

# Tourismus- mobilität 2030

Studie

Langfassung

bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k  
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw  
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k  
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw  
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k  
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw  
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k  
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw  
bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi k  
vfi bmwfi bmwfi bmwfi bmwfi bmw  
www.bmwfi.gv.at

**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

Erstellt im Auftrag



Bundesministerium für  
Wirtschaft, Familie und Jugend

Stubenring 1

1010 Wien

Bearbeitet durch



Technische Universität Wien, Department für Raumplanung

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

Wien, im November 2013

**Inhaltliche Bearbeitung und Prozessgestaltung:** Jens S. Dangschat – TU Wien | Andreas Dillinger – TU Wien | Fabian Dorner – TU Wien | Wolfgang Feilmayr – TU Wien | Georg Hauger – TU Wien | Michael Klamer – TU Wien | Raphaela Kogler – TU Wien | Stefan Mühllehner – TU Wien | Tamara Vlk – TU Wien | Sibylla Zech – TU Wien (Projektleitung) | **Workshopteilnehmer/innen:** Gernot Aigner – Amt der Steiermärkischen Landesregierung | Philipp Ausserweger – Oberösterreich Tourismus | Klara Brandl – Umweltbundesamt | Oliver Danninger – Landesinitiative „e-mobil in Niederösterreich“ | Barbara Diallo-Strobl – ÖHV Touristik Service GmbH | Markus Gansterer – VCÖ | Gabriele Gerhardtter – ÖAMTC | Stefanie Habersatter – Salzburg AG | Beate Heher – Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Rehabilitation | Julia Huber – ASFINAG | Katleen Johne – Tirol Werbung GmbH | Franz Kasse – Verein alpiner Vereine Österreich | Eringard Kaufmann – Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Rehabilitation | Markus Meissner – ASFINAG | Sonja Pelzl – REWE | Alexander Rauner – WKO | Ulrike Reisner – Unternehmensberatung | Wolfgang Richter – WIPARK Garagen GmbH | Ulrich Santner – ÖHV | Thomas Schönig – ÖBB Personenverkehr AG | Holger Sicking – Österreich Werbung | Günther Steininger – Steiermark Tourismus | Brigitte Weiss – Wien Tourismus | Stefan Wunderlich – Bad Kleinkirchheim–Region Nockberge | **Impulsreferent/innen:** Renate Forte – Pegasus Incoming GmbH | Christian Rankl – Amt der Vorarlberger Landesregierung | **BMWfJ:** Alexandra Dörfler – Abt. III/1 | Tobias Gamper – Abt. III/1 | Katharina Mayer-Ertl – Abt. III/2 | Monika Wallergraber Abt. III/3 | Gerlinde Weilingner – Abt. III/3 | Anton Zimmermann – Abt. III/1

<b>1</b>	<b>WISSENSBASIS .....</b>	<b>6</b>
1.1	FORSCHUNGSDESIGN .....	6
1.1.1	<i>Forschungsgegenstand</i> .....	6
1.1.2	<i>Methodische Herangehensweise</i> .....	7
1.1.3	<i>Begriffsdefinitionen</i> .....	9
1.1.4	<i>Datenlage zur Tourismusmobilität – ein Befund</i> .....	11
1.2	GRUNDLAGEN UND ANALYSE ZUR TOURISMUSMOBILITÄT.....	12
1.2.1	<i>Tourismusmobilität: Raum und Ressourcen</i> .....	12
1.2.2	<i>Tourismusmobilität: Gesellschaftlicher Wandel</i> .....	15
1.2.3	<i>Tourismusmobilität: Perspektiven für die Wirtschaft</i> .....	17
1.2.4	<i>Tourismusmobilität: Verkehr</i> .....	20
1.2.5	<i>Mobilitätsbedürfnisse</i> .....	22
1.2.5.1	Demografische Merkmale .....	24
1.2.5.2	Mobilitätsbedürfnisse nach sozioökonomischen Merkmalen .....	25
1.2.5.3	Mobilitätsverhalten, Mobilitätsstile und Reisetile .....	26
1.2.6	<i>Mobilitätsangebote</i> .....	27
1.2.6.1	An- und Abreise .....	28
1.2.6.2	Mobilität vor Ort.....	29
1.2.6.3	Vom „Entry Point“ zum Ort .....	30
1.2.6.4	Infrastrukturelle Erschließung .....	30
1.2.6.5	Aktuelle Trends und Entwicklungen .....	32
1.2.6.6	Bewusstseinsbildung und Information .....	34
1.2.7	<i>Strategien &amp; Akteur/innen</i> .....	36
1.2.7.1	Ländertourismusstrategien – Untersuchung auf Verkehrs- bzw. Mobilitätsaspekte .....	36
1.2.7.2	Landesverkehrskonzepte – Untersuchung auf Tourismusaspekte .....	40
1.2.7.3	Gesamtverkehrsplan für Österreich .....	42
1.2.7.4	Raumordnungsdokumente der Länder – Untersuchung auf Mobilitäts- und Tourismusrelevanz .....	43
1.2.7.5	Österreichisches Raumentwicklungskonzept .....	44
1.2.7.6	Internationale Strategiedokumente .....	45
1.2.7.7	Strategische Aktivitäten auf Bundesebene.....	49
1.2.7.8	Übersicht relevanter Akteur/innen zur Tourismusmobilität .....	50
1.2.8	<i>Zusammenfassende Betrachtung – Wissensbasis Tourismusmobilität</i> .....	54
<b>2</b>	<b>SZENARIEN: MÖGLICHE ZUKÜNFT ERFORSCHEN .....</b>	<b>58</b>
2.1.	SZENARIO 1: WEITER SO! .....	58
2.2.	SZENARIO 2: MASSE UND/ODER KLASSE .....	60
2.3.	SZENARIO 3: AN DER ZIELGRUPPE VORBEI .....	62
2.4.	SZENARIO 4: WIR HABEN´S ERKANNT, WIR TUN WAS! .....	64
2.5.	DIE VIER SZENARIEN AUF EINEN BLICK .....	66
<b>3</b>	<b>ZUKUNFT STRATEGISCH GESTALTEN .....</b>	<b>72</b>

3.1	TOURISMUSMOBILITÄT ZUM UND VOM URLAUBSORT .....	74
3.1.1	<i>Fokus 1 „Erste und letzte Meile“</i> .....	74
3.1.2	<i>Fokus 2 „Tagestourismus“</i> .....	76
3.1.3	<i>Fokus 3 „Belegungs- und Verkehrssteuerung: Verkehrsspitzen und Saisonalität auflösen“</i> .....	78
3.2	TOURISMUSMOBILITÄT AM URLAUBSORT .....	80
3.2.1	<i>Fokus 4 „Erweiterung der (regional vernetzten) Mobilitätsangebote“</i> .....	80
3.2.2	<i>Fokus 5 „Bessere Informationsangebote für Tourist/innen“</i> .....	82
3.3	TOURISMUSMOBILITÄT STRATEGISCH VERANKERN .....	84
3.3.1	<i>Fokus 6 „Tourismusbilität auf Bundesebene – Politische Agenda“</i> .....	84
3.3.2	<i>Fokus 7 „Tourismusbilität auf Bundesebene – Bewusstsein schaffen“</i> .....	86
3.3.3	<i>Fokus 8 „Tourismusbilität auf Landesebene“</i> .....	88
3.3.4	<i>Fokus 9 „Tourismusbilität auf lokaler und regionaler Ebene“</i> .....	90
3.4	DER WEG ZUR UMSETZUNG .....	92
<b>4</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG: TOURISMUSMOBILITÄT IN ÖSTERREICH 2030</b> .....	<b>95</b>
	<b>VERZEICHNISSE</b> .....	<b>98</b>
	LITERATURVERZEICHNIS .....	98
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....	108
	TABELLENVERZEICHNIS .....	109
	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....	110

# **Studie Tourismusmobilität 2030 in Österreich**

## **TEIL 1: Wissensbasis**

# 1 WISSENSBASIS

## 1.1 FORSCHUNGSDESIGN

### 1.1.1 FORSCHUNGSGEGENSTAND

Mit der Tourismusstrategie 2010, initiiert und unter Einbindung der Bundesländer sowie zentraler Akteur/innen im Bereich Tourismus durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) erarbeitet, wurde ein neuer, zukunftsorientierter und reflektierender Weg in der Entwicklung des österreichischen Tourismus eingeschlagen. Im Rahmen der österreichischen Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“ wird auf die folgenden Trends reagiert, die mehr Effizienz, eine bessere Abstimmung aller Partner/innen und umfangreichere Innovation der Verantwortlichen im Österrichtourismus notwendig machen, um weiterhin erfolgreich und wettbewerbsfähig zu bleiben:

- Internationalisierung des Reiseverkehrs,
- dynamische Veränderung des Reise- und Mobilitätsverhaltens der Gäste,
- zu erwartende Steigerung des Gästeaufkommens,
- erhöhter Wettbewerbsdruck durch internationale Konkurrenz,
- steigender Flächen- und Ressourcenverbrauch und
- höheres Verkehrsaufkommen.

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 Rahmenbedingungen runden die strategische Ausrichtung ab.

Vor allem der Themenbereich „Infrastruktur und Mobilität“ stellt in diesem Zusammenhang eine komplexe Querschnittsmaterie für die Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Österreich dar. Zentrale Herausforderungen sind die gute Erreichbarkeit der Destinationen sowie das Mobilitätsbedürfnis vor Ort. Eine nachhaltige Lösung, die auch leistbare, kundenfreundliche und sozial gerechte Mobilitätsangebote umfasst, wird nur durch die enge Kooperation der zentralen Akteur/innen im Bereich Tourismus und Verkehr erreicht.

Daraus ergeben sich für die Studie *Tourismusbildung 2030* folgende Forschungsfragen:

- Welche Mobilitätsbedürfnisse der Tourist/innen 2030 sind vor dem Hintergrund ihrer Herkunft, demografischer Merkmale, Lebens- und Reisestile zu erwarten?
- In welche Richtung entwickeln sich Verkehr und Mobilität in Österreich, spezifisch die Mobilitätsangebote für Tourist/innen?
- Welche rahmengebenden Entwicklungen und Zielsetzungen sind für die Tourismusbildung zu beachten?
- Wie passen Mobilitätsangebote und Mobilitätsbedürfnisse zusammen?
- Welche Erfahrungen können aus bestehenden Partnerschaften und Projekten der Tourismus- und Freizeitmobilität gewonnen werden?

- Welche Empfehlungen und Umsetzungshinweise für „intelligente Mobilitätsangebote“ im Tourismus können abgeleitet werden?

Aus diesen Forschungsfragen lässt sich folgender Ansatz ableiten: Auf Basis einer Darstellung und Analyse nationaler und internationaler tourismusrelevanter Daten, Masterpläne und Strategien werden Entwicklungsszenarien erarbeitet und gemeinsam mit dem Ministerium und zentralen Akteur/innen erörtert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sowie die Inputs der Expert/innen seitens der TU Wien bilden die Basis für das Aufzeigen von Handlungsempfehlungen.

Die Studie zum Thema *Tourismusbilität 2030* dient dem BMWFJ dazu, in Zukunft eine noch stärkere und aktive Rolle in der Weiterentwicklung der Tourismusdestination Österreich und somit in der wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und kulturellen Positionierung des Standortes Österreich einzunehmen.

### 1.1.2 METHODISCHE HERANGEHENSWEISE

Die Herangehensweise der interdisziplinären Bearbeitung der Tourismusbilität 2030 umfasst vor dem Hintergrund übergeordneter Rahmenbedingungen und Ziele fünf wesentliche Perspektiven:

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

#### Mobilitätsbedürfnisse und Urlaubserwartungen

Mobilitätsbedürfnisse und die Erwartungen an den Urlaub weiten sich zum einen Teil quantitativ (insbesondere „häufiger“) aus, zum anderen werden die Unterschiede zwischen den Urlaubenden größer, was einen differenzierteren Zugang erfordert. Um dieser Ausdifferenzierung gerecht zu werden, werden neben der Prognose soziodemografischer und sozioökonomischer Entwicklungen auch die Veränderungen der Werthaltungen und Lebensziele (soziale Milieus) sowie der Mobilitäts- und Urlaubsstile (Mobilitäts- und Verkehrsverhalten) berücksichtigt. Da diese Ansätze bisher nur kleinräumig (Mobilitätsstile) resp. auf nationalstaatlicher oder EU-Ebene (Milieu-Ansätze) vorliegen, besteht eine Herausforderung darin, die Einstellungs- und Verhaltensaspekte auf den entsprechenden Maßstabsebenen zu integrieren.

#### Mobilitätsangebote

In Anbetracht der zurzeit stetig steigenden Nächtigungs- und Gästezahlen im Tourismus in Österreich, die vor allem in den großen Städten zu verzeichnen sind, ist es wichtig, Lösungsansätze zu schaffen, mit welchen die eintretenden Entwicklungen gestaltet werden können.

#### Umsetzungen

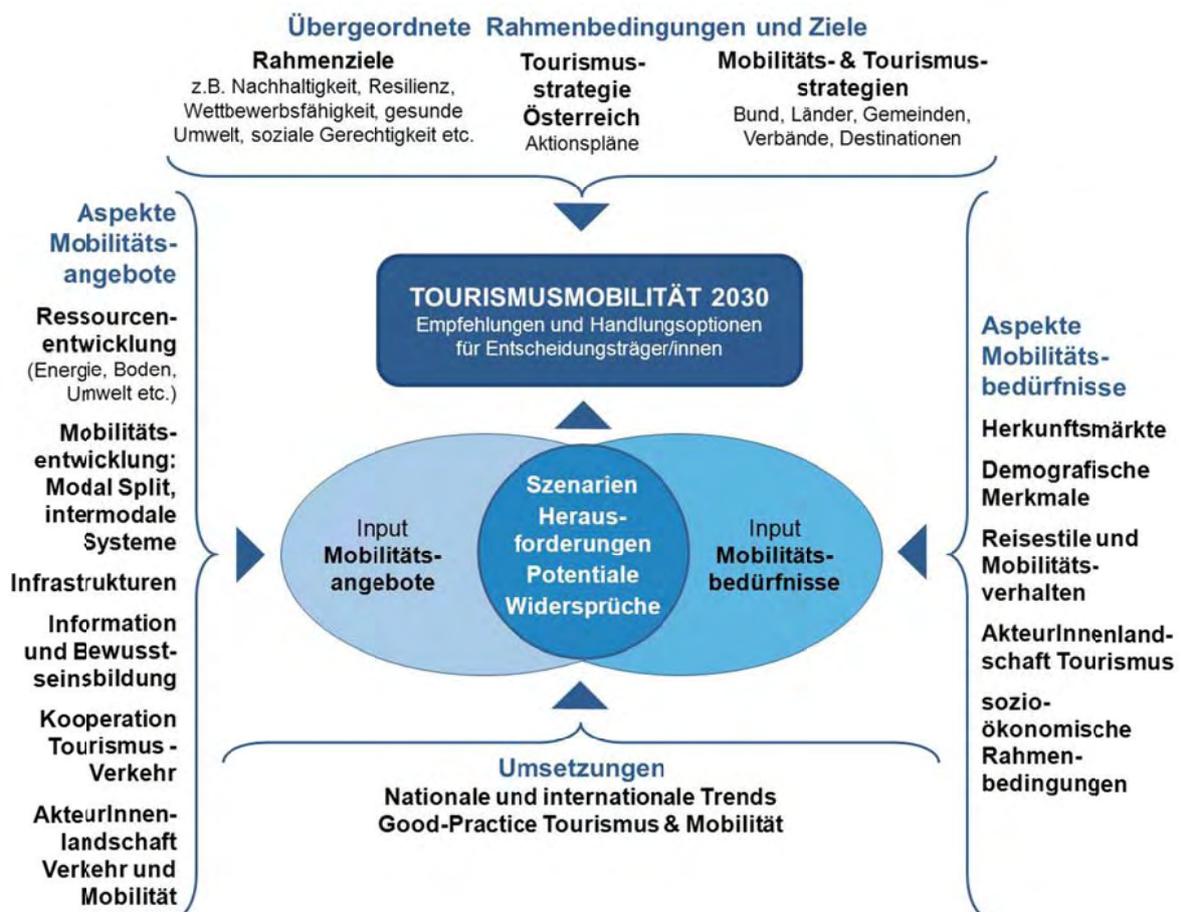
Für die Entwicklung von Strategien, das Einbinden unterschiedlicher (institutioneller) Akteur/innen und die Umsetzung ist es wichtig, die regionalen, nationalen und internationalen Trends zu berücksichti-

gen sowie aus Vor- und Nachteilen vergleichbarer Strategien und deren Implementation Schlüsse für das eigene Vorgehen zu ziehen („Lernen aus der Praxis“). Beide Aspekte sind wichtiger Bestandteil für die Studie.

### Szenarien

Als Ausgangspunkt für die Entwicklung von Szenarien und die Einarbeitung der unterschiedlichen übergeordneten Rahmenbedingungen und Ziele ist die Einbindung des Wissens innerhalb des BMWFJ sowie der zentralen Akteur/innen von besonderer Bedeutung. Szenarien fokussieren auf Herausforderungen und Potenzialen, Widersprüchen und Lösungen – von der Zukunft in die Vergangenheit gedacht. Die Diskussion „möglicher Zukünfte“ führt zur Erarbeitung von Empfehlungen und Handlungsoptionen für Entscheidungsträger/innen. Die Vertiefung und Feinabstimmung der Empfehlungen und Handlungsoptionen erfolgt mit der Verschneidung der übergeordneten Rahmenbedingungen und Strategien. Dabei werden sowohl nationale und internationale Trends als auch Good-Practice Beispiele berücksichtigt und mit eingeflochten. Das Zusammenwirken der einzelnen methodischen Komponenten verdeutlicht folgende Abbildung.

Abbildung 1: Übersicht zur Methodik der Studie Tourismusmobilität



Quelle: Eigene Bearbeitung

Neben Gesprächen und Treffen mit dem Auftraggeber und dem interdisziplinären Projektteam der TU Wien (Regionalforschung / Tourismus, Raumplanung / Regionalentwicklung, Verkehrsplanung, Soziologie) wurden Workshops mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Tourismus und Verkehr als wesentliche Projektmeilensteine angesetzt: ein Szenarienworkshop am 21.02.2013 und ein Strategieworkshop am 11.04.2013. Ziel des ersten Workshops war ein „Reality-Check“ möglicher „Zukünfte“ der Tourismusmobilität. Im zweiten Workshop wurden konkrete Handlungsoptionen zur Umsetzung von Maßnahmen diskutiert. Die Ergebnisse sind in diese Studie eingeflossen.

### 1.1.3 BEGRIFFSDEFINITIONEN

Die Betrachtung des Themas Tourismusmobilität in der vorliegenden Studie ist sehr breit angesetzt: Neben der umfassenden Wissensbasis zu den Bereichen „Raum“ und „Umwelt“, „Gesellschaft“, „Mobilität“ / „Verkehr“ sowie „Wirtschaft“, wird ein Überblick relevanter Aspekte zu zukünftigen Mobilitätsbedürfnissen und -angeboten gegeben. Zentrale Begrifflichkeiten werden wie folgt verwendet:

- **Tourismus:** Tourismus umfasst die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind. Dies führt zu einer Vielzahl von Reisearten und Akteur/innen im Tourismus. Ökonomische, ökologische, kulturelle und infrastrukturelle Ziele bilden den Kern in der Tourismuspolitik und im Wirken der Tourismusorganisationen. Die Tourismuswirtschaft zählt aufgrund ihrer positiven Einkommens-, Arbeitsplatz- und Deviseneffekte in vielen Regionen in Österreich zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige (vgl. Gabler 2013).
- **Tourismusmobilität:** Touristische Mobilität ergibt sich aus dem Bedürfnis, sich in der Freizeit zeitweise außerhalb des Wohnortes zu begeben bzw. an einem anderen Ort temporär zu verweilen. Dies schließt die An- und Abreise ebenso ein wie die Mobilität am Tourismusort. Für den Tagestourismus sind auch reine Ausfahrten (etwa Motorradtouren), also die Reise als Selbstzweck, zur Kategorie der Tourismusmobilität zu zählen. Die Begrifflichkeit der Tourismusmobilität umfasst weder Angaben zum Verkehrs- oder Fahrzeugaufkommen, noch gibt diese Hinweise auf konkrete Verkehrs- oder Fahrleistungen in bestimmten Zeiteinheiten oder definierten Gebieten. Hierbei geht es rein um jene Indikatoren, mit welchen die Anzahl der tourismusbedingten Wege (Fußwege oder Fahrten) je Person und Tag sowie die zurückgelegte Wegstrecke je Person und Tag und die für Ortsveränderungen aufgewendete Zeit je Person und Tag erfasst (vgl. Cerwenka 1999: 37).
  - Die Reisekette in touristischen Mobilitätsketten setzt sich aus Anreise, Mobilität am Urlaubsort sowie Abreise zusammen. Laut internationaler Definition ist man Tourist/in, wenn mindestens eine Nächtigung mit der jeweiligen Anreise stattfindet (vgl. UNWTO–UNEP–WMO 2008: 121). In der Verkehrsplanung steht der Begriff „Verkehr“ für eine reale manifeste Ortsveränderung (von Personen und Gütern), die einen Infrastruktur- und/oder Gebietsbezug hat. Demgegenüber steht im allgemeinen Sprachgebrauch (meist auf Personen bezogen) der Begriff der „Mobilität“, der eher ein Potenzial reprä-

sentiert, also eine latente Ortsveränderung von Personen darstellt. Gemessen wird dieses mit den drei wichtigsten Größen, nämlich der Mobilitätsrate (Wegehäufigkeit), dem Mobilitätsstreckenbudget sowie dem Mobilitätszeitbudget. Schränkt man die Betrachtungen auf das Segment des Tourismus ein, so werden als Wegezweck nur Wege betrachtet, die dem Tourismus dienen. Problematisch ist, dass es hierzu keine belegbaren Zahlen gibt.

- Für konkrete Fragestellungen hinsichtlich der Auswirkungen des Verkehrs (etwa auf Umwelt- und Kapazitätsprobleme oder soziale, ökonomische oder kulturelle Aspekte), werden querschnittsbezogene Größen (Verkehrs- und Fahrzeugaufkommen) und verkehrswegeabschnittbezogene Größen (Verkehrsleistung und Fahrleistung) herangezogen. Belegbare Zahlen über die Auswirkungen des Teilsegments jenes Verkehrs, der zu touristischen Zwecken stattfindet, gibt es jedoch nicht.
- **Tagestourismus:** Generell versteht man darunter Freizeitaktivitäten außerhalb des Wohnortes, die nicht mit zumindest einer Übernachtung verbunden sind. Der Begriff wird in der Literatur nicht eindeutig behandelt und wird teilweise synonym für Freizeitverkehr oder Ausflugstourismus verwendet. Diese unscharfe Begrifflichkeit spiegelt sich auch in der fehlenden statistischen Erfassung wider. Treffen allerdings Reiseströme aus diesem Tagestourismus auf nationale und internationale Reiseströme, so sind entsprechende Maßnahmen für verkehrliche und touristische Kapazitäten (z. B. „Flaschenhälse“) oder negative externe Effekte (Lärm- und Abgasimmissionen an den Reigestrecken und vor Ort) zu bedenken. Zudem lassen sich die regionalökonomischen Auswirkungen auf diese Weise nicht verlässlich erfassen.

Nicht Gegenstand der vertiefenden Betrachtung, jedoch berücksichtigt bei der Erarbeitung der Handlungsoptionen, sind folgende Themenkomplexe:

- **Pendler/innenverkehr:** Die österreichische Statistik kennt folgende Pendler/innenarten:
  - *Erwerbsspendler/innen* sind Erwerbstätige, die täglich oder auch in größeren Abständen einen Weg zwischen ihrer Wohnung und ihrer Arbeitsstätte zurücklegen müssen. Die Masse der Erwerbsspendler/innen geht nicht von der Gesamtzahl der Erwerbspersonen aus, sondern von der Teilmenge „Erwerbstätige“. Frauen und Männer im Karenzurlaub mit aufrechtem Beschäftigungsverhältnis werden nicht in die Pendelzielstatistik aufgenommen. Sie haben zwar einen Arbeitsplatz, auf welchen sie nach Ablauf der Karenz zurückkehren können, sind aber während dieser Zeit nicht Teilnehmende im Berufsspendelverkehr.
  - *Gemeindebinnenpendler/innen* sind alle Erwerbstätigen, die in ihrer Wohnsitzgemeinde arbeiten, inkl. Pendler/innen zwischen den Wiener Gemeindebezirken
  - *Auspendler/innen* sind Personen, deren Wohn- und Arbeitsort in verschiedenen Gemeinden liegt, also Personen, die über Gemeindegrenzen hinweg pendeln. Vom Standpunkt des Wohnortes aus betrachtet, sind es Auspendler/innen. Vor allem im Bereich Verkehr ist das Thema der Pendler/innen eine große Herausforderung. Zu den Stoßzeiten – insbesondere in den großen Agglomerationen – führt der Pendler/innenverkehr immer wie-

der zu Staus und überfüllten öffentlichen Verkehrsmitteln. Für die Studie Tourismusmobilität wird dieses Thema bei den (internationalen und nationalen) Urlaubs- und Reisezeiten berücksichtigt.

- **Shopping und Einkaufsverkehr:** Für den Einkaufsverkehr liegt – ähnlich dem Naherholungsverkehr – keine eindeutige Definition vor, wenngleich das Phänomen von (über-)belasteten Zu- und Abfahrtsmöglichkeiten von Einkaufs- und Fachmarktzentren mit regionaler und überregionaler Bedeutung vor allem an Fenstertagen, Freitagen und Samstagen Gegenstand wissenschaftlicher Diskussionen – insbesondere der ökologischen und ökonomischen Effekte – sind. Die richtige Erschließung dieser Einkaufsflächen betrifft den Individual- als auch den öffentlichen Verkehr. Somit ist schon bei der Planung dieser Flächen auf lokale Auswirkungen und auf die Einbindung in das übergeordnete Verkehrssystem zu achten.

#### 1.1.4 DATENLAGE ZUR TOURISMUSMOBILITÄT – EIN BEFUND

Eine wesentliche Grundlage zur Analyse der Tourismusmobilität bilden unterschiedliche statistische Daten des Bundes, der Länder sowie der Interessenvertretungen in den Bereichen Tourismus und Mobilität – beide Bereiche werden jedoch in der Regel weitgehend unabhängig voneinander behandelt.

Vor der Nutzung von Statistiken steht jedoch die Definitionsfrage (siehe oben). 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 streng 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. Unter Tourismusverkehr – so er in manchen Statistiken ausgewiesen wird – wird in der Regel 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, Aufenthalt am Zweitwohnsitz (mit oder ohne Übernachtungen) sowie der Tagestourismus (Tagesausflüge) werden hingegen innerhalb des Freizeitverkehrs erfasst. Auch wenn diese Unterscheidungen für manche Fragen der Urlaubs- und Freizeitforschung sowie im Hinblick auf die regionale Wertschöpfung sinnvoll sind – hinsichtlich der konkreten Verkehrsbelastung im Netz machen sie keinen Unterschied.

Darüber hinaus verwenden die wichtigsten Lieferant/innen 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 Urlaubsverhaltens (An- und Abreise, Mobilität vor Ort, Verkehrsmittelwahl), die Erwartungshaltungen an den Urlaub oder die Einstellungen zur Verkehrsmittelwahl, zum Umweltschutz und anderen relevanten Einflussgrößen beitragen.<sup>1</sup> 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.

## 1.2 GRUNDLAGEN UND ANALYSE ZUR TOURISMUSMOBILITÄT

Die Querschnittsmaterie Tourismusmobilität ist in Österreich noch ein eher unbekanntes Themenfeld. Zwar gibt es in einigen Bundesländern erste Initiativen in diesem Bereich, die sich im Zuge der Mobilitätsentwicklung oder aus touristischen Fragestellungen heraus damit beschäftigen, jedoch liegt eine österreichweite integrierte Betrachtung der Mobilitätsangebote für Tourismusköste und deren Bedürfnisse bislang nicht vor. Ebenso haben mehrere Ministerien Impulse zum Thema Tourismusmobilität gesetzt (BMWFJ, BMVIT, BMLFUW), eine gemeinsame Strategie, welche Tourismus und Mobilität integrativ betrachtet, fehlt jedoch.

Daher werden im vorliegenden Kapitel relevante Aspekte aus den Perspektiven Raum und Ressourcen, gesellschaftlicher Wandel, (Tourismus-)Wirtschaft sowie Mobilität und Verkehr dargestellt, um in weiterer Folge auf zentrale Inhalte von Mobilitätsbedürfnissen und -angeboten einzugehen. Da es für diesen Zugang kein standardisiertes Vorgehen gibt, wurde eine umfangreiche Daten- und Informationsrecherche notwendig – diese wird im folgenden Teil komprimiert dargestellt.

### 1.2.1 TOURISMUSMOBILITÄT: RAUM UND RESSOURCEN

**Kernpunkt der Österreichischen Tourismusstrategie 2010 ist die Etablierung von drei starken Alleinstellungsmerkmalen (USP): Alpen – Donau – Städte & Kultur. Die USPs sind aus ihrer räumlichen Qualität heraus definiert.**

Die USP spezifischen Herausforderungen für die Tourismusmobilität betreffen insbesondere den Alpenraum:

- Beengter Raum für die Siedlungs- und Infrastrukturentwicklung sowie Sensibilität der Landschaft und der natürlichen Ressourcen erfordern integrierte Raum-, Tourismus- und Mobili-

<sup>1</sup> Dieses Manko setzt sich in der kommenden zentralen Verkehrs- und Mobilitätsstudie „Österreich unterwegs“, die für 2014 geplant ist, fort, weil im geplanten Fragebogen keine Kategorien über mobile Personen erhoben werden, mit denen man das unterschiedliche Verhalten sinnvoll erklären oder prognostizieren kann.

tätskonzepte.

- Zunehmender Nutzungsdruck – unsere Lebens- und Wirtschaftsweisen sind raumgreifender geworden – und zugleich zunehmende Sensibilität der Bewohner/innen und Gäste gegenüber Veränderungen machen kreative Planungs- und Beteiligungsprozesse notwendig, um Akzeptanz und Umsetzung der Planung sicherzustellen.
- Die aufgrund des Klimawandels steigende Schadenshäufigkeit insbesondere der Infrastrukturen durch Lawinen, Überschwemmungen etc. und die damit verbundene Notwendigkeit resilienter Raumstrukturen machen Anpassungsmaßnahmen für gefährdete Standorte und Verkehrsinfrastrukturen sowie besondere Entwicklungsstrategien für hohe Lagen erforderlich.
- Von Engpässen und Belastungen aus dem Urlaubs- und Ausflugsverkehr sind vor allem die Standorte an den Talausgängen betroffen, während die Standorte in den Tälern, insbesondere am Talschluss, als Profiteure zu sehen sind. Gerade hier braucht es Plattformen und Instrumente zur Aushandlung und Sicherstellung von Ausgleichsmaßnahmen.

Der spezifische Maßnahmenbedarf zur USP „Städte und Kultur“ der Tourismusstrategie Österreich deckt sich insbesondere mit folgenden Zielen zur räumlichen Entwicklung:

- Stärkung und Belebung der Stadt- und Ortskerne – durch Maßnahmen der Innenentwicklung und Verhinderung von gesichtslosen und Verkehr erzeugenden Handelsagglomerationen an den Ortsrändern;
- Förderung der Baukultur;
- Stärkere Wahrnehmung der Aufsichts- und Steuerungspflicht durch die Länder unter besonderer Berücksichtigung gewachsener Strukturen;
- Verkehrs- und Tarifverbünde zwischen Stadt und Land, „Österreichcard“ als Mobilitätsschlüssel für alle Mobilitätsangebote;
- Verbesserte Anbindung der Flughäfen an die städtischen / regionalen Verkehrsnetze.

**Die nachhaltige Sicherung, Entwicklung und Gestaltung der Lebens- und Wirtschaftsräume ist Ziel, ureigenes Interesse und Aufgabe der Raumplanung und Regionalentwicklung in Österreich.**

Diese Prämisse findet sich in nahezu allen planungsrelevanten Dokumenten auf Bundes-, Landes- und Gemeindeebene. Darüber besteht in Österreich (genauso wie in der Europäischen Union) gesellschaftlicher und politischer Konsens. Die Ausformung dieses Zieles ist jedoch kritisch zu hinterfragen, da zahlreiche Maßnahmen in den unterschiedlichen Bereichen, z. B. bei der finanziellen Prioritätensetzung (mehr Geld für den Straßenbau statt für den Ausbau des Öffentlichen Verkehrs; mehr Investitionen auf der „grünen Wiese“ anstatt Verdichtung und Revitalisierung bestehender Strukturen) diesem Anspruch zuwiderlaufen. Die in dieser Studie dargelegten Handlungsoptionen versuchen dem entgegenzuwirken.

**Das Handlungsprogramm Österreichisches Raumentwicklungskonzept (ÖREK) 2011 setzt auf vier Säulen, die ebenso für einen tragfähigen Tourismus stehen können:**

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

Diese vier Säulen gliedern sich in Handlungsfelder und diese wiederum in spezifische Aufgabenbereiche. Strategische Anknüpfungspunkte für die Tourismusmobilität sind (vgl. ÖROK - Österreichische Raumordnungskonferenz 2011):

#### Regionale und internationale Wettbewerbsfähigkeit

- Erreichbarkeit schafft wettbewerbsfähige Standorte: Integrierte Weiterentwicklung der linienhaften Infrastruktur
  - Nationales Mobilitätskonzept entwickeln
  - Nahverkehr zur Sicherung regionaler Erreichbarkeiten effizient weiterentwickeln
  - Korridore für hochrangige Infrastruktur sichern
- Regionale Innovationspolitik, Beschäftigungswachstum und Qualifizierung
  - Tourismus sowie Land- und Forstwirtschaft als Landschaftsgestalter konzeptionell einbinden

#### Gesellschaftliche Vielfalt und Solidarität

- Sicherung der lokalen und regionalen Daseinsvorsorge
- Mindeststandards der öffentlichen Verkehrserschließung definieren
- Wachstum qualitätsorientiert bewältigen
- Neuwidmungen umfassend beurteilen

#### Klimawandelanpassung und Ressourceneffizienz

- Nachhaltige Siedlungs- und Freiraumentwicklung
  - Flächen sparen und Flächenmanagement implementieren
  - Freiräume schaffen und sichern
- Nachhaltige Mobilität
  - Ausbau intermodaler Schnittstellen intensivieren
  - Verkehr und IKT technisch und organisatorisch weiterentwickeln

#### Kooperative und effiziente Handlungsstrukturen

- Regionale Planungsebene
  - Modelle und Anreizsysteme für interkommunale Kooperationen prüfen und weiterentwickeln
- Entwicklung einer österreichweiten Agglomerationspolitik
  - Stadtregionen zukunftsorientiert positionieren
- Gesamtösterreichische und europäische Perspektiven stärken
  - Sektorpolitik „verräumlichen“ – Schnittstellen verbessern

## 1.2.2 TOURISMUSMOBILITÄT: GESELLSCHAFTLICHER WANDEL

**Moderne Gesellschaften differenzieren sich zunehmend aus:**

- nach sozioökonomischen Kategorien (Armut-Wohlstands-Polarisierung),
- nach soziodemografischen Kategorien (Alterung, kleine Haushalte, Zuwanderung) und
- nach soziokulturellen Kategorien (soziale Milieus, Lebensstile)

### Sozioökonomische Entwicklung

Die Einkommenszuwächse sowie die Ausdifferenzierung der Haushaltseinkommen in Österreich haben dazu geführt, dass der Anteil der Ausgaben für den Urlaub an den Gesamtausgaben in etwa konstant bleibt. Jeder Haushalt gab im Jahr 2009/10 pro Monat durchschnittlich 122 Euro für Urlaubsreisen aus (vgl. Statistik Austria 2011a: 2). Dies sind zwar um 21 Euro mehr als im Jahr 2004/05 (vgl. Statistik Austria 2006: 1). Hinter diesen nationalen Trends liegen jedoch deutliche Verschiebungen, denn die wohlhabenderen Haushalte geben zunehmend mehr Geld für Reisen aus, allein aufgrund der Tatsache, dass sie häufiger reisen (vgl. z. B. Popp & Reinhardt 2012: 2). Für die wachsende Zahl der Haushalte mit stagnierenden und rückläufigen Einkünften wird der Trend zunehmen, im eigenen Land Urlaub zu machen resp. auf den Urlaub gänzlich zu verzichten; gleichzeitig wird die Zahl der Kurzurlaube in den europäischen Ländern vermutlich aufgrund der günstigen Angebote der Fluglinien zunehmen.

Vergleichbare Zahlen der Einkommensentwicklung und der Bereitschaft, das Geld im Rahmen des Tourismus auszugeben, liegen im europäischen Kontext allenfalls punktuell vor. Die Einkommensentwicklung und Ausdifferenzierung zwischen den Haushalten aus Deutschland, Skandinavien und den Niederlanden dürften jedoch vergleichbar zu der Entwicklung in Österreich verlaufen sein, was vermuten lässt, dass sich die touristische Nachfrage dieser Länder in parallelen Trends entwickeln wird.

**Aufgrund der Zunahme der Zahl der Haushalte mit stagnierenden und schrumpfenden Einkommen nimmt der Anteil der Haushalte, die ihren Urlaub im eigenen Land verbringen, und der der Tagestourist/innen zu.**

Gerade in den Ländern Ost- und Südosteuropas sind neue ökonomische Ober- und gehobene Mittelschichten entstanden, was sich u. a. in einer wachsenden Bedeutung der Freizeit und des Tourismus niederschlägt. Österreich kann aufgrund der Lagevorteile und der historischen kulturellen Gemeinsamkeiten davon profitieren. Da in diesen Ländern auch der Anteil der Haushalte mit geringen und schrumpfenden Einkommen zugenommen hat, dürfte auch innerhalb eines Einzugsbereiches von ca. 500 km die Bedeutung des Bus-Tourismus (insbesondere nach Wien und Salzburg, dem Salzburger Land, der Wachau, der Ober- und Hochsteiermark sowie des Burgenlandes) zunehmen.

### Soziodemografische Entwicklung

Die europäischen Länder sind – wenn auch in unterschiedlichem Maße, häufig jedoch nur ein wenig zeitversetzt – von ähnlichen demografischen Trends geprägt: allgemeine Alterung der Gesellschaft (die bis ca. 2060 in Österreich anhält, danach wieder rückläufig ist), Verkleinerung der Haushalte (Zu-

nahme der Einpersonen- und kinderlosen Haushalte) und Zunahme der Personen mit Migrationshintergrund.

Seitdem die „ageing society“ auch im politischen Bereich thematisiert wird, hat die wissenschaftliche Befassung mit dem Phänomen stark zugenommen. Statistisch dokumentiert ist jedoch lediglich die Zunahme der Anzahl an Personen mit hohem (und höchstem) kalendarischen Alter: Im Jahr 2001 waren österreichweit 1,24 Mio. Menschen älter als 64 Jahre. Im Jahr 2011 waren es bereits 1,49 Mio. (+244.000 Personen bzw. 20 %). Ihr Bevölkerungsanteil ist in diesem Zeitraum von 15,5 % auf 17,7 % gestiegen. Im Jahr 2015 wird die Zahl der über 64-Jährigen mit 1,60 Mio. um 8 % größer sein als 2011. Bis zum Jahr 2030 steigt ihre Zahl auf 2,16 Mio. (+45 %), bis 2060 schließlich auf 2,71 Mio. (+82 %). Das ist ein langfristiger Zuwachs auf nahezu das Doppelte des derzeitigen Ausgangsbestandes (von 17,7 % im Jahr 2011 über mehr als 20 % im Jahr 2020, mehr als 25 % im Jahr 2030 auf den Höhepunkt von 28,9 % im Jahr 2060 (Statistik Austria 2012a).

Was die quantitativ gemessenen Entwicklungen anhand der Merkmale Alter, Geschlecht, Haushaltsgröße, Nationalität und Bildungsstand letztlich für das gegenwärtige und künftige Urlaubsverhalten (Ziel, Häufigkeit, Dauer, sozialer Kontext), die Mobilität allgemein, zum Urlaubsort und vor Ort bedeutet, welche Erwartungen an den Urlaub überhaupt bestehen und wo in Österreich entsprechende Angebote vermutet werden – das alles ist aus diesen strukturellen Informationen kaum noch ableitbar, weil diese Kategorien hinsichtlich der Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen immer heterogener werden. Aber gerade vor dem Hintergrund eines zunehmenden und hohen Anteils älterer Menschen unter den Österreich-Tourist/innen wäre eine differenziertere Analyse dieser Gruppen dringend notwendig.

**Die in der Amtlichen Statistik geführten Informationen über Personen und Haushalte sind zunehmend weniger dazu geeignet, daraus Hinweise über Wertvorstellungen, Einstellungen, Interessen und Handlungsweisen abzuleiten – damit können weder das Reise- und Mobilitätsverhalten, noch die Interessen im Urlaub durch die Indikatoren der Amtlichen Statistik ausreichen abgebildet werden.**

Ähnlich verhält es sich mit den Einpersonenhaushalten, deren Zahl ebenfalls steigt: Waren es im Jahr 2011 noch 1,33 Mio. Haushalte in Österreich, so werden es im Jahr 2030 bereits 1,56 Mio. sein (Zuwachs um 17,4 %) (Statistik Austria 2012b). Die Zuwachsraten unterscheiden sich stark zwischen den Bundesländern, was weniger an regionaler Spezifik, sondern dem unterschiedlichen Altersaufbau und dem damit zusammenhängenden Niveau des Anteils der Einpersonenhaushalte liegt. Das Wissen über die Zunahme der Zahl und des Anteils der Einpersonenhaushalte reicht jedoch nicht aus, um daraus Folgen für das touristische Verhalten ableiten zu können; diese Zahl muss hinsichtlich des Alters, des Vermögens sowie der Milieu- und Lebensstil-Zuordnung differenziert betrachtet werden. Es gibt allerdings Indizien dafür, dass Personen in Einpersonenhaushalten ein völlig anderes Mobilitätsverhalten aufweisen (vgl. Klinenberg 2012).

Noch weniger klar ist das touristische Verhaltenspotenzial der unterschiedlichen und quantitativ wachsenden Migrant/innen-Populationen. Am 01.01.2012 lebten insgesamt 970.541 Personen mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Österreich (ca. 11,5 % der Gesamtbevölkerung Österreichs – bei er-

heblichen regionalen Unterschieden). Unter den nicht-österreichischen Staatsangehörigen stammten 390.464 Personen aus Ländern der Europäischen Union, davon 212.297 aus den 14 „alten“ EU-Staaten (Beitritt vor 2004), 116.755 aus den zehn im Jahr 2004 beigetretenen Ländern und 61.412 Personen mit bulgarischer und rumänischer Staatsangehörigkeit. Darüber hinaus lebten 296.377 Staatsangehörige aus dem ehemaligen Jugoslawien (ohne Slowenien, das seit 2004 Mitglied der Europäischen Union ist) sowie 114.011 türkische Staatsangehörige in Österreich. Unter den Personen mit außereuropäischer Staatsangehörigkeit bildeten Asiat/innen (69.060 Personen) die größte Gruppe (Statistik Austria 2012c).

