

Tourismus- mobilität 2030

Studie

Kurzfassung

bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw
vwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw

IMPRESSUM:

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:
Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend,
1010 Wien, Stubenring 1
Layout: TU Wien, Department für Raumplanung; Matthias Dolenc (BMWFI)
Satz und Druck: TU Wien, Department für Raumplanung

Erscheinungsdatum: November 2013

© TU Wien, Department für Raumplanung

Studie Tourismusmobilität 2030 in Österreich

Kurzfassung

Erstellt im Auftrag des



Bearbeitet durch



Technische Universität Wien, Department für Raumplanung

Bearbeitung:

TU Wien, Department für Raumplanung
Sibylla Zech (Projektleitung), Jens S. Dangschat, Andreas Dillinger,
Wolfgang Feilmayr, Georg Hauger, Raphaela Kogler, Tamara Vlk

November 2013

AUSGANGSPUNKT	3
AUFBAU DER STUDIE	4
GRUNDLAGEN UND TRENDS ZUR TOURISMUSMOBILITÄT ANALYSIEREN.....	4
SZENARIEN – MÖGLICHE ZUKUNFTSBILDER DER TOURISMUSMOBILITÄT	7
HANDLUNGSOPTIONEN – DIE ZUKUNFT STRATEGISCH GESTALTEN.....	9
TOURISMUSMOBILITÄT ZUM UND VOM URLAUBSORT	9
TOURISMUSMOBILITÄT AM URLAUBSORT.....	10
TOURISMUSMOBILITÄT STRATEGISCH VERANKERN.....	11
DER WEG ZUR UMSETZUNG	14

AUSGANGSPUNKT

Mit der Tourismusstrategie 2010, erarbeitet durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) unter Einbindung der Bundesländer und zentraler Akteure/innen im Bereich Tourismus, wurde ein zukunftsorientierter und reflektierender Weg in der Entwicklung des österreichischen Tourismus eingeschlagen. Die österreichische Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“ reagiert damit auf Trends, die mehr Effizienz, eine bessere Abstimmung aller Partner/innen und mehr Innovation der Verantwortlichen im Österreich-Tourismus notwendig machen, um weiterhin erfolgreich und wettbewerbsfähig zu bleiben: Mit den Kernpunkten der Österreichischen Tourismusstrategie „Alpen – Donau – Städte & Kultur“ konzentriert man sich auf drei starke Alleinstellungsmerkmale (USP). Maßnahmen in den Bereichen Marketing, Förderungen, Innovationen, Infrastruktur und hinsichtlich der Rahmenbedingungen runden die strategischen Maßnahmenbündel ab.

Vor allem der Zusammenhang zwischen Infrastruktur und Mobilität stellt eine komplexe Querschnittsmaterie für die Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Österreich dar. Zentrale Herausforderungen bestehen darin, dass:

1. die Destinationen gut erreichbar sind, ohne andere Räume durch den Tourismustransitverkehr übermäßig zu belasten → ökologische, soziale Aspekte,
2. die Destination für Bewohner/innen und Tourist/innen gut erreichbar ist, ohne von anderen Verkehrsströmen behindert zu sein (etwa durch Überlagerungen von Verkehren mit anderen Wegzwecken) → ökonomischer Aspekt, sowie
3. ein Mobilitätsangebot vor Ort zu schaffen, welches deutliche Vorzüge vor dem eigenen privaten Pkw aufweist und insbesondere die aktive Mobilität (zu Fuß gehen, Rad fahren) fördert → Aspekte der Nachhaltigkeit und Resilienz.

Während unsere Gäste die Mobilität zum, am und vom Urlaubsort – und dies nicht nur mit dem privaten Pkw – zunehmend als Teil des Urlaubsangebotes selbst sehen und bewerten, kooperieren Tourismuswirtschaft und Verkehrsdienstleister noch zu wenig. Dies führt zu unabgestimmten Angeboten, zu Lücken in der Mobilitätskette bei der Anreise und in der Urlaubsregion, zu Engpässen im Verkehrsnetz und schlussendlich zur Unzufriedenheit der Urlauber/innen ebenso wie zu Belastungen der Wohn- und Arbeitsbevölkerung und der regionalen Wirtschaft. Entsprechend nachhaltige Lösungen – kundenfreundlich, leistbar, umweltfreundlich – werden nur durch eine enge Kooperation der zentralen Akteur/innen im Bereich Tourismus und Verkehr erreicht werden können. Das Tourismusland Österreich braucht einfache, leicht zugängliche und ansprechende Informationen für unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse und Mobilitätsstile, die eine flexible und komfortable Nutzung und Zugänglichkeit des jeweils besten Verkehrsmittels ermöglichen. Die Gestaltung der Tourismusmobilität ist ein Schlüssel für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft und bringt Synergien für die Lebensqualität und Wirtschaftskraft der Regionen.

AUFBAU DER STUDIE

Die Herangehensweise der interdisziplinären Bearbeitung des noch jungen Themas Tourismusmobilität umfasst fünf wesentliche Perspektiven:

- Wettbewerbsfähigkeit / ökonomische Tragfähigkeit,
- Gesellschaft und Kultur / soziale Gerechtigkeit,
- Ökologie / Nachhaltigkeit / Resilienz / Gesunde Umwelt,
- Politik / Institutionen und
- Technik / Innovationen.

Die aufgezeigten Handlungsoptionen bilden das zentrale Ergebnis dieser Studie. Sie basieren in starkem Maße auf den Ergebnissen von Expert/innen-Workshops zu vier Szenarien, die wiederum auf der Analyse der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Rahmenbedingungen, der bestehenden Tourismus- und Mobilitätsstrategien sowie der Analyse von Good Practice-Beispielen und der Auswertung der vorhandenen Statistiken aufgebaut wurden. Die Szenarien bilden mögliche Zukunftsbilder ab, lassen – aus der Zukunft in die Gegenwart gedacht – die zentralen Herausforderungen erkennen und leiten zur Entwicklung von Handlungsoptionen über.

GRUNDLAGEN UND TRENDS ZUR TOURISMUSMOBILITÄT ANALYSIEREN

Die Grundlage der Analyse bildeten unterschiedliche Statistiken sowie die strategischen Konzepte des Bundes und der Länder in den Bereichen Tourismus und Mobilität – beide Bereiche wurden bisher in der Regel weitgehend unabhängig voneinander behandelt.

