Peter Zellmann
Sonja Mayrhofer

Die Urlaubsrepublik

Die Zukunft des Tourismus in Österreich

MANZ

Die Urlaubsrepublik

Die Zukunft des Tourismus in Österreich

von

Peter Zellmann

Sonja Mayrhofer

MANZ

Dieses Buch wurde von der Wirtschaftskammer Burgenland gefördert.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Sämtliche Angaben in diesem Werk erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr; eine Haftung der Autoren sowie des Verlages ist ausgeschlossen.

ISBN 978-3-214-18683-8

© 2015 MANZ'sche Verlags- und Universitätsbuchhandlung GmbH, Wien
Telefon: (01) 531 61-0
E-Mail: verlag@manz.at
www.manz.at
Fotonachweis: Lisa Bernard (Zellmann)
Walter Büchele (Mayrhofer)
Covernachweis: © Siarhei Pleshakon – fotolia.com
Satzherstellung: Christian Taufer
Druck: FINIDR, s.r.o., Český Těšín

Vorwort

Mit dem vorliegenden Buch beschreiten die Autoren tourismuswissenschaftliches Neuland. Zum einen werden die Österreicher in ihrem Urlaubsverhalten auf der Grundlage von insgesamt 20 jährlich vorgenommenen Reiseanalysen beleuchtet. Die Österreicher machen gemeinsam mit den Deutschen etwa zwei Drittel der Ankünfte und Nächtigungen aus. Die Rückschlüsse aus ihren Urlaubsgewohnheiten, Erwartungshaltungen und Bedürfnissen ist daher für die Angebotsentwicklung besonders wichtig.

Zum zweiten wird Österreich als Gastgeberland untersucht. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeit- und Tourismuswirtschaft für unser Land wird oft stark unterschätzt. Es ist daher nicht nur für Touristiker wichtig, diese Zusammenhänge in gut nachvollziehbarer Form vor Augen geführt zu bekommen. Ähnliches gilt für die Bedeutung der Beschäftigungseffekte.

Immer wieder hat sich der Tourismus als Jobmotor in Krisenzeiten bestätigt. Nur hier sind Produktion und Arbeitsplätze ortsfest und können nicht ins Ausland verlagert werden. Der Tourismus geht uns alle an, nicht nur als Reisende, sondern in Österreich eben auch als Gastgeber.

Auf dem Weg in die Dienstleistungsgesellschaft wird die Freizeit- und Tourismuswirtschaft zur volkswirtschaftlichen Leitwirtschaft. Auch die „Industrie 4.0“ beinhaltet viele Elemente der Dienstleistung. Bedürfniserfassung von Kunden, aber auch von Mitarbeitern, wird auf diesem Weg zu einem wichtigen Bestandteil der Wertschöpfung.

Das Buch weist auch nach, dass die „personenbezogene Dienstleistung“ nicht mit der Dienstbotentätigkeit des 20. Jahrhunderts verwechselt werden darf. In Angebotsentwicklung und Personalführung gilt es, Empathie als grundlegende Kompetenz zu verstehen und weiterzuentwickeln. Dazu gehört auch die Erkenntnis, dass Gästebetreuung und Angebotsentwicklung dem „Bottom up“-Prinzip folgen müssen. Nicht fremdbestimmte, von oben verordnete („top down“) Konzepte haben in Zukunft Erfolg, sondern in Zusammenarbeit mit möglichst vielen Beteiligten erarbeitete und daher von allen mitgetragene, regionale Angebote stellen den wirtschaftlichen Erfolg sicher. So wird die vielgeprie-

sene Authentizität, also Bodenständigkeit und Ehrlichkeit im Urlaubsangebot, sichergestellt.

Wir müssen uns auch, und darauf machen die Autoren aufmerksam, verstärkt mit dem Wintertourismus auseinandersetzen. Wie wichtig sind die beiden Hauptsaisonen? Inwieweit sind sie vergleichbar? Wie abhängig sind wir vom Skilauf? Wo sind die ökologischen Grenzen für die Aufrechterhaltung des Wintertourismus? Darauf müssen die regionalen Akteure in erster Linie selbst die Antworten finden und Lösungsvorschläge definieren. Die Grundlagenforschung kann dazu die Entscheidungsgrundlagen liefern, die Entscheidungen selbst müssen möglichst subsidiär, also vor Ort gefunden werden. Zu dieser Entscheidungsfindung will und kann das Buch Anregungen bieten.