Neben der Tatsache, dass Informationen über die Nationalität resp. den Zuwanderungshintergrund keine Rückschlüsse auf Einstellungs- und Verhaltens-Kategorien im Mobilitätssektor erlauben, ist es notwendig, kombinierte Typologien zu entwickeln (Nationalität, Ethnie, Alter, Bildung, Einkommen, Haushaltsform) resp. auf Lebensstil- oder Milieu-Kategorien zurückzugreifen – hierzu liegen jedoch keine Statistiken vor.

### Soziokulturelle Entwicklung

Hinter den überwiegend diskutierten Trends der gesellschaftlichen Entwicklung (wie z. B. sozioökonomische Polarisierung, Alterung) hat in modernen Gesellschaften eine zunehmende Wertepluralisierung stattgefunden, die in der sozialwissenschaftlichen Debatte einerseits als zunehmende Individualisierung (vgl. Beck 1995), andererseits als eine Neu-Formierung entlang von Milieu- und Lebensstil-Kategorien interpretiert wird (vgl. zur Debatte Dangschat 2007).

**Aufgrund des Wertewandels (Individualisierung, Flexibilisierung, Ausdifferenzierung der Lebensstile) haben u. a. Erlebnismomente und/oder der Naturerhalt („Zurück zur Natur“) eine zunehmende Bedeutung.**

Die Ursachen hierzu sind vielfältig und bedingen einander: Arbeitsbedingungen, räumliche und zeitliche Flexibilisierung, veränderte Geschlechterrollen, zunehmende Möglichkeiten, sich von den strukturierenden Rahmenbedingungen zu lösen und die Werte nach eigenen Vorstellungen zu kombinieren (weltweite Verknüpfungen von Informationsnetzen und webbasierte soziale Netzwerke etc.). Sie wirken sich in flexibilisierten Arbeitszeiten aus, was sich zum einen in einer intensiveren Durchdringung von Arbeits- und Freizeit äußert und zum anderen die Urlaubsmuster verändert. Sie wirken sich in einer räumlichen Flexibilisierung aus, was die (Zwangs-) Mobilität verstärkt.

### 1.2.3 TOURISMUSMOBILITÄT: PERSPEKTIVEN FÜR DIE WIRTSCHAFT

**Tourismus trägt mit über 7 % zur gesamten österreichischen Wirtschaftsleistung bei.**

Die gesamte Wertschöpfung des österreichischen Tourismus<sup>2</sup> hat 2012 ca. 22,8 Mrd. Euro betragen, wobei 16 Mrd. Euro (70 %) der direkten und 6,8 Mrd. Euro (30 %) der indirekten Wertschöpfung<sup>3</sup> zu-

<sup>2</sup> Exkl. Dienst- und Geschäftsreisen

<sup>3</sup> Der Begriff der indirekten Wertschöpfung ist eng mit dem Begriff der Vorleistungen verbunden. Er bezieht sich auf alle Waren und Dienstleistungen, die notwendig sind, um eine touristische Ware oder Dienstleistung zu erzeugen (z. B. landwirtschaftliche

zurechnen sind. Dies ergibt einen Beitrag von 7,4 % zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt (BIP)<sup>4</sup>. Berücksichtigt man auch die anderen Sparten der österreichischen Freizeitwirtschaft, erhöht sich die Wertschöpfung auf ca. 46,1 Mrd. Euro mit einem Beitrag von 15,0 % zum BIP (WKO 2013a: 83). Diese touristische Wertschöpfung beruht auf Gesamtausgaben<sup>5</sup> von 31,5 Mrd. Euro<sup>6</sup> (WKO 2013: 81), wobei knapp die Hälfte auf die Sektoren Beherbergung und Gastronomie entfallen. Der (touristische) Transport verursacht Ausgaben von ca. 4,9 Mrd. Euro (WKO 2013: 81). Laut RegioData (2013) gibt ein Tourist in Österreich pro Nächtigung im Schnitt aktuell rund 200 Euro aus, im Jahr 2000 waren es nur rund 100 Euro. Während die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Tourist/innen inkl. Gastronomie im Jahr 2000 noch bei rund 43 Euro pro Nächtigung (42 % der Gesamtausgaben) lagen, so betragen sie im Jahr 2012 nahezu 100 Euro (50 %).

Im Jahr 2011 waren laut Tourismussatellitenkonto Österreich 315.100 selbständige und unselbständige Beschäftigungsverhältnisse bzw. 254.500 Erwerbstätige (gemessen in Vollzeitäquivalenten - VZÄ) dem Tourismus direkt zuzurechnen. Setzt man diese Zahlen mit den Erwerbstätigen der Gesamtwirtschaft in Beziehung, ergibt sich rein rechnerisch ein Anteil von 7,3 % bzw. 7,2 %. Davon sind 24,2 % in „Hotels und ähnlichen Betrieben“ und 36,3 % in „Restaurants und ähnlichen Betrieben“ beschäftigt (WKO 2013a: 82).

#### **Tourismus reduziert Zahlungsbilanzdefizit.**

Für das Kalenderjahr 2012 betragen die Devisennettoteingänge (= Differenz aus Einnahmen und Ausgaben) aus dem Tourismus rund 6,8 Mrd. Euro, dies bedeutet gegenüber 2011 eine Steigerung der Nettoeinnahmen von rund 90 Mio. Euro. Insgesamt beliefen sich die Einnahmen aus dem Reiseverkehr auf 14,7 Mrd. Euro, das sind um 440 Mio. mehr als 2011. Die Ausgaben der Österreicher/innen im Ausland nahmen um 4,6 % auf 7,9 Mrd. Euro zu. Damit konnte 2012 das Defizit in der Zahlungsbilanz auf 78 Mio. Euro beschränkt werden, während 2011 ein Überschuss bewirkt werden konnte (vgl. Statistik Austria 2013c). 2012 machten die Reiseverkehrseinnahmen 9,6 % der österreichischen Gesamtexporterlöse aus (WKO 2013a: 84).

#### **Die Zahl der Übernachtungen steigt wieder.**

Im Kalenderjahr 2012 wurden insgesamt 131 Mio. Nächtigungen in Österreich gemeldet. Das entspricht gegenüber 2011 einem Plus von 4 %. Sowohl die Nächtigungen ausländischer als auch inländischer Gäste nahmen gegenüber 2011 zu, um 4,8 % auf 95 Mio. bzw. um 1,9 % auf 36 Mio., wobei die Zahl inländischer Gästenächtigungen einen neuen Höchststand erreichte (vgl. Statistik Austria 2013c). Aktuelle Zahlen der abgelaufenen Wintersaison 2012/2013 zeigen einen weiteren Zuwachs

---

Produkte, die zu einem kulinarischen Gericht verarbeitet werden oder Möbel und Tischlerarbeiten bei der Einrichtung von Hotelzimmern). Indirekte Wertschöpfung bzw. Vorleistungen werden mit Hilfe des statistisch-ökonomischen Verfahrens der Input-Output-Analyse berechnet. Laut Tourismus in Zahlen (WKO 2012: 12) stammen 89 % dieser Vorleistungen unmittelbar aus Österreich und nur 11 % aus dem Ausland.

<sup>4</sup> Exkl. Dienst- und Geschäftsreisen.

<sup>5</sup> Inkl. Tagesausflüge, Geschäftsreisen und Besuche (Schätzung 2012)

<sup>6</sup> Inkl. Dienst- und Geschäftsreisen

der Übernachtungen gegenüber der Vorperiode um 1,9 %, wobei es die stärksten Zuwächse in Vorarlberg, Wien, Salzburg und Tirol, kaum Veränderungen in Kärnten und der Steiermark und Rückgänge in Ober- und Niederösterreich sowie im Burgenland gab (vgl. Statistik Austria 2013c). Für das Jahr 2030 ist - konservativ geschätzt - mit rund 150 Mio. Gästenächtingungen in Österreich zu rechnen, was einer jährlichen Zunahme von durchschnittlich 1 % entsprechen würde. Aktuelle Zahlen des ÖAMTC-Reisemonitoring (2013) zeigen allerdings für 2013 einen deutlichen Rückgang der Reiseintensität von Österreicher/innen.

#### **Der Sommer überholt den Winter.**

Gab es bis zum Jahr 2005 deutlich mehr Übernachtungen im Sommerhalbjahr, so ist das Verhältnis seitdem ausgeglichen, wobei in den Jahren 2008 - 2010 der Winter geringfügig mehr Übernachtungen aufzuweisen hatte. 2012 lag wiederum der Sommer mit 50,5 % voran. Treffen selbst nur die vorsichtigsten Prognosen zum Klimawandel zu, so sind im Jahr 2030 allerdings im Verhältnis deutlich mehr Sommergäste zu erwarten. Im ÖAMTC-Reisemonitoring (2013) über geplante Urlaubsreisen von Inländer/innen gibt es bei Winterurlaube einen Rückgang von 6 %.

#### **Die Auslastung steigt, aber nur in der gehobenen Kategorie.**

Die Bettenauslastung lag im Winter (1. November 2011 bis 30. April 2012) mit 34,9 % um 3,2 Prozentpunkte über jener im Sommer (1. Mai 2012 – 31. Oktober 2012), wobei im Vergleich zur jeweiligen Vorjahressaison beide Werte gestiegen sind (Winter: +1,0 Prozentpunkt, Sommer: +0,6 Prozentpunkte). Generell war die Auslastung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben deutlich höher (Winter: 39,2 %, Sommer: 37,5 %) als in privaten Beherbergungsbetrieben (Winter: 24,0 %, Sommer: 16,7 %). Im Zehnjahres-Rückblick erreichte im Winter 2011/12 die Bettenauslastung in zwei Dritteln der Bundesländer einen positiven Rekordwert (Burgenland 23,8 %, Niederösterreich 22,2 %, Oberösterreich 23,6 %, Steiermark 27,5 %, Tirol 41,2 % und Wien 49,2 %). Im Sommer wurden in mehr als einem Drittel aller Bundesländer und in Gesamtösterreich Rekordwerte verzeichnet (Kärnten: 31,3 %, Oberösterreich: 34,1 %, Salzburg: 29,5 %, Tirol: 28,4 %, Österreich 31,6 % (vgl. Statistik Austria 2013c).

#### **Konzentration des Wintertourismus auf wenige „Topregionen“.**

Auf die acht übernachtungsstärksten Wintersportorte<sup>7</sup> entfielen nicht weniger als 14,1 % aller Übernachtungen im Winterhalbjahr 2011/2012 (WKO 2013: 58).

#### **Saisonalität weiterhin gegeben.**

Zwei Drittel aller Übernachtungen entfallen auf die sechs Monate Dezember<sup>8</sup> bis März, sowie Juli und August, nur ein Drittel auf die anderen sechs Monate (WKO 2013: 54).

<sup>7</sup> Sölden, Saalbach, Ischgl, St. Anton, Obertauern, Mayrhofen, Lech und Neustift im Stubaital.

<sup>8</sup> Wobei es im Dezember eine fast ausschließliche Konzentration auf die Weihnachtszeit gibt.

## 1.2.4 TOURISMUSMOBILITÄT: VERKEHR

### Erweiterung der Herkunftsmärkte

Die Statistiken der letzten Jahre (WKO 2013a: 46) zeigen den Trend einer Erweiterung der Herkunftsmärkte im österreichischen Tourismus. Der wichtigste Markt für den österreichischen Tourismus ist Deutschland, mit einem Anteil von 47,5 %, gemessen an allen Ausländer/innenankünften im Jahr 2012. Russland ist mit einem Anteil von 1,7 % mittlerweile der wichtigste Fernmarkt. Die Anzahl der russischen Ankünfte stieg zwischen 2010 und 2012 von rund 306.000 um etwa 55 Prozentpunkte auf rund 476.000 Gäste. Als weiterer wichtiger Herkunftsmarkt etabliert sich der asiatische Raum. Vor allem der Zuwachs der Anzahl der chinesischen Gäste zwischen 2010 und 2012 ist bemerkenswert. So ist die Zahl der chinesischen Ankünfte von 182.000 (2010) auf 355.000 (2012) um 95 Prozentpunkte signifikant gestiegen. Im Gesamtvergleich ist Asien somit der Herkunftsmarkt mit den derzeit am schnellsten ansteigenden Zuwachsraten.

In Österreich bereisen die asiatischen Tourist/innen am liebsten die Städte Wien, Innsbruck und Salzburg, aber auch einzelne Regionen in den Bundesländern Tirol und Salzburg. Die Reiselust der Menschen aus Asien und dem Mittleren Osten wird zudem weiterhin deutlich über dem weltweiten Durchschnitt liegen (vgl. Die Presse online 18.01.2013).

### Trend zu Kurzurlaube

Ein weiterer Trend kann in der Reiseorganisation und der Aufenthaltsdauer beobachtet werden. Die Österreicher/innen setzen demnach immer mehr auf Kurzurlaube, Selbstorganisation und Individualität bei ihren Reiseplänen. Bereits 87,1 % aller Kurzurlaube der Österreicher/innen werden selbst organisiert, während 7,4 % gänzlich und 5,5 % der österreichischen Urlauber/innen teilweise ihren Kurzurlaub mit Hilfe eines Reiseveranstalters planen (vgl. Statistik Austria 2013b).

- **Trotz Indizien für „peak traffic“ nimmt Verkehr lokal bzw. sektoral weiter zu: Straße bleibt dominanter Verkehrsträger für Nahmärkte; zunehmender Flugverkehr aus Fernmärkten und Nahmärkten durch Preisverfall bei Flugtickets.**
- **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 daher weiter an Bedeutung.**

Betrachtet man das Passagieraufkommen der österreichischen Flughäfen in den letzten Jahren, so stieg die Passagieranzahl um 33 % von 20 Mio. im Jahr 2005 auf 26,6 Mio. im Jahr 2012 (vgl. Herry 2011:116, Statistik Austria 2013d). Der Flughafen Wien verzeichnete im Jahr 2012 22.165.733 Fluggäste (inklusive Transit), was einer Zunahme von 5,1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Salzburg verzeichnete 1.666.487 Flugpassagiere (minus 2,0 %), Graz 930.448 (minus 4,7 %), Innsbruck 930.850 (minus 6,6 %), Linz 623.383 (minus 8,2 %) und Klagenfurt 280.434 (minus 25,5 %) Fluggäste (Statistik Austria 2013e). Von insgesamt 13.238.657 im Jahr 2012 auf den sechs österreichischen Flughäfen abgefertigten Passagieren lagen die Reiseziele von 11.162.487 in Europa, was einem An-

teil von 84,3 % (2010: 83,6 %) entspricht. Von 8,2 % (2010: 8,4 %) der Fluggäste lagen diese in Asien, gefolgt von den Kontinenten Amerika, Afrika und Australien mit Anteilen von 4,5 %, 2,7 % und 0,2 % (Anteile 2010: 4,3 %, 3,5 % und 0,2 %) (Statistik Austria 2012d, 2013d).

Befragungen des T-MONA im Sommer 2011 und Winter 2011/12 ergaben, dass 76 % der Winterurlauber/innen (Österreich Werbung 2012b: 14) und 74 % aller Sommerurlauber/innen (Österreich Werbung 2012a: 15) in Österreich den Pkw als Verkehrsmittel für die An- und Abreise zu ihrem Urlaubsziel bevorzugten. Diese Tendenz scheint langfristig stabil zu sein, wobei der Trend weiterhin in Richtung Pkw für Nahreisen und das Flugzeug für Fernreisen (s.o.) deutet.

Dieser Trend wird vor allem durch neue technologische Entwicklungen (im Verkehr) beeinflusst. Zum einen nehmen Smartphone-Applikationen eine entscheidende Rolle in der Routenführung (GPS Routing) oder Routengestaltung ein, etwa bei der Reservierung von Fahrzeugen (Mietwagen) oder Buchung von Fahrkarten etc., und zum anderen hat sich das umfangreiche Online Angebot (von Betrieben, Verbänden, Verkehrsunternehmen etc.) schon längst als unabdinglich erwiesen.

53 % aller Urlauber/innen in Österreich buchten ihren Urlaub in der Saison 2011/ 2012 über das Internet (lt. T-MONA in WKO 2013a: 17).

Sollten sich künftig Hybrid- oder Elektrofahrzeuge stärker durchsetzen können, könnte der Anteil der mit dem Pkw anreisenden Urlauber/innen noch deutlicher steigen, da damit die Hauptmotivation wegfallen würde, aus Gründen des Umweltschutzes auf ein alternatives Verkehrsmittel umsteigen zu müssen. Diese mögliche Entwicklung würde auf der einen Seite zwar die Luftverschmutzungen, Lärmbelastungen etc. verringern, sie würde jedoch auf der anderen Seite eine stärkere Belastung der Straßenverkehrsinfrastruktur bedeuten, wodurch Überlastungen wahrscheinlicher werden.

Ein weiterer beobachtbarer Trend zeigt sich in der Wahl des Reiseziels, so nimmt die Zahl der Nächtigungen vor allem im Städtetourismus zu. Aufgrund ihrer Infrastrukturausstattung haben Städte ein deutlich größeres Potenzial, Urlauber/innen den öffentlichen Personennahverkehr als Verkehrsmittel für die Vor-Ort Mobilität attraktiv zu machen.

Grundsätzlich können folgende Kriterien als maßgebend für die Wahl des Verkehrsmittels von Urlauber/innen angesehen werden (vgl. DG Enterprise European Commission 2004: 139):

- Distanz,
- Destination,
- Zugänglichkeit,
- Preis,
- Geschwindigkeit,
- Zuverlässigkeit,
- Bedienungshäufigkeit/ Verfügbarkeit des Verkehrsmittels,
- Komfort,
- Verkehrsanbindung („connection“),
- Qualität und
- vorhandene Infrastruktur (wie z. B. Parkmöglichkeiten).

Nach Hautzinger et al. (2004: 197) hat das Ansteigen der Kraftstoffpreise praktisch keinen Einfluss auf eine häufigere Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln. Daher sei die Verschiebung der Verkehrs-

mittelwahl zu Gunsten des Öffentlichen Personenverkehrs (ÖPV) ausschließlich über die Anpassung dessen Verkehrsqualitätsmerkmale hinsichtlich Flexibilität, Bequemlichkeit, Schnelligkeit usw. an jene des motorisierten Individualverkehrs möglich.

Zusätzlich variiert die Preisempfindlichkeit der Urlauber/innen hinsichtlich der von ihnen gewählten Verkehrsmittel nach Aufenthaltsdauer und Urlaubsdestination deutlich. Dementsprechend wird vermutet, dass vor allem Kurzurlauber/innen, deren Urlaubsziel eine ländliche oder alpine Region ist, die Verkehrsmittelwahl praktisch nicht von Kraftstoffpreisen abhängig machen.

### **Trend zum Nutzen statt Besitzen**

Aufgrund der hohen Anschaffungs- und Betriebskosten sowie der Bewusstseinsbildung in Teilen der Bevölkerung hinsichtlich einer umweltfreundlichen Mobilität ist eine Tendenz weg vom Besitzen, hin zum Teilen von materiellen Gegenständen, wie auch dem Pkw, zu beobachten. Dies zeigt sich beispielsweise durch den Erfolg von Carsharing-, Carpooling- und Ridesharing<sup>9</sup>-Modellen (RM Austria 2012). Während Carsharing-Modelle vor allem in Städten ab 500.000 Einwohnern sehr populär sind und durchaus auch von Städtetourist/innen genutzt werden könnten, sind Carpooling- und Ridesharing-Modelle eher eine Alternative für die Mobilität in suburbanen und ländlichen Regionen.

Etlche Tourismusgemeinden setzen jedoch auf einen attraktiven Angebots-Mix aus konventionellen öffentlichen Verkehrsmitteln, alternativen Verkehrsmitteln mit Fun-Faktor, wie Elektro-Mountainbikes, Elektro-Dreiräder, u.v.m. sowie z. B. gratis ÖV Benutzung vor und nach der Veranstaltungen, wie z. B. für Konzertbesucher/innen in Wien oder Festspielgäste, beispielsweise der Bregenzer Festspiele.

#### **1.2.5 MOBILITÄTSBEDÜRFNISSE**

Unter Mobilitätsbedürfnissen wird hier einerseits der Wunsch der Tourist/innen verstanden, räumliche Distanzen zwischen Heimat- und Urlaubsort auf zufriedenstellende Weise zu überwinden (Mobilität zum und vom Urlaubsort). Andererseits umschließt der Begriff „Mobilitätsbedürfnisse“ auch die wünschenswerten Mobilitätsangebote in der jeweiligen Urlaubsregion (Vor-Ort Mobilität).

Um die Bedürfnisse an den Urlaub und die damit verbundene Mobilität einschätzen zu können, bedarf es im ersten Schritt einer Kenntnis über den Zweck der Urlaubsreise. Bereits anhand dieser Frage wird deutlich, wie wenig der Bereich der Tourismusmobilität erforscht ist, da vor allem die Frage nach

---

<sup>9</sup> Das Modell Carsharing richtet sich vorwiegend an Personen, die kurze Strecken (meist in Ballungsräumen) mit einem Pkw, welchen sie aus Kosten- oder Umweltgründen nicht eigens besitzen (wollen), sondern in einem geliehenen oder „geteiltem“ Fahrzeug zurücklegen möchten. Im Tourismus hat sich dies bereits in ein paar wenigen ländlichen Gemeinden etabliert. So besitzt beispielsweise die Gemeinde Eisenkappel-Vellach ein Elektroauto, welches Bewohner/innen sowie auch Gästen via online Reservierung zur Verfügung steht (vgl. Verein Regionalmanagement Österreich 2012: 21).

Bei Ridesharing bzw. Carpooling handelt es sich um ein Mobilitätskonzept, welches auf ohnehin stattfindenden Fahrten in einem privaten Fahrzeug basiert. Fahrer/innen und Mitfahrer/innen planen ihr gemeinsames Fahren entweder längerfristig (z. B. via Internet Portal) oder spontan durch z. B. Autostoppen (mit teilw. sozialer Kontrolle etwa durch Apps) oder über Smartphone Applikationen (z. B. flinc). Organisiert wird Ridesharing / Carpooling hauptsächlich von (Berufs-)Pendler/innen oder für Freizeitfahrten zwischen größeren Ballungsräumen (z. B. Student/innen, welche vom Studienort zum Heimatort fahren). Für den Tourismus kann dieses Potential für gemeinsame An- bzw. Abreisen sowie Ausflugsfahrten bzw. Tagesreisen durchaus zielgruppenspezifischer ausgeschöpft werden.

dem wichtigsten Urlaubszweck entweder gar nicht oder mehrdeutig in Statistiken aufgeführt wird. Beispielsweise wird von Statistik Austria im jährlichen Bericht zu Urlaubs- und Geschäftsreisen zwar nach dem wichtigsten Urlaubszweck gefragt, aber die zur Auswahl stehenden Kategorien „Aktivurlaub, Studien, Besichtigungs- und Städteurlaub, Ausruhen und Erholen sowie Strand- und Badeaufenthalt“ weisen keine Trennschärfe auf (vgl. Statistik Austria 2013: 20). Zudem lassen sich noch andere Interpretations- und Aussageschwierigkeiten feststellen, beispielsweise lässt sich kein empirischer Beleg über die Verschiebung des Reisezwecks über einen Zeitraum belegen.

Unabhängig davon existiert eine unüberschaubare Menge an Gästebefragungen (durch Hotelbetriebe, Urlaubsorte und -regionen). Hier wird – neben der Zufriedenheit mit dem Vor-Ort-Angebot (meist in sehr differenzierter Form, beispielsweise in den Hotels) – auch nach den Entscheidungskriterien der Gäste für einen Österreichurlaub gefragt, bisweilen auch nach den Motiven für die Urlaubsentscheidung selbst. Nach der Tourismus Monitor Austria 2011 Gästebefragung sehen mehr als die Hälfte aller Österreich-Tourist/innen die Landschaft, die Natur und die Berge als vorrangige Entscheidungskriterien an. Die vordergründigen Motive sind Spaß/Vergnügen, in der Natur sein sowie sich im Urlaub aktiv und sportlich zu bewegen (vgl. WKO 2012: 56). Des Weiteren existieren zwar einige angedeutete sozialwissenschaftliche Ansätze zur Erklärung von Reisemotiven (vgl. z. B. Braun 1993 oder Vester 1998); diese lassen aber keinen Rückschluss auf Mobilitätsbedürfnisse zu.

Um die tatsächlichen und zukünftigen Mobilitätsbedürfnisse von Tourist/innen in Österreich benennen zu können, ist es notwendig, die individuellen Bedürfnisse der jeweiligen Urlauber/innen zu erfassen und diese nach homogenen Gruppen zusammenzufassen. Zur Charakterisierung solcher Gruppen werden in der Regel soziodemografische (Alter, Haushaltstyp) oder sozioökonomische Informationen (Einkommen) herangezogen. Man geht davon aus, dass Personen mit ähnlichen Merkmalen auch ähnliche (Mobilitäts-) Bedürfnisse besitzen. Wie verschiedene Studien zum Verkehrsverhalten jedoch zeigen, ist die Erklärungskraft dieser Merkmale nicht nur gering, sondern nimmt auch weiter ab (vgl. Scheiner 2007; Dangschat 2013; Dangschat et al. 2013). Eine Möglichkeit, die schwindende Erklärungskraft zu kompensieren, wäre, multivariate Typologien zu entwickeln (beispielsweise gleichzeitig Haushaltstyp und Einkommen oder Alter und Bildung). Solche Ansätze liegen jedoch in der Tourismusforschung und im Tourismusmarketing nicht oder allenfalls punktuell vor.

Dieser Zugang ist zudem immer sehr grob, da nach wie vor Strukturmerkmale von Personen/Haushalten die Grundlage der Analyse bilden. Innerhalb der sozialwissenschaftlichen Ungleichheits- und Marktforschung haben sich in jüngster Zeit stattdessen Milieu- resp. Lebensstil-Ansätze durchgesetzt, da diese besser geeignet sind, die unterschiedlichen Einstellungen innerhalb der traditionell gebildeten Gruppen zu erklären (vgl. Freizeitmobilität Götz 2007 und zur Mobilität insgesamt Dangschat 2013, Dangschat et al. 2013). Mit diesen Ansätzen ist man nicht nur besser in der Lage, ein unterschiedliches Mobilitätsverhalten zu beschreiben und zu erklären (vgl. Scheiner 2007), sondern es ist auch möglich, die Zielgruppen angemessen differenziert zu erreichen, um beispielsweise Marketing-Kampagnen zu setzen oder über Schulungen sowie Informations- und Aufklärungskampagnen Verhaltensänderungen herbeizuführen. Solche Studien liegen jedoch bislang allenfalls in Ausnahmen vor (beispielsweise Österreich Werbung 2008 – allerdings auf einer nach wie vor einfachen Unterscheidung nach sozialen Gruppen).

### 1.2.5.1 Demografische Merkmale

Soziodemografische Merkmale werden herangezogen, um das Bild typischer Tourist/innen nachzuzeichnen und damit darzustellen, für wen Österreich als Urlaubsland vorwiegend attraktiv ist. Die verwendeten Informationen dienen jedoch beinahe ausschließlich dazu, die Tourismus-Mengen (Ströme) quantitativ-beschreibend zu typologisieren, sind aber in der Regel wenig geeignet, daraus hinsichtlich des gezeigten resp. des künftigen Reiseverhaltens Rückschlüsse zuzulassen. Hier sollten daher zukünftig differenziertere Informationen erhoben werden.

Neben dem Merkmal des Herkunftslandes, das bereits durch das Aufzeigen der grundlegenden Rahmenbedingungen skizziert wurde, sind die klassischen demografischen Merkmale Alter, Haushaltstyp und Geschlecht auf den ersten Blick von Relevanz (die Bedeutung des Zuwanderungshintergrundes resp. der Nationalität hat bislang in Tourismus-Studien kaum eine Rolle gespielt). Darüber hinaus haben sozioökonomische Merkmale (Einkommen, Bildung) eine Bedeutung, um unterschiedliche Erwartungen an den Tourismus, die Mobilität um den Tourismus und letztlich auch die Tourismusmobilität selbst einordnen, erklären und prognostizieren zu können. In der Regel werden diese Merkmale aber nicht erhoben. Stattdessen konzentriert man sich in den Analysen auf die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln (Kfz-Besitz resp. der Besitz von Dauerkarten des Öffentlichen Personenverkehrs). Das bedeutet, dass vorliegende Tourismus-Studien zwar in der Erhebung und Analyse von Merkmalen variieren, hinsichtlich der personen- resp. haushaltsbezogenen demografischen Informationen aus sozialwissenschaftlicher Sicht in der Regel jedoch unzureichend sind.

#### *Alter*

Das Alter ist die personenbezogene Angabe zu Tourist/innen, die am häufigsten verwendet wird. Dahinter steht die Annahme, dass das Alter einer Person sowohl etwas hinsichtlich der Erwartungen an den Tourismus sowie die Mobilität bzgl. des Reisens, als auch die tatsächliche Urlaubsart aussagt (Sommer- vs. Winterurlaub, Haupt- vs. Nebensaison, Kurz- vs. Langurlaub, Einzel- vs. Gruppenreise, Urlaubsziele, Mobilitätsart etc.). In der Regel wird in solchen Studien die Heterogenität innerhalb der Altersgruppen übersehen, die sich beispielsweise aus dem Haushaltstyp ergibt (oder auch ob ältere Menschen allein oder mit den eigenen Kindern und Enkelkindern reisen). Besonders problematisch ist es, wenn mit dem Durchschnittsalter argumentiert wird – ein Beispiel: In den Alpenregionen Salzburgs liegt das durchschnittliche Alter der typischen Wintergäste bei 43,5 Jahren; bei den Sommergästen liegt der Mittelwert bei 48 Jahren. Winterurlauber/innen sind des Weiteren zu 80 % über 30 Jahre alt. Im Sommer sind gar 85 % aller Tourist/innen 30 Jahre und älter (vgl. Strategieplan Tourismus Salzburg 2006). Das Beispiel zeigt zwar, dass Wintergäste im Schnitt jünger sind als Sommergäste, aber was dies hinsichtlich der Tourismusmobilität aussagt, ist fraglich. Man kann aus solchen Aussagen keine weiterreichenden Schlüsse ziehen, vor allem nicht hinsichtlich der tatsächlichen Mobilitätsbedürfnisse der Reisenden.

Das Alter hat in jüngster Zeit durch das „Altern der Gesellschaft“ eine weitere Bedeutung erhalten: Waren in Österreich im Jahr 2002 1.249.218 Menschen über 65 Jahre alt, so sind es 2012 bereits 1.498.904 Personen. Das bedeutet eine Zunahme von ca. 250.000 älteren Menschen (gut 2,5 %) innerhalb von zehn Jahren (vgl. Statistik Austria 2012c).

Aus dem Anstieg der Anteile und Mengen der Menschen über 60, 65, 75 oder 85 Jahren werden Rückschlüsse hinsichtlich des künftigen Urlaubsverhaltens und der möglichen Mobilität gezogen, die insofern fragwürdig sind, als die Mengeneffekte (mehr alte Menschen) von den Verhaltenseffekten überlagert werden. Ältere Menschen sind zukünftig aktiver und im Verhalten anders als heute: aktiver aufgrund der besseren Gesundheit, höheres Durchschnittseinkommen, höhere Bildung, höhere Kfz-Besitzanteile, häufigerer Führerschein-Besitz. Es lassen sich daher aus den (gut berechenbaren) Mengeneffekten keine tatsächlichen Rückschlüsse auf die urlaubsbedingten Mobilitätsbedürfnisse in der Zukunft ableiten, da nicht anzunehmen ist, dass die Bedürfnisse der Folge-Generationen denen der heute älteren Menschen entsprechen. Der Strategieplan Tourismus Salzburg (2006) geht davon aus, dass die Zielgruppe der Älteren mehr Geld am Urlaubsort ausgeben und anspruchsvoller ist als in der Vergangenheit – ob diese älteren Menschen jedoch in Salzburg ihre Urlaubszeit verbringen, ist wiederum unklar und daher kann nicht rückgeschlossen werden, dass ältere Urlaubende in Salzburg mehr Geld ausgeben, als bisher. Gerade die Aktiven unter den Älteren (also letztlich auch die finanziell besser Ausgestatteten mit höheren Ansprüchen) bevorzugen eventuell Fernreisen.

### *Geschlecht*

Obwohl „Geschlecht“ eine gängige soziodemografische Variable ist, wird sie in Tourismusstudien allenfalls beschreibend-kategorisch verwendet. Die Ursache dürfte darin begründet sein, dass man in diesen Studien meist von Haushalten und nicht von Einzelpersonen ausgeht. Die Frage nach dem Geschlecht scheint daher überflüssig, es sei denn man ist entweder an der Zielgruppe der Singles oder der älteren alleinstehenden Menschen interessiert. Die Merkmale des *Haushaltstyps* werden aber meist nicht berücksichtigt, obwohl diese Variable aufschlussreicher wäre.

#### **1.2.5.2 Mobilitätsbedürfnisse nach sozioökonomischen Merkmalen**

Neben den klassischen soziodemografischen Merkmalen empfiehlt es sich, sozioökonomische Merkmale und die daran geknüpften Bedürfnisse mit einzubeziehen, um typische Tourist/innen zu beschreiben – diese liegen jedoch weder in der Statistik vor, noch werden sie in den gängigen Studien erhoben.

### *Einkommen*

Das tatsächliche Mobilitätsverhalten hängt auch vom Einkommen der Urlauber/innen ab. Studien über Tourist/innen in Österreich zeigen, dass sich Sommer- und Wintertourist/innen hinsichtlich ihres Haushaltsnettoeinkommens ebenso wie des Durchschnittsalters unterscheiden. Beispielsweise liegt in Salzburg das durchschnittliche Haushalts-Nettoeinkommen eines Wintergastes bei 3.500 Euro monatlich. Sommergäste verdienen im Schnitt weniger und nur 1/3 aller im Sommer anreisenden Tourist/innen verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro (vgl. Land Salzburg 2006a).

Was diese Information neben der Deskription hinsichtlich der Dauer, der An- und Abreise, des Zeitpunktes, des Nächtigungsquartiers oder gar die Mobilitätserwartungen am Urlaubsort bedeutet, bleibt vorerst unklar. Viel bedeutsamer wäre die Information darüber, wie viel Geld sie für welchen Tourismusaspekt auszugeben bereit sind.

### 1.2.5.3 Mobilitätsverhalten, Mobilitätsstile und Reiestile

Menschen unterscheiden sich – aufgrund der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung – auch hinsichtlich ihres Mobilitätsverhaltens immer stärker. Die Herausforderung besteht darin, verhaltenshomogene Gruppen hinsichtlich der Tourismusmobilität zu bilden, mit denen nicht nur deskriptive Kategorienbildungen möglich sind, sondern mit denen sich Unterschiede des touristischen Mobilitätsverhaltens gut erklären lassen. Die Qualität der Prognostizierbarkeit hängt zudem von den Annahmen darüber ab, wie sich die einzelnen Mobilitätsstile ändern werden (quantitativ, qualitativ und hinsichtlich neuer Formen). Dazu sind Annahmen darüber notwendig, wie Mobilitätsstile von sozialen Gruppen übernommen werden (beispielsweise: Welche ältere Menschen übernehmen die Mobilitätsstile, die von jüngeren Gruppen entwickelt wurden?).

Innerhalb der Mobilitätsforschung ist deutlich geworden, dass der Ansatz der Mobilitätsstile (vgl. Götz et al. 2003, Hammer & Scheiner 2006, Hunecke & Schweer 2006, Götz 2007, Harms et al. 2007, Scheiner 2007) und der sozialen Milieus (vgl. Dangschat & Segert 2011, Dangschat et al. 2013) gerade innerhalb des Freizeit- und Tourismusverkehrs ein hohes Erklärungspotenzial haben. Mit dem Milieuansatz kann herausgearbeitet werden, welche Erwartungen aufgrund der eigenen Präferenzen an die Mobilität und den Tourismus gerichtet sind. Die Unterteilung in Milieus ist zudem hervorragend dafür geeignet, um einzelne Zielgruppen zu identifizieren und angepasste Marketingstrategien und/oder Informationen über einen umweltverträglicheren Tourismus zu entwickeln.

Hinsichtlich des tourismusrelevanten Mobilitätsverhaltens sollte daher nach zwei Gruppen von Merkmalen unterschieden werden: Zum einen die Merkmale, mit denen die Art des Tourismus und die damit verbundenen Größen beschrieben werden (Zweck, saisonaler Zeitraum, Dauer, Verkehrsmittel, Ausgaben, Art und Qualität der Unterkunft etc. – Zielgrößen, abhängige Variablen) und zum anderen die Merkmale, mit denen die Personen/Haushalte beschrieben werden (unabhängige Variablen). Während im Rahmen von Tourismusstudien in der ersten Kategorie häufig stärkere Differenzierungen vorgenommen werden, werden die unabhängigen Merkmale nur sehr unzulänglich erfasst. Daher ist es mit diesen Ansätzen entweder sehr eingeschränkt oder nahezu unmöglich, die Unterschiede im touristischen Verhalten resp. hinsichtlich der Mobilität zu erklären.

Reiestile, verstanden als die individuelle Gestaltung des Reisens und das grundlegende Reiseverhalten, können Mobilitätsverhalten besser skizzieren. Angelehnt an das Lebensstilmodell beinhaltet es stabile Verhaltensmuster, welche die soziale Lage und die Präferenzen zum Ausdruck bringen (vgl. Dangschat & Hamedinger 2007 bzw. Dangschat 2007). Im Rahmen der Mobilitätsforschung ist dieses Modell insbesondere im Bereich der Freizeitmobilität erfolgreich angewendet worden (vgl. Götz 2007). Eine Typologie von Personen mit ähnlichem Mobilitätsverhalten lässt sich angemessener mit einem Milieu-Modell (basierend auf grundlegenden Werten der Zustimmung und Ablehnung in wichtigen Lebensbereichen) aufstellen (vgl. Dangschat 2013 und Dangschat et al. 2013). Während über das Milieumodell Menschen mit ähnlichen Lebenszielen zusammengefasst werden, werden mit den Mobilitätsstilen Menschen mit ähnlichem Mobilitätsverhalten zusammengefasst.

### 1.2.6 MOBILITÄTSANGEBOTE

Mobilitätsangebote gibt es sowohl im (1) infrastrukturellen als auch im (2) betrieblichen Bereich.

(1) Die Verkehrsinfrastruktur ist in der Regel nicht speziell für Tourismusmobilität ausgelegt, sondern umfasst alle Wegzwecke, wobei Tourismusmobilität dem Wegzweck des Freizeitverkehrs zugeordnet wird. Das Teilsegment der Tourismusmobilität ist auch anteilmäßig nur ein kleiner Teil der gesamten Mobilität, hat aber die Eigenschaft, zeitliche und räumliche Spitzen zu haben, die zu Kapazitäts-, Sicherheits- und Umweltproblemen führen kann. Spezielle Infrastrukturen für Tourismusmobilität dienen meist nur untergeordnet der Verkehrserschließung, liegen daher nicht im Fokus des öffentlichen Interesses (was die Erreichbarkeit angeht) und sind daher für die Benutzung häufig kostenpflichtig (z. B. touristische Nebenbahnen und Schiffsstrecken oder Panoramastraßen wie die Großglockner Hochalpenstraße).

(2) Betriebliche Mobilitätsangebote im Tourismus werden von der öffentlichen Hand sowie auch von privaten Anbieter/innen bzw. von den Verkehrsnachfrager/innen selbst bereitgestellt. Zu den Mobilitätsangeboten zählen neben dem öffentlichen Personenverkehr (ÖPV) im Nah- (ÖPNV) sowie im Fernverkehr (ÖPFV) auch Verkehrsmittel des motorisierten (MIV) und nicht motorisierten Individualverkehrs (NMIV) und Taxis. Im Tourismus spielt auch der sogenannte Paratransit eine wichtige Rolle, wozu flexible Formen des Personentransportes wie Anrufsammeltaxis, Wanderbusse und dergleichen zählen.

Die individuelle, möglichst rasche sowie kostengünstige, einfache Erreichbarkeit und gegebenenfalls ökologisch verträgliche Erreichbarkeit von Urlaubsdestinationen spielt eine wichtige Rolle bei der Verkehrsmittelwahl der Reisenden. Die Gewichtung der einzelnen Faktoren ist allerdings von Individuum zu Individuum unterschiedlich und deshalb kann grundsätzlich keine kollektive Aussage dazu getroffen werden.

Betrachtet man die derzeitige Entwicklung des Modal Split im Tourismusverkehr, dominiert nach wie vor der PKW als beliebtestes Verkehrsmittel sowohl im Winter- als auch im Sommertourismus. Das Bedürfnis nach Bequemlichkeit, Komfort, Sicherheit und möglichst schneller Plan- sowie Durchführbarkeit der Reisetätigkeit inländischer und ausländischer Gäste lässt meist den öffentlichen Personenverkehr in den Hintergrund rücken. Oftmals scheidet die Wechselfreudigkeit vom MIV auf den ÖV an der Information über Angebote, der intransparenten Preisgestaltung, fehlenden Tür-zu-Tür-Angeboten oder Fragen des Gepäcktransportes. Unter der Berücksichtigung dieser Umstände kann die Chance des öffentlichen Verkehrs zum einen bei der An- und Abreise und zum anderen als adäquates Verkehrsmittel bei der Vor-Ort-Mobilität gestärkt werden.

Vor allem Tourismusgebiete in peripherer Lage verfügen über ein beschränktes, zum MIV alternatives Angebot. Während die Städte, allen voran die Bundeshauptstadt Wien, mit ihrer Funktionalität des öffentlichen Verkehrsnetzes profitieren, mangelt es in den ländlichen Regionen im Sommer- wie auch im Wintertourismus an benutzer- und umweltfreundlichen alternativen Mobilitätsangeboten.

Tourismusdestinationen sind auf gute Fern- und Naherreichbarkeit angewiesen. Zugleich will man die Belastungen durch den Verkehr nicht nur in diesen Regionen gering halten, sondern auch in sensiblen Transitregionen zu den Destinationen. Die Herausforderung besteht nun darin, sowohl die Erreichbar-

keit der Destinationen, als auch die (nachhaltige) Mobilität vor Ort zu sichern und entsprechend der prognostizierten Verkehrsnachfrage ein Angebot zur Verfügung zu stellen, das angenommen wird und auch finanziert werden kann

Auf der Angebotsseite nimmt die Verkehrsinfrastruktur, im Straßen- wie auch im Schienen- und Luftverkehr, eine wichtige Rolle ein. Der Ausbau sowie die Instandhaltung der für den Tourismus relevanten verkehrlichen Infrastrukturen sind in den letzten Jahrzehnten weiter vorangeschritten. Vor allem neuralgische Überlastungsschwerpunkte sollen bei gleichzeitiger Erhöhung der Personenbeförderungskapazität der Verkehrsinfrastrukturen entschärft werden.

#### 1.2.6.1 An- und Abreise

Die rund 7 % (vgl. Österreich Werbung 2012b) der Tourist/innen, welche mit der Bahn in ihre Urlaubsdestination anreisen (Stand: 2011), verkehren v. a. in Reisezügen der Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB). Die meisten Reisezüge verkehren in Österreich auf der Westbahnstrecke sowie in Wien und Wien-Umgebung mit mehr als 150 Zügen pro Tag. Ebenfalls stark befahren sind das Inntal, das Rheintal, die Südbahn (zwischen Wien und Graz), sowie die Zentralräume Salzburg und Villach-Klagenfurt (100–150 Züge pro Tag). Schlecht erreichbar hingegen sind zahlreiche inneralpine Tourismusregionen am Arlberg, in Salzburg und der Obersteiermark, mit teilweise unter 50 Reisezügen pro Tag. Zahlreiche wichtige Tourismusregionen sind mit der Bahn nicht direkt erreichbar.