Vor der Nutzung von Statistiken steht jedoch die Definitionsfrage. Üblicherweise werden in der klassischen Verkehrsplanung neben dem Wegzweck „Arbeit“, dienstlich/geschäftlich“ und „Ausbildung“ die Wegzwecke „Einkauf“, „Erledigung“, „Begleitung“ und „Freizeit“ erfasst. Dies geschieht vor dem Hintergrund gewisser vom Wegzweck abhängiger Parameter wie Zeitkostensätze oder Belastungsprognosen im Verkehrsnetz. Unter rein analytischen Gesichtspunkten ist diese Einteilung zu grob, zumal die Kategorien auch nicht trennscharf sind bzw. sich von Befragten kaum trennen lassen. Deutlich wird das etwa beim Versuch der Unterscheidung in Einkaufs- und Freizeitverkehr. Tourismusverkehr wäre demnach eine Teilmenge des Freizeitverkehrs. Dieser wurde in der Vergangenheit jedoch nicht systematisch untersucht. So er in manchen Statistiken ausgewiesen ist, wird in der Regel unter Tourismusverkehr ausschließlich ein Urlaubsverkehr (gebunden an mindestens eine Nächtigung in einem Tourismusbetrieb) unterschiedlicher Dauer verstanden: Kurzurlaube bis drei auswärtige Übernachtungen, Urlaube ab vier Übernachtungen. Neben den Urlaubsreisen werden Geschäftsreisen ausgewiesen. Andere Wegzwecke wie Besuche bei Freunden, Bekannten und Verwandten, Aufenthalt am Zweitwohnsitz (mit oder ohne Übernachtungen), sowie der Tagestourismus (Tagesausflüge) werden hingegen innerhalb des Freizeitverkehrs erfasst.

Darüber hinaus verwenden die wichtigsten Lieferanten tourismusrelevanter Daten (Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Arbeiterkammer, statistische Ämter der Landesregierungen) sehr unterschiedliche Definitionen, Methoden und Darstellungsformen für ihre Informationen, was konsistente Analysen

erschwert. Die verbreitete Einschätzung, es lägen ausreichende Daten zur Tourismusmobilität in Österreich vor, muss daher allein aus definitorischen und methodischen Gründen in Zweifel gezogen werden.

Ein weiteres Problem stellen die Informationen über die reisenden Personen dar. Hier werden in der Regel soziodemografische Daten (Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße und -zusammensetzung), das Herkunftsland sowie meist auch das Verkehrsmittel erhoben. Mit diesen Daten lässt sich ein unterschiedliches Urlaubsverhalten zwar abbilden, aber kaum noch erklären. Der Grund liegt darin, dass diese Kategorien zunehmend wenig zur Erklärung eines unterschiedlichen Mobilitätsverhaltens (An- und Abreise, Mobilität vor Ort, Verkehrsmittelwahl), die Erwartungshaltungen an den Urlaub oder die Einstellungen zur Verkehrsmittelwahl, zum Umweltschutz und anderen relevanten Einflussgrößen beitragen. Aufgrund der eingeschränkten Informationen über die Urlauber/innen sind zielgruppenspezifische Marketingaktionen, Informationen über die Mobilität vor Ort oder Schulungsmaßnahmen schwer möglich bzw. aufgrund der mangelnden Statistik nicht direkt ableitbar.

Um die absehbaren Trends aufnehmen und im Sinne der Zielsetzung der Tourismusstrategie darauf reagieren zu können, ist es notwendig, die Handlungsfelder **Tourismus**, **Verkehr**, **Gesellschaft** und **Raum(entwicklung)** miteinander zu verschneiden. Hierzu liefert das von der Österreichischen Raumordnungskonferenz beschlossene Österreichisches Raumentwicklungskonzept 2011 eine Orientierung, indem vier Säulen einer nachhaltigen Raumentwicklung definiert werden, die ebenso für einen tragfähigen Tourismus stehen können:

- Regionale und internationale Wettbewerbsfähigkeit,
- Gesellschaftliche Vielfalt und Solidarität,
- Klimawandelanpassung und Ressourceneffizienz und
- Kooperative und effiziente Handlungsstrukturen.

Ein wichtiger Aspekt der Trends ist der **gesellschaftliche Wandel**. Ein charakteristisches Kennzeichen moderner Gesellschaften ist, dass diese sich in mehrfacher Hinsicht zunehmend ausdifferenzieren:

- nach sozioökonomischen Kategorien (Armut-Wohlstands-Polarisierung),
- nach soziodemografischen Kategorien (Alterung, kleine Haushalte, Zuwanderung),
- nach soziokulturellen Kategorien (soziale Milieus, Lebensstile) und
- nach sozialräumlichen Kategorien der unterschiedlichen Verteilung im Siedlungsraum (Segregation).

Aufgrund der **Zunahme** der Zahl der Haushalte mit **stagnierenden und schrumpfenden Einkünften** sowie aufgrund der **alternden Gesellschaft** gehen wir davon aus, dass der Anteil der Personen, die ihren Urlaub im eigenen Land verbringen, und jener der Tagestourist/innen zunehmen wird. Wie sich die ähnlichen Entwicklungen in den anderen europäischen Ländern auf den Tourismus in Österreich auswirken werden, ist nicht abschätzbar.

Aufgrund des **Wertewandels** (Individualisierung, Flexibilisierung, Ausdifferenzierung der Lebensstile) werden auch Interessen, Wertvorstellungen und Handlungsziele heterogener, was sich zum einen auf den Tourismus und zum anderen auf das Mobilitätsverhalten auswirkt. Innerhalb dieser Trends lassen sich gegenwärtig zwei relevante Entwicklungsrichtungen ausmachen: Das Interesse an außergewöhnli-

chen Erlebnissen (Thrill, Eindrücke, Risiken, Herausforderungen) und/oder der Naturerhalt („Zurück zur Natur“).

Im Jahr 2012 betrug die Reiseverkehrsbilanz¹ Österreichs rund 7,2 Mrd. Euro. Damit konnte das nationale Zahlungsbilanzdefizit weitgehend ausgeglichen werden. Im Jahr 2012 wurden insgesamt 131,1 Mio. Nächtigungen registriert, 4 % mehr als im Jahr 2011. Die Zahl der Österreicher/innen, die im eigenen Land Urlaub machen, erreichte sogar einen absoluten historischen Höchststand. Für das Jahr 2030 ist – konservativ geschätzt – mit rund 150 Mio. Gästenächtigungen in Österreich zu rechnen, was einer jährlichen Zunahme von durchschnittlich 1 % entsprechen würde. Allerdings ist diese Zahl in Anbetracht ökonomischer Unsicherheiten im In- und Ausland, geänderter Reise- und Lebensstile oder Klimaänderungen mit gewisser Vorsicht zu verwenden.

