

Potentiale des Ökotourismus in Österreich

Kurzfassung

Margit Leuthold
Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung

Kontakt: Margit.Leuthold@iitf.at

Wien, August 2001

Eine Studie im Auftrag des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit



Warum eine Studie über Ökotourismus in Österreich?

„Ökotourismus“ in Österreich - ein neues Urlaubsangebot und Zukunftsperspektive für die österreichische Tourismusbranche? - Oder ist das vermeintlich neue Angebot tatsächlich nur „alter Wein in neuen Schläuchen“, der keine gewinnversprechende Alternative zum bisherigen Urlaubsangebot bieten würde? Die Frage steht nicht unvermittelt an. Sie ist begründet und hat einen Anlass.

Im Vorfeld der Europäischen Konferenz zur Vorbereitung des Worldsummit zum „Internationalen Jahr des Ökotourismus 2002“ im September 2001 in St. Johann/Pongau wurde dem Institut für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit die vorliegende Untersuchung in Auftrag gegeben, um erste Ergebnisse zu den möglichen Potentialen des Ökotourismus in Österreich bereitzustellen.

Für eine ökotouristische Tourismusedwicklung ist der dahinter stehende Nachhaltigkeitsansatz vielversprechend, weil er die Planung von touristischen Angeboten ermöglicht, die an der Zukunft orientiert sind und Vorschläge im Zuge der Rio-Konferenz und der Nachfolgekonferenzen für eine umweltverträgliche, sozialverträgliche und wirtschaftlich tragfähige Entwicklung bereitstellt (AGENDA 21, Biodiversität-Konvention etc.). Dennoch läßt sich die Frage nach den Bedürfnissen einer Generation angesichts der bestehenden Interessenvielfalt nur schwer beantworten. Und bislang ist Nachhaltigkeit nur selten für eine touristische Regionalentwicklung konkretisiert worden. Weitergehende Indikatoren für Nachhaltigkeit gibt es erst seit kurzem - siehe unsere Studie zu den Indikatoren zur Bewertung von Nachhaltigkeit - und müssen erst umgesetzt werden.

Eine Studie zu einem möglichen Ökotourismus in Österreich knüpft ebenfalls an eine seit längerem, sowohl im deutschsprachigen als auch internationalen Raum geführte Diskussion an. Für die weitergehende Diskussion zum Thema Ökotourismus ist deshalb wichtig, nicht den Fehler zu begehen, von einem „allgemeinen“ Verstehen auszugehen, sondern vielmehr auf die jeweils unterschiedlichen Aspekte eines Ökotourismusangebotes einzugehen, ohne den dahinter liegenden Gedanken der Nachhaltigkeit zu vernachlässigen.

Die vorgestellten Ergebnisse basieren auf einer ausführlichen Literatur- und Datenanalyse, fundierten Hintergrundgesprächen mit 15 ExpertInnen aus der Tourismusbranche sowie einer eigens durchgeführten Reisenden-Befragung auf der Ferienmesse Wien und der Internationalen Tourismusbörse Berlin Anfang 2001.

Ergebnisse in 10 Thesen.

1. Naturtourismus ist keine Erfindung des 21. Jahrhunderts.

Der Blick in die Geschichte zeigt, dass Naturtourismus keine Erfindung des 21. Jahrhunderts ist. Aber erst die technologischen Entwicklungen des 19. und 20. Jahrhunderts (Transportsysteme, Massenkommunikationsmittel) haben dazu geführt, dass Menschen immer mobiler geworden sind und sich ihr „Fernweh“ globalisieren konnte. Der aktuelle Naturtourismus ist zum enorm wichtigen Bestandteil einer globalen Tourismusindustrie geworden. Insbesondere für das ökotouristisch motivierte Reisen stellt sich die Frage, wie es umwelt- UND sozialverträglich sein kann. Die Beantwortung der Fragen des (Reise-)Verkehrs als auch die Frage nach der Verantwortung beim Reisen werden für die zukünftige ökotouristische Auseinandersetzung entscheidend sein.

2. Ökotourismus wird sich an den Themenfeldern Regionalentwicklung und Verkehrsmittelwahl entscheiden.