Besonders bei internationalen Zugverbindungen mangelt es an Direktverbindungen in österreichische Urlaubsdestinationen. So fehlen zahlreiche Direktverbindungen vom deutschen – vor allem aus dem nord-östlichen – Raum und den Benelux-Staaten in Richtung Salzburg, Steiermark, Oberösterreich sowie Kärnten. Vor allem jene Urlauber/innen aus den osteuropäischen Nachbarstaaten würden für eine Anreise mit der Bahn längere Fahrtzeiten und Umwege (über Wien) in Kauf nehmen müssen, was die Attraktivität des öffentlichen Personenverkehrs stark mindert (vgl. Umweltbundesamt 2009). Das qualitativ und quantitativ unzureichende Bahnangebot zwischen Österreich und Osteuropa führt zwangsläufig dazu, dass speziell osteuropäische Urlauber/innen (weiterhin) mit dem Pkw oder mit Bus anreisen.

Eine alternative Anreise mit der Bahn oder die Nutzung des ÖV vor Ort kommt für viele Urlauber/innen nicht in Frage. Das vorhandene Angebot sei zu teuer, unflexibel, unzuverlässig und nicht ausreichend vernetzt. Es liege hierbei vor allem an den Reiseveranstalter/innen sowie Bahngesellschaften und den Träger/innen des Öffentlichen Verkehrs, dem Auto gegenüber konkurrenzfähige, umweltfreundliche und preislich attraktive Angebote zu kreieren (vgl. Roth 2008: 20).

Die wichtigsten „Entry Points“ der kommerziellen Luftfahrt sind in Österreich neben dem Flughafen Wien, die Flughäfen Salzburg, Innsbruck sowie Graz. Der Flughafen Linz positioniert sich im Angebotsbereich der Low-Cost-Carrier mit Verbindungen nach Barcelona, London, Palma und Köln sowie als Charter-Flugplatz mit Out-going Flugbewegungen Richtung Mittelmeerraum. Die Kapazität der jeweiligen Entry Points ist über die jeweilige Flughafeninfrastruktur limitiert. Die meisten der 7 % mit dem Flugzeug anreisenden Urlauber/innen (vgl. Österreich Werbung 2012b, Zahlen aus 2011) kommen daher am Flughafen Wien an. Im Jahr 2012 kamen am Flughafen Wien 11.070.202 Passagiere

an, wobei nach dieser Statistik keine Aussage darüber getroffen werden kann, wie viele davon in Österreich urlaubende Gäste sind.

### 1.2.6.2 Mobilität vor Ort

Die Vor-Ort-Mobilität wird in der vorliegenden Studie zum einen im Rahmen des Lokalverkehrs an den Tourismusorten und zum anderen im Zusammenhang mit Tagesausflügen von Tourist/innen behandelt.

Angebote im Lokalverkehr werden direkt in der Destination angeboten, um sich in der Region fortbewegen zu können. Anbieter/innen dieser Mobilitätsdienste sind die öffentliche Hand und private Anbieter/innen.

Die Vor-Ort-Mobilität scheint für die Gesamt-Tourismusbilität und deren negativen Folgen weniger relevant zu sein als die An- und Abreise. In der Verkehrsprognose, die für Österreich für den Zeithorizont 2025+ erstellt wurde, geht man für das Jahr 2025 davon aus, dass lediglich 3,2 % des Verkehrsaufkommens durch den Urlauber/innen-Lokalverkehr produziert wird (vgl. Trafico et al. 2009: 28). Dieser geringe Anteil an Urlauber/innen-Lokalverkehr trägt jedoch durch An- und Abfahrten zu touristischen Zielen (z. B. Talstationen, Museen und anderen Freizeiteinrichtungen) zu den temporär auftretenden Überlastungserscheinungen bei. Dieses Phänomen wird in der Statistik nicht angemessen zum Ausdruck gebracht, stellt aber sehr wohl ein Problem in der Vor-Ort-Mobilität dar. Das Mobilitätsverhalten vor Ort ist damit auch das Ergebnis des Angebotes im fließenden und im ruhenden Verkehr. Hauptverantwortliche in der Angebotsgestaltung sind in dieser Dimension hauptsächlich private Unternehmen und Gebietskörperschaften (hier: Gemeinden). In vielen Gemeinden gibt es bereits Mobilitätslösungen, welche sich dem sanften Tourismus und demzufolge auch einer vermeintlich nachhaltigen Mobilität im Tourismus verschrieben haben. Dazu zählen alternative Mobilitätsangebote, wie Shuttle Busse oder Anrufsammeltaxis, Elektroautos, E-Bikes und Fahrräder. Demgegenüber besteht allerdings ein wesentlicher Anreiz, mit dem eigenen Fahrzeug die Reise anzutreten, weil dieses vor Ort problemlos abgestellt werden kann. Es besteht somit zusätzlich zur Anreise auch vor Ort die Möglichkeit, sich weiter mit dem Pkw fortzubewegen. Dies wird vor allem in den durchfahrenen Transitregionen als Problem wahrgenommen.

Touristische Wegekette in der Vor-Ort-Mobilität werden bis dato in der Statistik nicht abgebildet. Zum derzeitigen Zeitpunkt liegen in der Statistik genaue Angaben von Wegen je Person und Tag sowie die jeweilige Verkehrsmittelwahl im Urlaub nicht vor. Interessant wäre, welche Wege vor Ort tatsächlich mit dem Pkw zurückgelegt werden und inwieweit während des Urlaubes längere Fuß- oder Radwege um des Gehen-Willens gegangen werden.

Neben der Angebotsgestaltung für Tourist/innen sollten allerdings die Bedürfnisse der ortsansässigen Bevölkerung nicht vernachlässigt werden. Es bedarf einer für beide Gruppen zufriedenstellenden Angebotsstruktur. Fahrten und Strecken oder Verkehrsmittel, welche für den touristischen Bedarf bewirtschaftet und angeschafft werden, sollten gleichermaßen für die dort lebenden und arbeitenden Menschen bereitgestellt werden; umgekehrt sollte dies ebenso ermöglicht werden. Dadurch könnte eine notwendige kritische Masse für öffentliche Verkehrssysteme geschaffen werden. Nach Antoniou et al. (2013) legen Bewohner/innen beispielsweise hohen Wert auf Komfort, Sicherheit und Information des

ÖV-Angebotes, während für Tourist/innen die Häufigkeit der an- und abfahrenden Öffentlichen Verkehrsmittel sowie deren Zuverlässigkeit am wichtigsten sind. Natürlich sind diese Ergebnisse vor dem Hintergrund der sozial differenzierten Milieu-Strukturen zu betrachten, da diese Entscheidungsfaktoren je nach Gruppe unterschiedlich gewichtet werden. Das Angebot für eine Vor-Ort-Mobilität außerhalb des MIV variiert nachvollziehbar mit der Einwohnerzahl einer Stadt/Region resp. mit deren Siedlungsdichte. Aber selbst in großen Agglomerationsräumen reichen die speziellen Ticketangebote für touristische Zwecke nur bis zu den Grenzen einer Großstadt hinaus. In den Bundesländern gibt es zwar regionale Tourismuskarten, bundesländerübergreifend benötigt es jedoch weitere kombinierbare Angebote, um den Anreiz zu erhöhen, diese zum Pkw alternativen (öffentlichen) Verkehrsmittel auch zu benützen.

Auch hier bedarf es bei der Angebotsgestaltung einer vertiefenden Zusammenarbeit von Tourismusverband und Verkehrsverbund in den jeweiligen Regionen. Zudem sind lokale bzw. private Mobilitätsangebote im Leistungsumfang der Tourismuskarten meist nicht enthalten (vgl. Umweltbundesamt 2009: 186). Unklarheiten über die tatsächlichen Kosten, die Reichweite des integrierten Angebotes sowie über die Umsteigemöglichkeiten führen neben der unmittelbaren Qualität der Anlagen und Fahrzeuge dazu, dass der Pkw – teils auch aus Bequemlichkeit und Routine – für Vor-Ort-Fahrten genutzt wird.

#### **1.2.6.3 Vom „Entry Point“ zum Ort**

Die Schnittstelle zwischen An- und Abreise sowie der Vor-Ort-Mobilität stellt sich als sehr relevant für die Verkehrsmittelwahl entlang der gesamten touristischen Mobilitätskette heraus. So stellen beispielsweise schlechte Verbindungen zwischen den Ports (Flughäfen, Bahnhöfe) und der finalen Destination ein großes Hindernis für die Durchführung einer Reise ohne den eigenen Pkw dar.

Das Kriterium der Intermodalität betrifft vor allem das Phänomen der „letzten Meile“. Entspricht das Angebot nicht den Bedürfnissen der Reisenden, oder stellt sich eine Planung als zu kompliziert und langwierig heraus, wird auf dessen Inanspruchnahme eher verzichtet. Die Schnittstellen zwischen Flughäfen oder Bahnhöfen mit dem straßen- und schienenseitigen Nahverkehr ist ein wichtiges Bindeglied in der multimodalen Mobilitätskette. Dieser Nahverkehr kann hierbei sowohl durch den IV als auch durch den ÖV bedient werden.

Innerhalb von Österreich wird speziell das regionale Netzangebot im alpinen Raum von Bus und Bahn grundsätzlich als dicht eingestuft, jedoch sind die Bahn- und Zugfrequenzen für vermehrte Nutzung durch Tourist/innen zu groß resp. ungünstig im Tageslauf verteilt (vgl. Umweltbundesamt 2009).

#### **1.2.6.4 Infrastrukturelle Erschließung**

##### **Schiene**

Hinsichtlich der Schienennetzlänge ist Österreich unter den Top-Ten (EU-27) platziert und liegt mit 0,7 m pro Einwohner/in über dem Durchschnitt der EU-27 Staaten (vgl. Herry 2011: 49).

Die Schienennetzlänge der ÖBB wurde zwischen 1970 und 2010 von rund 5.901 km um 15,7 % auf 4.975 km reduziert, wohingegen das Netz der in Österreich betriebenen Privatbahnen in diesem Zeitraum von 605 km auf 652 km erweitert wurde (vgl. Herry 2011: 47).

### **Straße**

Im Vergleich mit den EU-27 Staaten ist Österreich gut durch Verkehrsinfrastruktur erschlossen. Österreich rangiert mit einer Autobahnnetzlänge von 20,39 m/km<sup>2</sup> an achter Stelle im EU-27 Vergleich (vgl. Herry 2011: 43). Dies entspricht einer Autobahnnetzlänge von 0,2 m pro Einwohner/in im Jahr 2007 (vgl. Herry 2011: 44).

Die Straßennetzlänge im hochrangigen Straßennetz setzt sich hauptsächlich aus Autobahnkilometern in Niederösterreich (510,7 km) und der Steiermark (459 km) zusammen (vgl. Herry 2011: 42).

Betrachtet man die Entwicklung zwischen 1970 und heute, wuchs das Autobahn- und Schnellstraßennetz von rund 490 km auf rund 2.180 km (vgl. BMVIT 2013: 4, vgl. Herry 2011: 42). Neben der besseren Erreichbarkeit von bis dato straßeninfrastrukturell schlecht erschlossenen Regionen bewirkte der Ausbau jedoch auch vermehrten Transitverkehr und eine höhere Verkehrsbelastung entlang dieser Strecken.

Der Ausbau von Autobahnen und Schnellstraßen beschränkt sich jedoch vor allem auf Gebiete außerhalb der Tourismuszentren im nordöstlichen Niederösterreich sowie im Burgenland. Dieser hatte das Ziel, die Agglomerationen und die größeren Siedlungsräume zu verbinden, letztlich auch, um die Verkehrssituation durch die Pendlerströme zu entlasten (vgl. Herry 2011: 51).

Staus auf den großen Durchzugs- und Zubringerstraßen werden aufgrund der Periodizität auch vom touristischen Verkehr verursacht (vgl. ÖAMTC 2013). Österreich hat zu der Stauproblematik bereits in der „Koordinierung der touristischen Reiseströme in Europa“ (vgl. BMWFJ 2013b) Position bezogen. Betrachtet man die prognostizierten Werte des touristischen Anreiseverkehrs für Europa für das Jahr 2020, werden 50 % aller Personenkilometer und 40 % aller Wege auf den Freizeitverkehr entfallen (vgl. BMWFJ 2013b: 2).

### **Luftfahrt**

Für mit dem Flugzeug anreisende Gäste sind in Österreich die Flughäfen Wien, Salzburg, Graz, Linz und Innsbruck relevant. Nur der Flughafen Wien hat eine „sehr gute“ Anbindung an das hochrangige Straßennetz sowie an den Vorortverkehr mit Bahn und Bus. Es besteht allerdings keine direkte Verkehrsanbindung zum Fernverkehr und dies ist – trotz des Ausbaus des Flughafens aufgrund steigender Kapazitäten – bis heute nicht vorgesehen. Die Flughäfen Graz, Salzburg und Klagenfurt sind ebenfalls sehr gut über die Autobahn erreichbar. Der Flughafen Salzburg ist in wenigen Minuten von der Westautobahn (A1) erreichbar. Der Flughafen Innsbruck ist über die B171 an die A12 angebunden und somit in wenigen Minuten vom höherrangigen Straßennetz erreichbar. Demgegenüber ist der Flughafen Linz nur mäßig über das höherrangige Straßennetz erreichbar.

Die Flughäfen Linz und Innsbruck sind mit dem überregionalen Verkehr der Bahn nicht direkt verbunden; während die Flughäfen Graz und Klagenfurt gut an die Bahn angebunden sind. Über das öffentli-

che Busangebot sind alle sechs Landhauptstadt-Flughäfen „sehr gut“ erreichbar (vgl. BMVIT 2011: 12).

Für die Tourismusmobilität in Österreich ist auch der Flughafen Bratislava relevant: Bereits jetzt weichen vor allem Low-Cost-Carrier auf die billigere Flughafeninfrastruktur aus. Busse zwischen Wien und Bratislava bzw. zwischen den beiden Flughäfen verkehren 13-mal täglich. Die Verkehrsanbindungen werden sowohl auf der Schiene als auch auf der Straße laufend verbessert (vgl. Herry 2011: 39). Insbesondere für aus Tourist/innen aus Übersee sind auch andere grenznahe Flughäfen bzw. die Flughäfen benachbarter Großstädte und dadurch insbesondere die Zugverbindungen vom Flughafen (z. B. Zürich, Altenrhein, Friedrichshafen, München, Budapest, Ljubljana, Venedig ...) in die österreichischen Destinationen relevant.

### **Schifffahrt**

Die bedeutendste Wasserstraße in Österreich ist die Donau (Länge von 350 km). Auf der Donau bestehen neben dem Linienverkehr die Kabinenschifffahrt und ein Gelegenheitsverkehr, wobei der Linienverkehr den größten Anteil einnimmt (vgl. via donau 2013). Die Ausflugschifffahrt als Angebotssegment im österreichischen Tourismus ist in den Bereich der Vor-Ort-Mobilität bzw. in die Tagesausflüge einzugliedern.

Rund- und Ausflugsfahrten werden in den Sommermonaten auf einer Reihe österreichischer Seen (Achensee, Attersee, Bodensee, Millstätter See, Ossiacher See, Stubenbergsee, Traunsee, Wolfgangsee, Wörthersee, Zeller See) sowie auf der Drau angeboten. Touristisch relevant sind auch Rad- bzw. Autofahren (Neusiedler See, Donau, Bodensee).

#### **1.2.6.5 Aktuelle Trends und Entwicklungen**

Mobilität, Tourismus und Verkehr bedingen sich gegenseitig und es bestehen positive sowie auch negative Wechselwirkungen zwischen diesen räumlichen Aktivitäten. Neben den positiven Auswirkungen der Tourismuswirtschaft auf die nationale Wertschöpfung haben die zunehmenden Ankünfte und Nächtigungen in Österreich aufgrund des damit verbundenen steigenden Verkehrsaufkommens auch negative Effekte.

Ein Problem wird von manchen hierbei durch die bevorzugte Benützung des Pkw bei Urlaubsreisen gesehen. Mit Stand 2011 reisten 75 % aller Urlauber/innen mit dem eigenen Pkw in ihre Urlaubsdestination in Österreich, mit deutlichem Abstand gefolgt von der Bahn (7 %) sowie dem Flugzeug (7 %), dem Bus (6 %), dem Wohnmobil (3 %) sowie dem Motorrad (1 %) und sonstigen Anreisemitteln (1 %). Bei den Städtereisen werden im Gegensatz zu diesen Durchschnitts-Angaben die Verkehrsmittel für die An- und Abreise deutlich anders genutzt: Während 75 % aller Urlauber/innen mit dem Auto anreisen, tun dies lediglich 42 % der Städteurlauber/innen. Mit dem Flugzeug reisen 28 % und mit der Bahn 20 % der Städteurlauber/innen an. Die übrigen 10 % setzen sich aus Anreisen mit dem Bus (7 %), dem Motorrad (1 %) und dem Wohnwagen bzw. Wohnmobil (1 %) sowie mit „sonstigen“ Verkehrsmitteln (1 %) zusammen. Die Busanreisenden halten sich mit 6 % bei allen und 7 % bei Städteurlauber/innen in der Waage (vgl. Österreich Werbung 2012b).

72 % der rund 126 Mio. Nächtigungen im Jahr 2011 in Österreich entfallen auf ausländische Gäste (vgl. Statistik Austria 2012a: 38).

Die Deutschen wiesen im Jahr 2011 mit 52,25 % (ca. 52 Mio. Übernachtungen) auf nahezu gleich bleibendem Niveau die meisten Übernachtungen an allen ausländischen Gästen auf (insgesamt 126 Mio., +0,9 % zu 2010). Waren die Nächtigungszahlen der Niederländer/innen (ca. 9 Mio.) in den letzten Jahren leicht rückläufig (auf 9,8 % im Jahr 2011). Die höchsten Steigerungsraten der Nächtigungen, auf allerdings noch sehr niedrigem Niveau, weisen die Russ/innen (1,7 %; plus 25,6 % von 2010 auf 2011), Chines/innen (0,4 %; plus 38,2 % von 2010 auf 2011) sowie Besucher/innen aus anderen asiatischen Herkunftsländern auf (vgl. WKO 2012: 38).

Die Anteile der jeweiligen Verkehrsmittel am Modal Split nach Herkunftsländern werden in der statistischen Aufbereitung nicht differenziert dargestellt.

Die Entwicklung des kommerziellen Flugverkehrs ist in den letzten 30 Jahren rasant vorangeschritten. Während im Jahr 1980 noch 1.719.105 Personen auf österreichischen Passagierflughäfen landeten, hat sich diese Zahl bis zum Jahr 2010 versiebenfacht. In Summe landeten im Jahr 2010 bereits 12.147.491 Passagier/innen in Österreich, dreiviertel davon in Wien (vgl. Herry 2011: 140). Neben dem Vienna International Airport verzeichnete der Flughafen Salzburg 2011 ebenfalls eine Steigerung des Passagieraufkommens um 4,6 % gegenüber dem Jahr 2010 (vgl. Statistik Austria 2013). In der Wintersaison 2011/2012 kam es überwiegend an Samstagen zu einem erhöhten Reiseaufkommen am Flughafen Salzburg. Unter den Wintertourist/innen, die in Salzburg landen, sind neben Brit/innen und Skandinavier/innen vor allem Russ/innen anzutreffen. Die meisten Starts und Landungen verzeichnete man in Salzburg im Jahr 2012 an den ersten beiden Wochenenden des Jahres (vgl. ORF Salzburg 2012).

Auf der österreichischen Donau wurden im Jahr 2009 in Summe mehr als eine Million Passagier/innen in der Personenschiffahrt verzeichnet (vgl. Herry, 2011: 118). Ein Jahr danach (2010) wurden bereits 1,4 % mehr Personen in Linienverkehr auf der Donau in Österreich befördert. Einen weiteren Zuwachs wurde bei den Kreuzfahrt-Passagier/innen festgestellt werden (+8,9 % auf 245.000 Passagier/innen), wohingegen das Aufkommen im Gelegenheitsverkehr (Themen-, Sonder- und Charterfahrten) um 8 % abgenommen hat (vgl. via donau 2013). Bei steigender Fahrleistung im Jahr 2010 (3.319 Fahrten, +3,4 % zu 2009) hat sich zwar die Anzahl der Kabinenschiffe verringert, im längerfristigen Vergleich haben sich die Passagierzahlen aber deutlich erhöht (vgl. via donau 2013). Die meisten Passagier/innen von Kabinenschiffen wurden 2010 zwischen der Wachau und Wien befördert (206.000 Passagier/innen), gefolgt von der Strecke Wien-Bratislava (125.725 Passagier/innen, -3,4 % zu 2009).

In den angeführten Zahlen zu den Fahrleistungen im donaubezogenen Linienverkehr sind Schätzungen enthalten, welche auf der Annahme einer durchschnittlichen Auslastung der Personenschiffe von 40 % beruhen, da seit dem Jahr 2003 Daten zum Personenverkehr nicht mehr statistisch erhoben werden (vgl. via donau 2013).

### 1.2.6.6 Bewusstseinsbildung und Information

Weltweit wird der Tourismus für 5 % aller Treibhausgasemissionen verantwortlich gemacht (UNWTO 2008: 133, vgl. Roth 2008: 20). Dabei fällt im Bereich der Mobilität der größte Anteil auf die An- und Abreise – nicht nur die Anreise mit dem Pkw ist dafür verantwortlich, sondern auch das Angebotssegment der Billigfluglinien vor allem auf Kurzstrecken (in Europa), das in den vergangenen Jahren stark zugenommen hat (vgl. Roth 2008: 20). Auch das veränderte Reiseverhalten, bei welchem Reisen mit längerer Aufenthaltsdauer durch öfter stattfindende Kurzreisen ersetzt werden, bestärkt diesen Trend.

Im Zusammenhang mit dem steigenden Verkehrsaufkommen durch touristische Aktivitäten werden nach und nach bewusstseinsbildende Maßnahmen und Projekte initiiert, mit welchen eine ökologisch verträglichere Angebotsstruktur forciert werden soll. Für die Bewusstseinsbildung im Tourismus und speziell für die touristische Mobilität engagieren sich hierzulande bereits die Österreich Werbung sowie etliche Regionen und Gemeinden und weitere internationale Organisationen und Institutionen (wie z. B. Tourismus Community Austria (TCA), Österreichischer Alpenverein, Nationalpark Gesäuse, Nationalpark Neusiedler See, sowie in- und ausländische Universitäten und Fachhochschulen) im Rahmen von Projektvorhaben (z. B. STARTER, Bergsteigerdörfer, Alpine Pearls, Access2Mountains).

Im Speziellen handelt es sich dabei um Mobilitätsangebote im *sanften Tourismus*, sprich um eine *sanfte(re) Mobilität* im Tourismus. Der *sanfte Tourismus* ist bereits seit den 1980er-Jahren ein Begriff und wurde nach und nach von Anbietenden, Veranstaltenden sowie den Nutzenden wahrgenommen. Sanft mobil unterwegs zu sein bedeutet, ohne eigenes Auto in den Urlaub zu fahren. Im Vordergrund steht eine nachhaltige, klimafreundliche und damit umweltschonende Fortbewegung (vgl. Alpine Pearls 2013).

Bei vielen Initiativen handelt es sich um die Erschließung von Nischen-Märkten. Man versucht mit neuartigen Angebotssegmenten Reisende vom eigenen Pkw „wegzulocken“. Neben Angeboten im NMIV (wie z. B. Mountainbikes, Zu-Fuß-Gehen) werden auch zusätzliche Mobilitätsangebote, teils aus dem ÖV, teils aus dem IV geschaffen. Mit dem Einsatz von Wanderbussen und Bring- und Holdiensenden von Bahnhöfen oder Flughäfen versuchen regionale Betreiber/innen, ein Pkw-freies Angebot für die „letzte Meile“ anzubieten. Außerdem sollen damit die Fahrten von mehreren Personen zu einer Fahrt gebündelt werden.

Möglicherweise meiden jedoch einige Akteur/innen Investitionen in umweltschonende Mobilitätsangebote, weil sie diese als zu hoch empfinden und für sich im Speziellen nicht als rentabel ansehen. Betriebe befürchten, dadurch einen Wettbewerbsnachteil aufgrund einer teureren Preisstruktur, einhergehend mit einer sinkenden Anzahl an Nächtigungen, zu erfahren. Dies dämpft die schneller voranschreitende Entwicklung hinsichtlich einer umweltbewussten Urlaubermobilität. Stehen Betreiber/innen einer Region geschlossen hinter dem Ausbau der *sanften Mobilität*, fällt es leichter, Maßnahmen hierfür zu implementieren. Wenn jedoch die kritische Masse weder durch Push-In-Faktoren gewonnen, noch durch Pull-Out-Faktoren abgeschreckt werden kann, wird dieses Konzept nicht flächendeckend funktionieren.

Mit der Bewusstseinsbildung will man eine Entkoppelung der negativen Auswirkungen der touristischen Mobilität mit dem Gästeaufkommen herbeiführen. Die Verlagerung der Pkw-orientierten Mobilität von Tourist/innen hängt jedoch mit einem vielfach komplexeren Ursachengeflecht zusammen.

In dem jüngst von der EU initiiertem Projekt „USEmobility“ hat man hinterfragt, was geschehen müsse, damit ein Wechsel des Verkehrsmittels tatsächlich auch erfolgt. Hierzu wurden Menschen in sechs europäischen Ländern, darunter Österreich und Deutschland, gefragt, aus welchen Beweggründen sie ihr Mobilitätsverhalten in der Vergangenheit verändert haben. Die Studie beschäftigt sich zwar hauptsächlich mit Alltagsmobilität, jedoch können auch Hinweise identifiziert werden, was geschehen müsse, um mehr Fahrgäste für den ÖV im Urlaub gewinnen zu können. Ergebnis war unter anderem, dass die Verkehrsteilnehmer/innen nicht ein für alle Mal auf das Auto oder den Öffentlichen Verkehr festgelegt sind (vgl. Skalska 2012: 8). Ein/e sogenannte/r Wechselnutzer/in ist multimodal unterwegs und verwendet auch bei seinen bzw. ihren täglichen Wegen mehrere (unterschiedliche) Verkehrsmittel. Eine deutliche Flexibilität bei wechselfreudigen Nutzer/innengruppen zeigt sich bei älteren Menschen. Die Bereitschaft, Verkehrsmittel zu wechseln, hängt außerdem mit dem privaten Umfeld bzw. Veränderungen im privaten Umfeld zusammen. Daraus lässt sich schließen, dass bei der Gewinnung von neuen Kund/innen für den öffentlichen Personenverkehr ähnlich wie im modernen „consumer marketing“ verstärkt auf die Lebensumstände bzw. die Veränderung dieser (Lebensstile) eingegangen werden müsste.

Ein eindeutiger Wechselfaktor bei der Verkehrsmittelwahl ist Unzufriedenheit. Außerdem wirken Pull Faktoren stärker als Push Faktoren, sprich, die Reisenden entscheiden sich eher für einen Wechsel aus Zufriedenheit als für einen Wechsel aus Unzufriedenheit (vgl. Skalska 2012: 8). Zudem sind für die Wahl eines bestimmten Verkehrsmittels die Faktoren Reisezeit, Preis und Erreichbarkeit relevant. Um neue Nutzer/innen gewinnen zu können, müssten Träger/innen des ÖVs demnach entsprechende Angebotsstrukturen und Bedingungen schaffen. Auch Flexibilität, geringer Planungsaufwand und Umweltfreundlichkeit spielen eine Rolle (vgl. Skalska 2012: 9). Mit geeigneten Maßnahmen könnte es also gelingen, gewisse Zielgruppen dazu zu bewegen, eher mit dem ÖV, als mit dem eigenen Pkw anzureisen oder zumindest für Teilstrecken der gesamten Wegekette auf den eigenen Pkw zu verzichten. In Deutschland erfolgt beispielsweise eine Verkettung unterschiedlicher Mobilitätsangebote durch gemeinsame Kommunikation und Marketing, ausgehend von den Verkehrsverbänden. Hierbei wird die Mobilitätskette neben dem ÖV Angebot durch Fahrradverleihsysteme und Carsharing-Dienste vervollständigt (vgl. BSL Transportation Consultants 2013: 7). Abrufbar sind diese Informationsangebote über Online-Ressourcen oder Smartphone-Applikationen. Ein Fokus liegt hierbei auf der Tür-zu-Tür Planung, welche via *App* möglich sein soll.

Ein Good-Practice Beispiel findet sich diesbezüglich auch im österreichischen Raum. Der Alpenverein versucht bei Veranstaltungen, seine Gäste zur Bildung von Fahrgemeinschaften bei An- und Abreise zu motivieren. Hierbei werden vom Veranstalter selbst Informationen zu potenziellen Treffpunkten bereitgestellt, was wiederum den anreisenden Personen die Koordination einer gemeinsamen Reise erleichtert.

## 1.2.7 STRATEGIEN & AKTEUR/INNEN

### 1.2.7.1 Ländertourismusstrategien – Untersuchung auf Verkehrs- bzw. Mobilitätsaspekte

In Österreichs Bundesländern werden hinsichtlich der Zielsetzung und Form unterschiedliche Tourismusstrategien erstellt. Neben den jeweiligen Schwerpunkten und geplanten Maßnahmen im Tourismussektor werden in diesen Strategiepapieren Aspekte der Mobilität im Tourismus in sehr unterschiedlichem Ausmaß behandelt.

Neben diesen länderspezifischen Strategien existiert eine *gesamtösterreichische* rahmensetzende *Tourismusstrategie* mit dem Titel „Neue Wege im Tourismus“ (vgl. BMWFJ 2010a). Bei der Erarbeitung der Strategie wurden zum Thema Mobilität folgende Empfehlungen in die Diskussion eingebracht (vgl. BMWFJ 2010a: 24):

- (1) Ausbau der Radwegenetze in ganz Österreich (quantitativ und qualitativ) und begleitende Maßnahmen bestehender Modellprojekte (als übergreifendes Konzept für Regionen)
- (2) Ausweitung Verkehrserregerabgabe (z. B. auf Tagesparkplätze)
- (3) Verbesserung der online-Auskunft zur öffentlichen Verkehrsanbindung in Bezug auf Internationalität (z. B. Auskunft auch in anderen Sprachen)
- (4) Gratisbenützung von Bussen und Regionalbahnen mit der Gästekarte zur Förderung der Mobilität vor Ort (finanziert z. B. über Nächtigungsabgabe)
- (5) Stärkere Bewerbung des bestehenden hochwertigen öffentlichen Verkehrsangebotes (→ erfordert entsprechende Recherche und Kriterien)
- (6) Hebung der Attraktivität des öffentlichen Verkehrs
- (7) Einbindung des Tourismus in alle Verkehrsplanungen (und auf allen Ebenen)
- (8) Gepäcklogistik (Sportgeräte) ausbauen
- (9) saisonale Fernverkehrscharterzüge von guter Qualität in touristische Destinationen (derzeit altes Wagenmaterial, Umstiege notwendig)
- (10) Möglichkeit, Stadtverkehr mit Bahnfahrkarte österreichweit mitkaufen zu können (nach deutschem Vorbild)

Betrachtet man nun die einzelnen Länderstrategien in Bezug auf ihre Verkehrs- und Mobilitätsrelevanz, fällt auf, dass die *Steiermark* der Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur im *Masterplan Tourismus 2015* ein ganzes Kapitel widmet (vgl. Land Steiermark 2010: 69). Umweltfreundliches Reisen habe sich auf dem Tourismusmarkt als ein Top-Angebot erwiesen. Um dem Gast den Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel zu erleichtern, solle der Reisekomfort erhöht werden. So sind Einrichtungen und Dienstleistungen für den Personentransport und den Transport von Gepäck zu forcieren, und es sollte mit der Einrichtung von Abholdiensten („Haus-zu-Haus-Service“) ein stimmiges Angebot geschaffen werden. Des Weiteren sollen an den zentralen steirischen Anlaufstellen wie Flughäfen, Bahnhöfen und an zentralen Straßenknotenpunkten Informationsstellen eingerichtet werden, die auf touristische Aktionen hinweisen. Auf innerörtlicher Ebene sollen verkehrsberuhigende Maßnahmen ein Wohlgefühl vermitteln. Erstrebenswert sei auch eine Zunahme der touristisch nutzbaren Bahnverbindungen. Im Zuge der erforderlichen Internationalisierung sei es zudem wichtig, Fluganbindungen an definierten Kernmärkten herzustellen und zu garantieren. Die innersteirischen Verbindungen sollen

zudem vor allem im Hinblick auf den Ausflugs- und Tagestourismus verbessert werden. Auch hier soll künftig die Tourismusbranche in sämtliche verkehrsplanerische Aktivitäten auf allen Ebenen eingebunden werden.

Im Rahmen der *Vorarlberger Tourismusstrategie* wird auf die Erreichbarkeit von Destinationen mit Hilfe öffentlicher Verkehrsmittel ein besonderes Augenmerk gelegt; durch die Optimierung der Schnittstellen zwischen Verkehr und Tourismus (lückenlose Transportkette) und eine verbesserte Information. Zudem soll die nachhaltige Mobilität vor Ort für Tourist/innen und Einheimische verbessert werden – beispielsweise durch das sog. „VVV-Erlebnisticket“, das vom Verkehrsverbund Vorarlberg als Pilotprojekt forciert wurde und zum Ziel hat, das öffentliche Verkehrsnetz besser für Tourist/innen zu erschließen. Das Ticket wird als Tages- oder Wochenticket direkt bei Gastronomie- und Hotelbetrieben ausgegeben, gültig für den Ort oder Vorarlberg insgesamt. Nachhaltigkeit auf allen Ebenen wird groß geschrieben, daher wird durchwegs für öffentlichen Verkehr im Tourismus plädiert (vgl. Land Vorarlberg et al. 2007 und Land Vorarlberg 2012).

Im *Weißbuch Tourismus Kärnten* (Entwicklungsplan für Tourismus und Freizeit 2005–2015, OGM 2005) wird vor allem die Mobilität der Tourist/innen am Urlaubsort thematisiert (allen voran der Ausbau des Radwegenetzes). Einen besonderen Raum nimmt der Ausbau des überregionalen Straßennetzes ein, weil nicht nur 92 % der Gäste, die nach Kärnten kommen, über das Straßennetz anreisen (81 % mit dem eigenen PKW; 11 % mit Wohnmobil oder Bus), sondern auch weil es aufgrund des umfangreichen Transitverkehrs in den südosteuropäischen Raum in den Hauptreiseverkehrszeiten häufig zu Staus kommt. Neben einem Ausbau dieser Netze wird aber auch gefordert, alternative Mobilitätsangebote zu schaffen. Außerdem wird die schlechte Flugverbindung nach Kärnten thematisiert. Man hofft, durch den Ausbau bzw. die Aufwertung des Klagenfurter Flughafens neue Märkte erschließen zu können. Auch hier gelten die gleichen Vorbehalte hinsichtlich der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit, zumal zahlreiche Passagiere in Ljubljana oder Triest landen. Es wird daher angestrebt, die Bus- und Bahnverbindungen zu diesen Flughäfen auszubauen (einschließlich verbesserter Transport-Service-Pakete) (vgl. OGM 2005).

Innerhalb der *Burgenländischen Tourismusstrategie* wird Mobilität vor allem hinsichtlich der Rücksichtnahme auf das steigende Umweltbewusstsein der (potenziellen) Gäste formuliert. Daher wird zur Unterstützung einer umweltfreundlichen Mobilität vor Ort das Radfahren durch den Ausbau des Radnetzes forciert. Darüber hinaus spielt aber der Verkehr in der burgenländischen Tourismusstrategie nur eine untergeordnete Rolle, hingegen wird die Relevanz des Tagestourismus für das Bundesland (v. a. aus dem Wiener Raum) erwähnt und entsprechende Maßnahmen („Qualitativen Tagestourismus schaffen“) gesetzt (vgl. Burgenland Tourismus 2011).

Im Wiener *Tourismuskonzept 2015* wird die schnelle und komfortable Erreichbarkeit Wiens als Ziel hervorgehoben: Obwohl vergleichsweise wenige Tourist/innen mit dem Auto nach Wien reisen (rund 35 %) sollte die A5 zwischen Wien und Brno rasch fertig gestellt werden. Zudem sollten schnellere Bahnverbindungen erstellt und die Nahmärkte besser erschlossen werden. Innerhalb der Stadt sollte das Zu-Fuß-Gehen durch attraktive Arten der Stadterkundungen gefördert werden – dazu seien aber verkehrsberuhigende Maßnahmen notwendig (vgl. Wien Tourismus 2009).

Innerhalb des *Strategieplans Tourismus Salzburg* wird die schlechte Verkehrsanbindung einzelner Regionen (z. B. des Pinzgaus) als Schwäche erkannt; daher sollen entsprechende verkehrspolitische Maßnahmen getroffen werden, um die Destinationen gut zu erreichen. Für die Städte werden die Parkplatzsituation oder die Busanbindungen als Schwachpunkte herausgearbeitet. Allgemein streicht diese Tourismusstrategie die Relevanz der Klärung potenzieller Zukunftsmärkte im Tourismus hervor (vgl. Land Salzburg 2006a).

Mobilität und Verkehr werden im *Kursbuch Oberösterreich* nur am Rande bzw. lediglich in Bezug auf spezifische Produkte erwähnt (z. B. E-Mobilität als Teil einer umfassenden Strategie), wobei verkehrspolitische Institutionen wie der Flughafen Linz, die ÖBB sowie die Schifffahrt bei der Entwicklung des Kursbuches involviert waren. Die gesamtösterreichische Tourismusstrategie wird aufgegriffen und die Reisenden selbst in den Fokus genommen (v. a. ihre Herkunftsmärkte). Künftig sollen jedoch bei allen verkehrspolitischen Maßnahmen die touristischen Notwendigkeiten und Auswirkungen von Beginn an mitberücksichtigt und von den Verkehrsträgern in deren jeweilige Unternehmenspolitik integriert werden (vgl. Land Oberösterreich 2011).

Tourismusstrategiepapiere der Länder *Tirol* und *Niederösterreich* greifen die Themen Mobilität und Verkehr nur am Rande auf. Die niederösterreichische Strategie sieht das Potenzial des Tourismus in den vermehrten Kurzreisen und will in Zukunft Ausflugs- und Tagestourismus fördern und ausbauen, was jedoch mit mehr Verkehrsaufkommen in Verbindung steht. Vorhandene Maßnahmen und Strategien im Tourismussektor Niederösterreichs sind zwar explizit (bspw. Qualitätsverbesserungen, gesteigerte Attraktivität, Angebotsvielfalt und Verbesserung der Dienstleistungsketten), verweisen aber nur implizit auf mobilitätsrelevante Thematiken (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2011).

Die *Tiroler Strategiepapiere*, wie der *Leitfaden zur Destinationsentwicklung Tirol*, setzen explizit Schwerpunktthemen, wie beispielsweise Wintersport oder Nachhaltigkeit im Tourismus und verweisen damit auch sekundär auf Tourismusmobilität (vgl. Tirol Werbung 2005). Auch wenn sich in der Ländertourismusstrategie keine direkten Parallelen zu Mobilität und Verkehr ziehen lassen, setzt Tirol in anderen, eigenen Papieren mobilitätsrelevante Schwerpunkte und weist diverse Praxisbeispiele (z. B. Tirol mobil – Mobilitätsprogramm) auf.

Tabelle 1: Übersicht „Mobilität & Verkehr“ in den tourismusrelevanten Dokumenten der Länder

<b>Burgenland</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch das steigende Umweltbewusstsein der Gäste soll alternative Mobilität (mit ÖV, zu Fuß und mit dem Rad) unterstützt werden</li> <li>• Einzelmaßnahmen zum Thema „Radwege“</li> <li>• v. a. Straße und Schiene von/nach Wien sind bedeutend, da die Wiener/innen bzw. Tourist/innen, die in Wien ihren Urlaub verbringen die größte Tagestourist/innen-gruppe sind</li> </ul>
<b>Kärnten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau des Radwegnetzes</li> <li>• Förderung regionaler Mobilität als Zielformulierung (verstanden als Mobilität der Bediensteten im Tourismus)</li> <li>• Sicherung der Erreichbarkeit, aber Entlastung der Gebiete und Bevölkerung vom Verkehr als Zieldefinition</li> <li>• Fokus auf Flughafen Klagenfurt und dessen Intermodalität</li> </ul>
<b>Niederösterreich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausflugs- und Tagestourismus fördern und ausbauen</li> </ul>
<b>Oberösterreich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-Mobilität als ressourcenschonendes Top-Produkt</li> <li>• Einbindung verkehrspolitischer Institutionen wie Flughafen Linz, ÖBB sowie die Schifffahrt in den Erstellungsprozess</li> </ul>
<b>Salzburg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkplatzsituation und Busterminals in der Stadt</li> <li>• Schwächen in touristischer Sport- und Freizeitinfrastruktur (v. a. im Sommer): Verkehrsanbindung einzelner Regionen (z. B. Pinzgau) und Transferanbindung von Regionen zum Flughafen</li> </ul>
<b>Steiermark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personen- und Gepäcktransport forcieren</li> <li>• Einrichtung von Abholdiensten</li> <li>• Flughäfen, Bahnhöfe und zentrale Straßenknotenpunkte in touristische Aktionen und Informationen aufnehmen</li> <li>• innerörtliche verkehrsberuhigende Maßnahmen</li> <li>• Zunahme an Bahnverbindungen</li> <li>• Flugverbindungen zu definierten Herkunftsmärkten schaffen</li> <li>• Tourismusbranche in alle verkehrsplanerische Aktivitäten einbinden</li> </ul>
<b>Tirol</b>	<p>im aktuellen Tourismus-Strategiepapier keine expliziten Verweise auf Mobilität und Verkehr, aber auf anderer Stelle relevante Bezugspunkte zur Tourismusmobilität (z. B. Mobilitätsprogramm „Tirol mobil“)</p>
<b>Vorarlberg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit von Destinationen durch ÖV verbessern und sichtbar machen (vgl. „nachhaltige Mobilität“)</li> <li>• Lückenlose Transportkette von der Wohnadresse bis zur Unterkunft</li> <li>• Nachhaltiges Mobilitätsangebot vor Ort</li> </ul>
<b>Wien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilität am Urlaubsort soll einfach sein (Ausbau der City-Bikes, Verkehrsberuhigung hinsichtlich Zu-Fuß-Gehen)</li> <li>• Mobilität zum Urlaubsort Wien soll schnell und komfortabel sein (A5 fertig stellen, schnellere Bahnverbindungen, etc.)</li> </ul>

Quelle: Eigene Bearbeitung

### 1.2.7.2 Landesverkehrskonzepte – Untersuchung auf Tourismusaspekte

Die Schnittmengen bzw. inhaltlichen Abstimmungen zwischen den Verkehrskonzepten und den Tourismusstrategien sind bislang gering, in den Verkehrskonzepten wird der Bezug zum Tourismus nur selten und eher nur in Einzelaspekten gegeben. Auch wenn dies zum Teil auf ein unterschiedliches Datum der Erstellung zurückzuführen ist, wird hier dennoch deutlich, dass beide Bereiche eher sektoral agieren; hier besteht ein deutlicher Koordinationsbedarf. Daher wird in der österreichischen Tourismusstrategie auf die Notwendigkeit, Verkehr und Tourismus besser zu vernetzen, deutlich hingewiesen: „Dem Thema Mobilität als Grundvoraussetzung für Tourismus wird in Zukunft verstärkt Augenmerk geschenkt. Dabei geht es nicht allein um die Erreichbarkeit der Destinationen, sondern auch um die Mobilität vor Ort“ (BMWfJ 2010b: 15).