Unterschiedliches Mobilitätsverhalten in der Winter- und Sommersaison: Da der alpine Schilaf nach wie vor eine der Hauptaktivitäten im Winterurlaub darstellt und die Versorgung mit Schibussen mehr oder weniger flächendeckend sichergestellt ist, wird im Winter – zumal bei schlechten Straßenverhältnissen – vor Ort seltener der Pkw verwendet, während im Sommer aufgrund des vielfältigeren Aktivitätenprofils, der unterschiedlichen Tagesabläufe und Wetterbedingungen der Pkw häufiger genutzt wird.

Die Konzentration des Tourismus auf einige wenige Destinationen nimmt weiter zu. So entfallen schon jetzt 23,6 % aller Nächtigungen im Winter auf die zehn stärksten Tourismus-Gemeinden; im Sommer sind es 21,1 %². In dieser Statistik schlägt die Stadt Wien besonders durch, die auch aktuell wieder neue Rekordwerte aufweist. Die Bettenauslastung liegt in Wien mit knapp 60 % deutlich über dem österreichischen Durchschnitt von 41 %.

Trotz Indizien für „peak travel“ (also der generellen Abnahme der Verkehrsnachfrage) bzw. „peak-car“ nimmt die Verkehrsnachfrage lokal bzw. sektoral weiter zu: Die Straße bleibt weiterhin dominanter Verkehrsträger für Nahmärkte; zunehmender touristischer Flugverkehr wird durch den Preisverfall bei Flugtickets generiert.

Verkehr wird insgesamt teurer, jedoch ist die Preisempfindlichkeit im Freizeitverkehr nicht so hoch wie in der Alltagsmobilität.

MIV (Motorisierter Individualverkehr) wird noch bequemer und gewinnt an Bedeutung.

Trend zum Nutzen statt Besitzen: Hingegen kann, aufgrund des Preisdruckes im MIV und der Bewusstseinsbildung im Bereich Umweltfreundlichkeit, in bestimmten Teilen der Gesellschaft (Milieus, Lebensstile) eine Tendenz weg vom Besitzen, hin zum Teilen von materiellen Gegenständen, wie auch dem Pkw beobachtet werden. Dies ist insbesondere bedeutsam für jene Touristinnen und Touristen, die mit einem öffentlichen Verkehrsmittel in die Destination anreisen, dort aber nicht ohne Pkw auskommen möchten und dabei auf Ridesharing (Fahrgemeinschaften) oder Mietangebote zurückgreifen können.

¹ Differenz der Ausgaben ausländischer Tourist/innen in Österreich und inländischer Tourist/innen im Ausland.

² Die zehn nächtigungsstärksten Tourismusgemeinden im Winter (2011/12): Wien, Sölden, Ischgl, Saalbach-Hinterglemm, St. Anton am Arlberg, Mayrhofen, Neustift im Stubaital, Lech, Obertauern, Salzburg. Die zehn nächtigungsstärksten Tourismusgemeinden im Sommer (2012): Wien, Salzburg, Mittelberg (Kleinwalsertal), Zell am See, Eben am Achensee, Innsbruck, Mayrhofen, Saalbach-Hinterglemm, Villach, St. Kanzian am Klopeiner See. (WKO 2013: Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten, 49. Ausgabe, Juni 2013, S. 58).

SZENARIEN – MÖGLICHE ZUKUNFTSBILDER DER TOURISMUSMOBILITÄT

Mit dem Wissen um relevante Rahmenbedingungen und Trends, ergänzt um die Einschätzung von Tourismus- und Verkehrsexpert/innen im Rahmen der Projektworkshops, wurde begonnen, Zukunftsbilder zu entwickeln, die unterstützend für die Definition von Handlungsoptionen herangezogen wurden. Die Szenarien bilden mögliche unterschiedliche Entwicklungspfade der Mobilitätsangebote und der Mobilitätsbedürfnisse von Tourist/innen ab. Unterschiedliche Faktoren können die einzelnen „Zukunftskonstruktionen“ für die Tourismusmobilität beeinflussen. Gemeinsam mit den Teilnehmer/innen der Workshops wurden vier Zukunftsbilder als besonders relevant diskutiert. Sie werden hier kurz zusammengefasst.

Ein Rückblick aus der Perspektive des Jahres 2030

Szenario 1: Weiter so!

Die Zahl der Tourist/innen hat in Österreich zwar langsam und ohne große Rückschläge zugenommen, allerdings profitieren die Urlaubsdestinationen davon regional sehr unterschiedlich. Der langsame Anstieg in der Vergangenheit hat es bislang verhindert, völlig neue Tourismus-Strategien zu entwickeln. Weder wurde auf die sich ausdifferenzierten Mobilitätsbedürfnisse der Reisenden angemessen reagiert, noch sind die regionalen und fachlichen Vernetzungen wesentlich weiterentwickelt worden. Auch im Jahr 2030 besteht kein wirklicher Überblick über ein zielgenaues Angebot und die differenzierte Nachfrage. Die Folge der „Anpassungsplanung auf ausgetretenen Pfaden“ ist, dass eher zufällige und zu unflexible Angebote geschaffen werden und dass bis heute die enge Verbindung zwischen Tourismusstrategien und Mobilitätskonzepten weitgehend negiert wird. Der Modal Split bleibt nahezu unverändert. Durch die steigende Zahl an Urlaubsgästen nimmt die Belastung durch den MIV weiter zu. Das Ergebnis sind Überlastungen und Engpässe im Verkehrsnetz sowie eine steigende Unzufriedenheit und schlussendlich ein Ausbleiben der Gäste aufgrund unattraktiver und einseitiger bzw. fehlender Mobilitätsangebote am, zum und vom Urlaubsort.