Gelingen können (tourismus)wirtschaftliche Vorhaben freilich nur, wenn die politischen Rahmenbedingungen passen. Mit großem Interesse haben wir daher festgestellt, dass zum Abschluss des Buches das touristische Strategiepapier des Österreichischen Gemeindebundes vorgestellt wird. Dieses kann auch gut als Zusammenfassung der in den vorangestellten Kapiteln dargelegten Inhalte aufgefasst bzw. interpretiert werden.

Die Wirtschaftskammer Burgenland hat mit dem Institut für Freizeit- und Tourismusforschung bzw. seinem Leiter, Herrn Prof. Peter Zellmann, in einigen Projekten zusammengearbeitet. Aktuell werden zum Beispiel die Voraussetzungen für eine Renaissance der Wirtshauskultur untersucht. Dabei sind auch die Fachleute unserer Nachbarn aus Niederösterreich und der Steiermark eingebunden. Bei diesen praxisnahen Projekten haben wir die Forschungsmethoden, Analysen und Anregungen von Peter Zellmann schätzen gelernt und die Verarbeitung des Themas Wirtshauskultur in seinem Buch zeigt uns, dass wir uns mit den richtigen Themen auseinandersetzen.

Wir sind uns sicher, dass auch alle anderen Bundesländer, Interessenvertretungen, Tourismusgemeinden und Tourismusunternehmer von diesem Standardwerk in Zukunft profitieren werden!

Paul Kraill
Vizepräsident der Wirtschaftskammer Burgenland

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3

Einleitung 9

Eine methodische Übersicht 13

Teil 1: Die Österreicher als Urlauber 17

1. Ein zusammenfassender Überblick 17
2. Wer verreist überhaupt im Urlaub? 20
   - 2.1. Entwicklungen im Reiseverhalten 21
   - 2.2. Zwischen Zeit- und Geldnot: Warum viele Menschen nicht verreisen können 25
   - 2.3. Reiseabsichten 26
   - 2.4. Was in Zukunft zu beachten sein wird … 28
3. Wohin gehen die Haupturlaubsreisen? 34
   - 3.1. Reiseplanung – die Urlaubsträume 36
   - 3.2. Die beliebtesten Reiseziele 38
   - 3.3. Der Inlandsurlaub als realistisches Urlaubsglück 41
     - 3.3.1. Inlandsreisen werden häufiger unternommen als vorher geplant 42
     - 3.3.2. Inlandsreiseziele: Kärnten und Steiermark liegen voran 43
     - 3.3.3. Demografische Besonderheiten: Wer macht eigentlich Inlandsurlaub? 44
   - 3.4. Haupturlaubswunsch: Ab in den Süden 47
     - 3.4.1. Auslandsreiseziele: Italien und Kroatien am beliebtesten 48
     - 3.4.2. Demografische Besonderheiten: Wer macht eigentlich Auslandsurlaub? 48
     - 3.4.3. Die wichtigsten Auslandsreiseziele im Vergleich 50
   - 3.5. Die Beurteilung der Sicherheit in den Urlaubsländern 58
4. Vor der Reise: Urlaubsbuchung, Entscheidungskriterien und Informationen über das Reiseziel 59
   - 4.1. Reisebuchung und Information 61
   - 4.2. Individual- oder Pauschaltourismus? 63

4.3. Entscheidungskriterien für ein Reiseziel 64
4.4. Die Verkehrsmittelwahl 67
4.5. Was Reisende vor Urlaubsantritt interessiert 68
4.6. Wo sich Reisende über das Reiseziel informieren 69
5. Urlaubsmotive: Wer die Wahl hat … 71
5.1. Die beliebtesten Urlaubsmotive 72
5.2. Der Bade- und Sonnenurlaub 74
5.3. Der Ausruh- und Familienurlaub 74
5.4. Der Städtetourismus ist weiter im Aufwind 75
5.5. Die märchenhafte Winterwelt – ein Wunschtraum? 76
5.6. Kultur- und Bildungsreisen 78
5.7. Der Aktivurlaub (Wanderurlaub) 79
5.8. Gesundheits- und Wellnessurlaub 80
5.9. Der Eventtourismus hat seinen Höhepunkt überschritten 82
5.10. Ein Cluburlaub vereint verschiedene Urlaubsmotive 85
5.11. Kreuzfahrttourismus: Erlebnisreisen auf dem Wasser 86
6. Wie viel darf der Urlaub kosten? 87
6.1. Das Urlaubsbudget 88
6.2. Sparen am und im Urlaub 91
7. Urlaubsverhalten und Lebensalter 93
7.1. Wie alt sind die Urlaubsreisenden? 95
7.1.1. Gründe für das Nichtverreisen 95
7.2. Auch die Urlaubsziele sind altersabhängig 96
7.3. Altersabhängige Entscheidungskriterien und Informationen über das Reiseziel 98
7.3.1. Reisebuchung 98
7.3.2. Entscheidungskriterien für ein Reiseziel 98
7.3.3. Verkehrsmittelwahl 99
7.3.4. Was Reisende in welchem Alter vor Urlaubsantritt interessiert 99
7.3.5. Wo sich welche Altersgruppe über das Urlaubsziel informiert 99
7.4. Alter und Urlaubsmotive: Wer die Wahl hat … 99
7.5. Das Alter bestimmt das Urlaubsbudget beim Sommerurlaub kaum 100
7.5.1. Das Urlaubsbudget 100
7.5.2. Sparen am und im Urlaub 100
7.6. Im Fokus: Die 15- bis 24-Jährigen 101
8. Eine Analyse der Reisenden nach Bundesländern 101
8.1. Wer macht überhaupt eine Urlaubsreise? 102
8.2. Reiseabsichten 102