Ökotouristische Aktivitäten sind in erster Linie *Aufenthalte* in der Natur sowie das *Kennenlernen* von Landschaften/Kulturen, aber auch jene *lokalen und regionalen* Projekte, die eine nachhaltige Entwicklungschance für die einheimische Bevölkerung bieten. Deshalb ist Ökotourismus ohne Regionsbezug nicht möglich. Dabei ist zu beachten, dass regionale Bedürfnisse auch auf kleinsten Räumen vor Ort unterschiedlich sein können und von einzelnen Interessen(sgruppen) unterschiedlich formuliert werden.

Eine sinnvolle und notwendige Maßnahme ist deshalb, im konkreten Fall bei der Angebotsentwicklung – unter Berücksichtigung der internationalen Auseinandersetzungen – und unter Partizipation aller BewohnerInnen einen jeweils regional bezogenen Aktions- und Richtlinienkatalog zu erarbeiten, der das Verständnis von Ökotourismus konkretisiert und für alle Beteiligten transparent macht.

Ökotouristische Angebote, die von einer lokalen Gemeinde oder einer Region entwickelt werden, bieten

- Angebote zum Kennenlernen und zum Aufenthalt in der Natur (z.B. im Rahmen von Besucherlenkungen in Nationalpark- oder Naturparkgebieten oder im Rahmen von Wanderungen) bzw.
- direkte Angebote zum Kennenlernen von ökologischen, kulturlandschaftlichen und historischen Besonderheiten einer Gegend (z.B. über Gästekarten, Vernetzte Angebote, Mobilitätsangebote etc.).

Ökotouristische Angebote, die von einzelnen oder vernetzten Unterkunftsgebern entwickelt werden, bieten

- besondere Angebote zur Unterkunft (z.B. Urlaub auf dem Bauernhof, Umweltzeichenhotels, Hotels und Betriebe, die ein sozial-ökologisches Betriebskonzept umsetzen etc.) sowie zur Gestaltung des Aufenthaltes vor Ort (z.B. Gästekarten, Mobilitätsangebote).

Die große Herausforderung wird zukünftig diejenige sein, zwischen „ökotouristischem Marketing-Gag“ und dem für den Betrieb und die Region tatsächlich wertschöpfenden Angebot zu unterscheiden, das ein gutes Marketing braucht.

Alle Angebote zum Ökotourismus sollten folgende Kriterien erfüllen:

- Umweltverträglichkeit
- Sozialverträglichkeit
- Wirtschaftlich verträglich (d.h. sozial-ökonomisch ausgerichtet)
- Kulturverträglichkeit
- Verantwortungsbewusstsein
- Naturbezogenheit
- Nachhaltige Entwicklungsperspektive
- Mitbestimmungsrechte der Bevölkerung (Partizipation)
- Regionalentwicklung
- Eventuell einen Beitrag zur Finanzierung von Schutzgebieten ermöglichen

Wesentlich ist die **Verkehrsmittelwahl**: Wie können zukünftig Aufenthalte, die mit dem Genuss des Aufenthalts in der Natur, der Landschaft und mit der Erholung verbunden sind, zukünftig so gestaltet werden, dass sie nicht durch die Zunahme des Individualverkehrs gestört werden?

Für Österreich sind beide Themen „Regionalentwicklung“ und „Verkehr“ von hoher Bedeutung. Zum einen kämpfen einige Regionen in Österreich deutlich mit dem Transitreiseverkehr von Norden nach Süden (und umgekehrt), zum anderen müssen Regionen mit intensiver touristischer Nutzung Anstrengungen zur Verkehrsberuhigung unternehmen. Die meisten Gäste wollen zwar individuell anreisen und jederzeit mobil vor Ort sein, aber möglichst keinen Urlauberautoverkehr erleben. Für andere, wenig touristisch erschlossene Gebiete stellt sich die Frage, in welchem Ausmaß „Gästekverkehr“ stattfinden soll.

3. Ökotourismus kann ein Potential für Regionen darstellen.

