Tourismuswirtschaft allein in Vietnam in 2003 auf 14,5 % des BIP und 61.660 Arbeitsplätze beziffert (WTTC 2003).

› Im Falle der Vogelgrippe könnte eine genetische Vermischung mit menschlichen Viren nach Einschätzung von Experten eine weltweite Pandemie mit erheblichen Konsequenzen zur Folge haben: Allein in den USA müsste man Schätzungen zufolge mit rund 200.000 Toten und Kosten von 60 bis 160 Mrd. US-Dollar rechnen (MPI 2004).

»Arten von Gesundheitsrisiken«

› fäkal-orale Übertragung: Reisedurchfall, Typhus/Paratyphus, Wurmbefall, Amöbenruhr, Hepatitis A
› Übertragung durch Vektoren (Insekten, Hunde, Katzen, Wildtiere): Malaria, Leishmania, Borreliose
› Verbreitung durch geschlechtliche Kontakte: AIDS, Hepatitis B
› Übertragung über Atemtröpfchen, Speichel (aerogen übertragbare Infektionen): Meningitis, Legionellose, SARS, Grippe, Tuberkulose
› Auswirkungen von Seuchen bei Tieren, z.B. Maul- und Klauenseuche
› Sonnenbrand, Hautverletzungen durch Wasserverschmutzung, Berührungen mit verletzend oder toxisch wirkenden Meerestieren
› Verletzungen durch Unfälle

Wie und auf welchen Wegen sich hoch virulente Krankheiten über alle besiedelten Gebiete der Erde ausbreiten, haben Wissenschaftler des Göttinger Max-Planck-Instituts für Strömungsforschung und der Universität Göttingen mit einem neuartigen Netzwerk-Modell berechnet. Sie konnten zeigen, dass sich die geographische Ausbreitung von Epidemien durch die Analyse der Passagierströme im internationalen Flugverkehr vorhersagen lässt. Computersimulationen am Beispiel SARS lieferten nicht nur eine genaue Vorhersage der Ausbreitung, sondern ermöglichen auch Vorhersagen, welchen Erfolg potenzielle Vorsorge-, Impf- und Kontrollstrategien haben würden (MPI für Strömungsforschung 2004). Insbesondere auch für die gesamte Tourismusindustrie wären solche Modelle von enormer Bedeutung. Würden sie sich als geeignet erweisen, dann wäre ein wichtiger Schritt zu einer verbesserten Prävention getan.

REISEKRANKHEITEN – INFORMATION UND BERATUNG

Informationen zu den nach Deutschland importierten, Reise-assoziierten Infektionskrankheiten liefern im Wesentlichen die nach dem Infektionsschutzgesetz (IfSG) erhobenen Daten. Hinzu kommen ergänzende Erfassungssysteme wie z.B. SIMPID (Surveillance importierter Infektionen in Deutschland), die vom Robert-Koch-Institut initiiert wurden. Auch wenn die Statistiken hinsichtlich der Gesamtzahl der importierten Infektionen in den letzten Jahren eher moderate Veränderungen zeigen, ist damit zu rechnen, dass sich ihr Spektrum verändern bzw. erweitern wird. Eine Übersicht besonders relevanter Reiseerkrankungen gibt die folgende Tabelle:

TAB. 27 **REISEBEDINGTE INFEKTIONSKRANKHEITEN**

Jahr	Malaria	Typhus	Parathyphus	Brucellose	Shigellose	Lepra
1991	912	224	122	27	2074	4
1992	762	213	120	23	2339	1
1993	728	197	91	21	1959	5
1994	824	172	119	28	2320	5
1995	943	162	105	35	1878	2
1996	1049	141	79	23	1526	3
1997	1024	75	59	24	1978	6
1998	1008	78	61	18	1642	5
1999	932	109	87	21	1610	6
2000	803	70	64	28	1320	1
2001	1044	88	72	25	1624	3
2002	861	58	67	35	1180	1

Quelle: Bundesregierung 2004b, S. 27

Die häufigste gemeldete schwere Importerkrankung mit möglicher Todesfolge ist die Malaria. In den 1990er Jahren verstarben jährlich zwischen 15 und 25 Patienten an dieser Krankheit (Bundesregierung 2004b, S. 29). Unter den nicht-meldepflichtigen importierten Reisekrankheiten sind die Bilharziose mit ca. 200 Fällen pro Jahr und ebenso die Leichmaniose zu erwähnen. Bei der Hepatitis A waren ca. 800 Fälle reisebedingt, über 250 Fälle bei der nicht selten letal verlaufenden Hepatitis B.

Prinzipiell haben sich die Angebote zur Gesundheitsvorsorge vor Reisen in den letzten Jahren weiter verbessert. Deutschen Touristen wird heute bei Reisen in gesundheitlich bzw. epidemiologisch problematischen Destinationen bundesweit eine

qualifizierte Beratung durch Reise- bzw. Tropenmediziner angeboten, die vor allem über die (behandelnden Haus-) Ärzte, die örtlichen Gesundheitsämter und reisemedizinischen Sprechstunden erfolgt.

»Aufklärung über Gesundheitsrisiken und vorsorgende Reisemaßnahmen«

Auswärtiges Amt (AA): Erkenntnisse über gesundheitliche Risiken bei Auslandsreisen sammelt systematisch der Gesundheitsdienst des AA, der jährlich einen Fachkongress veranstaltet, um die tropenmedizinische und reisemedizinische Fachszene unmittelbar in Kontakt mit den Regionalärzten und Ärzten des AA zu bringen. Intensive Öffentlichkeitsarbeit erfolgt auf Tourismusbörsen, Aufklärung durch telefonische und Online-Beratung von Firmen und Tourismusindustrie sowie von einzelnen Ärzten.

Robert-Koch-Institut (RKI): Das RKI analysiert die Daten zu importierten (Reise-)Infektionskrankheiten und informiert die (Fach-)Öffentlichkeit regelmäßig im Epidemiologischen Bulletin, im infektionsepidemiologischen Jahrbuch sowie in der Gesundheitsberichterstattung des Bundes (GBE). Es existiert eine Reihe von aktuellen reisemedizinischen Informationssystemen mit spezifischen Länderangaben.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA): Die BzgA gibt Broschüren mit gesundheitsvorsorgenden Reiseverhaltenstipps heraus, die auch über das Internet zugänglich sind. Spezielles Augenmerk gilt den Infektionskrankheiten. Diese Broschüren werden gezielt auch über die Reisebüros verteilt.

Bernhard-Nocht-Institut (BNI): Das BNI leistet einen wesentlichen Teil zur Aufklärung der Bevölkerung über die gesundheitlichen Risiken von Fernreisen. Sein Reisemedizinisches Zentrum (RMZ) berät Reisende, Ärzte sowie Krankenversicherungen. Es führt jährlich per Telefon und Internet ca. 12.000 Reiseberatungen und Reisetipps durch. Unter www.gesundes-reisen.de bietet das RMZ eine umfassende Beratung von Reisenden (Bundesregierung 2004b, S. 30 ff.).

Es ist aber davon auszugehen, dass es insbesondere bei Fernreisenden nach wie vor erhebliche Defizite bei der Infektionsprophylaxe, im Ernährungsverhalten und bei der Prävention von sexuell übertragbaren Krankheiten gibt. Eine Studie des Bernhard-Nocht-Instituts (BNI) zeigt, dass Gesundheitsrisiken bei Reisenden in touristisch beliebte Schwellen-Länder oftmals falsch eingeschätzt werden, und betont besonders die Notwendigkeit einer Gesundheitsberatung vor Reiseantritt. Die »Last-Minute-Reisen« sind insofern höchst problematisch, als beim Reisenden kein Risikobewusstsein aufgebaut werden kann. Die einfachsten Prophylaxeregeln und Vermeidungsstrategien sind oft nicht bekannt oder akzeptiert. Die Last-Minute-

Reisenden bleiben deshalb eine wichtige Zielgruppe für eine intensivierte Aufklärung (Bundesregierung 2004b, S. 29).

Das folgende Szenario aus dem Jahr 2020 schildert die Auswirkungen einer möglichen Verschlechterung der epidemiologischen Bedingungen auf touristische Destinationen bzw. Touristen (Adelphi Consult 2005, S. 14 ff.).

EXKURS 2020: »NEUE EPIDEMIEN... UND ALTE LEIDEN«

Die Investitionsversäumnisse in medizinische Forschung und Personal sowie in die Gesundheitssysteme der ersten Jahre dieses Jahrtausends haben ihren Tribut gefordert (WHO 2004). Alte Krankheiten fordern nach wie vor Opfer, gleichzeitig sind in den letzten Jahrzehnten zahlreiche neuartige Infektionskrankheiten aufgetreten. Während ärmere Bevölkerungsschichten vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern von alten und neuen Krankheiten besonders betroffen sind, schützen sich Wohlhabende in Industriestaaten und urbane Eliten durch Impfungen, Medikamente und Präventionen oder versuchen, sich durch Rückzug in ihre Mega-Paläste vor Infektionskrankheiten zu schützen. Die Wahl des Reiseziels vieler Touristen wird mittlerweile auch durch die Frage der Gesundheits- bzw. Infektionslage der Zielländer und den Kosten möglicher Prävention bestimmt.

Zugleich haben altbekannte Krankheiten ihre klassischen Verbreitungsgebiete verlassen (Kurth 2004), was das vermehrte Auftreten von Malaria in Marokko, Ägypten und der Türkei sowie einzelner Fälle in Südspanien und Griechenland zeigt. Dramatische Gesundheitsentwicklungen in Südostasien lassen sich am Beispiel Indonesiens aufzeigen, das in seiner Entwicklung durch Malaria und ähnliche Krankheiten stark gehemmt wird. Die Anzahl der Malaria-Ausbrüche ist in der Region um Java und Bali seit 2003 extrem gestiegen. Insgesamt erkranken in Indonesien jährlich mehr als 50 Millionen Menschen an einer Malaria. Im Frühjahr dieses Jahres hat die indonesische Regierung zusammen mit den Regierungen Thailands, Vietnams, Burmas, Kambodschas und Australiens eine koordinierte, flächendeckende Ausrottung von Hunden, Katzen und Ratten, vorgenommen, um gegen die zahlreichen Tollwutfälle und Verbreitung anderer Krankheitserreger vorzugehen. Die Fälle von Tierkrankheiten, die sich auf den Menschen übertragen, haben sich seit der weltweiten Vogelgrippenpandemie 2009 vervielfacht, sie reduzieren stark die Bewegungsfreiheit von Urlaubern und haben zu Zusammenbrüchen in der örtlichen Tourismuswirtschaft geführt.

Insgesamt haben sich die Rahmenbedingungen für die so genannten »Blitzepidemien« durch verbreitete Armut, Bevölkerungszuwachs und -konzentration sowie erhöhte Mobilität verstärkt bzw. die Möglichkeit ihrer Eindämmung trotz verbesserter Frühwarnsysteme und Reaktionsmechanismen verschlechtert. Dies zeigte beispielsweise der jüngste SARS III-Ausbruch in Frankfurt. Trotz der Isolierung zweier Passagiermaschinen am Flughafen und weiträumiger Quarantänezonen konnte erst nach etlichen Tagen der Abfertigungsbetrieb wieder normalisiert werden. Der erst letztes Jahr für diese Fälle eingerichtete Quarantänebereich am Flughafen war hoffnungslos überfüllt und musste mit Notzelten erweitert werden.

RÜCKBLICK UND AUSBLICK

Um gesundheitliche Risiken und Gefährdungspotenziale für Touristen zu minimieren bzw. Vorsorgepotenziale auszuschöpfen, sind Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen geboten. Dazu gehören im Einzelnen folgende Ansatzpunkte (Bundesregierung 2004b):

- Ausweitung bzw. Intensivierung der Durchführung von Veranstaltungen der nationalen und internationalen tropenmedizinischen Fachszene unter Beteiligung möglichst vieler Tourismus-Akteure. Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit von AA, RKI und BNI, z.B. auf Tourismus-Veranstaltungen und durch Onlineberatung von Firmen und Tourismusindustrie.
- Stärkere Zusammenarbeit von Reiseveranstaltern und Reisebüros mit den zentralen (staatlichen) Einrichtungen auf dem Gebiet der Krankheitskontrolle (BzgA, RKI, BNI); intensivierte Zusammenarbeit von DRV und reisemedizinischer Fachszene.
- Ausweitung der RKI-Aktivitäten bei den importierten Infektionskrankheiten insbesondere im Bereich der anwendungsorientierten Forschung (z.B. gezielte Studien zu Risikofaktoren wichtiger importierter Infektionen, zum Umfang und zur Qualität der reisemedizinischen Vorsorge in Abhängigkeit von der Art der Beratungsstelle, zum Prophylaxeverhalten der Reisenden) und bei der Entwicklung von Standards für die Gesundheitsvorsorge.
- Intensivierung der Projekte im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit zur Unterstützung der Gesundheitssysteme und Vorsorgemaßnahmen in Entwicklungsländern mit hohem touristischen Aufkommen; Aufbau einer Basisversorgung, Unterstützung der gesundheitlichen Einrichtungen der Gastländer durch die Regionalärzte des AA im Hinblick auf medizinische Erstversorgung, Notfallbetreuung und Notrettung von Touristen.

RISIKOWAHRNEHMUNG UND RISIKOKOMMUNIKATION IM TOURISMUS 3.

Die Folgen von und der Umgang mit Krisen und Risiken hängen ganz entscheidend von ihrer Wahrnehmung sowie der öffentlichen, medial vermittelten Risikokommunikation ab. Im Folgenden werden die Rolle der Risikokommunikation betrachtet sowie die Kommunikation über Risiken und Krisen durch verschiedene Tourismusakteure beispielhaft beleuchtet.

RISIKOWAHRNEHMUNG 3.1

Risikowahrnehmung bezeichnet die »(...) Aufnahme und Verarbeitung von direkten Sinneswahrnehmungen oder von Informationen in Bezug auf Risiken oder Gefahren« (Risikokommission 2003, S. 47). Es wird in diesem Zusammenhang häufig von einer objektiven und einer subjektiven »Risikowahrnehmung« gesprochen, wobei sich mit dem objektiven Risikobegriff Eintrittswahrscheinlichkeiten und Schadenszahlen anhand statistisch erhobener Daten verbinden. Die subjektive Risikowahrnehmung bezeichnet die von Individuen subjektiv wahrgenommene Wahrscheinlichkeit sowie potenzielle Ausmaße einer möglichen Gefahr.

Aus der Risikoforschung weiß man, dass aus wissenschaftlichen Gesichtspunkten als risikoarm eingeschätzte Risikoquellen von der Bevölkerung häufig als sicherheitsgefährdend empfunden werden. So schätzten 99 % der Reisenden im Jahr 2001 die Gefahr durch einen Terroranschlag zu Schaden zu kommen als hoch ein. Dagegen wird das Gefährdungspotenzial, das von Krankheiten ausgeht, lediglich von einem Prozent der Reisenden als sehr gering eingeschätzt. Statistisch betrachtet, lag das objektive Risiko, Opfer eines Terroraktes zu werden aber bei 0,000001 % und das Risiko während der Reise zu erkranken bei 4 % (TU Dresden 2005, S. 53).

Die unterschiedliche Einschätzung von Experten und Laien sollte dabei nicht als Nachweis eines überlegenen Expertenwissens gesehen werden. Der Unterschiedlichkeit von Laien- und Expertenurteilen wird man eher gerecht, wenn man sie auf differente Kriterien zurückführt, die beide anlegen: Laien haben oftmals einen eher weiten Risiko»begriff«, der zahlreiche Aspekte mit einschließt, wie insbesondere das Katastrophenpotenzial oder ob man einem Risiko freiwillig oder gezwungen ausgesetzt ist. Dagegen spielen qualitative Aspekte bei Experten eine geringere Rolle. Sie orientieren sich an der Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintritts und berücksichtigen vor allem quantifizierbare Kriterien wie Todesfälle sowie Vermögens- und Gesundheitsschäden. Dazu kommt, dass Experten dazu neigen, Risiko und Nutzen gegeneinander abzuwägen (und bei erkennbarem Nutzen Risiken eher in Kauf nehmen), während Laien sehr viel seltener eine solche Abwägung vornehmen.

Aufgrund der hohen Bedeutung der individuellen Risikoakzeptanz (bzw. -wahrnehmung) analysiert die psychologische Risikoanalyse die persönlichen Präferenzen von Individuen hinsichtlich der Bereitschaft, Risiken einzugehen. Sie geht dabei jedoch – im Gegensatz etwa zu ökonomischen Ansätzen der Risikoanalyse – nicht von einem Konzept eines rational handelnden Akteurs aus. Deswegen wird die intuitive Verarbeitung von Ungewissheit, die zu verzerrenden Wahrnehmungsmustern führen kann, analysiert.[33] Schütz und Peters fassen unter Rückgriff auf den

33 Weitere Faktoren wirken auf die Risikowahrnehmung ein, z.B. Vorerfahrungen, Alter, Geschlecht, Bildung oder die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Kulturkreis (Glaeßer 2001, S. 74 ff.).

Risikoforscher Peter Sandman pointiert eine zentrale Erkenntnis der Risikowahrnehmungsforschung zusammen: »Die Risiken, die Menschen ängstigen und empören, sind nicht unbedingt die Risiken, an denen sie (statistisch gesehen) am häufigsten sterben« (Schütz/Peters 2002, S. 40).

Der bisherige Stand der Forschung deutet darauf hin, dass sich Personen gegenüber Risiken, die sie freiwillig eingehen, die kontrollierbar oder ihnen bekannt sind, die eher schleichende Auswirkungen haben und reparabel sind, risikofreudiger zeigen als gegenüber unkontrollierbaren, unbekannten, plötzlich auftretenden oder irreparablen Risiken (Schütz/Peters 2002, S. 43 f.).

RISIKOKOMMUNIKATION UND REISEENTSCHEIDUNG 3.2

DESTINATIONSIMAGE

Dem Zielgebiet und seiner Wahrnehmung wird eine besonders wichtige Rolle bei der Reiseentscheidung zugeschrieben. Die Wahrnehmung und Vorstellung von einem Land bzw. einer Region wird dabei als Destinationsimage bezeichnet.[34] Dieses stellt – wenn auch nur als ein Faktor unter mehreren – eine bestimmende Orientierungsgröße bei der Entscheidung über das Urlaubsziel dar. Deshalb ist das Destinationsimage auch von erheblicher Bedeutung für das touristische Marketing (Sönmez 1998, S. 438).

Die Meinung über eine Region, die sich aus einer Vielzahl individueller Vorstellungen, Standpunkte und Erwartungen zusammensetzt, ist Ausdruck subjektiv empfundener Realität, geprägt durch Emotionen, Motive und kognitive Komponenten. Zum Image gehört auch der Aspekt der Sicherheit, der in der Prioritätensetzung variiert und abhängt u.a. vom Informationsstand und von soziodemografischen Merkmalen der Touristen (Jossé 2004, S. 238). (Un)Sicherheit spielt offensichtlich eine bedeutende Rolle in der Imagebildung einer Region und beeinflusst das Reiseverhalten sowie die Wahl des Zielgebietes. Unklar ist aber, ob und wie Sicherheit und Schutz zur Erhöhung der Attraktivität eines Zielgebietes beitragen (können) (Fuchs/Peters 2005, S. 158).

Werden Risiken als hoch eingeschätzt, so wählen Urlaubsinteressierte oftmals ähnliche, aber sicherere Regionen und meiden zunächst die als unsicher empfundenen Destinationen. Selbst nach der Buchung einer Reise können negative Informationen die Entscheidung noch revidieren, in dem die Reise storniert wird. Ist eine »Angst-

34 Destination ist dabei ein Sammelbegriff für eine Vielzahl von Teilkomponenten einschließlich der dort erbrachten Dienstleistungen innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette.

schwelle« überschritten, »so lassen sich Vermeidungsreaktionen weder durch rationale Informationen noch durch emotionale Botschaften abbauen« (Schmieder 1998, S. 76, zit. n. TU Dresden 2005, S. 55). Man weiß aber auch, dass Urlauber Risiken ausblenden, wenn sich ihre Entscheidung schon verfestigt hat. Letztlich ist es den Wissenschaften aber nicht wirklich gelungen, den außerordentlich komplexen Prozess der Reiseentscheidung in all seinen Einzelkomponenten zu erfassen und nachvollziehbar zu machen. Das gilt insbesondere für den Stellenwert, den das Risiko im Entscheidungsprozess hat.

KOMMUNIKATION(SKANÄLE) UND ZIELKONFLIKTE

Adressat der Risikokommunikation im Tourismusbereich ist vor allem der vor einer Buchungsentscheidung stehende Reisende. Dieser nutzt ihm öffentlich zugängliche Informationen, die ihn in die Lage versetzen, eine Risikoabschätzung vorzunehmen. Diese werden von unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteuren bereitgestellt und über verschiedene Kanäle gesendet. Diese Prozesse sind in mehrfacher Hinsicht selektiv (Adelphi Consult 2005, S. 26).

- Die Informationen übermittelnden gesellschaftlichen Akteursgruppen – zu nennen sind hier Politik, (Tourismus-)Wirtschaft, Wissenschaft, Medien – informieren jeweils aus einem spezifischen Blickwinkel über ausgewählte Risiken und zeichnen unterschiedliche Risikowirklichkeiten, die nicht zuletzt durch eigene Interessen geprägt sind (Jäger et al. 2001; Schütz/Peters 2002).
- Auch die Risikowahrnehmung auf Seiten der Empfänger bildet einen Filter für die Verarbeitung der kommunizierten Information. Dabei spielen Erfahrung, Bildung, Interesse und Einstellung des Reisenden eine wesentliche Rolle bei der Einschätzung des möglichen Ausmaßes und der Eintrittswahrscheinlichkeit eines Schadens.
- Der medialen Vermittlung von Risiken über Fernsehen, Hörfunk, Print- und Onlinemedien wird vielfach eine Schlüsselrolle zugeschrieben (Ruhrmann 2001, S. 42). Selektionskriterien sind hier u.a. der Ereigniswert, die Aktualität und die Nachrichtenkonkurrenz. Ein über Indonesien hinwegfegender Taifun z.B. wird nach diesen Kriterien in der europäischen Berichterstattung weniger prominent thematisiert, als ein zeitlich paralleler Terroranschlag in Madrid.