Auf Basis des Vergleichs von Landesverkehrskonzepten- bzw. -strategien und den Tourismusstrategien der Länder konnte festgestellt werden, dass die jeweiligen Konzepte eher vereinzelt abgestimmte Inhalte hinsichtlich der Tourismusmobilität beinhalten. So setzt sich beispielsweise das Salzburger Maßnahmenkonzept (vgl. Land Salzburg 2006: 55) mit der besseren Einbindung des öffentlichen Vor-Ort-Verkehrs in den Urlauber/innenverkehr und dessen besserer Vermarktung über die Tourismuswerbung auseinander. In Niederösterreich sollen in den Mobilitätszentralen (Anlaufstelle des ÖV für Personen, Institutionen sowie Verkehrsunternehmen, Durchführung von Aufgaben im Mobilitätsmanagement – organisatorisch, koordinativ und verkehrsplanerisch) Angebote für Tourist/innen ohne Auto geschaffen (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2010: 140) sowie ein Konzept zur verstärkten verkehrstechnischen Erschließung von Tourismuszentren mit Verkehrsträger/innen des Umweltverbundes erstellt werden (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2010: 132). Genauere Angaben zu diesen Vorhaben werden allerdings nicht gemacht.

Das *Gesamtverkehrskonzept Burgenland* (Amt der Burgenländischen Landesregierung 2002: 21) strebt den (Aus-)Bau eines Regionalflughafens im Mittel- oder Südburgenland an, „damit auch ein internationales Gästepotential angesprochen werden kann.“ Man sei zu weit von „sämtlichen Flughäfen entfernt“ – konzipiert wäre ein Incoming Charter Flugplatz. Die Arbeiten an einer aktuellen „Gesamtverkehrsstrategie Burgenland“ wurden 2013 aufgenommen.

Das *Verkehrskonzept Vorarlberg* betont u. a. die Umsetzung des Wanderwegekonzeptes, welches vom Land gefördert wird (vgl. Land Vorarlberg 2006: 114). Das Mobilitätsmanagement resp. die Mobilitätsberatung im Tourismus soll ausgebaut werden (vgl. Land Vorarlberg 2006: 137). Bei letzterem werden konkrete Maßnahmen für standardisierte Anreise-Info-Pakete oder Tourist-Cards mit Pauschalangeboten und Vergünstigungen vorgeschlagen.

Im *Masterplan Verkehr* der Stadt Wien werden die Erstellung eines Bustourismus-Konzepts, sowie die Förderung des öffentlichen Sammelverkehrs aufgrund des zunehmenden (eventorientierten) Städte-tourismus (vgl. Stadtentwicklung Wien MA18 2003: 17) erwähnt. Das Bustourismus-Konzept wurde bereits unter dem Namen „Bus Wien 2005“ erstellt.

Im *Verkehrskonzept der Steiermark* gibt es keine konkreten Planungen bezüglich des touristischen Mobilitätsaufkommens. Das *Gesamtverkehrskonzept Oberösterreich* verweist auf das touristische Radverkehrsaufkommen und das bereits überregional gut ausgebaute Radverkehrsnetz für den vor-

wiegend touristischen Bedarf sowie auf die diesbezügliche Schwerpunktsetzung im Landesradverkehrskonzept. Außerdem wird der Flughafen Linz als unterstützender Entwicklungsfaktor für die Ferienregion Oberösterreich genannt (vgl. Amt der Oberösterreichischen Landesregierung 2008). In den Bundesländern Kärnten und Tirol bestehen keine landesweiten Verkehrskonzepte, teilweise jedoch sind regionale Verkehrskonzepte – wie auch in anderen Bundesländern – vorhanden.

Tabelle 2: Übersicht „Tourismus“ in den Landesverkehrskonzepten

<b>„Tourismus“ in den Landesverkehrskonzepten</b>	
<b>Burgenland</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung der Tourismusstandorte</li> <li>• Ausbau des Rad- und Reitwegenetzes</li> <li>• Park- &amp; Ride-Anlagen ÖBB mit Fahrradabstellplätzen</li> <li>• Prinzipien der Verkehrserschließung: hohe Verkehrsbelastung in sensiblen Zonen, wie z. B. Nationalpark oder Tourismusregionen soll vermieden werden</li> <li>• Streben nach regionalem Flugplatzstandort: Incoming-Charter</li> <li>• Flugplatz, d. h. Passagierflugzeuge mit Kapazitäten von 30 bis 50 Sitzplätzen mit Herkunftsgebieten innerhalb von Europa</li> </ul>
<b>Kärnten</b>	Verkehrskonzept (1997) hat heute keine Gültigkeit mehr. Ein neues Konzept ist in Arbeit.
<b>Niederösterreich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept zur verstärkten verkehrstechnischen Erschließung von Tourismuszentren mit Verkehrsträgern des Umweltverbundes soll erstellt werden</li> <li>• Optimierung der 7 touristischen Hauptradrouten</li> <li>• Entwicklung Angeboten ohne Auto für Tourist/innen durch die Mobilitätszentralen</li> </ul>
<b>Oberösterreich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radrouten für den Tourismusverkehr</li> <li>• Flughafen Linz gilt als wichtig für Incoming Tourismus</li> </ul>
<b>Salzburg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aushängeschild Werfenweng und Tennengau bzgl. Konzepte der sanften Mobilität</li> <li>• Maßnahmenpakt nachhaltiger Mobilität für das Saalachtal</li> <li>• Maßnahmenkonzept für den Urlauber/innenverkehr</li> </ul>
<b>Steiermark</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine wesentlichen inhaltlichen Verbindungen zum Tourismus</li> <li>• Keine konkreten Planungen für Tourismus(-mobilität)</li> </ul>
<b>Tirol</b>	Ein Landesverkehrskonzept i.e.S. ist für Tirol nicht verfügbar. Die Fördermaßnahmen aus dem Programm „Tirol mobil 2013-2020“ sprechen den Bereich Tourismusmobilität nur indirekt an.
<b>Vorarlberg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkgebühren für touristische Gebiete</li> <li>• Umsetzung eines Wanderwegekonzeptes wird vom Land gefördert</li> <li>• Mobilitätsmanagement/ -beratung in der Freizeit und im Tourismus</li> </ul>
<b>Wien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung des öffentlichen Sammelverkehrs aufgrund zunehmenden Städtetourismus (Seniorenverkehr und eventorientierter Städtetourismus)</li> <li>• Bustourismuskonzept (wurde bereits 2005 erstellt)</li> <li>• Flughafen Wien ist für den Tourismus- und Wirtschaftsstandort von großer Bedeutung: Langfristige Absicherung der Leistungsfähigkeit und auf der anderen Seite Minimierung der Umweltbelastungen durch den Flugbetrieb</li> <li>• Erhöhung des Bahnanteils bei Passagier/innen (auf 40 %) und Beschäftigten (auf 60 %)</li> </ul>

Quelle: Eigene Bearbeitung

### 1.2.7.3 Gesamtverkehrsplan für Österreich

Im Gesamtverkehrsplan für Österreich (BMVIT 2012) wird der Bedarf eines möglichst effizienten Verkehrssystems für den Tourismus (ebenso wie für andere Wirtschaftssektoren) erwähnt. Die „Landkarte der österreichischen Verkehrspolitik“ (vgl. BMVIT 2012: 3) führt jene strategischen, verkehrspolitisch relevanten Umsetzungskonzepte an, welche unter anderem auch den Tourismus als Teilaspekt behandeln. Hierzu zählen beispielsweise der Umsetzungsplan „Elektromobilität aus Österreich“ (BMLFUW et al. 2012), die „Donauraumstrategie“ (EK 2010a) sowie der „IVS-Aktionsplan“ (BMVIT 2011b). Konkreter wird die Verschneidung von Mobilitäts- und Tourismusaspekten zum Beispiel in der „Road-Map Luftfahrt“ (BMVIT 2011a), den Ziel2025+ Umsetzungskonzepte (Infrastruktur, Schiene), den ÖBB Rahmenplan (vgl. ÖBB 2012).

Im Umsetzungsplan „Elektromobilität in und aus Österreich“ (vgl. BMLFUW et al. 2012) ist festgehalten, dass die Elektromobilität bei der Umsetzung von Tourismusstrategien und -konzepten im Rahmen einer Studie im bundesweiten Tourismusstrategieprozess integriert werden soll. Im Maßnahmenkatalog wird darauf hingewiesen, dass Tourismusgemeinden durch ein breites Angebot an unterschiedlichen Elektrofahrzeugen (im Leihsystem) für Nutzer/innen Testmöglichkeiten schaffen können. Damit wird signalisiert, dass die Möglichkeit einer An- und Abreise mit dem Öffentlichen Verkehr möglich sein sollte und vor Ort Angebote im Segment Elektromobilität vorhanden sind (vgl. BMLFUW et al. 2012:19).

Im Rahmen der Donauraumstrategie (vgl. EK 2010a) beschäftigt man sich nur vage mit der Inklusion des Tourismusaspektes in ihre strategische Ausrichtung.

Der „IVS-Aktionsplan“<sup>10</sup> (vgl. BMVIT 2011b) geht zwar auch nicht spezifisch auf die Herausforderung des touristischen Verkehrsaufkommens ein, liefert jedoch strategische Herangehensweisen, wie mittels intelligenten Verkehrskonzepten eine effizientere Auslastung von Verkehrsinfrastrukturen ermöglicht werden kann. Dadurch könne der aufgrund von Flächenverknappung nur mehr eingeschränkt mögliche Infrastrukturausbau kompensiert werden. Im Konzept wird vorrangig das durch die Mobilität der Inländer/innen verursachte Verkehrsaufkommen im Individualverkehr beleuchtet und entsprechende Lösungsansätze vorgeschlagen.

Unter den Umsetzungsmaßnahmen des Gesamtverkehrsplans findet sich eine Reihe von Projekten, die große Relevanz zum Thema Tourismusmobilität haben und durch die die konkrete Kooperation intensiviert werden sollte. Beispiele sind (laufende) Vorhaben wie ÖBB Rahmenplan, ASFINAG Bauprogramm, ÖV-Qualitätsoffensive, Taktfahrplan, Maßnahmen Straßenverkehr, Verkehrsauskunft Österreich, Forschungsprogramm Mobilität der Zukunft, barrierefreie Gestaltung Bahnhöfe und Fahrradpaket.

---

<sup>10</sup> Der IVS-Aktionsplan (BMVIT 2011b) ist Österreichs Strategie für ein, den europäischen Rahmenbedingungen entsprechendes (EU-IVS-Aktionsplan zur Einführung Intelligenter Verkehrssysteme in Europa), intelligentes Verkehrssystem (ITS). Die Strategie zielt auf Schaffung eines integrierten Verkehrssystems im Zusammenspiel von Fahrzeug, Infrastruktur, Verkehrssteuerung und Verkehrsinformation ab. Dies erlaubt neue Ansätze in der Verkehrssteuerung und Verkehrsorganisation (vgl. BMVIT 2011b: 3). „Sein Ziel ist es, die Nutzer/innen des Systems mit exakten Informationen und Entscheidungsgrundlagen in Echtzeit zu versorgen“ (BMVIT 2011b: 44).

#### 1.2.7.4 Raumordnungsdokumente der Länder – Untersuchung auf Mobilitäts- und Tourismusrelevanz

Das *Burgenland* hat mit dem Beschluss des Landesentwicklungsprogrammes (Amt der Burgenländischen Landesregierung 2012) neue Maßstäbe in der strategischen (Raum-)Planung in Österreich gesetzt und standörtliche und zonale Festlegungen für sein Landesgebiet erstellt. In drei Teilen – Leitbild, Strategie Raumstruktur und Ordnungsplan – wird auf aktuelle und zukünftige Herausforderungen reagiert. Im Entwicklungsprogramm finden sich alle Punkte aus dem Bereich Mobilität und Stadtentwicklung/Raumordnung wieder. Hervorzuheben ist die Ausweisung von Tourismuszonen und -standorten mit speziellen Regelungen für mögliche bzw. ausgeschlossene Maßnahmen. Der räumlichen Erschließung durch den ÖV, Rad- und Individualverkehr wird entsprechend Rechnung getragen.

*Wien* nimmt als Bundesland und Gemeinde in der Städtehierarchie Österreichs eine Sonderstellung ein. Die gute Erschließung der Stadt mit ÖV und mit internationalen Bahnverbindungen sowie die Anbindung an den Flughafen Wien-Schwechat machen Wien aus Sicht der Mobilitätsversorgung für Tourist/innen attraktiv. Der STEP05 (Stadtentwicklung Wien 2005) deckt zu einem hohen Maß die Forderungen der Österreichischen Tourismusstrategie ab. Im September 2012 hat die Wiener Stadtplanung mit der Überarbeitung des Stadtentwicklungsplans 2005 begonnen. Eines der Schwerpunktthemen ist „Mobilität“, das integriert im Stadtentwicklungsplan behandelt wird (nicht wie bisher getrennt in einem Masterplan Verkehr). Konkrete Ergebnisse sollen bis 2014 zur Beschlussfassung vorliegen.

Der Raumordnungsplan „Zukunftsraum *Tirol* 2011“ (vgl. Amt der Tiroler Landesregierung 2011) unterscheidet sich von seinem Vorgänger (vgl. Amt der Tiroler Landesregierung 2007) im Detaillierungsgrad der Ziele und Strategien zur räumlichen Entwicklung, in der Schwerpunktsetzung auf Kommunikation und Interessensausgleich sowie der Festlegung von prioritär umzusetzenden Schlüsselmaßnahmen. Sowohl im Raumordnungsplan „Zukunftsraum *Tirol* 2007“ als auch in dessen Fortschreibung und Ersetzung „Zukunftsraum *Tirol* 2011“ werden zentrale Forderungen der Österreichischen Tourismusstrategie einbezogen und als Verantwortung des Landes, der Regionen (Planungsverbände) oder der Gemeinden bzw. als kooperative Aufgaben unterschiedlicher Akteur/innen ausgeführt.

*Niederösterreich* hat in seinem Strategieprozess zwei Dokumente erarbeitet: Eine landesweite Strategie (vgl. Amt der NÖ Landesregierung 2004) und darauf aufbauend gemeinsame Strategien der fünf Hauptregionen (vgl. Amt der NÖ Landesregierung 2005). Das Land positioniert sich insbesondere als Naherholungsraum und grenzt sich bewusst zu „klassischen“ Tourismusgebieten ab. Dadurch nehmen Themen wie z. B. Ausbau der Erreichbarkeit der Destinationen und Naherholungsräume (ÖV und Individualverkehr), die Erschließung für den Radverkehr und die Attraktivierung des ÖV eine wichtige Rolle ein und erfüllen dadurch Forderungen der Österreichischen Tourismusstrategie zur Mobilität. Im Bereich Raumordnung ist die Anschließung touristischer Großprojekte an den Öffentlichen Verkehr sowie die Sicherstellung des Kulturlandes Österreich hervorzuheben. In den Teilstrategien werden diese Aspekte an die konkreten regionalen Bedürfnisse angepasst.

*Kärnten* positioniert sich mit seiner räumlichen Strategie zur Landesentwicklung STRALE!K in Richtung Forschung, Entwicklung und Innovation im nationalen und europäischen Kontext. Der Tourismus mit ca. 6,4 % der Wirtschaftsleistung und ca. 6,3% der Beschäftigten Kärntens wird als wichtiger Standortfaktor bezeichnet (Amt der Kärntner Landesregierung 2008: 19). Flächensicherung, Boden-

beschaffungsfonds und überregionale Standortplanung werden als wichtige Maßnahmen für die touristische Infrastruktur vorgesehen. Die Strategie fordert die rasche Anbindung Kärntens an die europäischen Verkehrsnetze. Die Erreichbarkeit für Tourist/innen wird damit unterstützt. Die umfassenden Ansätze zum Ausbau des öffentlichen und regionalen Nahverkehrs zur besseren Erreichbarkeit der Zentren zielen auf die Versorgung der heimischen Bevölkerung ab, indirekt sind damit auch Tourist/innen Zielgruppe. Kooperationen mit Seilbahnunternehmen werden als Beispiel für die Verbesserung des Images des ÖV erwähnt und weisen somit einen touristischen Bezug auf.

Das *Salzburger* Landesentwicklungsprogramm (vgl. Amt der Salzburger Landesregierung 2003) erfüllt die seitens der Österreichischen Tourismusstrategie genannten Maßnahmen im Bereich Tourismus und Mobilität in weiten Teilen. Die Zusammenarbeit der Planungsregionen bzw. Regionalverbände lassen zudem Ansatzpunkte zur Lösung kleinräumiger Fragestellung im Sinne der Österreichischen Tourismusstrategie erwarten.

Die *Steiermark* hat mit der Verordnung und Erläuterung zum Landesentwicklungsprogramm (Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2009) den Rahmen für die räumlich-funktionale Entwicklung des Landes festgelegt. Dieses wird durch das Landesentwicklungsleitbild als nicht verordnete Landesstrategie (Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2013) ergänzt. Die Kompetenz im Tourismus wird als wesentliche Ressource hervorgehoben, ebenso wie die steigende Bedeutung der Tourismusangebote als Standortfaktor. Die Formulierung von Strategien und Maßnahmen ist direkt mit der Tourismusstrategie des Landes verknüpft.

Das in die Jahre gekommene *Oberösterreichische* Landesraumordnungsprogramm 1996 (vgl. Amt der Oberösterreichischen Landesregierung 1998) lässt keine Rückschlüsse auf aktuelle (räumliche) Fragestellungen zur Tourismusmobilität zu. Das Programm ist derzeit in Neubearbeitung.

*Vorarlberg* besitzt – abgesehen vom (nie beschlossenen) Landesentwicklungsprogramm (Amt der Vorarlberger Landesregierung 1971) keine aktuelle landesweite Strategie zur räumlichen Entwicklung.

#### 1.2.7.5 Österreichisches Raumentwicklungskonzept

Neben den bereits anführten Anknüpfungspunkten sind nach dem Österreichischen Raumentwicklungskonzept 2011 zwei spezifische Aufgabenbereiche besonders relevant für die Tourismusmobilität (ÖROK 2011: 42-43)

- Regionale Wettbewerbsfähigkeit in Zusammenhang mit Tourismus, Landwirtschaft und Forstwirtschaft stärken: Die Land- und Forstwirtschaft sowie der Tourismus basieren wie kein anderer wirtschaftlicher Bereich auf räumlichen Ressourcen und prägen ihrerseits räumliche Strukturen in einem signifikanten Ausmaß. Insbesondere der Tourismus fußt zentral auf der naturräumlichen und kulturellen Attraktivität und ist daher langfristig auf den Erhalt dieser Ressourcen angewiesen. Zugleich ist er volks- und regionalwirtschaftlich von größter Bedeutung und ermöglicht wirtschaftliche Dynamik in Gebieten, in denen es sonst kaum wirtschaftliche Optionen gäbe. Die Verflechtungen mit anderen Wirtschaftszweigen und der internationale Wettbewerbsdruck sind außerordentlich hoch und erfordern von den Touristiker/innen höchste Qualifizierung und Professionalität in Bezug auf Angebotsentwicklung und Marketing.

- Die touristische Bautätigkeit und touristischen Erschließungen (z. B. im alpinen Bereich) beeinflussen den Siedlungs- und Freiraum in hohem Maße; touristische Aktivitäten wirken sich zudem auch stark auf das gesellschaftlich-kulturelle Gefüge aus. Der Tourismus ist auch ein verkehrsauslösender Faktor. Freizeit- und Erholungsaktivitäten der Gäste haben meist flächenhafte Auswirkungen. Nicht zuletzt im Interesse des Tourismus selbst bedürfen Raumentwicklung und touristische Entwicklung einer permanenten und intensiven wechselseitigen Abstimmung und Zusammenarbeit, damit mögliche negative Effekte eines wachsenden Tourismus vermindert oder gänzlich verhindert werden.

Wirkungsziele: Weitere Entwicklung eines wertschöpfungsstarken, wettbewerbsfähigen, regional verankerten Tourismus bei zugleich konsequenter Schonung der natürlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Grundlagen; Sicherung des Fortbestandes der Land- und Forstwirtschaft sowie Aufrechterhaltung der Landschaftspflegefunktion durch Forcierung marktkonformer Maßnahmen (Stärkung von Erwerbskombinationen, Entwicklung hochwertiger Produkte und Marketing, Kooperationen mit Handel und Tourismus).

Das ÖREK 2011 zielt angesichts der Herausforderungen darauf ab, zum einen die Daseinsvorsorge in peripheren Regionen sicherzustellen und zum anderen die kaum mehr finanzierbaren Mobilitätskosten in dünner besiedelten Räumen zu bewältigen, welche sehr häufig auch Tourismusgebiete und touristische Potenzialräume sind. Sowohl die europäische als auch die österreichische Strategie zur Raumentwicklung setzen auf Partnerschaft zwischen den Sektoren Verkehr und Tourismus, auch wenn sie diese teilweise nur indirekt ansprechen.

#### 1.2.7.6 Internationale Strategiedokumente

Auf internationaler Ebene sind insbesondere die Studien und Strategieansätze der UNWTO (United Nation World Tourism Organization), der ICAO (International Civil Aviation Organization) und der OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) im Kontext Tourismusmobilität hervorzuheben. Auf Ebene der Europäischen Union ist die Mobilität im Tourismus seit Jahren ein wichtiges Thema. In den Alpenländern (Alpenkonvention, CIPRA – Alpenschutz Kommission, ARGE ALP – Konferenz der Regierungschefs der Alpenländer,) liegt ein ganz wesentlicher Fokus im Bereich der Tourismusmobilität.

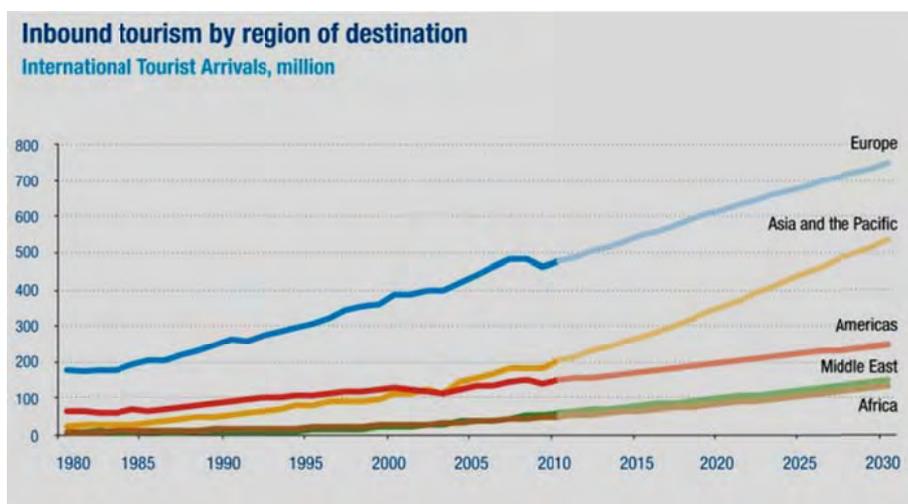
#### United Nation World Tourism Organization (UNWTO), International Civil Aviation Organization (ICAO)

Mit der Herausgabe der *Tourism 2020 Vision* im Jahr 2001 legt die UNWTO eine Basis für zahlreiche Tourismusinformationen in den UN-Mitgliedstaaten. Dieses Projekt wurde mit der *Tourism Towards 2030* Studie fortgesetzt und mit aktuellen Zahlen belegt. Die Studie geht dabei auf globale Trends ein, die den Staaten helfen soll, ihre Tourismusstrategien in einen größeren Kontext stellen zu können. Detaillierte Aussagen für einzelne Staaten können dabei nicht getroffen werden. Die Studie geht von fünf Regionen weltweit mit insgesamt 17 Subregionen aus und legt einen starken Fokus auf Luft- und Landbewegungen.

Grundsätzlich erwartet die UNWTO folgende zentrale Entwicklungen (UNWTO 2011: 10ff):

- Weiterhin weltweites Wachstum bei den internationalen Tourismusankünften, aber in Hinkunft moderater. Als Gründe werden genannt:
  - das höhere Ausgangsniveau, sodass auch geringere Zunahmen zu substantiellen Zuwachszahlen führen,
  - das geringere Wachstum des BIP in den sogenannten „reiferen“ Ökonomien,
  - die geringere Elastizität des Reisesektors im BIP und
  - die Verschiebung von sinkenden zu steigenden Transportkosten.
- Die internationalen Tourismusankünfte werden zwischen den Jahren 2010 und 2030 durchschnittlich um 43 Millionen pro Jahr steigen.
- Die führende Stellung bei den Ankünften wird Europa weiterhin behalten und noch ausbauen.

Abbildung 2: Ankünfte von Touristen nach Regionen



Quelle: UNWTO 2011: 15

Zu den Flugbewegungen stellt die Studie fest, dass die Reisen zwischen Regionen im Vergleich zu den Reisen innerhalb der Regionen leicht ansteigen werden. Dabei wird der Anteil am Flugverkehr gegenüber den anderen Transportmöglichkeiten weiterhin wachsen.

Europa wird somit mit einer weiteren Steigerung der Ankünfte durch Flugbewegungen zu rechnen haben. Die bessere Anknüpfung der Flughäfen an die regionale und lokale Infrastruktur ist daher zielführend, um auf die globalen Trends zu reagieren.

Die United Nation World Tourism Organization (UNWTO) und die International Civil Aviation Organization (ICAO) haben anlässlich der ICAO Sixth Worldwide Air Transport Conference im März 2013 in Montreal ein "Joint Statement on Aviation and Tourism" unterzeichnet, "to strengthen their collaborative efforts towards building a more sustainable future in all of the three pillars of the United Nations definition of sustainability – social, environmental and economic – and to position air transport and tourism as strategically interrelated sectors that benefit the global society they both serve" (ICAO & UNWTO 2013: 1).

Die bessere Konnektivität bzw. Anbindung der Destinationen durch den Flugverkehr bildet eine der Arbeitsprioritäten der UNWTO im derzeitigen (2012–2013) und neuen Arbeitsprogramm (2014–2015) der Organisation. Die Generaldebatte der 20. Generalversammlung der UNWTO (24.-29. Au-

gust 2013, Sam-bia / Simbabwe) wurde unter das Thema der notwendigen Kooperation und Koordination von Tourismus und Flugpolitik zur Gewährleistung einer besseren Erreichbarkeit von Destinationen gestellt. Im Rahmen des UNWTO / World Travel Market Ministertreffens am 5. November 2013 in London wurde ebenfalls das Thema Verbindung zwischen Tourismus und Flugpolitik diskutiert.

### **OECD Tourism Trends and Policies 2012, OECD Studien**

Die Empfehlungen der OECD zum Tourismus sind stark auf "Tourismus-Governance" ausgerichtet, d. h. eine Praxis der Steuerungs- und Kooperationsformen, die den Wandel des Geschäfts- und Politikumfeldes zu reflektieren vermögen und zu ganzheitlichen Tourismuspolitiken beitragen, die „stronger, greener and more inclusive tourism growth“ (OECD 2012: 12) unterstützen. Dieser Ansatz trifft den im Rahmen der vorliegenden Studie festgestellten Kooperationsbedarf zwischen den Sektoren Tourismus und Verkehr, die noch zu wenig interaktiv agieren, um Synergien zu nutzen und Risiken zu begegnen.

Unter dem Aufgabenfeld „Green Innovation in Tourism Services“ (OECD 2013) wird auf die gestiegene Bedeutung „nicht-technologischer“ Innovationen, also etwa im Bereich Marketing und Organisation, verwiesen. Für einen serviceorientierten Tourismus werden beispielsweise Verleihsysteme für Fahrräder genannt, die sowohl der Bevölkerung als auch den Tourist/innen zugutekommen. Die OECD Studie betont unter den Innovationen im Tourismusverkehr auch die Bedeutung lokaler Wirtschaftskreisläufe (z. B. Verwendung regionaler Produkte in der Gastronomie und Hotellerie), welche die Verkehrsbelastungen reduzieren.

Der von der OECD vorgeschlagene Indikatorenkatalog zur Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus nennt als nur einen direkt mobilitätsbezogenen Indikator: „Air connectivity and inter-modality“ (Dupeyras & MacCallum 2013: 46). Damit wird die Bedeutung der Tourismusmobilität insgesamt unterschätzt, speziell auch die die Bedeutung der Mobilität am Urlaubsort und die, gerade für Österreich besonders wichtigen Anreisemöglichkeiten aus den Nachbarländern und aus Österreich selbst. Auf die Probleme mit der Datenverfügbarkeit zur Tourismusmobilität und damit zur Bildung von Indikatoren wurde schon in früheren Kapiteln verwiesen.

### **Europäische Union**

Auf Ebene der Europäischen Union ist die Mobilität im Tourismus in den letzten zehn Jahren ein zunehmend wichtigeres Thema geworden, wie z. B. folgende Dokumente der Europäischen Kommission zeigen: „Grundlinien zur Nachhaltigkeit des Europäischen Tourismus“ (EK 2003), „Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen europäischen Tourismus“ (EK 2007), „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ (EK 2010b). Aus deren Zielen ergibt sich u. a. die Herausforderung der Berücksichtigung der Auswirkungen des Tourismusverkehrs auf die Umwelt. Die vorgesehenen Maßnahmen (z. B. „Beförderung“ als Teil des Verbraucherbarometers für touristische Leistungen, Reisezielmanagement, ...) sprechen die Notwendigkeit nachhaltiger „Beförderungsarten“ wiederholt an. Der Ausschuss „Verkehr und Tourismus / Transport and Tourism“ des Europäischen Parlaments ist u. a. mit Fragen wie Erreichbarkeit und Saisonalität im Tourismus befasst.

Im Rahmen von EU Programmen wurde und wird auch in Österreich eine Reihe von Projekten im Schnittfeld Mobilität und Tourismus initiiert und gefördert, beispielsweise „ALPS MOBILITY / Alpine Pearls: Eine umweltverträgliche Reise durch die Alpen“ (BMLFUW m. J.), „Nachhaltig umweltfreundlicher Verkehr und Tourismus in sensiblen Gebieten, Region Neusiedler See/Fertő-tó“ (Zech et al. 2008), „STARTER Sustainable Transport for Areas with Tourism through Energy Reduction“ (Herry 2012), „ACCESS2MOUNTAIN – Sustainable Mobility and Tourism in Sensitive Areas of the Alps and the Carpathians“ (Umweltbundesamt m. J.), „AlpInfoNet – Sustainable Mobility Information Network for the Alpine Space“ (StMWIVT m. J.) und „Transdanube – Sustainable Transport and Tourism along the Danube“ (Umweltbundesamt m. J.).

## Alpenkonvention

In der [Alpenkonvention](#) finden sich drei Ansätze zum Thema Tourismusmobilität:

- (1) Übereinkommen zum Schutz der Alpen (Alpenkonvention), Rahmenkonvention 1991; Art.2 Lit i-j:
  - Tourismus und Freizeit – mit dem Ziel, unter Einschränkung umweltschädigender Aktivitäten die touristischen und Freizeitaktivitäten mit den ökologischen und sozialen Erfordernissen in Einklang zu bringen, insbesondere durch Festlegung von Ruhezeiten.
  - Verkehr - mit dem Ziel, Belastungen und Risiken im Bereich des inneralpinen und alpenquerenden Verkehrs auf ein Maß zu senken, das für Menschen, Tiere und Pflanzen sowie deren Lebensräume erträglich ist, unter anderem durch eine verstärkte Verlagerung des Verkehrs, insbesondere des Güterverkehrs, auf die Schiene, vor allem durch die Schaffung geeigneter Infrastrukturen und marktkonformer Anreize ohne Diskriminierung aus Gründen der Nationalität.
- (2) Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Tourismus (Alpenkonvention 1998) Art. 13:
  - Die Vertragsparteien fördern Maßnahmen, die auf eine Einschränkung des motorisierten Verkehrs in den touristischen Zentren abzielen.
  - Sie unterstützen zudem private oder öffentliche Initiativen, welche die Erreichbarkeit touristischer Orte und Zentren mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbessern und die Benutzung solcher Verkehrsmittel durch die Tourist/innen fördern sollen.
- (3) Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Verkehr (Alpenkonvention 2000), Art. 13
  - Die Vertragsparteien verpflichten sich, die verkehrlichen Auswirkungen weiterer Erschließungen mit touristischen Anlagen unter Berücksichtigung der Ziele dieses Protokolls zu überprüfen und, soweit erforderlich, Vorsorge- und Ausgleichsmaßnahmen zur Erreichung der Ziele dieses oder anderer Protokolle zu ergreifen. Dabei ist dem Öffentlichen Verkehr Vorrang einzuräumen.
  - Die Vertragsparteien unterstützen die Schaffung und Erhaltung von verkehrsberuhigten und verkehrsfreien Zonen, die Einrichtung autofreier Tourismusorte sowie Maßnahmen zur Förderung der autofreien Anreise und des autofreien Aufenthalts von Urlaubsgästen.

In der Alpenkonvention wird in der Rahmenkonvention der Tourismus angesprochen und in den Bereichsprotokollen spezifiziert. Zielrichtung ist die Einschränkung des MIV in Tourismusgebieten und der Vorrang des ÖV: Verkehrsberuhigung und ÖV Angebote in den Tourismusgebieten, Maßnahmen zur Förderung der autofreien Anreise und des autofreien Aufenthalts. Aus dem rechtlich verbindlichen Zielkatalog der Alpenkonvention zur nachhaltigen Entwicklung und zum Schutz der Alpen lässt sich direkt der Auftrag, eine umweltfreundliche Mobilität im Tourismus zu gewährleisten, ableiten. Die Alpenzustandsberichte – aktuell liegt der 4. Bericht vor (Alpenkonvention 2013) – liefern u. a. das Argumentarium dafür.

### **Arbeitsgruppe Verkehr der Alpenkonvention**

Einige Tourismusmobilitäts-Ansätze, die bei der 10. Alpenkonferenz 2009 in Evian diskutiert wurden, lassen sich wie folgt zusammenfassen (vgl. Alpenkonvention 2009):

- Verbesserung des Fernverkehrsangebots vom Abreiseort bis zum Reiseziel
- Schaffung der praktischen Voraussetzungen, um Touristen am Urlaubsort die Beförderung ohne Pkw zu garantieren
- Das Informationsnetzwerk für nachhaltige Mobilität sollte ein wesentliches Element des nachhaltigen Tourismus in den Alpen werden
- Nachhaltige Mobilität als Instrument der Förderung eines nachhaltigen Tourismus in den Alpen.

Diese generellen Vorschläge zur Entwicklung nachhaltiger Verkehrsdienstleistungen zur Reise in die Tourismusgebiete in den Alpen gelten auch für ganz Österreich. Die Kernaussagen der Analysen von denen diese Vorschläge abgeleitet werden, decken sich mit jenen in dieser Studie dargestellten.

#### **1.2.7.7 Strategische Aktivitäten auf Bundesebene**

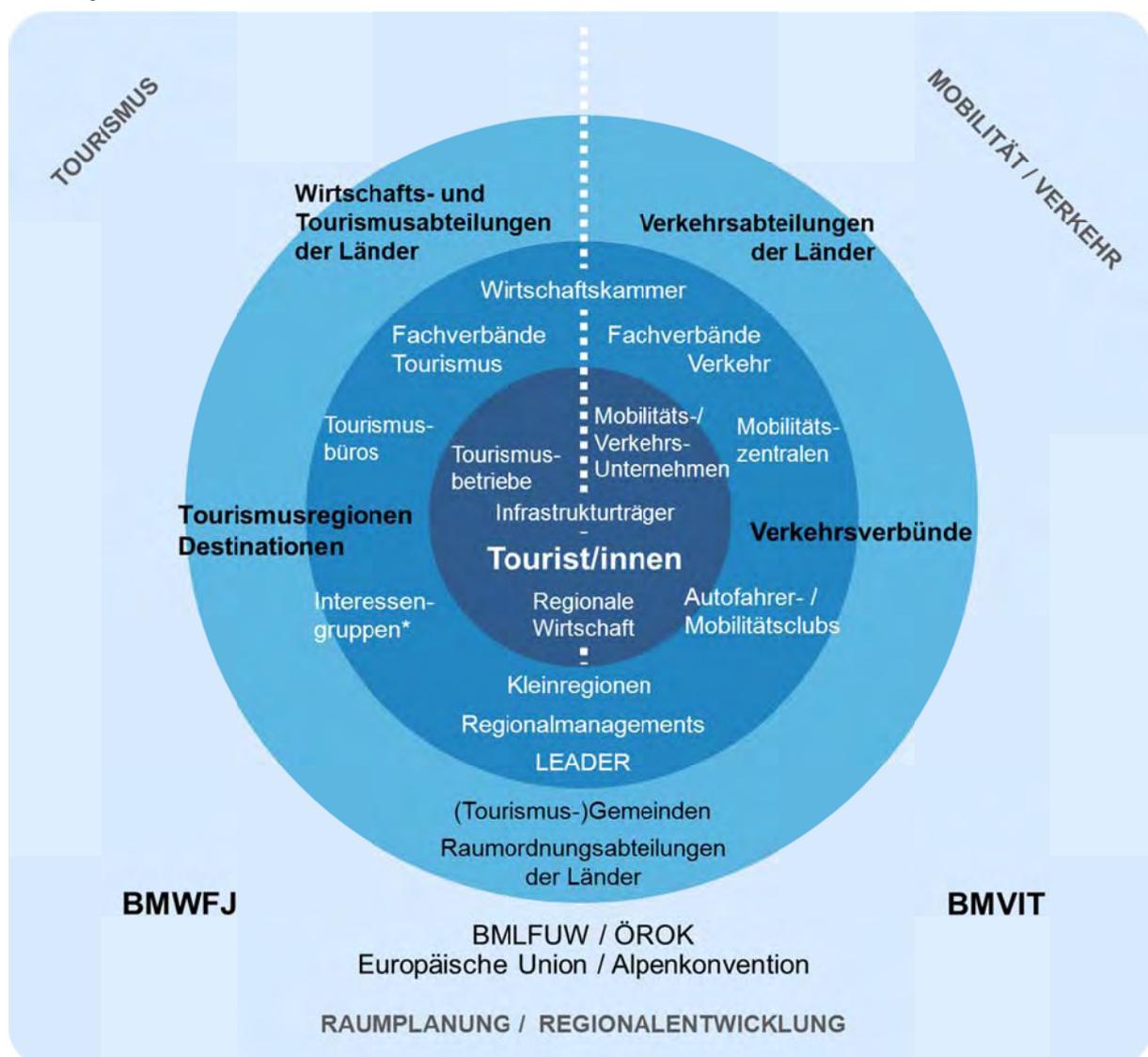
Neben den oben genannten Projekten zum Mobilität und Tourismus, die im Kontext verschiedener EU-Förderprogramme umgesetzt wurden und werden, hat Österreich eigene Schwerpunktinitiativen zum Thema gesetzt. Für Tourismus sind in Österreich das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) und die Länder zuständig. Die Bedeutung des touristischen Verkehrs erfordert aber auch Aktivitäten des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) und im Hinblick auf Umweltwirkungen auch des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW). „klima:aktiv mobil“ ist die Klimaschutzinitiative des BMLFUW im Verkehrsbereich, die klimafreundliche Mobilität forciert. Eines der fünf Schwerpunktprogramme von klima:aktiv mobil ist „Mobilitätsmanagement für Tourismus, Freizeit und Jugend“ (BMLFUW m.J.). Das BMVIT ist war und ist an verschiedenen Projekten mit dem Fokus Tourismus und Mobilität beteiligt (BMVIT m. J) und verfügt mit gesamtösterreichischen Strategien über Instrumente mit Steuerungspotenzial auch im Hinblick auf Tourismusmobilität, z. B. Roadmap Luftfahrt 2020 (BMVIT 2011a), IVS-Aktionsplan Österreich – Strategie zur Umsetzung eines Intelligenen Verkehrssystems in Österreich. (BMVIT 2011b) und Gesamtverkehrsplan für Österreich (BMVIT 2012). Der Umsetzungsplan „Elektromobilität in und aus Österreich. Der gemeinsame Weg!“ ist ein gemeinsames Strategiepapier der drei Ministerien BMLFUW, BMVIT und BMWFJ (2012).

### 1.2.7.8 Übersicht relevanter Akteur/innen zur Tourismusmobilität

#### Akteur/innen-Landkarte Tourismusmobilität Österreich 2013

In Hinblick auf die „Treffsicherheit“ bei der Entwicklung von Handlungsoptionen zum Thema Tourismusmobilität erfolgt an dieser Stelle eine Übersicht relevanter Akteur/innen (Akteur/innen-Landkarte Tourismusmobilität Österreich). Ergänzend werden zwei Beispiele für regionale Akteur/innen-Landkarten im Bereich Tourismusmobilität angeführt. Die Darstellungen machen – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – die schon in der Tourismusstrategie Österreich (vgl. BMWFJ 2010: 14) angesprochene Vielfalt der Akteur/innen und die Komplexität der Materie Tourismus sichtbar, die sich in Kombination mit den Akteur/innen zu Verkehr- und Mobilität verstärkt. Noch ist die Vernetzung – die Partnerschaft Tourismus und Mobilität – wenig ausgeprägt. Raumordnung und Regionalentwicklung könnten als Plattform und Rahmen genutzt werden.

Abbildung 3: Akteur/innen zur Tourismusmobilität Österreich 2013



\* Organisationen wie z. B. Österreich Werbung, Österreichische Hotelierversammlung, Privatvermieterverband, Alpenverein, etc.