Ökotourismus ist kein All-Inclusive-Club Angebot, bei dem die Reisenden nichts von der Region erleben. Tourismus für die Region muss den Gästen mehr als nur ein Zimmer

mit Frühstück anbieten: „Welche Maßnahmen bewegen die Gäste zu einem längeren Aufenthalt?“, ist hier die wichtige Frage, die sich eine Region stellen muss. Vernetzte Vermarktungskonzepte, Produzenten-Produkt-Vermarktungsk Kooperationen sind hier gefragt. Ökoregionen könnten sich zusammenschließen und ein gemeinsames Angebot erstellen.

Indikatoren für „Ökoregionen“

- Dichte der Biobauern innerhalb der Region, als Anzeichen für das Vorhandensein von Pionieren (Pionierfunktion) im Hinblick auf ökologische Produktpaletten
- Vermarktungskoooperation zwischen Landwirtschaft und Tourismus (landwirtschaftliche Produkte im touristischem Angebot, beispielsweise im Rahmen des Angebotes „Urlaub am Bauernhof“)
- Angebot regionaler Lebensmittel (als besondere Handlungsoption).
- Flächengrößen von National-, Naturparks, Naturschutz- und Landschaftsschutzgebiete (NATURA 2000), Biotope, Biosphärenreservate und –parks etc.
- Anzahl der AGENDA 21 Prozesse
- Anzahl der Klimabündnisgemeinden
- Angebote zu einem ökoeffizienten Verkehrsplan
- Anzahl der Initiativen und Vereine zu Wanderungen/Aktivitäten in der Natur, Themenstrassen, Kulturangebote, Museen etc.

Wenn in der tourismuspolitischen Diskussion Innovationen behandelt werden, sind auch die Einschätzungen und Entscheidungen freier Interessensvertretungen wie beispielsweise der Österreichischen Reisebüros und der Österreichischen Reiseveranstalter, des Verbandes „Urlaub am Bauernhof“, des Privatzimmervermieter-Rings, der österreichischen Hotelierversammlung oder des Bundes Österreichischer Gastlichkeit (Verband österreichischer Gastronomen) wichtig. Deshalb sollten auch im Rahmen der Diskussion über das „Internationale Jahr der Berge“ solche Diskussionen zu Trendentwicklungen angeregt werden, damit sich weitere Impulse für nachhaltige Regionalentwicklungsstrategien in alpinen Gebieten durchsetzen können.

4. Österreich hat Gästepotentiale für Ökotourismus als Qualitätstourismus.

Rund 55,5 % der Gesamtbevölkerung gehen auf Reisen (Daten Statistik Austria 2000). Diejenigen die auf Reisen gehen, sind eher jünger, wenn sie häufiger verreisen bzw. sind im Durchschnitt zwischen 30 und 39 Jahre alt, verfügen über ein regelmäßiges Einkommen und kommen eher aus einem Ballungsraum bzw. der Großstadt (Wien); rund 33 % aller 6,1 Millionen Haupturlaubsreisen (das sind jene Reisen, die nach Einschätzung der Befragten als wichtigste Jahresurlaubsreisen gesehen werden) gehen ins Inland - die vier wichtigsten Reiseziele für Inlandsurlaubende sind Kärnten, die Steiermark, Salzburg und Tirol. Rund 67 % aller österreichischen Reisenden zieht es ins Ausland.

Die größte Gästegruppe in Österreich sind deutsche Urlaubende mit 63 % aller Gäste, dahinter kommen mit 27 % Gäste aus Österreich. Die Nächtigungen aus dem Inland haben dabei im vergangenen Jahr (2000) relativ zugenommen (+ 3,5 %). Weitere

wichtige Herkunftsländer der Gäste in Österreich sind die Niederlande, Großbritannien und Italien.

Nächtigungsgewinne konnten, so die Daten für 1999 (die genauen Daten für 2000 stehen derzeit noch nicht zur Verfügung), insbesondere bei den gehobenen Anbieterbetrieben (5 oder 4 Stern Kategorie) mit einem ein Umsatzplus von 6,3 % verzeichnet werden, waren aber auch in den Ferienwohnungen/-häusern auf Bauernhöfen zu beobachten (+3,9 %). Für das Jahr 2000 wird eine Bestätigung dieses Trends erwartet.