Reiseveranstalter informieren ihre Kunden mittels Internetauftritt, Prospekten oder direkter Beratung in Reisebüros. Da dass Hauptinteresse darin liegt, ein Produkt zu bewerben und nicht von ihm abzuschrecken, entsteht für Veranstalter das Dilemma, einerseits der Informationspflicht zu genügen, andererseits den Kunden von einer Urlaubsreise zu überzeugen. Ihre Hauptintention dürfte mithin in der grundsätzlichen Aufklärung, ggf. mit der Folge möglicher Verhaltensanpassungen liegen. Eine Warnung, die auf der Grundlage einer eigens durchgeführten Risikoabschät-

zung erfolgt, ist hingegen von dieser Akteursgruppe kaum zu erwarten. Es ist allerdings durchaus ein Mindestmaß an Risikokommunikation von Seiten der Reiseveranstalter zu erkennen. Diese verarbeitet im Wesentlichen Informationen aus der Region, aus den Medien sowie von Seiten der Wissenschaft und der Politik. Allerdings wird dieses Informationsangebot teilweise selektiv genutzt, da Informationen über Risiken und Gefahren (prinzipiell) dem grundlegenden Interesse der positiven Bewerbung von Destinationen widersprechen (Adelphi Consult 2005, S. 26 f.).

Von Seiten der *staatlichen Akteure* werden in der Risikokommunikation vor allem die Funktionen der Aufklärung und der Warnung wahrgenommen. Zu nennen sind im Wesentlichen die Informationen des Auswärtigen Amtes (AA). *Sicherheitshinweise* machen da, wo es erforderlich erscheint, auf länderspezifische Risiken für Reisende und Deutsche im Ausland aufmerksam. Sie können je nach Einschätzung der Sicherheitslage die Empfehlung enthalten, auf Reisen zu verzichten oder sie einzuschränken. Gegebenenfalls wird vor Reisen in bestimmte Regionen eines Landes gewarnt. *Reisewarnungen* werden ausgesprochen, wenn generell vor Reisen in ein Land gewarnt werden muss (s.a. Kap. V.4.2). Dieser Risikoklassifizierung des AA kommt innerhalb der Risikokommunikation eine erhebliche Bedeutung zu, da ihr tendenziell eine Art »objektive Sichtweise« zugeschrieben wird. Die Veröffentlichung einer Reisewarnung ist eine schwierige Entscheidung (Glaeßer 2001). Sie kann z.B. zur Folge haben, dass in Ländern, zu denen die politischen Beziehungen ohnehin angespannt sind, bei der Veröffentlichung von Reisewarnungen der Eindruck entsteht, dass hier bewusst ein wirtschaftlicher Schaden in Kauf genommen wird. Es ist aber auch anzunehmen, dass bei guten Beziehungen eher gezögert wird, eine Warnung auszusprechen (Adelphi Consult 2005, S. 27 f.). Abzuwägen ist selbstverständlich auch, dass Stornierungen als Reaktion erheblichen wirtschaftlichen Schaden bei den Reiseveranstaltern bewirken können.

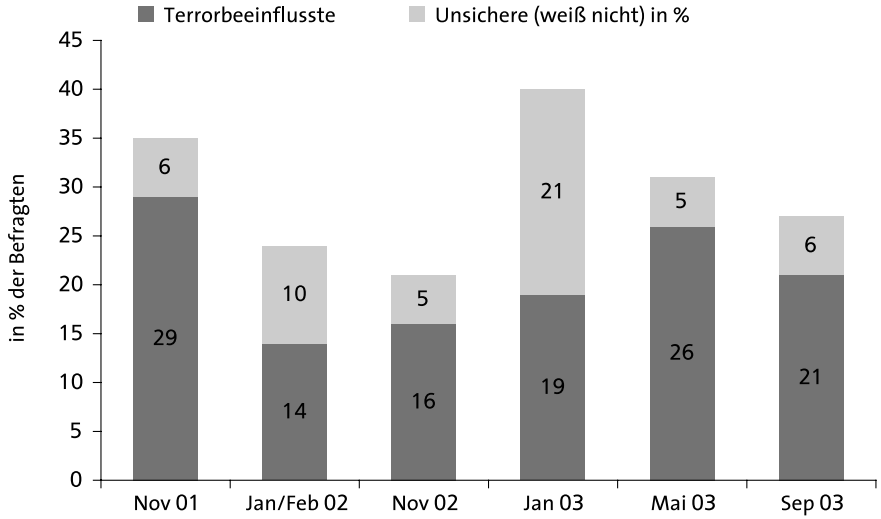
Auch die *Medien* agieren nicht widerspruchsfrei. Untersuchungen zeigen, dass die Medienaufmerksamkeit oft nicht mit der tatsächlichen Risikointensität korreliert (Schütz/Peters 2002). Journalisten berichten zudem eher über mögliche Schadensausmaße und weniger über die mitunter geringe Eintrittswahrscheinlichkeit. In den Medien wird zudem die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken weniger kontrovers diskutiert als die Effektivität der politischen und wirtschaftlichen Risikoregulierung.

Insgesamt stellt sich die öffentliche Risikokommunikation als ein vielschichtiges Akteurs- und Informationsgeflecht dar, das von unterschiedlichen und widersprüchlichen Zielsetzungen und Funktionen bestimmt wird (Adelphi Consult 2005, S. 29).

BEFRAGUNGEN ZUM VERHÄLTNIS VON RISIKO UND REISEVERHALTEN

Spätestens nach dem 11. September 2001 hat das Sicherheitsbewusstsein eine zentrale Bedeutung bei der Reiseentscheidung erlangt. So weist beispielsweise die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) nach, dass die persönliche Sicherheit bei der Auswahl des Reiseziels den wichtigsten Aspekt darstellt. Untersuchungen von TNS Infratest aus dem Jahr 2004 verdeutlichen, dass für die prinzipielle Reiseentscheidung der Deutschen die Angst vor Terroranschlägen bislang keine wichtige Rolle gespielt hat. Bei der Auswahl des Reiseziels wird die Sorge um mögliche Anschläge jedoch konkret. Nach dem Anschlag von Djerba im Frühjahr 2002 gaben 54 % der Befragten an, dass die Furcht vor terroristischen Attentaten die Wahl des Reiselands beeinflusst. 2004 war dieser Aspekt bei 44 % der Bundesbürger für die Auswahl des Urlaubsortes relevant. Im Folgenden sollen Ergebnisse ausgewählter Studien/Befragungen kurz vorgestellt werden, die die Wahrnehmung von Sicherheit und Risiko zum Gegenstand haben (TU Dresden 2005, S. 59 ff.).

ABB. 10 EINFLUSS DER TERRORGEFAHR AUF DIE REISEENTSCHEIDUNG



Quelle: F.U.R. 2003b, S. 8

Die *Forschungsgemeinschaft Urlaub + Reisen (F.U.R)* ist der Frage nachgegangen, wie sich die Angst vor Terror auf die Reiseentscheidung auswirkt. Die Befragungen

veranschaulichten, dass der Einfluss im zeitlichen Verlauf nach den Anschlägen von New York langsam abnahm. Kommt es aber zu neuen negativen Ereignissen wie dem Irak-Krieg 2003, so wächst der Anteil der durch die Angst vor dem Terror wieder an (Abb. 10).

53 % der durch *TNS Emnid* im Auftrag von *Opodo* Befragten gaben als wichtigstes Kriterium für ihre persönliche Reiseplanung das Reiseziel und dessen Umgebung an, gefolgt von der Sicherheit des Ziels (19 %), den Freizeit- und Aktivitätsmöglichkeiten vor Ort (13 %) und dem Reisepreis (13 %). Bei aktiver Nachfrage nach dem Einfluss des Themas Sicherheit auf die Urlaubsplanung ändert sich jedoch das Bild: 67 % der Befragten gaben an, ihr Reiseziel sorgfältig auszuwählen und nur in »sichere« Länder zu reisen. Weitere 32 % reisen erst nach gründlicher Vorbereitung und ausführlicher Informationssuche zu ihrem Wunschziel. Lediglich 15 % haben keinerlei Angst vor Bedrohungen am Urlaubsort und entscheiden frei über ihr Reiseziel (TU Dresden 2005, S. 60).

Im Juni 2004 führte *TNS Emnid* eine Befragung zu Urlaubsrisiken im Auftrag der *Asstel Versicherungsgruppe* mit folgender Fragestellung durch: »Bei der Urlaubsplanung müssen viele Faktoren berücksichtigt werden. Wenn Sie an die Sicherheit im Urlaub denken, vor welchen 'Urlaubsrisiken' fürchten Sie sich persönlich am meisten?«. Diebstahl (57 %), Terroranschläge (54 %) und Krankheit (51 %) wurden als »befürchtete Urlaubsrisiken« am häufigsten genannt.

In einer Umfrage der *R+V-Versicherung* (»Die Ängste der Deutschen«) werden seit 1991 jährlich 2.400 Bundesbürger befragt. Sie können auf einer Skala von eins (gar keine Angst) bis sieben (sehr große Angst) ihre Befürchtungen einordnen. 2004 dominieren die wirtschaftlichen Themen. Im bundesweiten Durchschnitt ist das »Angstniveau« leicht gesunken, im Mittelwert von 4,42 auf 4,35. Es erreicht aber immer noch den zweithöchsten Wert seit Beginn der Studie 1991. Am stärksten geht die Angst vor einer kriegerischen Verwicklung Deutschlands zurück. Die Furcht vor Terroranschlägen bleibt unverändert hoch (TU Dresden 2005, S. 60).

REISETYPEN

Reisende unterscheiden sich in Abhängigkeit von der Reiseart sowie hinsichtlich Flexibilität, Einkommen und Alter. Auch der Wertehintergrund, die Einstellung und der jeweilige Lebensstil dürften dazu führen, dass Urlaubsreisende unterschiedlich auf die Risiken reagieren und ein unterschiedliches Reiseverhalten zeigen. Im Folgenden soll eine »Typisierung« von Reisenden unter dem Blickwinkel der Reiseart vorgenommen werden (Adelphi Consult 2005, S. 32 ff.).

Individualreisende dürften die innerhalb der gesellschaftlichen Risikokommunikation zur Verfügung gestellten Informationen dazu nutzen, eine bewusste Entscheidung über die Destinationsauswahl zu treffen. Diese vergleichsweise flexible Gruppe der Reisenden wird angesichts von Naturkatastrophen und extremen Wetterereignissen die Reiseplanung spontan ändern und die anvisierten Reiseaktivitäten in einem anderen Urlaubsgebiet realisieren. Dies ist auch mit Blick auf den Trend zunehmender Gewalt zu erwarten. Das Reiseziel wird nur dann längerfristig gemieden, wenn es zu einer Verstetigung des Auftretens terroristischer Gewalt kommt. Formen der Gewalt, etwa im Rahmen von armutsbedingter Kleinkriminalität, beeinflussen allenfalls das Verhalten am Zielort. In dieser Gruppe könnte sich zukünftig ein ganz spezifischer Reisetyp zeigen, der bereits heute in Form des Erlebnisreisenden ansatzweise existiert: der *»Risikoreisende«*, der Krisenherde geradezu sucht, Unsicherheiten attraktiv findet und entsprechend entlang dieser Kriterien den Erlebniswert einer Reise definiert, um sich vom herkömmlichen Reiseverhalten abzusetzen.

Pauschalreisende sind weniger flexibel als Individualreisende. In diesem Segment werden Reisen langfristig geplant, um möglichst günstige Buchungskonditionen wahrnehmen zu können. Sollte aufgrund erhöhter Sicherheitsvorkehrungen das Preisniveau ansteigen, dürfte eine mögliche Reaktion die Entscheidung für inländische Reiseziele sein. Als Frühbucher für Auslandsreisen werden diese Urlauber weitgehend den Maßnahmen der Reiseveranstalter folgen und im Fall eines erhöhten Risikos auf deren Alternativangebote eingehen. Im Falle terroristischer Gewalt gilt ähnliches wie für den Individualreisenden: Punktuelle und zeitlich begrenzte Gewalt in einem ansonsten attraktiven Gebiet führt nur zu einer kurzfristigen Reisezieländerung, das Reiseverhalten entspricht schnell wieder den alten Mustern. Ist eine Urlaubsregion jedoch langfristig vom Terror betroffen, so wird auch hier eine Verhaltensänderung eintreten. Das massive und kontinuierliche Auftreten von Kleinkriminalität in einem Urlaubsort beeinflusst Pauschaltouristen sehr viel stärker als Individualtouristen bei ihrer Reiseentscheidung.

Hinsichtlich der Mechanismen der Informationsaufnahme und -verarbeitung bei der Reiseentscheidung dürfte in der Gruppe der Individualreisenden der Typ der »informierten Anpassung« dominieren. Er will zwar so weit wie möglich an seinen ursprünglichen Reiseplänen und -präferenzen festhalten, nimmt sich aber Zeit, eine informierte Meinung zu den in der Zieldestination drohenden Risiken zu entwickeln. Dabei ist er auch bereit, seine Pläne und sein Verhalten in notwendigem Maße anzupassen.

In der Gruppe der Pauschalreisenden wiederum lässt sich eher der Typ »passive Anpassung« finden. Die Vielfalt der Risikokommunikation überfordert diesen Typus, zudem hat er eine diffuse Angst vor den drohenden Risiken. Seine ökonomische

Situation zwingt ihn dazu, preiswerte Reiseoptionen wahrzunehmen und notfalls den Alternativplänen der Reiseveranstalter zu folgen. Werden die diffusen Ängste stärker, verzichtet er allerdings auch auf einen Auslandsurlaub (Adelphi Consult 2005, S. 35).

In der Folge der gezeichneten »Risiko-Trends« ist eine weitere Steigerung der Risikosensibilität zu erwarten, gleich ob bei Individualreisenden oder Pauschaltouristen. Ein Resultat könnte eine steigende Zahl von Nichtreisenden sein. Sie repräsentierten dann den Typ »risikoaverse Anpassung«, also Reisende, die angesichts der zunehmenden Reiserisiken und der hierzu geführten Risikokommunikation grundlegend ihre ursprünglich positive Einstellung zum Reisen ändern. Sie reisen bewusst nicht und richten ihr Freizeitverhalten an anderen Präferenzen aus, für die nicht mehr eine bestimmte Region aufgesucht werden muss (Adelphi Consult 2005, S. 36).

KRISENPRÄVENTION UND KRISENMANAGEMENT – DIE AKTEURE UND IHRE KONZEPTE 4.

Der Staat hat in den fortgeschrittenen Wissens- und Industriegesellschaften die Verpflichtung, Gefahren abzuwehren und Risiken zu begrenzen. Seinen Aufgaben, Leben und körperliche Unversehrtheit seiner Bürger zu schützen, kommt er durch eine Vielzahl von Institutionen, Maßnahmen und Verfahren nach. Solche Strategien der Risikoprävention und -steuerung sind vor allem in den Bereichen Technik und Umwelt offenkundig, sie sind aber auch im Bereich des Tourismus bzw. in den tourismusrelevanten Feldern zu finden. Vergleichbar dem öffentlichen Akteursnetzwerk hat die Wirtschaft ein Netz an Akteuren und Strukturen auf nationaler und auch internationaler Ebene aufgebaut. Dieses Netzwerk und seine Funktionen im Blick auf Risikoprävention und -management sollen im Folgenden – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – dargestellt werden.

NATIONALE EBENE – AKTEURE DER WIRTSCHAFT 4.1

Sicherheitsmanagement in der touristischen Privatwirtschaft wird entweder einzelbetrieblich (z.B. Beherbergungsbetriebe und Transportunternehmen) oder übergreifend entlang der touristischen Leistungskette (v.a. bei Reiseveranstaltern) betrieben. In den meisten Fällen sind zwischen- bzw. überbetriebliche Kooperation und Koordination und Zusammenwirken mit öffentlichen Sicherheitseinrichtungen notwendig (TU Dresden 2005, S. 28).

REISEVERANSTALTER

Anders als Reisemittler, die im Wesentlichen eine Informationspflicht gegenüber dem Kunden haben, tragen die Reiseveranstalter die Verantwortung für die gesamte Reisekette. Sie müssen dem Reisenden in allen Phasen der Reise ein hohes Maß an objektiver Sicherheit bieten (Freyer/Schröder 2005, S. 111) und im Schadensfall durch ein umfangreiches Sicherheitsmanagement den Schaden so gering wie möglich halten. Die Reiseveranstalterbranche ging lange eher passiv mit dem Thema Sicherheit um. Infolge der vermehrten Zwischenfälle in den letzten Jahren und auch infolge des gestiegenen Sicherheitsbewusstseins der Kunden sowie der Medienberichterstattung stellen sich aber immer mehr Reiseveranstalter aktiv auf Sicherheitsfragen und Krisenfälle ein. Die großen Veranstalter haben zumeist Krisenpläne entwickelt, und vereinzelt gibt es eigene Sicherheitsbeauftragte (TU Dresden 2005, S. 30). Im Gegensatz zu großen Unternehmen sind kleinere und mittlere Veranstalter eher unzureichend auf Krisenfälle vorbereitet. Bei vielen Reiseveranstaltern existieren aufgrund früherer Erfahrungen ausgearbeitete Krisen- und Notfallpläne, die auf den aktuellen Krisenfall angewendet werden können. Dazu haben die Reiseveranstalter entweder spezielle »Operation Center« eingerichtet oder Sicherheitsbeauftragte eingesetzt, fallweise werden Experten aus anderen Gebieten (Hotel, Flug, Agenturen) hinzugezogen (Adelphi Consult 2005, S. 36 f.).

TUI und Studiosus sind zwei Reiseveranstalter, die mit dem Thema Sicherheit offen und aktiv umgehen (TU Dresden 2005, S. 31 ff.). TUI hat spezielle »Operation Centers« eingerichtet, die rund um die Uhr besetzt sind. Sie sammeln und koordinieren Informationen aus den Medien, vom Auswärtigen Amt, der Weltgesundheitsorganisation sowie von den Reiseleitungen und den Incoming-Agenturen aus den Destinationen. Bei einem Notfall wird nach einem »Call-System« die Benachrichtigungskette in Gang gesetzt. Die Meldung über den Ausbruch einer Krise wird an die Zentrale in zweifacher Form an zwei Stellen gefaxt, weil die Wahrnehmung einer Papiermeldung gesicherter ist, als die einer E-Mail. Die Mitglieder des Krisen-Stabes müssen permanent dienstlich *und* privat erreichbar sein. Nachdem bei Ausbruch einer Krise alle Mitglieder benachrichtigt wurden, treffen sie sich vor Ort zu einer ersten Besprechung. Wenn dies nicht möglich ist, wird per Telefon(-konferenz) die Lage diskutiert (Dreyer et al. 2004, S. 225 f.). Darüber hinaus bereitet TUI seine Reiseleitungen in speziellen Seminaren einmal jährlich auf Krisen vor. Der Reiseleiter wird angehalten, sich im Zielgebiet ein Krisenmanagementteam aufzubauen, z.B. aus einem Mitarbeiter des Transportunternehmens und einem Mitarbeiter der Hotelkette.

Studiosus hat einen eigenen Sicherheitsmanager, der direkt der Unternehmensleitung unterstellt ist. Seine Aufgaben sind neben der Pflege des Sicherheitsmanagement-

systems, die Beobachtung von Krisenherden, die Erstellung und Pflege einer zentralen Länderdatenbank, die Etablierung eines Frühwarnsystems für Krisen, die Kapazitätsplanung für Reisen und die Kommunikation von sicherheitsrelevanten Themen in der Öffentlichkeit (http://www.studiosus.de/ueber/sicherheit/index.php, zuletzt abgerufen am 17.08.2005). Des Weiteren werden die zukünftigen Gäste über Sicherheitsrisiken im Gastland informiert und erhalten beispielsweise kurz vor der Abreise spezielle Hinweise, falls sich die Situation in der Zielregion verändert. Studiosus ist eines der Unternehmen, welches dem Sicherheitsaspekt innerhalb des Marketings der Zukunft einen Mehrwert beimisst. Damit reagiert Studiosus auf die steigenden Kundenwünsche nach intensiver Information, wenn es um die Planung und die Durchführung einer sicheren Reise geht.

Eine Recherche des TAB zu sicherheitsrelevanten Themen auf den Internetpräsenzen von *21 anderen Reiseveranstaltern* ergab bei lediglich einem Veranstalter einen direkten Hinweis auf einen 24-Stunden-Sicherheitsservice mit Notrufnummer. Alle Veranstalter verfügten über Angebote von Reiseversicherungspaketen bzw. Links zu Reiseversicherungsunternehmen. Bei fünf Veranstaltern wurden Links zu Reisehinweisen bzw. Länderinformationen (incl. Links zum Auswärtigen Amt) und reisemedizinischen Hinweisen gefunden. In drei Fällen wurden nur reisemedizinische Hinweise gegeben, viermal nur Länderinformationen. Zwei Reiseveranstalter informierten über ihre technischen Sicherheitsbestimmungen. Sieben Reiseveranstalter hatten keine sicherheitsrelevanten Informationen bzw. Themen auf ihrer Internetpräsenz.

KRISENMANAGEMENT

Ein idealtypisches Krisenmanagement der Reiseveranstalter umfasst in der Regel drei Phasen: Vorbereitung, Intervention und Revision.

Die Phase der Vorbereitung umfasst:

- Kontrolle der Leistungsträger (z.B. Transportunternehmen und Hotels)
- Informationsbeschaffung vom Auswärtigen Amt, öffentlichen Trägern, Vertragspartnern und örtlichen Vertretern
- Auswertung von Informationen, Reisehinweisen, Reisewarnungen und Wetterdaten
- Erstellung eines Krisenplanes bzw. Krisenhandbuches
- Erarbeitung eines Krisenkommunikationsplanes
- Bestimmung eines Krisenstabes
- Pflege der Beziehung zu Medien und Kontaktherstellung zu Behörden in Ziel- und Quellgebieten
- Gezielte Ausbildung und regelmäßiges Training der Mitarbeiter besonders der Reiseleiter und der Reisemittler

- Gesundheits- und Sicherheitshinweise in Katalogen und im Internet (z.B. Verweis auf reisemedizinisches Service-Telefon)
- Bereitstellung oder Zugang zu einer intakten Infrastruktur (z.B. geeignete Räumlichkeiten und Kommunikationsmittel)

Im Krisenfall haben die Veranstalter möglichst schnell zu handeln und den Schaden durch *Interventions*-Maßnahmen zu begrenzen, wie beispielsweise:

- Informationsbündelung und -verdichtung, Risikoeinstufung
- Aktivierung der Notfallorganisation
- Steuerung und Kontrolle des Ablaufs durch den Krisenstab
- Einrichtung einer Kundendirekthilfe (z.B. Telefon-Hotline)
- Aktives Auftreten gegenüber den Medien (z.B. Abgabe einer öffentlichen Erklärung zur Situation im Krisengebiet)

In der *Revisions-Phase* werden die Krise und deren Bewältigung ausgewertet, dokumentiert und aufgrund der neuen Erfahrungen vorhandene Krisenhandbücher oder -pläne überarbeitet und erweitert (TU Dresden 2005, S. 30 f.).