Quelle: Eigene Bearbeitung

## Beispiele zur regionalen Akteur/innen-Landschaft zur Tourismusmobilität

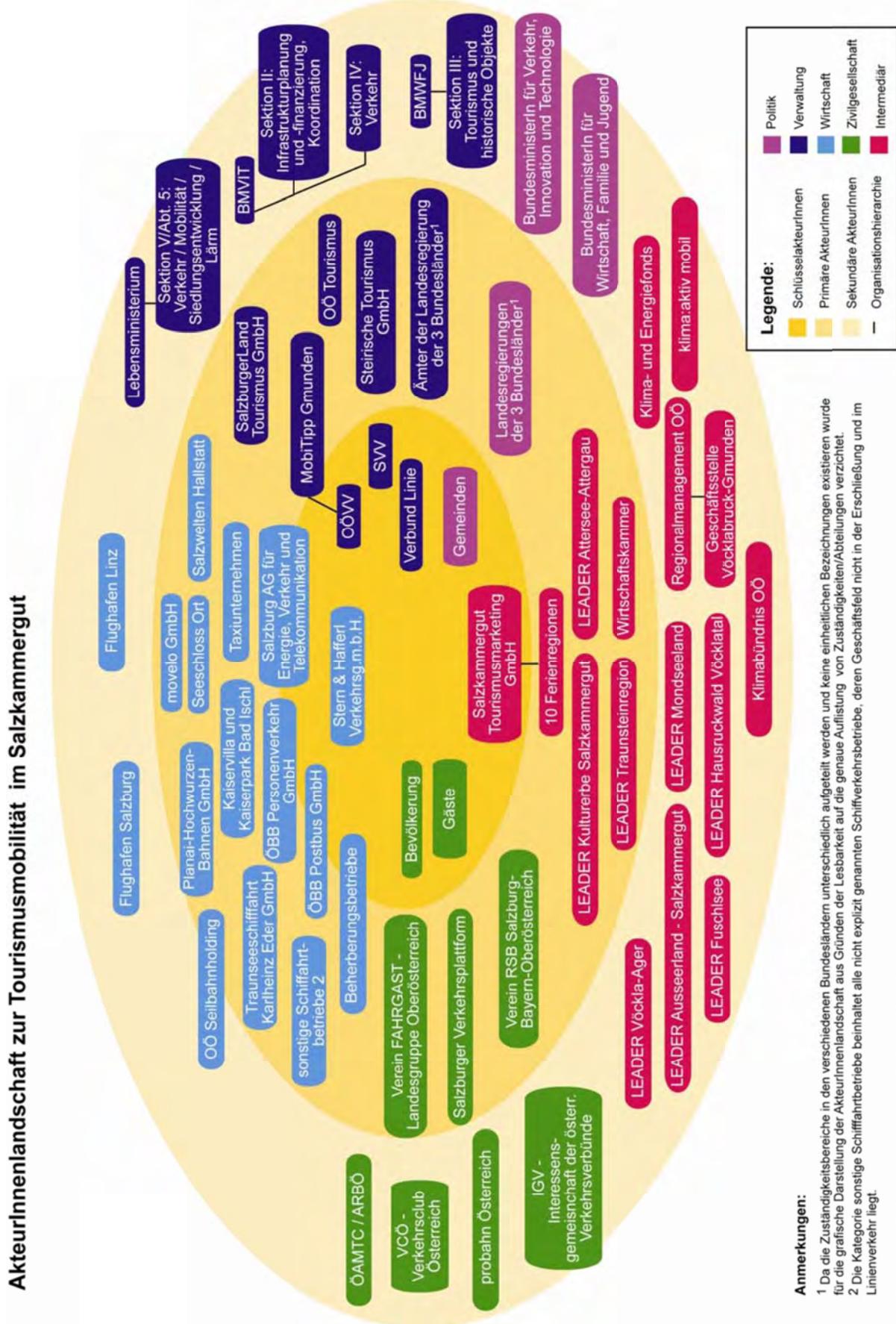
Die „Landkarte der Akteur/innen im Salzkammergut“ (s. folgende Seite, Abbildung 4) zeigt relevante Akteur/innen für den Bereich Tourismusmobilität, gegliedert nach den gesellschaftlichen Teilsystemen Politik / Verwaltung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft sowie intermediäre Akteur/innen. Zusätzlich wurden die Akteur/innen den Kategorien Schlüsselakteur/innen, Primäre Akteur/innen oder Sekundäre Akteur/innen zugeordnet. Schlüsselakteur/innen sind jene Akteur/innen, die den größten Einfluss auf die Gestaltung der Tourismusmobilität im Salzkammergut ausüben (können). Allen voran gehören dazu im politisch-administrativen Bereich die Gemeinden. Sie setzen die grundsätzliche politische Orientierung, führen Projekte durch und finanzieren diese zumindest anteilig. Weitere Schlüsselakteur/innen sind die Salzkammergut-Tourismusmarketing GmbH und die Verkehrsverbände der drei Bundesländer. Ihre Wirkungsweise ist stark davon abhängig, wie es ihnen gelingt, die jeweiligen Gemeinden und Kleinregionen in ein übergeordnetes, konsensuales Tourismus- und Tourismus-Mobilitätskonzept einzubinden. Als *Primäre Akteur/innen* werden die Institutionen des Landes sichtbar, die zum einen Strategien formulieren, Vorgaben machen und evaluieren und zum anderen für die Koordination, Kommunikation und Umsetzung von Projekten zuständig sind. Dazu gehören auch das regionale Marketing und dessen finanzielle Unterstützung. Die touristischen Organisationen und Managements der Teilregionen sowie die regionalen Mobilitätsanbieter / Verkehrsträger, Tourismusziele mit hohen Besucher/innenzahlen und Beherbergungsbetriebe werden ebenfalls dem Kreis der primären Akteur/innen zugeordnet. Die *Sekundären Akteur/innen* sind jene, die sich in der Regel nicht primär mit der Tourismusmobilität in der Region auseinandersetzen, die aber aufgrund ihrer Tätigkeiten einen Einfluss auf die regionale Entwicklung haben. Auffällig ist, dass sich im Salzkammergut die Akteur/innen aus der Wirtschaft bislang nur selten und wenig intensiv mit Aspekten der Tourismusmobilität auseinandergesetzt haben. Die Akteur/innenlandkarte zur Tourismusmobilität im Salzkammergut bietet einen Überblick über die bisherigen Kooperationen; gleichzeitig zeigt sie aber auch die potenziellen Einflussmöglichkeiten der Akteur/innen auf.

Wie die „Landkarte der Akteur/innen zum Montafon“ (siehe Abbildung 5) zeigt, sind die einzelnen Akteur/innen hier in der Tourismusmobilität sehr stark vernetzt. Eine zentrale Rolle nehmen dabei die Gemeinden des Montafons ein, die einerseits Gesellschafter des Montafon-Tourismus sind, andererseits über den Stand Montafon<sup>11</sup> Miteigentümer der Montafonerbahn sind. Zugleich tritt der Stand Montafon auch als Besteller der Verkehrsangebote der Montafonerbahn auf. Auch das Land Vorarlberg verfügt über intensive Verbindung sowohl zum Tourismusbereich, etwa über den Vorarlberg Tourismus und als Eigentümer der Vorarlberger Illwerke AG, als auch zum Verkehrsbereich über den Verkehrsverbund Vorarlberg, als Miteigentümer der Montafonerbahn und durch Bezuschussung des öffentlichen Verkehrs im Montafon. Zudem werden mit der Abteilung VIIa „Allgemeine Wirtschaftsangelegenheiten“ die Kompetenzen für den Tourismus und die Verkehrspolitik unter einem Dach gebündelt, was ein großer Vorteil für die Koordination ist. Außerhalb des politisch-administrativen Systems sind jedoch die Verbindungen zwischen den einzelnen Akteur/innen – wenn überhaupt vorhanden – eher sporadisch. Die Kooperationen mit ausländischen Verkehrsunternehmen oder Reiseveranstaltern sind bisher nur sehr schwach ausgeprägt.

---

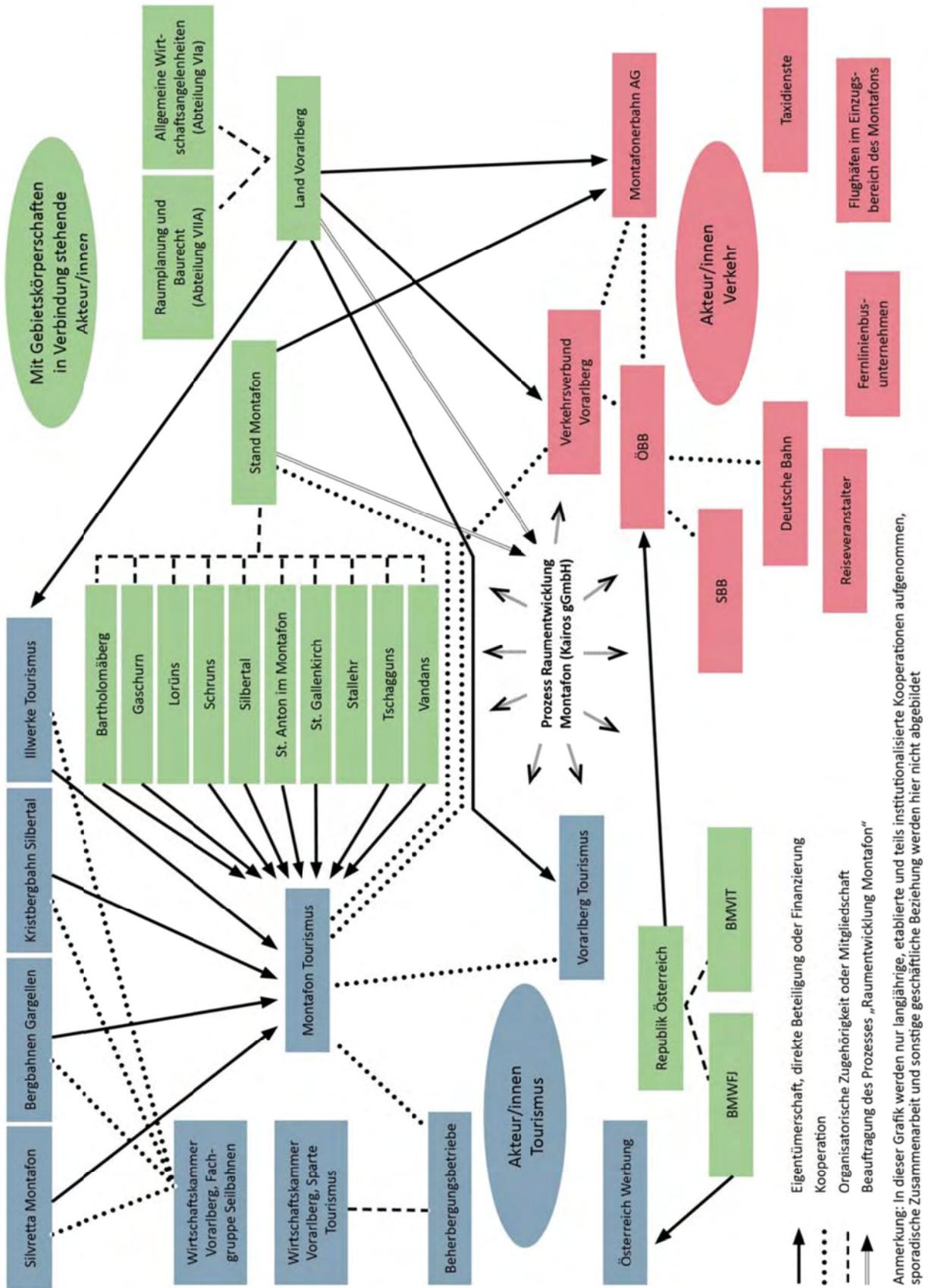
<sup>11</sup> Der Stand Montafon ist ein Gemeindeverband dessen Wurzeln bis ins Mittelalter zurückreichen. Heute übernimmt er u. a. Aufgaben in den Bereichen Mobilität, Kultur, Regionalentwicklung und Forstwirtschaft. Der Stand Montafon verfügt über beträchtlichen Grundbesitz (größter Waldeigentümer in Vorarlberg).

Abbildung 4: Akteur/innenlandschaft zur Tourismusmobilität im Salzkammergut, Stand: 2013



Quelle: Müllechner 2013 (Entwurf)

Abbildung 5: Akteur/innen-Landkarte der Tourismusmobilität im Montafon, Stand: 2013



Quelle: Dorner 2013 (Entwurf)

### 1.2.8 ZUSAMMENFASSENDE BETRACHTUNG – WISSENSBASIS TOURISMUSMOBILITÄT

Die Tourismusmobilität wurde bisher sowohl national als auch international wenig erforscht. Ein wichtiger Grund hierfür ist – wie oben gezeigt – das noch nicht durchgängig entwickelte Verständnis dafür, beide Teil-Agenden zusammenzuführen. Zusätzlich müsste die statistische Datenbasis verändert und angepasst werden. Zum einen gehen die beiden wichtigsten Lieferanten von wirtschaftlichen Makrodaten – Statistik Austria und Wirtschaftskammer Österreich (WKO), Fachgruppe Tourismus und Freizeitwirtschaft – von unterschiedlichen Grundgesamtheiten aus: Statistik Austria (in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Wirtschaftsforschungsinstitut) verwendet beim Tourismussatellitenkonto Österreich (TSA) drei charakteristische Tourismusindustrien<sup>12</sup>, während sich die Wirtschaftskammer auf die Informationen ihrer Fachgruppenmitglieder stützt<sup>13</sup>.

Die regionale Gliederung beschränkt sich in vielen Fällen auf die Bundesländerebene<sup>14</sup> und gibt keine Hinweise auf Kleinregionen; Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte gibt es aktuell überhaupt nur für Gesamtösterreich.

Mikrodaten über Urlaubsstile, Präferenzen oder Reisegewohnheiten liegen allenfalls lückenhaft und verstreut vor. Statistik Austria (Mikrozensus) oder ÖAMTC (Reisemonitoring 2013) liefern nur Daten über inländische Tourist/innen (teilweise auch nicht getrennt nach Reisen im Inland und im Ausland). Die umfassendere Plattform T-MONA (<http://www.austriatourism.com/tourismusforschung/t-mona-urlauberbefragung/>) fasst verschiedene Befragungen zusammen, reflektiert dabei jedoch nicht die unterschiedlichen Methoden und es sind bezüglich Tourismusmobilität keine differenzierten Aussagen für Teilräume in Österreich möglich.

Die nicht verfügbaren Daten und Informationen zu tourismusmobilitäts-spezifischen Analysen konnten durch die interdisziplinäre Bearbeitung der Studie ansatzweise kompensiert werden. Für eine vertiefende Erforschung von Zusammenhängen – insbesondere der Bedürfnisse und bevorzugten Mobilitätsformen zukünftiger Urlauber/innen – sind grundlegende Studien notwendig.

Fasst man die Analyse der einschlägigen Quellen aus den Fachdisziplinen Tourismus, Verkehr, Soziologie und Raumordnung sowie der Gespräche mit Expert/innen aus dem Verkehrs- und Tourismusbereich zusammen, ergeben sich die folgenden neun Ansätze:

---

<sup>12</sup> (1) Beherbergung und Gastronomie, (2) Verkehr, Reisebüros und Reiseveranstalter und (3) Kultur, Unterhaltung und Sport. Nachdem diese Industrien aber auch für die ansässige Bevölkerung Waren und Dienstleistungen zur Verfügung stellen, werden sie in den Berechnungen für die touristische Wertschöpfung wie folgt gewichtet: (1): 75,4; (2a) (Verkehr): 28,8 %; (2b) (Reisebüros, ...): 100 % und (3): 46,8 %. Weil Tourist/innen aber auch nicht-tourismusspezifische Waren und Dienstleistungen konsumieren, gehen diese Sektoren mit 1 % in die Berechnungen ein (Standard-Dokumentation Metainformation zum TSA für Österreich, Statistik Austria 2012).

<sup>13</sup> Gastronomie, Hotellerie, Private Krankenanstalten und Kurbetriebe, Bäder, Reisebüros, Kultur- und Vergnügungsbetriebe, Lichtspieltheater und sonstige Freizeitbetriebe. Zu beachten ist, dass hier touristische Verkehrsbetriebe (z. B. Aufstiegshilfen) nicht inkludiert sind.

<sup>14</sup> Bezirks- oder Gemeindedaten von Statistik Austria sind nur kostenpflichtig erhältlich.

1. Das touristische Verkehrsaufkommen in Österreich ist seit Jahrzehnten stark durch den Pkw geprägt, vor allem heimische Tourist/innen nutzen für In- und Auslandsreisen deutlich überwiegend ihren eigenen Pkw. Urlauber/innen in Österreich kommen vor allem aus Deutschland und den Niederlanden und reisen ebenfalls zumeist mit dem Pkw an – wie weit sie ihn vor Ort nutzen, kann leider empirisch nicht verlässlich belegt werden. In den kommenden Jahren wird mit einem weiteren Anstieg der Zahl der Gäste aus dem mittel- und osteuropäischen bzw. asiatischen Raum gerechnet. Erstere reisen ebenfalls hauptsächlich mit dem Pkw an; hier stellen bessere grenzüberschreitende Angebote der Bahn und mit Bussen ein Potenzial dafür dar, nicht nur den Anteil der Anreisen mit dem Pkw abzusenken, sondern auch die Mobilität vor Ort alternativ zum MIV zu gestalten.
2. Die Ursache für eine hohe Attraktivität des Pkw liegt zum einen in dessen Flexibilität (die neben der Anreise vor allem für die Vor-Ort-Mobilität im Sommer und in der Nebensaison wichtig ist), die sich durch die Verbreitung der Navigationshilfen (on board und mobil) noch einmal vergrößert hat. Ein weiterer Grund besteht in der Bequemlichkeit des Transports von Gepäck und dass Umsteige-Situationen entfallen.
3. Ein weiterer Punkt betrifft das Konkurrenz-Verhältnis „Schiene-Straße“, das trotz aller Expertisen und Absichtserklärungen die „Kostenwahrheit“ ungleichmäßig verteilt. Da insbesondere der ÖPV sein Preis-Leistungs-Verhältnis verbessern sollte, sind weitere Investitionen notwendig, für die unter dem Privatisierungsdruck nur geringe Spielräume bestehen. Da die Tourismusregionen zudem häufig im alpinen und ländlichen Raum liegen, ist deren Erschließung mit dem ÖPV schlecht und steht unter dem Risiko, außerhalb der Tourismus-Hochsaison weiter ausgedünnt zu werden.
4. Öffentliche Verkehrsmittel können diese Vormachtstellung ausschließlich durch ein verbessertes Angebot („erste“ und „letzte“ Meile, Koordinierung und Unterstützung bei Umstiegen, Bequemlichkeit während der Reise: „Urlaub von der Haustür an“ sowie koordinierte, regionsübergreifende Mobilitätsangebote vor Ort) sowie eine gezielte Information über diese Angebote herausfordern.
5. Der ÖPV kann sicherlich auch darüber Anteile gewinnen, indem der Ausbau der Multi-Modalitäts-Angebote (auch unter Einbindung des MIV) aktiv betrieben wird – dies gilt sowohl für die Tourismusmobilität in Städten, als auch im eher ländlichen touristischen Raum (vgl. BSL Transportation Consultants 2013: 9).
6. Die Fernreisenden erreichen Österreich meist mit dem Flugzeug. Für diese Reisenden sind im Sommer Städtereisen resp. organisierte Touren durch das Land (meist mit Bussen) von großer Bedeutung (daher ist hierfür der Wiener Flughafen bedeutsam). Im Winter richtet sich der internationale Tourismus stark auf die großen Schisport-Regionen; daher sind dann auch die Flughäfen von Salzburg und Innsbruck für europäische und russische Gäste relevant. Um eine nachhaltigere Verkehrsmittelwahl zu unterstützen, wäre es daher notwendig, insbesondere den Wiener Flughafen in ein leistungsfähiges überregionales Bahnkonzept einzubinden (entsprechend dem Standard vergleichbarer europäischer Flughäfen).

7. In einigen Tourismusregionen gibt es noch immer ein paralleles und nicht durchlässiges ÖPV-Angebot für Einheimische und Tourist/innen. Hier besteht ein gewisses Potenzial für eine effizientere Auslastung, was wiederum die Möglichkeit für attraktivere Bedienungshäufigkeiten, Umsteigemöglichkeiten und Tarifregelungen eröffnet.
8. Neben dem verstärkten Einsatz von „intelligenten“ Verkehrslösungen im Bereich der technischen Infrastrukturen, muss vor allem bei kleinräumigen Mobilitätsangeboten besser kooperiert werden: Verantwortliche aus Tourismus und Verkehr müssen verstärkt koordiniert arbeiten. Potenzielle Synergien sollten besser genutzt werden, um die angestrebte Erhöhung der Nächtigungszahlen (und -umsätze) von den negativen Folgen des hohen Verkehrsaufkommens durch Tourist/innen zu entkoppeln (vgl. DG Enterprise European Commission 2004: 140).
9. Ein großes Defizit besteht darin, dass weder in den amtlichen Statistiken noch in den Erhebungen von Verbänden resp. Unternehmen der Ausdifferenzierung der Wünsche und Erwartungen der Tourist/innen an den Urlaub und die damit verbundene Mobilität Rechnung getragen wird. Mit den aus den gängigen Erhebungen abgeleiteten Ausdifferenzierungen der Tourist/innen ist es nicht möglich, die unterschiedlichen Erwartungen zu erkennen oder gar in ihren Ursachen zu erfassen. Daher können weder zielgruppenspezifische Strategien entwickelt, noch ein entsprechend maßgeschneidertes Marketing betrieben werden. Darüber hinaus ist es auch nicht möglich, Zielgruppen entsprechend zu erkennen, anzusprechen und zielgenau zu informieren. Damit wird ein großes Potenzial übersehen, den Umstieg auf eine umwelt-schonendere Urlaubsmobilität zu unterstützen.

# **Studie Tourismusmobilität 2030 in Österreich**

## **TEIL 2: Szenarien – mögliche Zukünfte erforschen**

## 2 SZENARIEN: MÖGLICHE ZUKÜNFT ERFORSCHEN

Szenarien bilden mögliche Zukunftsbilder („Zukünfte“) ab, sind aber keine Fortschreibungen im Sinne einer Prognose. Vielmehr lassen sie – aus der Zukunft in die Gegenwart gedacht (Backcasting) – zentrale Herausforderungen erkennen und leiten zur Entwicklung von Handlungsoptionen über. Im Rahmen dieser Studie war Input und Diskussionsgrundlage für den ersten Workshop mit Vertreter/innen privater und öffentlicher Institutionen aus den Bereichen Tourismus und Verkehr der Entwurf von vier Szenarien, an denen Entwicklungspfade der Mobilitätsangebote und der Mobilitätsbedürfnisse von Tourist/innen diskutiert wurden. Unterschiedliche Faktoren können die einzelnen „Zukunftskonstruktionen“ für die Tourismusmobilität beeinflussen. Die Methode dient der inhaltlichen Annäherung an das Thema für den Zeithorizont 2030. Gemeinsam mit den Teilnehmer/innen der Workshops wurden vier „Hauptzukünfte“ als besonders relevant diskutiert und hier kurz – im Rückblick aus der Perspektive 2030 – zusammengefasst. Dabei ergeben sich Widersprüche zwischen den möglichen Zukunftsbildern, teilweise auch innerhalb des jeweiligen Zukunftsbildes selbst. Szenarien sind in diesem Sinn auch Impulsgeber und Kommunikationswerkzeug.

### 2.1. SZENARIO 1: WEITER SO!

#### *Im Rückblick aus dem Jahr 2030 ...*

*... hat sich die touristische Nachfrage relativ gleichmäßig entwickelt. Die Zahl der Übernachtungen hat weiter zugenommen, eine absolute Zunahme von insgesamt 20 Millionen bis zum Jahr 2030 (vgl. Smeral 2010) erwies sich aber als unrealistisch.*

*Neben dem konstanten Anstieg der Übernachtungszahlen hat es jedoch weiterhin einen Rückgang in der Aufenthaltsdauer gegeben. Das bedeutet, dass der touristische Verkehr relativ zur Zahl der Nächtigungen und absolut (Zu- und Abfahrten) beträchtlich zugenommen hat. Gesellschaftliche Veränderungen waren die Ursache dafür, dass zum einen relativ gesehen mehr gehobene Unterkünfte nachgefragt wurden (vor allem im 4- und 5-Sterne-Bereich – von erwachsenen Paaren „in den besten Jahren“) – eine wenig prosperierende, zudem auch noch polarisierende Wirtschaftsentwicklung hatte aber auch die Nachfrage nach einem „einfacheren“ Angebot aus dem Inland und den benachbarten ausländischen Regionen gefördert (Familien, Pensionist/innen, aber auch Busreisende). Eine solche steigende Nachfrage im „unteren Segment“ unterstützte tendenziell das Bemühen um regionale Tradition und Eigenständigkeit, während die Nachfrage im oberen Segment diese gefährdet hat. Typische Reisende kamen weiterhin überwiegend aus den Nahmärkten, das waren vor allem die Österreicher/innen selbst und die Gäste aus Deutschland. Darüber hinaus nahm die Zahl der Tourist/innen aus den östlichen und süd-östlichen EU-Ländern weiter zu.*

*Großstädte (insbesondere Wien und Salzburg, eingeschränkt auch Graz und Innsbruck) profitierten zunehmend von Kurzreisen (Kultur-, Event-, Tagungs-/Kongress-Reisende). Diese sind im Jahre 2030 zum einen Jugendliche (Anreise per Billig-Flieger oder Bahn) und zum anderen erwachsene Einzelpersonen oder Paare (jeden Alters) – hier besteht im Jahr 2030 weiterhin ein großes Potenzial für einen weltweiten Einzugsbereich (vor allem Südost- und Mittel-Asien, weniger Südamerika und Afrika).*

*Die österreichischen Tourismus-Regionen unterscheiden sich im Jahr 2030 weiterhin sehr stark hinsichtlich ihrer saisonalen Ausrichtung (insbesondere, wenn die Stärken aufgrund der Lage deutlich sind) – nur strukturschwache Regionen, die als Urlaubsregion gelten wollten, hatten einen gewissen Entwicklungsdruck für ein ausgeglichenes Vier-Jahreszeiten-Programm.*

*Dramatische Änderungen wurden vor allem im technologischen Sektor erwartet (deren Folgen bis 2030 jedoch kaum absehbar waren!<sup>15</sup> Urlaubsplanungen (Orte, Tourismusbetriebe, Termine, Vor-Ort-Aktivitäten) wurden spontaner, flexibler und reaktiver auf die Informationen, die zunehmend erhältlich waren. Dabei spielen Bewertungen durch Kund/innen eine zunehmende Rolle, was die Konkurrenz zwischen Regionen und Betrieben weiter vergrößerte. Die Folgen waren ein weiter zunehmender Konkurrenzdruck über die Preise, aber auch neue Strategien der (Betten-)Auslastung (zunehmend weniger Samstag-Samstag-Lösungen), worauf zunehmend mit Package-Angeboten reagiert wurde. Es existierte weiterhin kein klarer Überblick über Angebot und Nachfrage von Mobilitätsoptionen, und es wurden daher eher unflexible Angebote geschaffen, die nur bedingt angenommen wurden.*

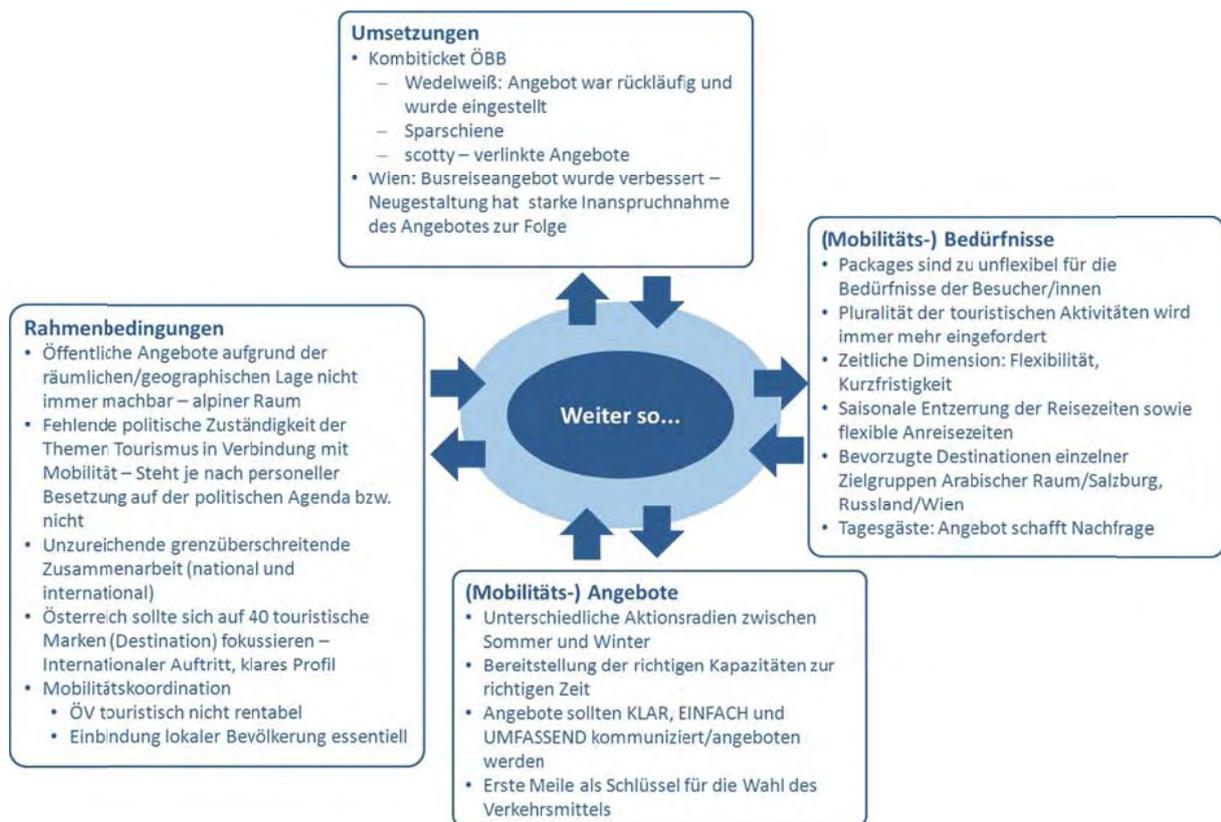
### **Kommentar zu Szenario 1: Weiter so!**

Die sich bis ins Jahr 2030 ausdifferenzierenden Mobilitätsbedürfnisse der Reisenden fordern ein breit gefächertes Angebot für diverse touristische Aktivitäten, allen voran ein differenziertes Angebot für Tagesausflüge. Ein flexibles Mobilitätsangebot spielt eine besondere Rolle. Vor allem in den Sommermonaten ist der Aktionsradius der Reisenden größer, daher müssen Angebote greifen, die einfach, klar und umfassend kommuniziert werden. Die strategische Verantwortung von Bund und Ländern wird unterschätzt, da kein größerer Handlungsdruck zu bestehen scheint, Strategien zu formulieren, Maßnahmen zu setzen, Kooperation einzufordern und aufzunehmen, die Entwicklung kritisch zu evaluieren. Die Akteur/innen der regionalen und lokalen Tourismus- und Verkehrsnetze agieren weiter weitgehend parallel, wodurch sich temporäre Verkehrsüberlastungen häufen und der Ressourcenverbrauch und die Kosten für Nachbesserungsmaßnahmen steigen. Der Mehrwert, die Mobilität zum / vom / am Urlaubsort als Teil des touristischen Erlebnisses zu positionieren, wird nicht genutzt. Die „Eigenverantwortung“ der Tourismusbetriebe, Tourismusgemeinden und Destinationen auf einer verkehrsmittelübergreifenden Mobilitätslandkarte unterbleibt, wodurch das Mobilitätswissen nicht vergrößert und nicht an Gäste weitergegeben wird. Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit (national und international) wird eher reaktiv als pro-aktiv verfolgt. Die Folge der „Anpassungsplanung auf ausgetretenen Pfaden“ ist, dass eher zufällige und zu unflexible Angebote geschaffen werden und dass die enge Verbindung zwischen Tourismusstrategien und Mobilitätskonzepten weitgehend negiert wird. Die Aktivitäten und das Rollen-Verständnis der wichtigsten institutionellen Akteur/innen sind in diesem Szenario dadurch gekennzeichnet, dass man damit nicht oder nur schlecht und zeitverzögert auf „externe“ Veränderungen (z. B. drastische Erhöhung der Energiepreise, Wirtschaftskrisen, massive Klimaveränderung) reagieren kann.

---

<sup>15</sup> Man denke nur einmal daran, was vor 15 Jahren kaum realistisch erschien; die kommenden Jahre werden aber hinsichtlich der Entwicklung, Verbreitung und Vernetzung der neuen Medien dynamischer als die vergangenen verlaufen.

Abbildung 6: Diskussionsergebnisse Szenario“ Weiter so!“



Quelle: Dokumentation zum Workshop mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Verkehr und Tourismus (21.02.2013 TU Wien)

## 2.2. SZENARIO 2: MASSE UND/ODER KLASSE

### Im Rückblick aus dem Jahr 2030 ...

... wurde die Relation von „Masse“ und „Klasse“ vor Ort entschieden.

#### Masse:

Die Prognosen von insgesamt 20 Millionen zusätzlichen Übernachtungen (vgl. Smeral 2010) haben sich bestätigt – allerdings um den Preis, dass die regionale Wertschöpfung pro Nächtigung beständig rückläufig war. Durch einen intensiven Preiswettbewerb auf europäischer Ebene (insbesondere mit den wachsenden Tourismusdestinationen in den neuen EU-Staaten), aber auch im eigenen Land aus den bislang wenig bekannten Regionen wurde das low-cost-Segment beständig ausgebaut. Die neuen IT-Medien haben dazu geführt, dass Tourist/innen sich eine breitere Übersicht über die „Schnäppchen-Angebote“ machen konnten, letztlich, weil sie viel flexibler mit ihren Urlaubszeiten umgehen konnten. Schließlich wurde deutlich, dass die zunehmende Verkehrsbelastung letztlich dazu geführt hat, dass viele touristische Ziele schrittweise an Attraktivität verloren haben, was erneut die Abwärts-spirale der Wertschöpfung beschleunigte.

Neben der teilweise stark rückläufigen regionalen Wertschöpfung, die letztlich zu eingeschränkten Handlungsspielräumen der Gemeinden geführt hat, ist vor allem die regional ungleiche Verkehrsbelastung ein Hauptärgernis. Es wurde zum einen erkannt, dass ein weiterer Ausbau der Verkehrswege und technisch „intelligenter“ Systeme nicht die Lösung der Verkehrssteuerung sein können (und

*häufig auf Widerstand stoßen), zum anderen hat der geringe wirtschaftliche Aufschwung des Tourismus-Sektors dazu geführt, dass sich die Rahmenbedingungen verschlechtert haben. Zunehmend steht die Frage im Raum: Sind Politik und Verwaltung für die Tourist/innen oder die eigenen Bürger/innen da?*

#### **Klasse:**

*Der „grüne Diskurs“ hat gegriffen: Die Zahl der Nächtigungen ist zwar rückläufig, aber die Wertschöpfung pro Übernachtung ist beständig angestiegen. Die Entkoppelung des Wachstums der Wertschöpfung im Tourismussektor von der Verkehrsbelastung ist gelungen und ist ein starkes Argument der österreichischen Vermarktung im Ausland. Durch den gezielten Ausbau der qualitativ höherwertigen Unterkünfte und das gleichzeitige Marketing in entwicklungsstarken Regionen der Welt gewinnt man zunehmend Tourist/innen, die viel Geld im Urlaub in Österreich ausgeben und zu Stammgästen werden.*

*Der Erfolg in „reichen“ Ländern brachte auch Tourist/innen aus fremden Kulturkreisen nach Österreich (ehemalige GUS-Staaten, arabischer Raum), was die traditionellen Wurzeln mancher Regionen zumindest irritierte und es blieb in manchen Regionen allenfalls eine „Disneyfizierung“ der regionalen Kultur übrig. Das äußerte sich einerseits in dem Verlust der regionalen Architektur, andererseits aber vor allem in der Pflege des regionalen Brauchtums (Vorführen statt leben) und der Identifikation der Einheimischen mit ihrem Ort/ihrer Region sowie der lokalen / regionalen Innovationsfreudigkeit.*

*Die Bemühungen, stark auf kaufkraftstärkere Urlaubende zu setzen (wie in den Top-Schisport-Regionen) hat deutlich gezeigt, dass die regionale Eigenart verloren gehen kann, sich die Jugend nicht mehr mit den lokalen Traditionen identifiziert und dass aufgrund der steigenden Preise die Betriebe der Wirtschaftszweige, die vom Tourismus weder direkt noch indirekt profitieren, große existentielle Probleme haben. Familienbetriebe konnten nicht übernommen werden und Arbeitsplätze außerhalb des Tourismussektors gingen verloren. Eine weitere unmittelbare Folge in den „high-end“-Tourismusregionen war der Anstieg der Grundstückspreise, die in der Vergangenheit zur Abwanderung der heimischen Jugend aus diesen Regionen geführt hat.*

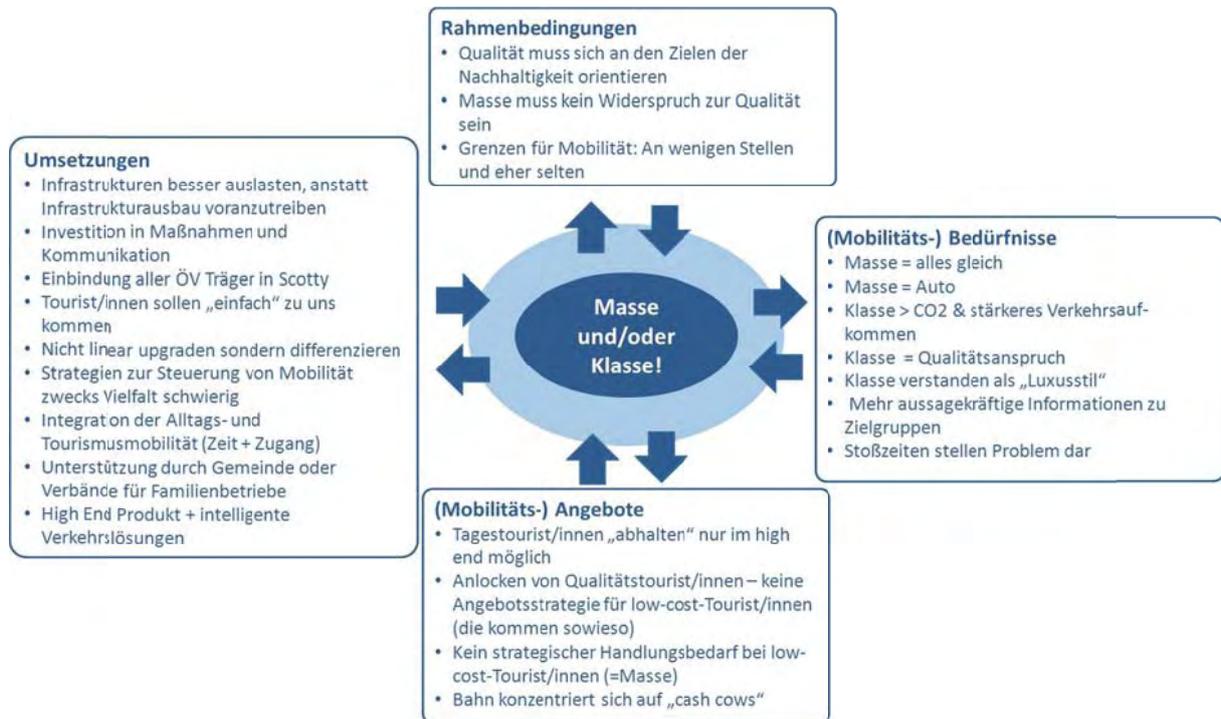
#### **Kommentar zu Szenario 2: Masse und/oder Klasse**

Wenn die Masse an low-cost-Tourist/innen, verstanden als jene, die nicht viel Geld für ihren Jahresurlaub ausgeben wollen, in Österreich ihren Urlaub verbringt, ist davon auszugehen, dass auch ihre Mobilitätsbedürfnisse eher homogen sind. Reisende kommen zunehmend mit dem Flugzeug, oder bei eher kurzen Anreisen werden neben dem weiter dominanten Pkw Bus- und Bahnreisen häufiger sein. Wenn die „Klasse“ an Tourist/innen in Österreich den Urlaub verbringt, ist jedenfalls mit einem größeren ökologischen Fußabdruck vor Ort zu rechnen, denn hier wird ein hoher Anteil der An- und Abreisen mit dem Flugzeug stattfinden; die Zahl der Anreisen mit dem MIV werden in diesem Segment besonders wachsen und zunehmend mit großvolumigen Fahrzeugen durchgeführt werden.

Für keinen der beiden Pole (Masse bzw. Klasse) wird die Verfügbarkeit von Mobilität im Tourismus ein großes Problem darstellen, wohl aber können sowohl die Masse als auch die Klasse der lokalen Bevölkerung, der Natur und auch der Wirtschaft schaden. Relevant in beiden Fällen ist ein Wissen über

die Zielgruppe selbst, die Herkunft der Tourist/innen und ihre Erwartungen und Ansprüche, da nur so entsprechende lokale/regionale Profile entwickelt und darauf aufbauend gezielte Angebote geschaffen werden können. Weder „Masse“ noch „Klasse“ führten zu kooperativen und innovativen Lösungen in der Tourismusmobilität, weder der Tourismus- noch der Verkehrssektor hatten sich angesichts der zersplitterten Strategiefelder des Themas angenommen.

Abbildung 7: Diskussionsergebnisse Szenario „Masse und/oder Klasse“



Quelle: Dokumentation zum Workshop mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Verkehr und Tourismus (21.02.2013 TU Wien)

### 2.3. SZENARIO 3: AN DER ZIELGRUPPE VORBEI

#### Im Rückblick aus dem Jahr 2030 ...

... sind nicht nur weniger Tourist/innen als erwartet gekommen – es kommen zu viele „Falsche“ bzw. noch schlimmer: man weiß noch nicht, wer kommt, sondern erfährt nur den Unmut aus enttäuschten Erwartungen. Der Tourismussektor hat sich hinsichtlich der Nachfrage zunehmend ausdifferenziert. Die meisten Tourismusdestinationen haben diesen Trend „verschlafen“ und setzen bis heute auf das „Schrotschuss-Prinzip“. Die Fehleinschätzungen der Nachfrageentwicklung sind auf mehrere Ursachen zurückzuführen: Einerseits hat man sich bei den Zukunftsmärkten geirrt (zum Beispiel die zu starke Orientierung an den BRIC-Staaten aufgrund deren wirtschaftlichen Wachstums bis 2019 resp. in einer zu optimistischen Einschätzung der Nachfrage aus den neuen EU-Staaten – die Wohlhabenderen gehen in andere Länder, die Mehrheit der einkommensschwachen Haushalte Europas machen keinen Urlaub im Ausland). Andererseits hat Österreich die „falschen“ Märkte beworben, was an fehlenden Analysen der Zielgruppen bzw. an einer fehlenden Strategie und Unklarheiten darüber, wen man erreichen will und aufgrund der Konkurrenzsituation erreichen kann, liegt.