In der Regel suchen - nach Ergebnis der Gästebefragung Österreich 2000/01 - die Gäste in Österreich im Sommerurlaub:

- Erholung (65 % der Befragten)
- Wanderungen (49 %, vor allem in Vorarlberg und Tirol)
- Badeurlaub (54 %, vor allem in Kärnten)
- Kultururlaub (15 %, vor allem in Wien und in Salzburg/Stadt)
- Sporturlaub /Radreise (28 %, vor allem im Burgenland)
- Kur- und Wellnessurlaub (zusammen 10 % der Befragten)

Insgesamt kann man eine Entwicklung zum „Qualitätstourismus“ nachzeichnen, d.h. die Anzahl der Beherbergungsbetriebe und die Bettenkapazität hat nur geringfügig zugenommen, dafür ist das Angebot offensichtlich besser auf Zielgruppen zugeschnitten gewesen und damit die Auslastung erhöht worden.

Der Anteil der Auslandsurlaubsreisen der Österreicherinnen und Österreicher ist im Jahr 2000 auf 67 % der gesamten Reisen gestiegen. Real stiegen die Zahlen der Reisen auf rund 4,42 Millionen Reisen/Jahr. Österreicherinnen und Österreicher sind somit auch eine faktische Zielgruppe für Appelle an einen ökologischen und sozialverträglichen Tourismus und einen verantwortungsbewussten Aufenthalt in ökotouristisch interessanten Destinationen.

5. Die potentielle Ökotouristin / der potentielle Ökotourist: Zwischen 30 und 60 Jahre alt, gebildet, städtisch, Landschaft und Erholung suchend, flexibel in der Ortswahl in touristisch weniger genutzten Gebieten.

Es ist heute schwer, bei der Vielzahl von Reisenden *einen* bestimmten Reisetyp zu beschreiben oder als Hauptzielgruppe für Ökotourismus auszumachen. Derzeit wird der Anteil der Gesamtausgaben für Naturtourismus am gesamten Tourismus auf etwa 7 % geschätzt.

Setzen wir aus unterschiedlichen Untersuchungen (Life-Style Analyse 1999, Gästebefragung Österreich 2000, Statistik Austria 2001 und die Reisende-Befragung im Rahmen dieser Studie 2001) ein Phantombild des österreichischen Ökotourist bzw. der

österreichischen Ökotouristin zusammen, so könnte folgendes Profil beschrieben werden: Er bzw. sie wäre

- zwischen 30 und 60 Jahre alt,
- hätte eher einen höheren Schulabschluss und ein regelmäßiges Einkommen,
- käme eher aus einem Ballungsraum bzw. einer Großstadt,
- würde im Urlaub eher Erholung als Action suchen,
- möchte vor allem (neue) Landschaften erleben und kennen lernen,
- möchte abseits von touristischen Zentren einen komfortablen Urlaub erleben, bei der er/sie nicht unbedingt sparsam lebt, aber auch nicht zu viel Geld ausgibt,
- würde einen preiswerten Sommerurlaub – entweder zum Erholen am Meer (Sonne, Strand, Meer) oder aber einen Erholungs-/Aktivurlaub beim Wandern in den Bergen verbringen,
- zöge kleinere Orte den international bekannten und belebten Gebieten vor und
- würde sich auch einmal einen (Kurz-)Urlaub in einem gehobeneren Hotel gönnen.

Die reisefreudigsten Bevölkerungsgruppen, vor allem für Ferndestinationen, sind jung und unabhängig, besitzen eine hohe Bildung, verdienen gut und/oder leben meist in Großstädten; Personen mit einem formal hohen Bildungsstand reisen öfter und unternehmen überdurchschnittlich oft Studienreisen.

Aus der Reisende-Befragung (IITF 2001) lässt sich ein mit Vorsicht zu beurteilendes Potential von rund 29 % der in und nach Österreich Reisenden für Natur- und Umweltreisen in Österreich annehmen. Nach der Reisende-Befragung dauerten die ökotouristischen Reisen innerhalb von Österreich zwischen sieben und 14 Tagen.