Szenario 2: Masse und/oder Klasse

Die Relation von „Masse“ und „Klasse“ wurde vor Ort entschieden. Wie die Vergangenheit gezeigt hat, war es nur in Ausnahmefällen möglich, eine sinnvolle Entweder-Oder-Strategie zu verfolgen. Die Bemühungen, stark auf kaufkraftstärkere Urlaubende zu setzen (wie in den Top-Schisport-Regionen) hat deutlich gezeigt, dass die regionale Eigenart verloren gehen kann und dass aufgrund der steigenden Preise die Betriebe der Wirtschaftszweige, die vom Tourismus weder direkt noch indirekt profitieren, große existentielle Probleme haben. Eine weitere unmittelbare Folge war der Anstieg der Grundstückspreise, die zur Abwanderung der heimischen Jugend auch aus diesen Regionen geführt hat. Die Regionen, welche im „Billigtourismus“ ihre Nischen gesehen haben, standen vor ähnlichen Problemen der Abwanderung der Jungen – jetzt aber vor allem aufgrund der allgemeinen ökonomischen Schwäche und der mangelnden Perspektiven der Regionen. Die Strategie, gezielt Tourist/innen aus dem „low-cost-Sektor“ aus den östlichen und südöstlichen Nachbarländern für österreichische Destinationen zu interessieren, war in den späten 2010er-Jahren zwar erfolgreich,

doch konnte dieser Trend in den 2020er-Jahren nicht fortgesetzt werden. Weder „Masse“ noch „Klasse“ führten zu kooperativen und innovativen Lösungen der Tourismusmobilität, weder der Tourismus- noch der Verkehrssektor hatten sich angesichts der zersplitterten Strategiefelder des Themas angenommen.

Szenario 3: An der Zielgruppe vorbei

Der Tourismussektor hat sich hinsichtlich der Nachfrage zunehmend ausdifferenziert. Die meisten Tourismus-Destinationen haben diesen Trend „verschlafen“ und setzen bis heute auf das „Schrotschuss-Prinzip“. Aus heutiger Sicht hat sich insbesondere als verhängnisvoll erwiesen, dass in Krisensitzungen meist nur auf Veränderungen innerhalb des Tourismussektors geachtet wurde (die zudem nur zögerlich resp. wenig kompetent umgesetzt werden konnten) und die Bedeutung für die Art der Mobilität meist übersehen wurde. Das Ergebnis waren große Fehlinvestitionen im Tourismus- und Verkehrssektor – insbesondere der Großprojekte und oftmals auch in Konkurrenz der österreichischen Regionen untereinander – aus denen bis heute ein hohes Schulden-Ausmaß von Gemeinden und Tourismus-Regionen resultiert. Von gewisser Bedeutung war sicherlich auch, dass seitens des Bundes und der Länder wenig Vorgaben für ein modernes Tourismus- und Verkehrsmanagement gegeben wurden, was sich vor allem in wenig koordiniertem Vorgehen innerhalb von Gemeinden und Tourismus-Regionen zeigte. Lokale Initiativen und die Versuche, integrierte Lösungen für Mobilität und Tourismus zu initiieren, scheiterten aufgrund des fehlenden übergeordneten Rahmens.

Szenario 4: Wir haben´s erkannt, wir tun was!

Das Prinzip der Nachhaltigkeit hat seit etwa zehn Jahren den Status der ausschließlichen Erwähnung in Präambeln von Planungsdokumenten und Strategiepapieren verlassen und wird in den meisten touristischen Regionen Österreichs bereits erfolgreich umgesetzt. Besonders wichtig war in diesem Zusammenhang, dass die Notwendigkeit einer gleichzeitigen und gleichwertigen Verfolgung der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Zielsetzungen erkannt wurde, wie beispielsweise die sehr guten Platzierungen österreichischer Tourismusdestinationen im Zuge der europäischen Nachhaltigkeitswettbewerbe (Luft- und Wasserqualität, nachhaltige Verkehrskonzepte, good governance etc.) zeigen. Man hat das Ziel aufgegeben, neue „Rekorde“ erzielen zu wollen und auf die „Strategie differenzierter Wertschöpfung“ gesetzt. Der österreichischen Tourismusstrategie ist es offensichtlich gelungen, Österreich als ein sehr differenziertes Urlaubsland darzustellen. Mobilität am, zum und vom Urlaubsort ist integrativer Bestandteil eines differenzierten Urlaubsangebots. Die Packages, in denen vor allem in der Nebensaison die Gegensätzlichkeit aus „Erlebnis und Ruhe“, „Berge und Seen“, „Hochkultur und lokale Kultur“, „aktiv bewegen und Seele baumeln lassen“ hervorgehoben wird, haben sich – für manche überraschend – als sehr erfolgreich erwiesen. Die Verkehrspolitik hat diese Strategie nachhaltig mit Maßnahmen zur Tourismusmobilität unterstützt.

HANDLUNGSOPTIONEN – DIE ZUKUNFT STRATEGISCH GESTALTEN

Die Analyse und das Aufzeigen von Trends und Szenarien im Bereich der Tourismusmobilität münden in Handlungsempfehlungen für die relevanten Akteur/innen. Erste Handlungsoptionen wurden mit Expert/innen diskutiert und darauf aufbauend zu drei strategischen Schwerpunkten gebündelt. Schlussendlich führen die Ergebnisse dieser Studie zu neun Schwerpunkten, wobei in jedem Fokus eine andere Problemstellung thematisiert wird und weiterführende Maßnahmen benannt werden.

Tourismusmobilität ZUM und VOM Urlaubsort

FOKUS 1: „Erste und letzte Meile“

Die Wahl des Verkehrsmittels für die An- und Abreise zum und vom Urlaubsort ist maßgeblich von der „ersten Meile“ (Start in den Urlaub von zuhause resp. Rückkehr nach Hause) und der „letzten Meile“ (Erreichen der Unterkunft resp. Abreise von dort) bestimmt.

- Die „Meile am Urlaubsort“ ist jene, die direkt von der lokalen und regionalen Tourismuspolitik steuerbar ist, welche spezifische Kooperationen mit Mobilitätsanbietern initiieren und umsetzen bzw. Mobilitätsangebote (Shuttles, Carsharing, Mobilitätscards etc.) selbst in ihr Angebotsportfolio integrieren kann. Dadurch sollte sich auch ein Mehrfachnutzen für die Alltagsmobilität der Wohn- und Arbeitsbevölkerung ergeben.
- Die „Meile am Wohnort“ erfordert eine übergeordnete Strategie mit den Hauptverkehrsträgern als Partner, insbesondere den Bahn- und Fluggesellschaften sowie den Taxiunternehmen, um Hürden des Zugangs zu einer vergleichbar komfortablen und leistbaren Mobilitätskette zu ermöglichen.