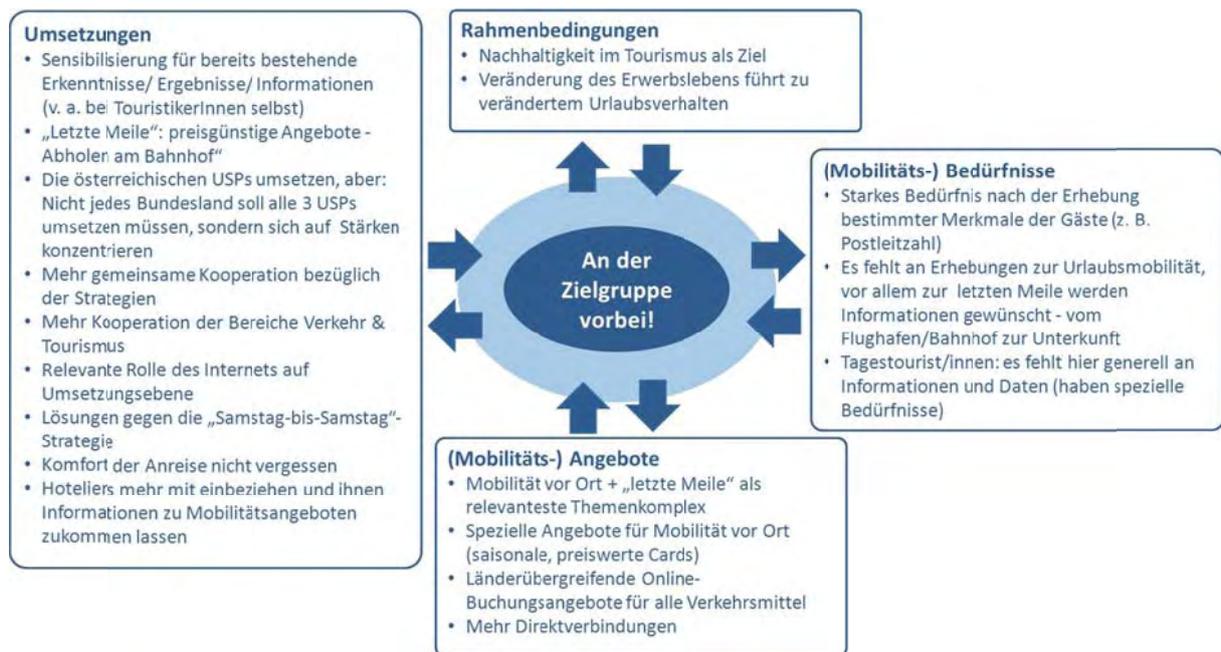
*Während hierzulande die Einschätzung der Zielgruppen und auch aufkommende Reisetstile und Reisetrends „verschlafen“ wurden (man hat den veränderten Stellenwert des Urlaubes mit dem Slogan „Kultur und Weiterbildung statt „bloßer“ Entspannung nicht wahrgenommen), entwickelten sich Konkurrenzmärkte aufgrund einer differenzierteren Strategie. Das Ergebnis waren große Fehlinvestitionen im Tourismus- und Verkehrssektor – insbesondere Großprojekte, oftmals auch in Konkurrenz der österreichischen Regionen untereinander – aus denen bis heute ein hohes Schuldenausmaß von Gemeinden und Tourismusregionen resultiert. Als verhängnisvoll hat sich gezeigt, 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.*

*Auch für die spezielle Untergruppe der Tagestourist/innen wurde kein Angebot geschaffen bzw. gibt es keine Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage. Gleiches gilt für die bevorzugte Art der An- und Abreise, weswegen immer mehr Reisende auf Österreich als Zieldestination verzichten oder nach dem Urlaub mit dem eigenen Pkw das nächste Mal ein anderes Urlaubsland mit Alternativen, Differenzierungen und gezielten Angeboten in den Bereichen Tourismus und Mobilität wählen. Insgesamt zeichnete Österreich ein unterschiedliches, teils widersprüchliches Bild in der Außendarstellung, weil eine „Breitbandwerbung“ die (relevanten) Zielgruppen nicht spezifisch genug anspricht.*

### **Kommentar zu Szenario 3: An der Zielgruppe vorbei**

Wenn die differenzierten Zielgruppen nicht beachtet werden bzw. es zu einer Fehleinschätzung der Nachfrageentwicklung kommt, werden auch die „richtigen“ Mobilitätsbedürfnisse nur schwer einzuschätzen sein. Daher müssen vor einer Angebotsentwicklung die Bedürfnisse der Reisenden, insbesondere hinsichtlich der Mobilität zum/vom sowie am Urlaubsort eingeschätzt werden. Mit hoher Wahrscheinlichkeit werden vor allem Mobilitätsangebote vor Ort nachgefragt, da der gesellschaftliche Wandel eine Flexibilisierung und Differenzierung mit sich bringt. Zudem sollte auf die unterschiedliche Nachfrage im Sommer und Winter eingegangen und auch ein saisonal differenziertes Verkehrsmittel-Angebot geschaffen werden, das einem gesteigerten Umweltbewusstsein entspricht. Das Szenario birgt insbesondere das Risiko schleichender Fehlinvestitionen sowie Unsicherheiten über die Wirkung von Großprojekten. Dabei ist von Bedeutung, dass seitens des Bundes und der Länder Vorgaben für ein modernes Tourismus-Management und ein koordiniertes Vorgehen innerhalb von Gemeinden und Tourismus-Regionen notwendig sind. Lokale Initiativen, die versuchen, integrative Lösungen für Mobilität und Tourismus zu initiieren, drohen aufgrund des fehlenden übergeordneten Rahmens zu scheitern.

Abbildung 8: Diskussionsergebnisse Szenario "An der Zielgruppe vorbei!"



Quelle: Dokumentation zum Workshop mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Verkehr und Tourismus (21.02.2013 TU Wien)

## 2.4. SZENARIO 4: WIR HABEN´S ERKANNT, WIR TUN WAS!

### Stellen Sie sich vor, wir haben das Jahr 2030 ...

... und der Österreich-Werbung ist es gelungen, im Ausland ein sehr differenziertes Bild von Österreich als Urlaubsland zu geben. Jeder Gast fand die spezifische Ecke, in der Klarheit über die Erwartungen bestand. Das Planungssystem gesteuerter Siedlungsentwicklung hat zudem Instrumente entwickelt, mit denen nicht nur (ökonomisches) Wachstum, sondern auch Stagnation und Rückbau (über einen intra- und inter-regionalen Finanzausgleich) belohnt wurde, die naturbelassenen Regionen wurden als die nicht-erneuerbaren Ressourcen der Tourismuswirtschaft erkannt.

Spezifische Zielgruppen (nach Einkommen, Haushaltstyp, sozialem Milieu, Mobilitätsstil) wurden in gezieltem Marketing über spezifische Informationskanäle „beworben“ (dabei arbeiteten die Ebenen Bund, Bundesländer, Region und Gemeinde eng zusammen). Digitale und interaktive Medien wurden pro-aktiv genutzt („soziale Netzwerke“ resp. Spartenmedien; Eigenproduktion von Selbstdarstellungen der Regionen/ Gemeinden/ Betriebe). Dabei wurde ein differenziertes Österreichbild vermittelt, das an jeweils spezifischen Orten im Land wiedergefunden werden konnte (vom Product Matching bis hin zum „Ausflug“ in ein „anderes Österreich“ als gezieltes Package-Angebot). Dazu gab es Kooperationen zwischen wenig und stark frequentierten Regionen. Bestehenden Themen wandelten sich von Nischen- zu Mainstream-Lösungen und neue Qualitäten wurden im „Alten“ und „Normalen“ erkannt: Langsamkeit als Energiequelle, Wellness & Ernährung, Kultur an unerwarteten Orten, Hochschätzung des „Normalen“, Bewegung mit eigener Muskelkraft, Urlaub eingebettet in eine work-life-Balance (bis hin zu einem Sabbatical für jeden Gast).

*Verkehrskonzepte wurden auf drei Ebenen ineinandergreifend organisiert. In den „Port-Destinations“ (Flughäfen, Hauptbahnhöfe) sorgen im Jahr 2030 überregionale öffentliche Transportsysteme für eine Verteilung in der Region resp. ein Weiterleiten an Tourismusziele (integrierte Angebots-Packages als Tür-zu-Tür-Konzept). In den regionalen Bezügen sorgten ÖNV-Angebote im 10-15-Min.-Takt für gute Erreichbarkeit. Innerhalb des Gemeindegebietes resp. der Mikroregionen sorgten Rufbusse und Sammeltaxis für ein hohes Maß spontaner Mobilität. („Lass‘ Dein Auto auch einmal Urlaub machen, lass‘ es zuhause und sei in Österreich Vor-Ort aktiv mobil“)*

*Die Strategie der Entwicklung der jeweiligen Potenziale als Stärken hatte jedoch dazu geführt, dass das Lohnniveau und Kostenniveau innerhalb Österreichs deutlich polarisierte, was von den politischen Parteien unterschiedlich bewertet wurde. Die einen sahen die Chancengleichheit gefährdet, Gewerkschaften bangen um Flächentarife, aber einkommensschwache Haushalte fanden innerhalb Österreichs unterschiedliche Nischen, was zu regionalen und örtlichen Konzentrationen von älteren und einkommensschwachen Haushalten sowie Zugewanderten mit niedrigem Bildungsniveau geführt hat. Kritiker des „abgestimmten Tourismuskonzeptes“ sprachen von „Zoobesuchen“, wenn wohlhabende Österreicher/innen oder entsprechende upper-tourists in die Regionen der Entschleunigung und des „unmittelbar-mit-der-Natur-verbunden“ „eintauchten“.*

#### **Kommentar zu Szenario 4: Wir haben's erkannt, wir tun was!**

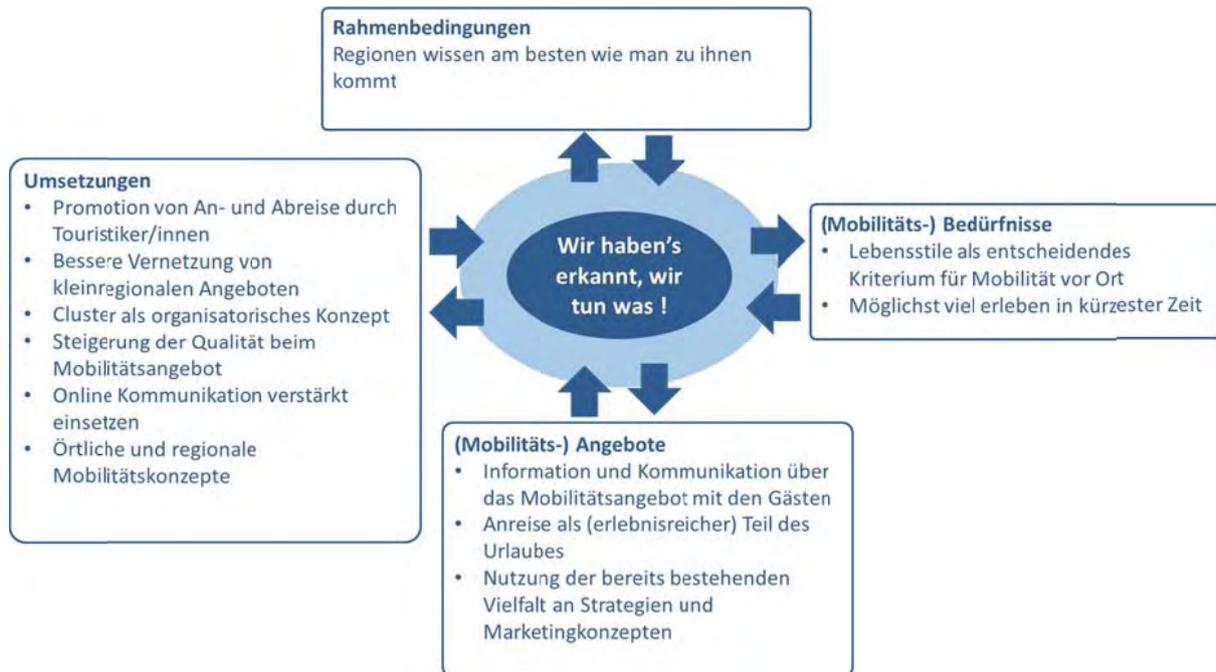
In diesem Szenario hat bis 2030 das Prinzip der Nachhaltigkeit in Bezug auf alle Dimensionen gegriffen und wird als Balance zwischen ökonomischer, ökologischer und sozialer Entwicklung gesehen. Die konstant steigenden Übernachtungszahlen lassen darauf schließen, dass nahezu alle Reisetypen ein weitgehend maßgeschneidertes Tourismusangebot finden, da die Ausdifferenzierung der Reisetile und die damit verbundenen Präferenzen erkannt, analysiert und berücksichtigt wurden. Ebenso hat die Analyse und Erarbeitung unterschiedlicher Mobilitätsstile einen gezielten Ausbau der Angebote für Tourismusmobilität zum, vom und auch am Urlaubsort zugelassen; die ÖV-Angebote werden genutzt, da dies auch mit den nachhaltigen Tourismuskonzepten konform geht.

Mobilitätsbedürfnisse sind im Rahmen dieses Szenarios nicht nur bekannt, es sind auch spezielle Angebote für die Nachfrage vorhanden. Mobilitätsbedürfnisse lassen sich mithilfe von Milieu-Konzepten fassen und speziell die Tourismusmobilität am Urlaubsort wird von Alltags-Mobilitätsstilen beeinflusst. Es existieren zielgruppenspezifische Informationen, und man weiß, dass es einerseits Tourist/innen gibt, die in kurzer Zeit möglichst viel erleben wollen; andererseits kommen Reisende nach Österreich, welche die Berücksichtigung der (v. a. ökologischen) Nachhaltigkeit und der Gesundheitswirkung im Bereich Tourismusmobilität wertschätzen.

Besonders relevant sind auch die Informations- und Kommunikationskanäle, welche die Angebote für Reisende (speziell auch im Bereich der Mobilität) bündeln und gezielt weiterleiten. Hier sollte es vor allem Informationen und Mobilitätsangebote in Bezug auf „schwach“ besuchte Tourismusorte in Österreich geben. Die Kooperationen zwischen den Regionen und den Bund-Länder-Verantwortlichen sind wesentlich, da vor allem lokale Tourismus- und Verkehrsverantwortliche die Schwächen und Potenziale ihrer Region der Tourismusmobilität kennen. Aber nicht nur das Angebot hinsichtlich Tourismusmo-

bilität wird in diesem Szenario quantitativ gesteigert, sondern vor allem qualitativ ausgeweitet, um den Aufwand für die Reisenden so gering wie möglich zu halten.

Abbildung 9: Diskussionsergebnisse Szenario "Wir haben's erkannt, wir tun was!"



Quelle: Dokumentation zum Workshop mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Verkehr und Tourismus (21.02.2013 TU Wien)

## 2.5. DIE VIER SZENARIEN AUF EINEN BLICK

Die vier Szenarien zeigen, in welche Richtungen sich Tourismusmobilität in Österreich bis ins Jahr 2030 entwickeln könnte. Daraus entsteht ein differenziertes Bild, das je nach Ausgangslage in den Bereichen Siedlungsraum, Tourismus/Wirtschaft, Verkehr und Gesellschaft unterschiedliche Folgen und Auswirkungen erwarten lässt.

Wenn keine Interventionen, Förderungen und/oder Kooperationen vorgenommen werden, wäre das **Szenario 1 „Weiter so!“** mit vorwiegend negativen Folgen relativ wahrscheinlich. Die Tourismusregionen entwickeln nach wie vor ihre Konzepte für sich und vor sich hin. Durch die unveränderten Strategien wird der Zeitpunkt verpasst, grundlegende Änderungen vorzunehmen (verstärkte horizontale Vernetzung, koordinierte Werbeaktionen). Da die Zahl der Übernachtungen kontinuierlich weiter ansteigt, scheint kein Handlungsbedarf gegeben zu sein. Aber die Verkehrsbelastung steigt kontinuierlich durch die touristische An- und Abreise und sowohl die lokale Bevölkerung als auch die Reisenden werden immer unzufriedener.

Mit Blick auf die Nächtigungszahlen könnten idealtypisch gesehen durchaus gegensätzliche Szenarien eintreten, die Vor- und Nachteile mit sich bringen und im **Szenario 2 „Masse und/oder Klasse“** münden. Einerseits könnte Österreich vermehrt Reisende ansprechen, die weniger Geld für den Jahresurlaub ausgeben als der Durchschnitt, auch wenn dies auf keiner gezielten Marketingstrategie gründet. Diese Masse an Reisenden bringt dennoch parallel keine höhere regionale Wertschöpfung, aber eine zunehmende Verkehrsbelastung und den Verlust der touristischen Attraktivität des Landes,

die sich allenfalls insofern „positiv“ entwickelt, als nur mehr eingeschränkte Mobilitätsdienstleistungen nachgefragt werden. Andererseits könnte es Österreich als „high-end“-Destination geschafft haben, sich in einem nachfragestarken Segment zu positionieren. Das birgt jedoch das Risiko des Identifikationsverlustes und der Teuerung vor Ort, was Abwanderung der jungen Erwachsenen mit sich bringt. Durch die Verankerung des Nachhaltigkeitsdiskurses kommen jedoch auch Reisende, die eine entsprechend umweltgerechte Mobilität erwarten, nachfragen und so die Umstellung des Urlaubs-Mobilitätssektors forcieren.

Mit dem **Szenario 3 „An der Zielgruppe vorbei“** wird die Bedeutung eines differenzierteren Marketings hervorgehoben. Durch ein unspezifisches Marketing ist die Bewerbung Österreichs resp. seiner Regionen ineffizient, Investitionen werden „an der Nachfrage vorbei“ getätigt, was die lokale Ökonomie resp. die öffentliche Hand stark belasten kann. Kommen Tourist/innen mit Erwartungen, denen aus mangelnder Kenntnis darüber kein angemessenes Angebot gegenübersteht, dann sind Enttäuschungen die Folge, eine mittelfristig rückläufige Nachfrage und langfristig ein Imageschaden, der sich nur schwierig „reparieren“ lässt. Integrative Lösungen für Tourismus und Mobilität sind in diesem Szenario besonders schwierig umzusetzen.

Für alle Akteur/innen bringt das **Szenario 4 „Wir haben´s erkannt, wir tun was!“** die größten Vorteile: Einen gezielten bedürfnis- und erwartungsorientierten Ausbau der Angebote für Tourismusmobilität und eine letztlich daraus resultierende höhere Wertschöpfung. Die Berücksichtigung der sehr unterschiedlichen Urlaubs- und Mobilitätsstile hat dazu geführt, dass die regional und qualitativ unterschiedlichen touristischen Angebote gut angenommen wurden. Die Orientierung an Zielen der Nachhaltigkeit auf allen Ebenen und von allen Beteiligten bestimmt dieses Szenario; das Mainstreaming der nachhaltigen Zielsetzungen erreicht langfristig auch die Skeptiker/innen. Von den Tourist/innen wird schließlich sehr geschätzt, dass die Destinationen sich nicht nur an den (kurzfristigen) Zielen der Besucher/innen orientieren, sondern auch die lokale Bevölkerung mit einbeziehen. Diese Strategie ist zudem am besten geeignet, das vielseitige Bild Österreichs zu entwickeln und in eine differenzierte Vermarktungsstrategie einzubinden.

Tabelle 3: Übersicht Ausgangshypothesen und „Driving Forces“ der Szenarien (Auswahl)

Ausgangslage	„Weiter so!“	„Masse und/oder Klasse“	„An der Zielgruppe vorbei“	„Wir haben’s erkannt, wir tun was!“
<b>RAUM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentration des Tourismus auf verhältnismäßig wenige Regionen</li> <li>• Klimaerwärmung im Rahmen vorsichtiger Schätzungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viele low-cost-Reisende trotz Versuch „high-end“-Tourismus in nahezu alle Urlaubsregionen zu bringen</li> <li>vs.</li> <li>• Gesamtösterreich als „high-end“-Destination</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenig bis keine Kooperationen</li> <li>• Tourismusverantwortliche vor Ort werden nicht miteinbezogen</li> <li>• Keine Angebote bzgl. Mobilität am Urlaubsort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeit wird als Balance zwischen ökonomischer, sozialer und ökologischer Entwicklung gesehen</li> </ul>
<b>TOURISMUS / WIRTSCHAFT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismus-Regionen entwickeln ihre Konzepte „jede für sich“</li> <li>• Zahl der Übernachtungen steigt weiter, vor allem in der 4- und 5-Stern-Hotellerie, Rückgang der Privat-zimmervermietung</li> <li>• Weiterer (moderater) Rückgang der Aufenthaltsdauer; Zunahme von ausgesprochenen Kurzreisen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versuch, „low-cost Reisen“ in und nach Österreich zu etablieren</li> <li>vs.</li> <li>• Österreich als „high-end“-Destination ist etabliert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing-Felder sind unspezifisch („Breitbandwerbung“)</li> <li>• Fehlende Zielgruppenanalysen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konstant steigende Übernachtungszahlen</li> <li>• Alle Reisende finden ihre Sparte im Tourismusangebot</li> </ul>
<b>VERKEHR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• immer mehr Reisende mit MIV - touristischer Verkehr nimmt zu</li> <li>• Tagestourismus-Reiseverkehr nimmt weiter zu</li> <li>• Saisonale Spitzen weiter stark ausgeprägt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Immer mehr MIV-Reisende bzw. Ausweichen auf Billigtransportmittel</li> <li>vs.</li> <li>• Immer mehr ÖV-Reisende, da Nachhaltigkeit und Naturschutz groß geschrieben werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionen an falscher Stelle, da die Zunahme an Kurzreisenden unterschätzt wurde</li> <li>• Es fehlt an Erhebungen zur Urlaubsmobilität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielter Ausbau der Angebote für Tourismusmobilität zum und vom Urlaubsort</li> <li>• Gezielter Ausbau der Angebote für Tourismusmobilität am Urlaubsort</li> </ul>
<b>GESELLSCHAFT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Urlaubsplanungen werden flexibler</li> <li>• Weiterer Rückgang der Aufenthaltsdauer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individualität und Spontaneität verändern die Reisetile</li> <li>vs.</li> <li>• Nachhaltigkeitsdiskurs verändert die Reisetile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftlicher Wandel führt zu vermehrter Ausdifferenzierung der Interessen / Erwartungen / Bedürfnisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Differenzierte Gesellschaft wird berücksichtigt; unterschiedliche Lebensstile und soziale Milieus werden analysiert</li> </ul>

Quelle: Eigene Bearbeitung

Tabelle 4: Übersicht der Auswirkungen der Szenarien (Auswahl)

Auswirkungen für ...	„Weiter so!“	„Masse und/oder Klasse“	„An der Zielgruppe vorbei“	„Wir haben´s erkannt, wir tun was!“
<b>TOURISMUS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunehmend Package-Angebote, die aber Tourismusmobilität (v. a. An- und Abreise) vernachlässigen</li> <li>• Unzureichende Vorbereitung auf drastische Änderungen im technologischen Sektor bzgl. Urlaubsplanung und Informationsbeschaffung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionale Wertschöpfung pro Nächtigung ist stark rückläufig vs.</li> <li>• Nächtigungen zwar rückläufig, aber Wertschöpfung steigt;</li> <li>• Viele low-cost Reisende führen zum Verlust der touristischen Attraktivität vs.</li> <li>• Lokale Authentizität geht durch „high-end“-Vermarktung verloren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weniger bzw. „falsche“ Reisende kommen</li> <li>• Konkurrenzgebiete entwickeln sich rascher und spezifischer</li> <li>• Man irrt sich bei den Zukunftsmärkten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzieller Ausgleich zwischen den Profiteur-Regionen und den „belasteten“ Regionen</li> <li>• Österreich gilt als differenziertes Urlaubsland</li> </ul>
<b>VERKEHR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende saisonale Entzerrung führt zu mehr Staubildung</li> <li>• Wenig Kooperationen mit Touristiker/innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunehmende Verkehrsbelastung durch viele Reisende</li> <li>• Regional ungleiche Verkehrsbelastungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzreiseverkehr führt zu Überlastungen</li> <li>• Fehlende Direktverbindungen führen zu Destinationswechsel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrskonzepte werden auf verschiedenen Ebenen ineinandergreifend organisiert</li> </ul>
<b>REISENDE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine Fokussierung auf unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse</li> <li>• Keine Angebote für Tagesreisende</li> <li>• Packages zu unflexibel</li> <li>• Österreich als Urlaubsland wird unattraktiv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individualität und Spontaneität kann nur mittels IV gelebt werden, da es keine ÖV- Angebote gibt</li> <li>• Verlust der Authentizität der Regionen durch Internationalisierung führt zu Unzufriedenheit bei Reisenden &amp; Einheimischen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine Fokussierung auf unterschiedliche Mobilitätsbedürfnisse</li> <li>• „Falsche“ Angebote</li> <li>• Konkurrenzmärkte sind attraktiver, weil differenzierter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedürfnisse und Erwartungen der Reisenden werden analysiert und berücksichtigt</li> <li>• Lokale Bevölkerung wird eingebunden</li> </ul>
<b>TOURISMUSMOBILITÄT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unklare politische Zuständigkeiten</li> <li>• Unzureichende nationale und internationale Zusammenarbeit</li> <li>• Kein klares Profil</li> <li>• ÖPV touristisch nicht rentabel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viele low-cost Tourist/innen (Masse) vs.</li> <li>• Ausgewählte Tourist/innen (Klasse) bringen hohe Inflation und/oder geringe Wertschöpfung mit sich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Analyse der Zielgruppen bringt weniger Tourist/innen</li> <li>• Fehlende Kooperationen zw. Verkehr &amp; Tourismus</li> <li>• Österreich investiert „überall und nirgendwo“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgestimmte Tourismus- und Verkehrspolitik</li> <li>• Es existieren zahlreiche Kooperationen auf allen Ebenen</li> <li>• Abgestimmte Tourismus- und Verkehrskonzepte</li> </ul>

Quelle: Eigene Bearbeitung



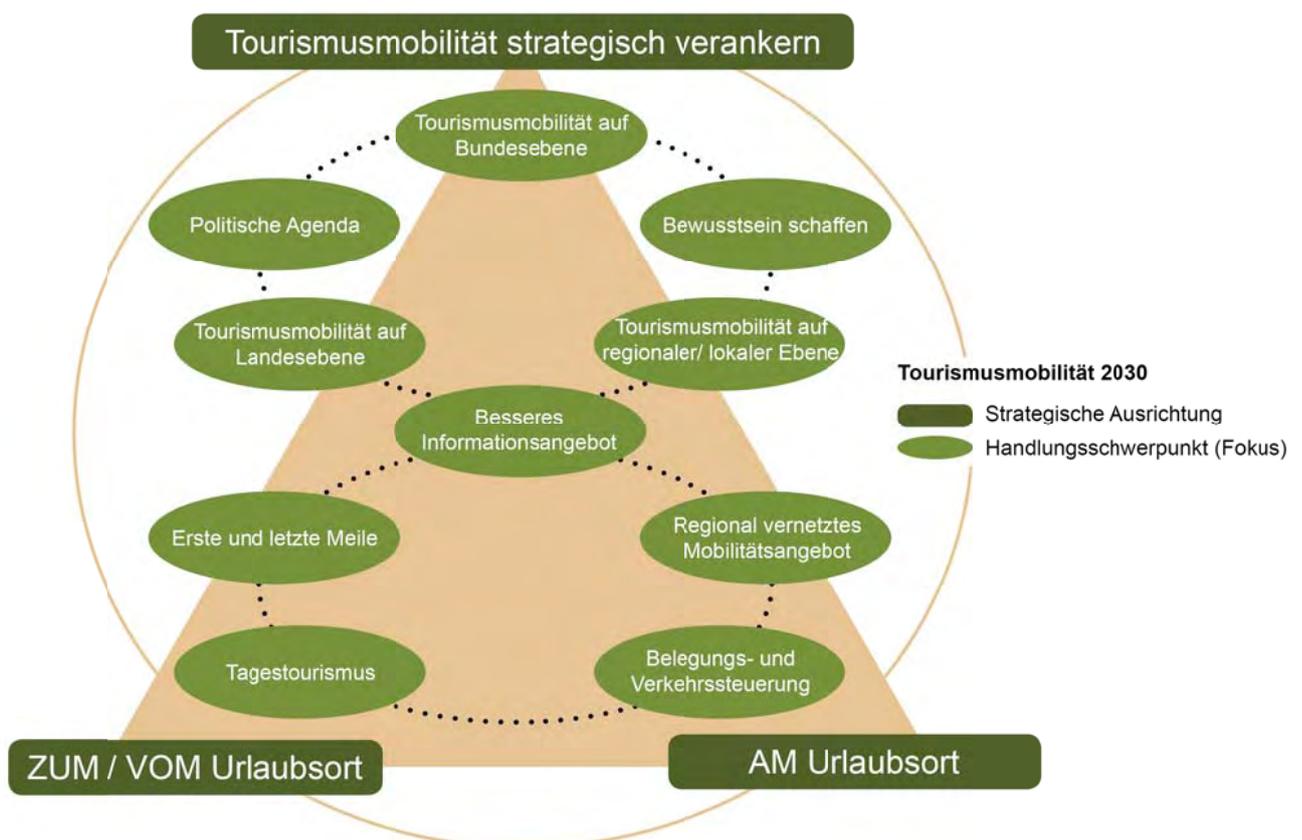
# **Studie Tourismusmobilität 2030 in Österreich**

## **TEIL 3: Zukunft strategisch gestalten**

### 3 ZUKUNFT STRATEGISCH GESTALTEN

Die Studie Tourismusmobilität mit Blick auf 2030 tritt als „thematischer Türöffner“ an, um Handlungsoptionen für die Gebietskörperschaften, die Tourismuswirtschaft sowie den Mobilitätssektor auf österreichischer Ebene zu behandeln und das sozioökonomische Potenzial für die unterschiedlichen Akteur/innen sichtbar zu machen. Das vorliegende Kapitel umfasst mögliche Handlungsoptionen, die auf Basis der Grundlagenuntersuchung (Kap. 1), der Szenarien (Kap. 2) und der Ergebnisse zweier Workshops mit privaten und öffentlichen Vertreter/innen aus den Bereichen Tourismus und Verkehr zum Thema Tourismusmobilität entwickelt wurden. Dabei kristallisieren sich strategische Ausrichtungen und deren Handlungsschwerpunkte heraus.

Abbildung 10: Darstellung zur strategischen Ausrichtung und deren Handlungsfokusse



Quelle: Eigene Bearbeitung

## Drei strategische Ausrichtungen und neun Handlungsschwerpunkte

### (1) Tourismusmobilität **ZUM** und **VOM** Urlaubsort

- Erste und letzte Meile
- Tagestourismus
- Belegungs- und Verkehrssteuerung: Verkehrsspitzen und Saisonalität auflösen

### (2) Tourismusmobilität **AM** Urlaubsort

- Erweiterung der (regional) vernetzten Mobilitätsangebote vor Ort
- Bessere Informationsangebote für die Tourist/innen

### (3) Tourismusmobilität **strategisch** verankern

- Tourismusmobilität auf Bundesebene – Politische Agenda
- Tourismusmobilität auf Bundesebene – Bewusstsein schaffen
- Tourismusmobilität auf Landesebene
- Tourismusmobilität auf regionaler und lokaler Ebene

Im Folgenden wird der jeweilige Handlungsschwerpunkt (Fokus) kurz beschrieben und die Problemstellung herausgearbeitet. Die Handlungsoptionen / Handlungsempfehlungen werden in einer Tabelle übersichtlich aufbereitet und textlich erläutert. Der Vorschlag für die Intensität der Beteiligung der Akteur/innen als strategische Partner/innen wird grafisch aufbereitet, ebenso die den Akteur/innen zugeordneten Maßnahmenbündel, die die Analysen und vorbereitenden Aktivitäten, Umsetzungsmaßnahmen, Vermarktung- bzw. aktive Informationstätigkeit sowie Interventionen regulatorisch hoheitlichen Charakters umfassen. Ein Beispiel aus der Praxis dient abschließend der Verdeutlichung der einzelnen Handlungsschwerpunkte.

Die Aufbereitung der Handlungsempfehlungen folgt den Mobilitätsbedürfnissen der Tourist/innen und adressiert:

#### die **Akteur/innen**

- Gebietskörperschaften,
- Tourismus,
- Verkehr sowie
- regionale und lokale Wirtschaft

und deren Möglichkeiten der **Beteiligung** als

- Hauptverantwortliche,
- Mitwirkende / Unterstützende oder
- Informierte bzw. gegebenenfalls Einzubeziehende,

differenziert nach den **Aktivitäten**

- Analysieren / Vorbereiten,
- Umsetzen,
- Vermarkten / Informieren und
- Regulieren.

## 3.1 TOURISMUSMOBILITÄT ZUM UND VOM URLAUBSORT

### 3.1.1 FOKUS 1 „ERSTE UND LETZTE MEILE“

Die An- und Abreise zum und vom Urlaubsort ist ein wesentliches Thema zur Gestaltung der Tourismusmobilität. Vor allem die „erste Meile“ – Start in den Urlaub von zuhause resp. Rückkehr nach Hause – und die „letzte Meile“ – Erreichen des Ziels am Urlaubsort resp. Abreise von dort – bestimmen maßgeblich die Verkehrsmittelwahl. Es ist relevant, ein differenziertes Wissen über die (Urlaubs-)Reisephasen – von der Reisevorbereitung bis zur An- und Rückkunft – aufzubauen. Aufbauend auf diesen Kenntnissen und Überlegungen kann zum einen im Hinblick auf die Zugänglichkeit und die Wahlmöglichkeiten von Verkehrsmitteln und die damit verbundenen Mobilitätsketten das Reiseverhalten der Tourist/innen beeinflusst werden, zum anderen kann die Bereitstellung entsprechender (Verkehrs-)Infrastrukturen und Angebote seitens der Akteur/innen aus dem Bereichen Verkehr und Tourismus optimiert werden. Der Transport des Reisegepäcks sowie die Mitnahme bzw. die Bereitstellung vor Ort von Sport- und Freizeitausrüstungen ist saisonal unterschiedlich ausgeprägt und nimmt in der Gestaltung der Reisekette eine zentrale Rolle ein.

#### Problemstellung

Um das Mobilitätsverhalten im Tourismus effizient zu steuern, braucht es gezielte Analysen über die Bedürfnisse und Erwartungen der Reisenden. Diese unterscheiden sich nach sozialen Gruppen, die einerseits nach den teilweise verfügbaren Strukturmerkmalen wie Alter, Haushaltstyp, Nationalität und Einkommen beschrieben werden können, andererseits nach Einstellungen und vorherrschenden Werten sowie Tourismus- und Mobilitätsstilen differenzierter betrachtet werden müssen. An diesen bislang unbekanntem Determinanten eines „undurchsichtigen“ An- und Abreiseverhaltens der Urlauber/innen setzt die Problemlösung maßgeblich an. Zudem sind für die tatsächliche Wahl des Verkehrsmittels teils in sich widersprüchliche Abwägungen bei den Reisenden vorzufinden: Oft kennt die Zielgruppe die Angebote für die „erste Meile“, will sie aber nicht nutzen, gleichzeitig sind die Angebote für die „letzte Meile“ nicht bekannt, die Bereitschaft diese zu nützen wäre aber vorhanden.

#### Handlungsoptionen

Beim Fokus „Erste und letzte Meile“ besteht das größte Potenzial in der Optimierung der Lenkung von überregionalen Reisesströmen auf Bundes- und Landesebene. Es liegt vorwiegend in ihrer Verantwortung eine verbesserte Bedürfnis- und Erwartungsanalyse von Tourist/innen vorzubereiten, indem Forschungen diesbezüglich gefördert und Informationen zu analytischen Zwecken weitergeleitet werden. Nach erfolgter Analyse und verstärkter Kommunikation zum Thema können zielgruppenorientierte Angebote geschaffen werden. Unterstützend sollten der Tourismus- und Verkehrssektor auf der Umsetzungsebene mitwirken. Dabei gilt es, die unterschiedlichen Zielgruppen zu identifizieren, um auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Reisenden mit den richtigen Maßnahmen reagieren zu können. Die „Meile am Wohnort“ erfordert eine übergeordnete Strategie mit den Hauptverkehrsträgern, insbesondere den Bahn- und Fluggesellschaften, aber auch der Taxibranche, um Hürden der Zugangsmöglichkeit für eine komfortable und leistbare Mobilitätskette zu ermöglichen. Die „Meile am Urlaubsort“ ist hingegen jene, die zu einem wesentlichen Teil direkt von der lokalen und regionalen Tourismuspolitik und -wirtschaft steuerbar ist, die spezifische Kooperationen mit Mobilitätsanbieter/innen initiieren und

umsetzen bzw. Mobilitätsangebote (Shuttles, Car-Sharing, Mobilitätscards etc.) selbst in ihr Angebotssportfolio integrieren können.

Die Bewusstseinsbildung zur Verkehrsmittelwahl hat breit anzusetzen – bei den Reisenden, der Tourismusbranche und den Mobilitätsanbieter/innen. So können neu entwickelte ÖV-Angebote oder Sharing-Modelle für die „erste und letzte Meile“ angenommen und nachhaltige Mobilität im Tourismussektor umsetzbar werden. Beispielsweise könnten im Sinne der differenzierten Lebensstile erlebnisreichere und komfortablere Angebote gestaltet bzw. ausgebaut werden. Aber auch Einzelmaßnahmen, wie Kombitickets (Stadt- und Regionalverkehr mit der Bahnfahrkarte österreichweit mitkaufen), Gepäcklogistik („von der Haustür zur Hoteltür und retour“), attraktivere bzw. komfortablere Autoreisezüge, eine verstärkte Einbeziehung von Busreisen, die Kooperation mit der Taxibranche und die Ausgabe von Gästekarten „als Mobilitätsschlüssel“ für eine nachhaltigen Mobilität vor Ort (Gratisbenutzung, finanziert z. B. über die Nächtigungsabgabe).

Tabelle 5: Handlungsoptionen Fokus 1 „Erste und letzte Meile“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft	
1.1	„Erste und letzte Meile“: Bedürfnisse und Erwartungen der Tourist/innen sozial differenziert erheben		●	◐	◐	◐	
		A	U	V	R	A	U
1.2	Auf differenzierte Kenntnisse über die Tourist/innen aufbauen: Bewusstseinsbildung bei allen Akteur/innen zur Verkehrsmittelwahl		●	◐	◐	◐	
		A	U	V	R	A	U
1.3	ÖV- Angebote für "erste und letzte Meile" entwickeln und ausbauen sowie erlebnisreicher und komfortabler gestalten		◐	◐	●	◐	
		A	U	V	R	A	U

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- ◐ Mitwirkung/ Unterstützung
- ◑ Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

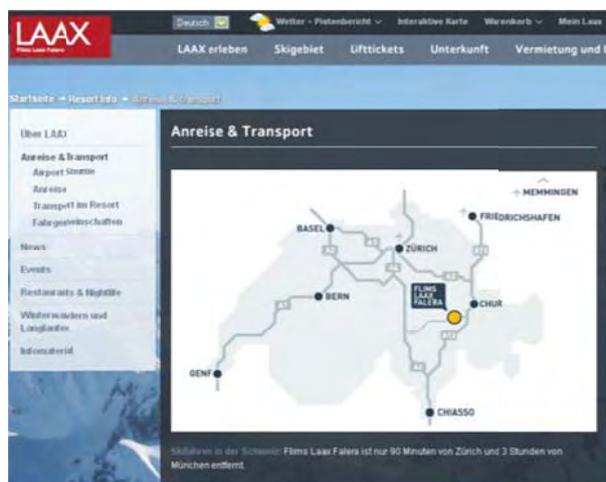
**Grad der Beteiligung**

- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice: LAAX (Flims, Laax, Falera)**

- Hinweis auf die Buchung einer Fahrgemeinschaft (in Kooperation mit rideshare.ch)
- Hinweis auf die Anreise mit dem öffentlichen sowie Weiterreise vom Flughafen mit dem Zug oder Bus ins Gebiet
- Airportshuttle von Zürich, Friedrichshafen und Memmingen

Abbildung 11: Beispiel Homepage Laax



Quelle: <http://www.laax.com/de/>, Zugriff am 09.10.2013

### 3.1.2 FOKUS 2 „TAGESTOURISMUS“

Neben Reisenden, die ihren Urlaub als Übernachtungsgäste in Österreich verbringen, spielen auch Kurzreisende und speziell Tagestourist/innen eine wesentliche Rolle für den Freizeit- und Tourismusverkehr. Sie besuchen eine Region, einen Ort, eine Sehenswürdigkeit oder eine Veranstaltung für einen Tag oder wenige Stunden und nehmen im Vergleich zur Aufenthaltsdauer oft beträchtlichen Zeitaufwand für die An- und Rückreise in Kauf: Je kürzer die Aufenthaltsdauer desto höher der relative Reiseaufwand.

An Spitzentagen führt dies zu Kapazitätsproblemen im Verkehrssystem. Zu Engpässen (z. B. Staus, Stellplatzmangel, lange Wartezeiten, überfüllte öffentliche Verkehrsmittel) kommt es besonders dann, wenn sich dieser Freizeitverkehr (z. B. Badeverkehr, Schiverkehr, Ausflugsverkehr) und der Urlauberschichtwechsel überlagern. Da gegenwärtige Entwicklungen eine weitere Zunahme an Kurzreisen und Tagesausflügen erwarten lassen, ist es notwendig, den Tagestourismus vermehrt in den „Mobilitätsfokus“ zu nehmen.

#### Problemstellung

Die steigende Anzahl der Tagestourist/innen ist zum einen eine Chance für die Tourismusbranche. Die Nachfrage der Kurzbesucher/innen ergänzt jene der Übernachtungsgäste und bildet in ansonsten eher tourismusschwachen Regionen eine wesentliche wirtschaftliche Basis. Andererseits ist der Umgang mit Nachfragespitzen, die oft sehr kurzfristig, wetterabhängig und zeitlich konzentriert (Wochenenden und Feiertage) auftreten, eine besondere Herausforderung für die lokale Ökonomie ebenso wie für die Gestaltung eines attraktiven und zugleich ökologisch und ökonomisch Mobilitätsgeschehens.

Die Bedeutung des Tagestourismus für die regionale Wertschöpfung wird zwar in vielen Regionen hervorgehoben, oft mangelt es jedoch an Alternativen, Initiative und Schwerpunktsetzungen für einen ökonomisch tragfähigen Nächtigungstourismus und damit eine breitere saisonale Verteilung. Wenn es den Akteur/innen in den Bereichen Tourismus und Mobilität nicht gelingt, sich gemeinsam auf den Trend zu kürzeren Aufenthalten und damit mehr Mobilität einzustellen und diese aktiv zu gestalten, sind vermehrt Nachteile für die Wirtschaft und die Lebensqualität in den Regionen zu erwarten. Tagestourismus muss differenzierter analysiert werden, da sowohl die Menge und Verteilung der Tagesreisenden, wie auch ihre Mobilitätsstile und Präferenzen wenig bis gar nicht bekannt sind. Zum Tagestourismus gibt es vereinzelt regionale Untersuchungen oder zumindest Schätzwerte, quantitative und qualitative Analysen zur Mobilität und Wertschöpfung fehlen weitgehend.

#### Handlungsoptionen

Der Fokus „Tagestourismus“ im Kontext der Tourismusmobilität zeigt, dass es von Seiten des Bundes, der Länder und der betroffenen Regionen und Gemeinden gilt, Maßnahmen zu gestalten und umzusetzen. Zunächst bedarf es einer Betrachtung und differenzierten Analyse der Stärken und Potenziale des österreichischen Tagestourismus, aber auch der Schwächen und Herausforderungen. Der so genannte Tagestourismus wird in Theorie und Praxis nicht klar vom Alltags-Freizeitwesen und damit der Freizeitwirtschaft unterschieden, entsprechend ergänzen, überlagern bzw. widersprechen sich auch die Anforderungen. Die Tagesgäste werden andere Erwartungen und Mobilitätsbedürfnisse aufweisen, als jene Personen, die eine längere Aufenthaltsdauer haben.

Die Erforschung der Wechselwirkungen von Tagestourismus und Mobilität, die Gestaltung der Mobilitätsangebote und daraus resultierend eine vermehrte Wertschöpfung aus Tages- bzw. Nächtigungstourismus soll in Zusammenarbeit der Tourismus- und Verkehrsverantwortlichen geschehen, die sowohl auf Vorbereitungs- als auch auf Umsetzungsebene involviert sein müssen. Neben einer gemeinsamen Gestaltung und Vermarktung von Kurz- und Tagesausflügen mit alternativen Mobilitätsangeboten, muss verstärkter Tagestourismus in überlasteten Regionen aber auch reguliert werden, indem es beispielsweise bei saisonbedingten Überlastungsschwerpunkten zu Limitierung und Besucherlenkung kommt.