Von Interesse für Reiseveranstalter dürfte sein, dass sich mehr als die Hälfte aller Befragten (64 %) von einem Reisebüro eine kompetente Umweltinformation über das Urlaubsziel erwartet. Immerhin 71 % aller Befragten äußerten sich positiv gegenüber dem Statement, dass sie einen Reiseveranstalter mit ausgewiesenem Umweltengagement (das heißt einen Reiseveranstalter, der sich in einer Region für Umweltbelange engagiert und damit zu einem ökologisch verträglichen Tourismus beiträgt) bevorzugen würden.

Rund 34 % aller Befragten der Reisende-Befragung haben eine im Sinne der WTO verstandene „ökotouristische Motivation“. Dabei scheint das „ökotouristische“ Interesse sich vor allem darauf zu konzentrieren, eine andere Umgebung kennenlernen zu wollen (21 %: andere Landschaften kennen lernen). Die Suche nach den „anderen“ Menschen (z.B. nach einem Kontakt mit indigenen Völkern) zählt mit rund 7 % ebenso wie das Beobachten von Tieren oder das Erleben „der Natur“ mit rund 6 % zu einem weniger starken Urlaubsgrund.

Würde man diese Angaben auf die Anzahl aller österreichischen Urlaubsreisen hochrechnen, so würde sich hier ein mit Vorsicht einzuschätzendes mögliches

Urlaubsreisenpotential von ca. 2,1 Millionen ökotouristisch motivierter österreichischer Reisen ergeben. (Die vorsichtigen Schätzungen von den von dwif/BTE in Deutschland durchgeführten Untersuchungen sprechen nach Auswertung der vorhandenen Befragungen von Reisenden zwischen 35 und 60 Jahren, von einem Minimum von 0,9 Millionen deutschen ökotouristisch motivierten Reisenden und einem Maximum von 3,2 Millionen Reisenden.)

Nahezu einhellig ist die Zustimmung zum Respekt gegenüber der Lebensweise und den Traditionen der einheimischen Bevölkerung. Diese große Zustimmung macht vor allem deutlich, dass es sich hierbei auch um ein scheinbar sozial erwünschtes touristisches Verhalten handelt. Fast ähnlich groß ist die Zustimmung zu dem Statement, dass zur Urlaubszufriedenheit ein intaktes Landschaftsbild gehört. Das ist, wie auch andere Untersuchungen belegen, sicherlich ein wesentlicher Faktor der Urlaubszufriedenheit. Rund 91 % aller Befragten der Reisende-Befragung stimmen zu, dass zu einer Reise unmittelbare Naturerlebnisse gehören (53 % sehr, 39 % eher).

Für mehr als die Hälfte gehören unmittelbare Naturerlebnisse unbedingt zu einer „echten Urlaubsreise“ dazu - dem unmittelbaren Naturerleben gegenüber fallen die inszenierten Kontakte mit „der Natur“, sei es über einen Besuch eines ausgewiesenen Natur- oder Nationalparks (mit 72 %) oder aber einer Möglichkeit zur Tierbeobachtung (62 %) zurück.

Zugleich stellen diese Reisenden hohe Hygiene- und Sicherheitsstandards an ihr ökotouristisches Urlaubsziel und haben die Erwartung, eigenständige (d.h. selbständige) Wanderungen und Touren mit guter Information durchführen zu können. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die ökotouristisch interessierten Reisenden erwarten, dass sie ein gastfreundliches und zumindest vom Preis-Leistungs-Verhältnis günstiges Angebot geboten bekommen, eine einheimische Küche mit Zutaten aus der Umgebung kosten können und in kleinen Unternehmungen untergebracht sind, die durch die lokale Bevölkerung betrieben werden.

Wenn wir die Ergebnisse aus der Untersuchung von Baumgartner/Hlavac 2000, basierend auf Daten der Life-Style Untersuchung vom Fessel-Institut, mit einer groben Schätzung hochrechnen, könnte man davon ausgehen, dass in Österreich ein gewisses Segment (Schätzung: zwischen 0,5 und 1,6 Millionen Personen) bereit wäre, zwischen 5 % und 20 % mehr für eine ökologisch und sozial-verträgliche Urlaubsreise zu zahlen.