Die Grundlage des Krisenmanagements bildet das *Krisenhandbuch*. Es beinhaltet alle Angaben zum Krisenstab, die Definition der Krisenpläne, einen Adresspool (z.B. lokale Behörden, Hotels, Agenturen) sowie eine Informationssammlung (z.B. Hinweise des Auswärtigen Amtes, Leistungsträgercharakteristika). Um in der Krise effektiv handeln zu können, sollte das Krisenhandbuch bereits in der Präventionsphase allen Mitarbeitern ausführlich erläutert und stets aktualisiert werden. Es ist allerdings nicht geeignet, für jede Krise alle notwendigen Bewältigungsmaßnahmen aufzulisten. Vielmehr sollte das Krisenhandbuch einen groben Handlungsrahmen bieten.

Der *Krisenstab*, als zentrales Organ des Krisenmanagements, wird vom Sicherheitsbeauftragten des Reiseveranstalters geleitet. Dieser definiert Sofortmaßnahmen bei auftretenden Krisen und stimmt das Verhalten des Unternehmens gegenüber den Medien ab. Eine genaue Aufgabenverteilung für die Teilnehmer des Krisenstabes sollte bereits in der Vorbereitungsphase vorgenommen werden (Dreyer et al. 2001).

Die wichtigsten Informationsquellen sind Reiseleiter und Incoming- bzw. Zielgebietsagenturen vor Ort. Sie können die lokale Situation und die Konsequenzen für die Reiseveranstalter am besten einschätzen. Im konkreten Krisenfall sind die Vernetzung und der Informationsaustausch der Reiseveranstalter mit Sicherheitsagenturen, wie »Crise Assist«, und dem Auswärtigen Amt essentiell. Der *Deutsche Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV)* übernimmt die Rolle des Koordinationszentrums solcher Netzwerke. Der DRV hat seit 2000 einen festen Sitz im Krisenstab der Bundesregierung, der zur gegenseitigen Information und gemeinsamen Lösungsfindung dient. Durch den Sitz im Krisenstab erhält der DRV direkte

Informationen von allen Stellen der Bundesregierung und ihrer Sicherheitsorgane und profitiert gleichzeitig durch den Austausch mit Krisenstäben und Sicherheitsagenturen anderer Länder. Die Informationen werden durch den Verband an Reiseveranstalter, die im Zielgebiet operieren, weitergeleitet. Fließen die Informationen auch in umgekehrter Richtung, können alle betroffenen Verbandsmitglieder und der Krisenstab von den Vertretern der Reiseveranstalter vor Ort profitieren. Als zentrale Krisen- bzw. Sicherheitsstelle im Tourismus hat sich der DRV allerdings noch nicht etabliert,[35] da er nur dann eingreift, wenn die gesamte Branche betroffen ist, und nicht nur eines seiner Mitglieder (Adelphi Consult 2005, S. 37 f.).

TRANSPORTUNTERNEHMEN

Für die Sicherheit während des touristischen Transports sind die Transportunternehmen verantwortlich. Für sie ergibt sich aus dem privatrechtlichen Beförderungsvertrag die Pflicht, den Reisenden und sein Gepäck ohne Gefahr für dessen Gesundheit und Leben vom Ausgangsort zum vereinbarten Zielort zu befördern. Dazu gehören allgemeine Verkehrssicherungspflichten und die Beachtung öffentlich-rechtlicher Schutzvorschriften. Im Folgenden konzentrieren sich die Ausführungen auf besondere Gefahren und Risiken (TU Dresden 2005, S. 33).

Fluggesellschaften als die wichtigsten Akteure des Transports im Tourismussektor müssen angesichts ihrer besonderen Verwundbarkeit auf Gefahrenlagen und Krisenszenarien außerordentlich sensibel reagieren. Zur Gefahrenabwehr und Risikovorsorge haben sie bestehende Sicherheitskonzepte überdacht und teilweise neue erarbeitet. Die Sicherheitsstrategie konzentriert sich nun auf Prävention durch Maßnahmen wie Abgleich der gebuchten Passagiere mit einer No Fly List von Namen terrorverdächtiger Personen, Überprüfung von Passagieren und Handgepäck auf gefährliche Gegenstände, Durchleuchtung von Gepäck, Transport von Gepäck nur mit dem dazugehörigen Fluggast sowie Übereinstimmung der Identität von Passagier und Inhaber der Bordkarte und Besitzer des Gepäcks. Zur Abwehr von terroristischen Angriffen wurden konkrete Sicherheitsmaßnahmen an Bord der Flugzeuge ergriffen (z.B. Flugsicherheitsbegleiter, nur von innen zu öffnende Cockpittüren) (Adelphi Consult 2005, S. 41 f.).

35 Infolge der verstärkten öffentlichen und internen Diskussion von Sicherheitsthemen hat der DRV auf seiner Jahrestagung 2004 das Thema Sicherheit aufgenommen und plant, ab 2005 zusätzliche Gesundheitsinformationen vom Bernhard-Nocht-Institut (BNI) Hamburg über das TIP-System (Touristik-Informations-Programm) zu übernehmen (TU Dresden 2005, S. 33).

Der Ausbruch von Epidemien oder Naturkatastrophen erfordert ggf. eine Änderung der Flugrouten und Netzwerkverbindungen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass Billigfluganbieter nur beschränkt reagieren können, da sie ihre Routen nicht als Netzwerke, sondern als Punkt-zu-Punkt-Verbindungen anbieten. Für alle Gefahrenbereiche gilt, dass die Fluggesellschaften im akuten Krisenfall die Möglichkeit haben, Flüge zu stornieren, was allerdings ihrem wirtschaftlichen Interesse entgegensteht (Adelphi Consult 2005, S. 40).

Die *Deutsche Bahn AG* hat eine Reihe von Vorkehrungen getroffen, um Risiken vorzubeugen und Krisen zu begegnen. Die Maßnahmen umfassen unter anderem Sicherheits- und Ordnungsdienste, Fahrgastkontrollen, Sicherheitsbegleitung und Fahrzeugbewachung. Des Weiteren führt die DB gemeinsam mit dem Bundesgrenzschutzamt Präventionsaktionen durch und versucht, zusammen mit anderen Bahnunternehmen Sicherheitssysteme zu harmonisieren und sie den europäischen Sicherheitsstandards anzugleichen (http://www.db.de/site/bahn/de/geschaefte/fahrzeuge/verkehrsmittelservices/sicherheit.html, zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

HOTELLERIE

Im Hotel- und Gaststättengewerbe beschränken sich Risikoprävention und Gefahrenabwehr bislang auf den Schutz von Hotelanlagen, auf Brandschutz, Hygiene und Wachschutz; in der Regel werden diese Bereiche von Sicherheitsbeauftragten koordiniert und verantwortet. Weitere Maßnahmen zielen auf den individuellen Personenzutritt zur Anlage (z.B. Videoüberwachung, elektronische Schlüssel, private Sicherheitsdienste) und auf Rückhol- und Evakuationsmaßnahmen im Fall konkreter Katastrophen. Dabei setzen Hotels auf die Kooperation mit lokalen Behörden und Sicherheitsinstitutionen. Der Schutz der Touristen und touristischer Anlagen unterliegt jedoch Grenzen, insbesondere wenn Sicherheitsmaßnahmen in die Privatsphäre des Einzelnen eingreifen oder aber den Komfort und damit den Erlebniswert der Urlaubsreise einschränken (Adelphi Consult 2005, S. 51 f.).

Der *Hotelverband Deutschland (IHA)* als Branchenverband der deutschen Hotellerie bietet seinen Mitgliedern u.a. Informationen und spezielle Beratung zur Verbesserung der Sicherheit in den Beherbergungsbetrieben (TU Dresden 2005, S. 38). Der *Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA)* hat sein Angebot zum Thema Sicherheit zurzeit noch auf Hygieneleitfäden beschränkt.

NATIONALE EBENE – ÖFFENTLICHE AKTEURE 4.2

Sicherheit gilt als öffentliche Aufgabe (als »öffentliches Gut«). Insofern sind in den meisten Ländern – wie auch in Deutschland – verschiedene öffentliche Träger für die unterschiedlichen Sicherheitsbereiche zuständig, wie

- Gesundheit: Gesundheitsministerien, Gesundheitsämter, Tropeninstitute, Kliniken, (niedergelassene) Ärzte, Apotheken;
- Terrorismus, Anschläge, Kriminalität: Innenministerien (Bundes- und Länderebene), BGS, Polizei, Verteidigungsministerium, Bundeswehr;
- Technik, Verkehr: Verkehrsministerien und -behörden,
- *(Natur-)Katastrophen*: Katastrophenschutz, Feuerwehr, THW, Umweltministerien und -behörden (TU Dresden 2005, S. 40).

Der tourismuspolitische Bericht der Bundesregierung zur 14./15. Wahlperiode thematisiert auch Sicherheitsaspekte und weist darauf hin, dass diese Branche »besonders anfällig für exogene Faktoren wie Krieg, Terrorismus und Epidemien« ist. Sicherheit sei deshalb eine der wichtigsten Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft nicht nur für Destinationen sondern auch für Reisewege (Bundesregierung 2003, S. 7 u. 14).

OUTGOING-TOURISMUS

Für Sicherheitsbelange deutscher Bürger im Ausland ist auf Bundesebene das *Auswärtige Amt (AA)* zuständig. Die Aufgaben des Amtes beinhalten die Erarbeitung von außenpolitischen Analysen und Konzeptionen sowie konkrete Handlungsanweisungen für die deutschen Auslandsvertretungen. Das AA veröffentlicht Sicherheitshinweise und Reisewarnungen für touristische Destinationen und informiert täglich über Gebiete, in denen politische Instabilitäten oder Natur- und Umweltgefahren drohen. Des Weiteren werden gemeinsam mit anderen Ministerien Analysen zur Erfassung von Krisenpotenzialen erstellt, um möglichst frühzeitig krisenhafte Entwicklungen erkennen zu können. Als Ergebnis erhalten die Auslandsvertretungen Sicherheitsberatungen, die auch Evakuierungspläne umfassen.

Sicherheitshinweise machen im Falle von Ländern, in denen es erforderlich erscheint, auf länderspezifische Risiken für Reisende und Deutsche im Ausland aufmerksam. Den Sicherheitshinweisen wird seit den Ereignissen des 11. September 2001 und dem Anstieg der terroristischen Bedrohung besondere Aufmerksamkeit zuteil. Sie werden regelmäßig überprüft und aktualisiert. Sie können je nach Einschätzung der Sicherheitslage die Empfehlung enthalten, auf Reisen zu verzichten oder sie einzuschränken. *Reisewarnungen* werden ausgesprochen, wenn generell vor Reisen in ein Land gewarnt werden muss. Deutsche, die in diesem Land leben,

werden dann zur Ausreise aufgefordert. Reisewarnungen gelten für Staaten, in denen Krieg oder politische Unruhen herrschen und somit der Schutz der Touristen nicht mehr gewährleistet werden kann. Reisewarnungen sind eher selten und treten ggf. an die Stelle des Sicherheitshinweises (TU Dresden 2005, S. 43).

Für das Krisenmanagement von besonderer Bedeutung ist das *Krisenreaktionszentrum* des AA. Es stellt durch die Beamten vom Dienst eine 24-stündige Erreichbarkeit sicher und unterrichtet die Amtsleitung über aktuelle Entwicklungen. Es ist gleichzeitig Ansprechpartner für außerhalb der Dienstzeit anfallende Notfälle im Ausland und betreibt die zentrale Notrufnummer des AA für Deutsche im Ausland (030/5000–2000). Krisenfrüherkennung, -vorsorge und -bewältigung sind weitere wichtige Tätigkeitsfelder des Krisenreaktionszentrums. Krisenhafte Entwicklungen werden beobachtet und bei Bedarf Krisenstäbe einberufen, deren Arbeit das Krisenreaktionszentrum organisiert. Weiterhin koordiniert es die Zusammenarbeit mit den anderen Ressorts und internationalen Partnern. Soweit touristische Belange betroffen sind, werden Vertreter des DRV in den Krisenstab mit einbezogen (TU Dresden 2005, S. 46). Beim Krisenmanagement im Auswärtigen Amt zeigen sich vor allem Probleme der Koordination mit anderen Ressorts, betroffenen und zuständigen Organisationen sowie den Bundesländern (TU Dresden 2005, S. 40).

BINNEN-TOURISMUS

Auf *Bundesebene* sind zahlreiche Ministerien mit Sicherheitsfragen im Tourismus befasst. Für Sicherheitsfragen im Inland ist das Bundesministerium des Inneren mit seinen nachgelagerten Behörden zuständig, auch wenn es sich nicht speziell mit Fragen des Tourismus auseinandersetzt. Der Bereich Gesundheit ist im Bundesgesundheitsministerium (und seinen Behörden und Einrichtungen) sowie im Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft geregelt. Für Fragen des Verkehrs ist das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnen (BMVBW) mit seinen entsprechenden Einrichtungen verantwortlich. Auch dem Referat Tourismus(-politik) im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit kommt grundsätzlich eine gewisse federführende Stellung zu, nicht jedoch in Bezug auf Sicherheitsfragen (im Tourismus).

Auch auf *Landes- und Kommunalebene* ist für Sicherheitsfragen im Tourismus keine zentrale Zuständigkeit vorgesehen; diese liegt in der Verantwortung der entsprechenden Ministerien und Behörden, wie z.B. dem jeweiligen Innenministerium. Bei Katastrophen kommt das *Technische Hilfswerk (THW)* bei Anforderung der zuständigen Behörden und als Ergänzung zu den lokalen oder regionalen Behörden zum Einsatz. Die Organisation umfasst acht Landes- bzw. Länderverbände sowie 665 Ortsverbände (www.thw.de). Bei Naturkatastrophen, wie z.B. der Flut in Sachsen, konnte das THW auch der betroffenen Tourismuswirtschaft Hilfe leisten.

Auf Kommunalebene, also in kreisfreien Städten und Landkreisen, sind die örtlichen Stellen, wie Gesundheitsämter, Polizeidienststellen oder Feuerwehr, neben ihren allgemeinen Aufgaben für die touristische Sicherheit im Beherbergungs- und Verkehrsbereich zuständig (TU Dresden 2005, S. 52).

EXKURS: GROßVERANSTALTUNGEN – DIE FUßBALLWELTMEISTERSCHAFT 2006

Neben der Sicherheit von Auslandsreisenden ist für die deutsche Tourismuspolitik auch die Sicherheit von Großveranstaltungen in Deutschland, wie die Fußballweltmeisterschaft 2006, relevant. Das Sicherheitskonzept der Olympiade 2004 in Athen deutete dabei an, welches Ausmaß solche Sicherheitsvorkehrungen bereits heute haben müssen.[36]

Die tourismuspolitische Verantwortung für die WM liegt beim BMWA, für Fragen der Sicherheit ist das Bundesministerium des Inneren (BMI) zuständig. Unter dessen Vorsitz finden seit Oktober 2002 regelmäßig Sicherheitskonferenzen zu WM 2006 statt. Vertreter der FIFA (Fédération Internationale de Football Association), der UEFA (United European Football Association), des Organisationskomitees WM 2006, des Europarates, internationaler Polizei- und Justizbehörden und Polizei- und Rechtsexperten beraten über Sicherheitsfragen und über die internationale polizeiliche Zusammenarbeit vor und während des Turniers. Vorrangiges Ziel ist es, rechtliche und praktische Möglichkeiten zur Verhinderung der Ein-, Aus- und Durchreise von Straftätern und potenziellen Gefährdern (z.B. Hooligans) zu erörtern und internationale Vereinbarungen zur Zusammenarbeit der Sicherheitsbehörden zu treffen.

Die konzeptionellen Aufgaben in Bezug auf Sicherheitsfragen für das bevorstehende Ereignis basieren u.a. auf dem Nationalen Konzept Sport und Sicherheit, das sich u.a. bei den Spielen der Bundesliga bewährt hat. Auf der Grundlage dieses Konzepts arbeiten der Deutsche Fußballbund, die Veranstalter und die zuständigen Stellen von Bund, Ländern und Kommunen zusammen. Ziel ist, bei der WM den größtmöglichen Schutz der Spieler, Schiedsrichter, Delegationen, FIFA-Partner, Medienvertreter, Zuschauer sowie hochrangiger Gäste vor, während und nach den Spielen zu bieten.

Aktuell wird von einem Bund-Länder-Ausschuss ein »Nationales Sicherheitskonzept WM 2006« in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen nationalen und internationalen Behörden sowie dem Ausrichter erstellt. Das BMI setzt dabei zunächst

36 Die Sicherheitsmaßnahmen für die Olympischen Spiele 2004 kosteten über eine halbe Mrd. Euro und umfassten neben der Stationierung von Überwachungsflugzeugen (AWACS), NATO-Einsätze zu Wasser, zu Land und in der Luft, die Installation von 1.500 Überwachungskameras sowie sichere digitale Funknetze zur Koordination der über 50.000 Sicherheitskräfte im Einsatz (Adelphi Consult 2005, S. 55).

auf präventive Maßnahmen, Unterstützung der Partnerstaaten und auf Optimierung des Informationsaustauschs zwischen den nationalen und internationalen Sicherheitsbehörden. Eine vom Bund-Länder-Ausschuss eingerichtete Projektgruppe WM 2006, deren Vorsitz das Land Nordrhein-Westfalen hat, erarbeitet ein polizeiliches Sicherheitskonzept als Teilkonzept für das »Nationale Sicherheitskonzept WM 2006«. Der Bund wird zur WM 2006 ein nationales Informations- und Kooperationszentrum, als nationale Stelle zur Sammlung und Koordination von Informationen und Analysen, einrichten. Aus den Informationen entstehen nationale Lagebilder, die allen Beteiligten zur Verfügung gestellt werden. Testlauf für das Zentrum soll der Confederations Cup 2005 sein.

TRANSPORT

Bei den Transportmitteln setzen verschiedene internationale und nationale Institutionen Standards hinsichtlich der technischen Mindestanforderungen zur Gewährleistung von Sicherheit. Die Zuständigkeiten liegen, je nach politischem System, bei nationalen, regionalen und lokalen Aufsichtsbehörden. In Deutschland sind dies vor allem die dem Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen unter- und nachgeordneten Behörden.

Im Folgenden (TU Dresden 2005, S. 34 ff.) wird weniger auf die grundsätzlichen und übergreifenden Sicherheitsaufgaben und -probleme im Zusammenhang mit dem touristischen Verkehr eingegangen, sondern der Schwerpunkt liegt auch hier bei besonderen Krisensituationen.

FLUGVERKEHR

Grundsätzliche Aspekte der Risikominderung und des Schutzes der Passagiere werden zunächst in verschiedenen Gesetzen, Verordnungen und Richtlinien geregelt. Unterschieden wird dabei nach Sicherheit am Boden, sowie Sicherheit im und am Flugzeug.

Der Schwerpunkt der vom aktuellen tourismuspolitischen Bericht genannten Maßnahmen wie auch der internationalen Bemühungen der Bundesregierung liegt in der Sicherung des Luftverkehrs. Unmittelbar nach den Anschlägen des 11. September 2001 wurde eine Reihe von Maßnahmen umgesetzt, wie z.B.:

- verschärfte Fluggastkontrollen,
- Einsatz speziell ausgebildeter Flugsicherheitsbegleiter des Bundesgrenzschutzes an Bord deutscher Luftfahrzeuge,
- Koordination der Flugsicherungskontrollzentralen der Deutschen Flugsicherung mit den Dienststellen der Luftverteidigung,

- Verstärkung und Verriegelung der Cockpittüren in den Verkehrsflugzeugen,
- Videoüberwachung des Zugangsbereichs zum Cockpit (Adelphi Consult 2005, S. 56).

In Deutschland ist neben den Flughafenunternehmen und Fluggesellschaften das *Luftfahrtbundesamt (LBA)* für die Sicherheit im Flugverkehr zuständig. Bestimmte Aufgaben wie Durchleuchten von Gepäck oder Durchsuchung von Personen kann die Luftfahrtbehörde auch an geeignete Institutionen, wie Polizei oder Bundesgrenzschutz, übertragen. Ausländische Fluggesellschaften müssen beim LBA eine Einflug- und Verkehrserlaubnis beantragen, die Wartung der Flugzeuge untersteht ebenfalls der Kontrolle des LBA. Eine besondere Rolle nehmen die Flughäfen ein, wo die verschiedenen Bereiche der Flugliniensicherheit, des Betriebsschutzes (des Flughafens) sowie die hoheitlichen Aufgaben (von BGS, Zoll und Polizei) zusammen kommen (TU Dresden 2005, S. 34).

BAHN- UND SCHIFFSVERKEHR

In Deutschland hat die Bahn im Vergleich zu anderen Ländern eine hohe Bedeutung für das Reisen und wird von den Reisenden als vergleichsweise sicheres Verkehrsmittel eingeschätzt. Die Züge haben einen relativ hohen technischen Standard, dessen Einhaltung regelmäßig geprüft wird, und durch Präsenz von Sicherheitsdiensten und Überwachungskameras wird auf Bahnhöfen die subjektive Sicherheit von Reisenden erhöht. Die Aufsichtsbehörde ist das *Eisenbahnbundesamt (EBA)*, zuständig für alle Belange des Eisenbahnwesens.

Der Schiffsverkehr in Deutschland spielt unter touristischen Gesichtspunkten keine große Rolle. Allerdings ist hier eine steigende Tendenz vor allem im Kreuzfahrtbereich im Ausland zu erkennen. Schiffe (aber auch Häfen) können ebenso wie Flugzeuge ein Ziel von Attentaten sein, wie häufige Übergriffe auf Nilkreuzfahrten in Ägypten oder die Entführung des Luxusliners »Achille Lauro« (1985) gezeigt haben. Auch schwere Fährunglücke (z.B. der Untergang des Fährschiffes »Estonia« 1994) fordern immer wieder viele Opfer.

Zuständig u.a. für die Verkehrssicherheit der deutschen Binnen- und Hochseeschifffahrt ist das *Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie (BSH)*. Es legt u.a. Sicherheitsstandards für Schiffe und deren Ausrüstung fest. Die deutschen Sicherheitsstandards sind an den internationalen Vorgaben der International Maritime Organization (IMO) ausgerichtet. Speziell für die Abwehr von terroristischen Gefahren ist auf jedem Schiff und in jedem Unternehmen ein Gefahrenabwehrbeauftragter eingesetzt, dessen Aus- und Weiterbildung vom BSH geregelt wird (www.bsh.de).