Es ist von Relevanz, ein differenziertes Wissen aufzubauen, wie Tourist/innen an- und abreisen, wobei die gesamte Reise – von der Reisevorbereitung bis zur An- und Rückkunft – und die Zugangsmöglichkeiten zu unterschiedlichen Verkehrsmitteln zu betrachten sind. Die unterschiedlichen Zielgruppen sind zu identifizieren und die Erwartungen der Reisenden zu analysieren. Nicht zuletzt aufgrund des Leitgedankens einer nachhaltigen Mobilität hat die Bewusstseinsbildung zur Verkehrsmittelwahl breit anzusetzen – bei den Reisenden, der Tourismusbranche und den Mobilitätsanbietern.

FOKUS 2: „Tagestourismus“

Neben Reisenden, die ihren Jahresurlaub bzw. ihre Kurzurlaube als Übernachtungsgäste in Österreich verbringen, spielen auch Kurzreisende und speziell Tagestourist/innen, die eine Region, einen Ort, eine Sehenswürdigkeit oder eine Veranstaltung für lediglich einen Tag oder nur wenige Stunden besuchen, eine wesentliche Rolle im Freizeit- bzw. Tourismusverkehr. Je kürzer die Aufenthaltsdauer der Tourist/innen vor Ort ist, desto geringer ist meist die Wertschöpfung bei gleichzeitig stärkerer Verkehrsbelastung im Netz. Dies kann an Spitzentagen zu Überlastungen führen, besonders dann, wenn sich der Tages-Freizeitverkehr (z. B. Badeverkehr, Schiverkehr) mit dem Urlauberschichtwechsel überlagert.

- Die Bedeutung des Tagestourismus für die regionale oder lokale Wertschöpfung wird zwar in vielen Regionen bzw. Orten hervorgehoben, man übersieht dabei jedoch den „Preis“, den die Transitregionen (ohne Tourismus) dafür zu zahlen haben. Oft mangelt es an Möglichkeiten, Initiativen und Schwerpunktsetzungen für einen gesamtwirtschaftlich tragfähigeren Nächtigungstourismus.
- Da gegenwärtige Entwicklungen eine weitere Zunahme an Kurzreisen und Tagesausflügen erwarten lassen, ist es notwendig, den Tagestourismus vermehrt in den Mobilitätsfokus zu nehmen. Zum Tagestourismus gibt es zwar vereinzelt regionale Untersuchungen oder zumindest Schätzwerte, quantitative und qualitative Analysen zur Mobilität und Wertschöpfung fehlen jedoch weitgehend.

FOKUS 3: „Belegungs- und Verkehrssteuerung: Umwelt und Verkehrsinfrastruktur durch Auflösung saisonaler Verkehrsspitzen entlasten“

Saisonalität führt zu hohen Verkehrsspitzen – z. B. Staus auf stark frequentierten Autobahnen und Tälerzufahrten, Überlastungen von Zügen und Flughäfen – und behindert die lokale und regionale Mobilität. Ein Durchbrechen der sog. „Samstag-bis-Samstag-Strategie“ und eine Verbreiterung der Sommer- und Wintersaisonen durch differenziertere zielgruppenorientierte Angebote mit Fokus auf den Zeitpunkt der An- und Abreise, d. h. die gezielte Belegungs- und Verkehrssteuerung, sind Voraussetzungen dafür, die Verkehrsspitzen aufzulösen. Kommt es nicht zur (weiteren) stückweisen Auflösung der Saisonalität auf den unterschiedlichen Ebenen, steigt auch die Unzufriedenheit der Reisenden selbst.

- Zur Umsetzung sind vor allem die diversen Akteur/innen im Tourismus gefragt, wobei es hierzu Unterstützung und Mitwirkung von Bund, Ländern, Verkehrsbetrieben und auch lokaler Wirtschaftsträger/innen braucht.
- Um die Umwelt und die Verkehrsinfrastruktur zu entlasten, sind die Entwicklung und v. a. die Implementierung intelligenter Verkehrslösungen zur Routenführung notwendig.
- Zu Saisonspitzen ist anzudenken, vor allem im Tagestourismus Organisationstools zu schaffen, um Gruppen(an)reisen (z. B. im Schiverkehr) zu forcieren und Möglichkeiten individueller Organisation (z. B. „Mitfahrbörse“, Gruppenermäßigungen bei der Bahn) zu bieten.

Tourismusbilität AM Urlaubsort

FOKUS 4: „Erweiterung der (regional vernetzten) Mobilitätsangebote“

Die Forderung nach umweltfreundlichen (öffentlichen) Mobilitätsangeboten, die sowohl für Besucher/innen als auch für die lokale Bevölkerung eine komfortable und attraktive Alternative zum eigenen Pkw darstellen, gestaltet sich vor allem im ländlichen Raum sehr schwierig. Die geringe Siedlungsdichte und die großräumige Verteilung von Erholungsräumen, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen verursachen bei Mobilitätsanbietern hohe Kosten und erfordern erhebliche Zuschüsse aus den öffentlichen Budgets.

- Ineffiziente Mobilitätsangebote könnten jedoch bei besserer Kenntnis der Reisebedürfnisse beispielsweise durch abgestimmte Fahrpläne oder alternative Angebote (Car- und Ridesharing, Shut-

tes und Micro-ÖV Systeme, d. h. flexible, allgemein zugängliche Verkehrsangebote vor Ort) minimiert werden. Gäste sehen derartige kleinräumige Mobilitätslösungen als integrativen Bestandteil des Ferienerlebnisses, bewegen sich insbesondere in ländlichen, naturgeprägten Regionen gerne „umweltfreundlich“ und werten das Mobilitätsangebot als Komfortbonus.

- Anwenderfreundliche Lösungen bei der Tarif- und Buchungslogistik, wenige und komfortable Schnittstellen zwischen unterschiedlichen Mobilitätsformen und entsprechende zielgruppenspezifische Informations- und Marketingmaßnahmen können hier einen wesentlichen Beitrag zur finanzierbaren umweltfreundlichen Mobilität beitragen.