Damit entwickelt sich jedoch ein zunächst auf das Naturerlebnis beschränktes Angebot zu einer umfassenden, nachhaltigen Tourismusentwicklung für Regionen, die auch als solche gefördert werden sollte.

Zieht man diese Angaben für eine erste Kategorisierung von Ökotourismusangeboten heran, so ergeben sich folgende Möglichkeiten:

- Besuche in National- und Naturparks sowie in Landschaftsschutz- und Naturschutzgebieten
- Besuche in Tierparks und in Wildparks
- Aufenthalt in weniger intensiven Tourismusregionen wie beispielsweise dem Waldviertel, kleineren Gebirgsregionen etc.

Interessant ist, dass Wanderungen als unmittelbare Naturerfahrungen genannt wurden. Verbunden mit den Beschreibungen größerer Bergregionen (Großvenediger, Karnische Alpen etc.) scheinen vor allem die Berge ein bemerkenswertes Potential für Naturerfahrungen zu bieten. Das dürfte auch im Hinblick auf das kommende „Internationale Jahr der Berge 2002“ von Interesse sein.

6. Ökotourismus in Österreich: Naturnaher (Wander- oder Höhen-)Urlaub auf dem Bauernhof, in Umweltzeichenhotels, in Nationalparks, Naturpark- und anderen ökologisch interessanten Regionen.

Ein ökotouristisches Angebot für Österreich ist, folgt man der kurzen WTO-Definition von Ökotourismus als Naturtourismus, umfassend vorhanden.

Rund 19 % der Gesamtfläche umfassen verschiedene Naturgebiete, die ökotouristisch genutzt werden könnten. Potentielle Ökoregionen hinzugerechnet, könnte man in einer ersten, noch weiter zu belegenden, Schätzung zwischen 35 und 40 % der Landesfläche in Österreich als ökotouristisch nutzbar ansehen. Darüber hinaus bieten Museen und andere Angebote ausreichend kulturelle Bildungsmöglichkeiten und Möglichkeiten, die traditionellen Besonderheiten in den Regionen kennen zu lernen.

Wenn man die Ergebnisse dieser Untersuchung grob hochrechnet, könnte man hypothetisch davon sprechen, dass bereits etwa die Hälfte der österreichischen Nüchtigungen potentiell ökotouristische Motivation aufweisen.

Die vor 10 bis 15 Jahren diskutierten Kriterien eines „ökologischen Tourismus“ sind derzeit die Indikatoren, inwieweit die „naturbelassene Landschaft“ die subjektiven Wahrnehmungsraster für die in den Vordergrund gerückte Botschaft „Aktivurlaub“ und/oder „Wohlfühl-Urlaub“ bilden können.

7. Ökotourismus ist keine neue Marke, sondern eine Werbung für und eine Qualitätssicherung von vorhandenen best practise Angeboten: Urlaub auf dem Bauernhof, Neusiedlersee Card, Culinarium Österreich, Alps Mobility ...

Für einige Fachleute aus der österreichischen Tourismusbranche, die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung befragt wurden, steht fest, dass „Ökotourismus“ keine Marke ist, mit der ein umfassendes Angebot vermarktet werden kann. Ökotourismus kann – zumindest in Österreich nicht als ein weiterer „Nischentourismus“ – neue Marktanteile erschließen. Vielmehr würde er mit eingeführten Marken - Urlaub auf dem Bauernhof, Angebote der Nationalparks in Kooperation mit den Regionen (z.B. Neusiedlersee Card), Vermarktungskonzepte von Regionen (z.B. Käsestrasse, Culinarium Österreich), Wellnessangebote - konkurrieren, den Blick auf das konkrete Angebot verschleiern und den Verzichtsaspekt in den Vordergrund rücken. Das ist nicht förderlich, zumal für viele Reisende der Urlaub „durch den Bauch“ geht, und das Angebot von regionalen, frischen Speisen vom Bauern mit Weinen aus der Region bereits heute zum guten Stil eines Hotels oder Restaurants gehört.