HOTELLERIE

Für die Sicherheit sind hier in erster Linie die Beherbergungsunternehmen selbst verantwortlich. Die rechtliche Zuständigkeit liegt in Deutschland bei nationalen, regionalen und lokalen Institutionen bzw. Aufsichtsbehörden (z.B. Gesundheitsministerien des Bundes und der Länder, regionale Gesundheitsämter). Gesetze und Vorschriften enthalten, neben generellen baulichen Bestimmungen, Mindestanforderungen zum Brandschutz, Sicherheitsmaßnahmen gegen Diebstahl, Flucht- und Rettungswege, Gesundheit und Sanitäranlagen (TU Dresden 2005, S. 38).

Spezielle Ratgeber und Richtlinien zu Sicherheitsplänen der Hotels bieten u.a. Feuerwehr, Polizei und Gesundheitsämter. Auf extreme Gefahrensituationen sind die meisten Hotels nicht eingerichtet.

INTERNATIONALE ORGANISATIONEN UND VERBÄNDE 4.3

WELTTOURISMUSORGANISATION (WORLD TOURISM ORGANIZATION, WTO)

Die Welttourismusorganisation ist eine Organisation der Vereinten Nationen (UN). Im Jahre 2004 waren Mitglieder aus 144 Staaten in der Organisation vertreten.

Nach den Anschlägen vom 11. September 2001 wurde zum ersten Mal in der Geschichte der WTO ein Krisenkomitee eingesetzt. Die Einrichtung wurde zusammen mit der Verabschiedung der Seoul Declaration on Peace and Tourism von der 14. Generalversammlung der WTO im September 2001 in Korea beschlossen. Das Komitee setzte sich aus 21 Repräsentanten der Mitgliedsstaaten zusammen. Ferner wurden 15 Mitglieder bestimmt, die die im Tourismus tätigen Unternehmen und Verbände repräsentieren. Das Komitee, das sich später in *Tourism Recovery Committee* umbenannte, tagte zum ersten Mal im November 2001.

Die WTO hat sich vielfach mit Fragen der Sicherheit auseinandergesetzt und gibt praxisorientierte Hilfen und Empfehlungen für die Tourismusbranche. Zu nennen sind insbesondere das Handbuch »Safety and Security« (WTO 1997) sowie die »Crisis Guidelines for the Tourism Industry« (WTO 2003). Weiterhin hat die WTO ein »*Safety and Security Network*« eingerichtet, um beispielsweise Ländern, Destinationen, Tourismusbeschäftigten und Konsumenten Hilfestellung im Bereich

Sicherheit zu geben. Bei Bedarf wird durch die WTO eine Task Force für spezielle Aufgaben einberufen (TU Dresden 2005, S. 42).[37]

WELTGESUNDHEITSORGANISATION (WORLD HEALTH ORGANIZATION, WHO)

Die WHO fungiert seit 1948 als Koordinationsbehörde der Vereinten Nationen für das internationale öffentliche Gesundheitswesen. Sie ist für alle internationalen Gesundheitsfragen zuständig, so auch für gesundheitliche Gefahren, die durch das Reisen entstehen können. Regelmäßig werden »Disease Outbreak News« herausgegeben und aktualisiert. Zusätzlich werden auf der Website »International Travel and Health« (www.who.int/ith) internationale Impfempfehlungen und -hinweise, Verhaltenstipps und Hinweise für Auslandsreisende sowie gezielte Informationen zu besonders gefährlichen Krankheiten mit Seuchengefahr veröffentlicht. Des Weiteren gibt es Checklisten für Reisende und »Disease Maps« für bestimmte Krankheiten wie Gelbfieber oder Cholera. Die WHO arbeitet ferner im Bereich der Lebensmittelsicherheit und erstellt Standards, Richtlinien und Empfehlungen, um eine internationale Harmonisierung der Hygienestandards zu erreichen. Sie ist involviert in die Entwicklung nationaler Infrastrukturen und Kontrollbehörden im Bereich der Lebensmittelsicherheit und zuständig für die Ausbildung, Aufklärung und Information von Haushalten, Konsumenten sowie Verantwortlichen in der Tourismuswirtschaft.

INTERNATIONALE ZIVILLUFTFAHRT-ORGANISATION (ICAO)

Die International Civil Aviation Organization (ICAO), eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen für die zivile Luftfahrt, sieht ihre Aufgabe u.a. darin, Leitlinien und Programme zur Stärkung der Sicherheit zu entwickeln. Nach den Terroranschlägen des 11. September 2001 entwickelte die ICAO einen Aktionsplan zur Flugsicherheit. Sie unterstützt die 188 Mitgliedsstaaten seitdem mit Security Audits (ICAO 2004) bei der Kontrolle und Evaluation ihrer Flugsicherheitsprogramme und -bestimmungen. Diese Audits finden unregelmäßig und überraschend statt. Die erste Luftsicherheitsprüfung wurde im November 2002 durchgeführt, monatlich erfolgen etwa drei bis vier Prüfungen weltweit. Die Prüfungen umfassen sowohl das natio-

37 Unter der Internetpräsenz www.world-tourism.org/quality/E/safety2.htm, zuletzt abgerufen am 17.08.2005, werden Informationen zur Sicherheit in touristischen Destinationen bereitgestellt. Verantwortet von den nationalen Tourismusbehörden, finden sich weiterhin sicherheitsrelevante Informationen zu den Mitgliedsländern (National Tourist Safety Sheets) sowie empfohlene Maßnahmen für die touristische Sicherheit.

nale Strategiekonzept als auch die verschiedenen Sicherheitsbereiche in Flughäfen. Bis 2007 sollte jedes Mitgliedsland davon profitiert haben. Außerdem bietet die ICAO Hilfe bei der Behebung der aufgezeigten Schwachstellen. Schließlich gibt die ICAO sog. Security Manuals heraus, hat ein Netzwerk von Sicherheitstrainingscentern errichtet und einen Aviation Security Action Plan aufgestellt.

Überprüfungen der Sicherheitsstandards haben bislang gezeigt, dass nationale Aufsichtssysteme zur Kontrolle der Sicherheitsimplementierung in Flughäfen häufig unzureichend sind. Die ICAO schlägt deshalb vor, dass nationale Regelungen von Flughäfen und Flugverkehrsunternehmen eigene Kontrollen der Sicherheitsstandards verlangen (Adelphi Consult 2005, S. 57 ff.).

INTERNATIONALE SEEFAHRTSORGANISATION (IMO)

Für den Tourismus besonders relevant ist eine Richtlinie zur Sicherheit von Fahrgastschiffen, die an der *International Convention for Safety of Life at Sea (SOLAS)* der Internationalen Seeschifffahrtsorganisation (IMO) orientiert ist (http://europa.eu.int/scadplus/leg/de/lvb/l24168a.htm, zuletzt abgerufen am 17.08.2005). Generell unterliegen Passagierschiffe weltweit den SOLAS-Kriterien. Für die Abwehr von äußeren Gefahren ist wiederum der so genannte »International Ship and Port Facility Security Code« (ISPS Code) von Bedeutung. Dieser stellt einen standardisierten Handlungsrahmen zur Risikobewertung zur Verfügung und gibt Hilfestellung für Regierungen, auf potenzielle Risiken mit entsprechenden Maßnahmen zu reagieren.

WEITERE INTERNATIONALE ORGANISATIONEN

Auf internationaler Ebene ist, neben der ICAO, auch die *Vereinigung Internationaler Luftverkehrsgesellschaften (IATA)* für Luftverkehrssicherheit zuständig. Die IATA setzt Sicherheitsstandards und bietet Kurse und Arbeitsgruppen zu sicherheitsrelevanten Themen, wie luftfahrtbezogenes Risikomanagement oder Sicherheitsqualitätskontrolle, an. Daneben berät und informiert sie ihre Mitglieder und stellt eine Datenbank mit Informationen, Analysen und Evaluationen zur Verfügung. Ferner hat die IATA ein eigenes Security Committee eingerichtet und führt regelmäßig Veranstaltungen zum Thema Sicherheit durch, auf denen u.a. die neuesten Ergebnisse der Arbeitsgruppen vorgestellt werden. Als Hilfe zur Umsetzung und Optimierung von Sicherheitsmaßnahmen gewährt die IATA Zugang zum IOSA-Programm (IATA Operational Safety Audit), einem Pendant der Security Audits der ICAO (www.iata.org).

Auf internationaler Ebene gilt für den Bahnverkehr die Convention on International Rail Transport (COTIF) der UNECE (United Nations Economic Commission

for Europe; http://www.unece.org/trade/cotif/Welcome.html, zuletzt abgerufen am 17.08.2005). Für die Eisenbahnunternehmen ist der *Internationale Eisenbahnverband (Union Internationale des Chemins de fer, UIC)* zuständig. Dieser vermittelt Sicherheitsstrategien zur Krisenprävention und zum Krisenmanagement und führt eine Datenbank mit Informationen u.a. zu risk assessment und proactive safety management (www.uic.asso.fr).

Der *Internationale Hotel- und Gaststättenverband (IH&RA)* unterstützt die Einführung von Sicherheitsmaßnahmen durch die WTO und die WHO, setzt sich für eine bessere Zusammenarbeit zwischen privatem und öffentlichem Sektor ein und arbeitet mit internationalen Einrichtungen an Programmen zur Förderung des Sicherheitsbewusstseins (www.ih-ra.com).

G 8 – GRUPPE DER ACHT WICHTIGSTEN INDUSTRIESTAATEN

Im Jahr 2002 erarbeitete die G 8 einen »Action Plan on Transport Security«, der seitdem regelmäßig überarbeitet und aktualisiert wird. Der Plan zielt auf eine verbesserte Sicherheit des internationalen Reiseverkehrs ab. Er umfasst Projekte zur Verbesserung der Sicherheit von Reisedokumenten (internationale Standards, Fälschungssicherheit, maschinenlesbare und biometrische Ausweise), zum verstärkten Informationsaustausch, zur Eindämmung der durch tragbare Flugabwehrsysteme entstehenden Gefahren (MANPADS), zur Flug- und Schifffahrtssicherheit (u.a. Durchsetzung ICAO-Standards für Cockpittüren, bewaffnete Flugsicherheitsbegleiter, Dokumentenberater, Luftsicherheitskontrollen) und die Bereitschaft zur Unterstützung von Drittstaaten bei der Umsetzung derartiger Maßnahmen (Adelphi Consult 2005, S. 57). 2004 wurde im Rahmen der Secure and Facilitated International Travel Initiative (SAFTI) ein Aktionsplan verabschiedet.

EUROPÄISCHE UNION

Auf EU-Ebene ist vor allem der Rat der *Europäischen Union* mit der Erstellung von Richtlinien und Empfehlungen, u.a. im Bereich Tourismus und Sicherheit, betraut. Derzeit wird durch die Kommission der Europäischen Gemeinschaften der Ausbau der Katastrophenschutzkapazitäten vorangetrieben, um ein rund um die Uhr arbeitendes Beobachtungs- und Informationszentrum für den Katastrophenschutz zu etablieren. Dieses Zentrum wird zur zentralen Koordinierungsstelle mit Informationen über sämtliche Katastrophenschutzkapazitäten (z.B. Löschflugzeuge für Waldbrände, Hochleistungspumpen bei Hochwasser und Überschwemmungen) der EU-Länder. Im Katastrophenfall können Mitglieder der EU, aber auch Drittländer, das Zentrum um Unterstützung bitten. Diese Anfrage wird dann an die anderen

Mitglieder weitergeleitet und die entsprechenden weiteren Hilfsmaßnahmen werden durch das Zentrum koordiniert. Bisher wurden bei verschiedenen Ereignissen, die in ihren Auswirkungen auch den Tourismus betrafen (z.B. die Havarie des Tankers Prestige, die Waldbrände in Portugal oder das Erdbeben in Marokko) Spezialisten zur Verfügung gestellt (TU Dresden 2005, S. 45).

FLUGVERKEHR

Bezüglich des europäischen Flugverkehrs ist die *Europäische Agentur für Flugsicherheit (EASA)* – als Einrichtung der EU – mit spezifischen Aufgaben der Flugsicherheit und des Umweltschutzes betraut. Sie berät und leistet Zuarbeit bei der Abfassung von Flugsicherheits- und Umweltschutzregeln und unterstützt die Europäische Kommission bei der Überwachung. Außerdem hat sie gewisse Exekutivaufgaben in Beziehung auf die Flugsicherheit (z.B. Prüfung von luftfahrttechnischen Erzeugnissen und Organisationen auf Einhaltung von Sicherheits- und Umweltnormen). Die Luftsicherheit, also die Sicherheit des Luftraumes, fällt nicht in die Zuständigkeit der EASA, diese obliegt den Mitgliedsstaaten (www.easa.eu.int).

Am 19. Januar 2003 trat die »Verordnung (EG) 2320/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2002 zur Festlegung gemeinsamer Vorschriften über die Sicherheit in der Zivilluftfahrt« in Kraft. Das Ziel der Verordnung ist es, den Sicherheitsstandard auf europäischer Ebene auf hohem Niveau zu vereinheitlichen. Die Maßnahmen beinhalten u.a.:

- Kontrolle des Zugangs zu den Sicherheitsbereichen der Flughäfen und zu den Flugzeugen,
- Kontrolle der Fluggäste und ihres Handgepäcks,
- Kontrolle von Fracht- und Postsendungen,
- Schulung des Bodenpersonals,
- Festlegung von Spezifikationen für die Ausrüstung zur Durchführung der obigen Kontrollen,
- Klassifizierung der Waffen und Gegenstände, die an Bord von Flugzeugen und in den Sicherheitsbereichen der Flughäfen verboten sind.

Die Verordnung verpflichtet zudem alle Mitgliedstaaten, ein System der Qualitätssicherung sowie nationale Programme zur Luftsicherheit zu erarbeiten (Adelphi Consult 2005, S. 56).

BAHNVERKEHR

In der EU wird zukünftig die *Europäische Eisenbahnagentur (European Railway Agency, ERA)* für die Sicherheit im Eisenbahnverkehr verantwortlich sein (http://europa.eu.int/comm/transport/index-eu.html). Die Agentur wird die mit der

Erarbeitung von gemeinsamen Lösungen im Bereich der Sicherheit beauftragten Sachverständigengruppen anleiten und der Europäischen Kommission Beschlussvorlagen übermitteln, die diese nach Stellungnahme des Ausschusses der Vertreter der Mitgliedstaaten annimmt. Außerdem wird sie neue einzelstaatliche Vorschriften prüfen und die Entwicklung der Eisenbahnsicherheit überwachen.

SEEFAHRT

Die EU hat einen *Ausschuss für die Sicherheit im Seeverkehr (COSS)* (http://europa.eu.int/scadplus/leg/de/lvb/l24241.htm, zuletzt abgerufen am 17.08.2005) eingerichtet und verschiedene Richtlinien zum Thema erlassen. Sie orientiert sich dabei vor allem an den Richtlinien der IMO.

HOTELLERIE

Auf europäischer Ebene befasst sich die Kommission für Verbraucherschutz und Gesundheit (http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_de.htm) mit Belangen der Hotel- und Gastronomieindustrie. Auch dort sind Richtlinien für mehr Sicherheit entstanden, die sich aber eher auf Gesundheitsthemen (Lebensmittelsicherheit) und »klassische« Themen wie Brandschutz beschränken. Der *Europäische Hotel- und Gastronomieverband (HOTREC)* bietet keine speziellen Informationen und Hilfen.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC)

Der WTTC repräsentiert den privaten Sektor der Tourismusindustrie und umfasst u.a. die weltweit 100 größten Reiseunternehmen. Der WTTC hat als Reaktion auf die verstärkten Forderungen nach mehr Sicherheit im Tourismus einen Travel & Tourism Security Action Plan herausgegeben, der vier Handlungsprinzipien zu Krisenprävention, -management und -verarbeitung enthält (www.wttc.org/publications/pdf/SecurityActionPlanFINAL%2004apr03mth2.pdf, zuletzt abgerufen am 17.08.2005):

- Zusammenarbeit und Koordination von öffentlichen und privaten Akteuren und Sicherstellung von Kommunikation fördern,
- Handlungsfähigkeit durch verständliche Sicherheitsmaßnahmen und -pläne, Training und regelmäßige unabhängige Untersuchungen des Sicherheitssystems sichern,
- Terroristen keine Handlungsfreiheit ermöglichen, Beziehungen zur lokalen Bevölkerung aufbauen,
- kontinuierlichen Wissens- und Informationsaustausch organisieren.

EXKURS: FRÜHWARNSYSTEME 4.4

Ein Frühwarnsystem in einem übergreifenden Verständnis soll helfen, aufkommende Gefahren frühzeitig als solche zu erkennen und Gefährdete möglichst schnell zu informieren. Es soll dazu beitragen, rechtzeitig Gefahren abzuwenden oder zu mildern. Vereinfacht gesagt basiert die Idee der Frühwarnung auf der Prämisse, dass sich Phänomene nach bestimmten Gesetzmäßigkeiten verhalten. Nach diesem Model lassen sich dann Voraussagen über die Wahrscheinlichkeit des Eintretens einer Gefahr treffen. Oft kann die Warnung in statistischer Form ausgedrückt werden, beispielsweise als Wahrscheinlichkeit, dass sich im nächsten Jahr wieder ein El Niño entwickelt (http://www.unisdr.org/ppew/whats-ew/more-ew.htm, zuletzt abgerufen am 17.08.2005). Unsicherheitsfaktoren bleiben allerdings. Ein Hurrikan kann über Nacht schwächer werden oder seinen Kurs ändern, ein Tsunami fällt höher aus als erwartet.

Das Prinzip der Frühwarnung ist wesentliches Element in zahlreichen Feldern der internationalen Klima- und Umweltpolitik und der Strategien der Nachhaltigkeit. Dies gilt auch für die International Strategy for Disaster Reduction (ISDR). Diese wurde 2000 durch die Versammlung der Vereinten Nationen etabliert. Hierfür hat die UN 2004 ein Sekretariat eingerichtet, in das wiederum seit 2004 eine Plattform for the Promotion of Early Warning integriert ist.

1998 wurde erstmals eine Konferenz ausschließlich zu Frühwarnung (Conference on Early Warning, EWC) durchgeführt. Während der letzten EWC im Oktober 2003 wurden u.a. aus Forschungsergebnissen und Beobachtungen von bereits existierenden Frühwarnsystemen berichtet. Des Weiteren wurde der Yokohama Strategy and Plan of Action for a Safer World ausgewertet. Diese so genannte Yokohama Strategie enthält Richtlinien zur Naturkatastrophenprävention und wurde 1994 verabschiedet (http://www.ewc2.org). Ein Ergebnis war die weit geteilte Erkenntnis, dass seit 1998 erhebliche Fortschritte bei der globalen Integration von Frühwarnsystemen in nationale Konzepte und Aktivitäten sowie die internationale Entwicklungspolitik nicht erzielt wurden und auch in Zukunft nur schwer erreichbar sein werden. Zwar sind Fortschritte bei technologischen Lösungen erkennbar, fast immer fehlt aber die Integration von Frühwarnsystemen in die gesellschaftlichen und politischen Strukturen. Dies wurde zuletzt auf der World Conference on Disaster Reduction im Januar 2005 in verschiedenen Dokumenten festgehalten.

Auf nationaler Ebene hat sich das Deutsche Komitee für Katastrophenvorsorge e.V. (DKKV) zum Ziel gesetzt, die Aktivitäten deutscher Wissenschaftseinrichtungen mit internationalen Bemühungen zur Katastrophenvorsorge zu vernetzen. Laut Vereinsstatuten ist es vorrangiges Ziel, auf die »nachhaltige Katastrophenvorsorge im internationalen Verbund hinzuwirken«. Dazu gehört auch die Unterstützung beim

Aufbau von Frühwarnsystemen. Außerdem setzt sich das DKKV für eine Förderung des gesellschaftlichen Dialogs, die Sensibilisierung der Öffentlichkeit sowie für die Stärkung lokaler Katastrophenschutzstrukturen ein. Das DKKV arbeitet als nationales Kompetenzzentrum unter dem Schirm der International Strategy for Disaster Reduction der Vereinten Nationen (www.dkkv.org).

TYPEN VON FRÜHWARNSYSTEMEN

NATURKATASTROPHEN

Es existieren bereits Frühwarnsysteme für Wirbelstürme, Tsunamis und Vulkanausbrüche. Allerdings sind einige dieser Systeme teilweise veraltet und häufig nicht jedem Staat zugänglich. Ein positives Beispiel ist das Tsunami-Warnsystem im Pazifik, das bereits 1968 eingerichtet wurde und bis heute als Vorbild für andere Tsunami-Frühwarnsysteme gilt. Es ist das weltweit einzige regionale Warnsystem. Seismographen und Messbojen im Pazifik registrieren frühzeitig die Tsunamis auslösenden Seebeben. Richtung und Geschwindigkeit der Flutwellen können so berechnet, die Ankunftszeit der Welle bestimmt und Evakuierungsmaßnahmen eingeleitet werden.

Nach der verheerenden Flutkatastrophe in Südostasien im Dezember 2004 hat die deutsche Bundesregierung angeboten, ein Tsunami-Frühwarnsystem den interessierten Staaten in Südostasien zur Verfügung zu stellen.[38] Die deutsche Initiative ist Teil der Hilfe, die die Intergovernmental Oceanographic Commission (IOC) der UNESCO im Auftrag der UN koordinieren wird. Gemeinsam mit rund 20 nationalen und internationalen Partnern entwickelten die Forscher des GeoForschungs-Zentrums (GFZ) Potsdam eine Konzeption, die innerhalb von ein bis drei Jahren einen wirksameren Schutz für die Bevölkerung schaffen soll. Indonesien bietet sich aufgrund der geologischen Situation besonders für die Umsetzung eines Frühwarnsystems an. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zum seismisch aktiven Sundabogen drohen dort auch in Zukunft Tsunamis infolge von Erdbeben. Das Tsunami-Frühwarnsystem ist Teil eines Early-Warning-Systems, welches auch andere Katastrophen, wie Erdbeben und Vulkanausbrüche erfassen soll.