Tabelle 6: Handlungsoptionen Fokus 2 „Tagestourismus“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
2.1	Tagestourismus berücksichtigen und differenzierter analysieren		●	⊗	⊗	⊗
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
2.2	Tagestourismus im Kontext mit einem gesamtwirtschaftlich tragfähigen Nächtigungstourismus zukunftsorientiert gestalten		⊗	●	⊗	⊗
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
2.3	Tagestourismus in überlasteten Regionen regulieren		⊗	●	●	⊗
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R

- Art der Beteiligung**
- Hauptverantwortung
  - ⊗ Mitwirkung/ Unterstützung
  - ⊙ Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen
- Grad der Beteiligung**
- A ... Analysieren/ Vorbereiten
  - U ... Umsetzen
  - V ... Vermarkten/ Informieren
  - R ... Regulieren

**Best Practice: Skigebiet Arlberg**

Bei drohender Überlastung der Skipisten behält sich die Region vor, aus Sicherheitsgründen den Verkauf von Tagesskipässen zu limitieren (vgl. Skiarlberg 2013). Tagesreisende, die mit einem Kombiticket (Bahn + Piste) anreisen sind davon nicht betroffen, sondern nur jene, die mit dem privaten Pkw anreisen.

Abbildung 12: Kombiticket Wintersport ÖBB



Quelle: <http://www.webheimat.at>, Zugriff am 02.07.2013

### 3.1.3 FOKUS 3 „BELEGUNGS- UND VERKEHRSSTEUERUNG: VERKEHRSSPITZEN UND SAISONALITÄT AUFLÖSEN“

Das Thema der Saisonalität spielt im Bereich der Tourismusmobilität eine wesentliche Rolle, da viele Auswirkungen auf direkte Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge zurückzuführen sind. Der aktuell unkoordinierte Umgang mit der Saisonalität in Österreich und seinen wichtigen touristischen Herkunftsmärkten, wie z. B. Deutschland oder Holland, führen zu hohen Verkehrsspitzen – Staus auf Autobahnen und Zufahrten zu Tälern, Überlastung von Zügen und Flughäfen – und behindern zudem die lokale und regionale Mobilität. Der Begriff der Saisonalität kann in Bezug auf die Tourismusmobilität wie folgt in Teilaspekte zusammengefasst werden: Erstens die Differenzierung in Winter- und Sommertourismus; zweitens die Differenzierung zwischen Ferien- bzw. Urlaubszeiten (Hochsaison) und anderen Reisezeiten (Nebensaison); drittens die bevorzugten An- und Abreisetage (eine Woche von Samstag bis Samstag).

#### Problemstellung

Die Kombination aus Verkehrssteuerung und einer abgestimmten Belegungssteuerung in den Beherbergungsbetrieben wäre notwendig, um Umwelt und Verkehrsinfrastruktur zu entlasten. Eine Auflösung saisonaler Verkehrsspitzen erfordert eine Verbreiterung der Hauptreisezeiten und ein Durchbrechen der sog. „Samstag-bis-Samstag-Strategie“ über differenziertere zielgruppenorientierte Angebote mit Fokus auf den Zeitpunkt der An- und Abreise.

Ziel muss ein (weiterer) schrittweiser Ausgleich saisonaler Schwankungen sein. Der Urlaubertransitverkehr durch Österreich verstärkt das Problem temporärer Verkehrsüberlastungen zusätzlich. Steuerungsmöglichkeiten zur Entflechtung der Reiseströme im grenzüberschreitenden Tourismus liegen hier auf europäischer Ebene (z. B. bessere Abstimmung der Ferienzeiten).

#### Handlungsoptionen

Durch ein koordiniertes Abweichen von den aktuell üblichen An- und Abreisetagen in Österreich gelingt eine besser gestaffelte Auslastung in den Beherbergungsbetrieben und einer Verringerung der Spitzenbelastungen von Verkehrsinfrastrukturen. Die Tourismusbetriebe verzeichnen eine gleichmäßigere Auslastung, für Autoreisende sind Verzögerungen durch die an-, ab- und durchreisebedingten Spitzenbelastungen auf den Straßen geringer und öffentliche Verkehrsmittel sind für Kund/innen durch die optimierte Auslastung (keine Überbelegung) komfortabler und attraktiver.

Zur Umsetzung einer effizienten Belegungs- und Verkehrssteuerung sind vor allem Kooperationen der Akteur/innen im Tourismus und der korrespondierende Interessensvertretungen gefragt, wobei die Unterstützung und Mitwirkung von Bund, Ländern, Verkehrsbetrieben und lokaler Wirtschaftsträger/innen notwendig ist. Um die Verkehrsinfrastruktur zu entlasten und die negativen ökonomischen und ökologischen Auswirkungen gering zu halten, ist die Entwicklung und Implementierung intelligenter Verkehrslösungen zur Routenführung notwendig: So braucht es z. B. neben existierenden Stauwarnungen mitunter automatische Umleitsysteme. Zu Saisonspitzen ist anzudenken, Gruppen(an)reisen vor allem im Tagestourismus (z. B. Schiverkehr) zu forcieren und dazu Organisationstools zu schaffen. Beispiele sind online-Plattformen, die die Möglichkeit der individuellen Organisation bieten. So könnten bei Nutzung einer „Mitfahrbörse“ vermehrt Kleingruppen im Pkw oder Gruppen unter-

schiedlicher Größe mit der Bahn (Gruppenermäßigungen) gemeinsam an den Urlaubsort anreisen. Erfahrungen zu derartigen Angeboten gibt es in mehreren Bundesländern.

Tabelle 7: Handlungsoptionen Fokus 3 „Belegungs- und Verkehrssteuerung: Verkehrsspitzen und Saisonalität auflösen“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft									
3.1	Durchbrechen der Samstag-bis-Samstag-Strategie durch differenzierteres zielgruppenorientiertes Angebot														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U
3.2	Intelligente Verkehrslösungen zur Routenführung schaffen - Vernetzung mit den Nachbarländern														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U
3.3	Forcierung von Gruppenreisen im Tagestourismus inklusive der Integration von Organisationstools für Gruppenanreisen														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U
3.4	Punktueller Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur														
		A	U	V	R	A	U	V	R	A	U	V	R	A	U

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

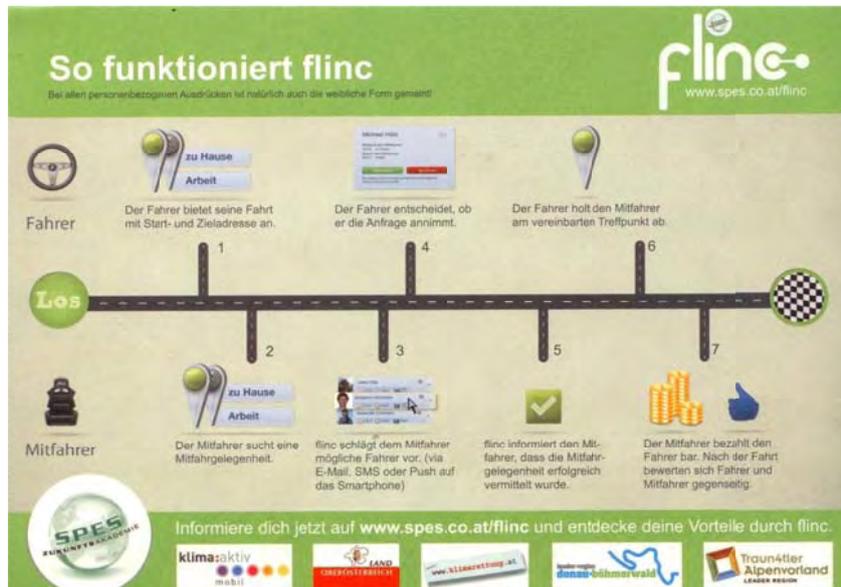
- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice:**

**Flinc (Echtzeit-Mitfahrbörse)**

- Koordination von spontanen und geplanten Fahrten bzw. Mitfahrten (u. a. Echtzeit Ridesharing über GPS Routing)
- Fahrten werden durch den/die Mitfahrer/in bar bezahlt
- Nach Durchführung, Bewertung durch Fahrer/in und Mitfahrer/in

Abbildung 13: Mitfahrbörse flinc



Quelle: [http:// www.resi.at](http://www.resi.at), Zugriff am 10.06. 2013

*Achtung: Hierbei müsste auch eine Lösung für möglicherweise anfallende (hohe) Roaming-Gebühren gefunden werden!*

## 3.2 TOURISMUSMOBILITÄT AM URLAUBSORT

### 3.2.1 FOKUS 4 „ERWEITERUNG DER (REGIONAL VERNETZTEN) MOBILITÄTSANGEBOTE“

Im österreichischen Tourismus ist der private Pkw angebots- und nachfrageseitig nach wie vor das favorisierte Verkehrsmittel. Um im Sinne einer umweltfreundlichen Mobilität der einseitigen Nutzung des Pkw für Urlaubsreisen entgegenzusteuern, ist es notwendig, die bestehenden öffentlichen Verkehrsangebote sowie Sharing-Modelle attraktiver zu gestalten, zu erweitern und regional besser zu vernetzen.

#### Problemstellung

Das Mobilitätsangebot am Urlaubsort und die Vernetzung in der Region sind häufig intransparent und von außen schwer wahrnehmbar. Dies betrifft sowohl den Städtetourismus, wenn Informationsmangel den Umstieg auf den öffentlichen Personennahverkehr erschwert, aber vor allem ländlich geprägte Tourismusregionen, für die die Vernetzung von kleinregionalen Angeboten für die Mobilität vor Ort bzw. von der Destination ins Hinterland von besonders großer Bedeutung ist. Von einem gewählten „Reisestützpunkt“ erfolgt die Weiterreise in umliegende Erholungsräume (Seen, Wandergebiete etc.) und zu Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten. Aufgrund der räumlich verteilten touristischen Ziele sowie der geringen Siedlungsdichte ist der öffentliche Verkehr ohne hohe monetäre Mittelzuschüsse aus den öffentlichen Budgets in den meisten österreichischen Tourismusregionen nicht finanzierbar und es bleibt bei der bevorzugten Benutzung des eigenen Autos. Ineffiziente Mobilitätsangebote könnten jedoch bei besserer Kenntnis der Reisebedürfnisse beispielsweise durch abgestimmte Fahrpläne oder alternative Angebote (Car- und Ridesharing, Shuttles 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, natur-geprägten Regionen gerne „umweltfreundlich“ und werten das Mobilitätsangebot als Komfortbonus.

#### Handlungsoptionen

In der Angebotsplanung und aktiven Vermarktung der Mobilitätsangebote sind sowohl die Bedürfnisse der Gäste als auch der einheimischen Bevölkerung einzubeziehen, um die Akzeptanz vor Ort und die Auslastung zu erhöhen und die Synergien mit der lokalen Ökonomie, die in indirektem Verhältnis zum Tourismus steht, zu steigern. Um die Anwenderfreundlichkeit von Buchungsvorgängen zu gewährleisten, ist eine regions-, allerdings auch bundesländerübergreifende Lösung anzustreben, die insbesondere die Einbindung der Angebote vor Ort umfasst (z. B. Gemeindebusse, Shuttles, Gästetaxis, Ausflugsangebote, Radwege, Verleihsysteme, Carpooling vor Ort). Den Schnittstellen zwischen öffentlichen und privaten Anbieter/innen gilt besondere Aufmerksamkeit. Dabei kann das Service von Mobilitätszentralen, wie sie bereits in mehreren Bundesländern (z. B. Burgenland, Oberösterreich, Niederösterreich) umgesetzt bzw. in Umsetzung sind, genutzt werden.

Auf übergeordneter, strategischer Ebene können Know-how, Fortbildung und kooperative Entwicklung von Strategiedokumenten der für Tourismus, Verkehr und Umwelt zuständigen Ressorts bezüglich Förderangelegenheiten gebündelt werden. Insbesondere sollen regionale Initiativen aktiv unterstützt,

neue Trends im Mobilitätsverhalten (z. B. „Nutzen statt Besitzen“) aufgegriffen und Betreiber/innen durch bessere Informationsangebote zu innovativen Mobilitätslösungen ermutigt werden.

Tabelle 8: Handlungsoptionen Fokus 4 „Erweiterung der (regional vernetzten) Mobilitätsangebote“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft	
4.1	Vernetzung von regionalen Angeboten sowie Erweiterung von Mehrtageskarten für Bus und Bahn in den Regionen		●	●	●	●	
		A	U	V	R	A	U
4.2	Gemeinsames, auf Tourist/innen und Einheimische abgestimmtes, regionales ÖV Angebot		●	●	●	○	
		A	U	V	R	A	U
4.3	Im Sinne der Governance: Zusätzliche Einbindung privater Anbieter/innen in den Tarifverbund		●	○	●	○	
		A	U	V	R	A	U
4.4	Effiziente Auslastung der Infrastrukturen durch intelligente Verkehrslösungen forcieren		●	○	●	●	
		A	U	V	R	A	U
4.5	Angebotsbereitstellung unter dem Motto "Nutzen statt Besitzen" in den Regionen - Carsharing und Ridesharing auch im Tourismus		●	●	○	●	
		A	U	V	R	A	U

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice:  
Alps Mobility  
im Hochpustertal**

- Auswahl der Ausflugsziele, Skigebiete und Loipenstiege
- Integration des Skibusdienstes in den öffentlichen Liniendienst
- Festlegung der Knotenpunkte
- Planung der Umläufe
- Abstimmung mit den Anschlusslinien

Abbildung 14: Beispiel Netzplan Hochpustertal, Südtirol



Quelle: <http://www.qnex.it/>, Zugriff am 25.04.2013

Achtung: Hierbei müsste auch eine Lösung für möglicherweise anfallende (hohe) Roaming-Gebühren gefunden werden!

### 3.2.2 FOKUS 5 „BESSERE INFORMATIONSANGEBOTE FÜR TOURIST/INNEN“

Gute Informationen zum touristischen Mobilitätsangebot am Urlaubsort erfordern kompetente direkte Auskunft (mündlich, telefonisch, schriftlich) und Mobilitätshinweise im touristischen Werbematerial sowie auf den online-Plattformen touristischer Destinationen. Ihre einfache Verfügbarkeit beeinflusst maßgeblich die Verkehrsmittelwahl für die An- und Abreise.

#### Problemstellung

Bisher bieten Tourismusbüros und -unternehmen sowie Anbieter/innen von Mobilitätsdiensten Informationen und Services meist unabhängig voneinander an, was zu Lücken in der Angebotskette führen kann. Dies bedeutet etwa, dass die Mobilitätsmöglichkeiten vor Ort zwar bereits vorab geklärt werden, dafür Informationen zur autounabhängigen Anreise verloren gehen und umgekehrt. Die Informationsbereitstellung zu Angeboten für die „erste und letzte Meile“ ist meist besonders spärlich. Aufgrund des unzureichenden Informationsangebots durch die von den Tourist/innen gewählte Anlaufstelle wissen diese meist nicht ausreichend über das vor Ort bestehende Angebot Bescheid. Die komplizierte Informationsbeschaffung bzw. Angebotsstruktur kann eine hohe Barriere für eine autofreie Anreise bzw. die Nutzung alternativer Mobilitätsangebote vor Ort darstellen. Zum Informationsangebot gehören auch die „physischen“ Informationen vor Ort: Beschilderung, Orientierungspläne, (auch bei schlechtem Licht lesbare) Fahrplanaushänge an Haltestellen, Signalisierung von Serviceeinrichtungen wie Car-sharing-Standplätze etc.

#### Handlungsoptionen

Sowohl durch die direkte Vermittlung von Informationen durch die Tourismusdestinationen, Beherbergungsbetriebe und andere Tourismusunternehmen als auch über die Einbindung von Touristiker/innen in die Gestaltung der Informationsangebote von Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbänden soll für Reisende klar ersichtlich werden, wie diese bestmöglich und „einfach“, bei optimaler Benützung der vorhandenen Mobilitätsangebote von ihrem Urlaubsquartier zu touristischen Zielen ihrer Urlaubsregion gelangen können.

Die Ergänzung und Optimierung eines verkehrsmittelübergreifenden Systems zur Routenberechnung im Internet, insbesondere durch Informationen zu örtlichen Angeboten, wäre wünschenswert. Dazu ist zu klären, wer Informationen für eine solche online-Plattform sammelt und diese in weiterer Folge technisch sowie inhaltlich betreut. Ebenso sollte darauf geachtet werden, dass manche Zielgruppen vom Zugang zu Information nicht ausgeschlossen werden. Parallel zum online-Angebot sind daher die direkten Ansprechpersonen der Tourismusbüros, Beherbergungsbetriebe und anderer Tourismus- und Freizeiteinrichtungen einzubinden. Besonders wichtig erscheint dabei die „Eigenverortung“ der Tourismusunternehmen auf einer umfassenden Mobilitätslandkarte – also nicht nur der Straßenkarte – und eine entsprechende Fortbildung der Ansprechpersonen für Gäste.

Durch die Möglichkeit, Bahn-, Lift-, Bus- bzw. Eintrittskarten in der jeweiligen Unterkunft, im Tourismusbüro oder per Internet (z. B. auch Smartphone-Applikation) kaufen zu können, soll die Nachfrage an „Orte von Interesse“ frühzeitig abgeschätzt werden können, um potenzielle Überlastungsschwerpunkte zu erkennen und regulierend oder via Kontingentierung eingreifen zu können. Außerdem sol-

len die jeweiligen Zielgruppen erfassbar sein, sodass in zielgruppenspezifische Information und Koordination investiert werden kann.

Die Koordination der zahlreichen Akteur/innen könnte über die österreichischen Tourismusdestinationen erfolgen. Mittels Pilotprojekten können Probleme und Hemmnisse identifiziert werden. Basierend auf diesen Erfahrungen soll eine österreichweite Lösung angestrebt werden.

Die Hauptakteur/innen im Tourismus sollten dabei unterstützt werden, ihr Marketing zielgruppenspezifisch zu koordinieren. Information zum spezifischen Mobilitätsangebot soll vor und während des Urlaubs sowie in der Nachbetreuung der Gäste erfolgen.

Tabelle 9: Handlungsoptionen Fokus 5 „Bessere Informationsangebote für Tourist/innen“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
5.1	Über Mobilitätsangebote am Urlaubsort bereits vor dem Urlaubsbeginn aktiv informieren					
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
5.2	ÖV und andere, zum IV alternative Mobilitätsangebote am Urlaubsort als Standortvorteil bewerben					
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
5.3	Möglichkeit zum Kauf von Lift-, Bus- und Bahn- sowie anderen Eintrittskarten direkt in der Unterkunft, oder besser noch: „überall“					
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
5.4	Im Bereich „zielgruppenspezifische“ Kommunikation und Information investieren					
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice: Informationsangebot Homepage „Bergsteigerdörfer“**

- „Gönnen Sie auch Ihrem Auto einen Urlaub“ Informationsangebote je Gemeinde
- Hinweis auf Homepage zu autofreier Mobilität vor Ort
- Busverbindungen, Alm- und Wandertaxi (mit Voranmeldung), Taxidienste (spontan)

Abbildung 15: Logo und Lage der Bergsteigerdörfer

Quelle: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/>, Zugriff am 9.10.2013



### 3.3 TOURISMUSMOBILITÄT STRATEGISCH VERANKERN

#### 3.3.1 FOKUS 6 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF BUNDESEBENE – POLITISCHE AGENDA“

Zentrales Anliegen der Studie Tourismusmobilität 2030 in Österreich ist die inhaltliche und strategische Aufbereitung der Querschnittsmaterie Tourismusmobilität. 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 der Mobilitätsbedürfnisse rechtzeitig reagieren zu können.

#### **Problemstellung**

Die Verknüpfung der Themen Tourismus und Mobilität findet aktuell in Österreich kaum statt. Die Kompetenzen in diesen Politikbereichen sind auf Bundesebene in verschiedenen Ministerien angesiedelt. Beide Themen nehmen in den Ministerien eine wichtige Rolle ein – zahlreiche (Förder-)Programme, strategische Dokumente und Studien unterstreichen dies. Eine gezielte Abstimmung der Bedürfnisse der Tourismus- und Mobilitätsverantwortlichen sowohl aus der Verwaltung als auch aus der Wirtschaft wurden in den beiden Workshops im Rahmen dieser Studie gefordert.

#### **Handlungsoptionen**

Tourismusmobilität sollte mittelfristig Teil des Regierungsprogramms werden. Positive ökologische, ökonomische und soziale Effekte können bei der Umsetzung über Fach- und Querschnittpolitiken erreicht werden. Zur strategischen Verankerung der Tourismusmobilität sind die Ministerien gefordert. Schnittstellen ergeben sich insbesondere zum Umweltressort (BMLFUW). Eine engere Kooperation der Ministerien bietet Potenziale für Effizienz steigernde Synergien der Fachressorts. Landesstellen sollen in diesen Prozess eingebunden werden, da sie für die Umsetzung der jungen Materie Tourismusmobilität in Landesorganisationen (Verkehrsverbände, Tourismusdestinationen etc.) zuständig und als Aufsichtsorgan und Ansprechpartner Rahmen- und Impulsgeber für die Gemeinden sind. Unterstützend dazu soll das Thema Tourismusmobilität im Rahmen der ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) positioniert werden – ein klares Signal, Tourismusmobilität auch in den Landesstrategien zu verankern.

Tabelle 10: Handlungsoptionen 6 „Tourismusbilität auf Bundesebene – Politische Agenda“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
6.1	Tourismusbilität im Regierungsprogramm verankern	●	⊗	⊗	⊗	○
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
6.2	Tourismusbilität im Rahmen der ÖROK thematisieren	●	⊗	⊗	⊗	○
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
6.3	Horizontale Vernetzung mit allen relevanten Bundesministerien und Fachressorts	●	⊗	⊗	⊗	○
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
6.4	Programm „Nachhaltig unterwegs im Urlaub“ entwickeln	●	⊗	⊗	⊗	○
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
6.5	Abstimmung der Tourismusbilität in den Landesstrategien und -programmen	●	⊗	⊗	⊗	○
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	A U V R

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- ⊗ Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice:**

**Österreichische Tourismusstrategie**

- Marketing: Kräfte bündeln
- Förderungen: Themen forcieren
- Innovationen: Ideen zum Durchbruch verhelfen
- Infrastruktur: Grenzen abbauen
- Rahmenbedingungen: Wettbewerbsfähigkeit erhöhen

(vgl. BMWFJ 2011)

Abbildung 16: Österreichische Tourismusstrategie



Quelle: BMWFJ 2011: 25

### 3.3.2 FOKUS 7 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF BUNDESEBENE – BEWUSSTSEIN SCHAFFEN“

Es besteht die Möglichkeit seitens der Bundesebene, das Thema Tourismusmobilität für 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 und konsequenter und erfolgreicher Umsetzung werden.

#### **Problemstellung**

Die Daten, Informationen und Erfahrungswerte der Tourismusmobilität sind aktuell sektoral aufgesplittet. Es lassen sich relevante Aussagen zur Tourismusmobilität aus Studien der Ministerien rund um den Komplex Tourismus bzw. Verkehr ableiten. Diese sind durch die sektorale Betrachtungsweise in ihren Aussagen jedoch oft unscharf, da sie „nur“ die Makroebene behandeln oder die Daten und Informationen nicht in entsprechender Tiefe verfügbar sind. Daher muss die Problemdefinition sehr vage bleiben, die Entwicklung konkreter Lösungsansätze ist nur eingeschränkt möglich. Die Sensibilisierung von Expert/innen aus den Bereichen Verkehr, Tourismus, Raumplanung und Regionalentwicklung hat noch nicht stattgefunden.

#### **Handlungsoptionen**

Tourismusorientierte Mobilitätsforschung oder mobilitätsorientierte Tourismusforschung muss auf unterschiedlichen Ebenen ansetzen:

Zum einen ist eine interdisziplinäre und intersektorale Vertiefung der Materie notwendig, um die richtigen Maßnahmen an den richtigen Stellen setzen zu können. Dazu sind entsprechende Expertisen aus Expert/innenkreisen einzuholen, eine wissenschaftliche Vernetzung im Rahmen eines Expert/innenpools anzustreben und insbesondere eine differenzierte Analyse zu den sozialen Strukturen und Milieus der bestehenden und potenziellen Gäste und deren Mobilitätsstile und Bedürfnisse erforderlich. Zum anderen sollten Leuchtturmprojekte initiiert werden, die beispielsweise im Rahmen eines Strategiedokuments zum Thema „Urlaub auf kleinem Fuß(abdruck) – Beiträge zu einer nachhaltigen Urlaubsmobilität“ unterschiedliche praktische Aspekte der Tourismusmobilität aufzeigen sollen.

Tabelle 11: Handlungsoptionen Fokus 7 „Tourismusmobilität auf Bundesebene – Bewusstsein schaffen“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
7.1	Aufbau eines intersektoralen und interdisziplinären Exper/innen-Pools zum Thema Tourismusmobilität					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	
7.2	Sozial differenzierte Analyse der Erwartungen und Bedürfnisse der Tourist/innen an den Urlaub nach sozialen Strukturen und Werten					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	
7.3	Sensibilisierung für bereits bestehende Erkenntnisse, Ergebnisse und Maßnahmen					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	
7.4	Erweiterung des Daten-Pools zur differenzierten Analyse der Tourismusmobilität auf verschiedene räumliche Bezugsebenen					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	
7.5	Erarbeiten eines Strategiepapiers „Urlaub auf kleinem Fuß(abdruck) – Beiträge zu einer nachhaltigen Urlaubsmobilität“					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	
7.6	Weiterbildung der Verantwortungsträger/innen in Ländern, Regionen und Gemeinden					
		A U V R	A U V R	A U V R	A U V R	

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice:**  
**Umsetzungsplan Elektromobilität in und aus Österreich**

Die Bundesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, das große Potenzial für Elektromobilität in und aus Österreich bestmöglich zu nutzen. Der Umsetzungsplan wurde in einem breiten Konsultationsprozess von den Bundesministerien BMVIT, BMWFJ und BML-FUW entwickelt.

Abbildung 17: Umsetzungsplan Elektromobilität

Umsetzungsplan

# Elektromobilität

## in und aus Österreich

Der gemeinsame Weg!

Quelle: BMVIT, BMVIT, BMWFJ, BMLFUW 2012

### 3.3.3 FOKUS 8 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF LANDESEBENE“

Während der Bund bei der strategischen Verankerung und Begleitung des Themas Tourismusmobilität eine wesentliche Rolle einnimmt, sind es die Länder bei der Vorbereitung 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 die Definition wesentlicher räumlicher und regionalpolitischer Rahmenbedingungen des Tourismus (z. B. Raumordnung, Landesstraßen, Regionalentwicklung). Neben den aufsichtsbehördlichen Verfahren bieten bestehende – teilweise schon kooperierende – Gremien und strategische Entwicklungsprozesse für die Länder Möglichkeiten, die Ansprechpartner/innen intensiv einzubinden. Hier sollte angesetzt werden, um die Tourismusmobilität als Querschnittsthema zur Erreichung sozioökonomischer und ökologischer Zielvereinbarungen und -vorgaben seitens des Bundes mitzudenken.

#### Problemstellung

Zum jetzigen Zeitpunkt ist die Tourismusmobilität bei der Landes- und Gemeindeentwicklung kaum Gegenstand von Überlegungen. Zu neu und unscharf sind die Informationen über die Notwendigkeit und Vorteile (positive Auswirkungen) einer umfassenden Einbindung von Aspekten der Tourismusmobilität. Die sektorale Bearbeitung und oft fehlende interne inhaltliche Abstimmung der Landesdienststellen erschweren die rasche und fundierte Einbindung des Themas. Gerade in jenen Bundesländern, in denen die Wirtschaft einen hohen Anteil ihres Einkommen aus der Tourismuswirtschaft erzielt und/oder mit hohen verkehrlichen Belastungen durch das Verkehrsaufkommen der Urlaubsgäste und Tagedtourist/innen konfrontiert sind, bietet eine Verankerung des Themas Tourismusmobilität Optionen zur Verbesserung der Situation.

#### Handlungsoptionen

Den relevanten Landesdienststellen, z. B. für Verkehr, Tourismus, Wirtschaft, Raumordnung und Regionalpolitik kommt eine zentrale Rolle bei der vertikalen Vernetzung der Aktivitäten im Bereich Tourismusmobilität zu. In der Wahrnehmung seiner Kompetenz kann das Land als Aufsichtsbehörde der kommunalen und regionalen Entwicklungsplanung und im Zuge der strategischen Ausrichtung der Landesentwicklung bei entsprechender politischer Unterstützung dieses Thema verbindlich verankern. Insbesondere Vorgaben zu einer kompakten Siedlungsentwicklung (z. B. Wohnbauförderung, Energie- und Mobilitätsausweis für Siedlungen) in Kombination mit abgestimmten ÖV-Angeboten, der Ausweisung von (Tourismus-)Eignungszonen sowie Maßnahmen für den Erhalt, Schutz und Pflege des regionstypischen Naturraumes und des kulturellen Erbes – als die wichtigsten Ressourcen des österreichischen Tourismus – sind aktuell möglich, werden aber in unterschiedlichem Ausmaß wahrgenommen. Die Bundesländer übernehmen damit eine wichtige „Trägerfunktion“ bei der Etablierung der Tourismusmobilität. Flankierende Maßnahmen zu den Aktivitäten des Bundes bei der Datenerhebung und -verteilung sowie die Initiierung und Unterstützung von Pilotprojekten und -studien wären mit dem bestehenden Instrumentarium umsetzbar.

Tabelle 12: Handlungsoptionen Fokus 8 „Tourismusbilität auf Landesebene“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebiets-körperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
8.1	Tourismusbilität in der Landesplanung thematisieren		●	⊗	⊗	○
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
8.2	Horizontale Vernetzung der Landesstellen, regionalen Tourismusverbänden und Regionalmanagements		●	⊗	⊗	○
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R
8.3	Vorgaben für die Ausweisung von Tourismusgebieten unter Berücksichtigung der Tourismusbilität		●	⊗	⊗	○
			A U V R	A U V R	A U V R	A U V R

**Art der Beteiligung**

- Hauptverantwortung
- ⊗ Mitwirkung/ Unterstützung
- Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen

**Grad der Beteiligung**

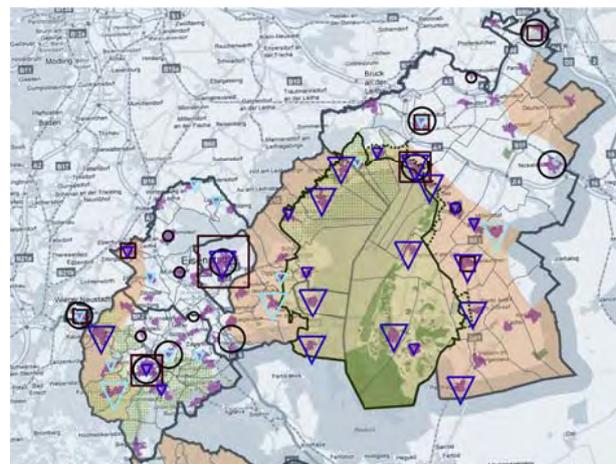
- A ... Analysieren/ Vorbereiten
- U ... Umsetzen
- V ... Vermarkten/ Informieren
- R ... Regulieren

**Best Practice:**

**„Mit der Natur zu neuen Erfolgen“  
Leitbild Landesentwicklungsplan für das Burgenland**

- Festlegung von Tourismusstandorten-Kategorien und ihrer Tourismuseignungszonen
- Ziel: Schaffung eines überregionalen oder regionalen touristischen und/oder wirtschaftlichen Mehrwerts in diesen Gebieten
- Gezielte Förderung in den Eignungszonen durch das Land

Abbildung 18: LEP 2011 Plandarstellung der Standorte und Zonen (Ausschnitt)



Quelle: <http://www.burgenland.at/>, Zugriff am 06.07.2013

### 3.3.4 FOKUS 9 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF LOKALER UND REGIONALER EBENE“

Der Erfolg bei den Umsetzungen von Maßnahmen zur Tourismusmobilität wird schlussendlich „vor Ort“ – in den Regionen und Gemeinden – sichtbar. Dabei leisten die Maßnahmen, die von regionalen Akteur/innen – von Gemeinden, Verbänden, Tourismusbetrieben und Mobilitätsanbieter/innen – selbst gesetzt werden, einen wesentlichen Beitrag. Den Ländern, insbesondere deren Verkehrs-, Raumordnungs- und Tourismusabteilungen, 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 Anreizsysteme durch Förderung innovativer Maßnahmen und Kooperationen. Umgekehrt sollten Wissen und Erfahrungswerte „vor Ort“ für die übergeordnete strategische Ausrichtung der Länder und des Bundes im Aufgabenfeld Tourismusmobilität nutzbar gemacht werden.

#### Problemstellung

In die Verantwortungsbereiche der Gemeinden fallen eine Vielzahl von Aufgaben, die diese zum Teil hoheitlich für ihr Gemeindegebiet (z. B. Gemeindestraßen, Flächenwidmung), in Partnerschaft mit regionalen Unternehmen (z. B. Öffentlicher Verkehr) oder in Kooperation mit anderen Gemeinden, beispielsweise in Verbänden oder Projektgemeinschaften lösen. Auf regionaler Ebene finden wir eine große Anzahl an „thematischen Kooperationen“ mit den unterschiedlichsten Schwerpunkten vor, die von europäischen, österreichischen bzw. Landesförderprogrammen getragen werden. Regionalverbände / Regionalvereine, Regionalmanagements Tourismusverbände / Destinationen, Klima- und Energieregionen, Bildungsnetzwerke etc. Das Spektrum ist sehr breit gefächert und jedes Thema wird oftmals in einer „eigenen“ Struktur behandelt, die mit anderen Kooperationen meist nur rudimentär gekoppelt ist, sodass es selten zu abgestimmten oder gemeinsamen Maßnahmen kommt. Während auf regionaler Ebene zunehmend integrative Ansätze, beispielsweise zur Lösung der Pendler/innenproblematik zu finden sind, steht Tourismusmobilität noch kaum auf der Agenda regionaler Kooperation.

#### Handlungsoptionen

Mit aktiver Unterstützung seitens der Landesstellen kann es auf regionaler Ebene gelingen, die operative Umsetzung von Maßnahmen im Bereich der Tourismusmobilität voranzutreiben. Regionale Vernetzungsplattformen ermöglichen den Interessensausgleich zwischen Profiteur/innen und Träger/innen negativer Auswirkungen des tourismusinduzierten Verkehrs und können dazu beitragen, lokale Aktivitäten zu unterstützen und zu koordinieren. Rahmensetzende Leitlinien mit einer Verknüpfung von Förderkriterien regen lokale Aktivitäten weiter an und tragen zu einer qualitätvollen Umsetzung bei.

Lokale und regionale Mobilitätsangebote im öffentlichen Verkehr für Einwohner/innen und Gäste stellen die Gemeinden vor schwierige budgetäre Herausforderungen. Für Partnerschaften mit den privaten Tourismusunternehmen sind Information und Referenzen notwendig, um Win-Win-Situationen zu erkennen. Die durch die Gestaltung der Tourismusmobilität induzierten Mehrwerte sowie die Entlastungswirkungen sind sichtbar zu machen. Lokale / regionale Lösungen sollen gemeinsam mit den Akteur/innen vor Ort entwickelt werden, wobei partizipative Ansätze, beispielsweise über einen Mobilitätsbeirat / Fahrgastbeirat, die Verankerung verstärken und eine Weiterentwicklung, die an den Nut-

zer/innen / Kund/innen und deren Bedürfnissen orientiert ist, ermöglichen. Weiters haben die Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen der örtlichen und interkommunalen Entwicklungsplanung, die räumlichen Rahmenbedingungen einer funktionierenden Tourismusmobilität zu gestalten.

Tabelle 13: Handlungsoptionen Fokus 9 „Tourismusmobilität auf lokaler und regionaler Ebene“

Handlungsempfehlungen		Akteur/innen	Gebietskörperschaften	Tourismus	Verkehr	Regionale und lokale Wirtschaft
9.1	Horizontale Vernetzung im Rahmen des Regionalmanagements	●	●	●	●	○
9.2	Erarbeiten eines Entwicklungsrahmens für lokale Konzepte innerhalb der Regionen	●	●	●	●	●
9.3	Spezielle Berücksichtigung der Interessen der Transitgemeinden entlang von touristisch relevanten Verkehrsrouten bei Planungsvorhaben	●	●	●	●	●
9.4	Unterstützung von lokalen Aktivitäten regionaler Akteur/innen	●	●	●	●	●
9.5	Berücksichtigung übergeordneter Vorgaben – insbesondere in "Tourismusgemeinden" – in den örtlichen Entwicklungsdokumenten	●	●	●	●	○
9.6	Partizipative und kooperative Zugänge bei der Entwicklung örtlicher / regionaler Tourismus(mobilitäts)konzepte	●	●	●	●	○

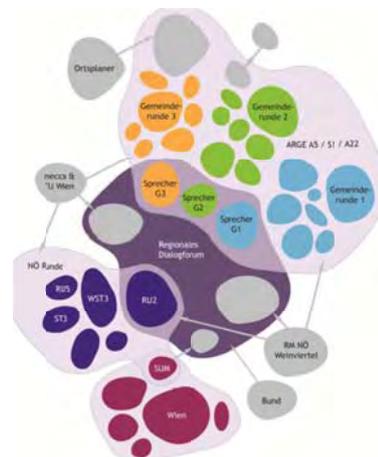
- Art der Beteiligung**
- Hauptverantwortung
  - Mitwirkung/ Unterstützung
  - Mittel- bzw. langfristig miteinzubeziehen
- Grad der Beteiligung**
- A ... Analysieren/ Vorbereiten
  - U ... Umsetzen
  - V ... Vermarkten/ Informieren
  - R ... Regulieren

**Best Practice:**  
**Regionale Leitplanung Nordraum Wien**

Dieser Planungsprozess ist nicht gezielt auf das Thema Tourismusmobilität ausgerichtet, kann aber als Anwendungsbeispiel für lösungsorientierte kooperative Prozesse in Tourismusregionen dienen.

- Leitgedanke: „Kooperation auf Augenhöhe“
- Konstruktive, effiziente und zielorientierte Zusammenarbeit von Land, Region und Gemeinden
- Kompetenzen bündeln und wechselseitiger Diskurs
- Spielregeln definieren, Kooperationsvereinbarung verabschieden

Abbildung 19: Akteur/innen und Gremien



Quelle: mecca / TU Wien 2012

## 3.4 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 (Tourismugemeinden, 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, 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

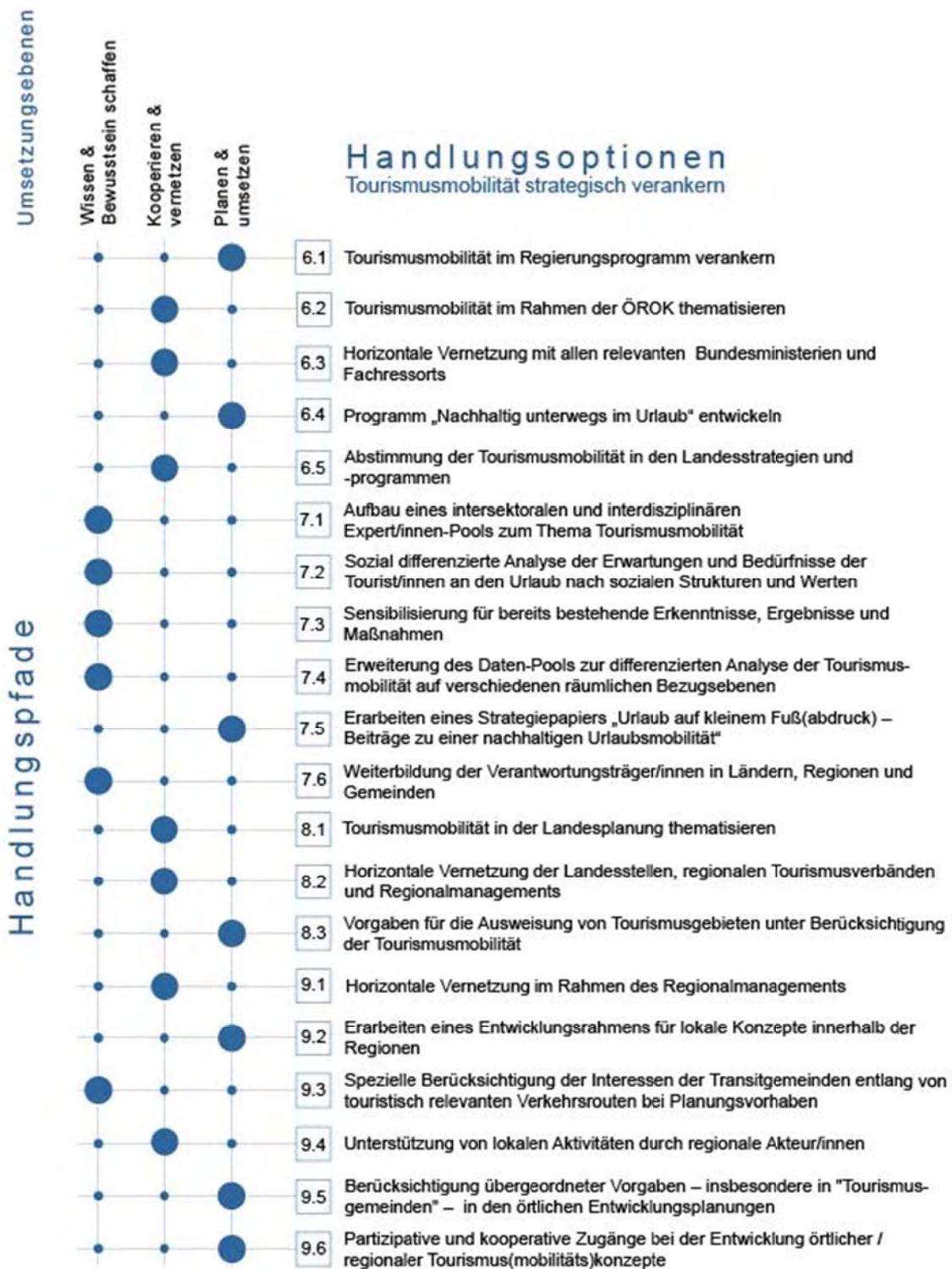
Die dargestellten Handlungsoptionen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, zeigen aber die vernetzten und sektorenübergreifenden Zusammenhänge auf, die notwendig sind, gezielte Schritte zur Verbesserung der österreichischen Tourismusmobilität zu setzen.

Abbildung 20: Übersicht Handlungsempfehlungen und Handlungspfade – ZUM / VOM / AM Urlaubsort



Quelle: Eigene Bearbeitung

Abbildung 21: Übersicht Handlungsempfehlungen und Handlungspfade – Tourismusmobilität strategisch verankern



Quelle: Eigene Bearbeitung

## 4 ZUSAMMENFASSUNG:

### TOURISMUSMOBILITÄT IN ÖSTERREICH 2030

Während Tourist/innen die Mobilität zum, am und vom Urlaubsort zunehmend als Teil ihres Urlaubsangebotes sehen und bewerten, kooperieren Tourismuswirtschaft und Verkehrsdienstleister noch immer zu selten und zu wenig intensiv. Nachhaltige Lösungen können jedoch nur durch eine enge Kooperation der zentralen Akteur/innen im Bereich Tourismus und Verkehr erreicht werden. Zum einen ist eine bewusste „Eigenverortung“ der Tourismusunternehmen auf einer umfassenden Mobilitätslandkarte – also nicht nur einer Straßenkarte – wichtig. Zum anderen bietet die Einbindung des Tourismus in die Informations- und Mobilitätsangebote von Verkehrsträgern und Verkehrsverbänden sowohl für Gäste, als auch für die lokale Bevölkerung und Wirtschaft neue Chancen für komfortable, leistbare und umweltfreundliche Mobilitätsangebote.