Die Frage der Mobilität wird zukünftig entscheidend sein, ob in bestimmten Regionen eine nachhaltige Entwicklung stattfinden kann oder nicht: Wie kommen Reisende in eine Region? Konzepte für einen öffentlichen Nahverkehr und Angebote für UrlauberInnen sind notwendig, damit diese weniger mit dem eigenen PKW fahren und Sammeltaxis, Gästebusse etc. nutzen können. Das Modell, wie es im Rahmen des Programmes „Alps Mobility“ in einigen Modellregionen verwirklicht wurde, kann hier nur als ein Anfang gesehen werden. Für größere Regionen ist ein nachhaltiges Verkehrskonzept zu entwickeln. In den Gästemeldeformularen könnten beispielsweise Angaben zum Verkehrsmittel der Anreise und ähnliches abgefragt werden.

Für welche Zielgruppen Urlaubsangebote ausgerichtet sind und wie diese Gruppen bereits über die Wahl der Vertriebswege vorbestimmt werden, wird zukünftig relevanter werden. Wie können die „richtigen“ Gäste angesprochen werden? Die Buchungen bei Ferienmessen und anderen Veranstaltungen gehen tendenziell zurück, die Individualreisen nehmen - zumindest für Reisen in das eigene Land - zu. Auf welchem Weg heute die Anbieter ihre Gäste erreichen, wird wichtiger. Hier stehen andere Dienstleistungskonzepte und Marketingstrategien an, die auf Informationstransfer und direkten Kontakt ausgerichtet sind.

Bei der Suche nach differenzierten KonsumentInnengruppen muss vor allem aber darauf geachtet werden, für wen dieser Personen Ökotourismus Bedeutung haben könnte: Für erholungssuchende, naturaktive, gesundheitsbewusste oder sinnsuchende UrlauberInnen?

Nachhaltige Reiseangebote sind ein bunter Bausteinkasten, aus dem ein umfassendes Angebot entsteht: „Gästekarten“, mit denen hier ein Museum, dort ein Nationalpark besucht, da eine Weinprobe gemacht werden kann, werden genutzt und regen auch an, die Gegend zu entdecken.

8. Ökotourismus ist eine österreichweite Initiative zu bottom-up Aktionen.

Zu einer Vereinbarung gehören mehrere Partner und vor allem: Menschen, die miteinander kommunizieren. Eine Region kann sich nur dann im Vergleich zu anderen Regionen positionieren, wenn es Menschen gibt, die diese Positionieren tragen bzw. mit ihrem Engagement ausfüllen.

Ökotourismus für Regionen sollte als Initiative von überregionaler Stelle differenziert und vor allem praxisorientiert gestartet werden. So könnten von Seiten des Bundes bzw. der Bundesstellen die Grundlagen für eine überregionale Austausch-Plattform geschaffen werden und die zuständigen Tourismusbehörden eine Selbstpositionierung vornehmen. Zugleich aber sollte sichergestellt werden, dass „ökotouristische“ Initiativen nicht *top-down*, sondern nach dem *bottom-up* Verfahren angeregt werden, dass heißt, eventuelle Fortbildungen und Informationsveranstaltungen sichergestellt werden. Von Praxisseite lassen sich folgende Erwartungen an eine Initiative Ökotourismus festhalten:

Fortbildungsveranstaltungen sollten auf eine Vermittlung von Wissen und Informationen über neue Trends in der Tourismuswirtschaft zielen, über neuartige nachhaltige Strategien und Methoden. Dazu sollte in einer Art Kurssystem ein branchenübergreifender Erfahrungs- und Gedankenaustausch zu vergleichbaren Problemstellungen gefördert werden und auf einen Lerntransfer, d.h. die Umsetzung des Gelernten für die eigene Unternehmung / für den eigenen Bereich ausgerichtet sein.

- Wie können Marktchancen mit neuen Angebotsvisionen genutzt werden?
- Wie entwickeln und positionieren einzelne Unternehmen ihre Angebotssysteme?
- Wie fördern einzelne Anbieter eine nachhaltige Tourismuskultur in ihrem eigenen Unternehmen?