FOKUS 5: „Bessere Informationsangebote für Tourist/innen“

Die Verfügbarkeit von Informationen zum touristischen Mobilitätsangebot am Urlaubsort beeinflusst die Verkehrsmittelwahl für die An- und Abreise. Für Reisende muss klar ersichtlich werden, wie sie bestmöglich und einfach, bei optimaler Benützung der vorhandenen Verkehrsverbindungen und Mobilitätsangebote von ihrem Urlaubsquartier zu touristischen Zielpunkten ihrer Urlaubsregion gelangen können. Maßnahmen dazu sind:

- Die „Eigenverortung“ der Tourismusunternehmen auf einer umfassenden Mobilitätslandkarte – also nicht nur der Straßenkarte – und entsprechende Fortbildung der Ansprechpersonen für TouristInnen.
- Die direkte Vermittlung von Informationen durch die Tourismusdestinationen, Beherbergungsbetriebe und andere Tourismusunternehmen.
- Die Einbindung des Tourismus in die Gestaltung der Informationsangebote von Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbänden, wodurch sowohl für Gäste als auch für die lokale Bevölkerung und Wirtschaft neue Chancen für komfortable, leistbare und umweltfreundliche Mobilitätsangebote möglich werden.
- Die Ergänzung und Optimierung eines verkehrsmittelübergreifenden Systems zur Routenberechnung im Internet, wobei darauf geachtet werden muss, dass bestimmte Zielgruppen vom Zugang zu Informationen nicht ausgeschlossen werden.

Tourismusbilität strategisch verankern

FOKUS 6: „Tourismusbilität auf Bundesebene – politische Agenda“

Zentrales Anliegen der Studie Tourismusbilität 2030 in Österreich ist die inhaltliche und strategische Aufbereitung der Querschnittsmaterie Tourismusbilität. Dieses – auch in der wissenschaftlichen Community – noch unterrepräsentierte Thema ist vor allem durch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich wichtig, um auf steigende Gästezahlen und zukünftige Veränderungen derer Mobilitätsbedürfnisse rechtzeitig reagieren zu können. Noch findet die Verknüpfung der Themen Tourismus und Mobilität in Österreich kaum statt. Die Kompetenzen in diesen Politikbereichen sind auf Bundesebene in verschiedenen Ministerien angesiedelt. Beide Themen nehmen in den zuständigen Ministerien eine wich-

tige Rolle ein – verschiedenste (Förder-)Programme, strategische Dokumente und Studien unterstreichen dies.

- An die strategische Verankerung der Tourismusmobilität knüpft auch der Vorschlag einer periodischen Evaluierung an, um Fortschritte beim Thema sichtbar sowie Nachjustierungen möglich zu machen. Eine gezielte Abstimmung der Bedürfnisse der Tourismus- und Mobilitätsverantwortlichen sowohl aus der Verwaltung als auch aus der Wirtschaft wurden in den Workshops im Rahmen der vorliegenden Studie gefordert.
- Tourismusmobilität sollte mittelfristig Teil des Regierungsprogrammes werden.

FOKUS 7: „Tourismusmobilität auf Bundesebene – Bewusstsein schaffen“

Es liegt auch im Verantwortungsbereich des Bundes, das Thema Tourismusmobilität für nachgeordnete Gebietskörperschaften entsprechend aufzubereiten und zu kommunizieren. Über aktive Kommunikation, basierend auf vertiefenden Forschungsarbeiten und dem Verfügbarmachen entsprechender Inhalte, gelingt es, die richtigen Landesstellen und Institutionen zu erreichen. Wenn das Thema Tourismusmobilität – ähnlich anderen Bundesinitiativen – eine Breitenwirkung entfaltet, wird sie in Zukunft Gegenstand strategischer Überlegungen werden. Die Sensibilisierung der Expert/innen aus den Bereichen Verkehr, Tourismus, Raumplanung und Regionalentwicklung hat noch nicht stattgefunden.

- Zum einen ist eine wissenschaftliche Vernetzung im Rahmen eines Expert/innenpools anzustreben. Eine differenzierte Analyse zu den sozialen Strukturen und Milieus der bestehenden und potenziellen Urlauber/innen im Kontext Tourismusmobilität ist erforderlich.
- Zum anderen sollten Leuchtturmprojekte initiiert werden, die im Rahmen eines Strategiedokumentes zum Thema „Urlaub auf kleinem Fuß(abdruck) – Beiträge zu einer nachhaltigen Urlaubsmobilität“ unterschiedliche praktische Aspekte der Tourismusmobilität aufzeigen.

FOKUS 8: „Tourismusmobilität auf Landesebene“

Während der Bund bei der strategischen Verankerung des Themas Tourismusmobilität eine bedeutende Rolle einnimmt, sind es die Länder bei der Vorbereitung und Begleitung der Umsetzung und dem Ansprechen der richtigen regionalen und lokalen Partner/innen. Die Länder haben eine wichtige Drehscheibenfunktion, da sie in engem Kontakt mit den nachgeordneten Ebenen und Institutionen stehen. Sie sind zudem zuständig für wesentliche räumliche Rahmenbedingungen des Tourismus (z. B. Raumordnung, Landesstraßen, Regionalmanagement).

- Als Aufsichtsbehörde für die Raumplanung der Gemeinden haben sie auf Verkehr reduzierende, d. h. kompakte und mit dem ÖV-Angebot abgestimmte Siedlungsstrukturen hinzuwirken, womit auch eine verkehrssparende Standortausweisung und Gestaltung von Tourismuseinrichtungen und Tourismuszonen gefordert ist.
- Neben den aufsichtsbehördlichen Verfahren bieten bestehende – teilweise schon kooperierende – Gremien und strategische Entwicklungsprozesse für die Länder Möglichkeiten, die Ansprechpart-

ner/innen intensiv einzubinden. Hier sollte angesetzt werden, um die Tourismusmobilität als Querschnittsthema zur Erreichung sozioökonomischer und ökologischer Zielvereinbarungen und -vorgaben mitzudenken. Die Länder übernehmen somit eine wichtige „Trägerfunktion“ bei der Etablierung einer nachhaltigen Tourismusmobilität.