Die Tourismusmobilität stellt eine zentrale Herausforderung für die Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Österreich dar. Die Aufgaben einer ökonomisch, sozial und ökologisch tragfähigen Tourismusmobilität bestehen darin, dass

1. die Destinationen gut erreichbar sind, ohne andere Räume durch den Tourismus-Transitverkehr übermäßig zu belasten,
2. die Destinationen für die in der Region wohnende und arbeitende Bevölkerung sowie die Tourist/innen gut erreichbar sind, ohne von anderen Verkehrsströmen behindert zu sein und
3. Mobilitäts- und Informationsangebote vor Ort geschaffen werden, die deutliche Vorteile gegenüber dem privaten Pkw aufweisen und aktive Mobilität (zu Fuß, mit dem Fahrrad) bzw. alternative, umweltfreundliche Verkehrssysteme fördern.

Letzteres ist insbesondere deshalb bedeutsam, weil rund 75 % aller Urlauber/innen im Jahr 2011 mit dem eigenen Pkw in ihre Urlaubsdestination in Österreich angereist waren, mit deutlichem Abstand gefolgt von der Bahn (7 %) sowie dem Flugzeug (7 %), dem Bus (6 %), dem Wohnmobil (3 %) sowie dem Motorrad (1 %) und sonstigen Anreisemitteln (1 %). Zum *Städteurlaub* reisten hingegen nur 42 % mit dem Pkw an, 28 % mit dem Flugzeug und 20 % mit der Bahn. Von den im Jahr 2012 rund 36 Mio. Tourismusankünften in Österreich entfielen rund 33 % auf Gäste mit Wohnsitz in Österreich, rund 32 % der Gäste kamen aus Deutschland und rund 10 % aus den übrigen Nachbarländern. Auf diese Gästegruppe entfielen somit rund drei Viertel der Reisen zu und von einem österreichischen Urlaubsort, sodass diese jedenfalls eine wesentliche Zielgruppe für die Gestaltung nachhaltiger Mobilitätsangebote der An- und Rückreise darstellt. Nicht nur für Gäste, die mit dem Flugzeug anreisen, gewinnt die Anbindung der Flughäfen, insbesondere an das überregionale Schienenverkehrsnetz an Bedeutung, sondern für alle Reisenden, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln gekommen sind, ist eine flexible Mobilität in der Urlaubsregion besonders wichtig. Regional vernetzte Mobilitätsangebote vor Ort, wie Car- und Ridesharing (Fahrgemeinschaften), Shuttles, Verleihsysteme (Mietwagen, Fahrräder, eMobilitätsangebote), Taxis und Micro-ÖV-Systeme werden als integrativer Bestandteil des Ferienerlebnisses und als Komfortbonus geschätzt. Zudem sind Urlauber/innen in Bezug auf alternative Mobilitätsangebote experimentierfreudiger als im Alltag.

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. Entscheidend ist jedoch der veränderte Mix, denn der Trend zu Kurzurlaube, Städte- und Kulturreisen wird sich allein aus demografischen Gründen weiter fortsetzen, d.h. die derzeitige mittlere Aufenthaltsdauer von ca. 3,6 Nächten wird sich weiter verkürzen, wodurch der relative Verkehrsaufwand durch An- und Abreisen weiter steigen wird. Es gibt zudem Hinweise darauf, dass der Tagestourismus an Bedeutung gewinnt – hierzu liegen jedoch keine österreichweiten Daten über Quantitäten, Quellen und Ziele sowie Verkehrsmittel und Distanzen vor und auch der Beitrag für die lokale/regionale Wertschöpfung lässt sich derzeit nicht ausreichend bestimmen. Daher wäre es sinnvoll, hierzu differenzierte Studien durchzuführen und Monitoring-Systeme einzuführen.

Ein weiteres Problem besteht in zeitlichen Überlagerungen unterschiedlicher Verkehrsströme (Urlaubs-, Ausflugs-, Versorgungs-, Berufsverkehr), was vor allem an Wochenenden zu Überlastungen und Engpässen im Verkehrssystem führt. Von besonderer Bedeutung ist das Mobilitätsangebot am Urlaubsort bzw. in der Urlaubsregion, denn dieses wirkt sich unmittelbar aus und ist am ehesten lokal zu beeinflussen. Eine direkte Wirkung zeigt sich in einer höheren Zufriedenheit am Urlaubsort (auch bei der Wohnbevölkerung). Mittelfristig kann indirekt, gestützt durch entsprechende Informationskampagnen und/oder regionale Verträge mit internationalen Mobilitätsanbietern (vor allem Bahn), auch die Verkehrsmittelwahl für die An- und Abreise beeinflusst werden.

Statistiken in Deutschland zeigen erstmalig einen Rückgang der motorisierten Fahrleistung bei Männern unter 30 Jahren. Auch in anderen Ländern ist der Anteil der Personen im Alter von 18 bis 24 Jahren mit einem Führerschein rückläufig bzw. es gibt Anzeichen eines „peak-car“ bzw. „peak-travel“, also der generellen Abnahme der Verkehrsnachfrage. Über die Gründe hierzu gibt es allenfalls Spekulationen: Unsichere Arbeitsplätze, steigende Kosten und eine Umwertung hin zu Informations-Mobilität; zunehmend zentrale Wohnstandorte (innenstadtnah statt Suburbia), eine zunehmende Skepsis gegenüber einer zu starken Auto-Mobilität oder einer neuen Haltung des „Teilens statt Besitzens“ – auch beim Pkw – sind milieugebundene Trends, deren Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten in der Freizeit, für Geschäftsreisen oder den Urlaub jedoch bislang nicht erforscht sind.

Tourismuspolitische Anregungen:

1. Eine zum Teil **neu aufgestellte Statistik**, mit der es möglich ist, den Tagesausflugsverkehr zu integrieren und differenzierte Aussagen zu erhalten, um vor dem Hintergrund sich ausdifferenzierender Gesellschaften homogenere Zielgruppen besser bestimmen zu können.
2. Besser lokal und regional **vernetzte Strukturen v.a. von Tourismus und Mobilität** auf der Basis integrierter Strategien.
3. Einfache, **leicht zugängliche und ansprechende Informationen** für potenzielle Tourist/innen, die eine flexible und komfortable Nutzung und Zugänglichkeit des jeweils besten Verkehrsmittels ermöglichen; dazu gehören sowohl die Entwicklung und Betreuung von online-Plattformen, auf denen touristische und verkehrsmittelübergreifende Mobilitätsangebote miteinander verknüpft werden können (Multimodalität). Daraus entsteht ein breiteres Wissen über alternative Mobilitäts-Möglichkeiten, was letztlich die Voraussetzung zu einem reflektiveren Mobilitätsbewusstsein bei den direkten Ansprechpersonen der Gäste ist.

4. Derzeit ist noch wenig über Mobilitätsbedürfnisse spezifischer Gruppen in Österreich bekannt: dazu benötigt es eine differenzierte statistische Information und – als Schlüssel für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft – zunehmend **maßgeschneiderte Marketing-Strategien**, die auch die Mobilitätsbedürfnisse der Tourist/innen berücksichtigt.
5. Eine **Evaluation der Zielgenauigkeit** der Marketingmaßnahmen im Kontext Tourismusmobilität sowie eine gezielte Analyse der konkurrierenden Märkte.

Die Studie „Tourismusmobilität 2030“ enthält insgesamt 39 Handlungsempfehlungen. Eine Reihe von Umsetzungen im Sinne der Handlungsempfehlungen laufen bereits, diese sind aber noch zu vereinzelt und zu schwach vernetzt, als dass sie eine breitere Wirkung entfalten könnten. Tourismusmobilität ist weder in der Tourismuspolitik noch in der Verkehrspolitik Österreichs ausreichend thematisiert. Zu einer erfolgreichen Umsetzung gehört daher – auch und gerade wegen der eminenten regionalwirtschaftlichen Bedeutung – die Verankerung im Regierungsprogramm ebenso wie in den Strategiepapieren der Fachressorts des Bundes und der Länder, beispielsweise den Tourismusstrategien, Landesverkehrskonzepten und Landesentwicklungsplänen. Die lokale/regionale Ebene (Tourismusgemeinden, Tourismusregionen) braucht auf der einen Seite fachliche Unterstützung, Motivation und gezielte Förderung und bietet auf der anderen Seite aus erster Hand Erfahrung und Wissen „vor Ort“, die wiederum in die strategische, übergeordnete Ebene einfließen sollten. **Tourismusmobilität sollte im Tourismusland Österreich in noch stärkerem Maße auf die politische Agenda von Bund, Ländern, Regionen und Gemeinden gebracht werden.**

# VERZEICHNISSE

## LITERATURVERZEICHNIS

- Alpenkonvention 1998: Protokoll „Tourismus“. Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Tourismus. Bled.
- Alpenkonvention 2000: Protokoll „Verkehr“. Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Verkehr. Luzern.
- Alpenkonvention, Arbeitsgruppe Verkehr der Alpenkonvention 2009: Nachhaltige touristische Mobilität in den Alpen. Evian.
- Alpenkonvention, Ständiges Sekretariat 2013: Nachhaltiger Tourismus in den Alpen. Alpenzustandsbericht. Alpensignale – Sonderserie 4. Innsbruck.
- Alpine Pearls c/o TVB Werfenweng 2013: <http://www.alpine-pearls.com/>. Zugriff am 16.05.2013.
- Amt der Burgenländischen Landesregierung 2002: Gesamtverkehrskonzept Burgenland 2002. Erstellt von IPE Ges.m.b.H. Wien.
- Amt der Burgenländischen Landesregierung 2012: Landesentwicklungsprogramm. Eisenstadt.
- Amt der Kärntner Landesregierung 2008: STRALE!K – Räumlich Strategie zur Landesentwicklung Kärntens – Abteilung 20. Klagenfurt.
- Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: Strategie Niederösterreich. Landesentwicklungskonzept. Gruppe Raumordnung, Umwelt und Verkehr – Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik. St. Pölten.
- Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2005: Perspektiven für die Hauptregionen. Gruppe Raumordnung, Umwelt und Verkehr – Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik. St. Pölten.
- Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2010: NÖ Strategie Verkehr. Gruppe Raumordnung, Umwelt und Verkehr – Abteilung Gesamtverkehrsangelegenheiten/RU7. St. Pölten.
- Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2011: Tourismusstrategie Niederösterreich 2015. St. Pölten.
- Amt der Oberösterreichischen Landesregierung 1998: Oberösterreichisches Landesraumordnungsprogramm 1998. Linz.
- Amt der Oberösterreichischen Landesregierung 2008: Gesamtverkehrskonzept Oberösterreich 2008. Gesamtverkehrsplanung und Öffentlicher Verkehr. Linz.
- Amt der Oberösterreichischen Landesregierung 2011: Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011-2016. Linz.

- Amt der Salzburger Landesregierung 2003: Salzburger Landesentwicklungsprogramm. Gesamtüberarbeitung 2003. Entwicklungsprogramme und Konzepte. Heft 5. Abteilung 7/Raumplanung. Salzburg.
- Amt der Salzburger Landesregierung 2006a: Strategieplan Tourismus Salzburg. Salzburg.
- Amt der Salzburger Landesregierung 2006b: Mobilität mit Qualität. Salzburger Landesverkehrskonzept 2006-2015. Fachabteilung 6/7 Verkehrsplanung. Salzburg.
- Amt der Salzburger Landesregierung 2009: Sachprogramm Standortentwicklung für Wohnen und Arbeiten im Salzburger Zentralraum. Entwicklungsprogramme und Konzepte Heft 5. Salzburg.
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2008: Das Steirische Gesamtverkehrskonzept 2008+. Fachabteilung 18A – Gesamtverkehr und Projektierung. Graz.
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2009: Landesentwicklungsprogramm. Verordnung und Erläuterung. Abteilung 16 – Landes- und Gemeindeentwicklung. Graz.
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2010: Masterplan Tourismus 2015. Graz.
- Amt der Steiermärkischen Landesregierung 2013: Landesentwicklungsleitbild. Abteilung 16 – Landes- und Gemeindeentwicklung. Graz.
- Amt der Tiroler Landesregierung 2007: ZukunftsRaum Tirol. Strategien zur Landesentwicklung. Innsbruck.
- Amt der Tiroler Landesregierung 2011: ZukunftsRaum Tirol\_2011. Strategien zur Landesentwicklung. Innsbruck.
- Amt der Vorarlberger Landesregierung 1971: Landesentwicklungskonzept. Bregenz.
- Amt der Vorarlberger Landesregierung 2006: Verkehrskonzept Vorarlberg. Mobil im Ländle. Schriftenreihe 26. Raumplanung Vorarlberg. Bregenz.
- Beck, Ulrich 1995: Die „Individualisierungsdebatte“. In: Schäfers, Bernhard (Hg.): Soziologie in Deutschland. Entwicklung, Institutionalisierung und Berufsfelder, theoretische Kontroversen. Opladen: Leske + Budrich: 185-198.
- Beckmann, Klaus J.; Hesse, Markus; Holz-Rau, Christian; Hunecke, Marcel (Hg.) 2006: StadtLeben – Wohnen, Mobilität und Lebensstil. Neue Perspektiven für Raum- und Verkehrsentwicklung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Biehl, Kai; Kaske, Rudolf (Hg.) 2011: Tourismus in Österreich 2011 – mit einer Sonderauswertung des Österreichischen Arbeitsklimaindex Verkehr und Infrastruktur. Bericht Nr. 43.  
[http://www.ifes.at/sites/default/files/downloads/1303124727\\_Tourismus2011.pdf](http://www.ifes.at/sites/default/files/downloads/1303124727_Tourismus2011.pdf), Zugriff am 03.10.2013.
- Bohlmann, Björn 2013: Mobilität im Tourismus – neue Konzepte, neue Herausforderungen. Key Note zur Veranstaltung des Travel Industry Club Austria "Mobilität im Tourismus" am 21.03.2013. Wien.

- BMLFUW 2001: Pilotstudie Verkehr in sensiblen Gebieten am Beispiel der Region Neusiedler See. Wien.
- BMLFUW 2006: Environmentally Friendly Travelling. European Expert Conference and European Contest, Jan 30 and 31. Conference Brochure. Wien.
- BMLFUW 2008: Nachhaltig umweltfreundlicher Verkehr und Tourismus in sensiblen Gebieten. Region Neusiedler See / Fertő-tó. Wien.
- BMLFUW, BMVIT, BMWFJ 2012: Umsetzungsplan Elektromobilität in und aus Österreich. Wien.
- BMLFUW 2012: Erfolgreiche Wege für Tourismus und Umwelt. Mobilitätsmanagement für Freizeit und Tourismus. Wir sind klima:aktiv mobil. Leitfaden. 3. Ausgabe Juni 2012. Wien.
- BMLFUW (m. J.): klima:aktiv mobil. Mobilitätsmanagement für Freizeit & Tourismus. [http://www.klimaaktiv.at/mobilitaet/mobilitaetsmanagem/freizeit\\_tourismus.html](http://www.klimaaktiv.at/mobilitaet/mobilitaetsmanagem/freizeit_tourismus.html). Zugriff am 03.10.2013.
- BMLFUW (Leadpartner) (m. J.): ALPS MOBILITY I und II – Alpine Pearls: Eine umweltverträgliche Reise durch die Alpen. <http://www.alpsmobility.net/>. Zugriff am 03.10.2013.
- BMVIT 2011a: Roadmap Luftfahrt 2020. Wien.
- BMVIT 2011b: IVS-Aktionsplan Österreich. Strategie zur Umsetzung eines Intelligenten Verkehrssystems in Österreich. Wien.
- BMVIT 2012: Gesamtverkehrsplan für Österreich. Wien.
- BMVIT 2013: Statistik Straße & Verkehr Abt. IV/ST1. Jänner 2013. Wien.
- BMWFJ 2010a: Neue Wege im Tourismus. Die neue österreichische Tourismusstrategie. Wien.
- BMWFJ 2010b: Tourismus in Österreich 2011. Ein Überblick in Zahlen. Wien.
- BMWFJ 2012: Österreich Tourismus - Überwindung der Stagnation, Chancen und Wege. Bericht des Expertenbeirats "Tourismusstrategie". Wien.
- BMWFJ 2013a: Bahn- und Postbus. Angebote im Tourismus. Wien.
- BMWFJ 2013b: Österreichische Position „Koordination der touristischen Reiseströme in Europa“. Basierend auf dem Ergebnis einer österreichischen Arbeitsgruppe zum Thema „Entzerrung der Ferienzeiten“. Wien.
- BMWFJ 2013c: Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030. Auswirkungen, Chancen & Risiken, Optionen & Strategien. Studien-Kurzfassung. Wien.
- BSL Transportation Consultants GmbH & Co. KG 2013: USEmobility vor Ort: Konzepte, die beim Fahrgast ankommen. Abschlusskonferenz USEmobility. am 13. Februar 2013. Berlin.
- Braun, Ottmar 1993: (Urlaubs-)Reisemotive. In: Hahn, Heinz; Kagelmann, Hans-Jürgen (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München.

- Burgenland Tourismus 2011: Abschlag in die Zukunft. Tourismusstrategie 2011-2015. Eisenstadt.
- Burgenländische Landesregierung 2002: Gesamtverkehrskonzept Burgenland. Nachführung und Anpassung des Gesamtverkehrskonzeptes 1994 an die geänderten wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen. Neupositionierung des Burgenlandes im nationalen und internationalen Verkehr. Endbericht. Wien.
- Cerwenka, Peter 1999: Mobilität und Verkehr: Duett oder Duell von Begriffen? In: Der Nahverkehr. 17(1999), Nr. 5, S.35-37. Wien.
- Constantinos, Antoniou; Yannis, Tyrinopoulos 2013: Understanding public transportation use in areas with seasonal variations of transport demand. Submitted for presentation in the 92th Annual Meeting of the Transportation Research Board and for publication in Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board.
- Dachs, Christian. 2013: Reiseverkehr in Österreich – Erfahrungswerte und Ergebnisse aus den ÖAMTC-Mobilitätsinformationen. Wien.
- Dangschat, Jens S. 2007: Soziale Ungleichheit, gesellschaftlicher Raum und Segregation. In: Dangschat, Jens S. & Hamedinger, Alexander (Hg.): Lebensstile, Soziale Lagen und Siedlungsstrukturen. Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung: 21-50.
- Dangschat, Jens S. 2013: Eine raumbezogene Handlungstheorie zur Erklärung und zum Verstehen von Mobilitätsdifferenzen. In: Blotevogel, Heinrich; Holz-Rau, Christian & Scheiner, Joachim (Hg.): Mobilitäten und Immobilitäten. Dortmund: Blaue Reihe: Im Druck.
- Dangschat, Jens S.; Hamedinger, Alexander 2007: Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen – Einführung. In: Dangschat, Jens S.; Hamedinger, Alexander (Hg.): Lebensstile, soziale Lagen und Siedlungsstrukturen. Forschungs- und Sitzungsberichte der ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Hannover: 2-20.
- Dangschat, Jens S.; Hertzsch, Wencke; Mayr, René & Segert, Astrid 2013: Alltagsmobilität und Milieus. Wiesbaden: Springer-Verlag. In Vorbereitung.
- Dangschat, Jens S.; Segert, Astrid 2011: Nachhaltige Alltagsmobilität – soziale Ungleichheiten und Milieus. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 36(2): 55-73.
- Dupeyras, Alain; MacCallum, Neil 2013: Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism. A Guidance Document. OECD Tourism Papers 2013/02. OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>.
- DG Enterprise European Commission 2004: Feasibility and preparatory study regarding a Multi-stakeholder European Targeted Action for Sustainable Tourism & Transport. Final Report. August 30th, 2004. The Hague.
- Die Presse online Ausgabe (publiziert am 18.01.2013): <http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/1334398/Ein-Viertel-mehr-Touristen-aus-Asien-in-Oesterreich?from=simarchiv>. Zugriff am 21.02.2013

- Dorner, Fabian 2013: Tourismusmobilität im Montafon 2030. Diplomarbeit (unveröffentlicht).
- EK – Europäische Kommission 2003: Grundlinien zur Nachhaltigkeit des Europäischen Tourismus. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. 21.11.2003, KOM(2003) 716 endgültig. Brüssel.
- EK – Europäische Kommission 2007: Agenda für einen nachhaltigen und wettbewerbsfähigen europäischen Tourismus. Mitteilung der Kommission. 19.10.2007, KOM(2007) 621 endgültig. Brüssel.
- EK – Europäische Kommission 2008: EU-IVS-Aktionsplan zur Einführung Intelligenter Verkehrssysteme in Europa. Brüssel.
- EK – Europäische Kommission 2010a: Strategie der Europäischen Union für den Donauraum. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. 8.12.2010, KOM(2010) 715 endgültig. Brüssel.
- EK – Europäische Kommission 2010b: Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus. Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. 30.6.2010, KOM(2010) 352 endgültig. Brüssel.
- Eurostat 2011: Pro-Kopf-BIP, Pro-Kopf-Verbrauch und Preisniveauindizes. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/GDP\\_per\\_capita,\\_consumption\\_per\\_capita\\_and\\_price\\_level\\_indices/de](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/GDP_per_capita,_consumption_per_capita_and_price_level_indices/de). Zugriff am 01.12.2012.
- Gabler Wirtschaftslexikon online Ausgabe 2013: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/>. Zugriff am 12.04.2013.
- Generali 2012: Generali Altersstudie 2013. Wie ältere Menschen leben, denken und sich engagieren. Fischer-Verlag. Frankfurt am Main.
- Götz, Konrad 2007: Mobilitätsstile. In: Schöller, Oliver; Canzler, Weert & Knie, Andreas (Hg.): Handbuch Verkehrspolitik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 759-784.
- Götz, Konrad; Loose, Willi; Schmied, Martin & Schubert, Steffi 2003: Mobilitätsstile in der Freizeit. Minderung der Umweltbelastungen des Freizeit- und Tourismusverkehrs. Berlin: Umweltbundesamt.
- Hahn, Heinz; Kagelmann, H. Jürgen (Hg.) 1993: Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München.
- Hammer, Antje; Scheiner, Joachim 2006: Lebensstile, Wohnmilieus, Raum und Mobilität – der Untersuchungsansatz von StadtLeben. In: Beckmann et al. (Hg.): 15-30.
- Harms, Sylvia; Lanzendorf, Martin; Prillwitz, Jan 2007: Mobilitätsforschung in nachfrageorientierter Perspektive. In: Schöller et al. (Hg.): 735-758.

- Hautzinger, Heinz et al. 2004: Analyse von Änderungen des Mobilitätsverhaltens – insbesondere der Pkw-Fahrleistung – als Reaktion auf geänderte Kraftstoffpreise. Schlussbericht zum Forschungsprojekt Nr. 96.0756/2002/. Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen. Heilbronn, 15. Juni 2004. Bonn.
- Herry, Max 2011: Verkehr in Zahlen Österreich. Wien.
- Herry, Max 2012: STARTER Sustainable Transport for Areas with Tourism through Energy Reduction. <http://www.herry.at/index.php/aktuelles/306-starter-eu-projekt-zu-nachhaltigem-tourismusverkehr-ist-gestartet>. Zugriff am 3.10.2013.
- Hunecke, Marcel; Schweer, Indra R. 2006: Einflussfaktoren der Alltagsmobilität – Das Zusammenwirken von Raum, Verkehrsstruktur, Lebensstil und Mobilitätseinstellungen. In: Beckmann et al. (Hg.): 147-165.
- ICAO, UNWTO 2013: Aviation & Tourism. Hand in Hand for Sustainability. Joint statement signed in Montréal on 18 March 2013.
- IGV – Interessensgemeinschaft der Verkehrsverbände 2013: <http://www.verkehrsverbund.at/>. Zugriff am 10.06.2013.
- IMF – International Monetary Fund 2012: World Economic Outlook Database. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01/weodata/index.aspx>. Zugriff am 01.12.2012.
- Klinenberg, Eric 2012: Going Solo: The Extraordinary Rise and Surprising Appeal of Living Alone. Penguin Books.
- Laimer, Peter; Ostertag-Sydler, Johanna; Smeral, Egon 2012: Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000 bis 2012. Statistik Austria, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend. Wien.
- Land Vorarlberg 2007: Leitbild 2010+. Tourismus Vorarlberg. Bregenz.
- Land Vorarlberg / Tourismus Vorarlberg / Wirtschaftskammer / Arbeiterkammer 2012: Tourismusstrategie 2020. Der gemeinsame Weg in die touristische Zukunft auf Vorarlberger Art. Bregenz.
- Mecca & TU Wien 2013: Regionale Leitplanung. <https://sites.google.com/site/nordraumwien/>. Zugriff am 10.09.2013.
- Müllechner, Stefan 2013: Tourismusmobilität im Salzkammergut 2030. Diplomarbeit (unveröffentlicht).
- ÖAMTC 2012: Mobilitätstypen. In: Querspur – Das Zukunftsmagazin des ÖAMTC. Ausgabe 01/2012: 7. Juni 2007.
- ÖAMTC 2013: ÖAMTC-Reisemonitoring. [http://www.oeamtc.at/?id=2500,1442524,,&mailtype=NL-Reise&utm\\_source=oeamtc&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=NL+Reise+07-06-2013-2013060709&utm\\_content=-%D6AMTC+Reisemonitoring+2013-#knot:0](http://www.oeamtc.at/?id=2500,1442524,,&mailtype=NL-Reise&utm_source=oeamtc&utm_medium=email&utm_campaign=NL+Reise+07-06-2013-2013060709&utm_content=-%D6AMTC+Reisemonitoring+2013-#knot:0). Zugriff am 03.10.2013.

- OÖVV – Oberösterreichischer Verkehrsverbund 2013: Unser Auftrag.  
<http://www.ooevv.at/index.php?id=112>. Zugriff am 10.06.2013.
- OECD 2013: Green Innovation in Tourism Services. OECD Tourism Papers. 2013/01. OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k4bxkt1cjd2-en>. Zugriff am 20.06.2013.
- Ohnmacht, Timo; Grotrian, Jobst 2007: Wie viel Verkehr erzeugt der Tourismus wirklich? Eine kritische Auseinandersetzung mit den Datengrundlagen des Tourismusverkehrs. ITW Working Paper Mobilität 02/2007. Luzern.
- ORF Salzburg (publiziert am 10.02.2012): Großer Andrang beim Airport steht bevor.  
<http://salzburg.orf.at/news/stories/2520498/>. Zugriff am 16.01.2013.
- ÖROK – Österreichische Raumordnungskonferenz 2011: Österreichische Raumentwicklungskonzept ÖREK 2011. Wien.
- OGM – Österreichische Gesellschaft für Marketing (Hg.) 2005: Weißbuch Tourismus Kärnten. Entwicklungsplan für den Tourismus und Freizeit 2005-2015. Wien.
- Österreich Werbung (Hg.) 2008: Das Markenhandbuch „Urlaub in Österreich“. Wien.
- Österreich Werbung 2008: T-MONA Single Urlaubende.
- Österreich Werbung 2010: Tourismus Monitor Austria 2008/2009: T-MONA Österreich Werbung. Nachfolgebefragung der Gästebefragung Österreich.
- Österreich Werbung 2011a: T-MONA Urlauber Sommer 2011. Reiseverhalten der Gäste in Österreich.
- Österreich Werbung 2011b: T-MONA Gästebefragung 2011/2012.
- Österreich Werbung 2012a: Tourismus Monitor Austria (T-MONA) 2012:  
<http://www2.manova.at/webmark/t-mona-tourismus-monitor-austria>.
- Österreich Werbung 2012b: T-MONA Urlauberbefragung 2011/12. Städteurlauber. Tourismusforschung. (Dokument: 2012E\_Chartbericht Urlauber 2011\_12 gesamt Städteurlauber)
- RegioData 2013: Newsletter vom 15.07.2013. [http://www.regiodata.eu/de/touristen-sterreich-sind-257-mrd-euro-schwer?utm\\_source=NL\\_072013at&utm\\_medium=NL&utm\\_campaign=NL\\_072013at](http://www.regiodata.eu/de/touristen-sterreich-sind-257-mrd-euro-schwer?utm_source=NL_072013at&utm_medium=NL&utm_campaign=NL_072013at). Zugriff am 15.07.2013.
- RM Austria - Verein Regionalmanagement Österreich 2012: Mobilität im Ländlichen Raum. Nachhaltig und den Mobilitätsbedürfnissen angepasst. 26. Und 27. November 2012. Tagungsbroschüre. Baden bei Wien.
- Roth, Stephanie 2008: Tourismus und Mobilität. Mit dem Stau beginnt der Urlaub. Erschienen in: Forum Umwelt & Entwicklung, Rundbrief 4/2008: 20
- Scheiner, Joachim 2007: Verkehrsgeneseforschung. In: Schöller et al. (Hg.) 2007: 687-709.
- Schöller, Oliver; Canzler, Weert; Knie, Andreas (Hg.) 2007: Handbuch Verkehrspolitik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Ship Austria 2013: <http://www.schiffahrt.at/>. Zugriff am 25.06.2013.

Skalska, Jolanta 2012: EU-Projekt USEmobility: Den Fahrgast verstehen. Die Hälfte der Reisenden ist wechselfreudig. In: Deine Bahn 12/2012: 6-12.

Smeral, Egon 2010: Tourismusstrategische Ausrichtung 2015 – Wachstum durch Strukturwandel. Im Auftrag des BMWFJ. Wien.

Stadtentwicklung Wien MA 18 2003: Masterplan Verkehr Wien Kurzfassung. Wien.

Stadtentwicklung Wien MA 18 2005: Stadtentwicklungsplan STEP 05. Wien.

Statistik Austria 2006: Verbrauchsausgaben. Hauptergebnisse der Konsumerhebung 2004/05. Erscheinungsdatum 05/2006.  
[https://www.statistik.at/web\\_de/static/monatliche\\_verbrauchsausgaben\\_der\\_privaten\\_haushalte\\_-\\_hauptergebnisse\\_055852.pdf](https://www.statistik.at/web_de/static/monatliche_verbrauchsausgaben_der_privaten_haushalte_-_hauptergebnisse_055852.pdf). Zugriff am 03.06.2013

Statistik Austria 2010: Bruttoregionalprodukt je Einwohner nach Bundesländern. < [http://www.statistik.gv.at/web\\_de/statistiken/volkswirtschaftliche\\_gesamtrechnungen/regionale\\_gesamtrechnungen/nuts2-regionales\\_bip\\_und\\_hauptaggregate/index.html](http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/volkswirtschaftliche_gesamtrechnungen/regionale_gesamtrechnungen/nuts2-regionales_bip_und_hauptaggregate/index.html)>. Zugriff am 01.12.2012.

Statistik Austria 2011a: Verbrauchsausgaben. Hauptergebnisse der Konsumerhebung 2009/10. Erscheinungsdatum 08/2011.  
[https://www.statistik.at/web\\_de/static/ergebnisse\\_im\\_ueberblick\\_monatliche\\_verbrauchsausgaben\\_200405\\_020259.pdf](https://www.statistik.at/web_de/static/ergebnisse_im_ueberblick_monatliche_verbrauchsausgaben_200405_020259.pdf). Zugriff am 03.06.2013.

Statistik Austria 2011b: Statistisches Jahrbuch 2011. Wien.

Statistik Austria 2012a: Bevölkerungsprognose 2012. [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/demographische\\_prognosen/bevoelkerungsprognosen/index.html#index1](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_prognosen/bevoelkerungsprognosen/index.html#index1). Zugriff am 24.05.2013.

Statistik Austria 2012b: Haushaltsprognose 2012: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/demographische\\_prognosen/haushalts\\_und\\_familienprognosen/index.html#index2](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/demographische_prognosen/haushalts_und_familienprognosen/index.html#index2). Zugriff am 24.05.2013.

Statistik Austria 2012c: Bevölkerungsstand 01.01.2012. Erscheinungsdatum 08/2012.  
[http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstand\\_und\\_veraenderung/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/bevoelkerungsstand_und_veraenderung/index.html), Zugriff am 24.05.2013.

Statistik Austria 2012d: Pressemitteilung: 10.238-091/12. Passagieraufkommen auf Rekordhoch im Jahr 2011. [http://www.statistik.at/web\\_de/presse/064048](http://www.statistik.at/web_de/presse/064048). Zugriff am 09.10.2013.

Statistik Austria 2013a: Registerbasierte Statistiken, Pendelzielstatistik 2013, Methodische Informationen, Definitionen, STATISTIK AUSTRIA, Bundesanstalt Statistik Österreich, Wien 2013: 6

Statistik Austria 2013b: Urlaubs - und Geschäftsreisen der österreichischen Bevölkerung 2012. Ergebnisse aus den vierteljährlichen Befragungen. Erscheinungsdatum 03/2013.

Statistik Austria 2013c: Tourismus. [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/tourismus/](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/). Zugriff am 03.10.2013.

Statistik Austria 2013d: Pressemitteilung: 10.512-088/13. Passagieraufkommen im kommerziellen Luftverkehr nimmt 2012 mit +3,0% weiterhin zu. [http://www.statistik.at/web\\_de/presse/070735](http://www.statistik.at/web_de/presse/070735). Zugriff am 20.11.2013.

Statistik Austria 2013e: Luftfahrt / Personenverkehr.  
[http://www.statistik.gv.at/web\\_de/statistiken/verkehr/luftfahrt/personenverkehr/index.html](http://www.statistik.gv.at/web_de/statistiken/verkehr/luftfahrt/personenverkehr/index.html).  
Zugriff am 20.11.2013.

StMWIVT – Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Leadpartner) (m. J.): AlpInfoNet – Sustainable Mobility Information Network for the Alpine Space. Zugriff am 09.10.2013.

Steiermark Tourismus 2011: STS 2011-2015. Steiermark Tourismusstrategie. Graz.

Tirol Werbung 2005: Leitfaden zur Destinationsentwicklung. Innsbruck.

Trafico et al. 2009: Verkehrsprognose Österreich 2025+. Endbericht. Teil/Kapitel 4, Personenverkehr Ergebnisse. Im Auftrag des BMVIT. Wien.

Umweltbundesamt (Hg.) 2009: Erreichbarkeiten alpiner Tourismusstandorte mit dem öffentlichen Verkehr aus bedeutenden Großstädten Europas. Nationale Studie Österreich. REPORT. REP-0217. Wien.

Umweltbundesamt (Lead Partner) (m. J.): ACCESS2MOUNTAIN – Sustainable Mobility and Tourism in Sensitive Areas of the Alps and the Carpathians.  
<http://www.access2mountain.eu/en/project/default.html>. Zugriff am 09.10.2013.

Umweltbundesamt (Lead Partner) (m. J.): Transdanube – Sustainable Transport and Tourism along the Danube. <http://transdanube.eu/>. Zugriff am 09.10.2013.

UNWTO – United Nation World Tourism Organization 2001: Tourism 2020 Vision. Volume 7: Global Forecast and Profiles of Market Segments. Madrid.

UNWTO – United Nation World Tourism Organization 2011: Tourism Towards 2030 Global Overview. Advance edition presented at UNWTO 19th General Assembly. Madrid.

UNWTO–UNEP–WMO 2008: Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. UNWTO. Madrid.

VCÖ 2013: Mobilität und Transport 2025+. Schriftenreihe "Mobilität mit Zukunft" 2/2013. Wien.

Verein Regionalmanagement Österreich 2012: Mobilität im Ländlichen Raum. Nachhaltig und den Mobilitätsbedürfnissen angepasst, Broschüre zur Tagung am 26. und 27. November 2012, Baden bei Wien.

- Vester, Heinz-Günter 1998: Die soziale Organisation des Tourismus. Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Tourismuswissenschaft. In: Tourismus-Journal. Zeitschrift für tourismuswissenschaftliche Forschung und Praxis. Heft 1.
- via donau 2013: Personenschiffahrt.  
[http://www.donauschiffahrt.info/daten\\_fakten/statistiken/personenschiffahrt/](http://www.donauschiffahrt.info/daten_fakten/statistiken/personenschiffahrt/). Zugriff am 31.05.2013.
- WKO – Wirtschaftskammer Österreich 2011: Tourismus in Zahlen 2011: Tourismus in Österreich. Eine gesamtwirtschaftliche Betrachtung. Wirtschaftskammer Österreich. Wien.
- WKO – Wirtschaftskammer Österreich 2012: Tourismus in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 48. Ausgabe, Mai 2012. Bundessparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Wien.
- WKO – Wirtschaftskammer Österreich 2013a: Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 49. Ausgabe, Juni 2013. Bundessparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Wien.
- WKO – Wirtschaftskammer Österreich 2013b: Aufgaben und Ziele.  
[http://portal.wko.at/wk/format\\_detail.wk?angid=1&stid=691023&dstid=9300&opennavid=53805](http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=691023&dstid=9300&opennavid=53805).  
Zugriff am 25.06.2013.
- Wien Tourismus 2009: Tourismuskonzept 2015. Wien.
- Zech, Sibylla; Knoll, Thomas; Klingler, Stefan; Cerny, Alexander 2008: Nachhaltig umweltfreundlicher Verkehr und Tourismus in sensiblen Gebieten, Region Neusiedler See/Fertő-tó. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Hg.). Wien.
- Zhang, Hui; Zhang, Junyil 2013: A Nested Tourist Time Use and Expenditure Behavior Model with Multi-Destination Visit Based on Pair Copula. Paper accepted by the 92th Annual Meeting of the Transportation Research Board, Washington, D.C., January 13-17, 2013, Responding to the Call For Papers „ADB10: New Approaches to Investigate Time Use and Activity Patterns“.

**ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

ABBILDUNG 1: ÜBERSICHT ZUR METHODIK DER STUDIE TOURISMUSMOBILITÄT.....	8
ABBILDUNG 2: ANKÜNFTE VON TOURISTEN NACH REGIONEN .....	46
ABBILDUNG 3: AKTEUR/INNEN ZUR TOURISMUSMOBILITÄT ÖSTERREICH 2013.....	50
ABBILDUNG 4: AKTEUR/INNENLANDSCHAFT ZUR TOURISMUSMOBILITÄT IM SALZKAMMERGUT, STAND: 2013.....	52
ABBILDUNG 5: AKTEUR/INNEN-LANDKARTE DER TOURISMUSMOBILITÄT IM MONTAFON, STAND: 2013.....	53
ABBILDUNG 6: DISKUSSIONSERGEBNISSE SZENARIO “WEITER SO!” .....	60
ABBILDUNG 7: DISKUSSIONSERGEBNISSE SZENARIO “MASSE UND/ODER KLASSE“ .....	62
ABBILDUNG 8: DISKUSSIONSERGEBNISSE SZENARIO “AN DER ZIELGRUPPE VORBEI!“ .....	64
ABBILDUNG 9: DISKUSSIONSERGEBNISSE SZENARIO “WIR HABEN’S ERKANNT, WIR TUN WAS!“ .....	66
ABBILDUNG 10: DARSTELLUNG ZUR STRATEGISCHEN AUSRICHTUNG UND DEREN HANDLUNGSFOKUSSE .....	72
ABBILDUNG 11: BEISPIEL HOMEPAGE LAAX .....	75
ABBILDUNG 12: KOMBITICKET WINTERSPORT ÖBB .....	77
ABBILDUNG 13: MITFAHRBÖRSE FLINC.....	79
ABBILDUNG 14: BEISPIEL NETZPLAN HOCHPUSTERTAL, SÜDTIROL .....	81
ABBILDUNG 15: LOGO UND LAGE DER BERGSTEIGERDÖRFER.....	83
ABBILDUNG 16: ÖSTERREICHISCHE TOURISMUSSTRATEGIE .....	85
ABBILDUNG 17: UMSETZUNGSPLAN ELEKTROMOBILITÄT .....	87
ABBILDUNG 18: LEP 2011 PLANDARSTELLUNG DER STANDORTE UND ZONEN (AUSSCHNITT).....	89
ABBILDUNG 19: AKTEUR/INNEN UND GREMIEN.....	91
ABBILDUNG 20: ÜBERSICHT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND HANDLUNGSPFADE – ZUM / VOM / AM URLAUBSORT .....	93
ABBILDUNG 21: ÜBERSICHT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND HANDLUNGSPFADE – TOURISMUSMOBILITÄT STRATEGISCH VERANKERN .....	94

**TABELLENVERZEICHNIS**

TABELLE 1: ÜBERSICHT „MOBILITÄT & VERKEHR“ IN DEN TOURISMUSRELEVANTEN DOKUMENTEN DER LÄNDER.....	39
TABELLE 2: ÜBERSICHT „TOURISMUS“ IN DEN LANDESVERKEHRSKONZEPTEN .....	41
TABELLE 3: ÜBERSICHT AUSGANGSHYPOTHESEN UND „DRIVING FORCES“ DER SZENARIEN (AUSWAHL) .....	68
TABELLE 4: ÜBERSICHT DER AUSWIRKUNGEN DER SZENARIEN (AUSWAHL) .....	69
TABELLE 5: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 1 „ERSTE UND LETZTE MEILE“ .....	75
TABELLE 6: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 2 „TAGESTOURISMUS“ .....	77
TABELLE 7: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 3 „BELEGUNGS- UND VERKEHRSTEUERUNG: VERKEHRSSPITZEN UND SAISONALITÄT AUFLÖSEN“ .....	79
TABELLE 8: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 4 „ERWEITERUNG DER (REGIONAL VERNETZTEN) MOBILITÄTSANGEBOTE“ .....	81
TABELLE 9: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 5 „BESSERE INFORMATIONSANGEBOTE FÜR TOURIST/INNEN“ .....	83
TABELLE 10: HANDLUNGSOPTIONEN 6 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF BUNDESEBENE – POLITISCHE AGENDA“ .....	85
TABELLE 11: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 7 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF BUNDESEBENE – BEWUSSTSEIN SCHAFFEN“ .....	87
TABELLE 12: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 8 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF LANDESEBENE“ .....	89
TABELLE 13: HANDLUNGSOPTIONEN FOKUS 9 „TOURISMUSMOBILITÄT AUF LOKALER UND REGIONALER EBENE“ .....	91

**ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS**

ASFiNAG	Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-Aktiengesellschaft
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMLFUW	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
BMVIT	Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
BMWFJ	Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
BRICS	Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika
CIPRA	Internationale Alpenschutzkommission
DG	Directorate General
EK	Europäische Kommission
EU	Europäische Union
GPS	Global Positioning System
GUS-Staaten	Gemeinschaft Unabhängiger Staaten
ICAO	International Civil Aviation Organization
IV	Individualverkehr
IKT	Informations- und Kommunikationstechnik
LEADER	Liaison entre Actions de Developpement de l'Economie Rurale
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NGO	Non-Governmental Organization (Nichtregierungsorganisation)
NMIV	Nicht motorisierter Individualverkehr
ÖAMTC	Österreichischer Automobil-, Motorrad- und Touringclub
ÖBB	Österreichische Bundesbahnen
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OEAV	Österreichischer Alpenverein
ÖHV	Österreichische Hotelierversammlung
ÖPFV	Öffentlicher Personenfernverkehr
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ÖPV	Öffentlicher Personenverkehr
ÖREK	Österreichisches Raumentwicklungskonzept
ORF	Österreichischer Rundfunk
ÖROK	Österreichische Raumordnungskonferenz
ÖV	Öffentlicher Verkehr
ÖW	Österreich Werbung
Pkw	Personenkraftwagen
STEP	Stadtentwicklungsplan
TCA	Tourismus Community Austria
T-MONA	Tourismus Monitor Austria
UNEP	United Nations Environment Programme
UNWTO	United Nation World Tourism Organization
USP	Unique Selling Proposition
VCÖ	Verkehrsclub Österreich
VVV	Verkehrsverbund Vorarlberg
WKO	Wirtschaftskammer Österreich
WMO	World Meteorological Organization