Das System ist offen und dezentral aufgebaut, um die Verknüpfung mit anderen und zukünftigen Systemen zu ermöglichen. Ein Schwerpunkt der Entwicklung liegt in der Verkürzung der Vorwarnzeiten durch die Erweiterung eines Echtzeit-Erd-

38 Im April 2005 wurde zwischen Indonesien und Deutschland hierüber eine Vereinbarung getroffen.

bebenmonitoring-Systems. Auf der Basis des seismologischen Forschungsnetzes GEOFON des GFZ soll es möglich sein, innerhalb von 13 Minuten nach dem Ereignis Lagezentren, seismologische Institutionen und Medien automatisch zu warnen. Um die Qualität der Vorhersagen zu erhöhen, sind jedoch die Vernetzung und der Ausbau von Messstationen nötig. Für das Sensorennetzwerk werden GPS-gestützte Bojen in Indonesischen Gewässern ausgesetzt. Die Konzeption sieht zwei Stufen vor, von denen die erste die schnelle Realisierung eines Grundsystems (Stufe I, Maßnahme 1) darstellt, das auf dem vorhandenen globalen Erdbebenmonitoring-System des GFZ aufbaut und den Kern eines operativen Frühwarnsystems bildet. Die Stufe II sollte gleichzeitig mit Stufe I gestartet werden, ist aber für den operativen Betrieb langfristiger anzulegen. Stufe II soll in ein bis drei Jahren realisiert werden und besteht aus vier parallelen Maßnahmen:

- Einrichtung eines Warnsystems mit Schwerpunkt Erdbeben/Tsunami im Indischen Ozean auf der Basis existierender Systeme/Technologien (u.a. Aufbau eines Echtzeit-Erdbebenmonitoring-Systems);
- Konzeptuntersuchung zur Systemerweiterung;
- Entwicklung neuer Technologien (z.B. GPS-basierte Meereshöhenmessungen über Reflektometrie);
- Capacity-Building vor Ort, vom Entscheidungsträger über Experten bis hin zur regionalen Bevölkerung.

Stufe II umfasst den Bau und Betrieb eines Multi-Satellitensystems. Dieses wäre der Schritt zu einem global operierenden System (http://www.bmbf.de/pub/konzept_tsunami_fruehwarn0305.pdf, zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

Ein weiteres Frühwarnsystem wird zurzeit in der Ägäis aufgebaut, einer Inselwelt, deren viele noch aktive Vulkane für diese tourismusintensive Region ein großes Sicherheitsproblem darstellt. Ein europäisches Forscherteam arbeitet hierzu an einem Internet-basierten multimedialen Frühwarnsystem, das später auch in anderen Regionen eingesetzt werden soll. »*Geowarn*« soll von Behörden, Forschern und Katastrophendiensten dazu genutzt werden um gefährliche Vorgänge im Innern des Vulkans frühzeitig zu erkennen. Die raum-zeitliche Visualisierung von Messdaten, Vorgängen im Untergrund, Oberflächenbewegungen eines schlafenden Vulkanes ist ein neuer Ansatz in der Überwachung von potenziell gefährlichen Vulkanen unter Anwendung modernster wissenschaftlicher Methoden, wie satellitengestützter Kartographie, thermische und magnetische Messungen sowie geochemische Methoden (www.geowarn.ethz.ch).

GESUNDHEIT

Auch für den Bereich Gesundheit gibt es Frühwarnsysteme zur Früherkennung und Vorhersage von Epidemien. Laut WHO ist ein Frühwarnsystem ein Überwachungssystem, das Informationen über Epidemiekrankheiten sammelt und auswertet, um im Falle einer möglichen Epidemie sofort Interventionsmaßnahmen einzuleiten. Die WHO stärkt bereits vorhandene Frühwarn- oder Überwachungssysteme und entwickelt sie auf der Basis von neuen Konzepten und Techniken weiter. Hierbei setzt sie auf detaillierte und fundierte Berichte von Epidemiologen, die einkommende Daten sichten und auswerten. Dabei werden die statistischen Daten nicht mehr nur zur Ermittlung und Bestätigung von gefährlichen Krankheiten genutzt, sondern in bestimmte Datenzellen (die durch Zeit, Ort und Art der Krankheit definiert sind) eingeordnet, signifikante Veränderungen werden extrahiert und analysiert. Die WHO hilft bei der Entwicklung von Indikatoren und Schwellenwerten, die definieren, ab wann Interventionen notwendig sind (http://www.who.int/csr/labepidemiology/projects/earlywarnsystem/en/, zuletzt abgerufen am 17.08.2005).

KRISEN IN ZIELGEBIETEN

Frühwarnsysteme auf Unternehmensebene können nach operativen und strategischen Frühwarnsystemen unterschieden werden. Die strategischen Frühwarnsysteme orientieren sich an qualitativen Informationsquellen und sind grundsätzlich gesamtunternehmensbezogen und langfristig ausgerichtet. Im Gegensatz dazu beziehen sich die operativen Frühwarnsysteme auf quantitative Indikatoren, wie Kennzahlen oder Hochrechnungen, und somit auf die kurz- und mittelfristige Erkennung bereits latent vorhandener Risiken und Chancen (Jossé 2004; TU Dresden 2005, S. 24).

REISEVERSICHERUNGEN 5.

Reiseversicherungen sind der ökonomische und rechtliche Reflex der latenten und manifesten Risiken des Reisens – Risiken sowohl für Veranstalter als auch für die Reisenden. Ohne Versicherungen wäre das System des Tourismus kaum denkbar. Im Folgenden sollen kursorisch einige Aspekte des Marktes und des Rechts der Versicherungen thematisiert werden.

DER MARKT 5.1

Gegenwärtig sind nur 42 % der deutschen (Urlaubs-)Reisenden versichert. Somit stellen der Markt für nichtorganisierte Reisen und der Geschäftsreisemarkt noch nicht vollständig erschlossene Potenziale für die Versicherungsgesellschaften dar.

Der Reiseversicherungsmarkt wird gegenwärtig von drei großen Gesellschaften dominiert (Die Europäische Reiseversicherung AG, Elvia und Hanse Merkur). Zunehmend versuchen jedoch auch Versicherungsgesellschaften, die allgemeine Krankenversicherungen anbieten, ihr Portfolio um Reisekrankenversicherungen zu erweitern (TU Dresden 2005, S. 61 f.).

PRODUKTE UND LEISTUNGEN

Auch Reiseveranstalter müssen sich versichern. Hierbei spielen v.a. die Insolvenzversicherung und die Reiseveranstalterhaftpflichtversicherung eine wichtige Rolle. Jeder Reiseveranstalter muss bei Abschluss eines Vertrages dem Kunden einen Insolvenzversicherungsschein zukommen lassen. Nach § 651k BGB hat der Reiseveranstalter eine Rückerstattungspflicht bei Zahlungsunfähigkeit oder Konkurs. Der gezahlte Reisepreis muss erstattet werden können, soweit Reiseleistungen ausfallen bzw. für alle Aufwendungen, die dem Reisenden durch Insolvenz des Unternehmens entstehen. Eine Reiseveranstalterhaftpflichtversicherung übernimmt Schäden des Reisenden, sofern diese nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig bzw. durch einen Leistungsträger (z.B. Hotel, Transportunternehmen) des Reiseveranstalters entstanden sind, und es keine Körperschäden sind.

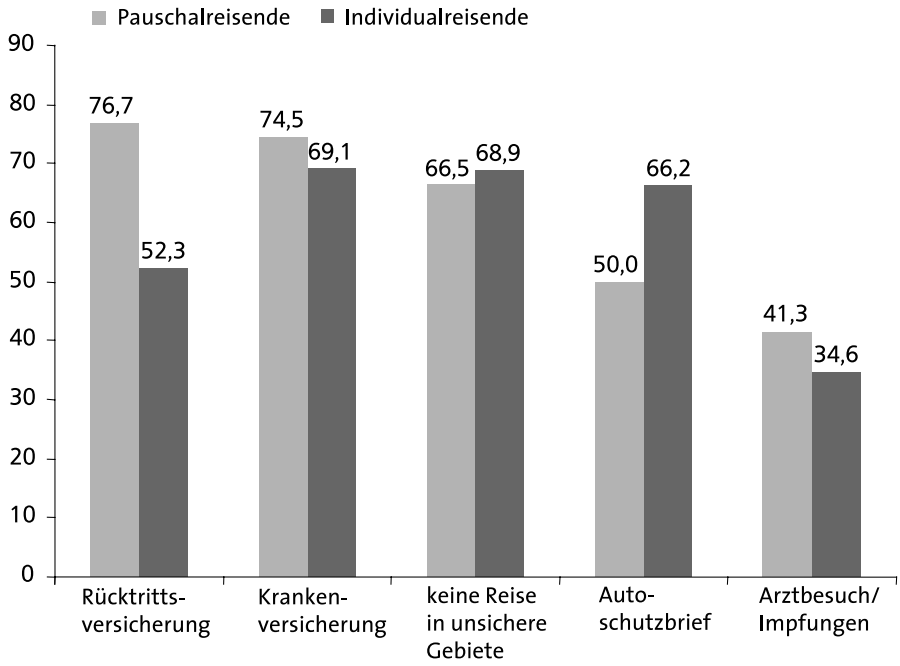
Die wichtigsten Versicherungen für Reisende sind (TU Dresden 2005, S. 62 ff.):

- *Reisekrankenversicherungen*: Falls der Urlauber im Ausland medizinisch versorgt werden muss und die gesetzliche Krankenversicherung nicht greift, übernimmt diese Versicherung anfallende Kosten. Bestandteile sind u.a. ärztliche Behandlungen bei akuten Erkrankungen und Unfällen, stationäre Heilbehandlungen, schmerzstillende Zahnbehandlungen, Arznei-, Verband- und Heilmittel, notwendiger Krankenrücktransport, Überführungskosten bei Tod einer versicherten Person.
- *Reiserücktrittskostenversicherung*: Wenn der Reisende eine gebuchte Reise – aus einem wichtigen und unvorhersehbaren Grund[39] – nicht wie geplant antreten kann, übernimmt die Versicherungsgesellschaft die anfallenden Stornogebühren des Reiseveranstalters. Zusätzlich können auch die Kosten bei einer vorzeitigen Abreise, im Rahmen einer sog. »Ersatzreise- oder Reiseabbruchversicherung«, übernommen werden.
- *Reisegepäckversicherung*: Bei Eintritt eines finanziellen Schadens durch Verlust, Beschädigung oder Zerstörung des Reisegepäcks werden die Kosten bis zum Zeitwert bzw. der vereinbarten Versicherungssumme bezahlt.

39 Beispiele sind ein schwerer Unfall oder Krankheit des Versicherten, Impfunverträglichkeit, Tod eines Angehörigen. Bei einigen Versicherungen werden auch Nichtbestehen von Prüfungen oder plötzliche Arbeitslosigkeit als wichtiger Grund anerkannt.

- *Reisehaftpflichtversicherung*: Bei Reisen bis zu zwölf Monaten ist der Versicherungsschutz im Rahmen der Privathaftpflichtversicherung eingeschlossen. Sie greift, wenn der Urlauber einen Dritten schädigt und dieser seinen Rechtsanspruch geltend macht.
- *Reiseunfallversicherung*: Finanzielle Entschädigung für Reisende, die aufgrund eines schweren Unfalls dauerhaft körperlich geschädigt bleiben. Ausgenommen sind zumeist Risikosportarten.
- *Assistance Versicherung*: Gibt dem Reisenden im Schadensfall Hilfestellung vor Ort. Die Versicherungsgesellschaft regelt u.a. Beschaffung von Informationen, Rückreise, Krankenbesuche oder die Empfehlung eines Rechtsanwaltes.

ABB. 11 WIE SICHERN SIE SICH PERSÖNLICH GEGEN EVENTUELLE REISE-RISIKEN AB?



Quelle: Elvia 2004, S. 10

Bei den Pauschalreisenden dominieren die Reiserücktrittskostenversicherung (76,7 %) und die Reisekrankenversicherung (74,5 %). Individualreisende legen besonderen Wert auf eine Reisekrankenversicherung (69,1 %) und den Autoschutzbrief (66,2 %) (Abb. 11).

MARKTPERSPEKTIVEN

Die Versicherungswirtschaft hat in Folge der Terroranschläge vom 11. September 2001 neue Versicherungsprodukte entwickelt, um extreme Risiken abzusichern und das Haftungsrisiko zu beschränken. So wollen beispielsweise die deutschen Sachversicherer zukünftig oberhalb einer Gesamtversicherungssumme von 25 Mio. Euro Schäden durch Terrorismus nicht mehr erstatten bzw. versichern. Um der deutschen Industrie einen ausreichenden Versicherungsschutz zu ermöglichen, wurde im Herbst 2002 die »Extremus Versicherungs AG« gegründet, die einen Deckungsschutz von bis zu 1,5 Mrd. Euro je Einzelrisiko vorsieht (Adelphi Consult 2005, S. 48).

Welche Aktivitäten und Perspektiven entwickelten seither die Reiseversicherer? Offensichtlich spielen analoge Versicherungsprodukte (wie die o.g.) in den Überlegungen der deutschen Reiseversicherer keine sonderlich große Rolle. Weder haben die Anbieter mit gänzlich anderen Versicherungen oder Versicherungspaketen den Kunden umworben, noch ist seitens der Nachfrager ein stark veränderter Bedarf zu erkennen. Einzelne Reiseversicherer setzen vor allem auf eine bessere Kommunikation und Aufklärung, Vernetzung und Transparenz von Risikowarnungen und die Sicherstellung einer unabhängigen Bewertung von Risiken. Für einzelne Risikogruppen, vor allem Geschäftsreisende, werden jedoch die Versicherungsleistungen im Vorfeld von Schäden erweitert. Die Europäische Reiseversicherung stellt ihren Geschäftskunden ein modulares Informationssystem zur Verfügung, das Geschäftsreisende vor und während der Reise nutzen können. Über das Voyager Information Portal ihrer dänischen Tochter haben Reisende die Möglichkeit, aktuelle Risikomeldungen über ihre Ziel- und Reiseorte abzurufen. Diese Meldungen unterscheiden sich von anderen Quellen (Informationsportal des Frankfurter Flughafens oder Reisewarnungen des Auswärtigen Amtes) in zweierlei Hinsicht. So werden Meldungen (über Risiken) von spezialisierten Risk-Consultants bewertet, die über umfangreiche regionale und lokale Kenntnisse verfügen. Zudem erfolgt auch eine Risikobewertung für solche Staaten, für die aus politischen Gründen generell bzw. nur in Ausnahmefällen Reisewarnungen ausgesprochen werden (Adelphi Consult 2005, S. 49).

TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN 5.2

Die Beitragseinnahmen der Versicherungsgesellschaften sind direkt abhängig von aktuellen Geschehnissen in der Tourismusbranche. Beispielsweise wirkt sich der Trend zu kürzeren und billigeren Reisen auf den Reiseversicherungsmarkt aus. Wenn weniger gereist wird, werden auch weniger Versicherungen abgeschlossen. Der Trend zum preiswerten Reisen bedeutet für die Versicherungsgesellschaften, dass die Prämien eines Versicherungsvertrages geringer ausfallen, da die Prämien für eine Reiserücktrittsversicherung an den Reisepreis gekoppelt sind (von Dörnberg 2004, S. 160).

Zurzeit ist der Markt für Pauschalreisen ausgeschöpft; hier werden ca. 45 % des Umsatzes einer Versicherungsgesellschaft erzielt. Dagegen verspricht sowohl der Markt für nichtorganisierte Reisen als auch der Geschäftsreisemarkt durch wachsendes Sicherheitsbewusstsein der Reisenden noch Zuwächse: Während in Deutschland lediglich ca. 42 % eine Versicherung abschließen, sind es in Skandinavien bis zu 80 % der Reisenden (http://www.europaeische.at). Ziel der deutschen Versicherungsgesellschaften ist es, den Anteil derer, die eine Reiseversicherung abschließen, zu verdoppeln. Ein weiterer Schritt, das Marktpotenzial besser auszuschöpfen, ist, vorhandene Märkte besser bzw. Märkte neu zu erschließen, z.B. über eine intensivere Nutzung der Vertriebswege Internet, Call Center und Printmedien. Der klassische Vertrieb von Reiseversicherungen erfolgt aber immer noch über das Reisebüro. Reisebüros bieten Reiseversicherungen allerdings nach wie vor nicht so an, wie es sich die Versicherer wünschen. Die zunehmende Buchung von Reiseversicherungen über das Internet zeigt, dass Nachfrage da ist, entsprechende Produkte in Reisebüros aber unzureichend angeboten werden. Neue oder verbesserte Erschließung von Märkten betrifft gegenwärtig v.a. Kreuzfahrten, Busreisen und Reisen innerhalb von Deutschland (von Dörnberg 2004, S. 160 ff.).

Zukünftig könnte die Reiseversicherungswirtschaft von dem verstärkten Kundenwunsch nach einem »Rundum-Sorglos-Paket« profitieren. Denn so wie beispielsweise ein allmähliches Umdenken bei der privaten Gesundheitsvorsorge in Deutschland konstatiert werden kann, ist auch für Reisen eine verstärkte private Vorsorge zu erwarten.[40] Entsprechende Produkte müssen dazu allerdings erst marktreif gemacht werden.

40 Nach Angaben der Versicherungen schließt ein Kunde im Durchschnitt für ca. 30 Euro pro Person und Reise Reiseversicherungen ab, als Gruppe bzw. Familie für ca. 50 bis 100 Euro (TU Dresden 2005, S. 66).

RECHTLICHE ASPEKTE DES VERSICHERUNGSSCHUTZES BEI »HÖHERER GEWALT« 6.

Eine Reisebuchung ist ein verbindlicher Vertragsabschluss zwischen Veranstalter und Reisendem. Nach § 651j BGB haben sowohl Veranstalter als auch Reisende das Recht, das Vertragsverhältnis zu kündigen, wenn die Reise aufgrund unvorhersehbarer »höherer Gewalt« erheblich erschwert, gefährdet oder beeinträchtigt wird. In diesem Falle verliert der Veranstalter den Anspruch auf den vereinbarten Preis für die Reise. Für bereits erbrachte Reiseleistungen kann er aber eine Entschädigung verlangen. Fälle höherer Gewalt sind weder der Sphäre der Versicherung noch des Versicherten zuzurechnen.[41]

Von wesentlicher Bedeutung für eine kostenfreie Kündigung einer Pauschalreise ist zunächst das Vorliegen der höheren Gewalt. Die Definition höherer Gewalt wird von den Gerichten unterschiedlich ausgelegt und hängt stets vom konkreten Sachverhalt ab. 1986 urteilte das Amtsgericht Leverkusen im Falle des Rücktritts von einer Ägypten-Reise, dass ein Terroranschlag nicht als höhere Gewalt anzusehen sei. Die Richter begründeten ihr Urteil damit, dass es zuvor schon mehrfach zu Terroranschlägen gekommen war und der Reisende deshalb bei der Buchung bewusst ein höheres Risiko eingegangen sei. Auch das Amtsgericht Bad Homburg entschied in einem Fall, dass vereinzelte Terroranschläge gegen Touristen nicht dazu berechtigen, eine in das betreffende Land gebuchte Reise kostenlos zu stornieren, außer wenn eine offizielle Reisewarnung vorliegt. In einem anderen Fall entschied allerdings das Amtsgericht Frankfurt, dass ein Bombenattentat in einem türkischen Urlaubsort den stornogebührenfreien Rücktritt von einer dorthin geplanten Ferienreise rechtfertige. In einem Urteil vom Mai 2003 hält das Landgericht Frankfurt am Main die Terroranschläge vom 11. September 2001 für höhere Gewalt im Sinne des § 651j Abs. 1 BGB. Das Gericht gab der Klage einer Touristin statt, die nach den Anschlägen eine für die Zeit vom 11. bis 24.11.2001 nach New York gebuchte Pauschalreise gekündigt hatte. Das Gericht argumentierte, die Anschläge hätten zu nicht vorhersehbaren »flächendeckenden bürgerkriegsähnlichen Zuständen« geführt, so dass eine gebuchte Pauschalreise nach New York wegen höherer Gewalt gekündigt werden dürfe. Die Richter am Landgericht räumten zwar ein, dass ein einzelner Terroranschlag nicht zwangsläufig ein Stornierungsgrund sei. Diese Voraussetzungen seien

41 Die Reiseversicherer schließen in ihren Versicherungsbedingungen grundsätzlich die Haftung im Falle höherer Gewalt (unvorhersehbare »von außen« kommende Ereignisse wie Anschläge oder Naturkatastrophen) aus. In den entsprechenden allgemeinen Geschäftsbedingungen der Reiseveranstalter finden sich Formulierungen wie »Eine Haftung für Schäden, die verbunden sind mit Krieg, Terror oder kriegsähnlichen Zuständen, lehnt der Veranstalter ab.«

aber angesichts des bis dahin nicht gekannten Ausmaßes terroristischer Gewalt für die Anschläge vom 11. September 2001 erfüllt.[42]

Entscheidend könnte also zukünftig sein, ab wann gewaltförmige Ereignisse eine solche Intensität und Ausstrahlung erreicht haben, dass sie nicht mehr dem allgemeinen Lebensrisiko zuzurechnen sind. Heikel ist dabei die Frage, ob dies auch gelten kann, wenn Krieg oder Kriegsgefahr nicht im Urlaubsland sondern in einer angrenzenden Region drohen oder stattfinden bzw. von dort ausstrahlen (Schmid 2004, S. 147).

Ob eine Pauschalreise kostenlos storniert werden kann, hängt auch davon ab, ob im Einzelfall die Reise durch höhere Gewalt *erheblich* erschwert (z.B. Erreichbarkeit unter normalen Umständen), gefährdet (z.B. Zerstörung einer Hotelanlage durch Verwüstungen) oder beeinträchtigt wird (z.B. Beeinträchtigung des Erholungswertes für den Reisenden). Muss die Pauschalreise, z.B. wegen eines Hurrikans, vorzeitig abgebrochen werden, tragen Veranstalter und Reisende die eventuellen Mehrkosten zu gleichen Teilen. Bei der Beurteilung der Gefährdung von Reisenden kommt es dabei unter dem Gesichtspunkt des Reiserücktrittsrechts nicht auf die subjektive Einschätzung des Reisenden an, sondern auf die objektive Lage im Zielgebiet (Führich 2003, S. 56). Die Berichterstattung über terroristische Aktivitäten in den Medien und die damit verbundene Verunsicherung für den Reisenden ist kein Grund für die Kündigung einer Reise. Diese offizielle, objektive Einschätzung wird in der Praxis vom Auswärtigen Amt vorgenommen, auf die auch die Reiseveranstalter verweisen. Reisewarnungen werden vom Auswärtigen Amt (AA) aber generell nur für dauerhafte Krisenregionen wie Afghanistan, Somalia oder Irak ausgesprochen. Allgemein wird den Informationen des AA der Stellenwert eines starken Indizes zugesprochen – der Reiseveranstalter aber kann sich dadurch nicht von seiner Pflicht befreien, selbst zu prüfen, ob eine Reise erheblich erschwert, gefährdet oder beeinträchtigt ist.