FOKUS 9: „Tourismusmobilität auf örtlicher und regionaler Ebene“

Der Erfolg von Umsetzungen zur Tourismusmobilität wird schlussendlich „vor Ort“ – in den Regionen und Gemeinden – sichtbar. Dabei leisten die Maßnahmen, die von regionalen Akteur/innen – den Gemeinden, Verbänden, Tourismusbetrieben und Mobilitätsanbietern – selbst gesetzt werden, einen wesentlichen Beitrag. Die Gemeinden haben zudem die Möglichkeit, die räumlichen Rahmenbedingungen einer funktionierenden Tourismusmobilität im Rahmen der örtlichen und interkommunalen Entwicklungsplanung zu gestalten.

- Den Ländern, insbesondere deren Verkehrs-, Raumordnungs- und Wirtschaftsabteilungen, kommen hier wichtige Aufgaben zu: Rahmensetzung durch räumliche Leitbilder und Verkehrskonzepte, Abstimmung zwischen den lokalen / regionalen Ansprechpartner/innen, Ländergrenzen überschreitende Koordination, fachliche Unterstützung und Information sowie Förderung innovativer Maßnahmen und Kooperationen.
- Umgekehrt sollten Wissen und Erfahrungswerte von „vor Ort“ für die übergeordnete strategische Ausrichtung der Länder und des Bundes im Aufgabenfeld Tourismusmobilität nutzbar gemacht werden. Kooperative, partizipativ vor Ort entwickelte Lösungen verstärken deren Verankerung und nutzer/innenorientierte Weiterentwicklung. Derzeit steht Tourismusmobilität jedoch noch kaum auf der Agenda regionaler Kooperation und Beteiligung.

DER WEG ZUR UMSETZUNG

3 Strategische Ausrichtungen – 9 Fokusthemen – 39 Handlungsempfehlungen

Die Studie zur Tourismusmobilität 2030 schlägt drei strategische Ausrichtungen ein, die sich über neun Fokusthemen schlussendlich zu 39 Handlungsempfehlungen konkretisieren. Die vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen lassen sich wiederum entlang von drei Handlungspfaden bündeln. Die konkreten Maßnahmen werden weiters nach der räumlichen Dimension - VOM / ZUM und AM Urlaubsort – sowie ihrer strategischen Verankerung (Bund, Länder, lokal/regional) differenziert. Ein Zusammenspiel innerhalb und zwischen den Dimensionen ist notwendig, um folgende Rahmenziele zu erreichen:

- (1) Wettbewerbsfähigkeit / ökonomische Tragfähigkeit,
- (2) gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung sowie soziale Gerechtigkeit,
- (3) ökologisches Wirtschaften und Handeln, Nachhaltigkeit, Resilienz und gesunde Umwelt,
- (4) kooperative und effiziente Steuerung (Governance) und
- (5) technologische Innovationen.

Eine Reihe von Umsetzungen im Sinne der Handlungsempfehlungen laufen bereits, diese sind aber noch zu vereinzelt und zu schwach vernetzt, als dass sie eine breite Wirkung entfalten könnten. Tourismusmobilität ist im Tourismusland Österreich auf die politische Agenda zu bringen. Dazu gehören eine Verankerung im Regierungsprogramm ebenso wie in den Strategiepapieren der Fachressorts des Bundes und der Länder, beispielsweise den Landesverkehrskonzepten und Landesentwicklungsplänen. Die lokale / regionale Ebene (Tourismusgemeinden, Tourismusdestinationen) braucht fachliche Unterstützung, Motivation und gezielte Förderung und bietet aus erster Hand Erfahrung von „vor Ort“, die wiederum in die strategische, übergeordnete Ebene einfließen sollen.

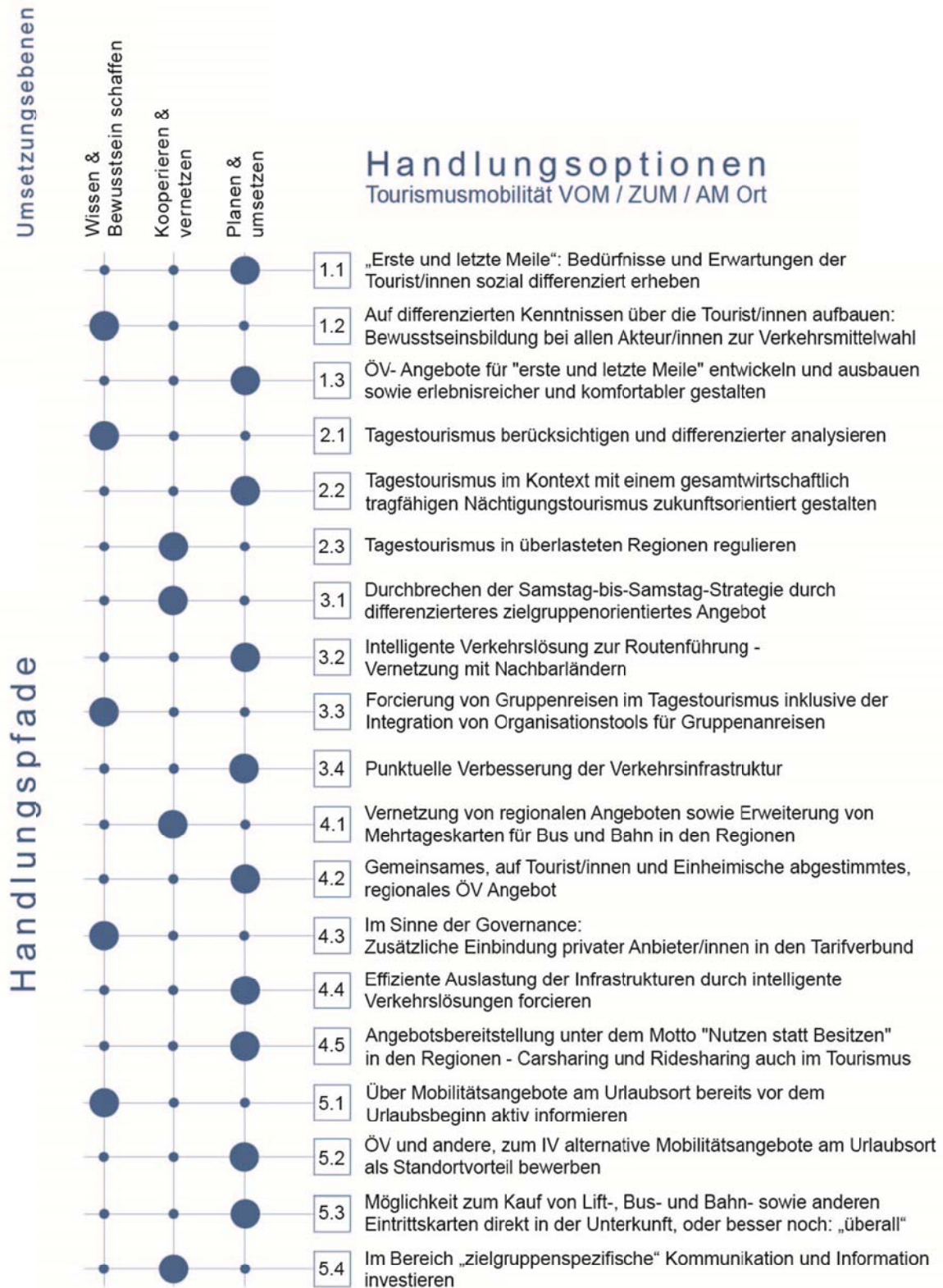
In der österreichweiten Betrachtung des Themenfeldes Tourismusmobilität im Zuge dieser Studie wurden zahlreiche Informations- und Datendefizite und Lücken in den Informationsflüssen festgestellt, die es zu schließen gilt, um die gewünschte Wirkung von Maßnahmen zu erzielen. Insbesondere für die Mobilitätsbedürfnisse der Gäste in Österreich – ein Schlüssel für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft – fehlen grundlegende Informationen zur Tourismusmobilität, über welche die Zielgenauigkeit der vorgeschlagenen Maßnahmen erhöht und in der Folge evaluiert werden könnte.