9. Es besteht noch weiterer Forschungsbedarf zum Ökotourismus.

Wenn der Gesundheitstourismus in den Alpen als gewichtiges „Naherholungsgebiet“ und als Rekreationszone für Europa entwickelt werden soll, dann sind hier mehrere Faktoren zu beachten: Die Alpen entwickeln sich immer mehr zur Kurzurlaubsdestination für Europa. Langfristig wird das Thema „ganzheitliche Gesundheit“ zum einem gesellschaftlichen Megathema werden. Will man Wellness-Urlaub mit „ökotouristischen“ Gedanken verbinden, so gilt es hier, alternative Verkehrskonzepte und –ideen weiterzuverfolgen, die ein ganzheitliches orientiertes Urlaubsangebot bieten können. Wellness-Urlaube sind nicht ausschließlich Urlaube in Thermenregionen. Auch Höhenaufenthalte und Kuraufenthalte gehören zu diesen Gesundheitsurlaube. Diese „ökologischer“ zu gestalten, müsste über die gegenwärtigen Umweltinstrumente organisiert werden. Werden zukünftig Wellness-Cluster untersucht, so sollten hier die bereits vorhandenen regionalen Netze und Regionalentwicklungsstrategien in ein langfristiges ökonomisches Konzept eingebunden werden, um tatsächlich nachhaltige Wertschöpfung für Regionen zu erhalten und nicht

nur neue Marketing-Labels zu begründen. Hierzu bedarf es weiterer und gründlicherer Untersuchungen über die einzelnen Angebotskategorien.

Innerhalb des Tourismus wird die Bedeutung des Ökotourismus weiter zunehmen. In diesem Zusammenhang ist es auch für das Tourismusland Österreich von Interesse, eine Prognose der wesentlichen Bestimmungsfaktoren der Nachfrage, der wirtschaftlichen Bedeutung und der Wertschöpfungspotentiale des Ökotourismus in der Zukunft zu erstellen. Die dabei zu wählenden Methoden hängen von der konkreten Fragestellung und dem zur Verfügung stehenden Datenmaterial ab. Wertschöpfungspotentiale (eine Analyse der zukünftigen Arbeitsplätze, Steuereinnahmen, Gewinne), Gesamttourismuspotentiale (Tourismuskonsum im Vergleich zu anderen Konsumbedürfnissen) sowie konkrete wirtschaftswissenschaftliche Simulationen und Prognosen zu einem Ökotourismuspotential stehen noch aus.

Es gibt – wenn man von den Ergebnissen der Gästebefragung absieht – derzeit wenig qualitative Informationen über Österreich als Herkunftsmarkt für „Österreich-Urlaub“, d.h. es gibt nur wenige Informationen über österreichische Gäste. Hier sollten verstärkt Untersuchungen vorgenommen werden. Welche Ziele und Interessen verfolgen beispielsweise die „Urlaub am Bauernhof“-Betriebe? Derzeit bieten 15.500 Bauernhöfe über 170.000 Betten in Österreich an. Wie viele von den 15.500 Bauernhöfen wollen in Zukunft Tourismus als ein zweites Standbein entwickeln? Wie groß wäre die Bettenkapazität in Zukunft in diesem Angebotsbereich? Da gerade in diesem Bereich die Ausstiegsbarrieren sehr gering sind (z.B. keine Schuldenlast, die durch ein weiterführendes Familienmitglied gemindert werden müsste), ist hier insbesondere die psychosoziale Situation in den Bauernhof-Familien als großer Einflussfaktor zu werten (z.B. Hofübergabe, Privatbereich).

10. Fazit: Sensible Angebotsplanung und geeignete Marketingstrategien für best practise in Österreich ergeben den ökotouristischen Angeboten in Österreich die besten Marktchancen.

Ökotouristische Angebote haben die besten Marktchancen, wenn dabei regionale Besonderheiten für die richtigen Zielgruppen angeboten werden. Damit das geschehen kann, ist eine sensible Angebotsplanung sowie eine geeignete Marketingstrategie von Nöten. Diese ist am erfolgreichsten, wenn sie in, von und mit der Region als klare Entwicklungsstrategie vereinbart worden ist.

Dr. Margit Leuthold, 2001

Institut für Integrativen Tourismus und Freizeitforschung

Die Studie wird voraussichtlich ab Herbst 2001 über die Dokumentationsstelle „Tourismus-Studien-Austria“ gegen Entgelt zu beziehen sein.