Der Bundesgerichtshof hat mit Urteil vom 15.10.2002[43] die Gefährdungsschwelle neu definiert und damit die Messlatte für Kündigungen von Reisen wegen höherer Gewalt herabgesetzt. Demnach besteht ein Kündigungsrecht für Reisende bereits dann, »wenn mit dem Eintritt des schädigenden Ereignisses (z.B. Hurrikan im Zielgebiet in der Karibik) mit *erheblicher* (und nicht erst überwiegender) Wahrscheinlichkeit zu rechnen ist«. Bei einem Hurrikan stellte schon eine Wahrscheinlichkeit des Eintreffens von 1:4 eine erhöhte Gefährdung der Reisenden dar und fällt nicht

42 Amtsgericht Leverkusen, Urt. V. 13.8.1996-25 C 96/96; Amtsgericht Bad Homburg, Az. 2 C 4030/93; Amtsgericht Frankfurt am Main, Az. 32 C 4890/93-40; Urteil vom 22.05.2003, Az.: 2/24 S 239/02, NJW 2003, 2618, zitiert nach Adelphi Consult 2005, S. 47.

43 Urteil des Bundesgerichtshofes vom 15.10.2002, AZ.: X ZR 147/01 – zitiert nach Adelphi - Consult 2005, S. 48.

mehr unter das »allgemeine Lebensrisiko«, jedenfalls dann nicht, wenn sie sich bereits zu einer Vorwarnung über die Gefahr im Zielgebiet konkretisiert hat. Im vorliegenden Fall verlangte eine Reisegruppe nach Abbruch ihrer Flugpauschalreise in die Dominikanische Republik den gesamten Reisepreis zurück, weil die Ferienanlage kurz nach ihrem Eintreffen durch einen Hurrikan weitgehend zerstört wurde und sie in einem anderen Teil des Landes provisorisch untergebracht werden mussten. Der Gefährdungsgrad kann hierbei nicht eindeutig festgelegt werden. Der BGH verwies darauf, dass bei Abenteuer- oder Expeditionsreisen in klimatisch besonders exponierte Gebiete andere Maßstäbe angemessen seien als bei Badereisen in gut erschlossene Urlaubsgebiete«[44]. Im Fall des Hurrikans in der Karibik handelte es sich um eine Pauschalreise in einen All-Inclusive-Ferienclub, bei der nicht von einer besonderen Risikobereitschaft der Reisenden ausgegangen werden kann.

Erwähnt werden soll noch das dritte Kriterium für eine kostenfreie Kündigung: Das Ereignis muss nicht nur erheblich, es darf auch bei Buchung *nicht vorhersehbar* gewesen sein. Kannte der Reisende die Ereignisse oder waren sie ihm fahrlässig unbekannt, kann er sich nicht auf höhere Gewalt berufen.

RÜCKBLICK UND AUSBLICK 7.

Der Tourismus ist bereits heute in eine übergreifende gesellschaftliche Sicherheitsstruktur eingebettet. Zumeist wirken die Sicherheitssysteme im Hintergrund und fallen kaum auf. Erst bei (größeren) Zwischenfällen rücken sie ins Bewusstsein. In der Regel ist Sicherheit im Tourismus bislang eher ein Tabuthema. Die Tourismuswirtschaft behandelt Sicherheitsfragen eher defensiv, da sie fürchtet, dass ansonsten Kunden verunsichert werden und weniger reisen. Zugleich wird »Sicherheit« als wenig geeignet angesehen, um sich von den Mitwettbewerbern positiv abzusetzen. Es ist aber offenkundig, dass Branchenvertreter in letzter Zeit den Sicherheitsaspekt verstärkt in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen und Aktivitäten stellen. Letztlich ist Sicherheit im Tourismus eine gemeinsame Aufgabe von privaten und öffentlichen Organisationen, von privatwirtschaftlichen Unternehmen (wie insbesondere Reiseveranstalter) über öffentlichen Sicherheitsbehörden (wie Polizei, Gesundheitsbehörden) bis zu Einrichtungen des Transportsektors (mit öffentlichen und privaten Funktionen). Und nicht zuletzt müssen die Reisenden selbst mitwirken, um die Sicherheitsvorschriften und -empfehlungen einzuhalten (TU Dresden 2005, S. 82).

44 Z.B. ein Urteil des OLG Karlsruhe zu einer Trekking-Tour in Kamerun – zitiert nach Adelphi Consult 2005, S. 48.

KOOPERATION, KOORDINATION UND KOMMUNIKATION

Für den Erfolg von Prävention und Management von Krisen und Gefahren ist die informierte Zusammenarbeit der verschiedenen touristischen Akteure von besonderer Bedeutung. Zu Recht hält deshalb der WTTC die Informationsvernetzung und enge Kooperation aller Tourismusakteure für entscheidend im Umgang mit Sicherheitsrisiken aller Art. Sein Sicherheitsaktionsplan ist zwar durch seine Beschränkung auf globalen Terrorismus und sein enges Spektrum an Maßnahmen defizitär, er sieht aber für diesen ausgewählten Bereich einige sinnvolle Koordinations- und Strategiemaßnahmen vor. Ferner zeichnet er sich dadurch aus, dass er sich gleichermaßen an alle Glieder der touristischen Wertschöpfungskette richtet (Adelphi Consult 2005, S. 61).

Auch national könnten branchenübergreifende Sicherheitsstrategien und aktive Informationsvernetzung über den Krisenstab der Bundesregierung hinaus einen Beitrag zur Sicherheit des Tourismussektors in Zukunft leisten. Transparenz und Bereitstellung von Informationen für Reisende sind dabei für den Erfolg solcher Strategien eine wesentliche Voraussetzung (Adelphi Consult 2005, S. 60).

Neben den jetzt schon vorhandenen öffentlichen Informationsquellen wird verschiedentlich seitens der Tourismusbranche eine tourismusspezifische Informations- bzw. Koordinationsstelle thematisiert. Allerdings stellt sich hier die Frage der Finanzierung und auch der Unabhängigkeit. Sollte sie privatwirtschaftlich finanziert werden, besteht die Gefahr der Abhängigkeit, auch sind Nicht-Zahler nur schwer von der Nutzung auszuschließen. Bei der Forderung nach einer zentralen Sicherheits- bzw. Krisenstelle im Outgoing-Tourismus erscheint vielen der DRV als optimale Einrichtung. Lösungen müssten ggf. hinsichtlich der Interessenkonflikte der Mitglieder und der Finanzierung gefunden werden. Erste Schritte, das Thema Sicherheit offensiv anzugehen, wurden durch den DRV inzwischen unternommen (TU Dresden 2005, S. 85).

SICHERHEIT DEUTSCHER TOURISTEN IM AUSLAND

Für Sicherheitszwischenfälle im Ausland, bei denen deutsche Touristen beteiligt sind, hat das Auswärtige Amt ein System aufgebaut, das von der Tourismuswirtschaft überwiegend als gut bis sehr gut eingeschätzt wird. Kritische Hinweise sind vor allem hinsichtlich der »Reiseinformationen bzw. -warnungen« zu hören, für die eine verstärkte Abstimmung mit der Tourismusbranche gewünscht wird. Oftmals werden Warnungen für das gesamte Land ausgesprochen, auch wenn nur Teile und/oder der Tourismus nur am Rande von Problemen im Reiseland betroffen sind. Zudem sind Klarheit und Verbindlichkeit der Aussagen – einzelnen Stimmen zufolge – nicht immer für alle Länder und Situationen gleichermaßen gewährleistet. Die Information und Betreuung der Angehörigen im Schadensfall ist ein weiteres der

Problemfelder, bei denen Verbesserungen angezeigt sein könnten. Eine weitere Empfehlung ist die Schaffung einer einheitlichen Rufnummer für den Schadensfall (TU Dresden 2005, S. 86).

SICHERHEIT AUSLÄNDISCHER (UND DEUTSCHER) TOURISTEN IN DEUTSCHLAND

Die touristische Infrastruktur ist einerseits Teil der kritischen Infrastruktur, wie Verkehrswege, -mittel und -stationen. Zum anderen gibt es unternehmensspezifische Sicherheitsmaßnahmen (wie Beherbergungsunternehmen, Reiseveranstalter). Darüber hinausgehende öffentliche Sicherheitsplanungen gibt es für den Tourismus nicht – sie werden von den öffentlichen Stellen zumeist auch nicht für notwendig erachtet. Eine Sonderstellung nehmen große Events ein, die einen hohen touristischen Anteil haben (z.B. das alljährliche Münchener Oktoberfest und die FIFA-WM 2006).

Es stellt sich die Frage, ob bzw. wie Deutschland auf Anschläge und Katastrophen vorbereitet ist, die speziell Touristen und Ziele der touristischen Infrastruktur träfen.

Sicherheitsprobleme entlang der touristischen Reisekette sind vielfältig, und es gibt zahlreiche Schwachstellen für ausländische Touristen in Deutschland (Gesundheitsprobleme, Anschläge, Unfälle). Im Schadensfall kommen zudem besondere (Koordinations-)Aufgaben mit internationalen Beteiligten hinzu (Botschaften, Konsulate, Medien, Versicherungen, Reiseveranstalter usw.). Hierbei zeigen sich Sprach- und Mentalitätsprobleme sowie besondere Ressourcenprobleme für ausländische Geschädigte (wie Geld-, Versicherungs-, Zeitprobleme). Je nach Größe des Schadensfalles können auch hier schnell Kapazitätsengpässe auftreten (wie Kommunikations- und Transportwege vom/ins Ausland, sprachkundiges Hilfspersonal). Die Information und Betreuung der ausländischen Angehörigen bei einem Schadensfall in Deutschland ist ein spezielles Problemfeld, für das momentan keine ausreichenden Erfahrungen und Vorbeugungsmaßnahmen bestehen. Eng damit zusammen hängen Probleme der Opfererkennung, die auch bereits im nationalen Schadensfall, v.a. im Transportbereich, Schwierigkeiten bereitet (TU Dresden 2005, S. 88).

REISERECHT

Dem Reiserecht wird überwiegend attestiert, für den Kunden ausreichend Sicherheiten und Möglichkeiten der Interessenwahrung zu bieten. Der Schadensersatzprozess um den Terroranschlag auf der tunesischen Ferieninsel Djerba gegen den TUI-Konzern hat allerdings nicht nur die Diskussion über die Haftung von Reiseveranstaltern neu entfacht. Es mehren sich die Stimmen, die die Einrichtung eines Opferfonds fordern, der beispielsweise Terroropfern in Urlaubsländern – unabhängig von Haftungsfragen – schnell und unbürokratisch helfen soll. Zur Schlichtung

von juristischen Streitfällen könnte ein Ombudsmann eingesetzt werden. Bei der Anerkennung von höherer Gewalt bzw. der Festlegung, welche Gefährdungen dem allgemeinen Lebensrisiko zuzuordnen sind, gibt es bisher noch viele Spielräume (TU Dresden 2005, S. 72).

EIN NEUES VERSTÄNDNIS VON RISIKO ENTWICKELN

Im Mittelpunkt der öffentlichen Aufmerksamkeit stehen zum einen zumeist die großen und intensiv thematisierten Ereignisse, Krisen und Risiken mit vielen Opfern und/oder großem Schadensausmaß. Zum anderen wurde die Risikowahrnehmung aller Akteure der Tourismuswirtschaft lange von den sich aus dem Terrorismus ergebenden Risiken dominiert. Im Hinblick auf verstärktes Auftreten derzeit z.T. noch latenter Risikotrends (Naturkatastrophen, Klimawandel, Erkrankungsrisiken, strukturelle Risiken) sollte jedoch in Zukunft ein umfassenderes Verständnis von Sicherheit auch für den Tourismussektor an Bedeutung gewinnen. Daraus ergibt sich, dass die bisher bestehenden engen Ansätze in weiter gefasste Sicherheitskonzeptionen, die auch den unterschiedlichen Risikoeigenschaften der skizzierten Bereiche Rechnung tragen, integriert werden müssen.

Auch der Begriff der *Prävention* wird derzeit noch eng definiert im Sinne der unmittelbaren Gefahrenabwehr. Beispielsweise wird im Bereich der Reiseveranstalter Prävention als verstärkter Informationsaustausch im Falle von spezifischen Terrorwarnungen oder bei einer Eskalation verstanden. Erweiterte Präventionskonzepte könnten im Rahmen von *Corporate Social Responsibility (CSR)*-Konzepten für die Tourismuswirtschaft einen erhöhten Stellenwert gewinnen, das Ziel einer offenen Risikokommunikation muss sich aber gegen Marketing- und Standortinteressen durchsetzen. Zwar ist es schwierig, durch Risikokommunikation positive Botschaften zu transportieren. Dies liegt vor allem daran, dass Risiken weder sicher abgeschätzt werden können noch selbstverständlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation sind. Sollten aber verbesserte Frühwarnsysteme in der Tourismuswirtschaft existieren, könnte Risikokommunikation ein Alleinstellungsmerkmal werden, das Marktchancen eröffnen bzw. verbessern kann. Statt Krisengewinnern könnte es dann Vorreiter in Krisenprävention und Gefahrenabwehr geben, die sich durch neue touristische Produkte und integrative Strategien zur Risikominimierung auszeichnen und am Markt behaupten (Adelphi Consult 2005, S. 59).

WISSENSCHAFT UND POLITIK VOR DER ZUKUNFT – EINE SCHLUSSBEMERKUNG VI.

Seit dem Herbst 2001 herrscht in der bis dato (fast nur) erfolgsverwöhnten Tourismusbranche eine wechselhafte Stimmung. Terror- und Kriegsangst, wirtschaftliche Krisen, Klimawandel und extreme Wetterereignisse wurden als Ursachen für ökonomische Einbrüche sowie als Unsicherheitsfaktoren für ungetrübte Urlaubs- und Reiselust verantwortlich gemacht. Dennoch näherte sich die Reisewilligkeit der Deutschen schon bald wieder den alten Werten. Auf eine fast paradoxe Weise hat sich bestätigt, dass sich der Tourismus – nahezu als »evolutive Konstante« – beständig in einer Umbruchs- oder Krisensituation zu befinden scheint und zugleich ebenso konstant ein boomender Wirtschaftszweig ist. Deutlich ist aber auch geworden, dass im Urlaubstourismus die Konsumenten zeitlich und räumlich in ihrem Nachfrageverhalten und (Re)Aktionsspektrum wesentlich flexibler sind als die touristischen Dienstleister. Und so waren es vor allem die Tourismusanbieter, die von Krisen und Turbulenzen betroffen und beeinträchtigt waren (N.I.T./PROJECT M 2003, S. 11).

Das Volumen des Tourismus, die hohen Wachstumsraten und die große Bedeutung, die der Tourismus für die Destinationen in aller Welt besitzt, erfordern eine hochgradige Fähigkeit zur Problemlösung und verlangen eine Zukunftsplanung, die auf seriöser Grundlage beruht. Alle, die sich mit dem Tourismus und dessen Steuerung beschäftigen, brauchen die möglichst genaue Kenntnis zentraler zukünftiger Trends und Rahmenbedingungen als Basis für ihre Arbeit. Trotz aller methodischen und erkenntnistheoretischen Grenzen ist der Blick in die Zukunft unumgänglich.

Da das Gesamtsystem Tourismus äußerst komplex und zudem mit vielfältigen sozioökonomischen Strukturen verflochten ist (Steinecke/Quack 2004, S. 9, s.a. Becker et al. 2004), sollte man schnell postulierten Trends mit Vorsicht begegnen. Wer aus diesem komplexen Feld ein einzelnes Thema herausgreift, lässt zwangsläufig andere wesentliche Einflüsse außer Acht. Ist schon die Erfassung und Gewichtung einzelner Einflussfaktoren des Reiseverhaltens kaum möglich, so gilt dies erst recht für das sich aus einer Vielzahl interdependenter Faktoren ergebende Gesamtbild und in besonderem Maße für dessen zukünftige Entwicklung. Allerdings bedeutet dies nicht, dass Trends zu identifizieren und ihre mögliche Entwicklung und Auswirkungen begründet zu beschreiben, nicht möglich oder nicht hilfreich seien. Eine Trendanalyse oder auch andere Ansätze, die aus heutiger Perspektive Rahmenbedingungen für und Entwicklungen im Tourismus weiterdenken sowie plausible Begründungen entwickeln, können für die Entscheidungsträger eine wertvolle Orientierung sein (N.I.T./PROJECT M 2005, S. 13).

Der Versuch, über zukünftige Entwicklungen und Veränderungen im Tourismus gut begründete Aussagen zu machen, hat also eine Vielzahl von sich beeinflussenden Aspekten zu berücksichtigen. Hiervon ist zudem eine ganze Reihe zunächst außerhalb des Systems Tourismus verortet, wie z.B. einerseits absehbaren demografischen Veränderungen oder die schwer(er) vorherzusagenden Ereignisse, wie z.B. terroristische Aktivitäten oder Naturkatastrophen, aber auch wirtschaftliche Struktur- und Konjunkturentwicklungen. Der Prozess des Wandels kann aber auch im Tourismus selbst seinen Ausgangspunkt nehmen, durch Anbieter und Mittler (z.B. Angebotsstrategien, Kapazitätsplanungen) oder durch den Urlaubsreisenden (z.B. Wertewandel, Motivänderungen). Inwieweit dabei der Produzenten- oder der Konsumentenseite eine ursächliche Rolle zukommt, ist selten zu klären (N.I.T./PROJECT M 2003, S. 13).

Zieht man eine Summe aus den zahlreichen Analysen zur Zukunft des Tourismus (Steinecke/Quack 2004), kann erwartet werden, dass grundlegende Änderungen im touristischen Verhalten kurz- bis mittelfristig nicht zu erwarten sind, weil der Tourismus international und national ein reifer Markt geworden ist und ohne große Einbrüche und Reibungen funktioniert. So ist auch das Urlaubsverhalten der Deutschen prinzipiell weitgehend habitualisiert, und das Reisen scheint eine Art Grundbedürfnis mit hoher Priorität zu sein, dessen Befriedigung nur äußerst ungern eingeschränkt wird. Schließlich hat sich – zumal in den letzten Jahren – die Nachfrage gegenüber widrigen Rahmenbedingungen als recht robust erwiesen: Der Anteil der regelmäßig Reisenden nimmt seit über 30 Jahren kontinuierlich zu (F.U.R. 2004a u. b). Insgesamt kann man deshalb von einer weiteren stabilen Entwicklung bei den Urlaubsreisen ausgehen – wobei kurzfristige oder sektorale Einbrüche nicht ausgeschlossen sind.

Gleichwohl sind Wandlungen der Rahmenbedingungen und Strukturen des Tourismus zu erwarten, die seine Zukunft maßgeblich mit gestalten und über Gewinner und Verlierer sowie die zukünftigen Wachstumssegmente mit entscheiden werden. Einige wesentliche Elemente bezüglich der erörterten möglichen Zukünfte sollen im Folgenden punktuell aufgegriffen und perspektivisch mit einigen exemplarischen Forschungsdesideraten verknüpft werden. Letztere ergänzen die in den Kapiteln III, IV und V erfolgten Hinweise auf Informationsbedarf und Handlungsfelder.

SOZIALSTRUKTURELLER WANDEL DER GESELLSCHAFT

Für das System des Tourismus überaus bedeutsam ist der sozialstrukturelle Wandel der Gesellschaft, insbesondere die demografische Alterung. Veränderungen in der Größe und im Altersaufbau der Bevölkerung lassen sich – unter aus heutiger Sicht realistischen Annahmen – relativ genau antizipieren: Fast noch deutlicher als in an-

deren Industrieländern wird in Deutschland die Alterspyramide regelrecht auf den Kopf gestellt, da auf absehbare Zeit die Geburtenhäufigkeit auf konstant sehr niedrigem Niveau bleiben, die Lebenserwartung weiter zunehmen und die Zuwanderung nicht für einen adäquaten Ausgleich des Bevölkerungssaldos sorgen wird. Die deutsche Bevölkerung wird mittel- bis langfristig schrumpfen, v.a. aber wird sie altern; dieser Prozess ist irreversibel. Spätestens Mitte des Jahrhunderts werden über 50 % der Menschen in Deutschland der Altersgruppe der Über-60-Jährigen angehören.

Die beschriebene demografische Alterung (Kap. III) hat Konsequenzen insbesondere für die sozialen Sicherungssysteme. Durch entsprechend veränderte Finanzierung der Sozial- und Gesundheitssysteme zu Lasten der privaten Haushalte, durch hohe private und gesellschaftliche Kosten einer alternden Bevölkerung in Verbindung mit einer vermutlich insgesamt zunehmenden Arbeitszeitlast deutet sich eine Strukturveränderung an, die u.a. mit einer zunehmenden Polarisierung der Bevölkerung einhergeht: weniger Familien, viele Senioren, Menschen mit relativ hohem Vermögen aber wenig Freizeit, Menschen mit geringem Einkommen und eher viel Freizeit.

INFORMATIONS- UND FORSCHUNGSBEDARF

Strukturveränderungen wie die genannten werden die touristische Entwicklung der nächsten Jahrzehnte maßgeblich beeinflussen: Es kommt insbesondere zu qualitativen Veränderungen des touristischen Nachfragepotenzials durch ältere Menschen. Um die Zielgruppe der Senioren mit Marketing-Strategien erfolgreich ansprechen zu können, sind allerdings gründliche Kenntnisse über deren Bedürfnisse, Wünsche und Ansprüche erforderlich, so dass die Tourismusmärkte mit differenzierten und auch individuelleren Angeboten reagieren können. Hierfür ist beispielsweise die Beantwortung der Frage zentral, wann und wie sich die Reisegewohnheiten und Reiseerfahrungen der heutigen jüngeren und mittleren Altersgruppen (die Unter-60-Jährigen) in Zukunft auf deren Reiseverhalten als Über-60-Jährige (Reiseintensität, Reiseziele) auswirken werden. Werden auch zukünftig ältere Personen tendenziell eher (oder wieder) innerhalb Deutschlands verreisen, so wie es viele der heutigen älteren Senioren tun, oder werden sie verstärkt die neuen osteuropäischen Destinationen (oder gar Fernreisen) in den Blick nehmen (z.B. Gesundheits- u. Bädertourismus)? Wie wird man Unterschieden im Reiseverhalten der Jungsenioren im Vergleich zu den Hochbetagten gerecht?