Die folgende Darstellung listet die vorgeschlagenen 39 Handlungsempfehlungen zur Tourismusmobilität 2030 im Überblick und verortet diese entlang dreier Handlungspfade

- (1) Wissen und Bewusstsein schaffen
- (2) Kooperieren und vernetzen
- (3) Planen und umsetzen

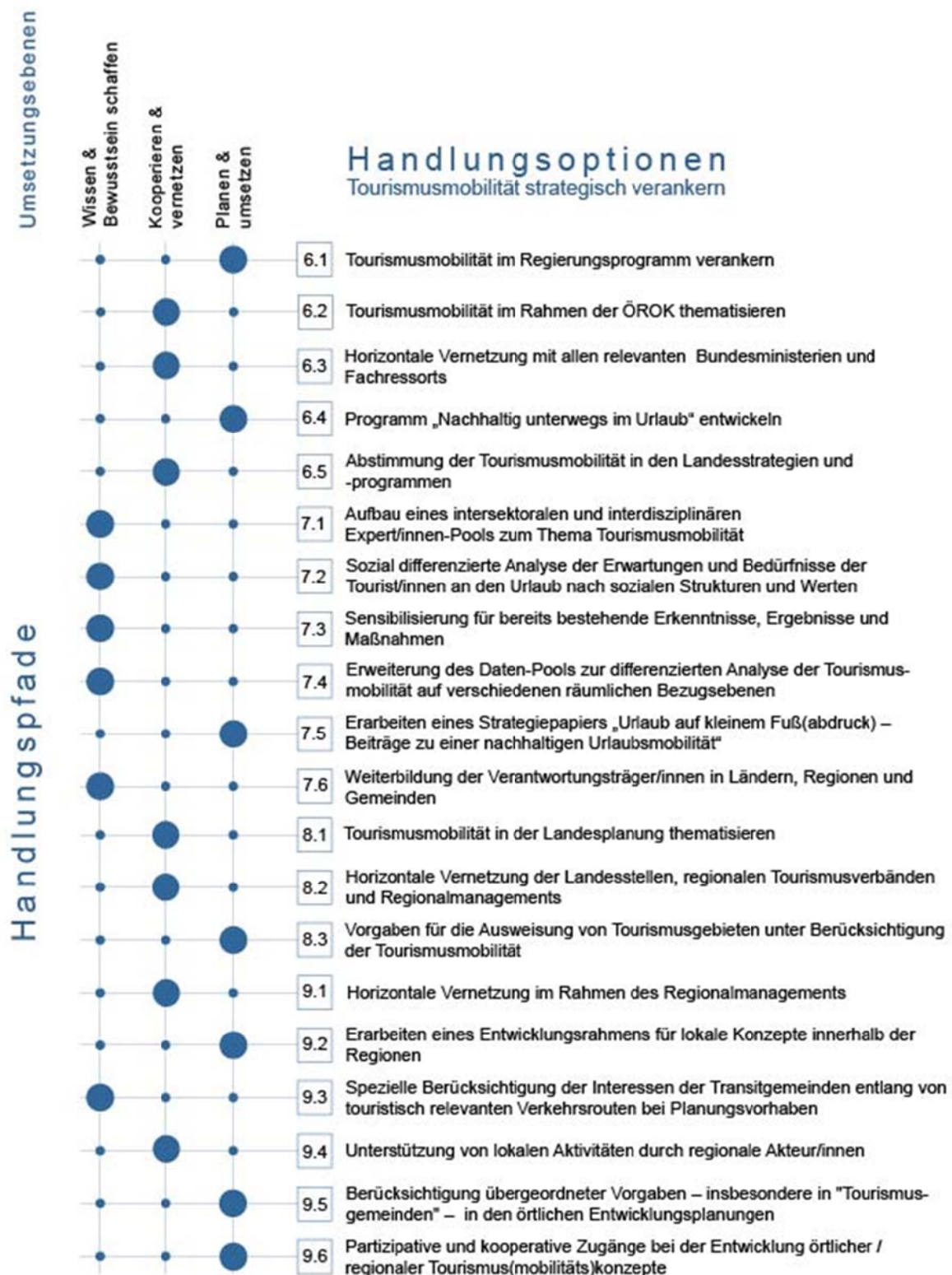
Die dargestellten Handlungsoptionen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, zeigen aber die vernetzten und sektorenübergreifenden Zusammenhänge auf, die notwendig sind, gezielte Schritte zur Verbesserung der österreichischen Tourismusmobilität zu setzen.

Tabelle 1: Übersicht Handlungsempfehlungen und Handlungspfade – ZUM / VOM / AM Urlaubsort



Quelle: Eigene Bearbeitung

Tabelle 2: Übersicht Handlungsempfehlungen und Handlungspfade – Tourismusmobilität strategisch verankern



Quelle: Eigene Bearbeitung