Eine wichtige Aufgabe der Tourismusforschung sollte es daher sein, Unsicherheiten beim Blick in die Zukunft möglichst zu minimieren, indem mit Hilfe interdisziplinärer Ansätze der demografische Wandel periodisch – unter Berücksichtigung touristischer Aspekte, wie z.B. die Entwicklung der Reisemotive und des Reiseverhaltens in verschiedenen Altersgruppen – beobachtet und analysiert wird. Durch ein solches Monitoring, das Szenarien zukünftiger Vermögensbildung und Einkom-

mensentwicklung einschließt, könnten soziodemografische Entwicklungen rechtzeitig erkannt und eine verbesserte Informationsgrundlage für die anstehenden Herausforderungen gegeben werden (Universität Trier 2004b, S. 108).

EUROPÄISIERUNG DES REISEVERKEHRS

Erst in Ansätzen werden die Auswirkungen der EU-Erweiterung auf allen Ebenen thematisiert und wissenschaftlich analysiert. Hier besteht zunehmend Klärungsbedarf, sowohl für die Anbieter in der Tourismusbranche als auch für politische Entscheidungsträger. Erste Einschätzungen lassen sich jedoch auf der Grundlage aktueller Kennzahlen der wirtschaftlichen Entwicklung und der Reiseströme treffen. Die Mehrzahl der Diagnosen und Analysen lassen sich zu einer doppelten Prognose zuspitzen: mehr Konkurrenz aber auch mehr Wachstum.

INFORMATIONS- UND FORSCHUNGSBEDARF

Etliche Autoren gehen von der Globalisierung des Wettbewerbs als größte Herausforderung für die Bewältigung der touristischen Zukunft aus: Die Globalisierung führt zu einer Verschärfung des internationalen Wettbewerbs bei Anbietern, Produkten und Dienstleistungen. Destinationen stehen weltweit miteinander in Konkurrenz, und zugleich bieten sich den Tourismusunternehmen Chancen, neue Märkte zu erschließen (Smeral 2003). Vielen Untersuchungen und Vorhersagen zufolge soll Deutschland im europäischen Vergleich in den nächsten Jahren im Incoming-Tourismus von der Internationalisierung des Tourismus profitieren. Weniger klar ist jedoch, ob dies eher vor dem Hintergrund der Globalisierung oder doch eher im Kontext einer stärkeren Europäisierung der Tourismusmärkte geschehen wird. Manche Analysen kommen beispielsweise zu der Erkenntnis, dass eine wirklich globale Konzentration derzeit nicht absehbar ist, wohl aber eine deutliche Tendenz zur Integration auf Anbieterseite im europäischen Raum. Verbunden wird dies mit der Forderung, Wissen zu generieren und dazu zu nutzen, »die auf europäischer Ebene anvisierten Ziele (politisch, wirtschaftlich, sozial, ökologisch) effizienter und effektiver zu erreichen (z.B. […] keinen hemmungslosen Kapazitätsausbau für wahrscheinlich nicht nachgefragte Angebote zu unterstützen). Zugleich ist die derzeit sichtbare Tendenz einer Europäisierung der Reiseströme zwar bekannt, aber nicht bewertet« (N.I.T./PROJECT M 2003, S. 165). Hier gäbe es Bedarf an Daten und Kriterien sowohl für die Tourismusbranche als auch für politische Entscheidungsträger – eine Aufgabe, der sich auch die Tourismusforschung stellen sollte.

Eine gezielte Unterstützung des Reiseverkehrs nach Deutschland ist ein legitimes politisches Ziel (Bundesregierung 2003, S. 54 ff.). Gerade in Erwartung einer Intensivierung des Reiseaufkommens durch die EU-Erweiterung könnte im Dialog

zwischen Politik und Wissenschaft die (nicht neue) Frage erörtert werden, ob dieses Bemühen volkswirtschaftlich sinnvoll ist, wie dieses Ziel erreicht werden könnte und ob überhaupt eine Beeinflussung der Reiseentscheidung bei Reisewilligen zugunsten der »Destination Deutschland« in größerem Stil möglich wäre.

Ferner ist generell nach wie vor über die Strukturen und vor allem Wirkungen von Tourismusförderung zu wenig bekannt. Zwar verfügen EU, Bund und Länder über eigene Förderprogramme zur Verbesserung von Infrastrukturen und touristischen Vermarktungsbedingungen, über die konkrete Wirkung dieser Instrumente weiß man wenig. Plausibel erscheint deshalb die Forderung nach einer zumindest ansatzweisen Bewertung der Förderkulisse, »um allen politischen Ebenen, auch vor dem Hintergrund der EU-Erweiterung, Kennziffern an die Hand zu geben« (N.I.T./PROJECT M 2003, S. 165).

SICHERES REISEN

Der Zusammenhang von Terrorismus und Tourismus ist mittlerweile unübersehbar und hängt oftmals wie ein Damoklesschwert über den touristischen Märkten. Weiterhin richtet sich seit dem Jahreswechsel 2004/2005 der Blick auf Naturkatastrophen mit verheerenden Auswirkungen in hoch frequentierten touristischen Destinationen. Schließlich wird immer deutlicher, dass der weltweite Tourismus im Schatten zunehmender anthropogener globaler Umwelt- und Klimaprobleme stattfindet.

Wohl nicht unbegründet ist die Annahme, dass neue Sicherheitsrisiken und andauernde Krisen ein noch größeres Ausmaß annehmen werden: strukturelle Friedlosigkeit im globalen Maßstab, Epidemien in dichterer Frequenz, extreme Wetterereignisse, die weltweit immer häufiger zum »normalen Wetterzyklus« – bei zunehmendem Schadensausmaß – gehören. Konsequenzen könnten eine höhere Zielgebietsvolatilität und neue Formen von globaler Konkurrenz sein, umso mehr, als heute bei fast allen touristischen Zielgruppen ein größeres Sicherheitsbedürfnis erkennbar ist. Hier sehen sich die touristischen Destinationen und Anbieter vor die Aufgabe gestellt, diese Nachfragesensibilität stärker als bisher planerisch zu antizipieren.

INFORMATIONS- UND FORSCHUNGSBEDARF

Die Risikowahrnehmung aller Akteure des Tourismus wird bisher zumeist von Terror- und Gewaltakten dominiert, doch zukünftig könnte durch das verstärkte Auftreten weiterer oder noch latenter Risikotrends ein umfassenderes Verständnis von Sicherheit an Bedeutung gewinnen, und die Risikokommunikation wird vielfältigere bzw. neue Funktionen übernehmen. Hierbei sollte – unter dem Gesichts-

punkt der Risikovorsorge und eines bewussten Umgangs mit Risiken – die aufklärende Funktion an Bedeutung gewinnen. Dies betrifft sowohl Reisehinweise und Reisewarnungen durch öffentliche Stellen, Verbrauchernetzwerke, Reiseratgeber als auch die direkte Beratung von Reisewilligen und Touristen vor Ort und Informationsdienstleistungen der Reiseveranstalter und Reiseversicherungen.

Der Stellenwert einer solchen Risikokommunikation müsste in der Branche allerdings noch ganz entscheidend wachsen. Bislang hat die Vermittlung von positiven Aspekten und Informationen – z.B. mehr Sicherheit als Zugewinn für Reisende und nicht als Einschränkung – durch Risikokommunikation kaum stattgefunden. Hauptgrund ist die Befürchtung, dass ein zu offener Umgang damit zu einer »Verunsicherung« der Kunden und folglich zu Buchungsrückgängen führen würde. Von der Sicherheits- und Krisenforschung wird hingegen ein proaktiver und offener Umgang mit der Thematik empfohlen, da dies auch Vertrauen schaffen kann – zumal i.d.R. die objektiven Risiken im Tourismus weitaus geringer sind als sie sich im subjektiven Sicherheitsempfinden der Reisenden darstellen. Ein verbesserter Dialog zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zur »Risikokommunikation im Tourismus« könnte zu einem gemeinsamen Bewusstsein von der Bedeutung dieses Themas führen. Auch könnte gezeigt werden, ob und wie Sicherheit ein Qualitätsmerkmal und ein Alleinstellungsmerkmal sein könnte, dass Marktchancen verbessert oder eröffnet. Da verbesserte Frühwarnsysteme in der Tourismuswirtschaft und ihre systematische Erweiterung und Nutzung hierfür eine wichtige Voraussetzung wäre, sollte auch diese Thematik verstärkt erforscht werden (Adelphi Consult 2005, S. 61 f.).

Ein weiterer Aspekt der Gesamtthematik bezieht sich auf die Frage, ob Deutschland ausreichend auf Anschläge und Katastrophen vorbereitet ist, die speziell Touristen und Ziele der touristischen Infrastruktur betreffen. Trotz des erreichten Standards von Sicherheit dürften nicht alle Sicherheitsaufgaben optimal gelöst sein und könnten Kapazitätsprobleme in der Schadensbewältigung sowie bei der Versorgung der Geschädigten auftreten (Medikamente, ABC-Schutz, Krankenhauskapazitäten, IT-Probleme). Auch ist die Information und Betreuung der ausländischen Gäste und Angehörigen bei einem Schadensfall in Deutschland ein spezielles Problemfeld, für das momentan keine ausreichenden Erfahrungen und Vorbeugungsmaßnahmen bestehen. Als Beitrag zur übergeordneten Problematik der Prävention und Bewältigung von Katastrophen könnte es sinnvoll sein, den Tourismus als spezifischen »Katastrophentyp« zu untersuchen. Er ist ein Querschnittsbereich, bei dem sich Schwachstellen in der Koordination der verschiedenen Sicherheitsbereiche und der -ebenen (infolge der föderalistischen Struktur) zeigen können. Die Entwicklung entsprechender tourismusspezifischer Notfall-Szenarien könnte deshalb nützliche Hinweise und Anregungen zutage fördern (TU Dresden 2005, S. 88).

Eine Vielzahl von insbesondere internationalen Forschungsbeiträgen hat sich der Analyse von Auswirkungen terroristischer Ereignisse gewidmet. Zwar sind solche Fallstudien durchaus nützlich, sie repetieren allerdings die stets gleiche Diagnose von Buchungsrückgängen und wirtschaftlichen Verlusten. Weiterführende Studienkonzepte sind dagegen noch rar. Im Sinne einer verbesserten Wissensbasis für das Management von terroristisch induzierten Krisen wären die folgenden Fragestellungen von besonderem Interesse: Wie beeinflussen welche terroristische Gewaltakte das Image einzelner Destinationen? Auf welche Weise zeichnen die Massenmedien das Bild einer gefährdeten Destination und tragen dazu bei, wie sich dessen Image entwickelt? Gibt es kulturelle Differenzen bei der Risikowahrnehmung? Wie kann ein in Folge negativer Einflüsse beschädigtes Destinationsimage wieder hergestellt werden? Da es gerade für Vermarkter einer touristischen Destination wichtig ist, diese Zusammenhänge zu verstehen, sollten die Risikoforschung und die empirische Analyse von Fallbeispielen im touristischen Krisenmanagement stärker berücksichtigt werden. Dabei ist es sicher schwierig, der neuen Qualität der Bedrohung, die moderne Formen eines weltweit operierenden Terrorismus mit sich bringen, gerecht zu werden. Zudem müssten diese Bedrohungspotenziale stets in Bezug zur touristischen Destination und den touristischen Motiven und Einstellungen gesetzt werden. Auch aus diesem Grund sollte die Machbarkeit einer internationalen, unabhängigen Institution untersucht werden, die unparteiisch Reiseinformationen zur Verfügung stellt sowie ggf. Erfahrungen aus bisherigen Ereignissen analytisch und praxisorientiert aufbereitet (Sömnez 1998, S. 450).

Schließlich ist ein tourismusspezifischer Bedarf an *Folgenforschung* in weiteren Themenfeldern wie Klimawandel, Frühwarnung und Entwicklungspolitik oder (internationale) Gesundheitspolitik (Richter 2003) zu erkennen.

Die Tourismusbranche, die durch sie geschaffenen Arbeitsplätze sowie die Wettbewerbsfähigkeit von Standorten und Destinationen sind durch spezifische Risiken von Klimawandel, Epidemien oder Naturkatastrophen bedroht. Teilt man diese Ansicht, ist mehr und detaillierteres Folgewissen und sind verbesserte Konzepte zum Umgang mit den Risikodimensionen, die den Tourismus in ganz spezifischer Weise betreffen, erforderlich. Ein erster Schritt hierzu könnte die Erarbeitung einer entsprechenden Forschungsagenda mit problemorientierten, interdisziplinären und praxisrelevanten Forschungsprojekten sein. Dies könnte auch Aufgabe der »Koordinierungsstelle touristische Zukunftsforschung« sein.

TOURISTISCHE DATENLAGE UND PROGNOSEMODELLE

Zur periodischen Entwicklung des Tourismus in Deutschland gibt es keine umfassenden und regelmäßig erscheinenden Veröffentlichungen, insbesondere nicht von

»unabhängigen« Institutionen. Die unregelmäßig erscheinende Publikation »Tourismus in Zahlen« des Statistischen Bundesamtes erfasst nur angebotsseitige Entwicklungen, während differenzierte Informationen über das Nachfrageverhalten von Deutschen ebenso rar sind wie vertiefende Daten über Entwicklungen in der Tourismuswirtschaft, so dass häufig nur der Rückgriff auf Datensammlungen von Interessenverbänden bleibt. Während es für etliche Wirtschaftsbereiche umfassende Monitoringsysteme beispielsweise zur Marktbeobachtung gibt, sind solche Systeme in der Tourismuswirtschaft lediglich als Quell- und Zielgebietsinformationssysteme bekannt. Die Erfassung und Bereitstellung von detaillierten Daten zum touristischen Geschehen sind jedoch Voraussetzung, um fundierte Einschätzungen zu Entwicklungsperspektiven geben zu können. Es könnte sich deshalb der Versuch lohnen, die Machbarkeit eines bundesweiten Monitoring zur Früherkennung bei Nachfrageveränderungen oder zur Überprüfung von Strukturfördermaßnahmen zu diskutieren (Steinecke/Quack 2004, S. 78 f.).

Besonders gelagert ist die Situation bei den statistischen Daten sowohl hinsichtlich ihrer Verfügbarkeit[45] als auch der Vergleichbarkeit. Immer noch ist es so, dass selbst innerhalb der EU die Abweichungen beispielsweise in der Erhebungsmethodik (Beherbergungsbetriebe, Ankünfte, Übernachtungen, Ausgaben) unerfreulich hoch sind.

Da traditionelle Tourismus-Statistiken üblicherweise nur wenige ergänzende monetäre Angaben zum Tourismus erfassen, ist keine adäquate Verzahnung von Daten der amtlichen Tourismusstatistik mit den Daten der VGR- und Wirtschaftsstatistik gegeben. Dies ist jedoch unabdingbar zur fundierten Beschreibung der tatsächlichen ökonomischen Bedeutung des Tourismus als Querschnittsaktivität. Hilfreich wäre hier u.a. die Weiterentwicklung und dauerhafte Implementierung international verbindlich festgelegter so genannter nationaler Tourismussatellitenkonten (TSA). TSA eignen sich auch für weitergehende prognostische Analysen innerhalb eines sektoral disaggregierten gesamtwirtschaftlichen Prognose- und Simulationsmodells. Ein solches Modell könnte dazu beitragen, die ökonomische Entwicklung des Tourismus zu quantifizieren und darüber hinaus antizipieren, wie Tourismuswirtschaft und Konsumenten auf bestimmte Veränderungen der Rahmenbedingungen reagieren. Auswirkungen von Veränderungen im internationalen Reiseverkehr auf nationale Volkswirtschaft und Tourismus, wie sie im Fall der EU-Erweiterung auftreten werden, könnten zumindest transparenter gemacht werden (GWS 2005, S. 83 f.).

45 Die Verfügbarkeit tourismusstatistischer Daten ist aufgrund der regelmäßigen Veröffentlichungen der WTO (Compendium of Tourism Statistics, WTO 2004) zwar gegeben. Jedoch enthält dieser Datensatz lediglich die (monetären) Angaben der nationalen Zahlungsbilanzen zum grenzüberschreitenden Reiseverkehr.

KOORDINIERTE TOURISTISCHE ZUKUNFTSFORSCHUNG

Die Tourismuswissenschaft hat sich in den letzten Jahren mit zahlreichen Studien zur Zukunft des Tourismus zu Wort gemeldet (Steinecke/Quack 2004). Bislang zeichnet sich aber die touristische (Trend-)Forschung (im akademischen Bereich) sowohl durch empirische und methodische Beschränkungen als auch durch eine gewisse Beliebigkeit der jeweiligen Forschungsziele sowie durch fehlende Kontinuität aus. Es liegt viel Wissen an vielen Orten vor, aber es ist oft wenig bekannt und häufig ohne Bezug aufeinander erarbeitet. Wie Steinecke und Quack (2004, S. 60) in einer Analyse der deutschen Forschungslandschaft zu Zukunftstrends im Tourismus gezeigt haben, weisen die tourismuswissenschaftlichen Prognosen zudem spezifische Defizite bei der Praxisrelevanz auf, da sie eher theoriegeleitete und mittelfristige Vorhersagen anstreben, während die Praxis an kurzfristigen und direkt umsetzbaren Aussagen interessiert ist. Deshalb könnte eine Koordinierung von Forschungsthemen und -vorhaben zu Synergien bei Forschungsgruppen und zwischen den Hochschulen führen und zu einer sinnvollen Strukturierung der Forschungslandschaft beitragen. Experten sehen eine hierzu erforderliche *Koordinierungsstelle »Touristische Zukunftsforschung«* auch als eine Art Transmissionsriemen einer verbesserten und strukturierten Kommunikation zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik in tourismusspezifischen Zukunftsfragen, die im Wesentlichen folgende Aufgaben hätte (Steinecke/Quack 2004, S. 81 ff.):

- Sammlung und Aufbereitung vorhandener wissenschaftlicher Quellen zu touristisch relevanten zukünftigen Entwicklungen
- Koordination von tourismusspezifischen Forschungs- und Entwicklungsprojekten in Abstimmung mit Tourismuswirtschaft und Politik
- Verbesserung des Transfers wissenschaftlicher Erkenntnisse in umsetzbare Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft sowie
- des Transfers von Informationsbedarf aus Politik und Wirtschaft in die (Tourismus-)Wissenschaft
- Impulsgebung für Forschungsprojekte

Eine solche Strukturierung touristischer Zukunftsforschung und Institutionalisierung der Kommunikationsstrukturen zwischen Tourismuswirtschaft und Politik könnte dazu beitragen, die o.g. Schwächen und Defizite der wissenschaftlichen Befassung mit der Zukunft des Tourismus und der Kommunikation der Ergebnisse mittelfristig abzubauen.

LITERATUR

IN AUFTRAG GEGEBENE GUTACHTEN 1.

Adelphi Consult (2005): Sicheres Reisen angesichts von Risiken und Krisen – Anforderungen an Tourismuswirtschaft und (internationale) Tourismuspolitik, Bearbeiter: Carius, A., Feil, M., Tänzler, D., Berlin

GWS (Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH) (2005): EU-Erweiterung im Kontext zunehmender Internationalisierung – Auswirkungen auf den Tourismus, Bearbeiter: Ahlert, G., Osnabrück

dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München), IZT (Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung), (2005): EU-Erweiterung im Kontext zunehmender Internationalisierung – Auswirkungen auf den Tourismus. Bearbeiter: Oertel, B., Feil, Th., Berlin, München

N.I.T. (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH), PROJECT M (Marketingberatung Professor Kreilkamp & Co. GmbH) (2003): Zukunftstrends im Tourismus. Bearbeiter: Kreilkamp, E., Lohmann, M., Kiel, Lüneburg

Steinecke, A., Quack, H.-D. (2004): Zukunftstrends im Tourismus – eine Konzeptstudie. Paderborn/Goslar

Technische Universität Dresden (2005): Sicheres Reisen angesichts von Risiken und Krisen – Anforderungen an Tourismuswirtschaft und (internationale) Tourismuspolitik. Bearbeiter: Freyer, W., Schröder, A., Groß, S., Dresden

Universität Trier (2004a): Zukunftstrends im Tourismus – eine Konzeptstudie. Bearbeiter: Becker, Ch., Brittner-Widmann, A., Trier

Universität Trier (2004b): Sozio-demografischer Wandel – Folgen für den Tourismus. Bearbeiter: Becker, Ch., Brittner-Widmann, A., Beier, M., Schröder, A., Widmann, T., Trier

WEITERE LITERATUR 2.

B.A.T. Freizeitforschungsinstitut (2004): Deutsche Tourismus Analyse 2004. Hamburg; Autor: Opaschowski, H.W.

B.A.T. Freizeitforschungsinstitut (2005): Deutsche Tourismus Analyse 2005. Hamburg; Autor: Opaschowski, H.W.

Bagso (Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V.) (2002): Ältere häufiger die Gebenden als die Nehmenden. Pressemitteilung 3/2002 vom 27. März 2002, Bonn

Bank Austria Creditanstalt (2004): CEE – von der Transformation zur Konvergenz. In: Xplicit, November 2004, Wien

Barz, H., Kampik, W., Singer, Th., Teuber S. (2003): Trendbibel für Marketing und Verkauf. Konsummotive im Wandel, Regensburg, Berlin

Bastian, H., Born, K. (Hg.) (2004): Der integrierte Touristikkonzern. Strategien, Erfolgsfaktoren und Ausgaben, München, Wien

Baumgartner, Ch., Röhrer, Ch. (1998): Nachhaltigkeit im Tourismus. Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien

Becker, Chr., Hopfinger, H., Steinecke, A. (Hg.) (2004): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick, München, Wien

Birg, H. (2004): Zur aktuellen Lage der Weltbevölkerung. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Bevölkerungsentwicklung. Informationen zur politischen Bildung, Nr. 282, Bonn

Born, K. (Hg.) (2004): Der integrierte Touristikkonzern. Strategien, Erfolgsfaktoren und Ausgaben, München, Wien

Born, K. (2005): Mit dem Krisendruck umgehen. In: Pechlaner/Glaeßer 2005, S. 91–100

Bundesfinanzministerium (2003): Ökonomische Auswirkungen der EU-Erweiterung auf den Standort Deutschland. Auszug aus dem Monatsbericht des BMF, Dezember 2003

BiB (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung) (2004): Bevölkerung. Fakten – Trends – Ursachen – Erwartungen. Die wichtigsten Fragen, Sonderheft der Schriftenreihe des BiB, 2. überarbeitete Auflage, Wiesbaden

Bundesregierung (2004a): Aktionsplan »Zivile Krisenprävention, Konfliktlösung und Friedenskonsolidierung«, Berlin

Bundesregierung (2004b): Antwort der Bundesregierung: Tourismus in Entwicklungsländern. Drucksache 15/3031 vom 30.04.2004, Berlin

Bundesregierung (2005): Antwort der Bundesregierung: 250 Tage EU-Osterweiterung. Drucksache 15/4989 vom 02.03.2005, Berlin

Busch, B. (2004): Die Erweiterung der EU – Etappen, Regelungen und Finanzen. In: IW-Trends, Band 31, Heft 1, S. 3–8

Cossar, J. (2003): Travellers' Health: An Epidemiological Overview. In: Wilks/Page 2003, S. 19–33

Danielsson, J., Lohmann, M. (2003): Urlaubsreisen der Senioren. NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH) (Hg.), Kiel

Danielsson, J., Loorz, Ch. (2000): Senioren und Tourismus – Älter werden wir später. Materialsammlung der Internationalen Tagung auf der 34. Tourismusbörse Berlin, NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH) (Hg.), Kiel

Deutsche Bahn AG (2005): EU-Osterweiterung: Herausforderungen für die Deutsche Bahn AG, Pressemitteilung vom 20. April 2004, Berlin

Deutsche Bank (2004): EU-Monitor – Beiträge zur europäischen Integration: EWU-Erweiterung. 12–2004, Frankfurt a.M.

Deutsche Bank Research (2002): Die demographische Herausforderung. In: Aktuelle Themen: Demographie Spezial vom 30. Juli 2002, Frankfurt a.M.

Deutsche Bank Research (2003): Auf dem Prüfstand der Senioren. Alternde Kunden fordern Unternehmen auf allen Ebenen. In: Aktuelle Themen: Demographie Spezial, Nr. 278, 14. Juli 2003, Frankfurt a.M.

Deutsche Bundesbank (2004): Zahlungsbilanzstatistik Dezember 2004. Frankfurt a.M.

Deutscher Bundestag (2005): Kleine Anfrage: Stand der Umsetzung der Hilfsleistungen der Bundesregierung nach Naturkatastrophen. Drucksache 15/4894 vom 15.02.2005, Berlin

Deutsches Zentrum für Altersfragen (DZA) (2004): Alterseinkommen der Zukunft. Eine szenarische Skizze, Berlin

Dörnberg, A. v. (2004): Reiseversicherungen im Spannungsfeld zwischen Ertrag für die Reiseindustrie und notwendiger Schutzfunktion für die Reisenden. In: Freyer/Groß 2004, S. 155–169

Dreyer, A., Dreyer, D., Obieglo, D. (2001): Krisenmanagement im Tourismus. München, Wien

Dreyer, A., Dreyer, D., Rütt, K. (2004): Touristisches Krisenmanagement. In: Bastian/Born 2004, S. 213–232

DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) (2004): Marktinformation Polen 2005, Marktinformation Tschechische Republik 2005, Marktinformation Slowakische Republik 2004, Marktinformation Ungarn 2004, Marktinformation Slowenien 2004. Frankfurt a.M.

DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) (2005): Marktinformation Baltische Staaten 2005. Frankfurt a.M.

Elsasser, H., Abegg, B., Bürki, R. (2002): Wetter – Klima – Tourismus: Ein Diskussionsbeitrag. In: Tourism Review 57(1/2), S. 42–44

Elvia Reiseversicherungen (Hg.) (2004): Sicherheitsbarometer 2004. München

Europäische Kommission (2003): Statistical yearbook on candidate countries. Data 1999–2001, Luxemburg

Europäische Kommission (2004): Herbstprognose der Kommission für 2004–2006. Pressemitteilung IP/04/1297, Brüssel, den 26. Oktober 2004

Europäische Kommission (2005a): Mitteilung der Kommission an den Rat und an das Europäische Parlament. Bericht über die Umweltpolitik 2004, KOM(2005) 17 endgültig, Brüssel

Europäische Kommission (2005b): Mitteilung der Kommission an den Rat, an das Europäische Parlament, an den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und an den Ausschuss der Regionen. Strategie für eine erfolgreiche Bekämpfung der globalen Klimaänderung, KOM(2005) 35 endgültig, Brüssel

Eurostat (2004): Tourismus in der Europäischen Union im Jahr 2003. In: Statistik kurz gefasst: Industrie, Handel und Dienstleistungen; Autor: Schmidt, H.-W.

Fuchs, M., Peters, M. (2005): Die Bedeutung von Schutz und Sicherheit im Tourismus: Implikationen für alpine Destinationen. In: Pechlaner/Glaeßer 2005, S. 155-172

F.U.R. (Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.) (Hg.) (2003a): Die 33. Reiseanalyse RA 2003. Erste Ergebnisse. Internationale Tourismusbörse Berlin, Berlin

F.U.R. (Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.) (Hg.) (2003b): Kommt 2004 die Erholung im Reisemarkt? Urlaubspläne und Konsumverhalten als Indikatoren für die Zukunft, Ergebnisse RA 2003 und RA 03 September – »Bus« der fvW/F.U.R., Präsentation vom 22.10.2003, Köln

F.U.R. (Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.) (Hg.) (2004a): Urlaubsreisetrends 2015. Die RA-Trendstudie – Entwicklung der touristischen Nachfrage der Deutschen. (Die Reiseanalyse. Urlaub + Reisen), Hamburg, Kiel

F.U.R. (Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.) (Hg.) (2004b): Die Urlaubsreisen der Deutschen. Kurzfassung Reiseanalyse 2004, Kiel

Fox, J. (2004): The Rise of Religious Nationalism and Conflict. Ethnic and Revolutionary Wars, 1945–2001, in: Journal of Peace Research 41(6), S. 715–731

Freyer, W., Groß, S. (Hg.) (2004): Sicherheit in Tourismus und Verkehr. Dresden

Freyer, W., Schröder, A. (2005): Terrorismus und Tourismus – Strukturen und Interaktionen als Grundlage des Krisenmanagements. In: Pechlaner/Glaeßer 2005, S. 101–130

Fuchs, M., Peters, M. (2005): Die Bedeutung von Schutz und Sicherheit im Tourismus: Implikationen für alpine Destinationen. In: Pechlaner/Glaeßer 2005, S. 155–172

Führich, E. (2003): Terror, Angst und höhere Gewalt – Antworten des Reiserechts. In: Reiserecht Aktuell 2, Neuwied, S. 50–57

Geißler, R. (2002): Die Sozialstruktur Deutschlands. Die gesellschaftliche Entwicklung vor und nach der Vereinigung. (Bundeszentrale für politische Bildung, Schriftenreihe, Band 384), 3. grundlegend überarbeitete Auflage, Wiesbaden

Glaeßer, D. (2001): Krisenmanagement im Tourismus. Frankfurt a.M.

Glaeßer, D. (2004): Internationale Tourismuspolitik in turbulenten Zeiten. In: Freyer/Groß 2004, S. 103–118

Haedrich, G., Kaspar, C., Klemm, K., Kreilkamp, E. (Hg.) (1998): Tourismus-Management. Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung, Berlin, New York

Haehling, Ch. von et al. (2004): Struktur- und Verhaltensänderungen im touristischen Markt. Eine Untersuchung im Jahr 2003 im Auftrag der Willy-Scharnow-Stiftung für Touristik, Berlin

Hans Böckler Stiftung (2004): »Unbezahlte Arbeitszeit weit verbreitet«, Pressemitteilung vom 6. Dezember 2004, Düsseldorf

Hinterhuber, H.H., Pechlaner, H., Kaiser, M.-O., Matzler, K. (Hg.) (2004): Kundenmanagement als Erfolgsfaktor. Berlin

Homann, R. (2002): Die Zukunft des Tourismus. Eine Studie des Zukunftsinstituts von Matthias Horx, Frankfurt a.M.

Hübner, M., Born, A. (1999): Zielgruppe Senioren: Chancen und Perspektiven für die Tourismusbranche. In: Graue Reihe des Instituts Arbeit und Technik, Nr. 11, Gelsenkirchen

ICAO (2004): ICAO audits reveal need for national security oversight systems. In: ICAO Journal 59(7), S. 9–24

IPK International (2003): European Travel Monitor 2002. München

Jäger, C., Renn, O., Rosa, E., Webler, Th. (2001): Risk, Uncertainty, and Rational Action. London, Sterling (Virginia)

Jossé, G. (2004): Strategische Frühaufklärung in der Touristik. Lüneburg

Kurth, R. (2004): Das Auftreten alter und neuer Seuchen als Konsequenz menschlichen Handelns. Bundesgesundheitsblatt, Gesundheitsforschung, Gesundheitsschutz Nr. 7., Robert Koch-Institut, Berlin, S. 611–621

Kuschel, R., Schröder, A. (2002): Tourismus und Terrorismus – Interaktionen, Auswirkungen und Handlungsstrategien. Dresden

MPI (Max-Planck-Institut für Strömungsforschung Göttingen) (2004): In 80 Tagen um die Welt – wie sich Epidemien ausbreiten. Pressemeldung vom 20.10.2004. Originalveröffentlichung: Hufnagel, D., Brockmann, T., Geisel, T.: Forecast and control of epidemics in a globalized world. In: PNAS 101, S. 15124–15129

Messe Berlin GmbH (2004): Perspektiven der EU-Erweiterung für die deutsche Tourismusindustrie. Präsentiert auf dem 8. Tourismusgipfel 2004 des deutschen Bundesverbandes der deutschen Tourismuswirtschaft e.V. am 20. und 21. September 2004, Berlin

Münchener Rück (2004a): Pressemeldung vom 28.12.2004, München

Münchener Rück (2004b): NatCatSERVICE 28.12.2004, aktualisiert am 03.01.2005, München

Münchener Rück (Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft) (2005): Topics Geo. Jahresrückblick Naturkatastrophen 2004 und Pressemeldung vom 24.02.2005, München

Obersteiner, E., Putz, P.G. (2004): Megatrends Osteuropa. Perspektiven im erweiterten Europa. So nützen Sie die EU-Erweiterung für Ihr Unternehmen, Wien

Opaschowski, H.W. (2002): Wir werden es erleben. Zehn Zukunftstrends für unser Leben von morgen, Darmstadt

Opaschowski, H.W. (2004): Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft. Darmstadt

Opaschowski, H.W. (2005): Tourismusanalyse 2005 mit Grundlagenforschung. B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg

Pechlaner, H., Glaeßer, D. (Hg.) (2005): Risiko und Gefahr im Tourismus. Erfolgreicher Umgang mit Krisen und Strukturbrüchen. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 4, Berlin

Petermann, Th. (1999): Folgen des Tourismus. Band 2: Tourismuspolitik im Zeitalter der Globalisierung. Berlin

Pizam, A. (1999): A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at Tourism destinations. In: Journal of Travel Research 38(8), S. 5–12

Pizam, A., Smith, G. (2000): Tourism and terrorism: a quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destination. In: Tourism Economics 6(2), S. 123–138

Revermann, Ch., Petermann, Th. (2003): Tourismus in Großschutzgebieten. Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung, Berlin

Richter, L.K. (2003): International Tourism and its Global Public Health Consequences. In: Journal of Travel Research 41, S. 340–347

Risikokommission (2003): Abschlussbericht. Salzgitter

Ruhrmann, G. (2001): »Medienrisiken«. Medialer Risikodiskurs und Nachhaltigkeitsdebatte. In: Zeitschrift für Umweltpolitik & Umweltrecht 24(2), Frankfurt a.M., S. 263–284

Schellnhuber, H.-J., Sterr, H. (Hg.) (1993): Klimaänderung und Küste. Heidelberg

Scheurlen, W. (1997): Mittendrin statt nur dabei. In: Touristik Management Nr. 5, Hamburg, S. 18–21

Schlieper, Th. (2000): Der Gast 50 Plus – Marketingrelevante Zielgruppe für die deutsche Hotellerie. In: Schmude 2000, Proceedings der Tegernseer Tourismustage 2000. Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, S. 20–28

Schmid, R. (2004): Die höhere Gewalt im Reiserecht am Beispiel des Irak-Krieges. In: Freyer/Groß 2004, S. 143-154

Schmieder, F. (1998): Krisenmanagement. Reiseverhalten der Urlauber – das Grundbedürfnis nach Sicherheit steigt. In: FVW-International 6, S. 76

Schrand, A. (2003): Schiffstouristik – Marketing. – In: Roth, R., Schrand, A. (Hg.) 2003, Touristikmarketing – Das Marketing der Reiseveranstalter, Verkehrsträger und Tourismusdestinationen, München, S. 177–209

Schütz, H., Peters, H.P. (2002): Risiken aus der Perspektive von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 10/11, Bonn, S. 40–45

Slovic, P. (1992): Perception of Risk. Reflections on the Psychometric Paradigm. In: Krimsky, S., Golding, D. (eds.) 1992: Social Theories of Risks. Westport (Connecticut), London, S. 117–152

Smeral, E. (2003): Die Zukunft des internationalen Tourismus. Entwicklungsperspektiven für das 21. Jahrhundert, Wien

Smeral, E. (2005a): Veränderungen der sozioökonomischen Rahmenbedingungen: Konsequenzen für die europäischen Tourismus- und Freizeitmärkte. In: Pechlaner/Glaeßer 2005, S. 293–307

Smeral, E. (2005b): Touristische Wachstumsregionen der Zukunft. Trends und strukturelle Veränderungen, Präsentation auf der ITB 2005, Berlin

Sönmez, S.F., Graefe, A.R. (1998): Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. In: Annals of Tourism Research 25(1), S. 171–177

Sperling, F., Szekely, F. (2005): Disaster Risk Management in a Changing Climate. Informal discussion paper prepared for the World Conference on behalf of the Vulnerability and Adaptation Resource Group (VARG), Washington D.C.

Statistisches Bundesamt (2003a): Bevölkerung Deutschlands bis 2050. 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2003b): Im Jahr 2050 wird jeder Dritte in Deutschland 60 Jahre oder älter sein. Pressemitteilung vom 6. Juni 2003, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2003c): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Einkommensverteilung nach Haushaltsgruppen und Einkommensart 1991 bis 2002. Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (Hg.) (2003d): Datenreport 2002. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Bonn

Statistisches Bundesamt (2003e): Einnahmen und Ausgaben privater Haushalte. Einkommens- und Verbraucherstichprobe 2003. Presseexemplar, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (Hg.) (2004a): Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland, Bonn

Statistisches Bundesamt (2004b): Leben und Arbeiten in Deutschland. Ergebnisse des Mikrozensus 2003, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2004c): Pressekonferenz »Krankheitskosten in Deutschland im Jahr 2002«. Statement von Präsident Johann Hahlen, Pressemitteilung vom 6. Juli 2004

Statistisches Bundesamt (2005a): Leben und Arbeiten in Deutschland. Ergebnisse des Mikrozensus 2004, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2005b): Ausgaben für Reisen bei Seniorenhaushalten am höchsten. Pressemitteilung vom 15. Februar 2005, Wiesbaden

Sterr, H., Ebenhöh, W., Simmering, F. (1995): Küsten im Klimawandel. In: Einblicke 22, Oldenburg, S. 4–9

Swiss Re (Schweizerische Rückversicherungsgesellschaft) (Hg.) (2004): Risikolandschaft der Zukunft. Reihe »Risk Perception«, Zürich

TAB (Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag) (1997): Entwicklung und Folgen des Tourismus. TAB-Arbeitsbericht Nr. 52 (Autor: Petermann, Th.), Bonn

Tokarski, W. (2003): Freizeit- oder Arbeitsgesellschaft? In: Barz et al. 2003, S. 139–142

Vester, H.-G. (2004): Die soziale Konstruktion von Sicherheit im Tourismus angesichts des Terrorismus. In: Freyer/Groß 2004, S. 85–95

Vorholz, Fritz (2005): Der Leichtsinn der Welt. In: Die Zeit 04/2005

Vossen, K., Reinhard, F. (2003): Der launische Konsument. Zwischen Schnäppchenjagd, Erlebniskauf und Luxus. Die Trends für Produktentwicklung und Marketing, Regensburg, Berlin

Wilks, J., Page, S. (eds.) (2003): Managing Tourist Health and Safety in the new Millenium. Amsterdam

Wohlmann, R. (1998): Image-Analysen. In: Haedrich et al. 1998, S. 219–229

World Health Organization (WHO) (2004): World Health Report 2004, Genf

World Tourism Organization (WTO) (1997): Tourist Safety and Security. 2. ed. Madrid

World Tourism Organization (WTO) (2000): Tourism 2020 – Volume 4: Europe. Madrid

World Tourism Organization (WTO) (2003): Crisis Guidelines for the Tourism Industry

World Tourism Organization (WTO) (2004): Compendium of Tourism Statistics. Data 1999–2003, Madrid

World Travel and Tourism Council (WTTC) (2003): Vietnam. Special SARS Analysis. Impact on Travel and Tourism, London

World Travel and Tourism Council (WTTC) (2004): Travel and Tourism Forging Ahead. The 2004 Travel and Tourism Economic Research. Verschiedene Länder, London

ANHANG

TABELLENVERZEICHNIS 1.

Tab. 1 Altersaufbau der Bevölkerung Deutschlands (2001–2050) 39

Tab. 2 Gesundheitskosten 2002 je Einwohner pro Kopf nach Altersgruppen 44

Tab. 3 Entwicklung der Bevölkerungszahl bis 2050 51

Tab. 4 Entwicklung der Zahl der Urlaubsreisenden insgesamt 52

Tab. 5 Entwicklung der Zahl der Urlaubsreisenden insgesamt bei unterschiedlicher Reiseintensität 53

Tab. 6 Entwicklung der Urlaubsreisen und -reisenden bis 2015 54

Tab. 7 Entwicklung der Zahl der Urlaubsreisenden in der Gruppe der 60-Jährigen und Älteren bis 2050 56

Tab. 8 Relative Einkommensposition nach Altersgruppen in % 58

Tab. 9 Konsumquote und Konsumausgaben nach Altersgruppen (1. Halbjahr 2003) 58

Tab. 10 Anteile der direkten Wertschöpfung des Tourismus am BIP 69

Tab. 11 Einnahmen der neuen EU-Länder aus dem Einreise-Tourismus (2003) 71

Tab. 12 Beispiel für die abweichenden Daten in den europäischen Statistiken 72

Tab. 13 Ausreiseverkehr aus den neuen EU-Ländern (2003) 75

Tab. 14 Ausgaben von Touristen aus den neuen EU-Ländern auf Reisen ins Ausland und nach Deutschland 78

Tab. 15 Ankünfte und Übernachtungsgäste (2003) sowie jährliche Wachstumsraten (1999–2003) in den neuen EU-Ländern 79

Tab. 16 Ausgaben von ausländischen Touristen in den neuen EU-Ländern 83

Tab. 17 Reisen in die neuen EU-Länder – Erfahrungen, Interessen und Pläne der Deutschen 86

Tab. 18 Prognose jährlicher Wachstumsraten des WTTC (2004–2014) in % 87

Tab. 19 Entwicklung des BIP in % pro Jahr 89

Tab. 20 Entwicklung der Tourismusimporte in % pro Jahr 89

Tab. 21 Entwicklung der Tourismusexporte in % pro Jahr 91

Tab. 22 Entwicklung der Ankünfte 1995–2020 91

Tab. 23 Zweck der Übernachtungsreise nach Deutschland in % 114

Tab. 24 Verkehrsträger im Rahmen von Urlaubsreisen nach Deutschland (2004) in % 115

Tab. 25 Naturkatastrophen 2004 (Reihenfolge nach Opfern) 124

Tab. 26 Naturkatastrophen 2004 (Reihenfolge nach Schäden) 124

Tab. 27 Reisebedingte Infektionskrankheiten 136

ABBILDUNGSVERZEICHNIS 2.

Abb. 1 Entwicklung der Zahl der Bevölkerung in Deutschland bis 2050 38

Abb. 2 Entwicklung des Altenquotienten für 60 und 65 Jahre 42

Abb. 3 Altersaufbau der Bevölkerung 2002, 2015, 2025 und 2050 (in Mio.) 56

Abb. 4 Jährliches Wachstum des touristischen BIP 2004 sowie 2005–2014 in den neuen EU-Ländern in % 70

Abb. 5 Ausgaben von ausländischen Touristen 2004 in % des Exports 71

Abb. 6 Anzahl der angebotenen und vermieteten Zimmer in Hotels und ähnlichen Betrieben (2003) 73

Abb. 7 Wachstum der Beschäftigung im Tourismussektor 2004 sowie 2005–2014 pro Jahr (Prognose) in % 74

Abb. 8 Ursachen für Krisen im Tourismus 120

Abb. 9 Entwicklung der Naturkatastrophen von 1930–2003 122

Abb. 10 Einfluss der Terrorgefahr auf die Reiseentscheidung 144

Abb. 11 Wie sichern Sie sich persönlich gegen eventuelle Reise-Risiken ab? 169

Ebenfalls bei edition sigma – eine Auswahl

In der Reihe »Studien des TAB« sind u.a. bereits erschienen:

Thomas Petermann unter Mitarbeit von Chr. Hutter und Chr. Wennrich
Folgen des Tourismus
Bd. 1: Gesellschaftliche, ökologische und technische Dimensionen
1998 190 S. ISBN 3-89404-814-X € 18,90

Thomas Petermann unter Mitarbeit von Chr. Wennrich
Folgen des Tourismus
Bd. 2: Tourismuspolitik im Zeitalter der Globalisierung
1999 274 S. ISBN 3-89404-816-6 € 22,90

Christoph Revermann, Thomas Petermann
Tourismus in Großschutzgebieten
Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung
2003 192 S. ISBN 3-89404-822-0 € 18,90

Ulrich Riehm, Th. Petermann, C. Orwat, Chr. Coenen, Chr. Revermann, C. Scherz, B. Wingert
E-Commerce in Deutschland
Eine kritische Bestandsaufnahme zum elektronischen Handel
2003 471 S. ISBN 3-89404-823-9 € 29,90

Christoph Revermann
Risiko Mobilfunk
Wissenschaftlicher Diskurs, öffentliche Debatte und politische Rahmenbedingungen
2003 199 S. ISBN 3-89404-824-7 € 18,90

Thomas Petermann, Christopher Coenen, Reinhard Grünwald
Aufrüstung im All
Technologische Optionen und politische Kontrolle
2003 183 S. ISBN 3-89404-825-5 € 18,90

Leonhard Hennen, Arnold Sauter
Begrenzte Auswahl?
Praxis und Regulierung der Präimplantationsdiagnostik im Ländervergleich
2004 176 S. ISBN 3-89404-826-3 € 18,90

Der Verlag informiert Sie gern umfassend über sein Programm. Kostenlos und unverbindlich.

edition sigma Tel. [030] 623 23 63 und jederzeit
Karl-Marx-Str. 17 Fax [030] 623 93 93 aktuell im Internet:
D-12043 Berlin Mail verlag@edition-sigma.de **www.edition-sigma.de**