8.3. Wohin geht die Haupturlaubsreise? 103
8.4. Besonderheiten im Reiseverhalten nach Bundesländern ... 104
9. Die Zukunft des Urlaubs 107
9.1. Urlaubswünsche 108
9.2. Der „Luxese"-Charakter des Reisens 110
9.3. Zukunftsmarkt: Neue SeniorInnen 111
9.4. Zukunftsmarkt: Familien 112
9.5. Zukunftsmarkt: Junge Reisende 113
9.6. Zukunftsmarkt: Urlaub zu Hause 114

Teil 2: Die Österreicher als Gastgeber 115
1. Der Tourismus in Österreich 115
1.1. Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen 116
1.2. Die wichtigsten Herkunftsländer 120
1.3. Tourismusstrategische Ausrichtung 121
2. Fallen auf dem Weg in die Tourismuszukunft 123
2.1. Wie die möglichen Fallen entstehen 124
2.2. Die volkswirtschaftliche Bedeutung für die Gesellschaft: Tourismus geht uns alle an 126
2.3. Das Spiel mit den Touristenzahlen 130
2.4. Die Zukunft des Wintertourismus 135
2.4.1. Die Voraussetzungen 135
2.4.2. Das tatsächliche Potenzial 136
2.4.3. Der Lösungsansatz 138
2.4.4. Die Chancen – Grundlagen der Angebotsentwicklung 140
2.4.5. Die Risiken 141
2.4.6. Der Wintersport als Funktion der Tourismuswirtschaft 143
2.5. Tourismus und Landwirtschaft 148
2.5.1. Blumen statt Sterne 149
2.5.2. Neue Berufsfelder 150
2.6. Die Gäste von morgen – zwischen Zeit- und Geldnot 153
2.7. Konsumverhalten und Tourismus 156
3. Tourismus als Leitwirtschaft im Dienstleistungszeitalter: Arbeiten im Tourismus 157
3.1. Die Zukunft der Arbeit – Das Dienstleistungszeitalter 160
3.1.1. Was auf die ArbeitnehmerInnen zukommt – ein Überblick 162
3.1.2. Lebensqualität im Berufsleben des 21. Jahrhunderts 163

3.1.3. Die Entwicklung der Dienstleistung 164
3.1.4. Dienstleistung als Erlebnisproduktion 167
3.1.5. Produktivität neu definieren – worauf es ankommt .. 168
3.1.6. Die nahe Zukunft der Dienstleistung 169
3.1.7. Die Berufsfelder der Zukunft: Neue Bedürfnisse schaffen neue Märkte 172
3.2. Tourismus- und Freizeitwirtschaft schafft Arbeitsplätze ... 175
3.3. Mitarbeiterzufriedenheit im Tourismus 177
4. Leitlinien für den Tourismus aus der Freizeitforschung 182
4.1. Bedürfniserfassung als Voraussetzung 184
4.2. Vorschläge für die Umsetzung in der Praxis 198
5. Qualität im Tourismus. Erwartungen, Angebote und Realität 203
5.1. Wunschvorstellung: In Atmosphäre baden 204
5.2. Handel mit Lebensfreude: Service für das Wohlbefinden .. 206
5.3. Qualitätskriterien: Der Gast setzt die Maßstäbe 209
5.4. Qualitätsurlaub: Einen Mehrwert bieten 210
5.5. Österreich als Urlaubsland: Was Deutsche mit Österreich verbinden 210
5.6. Qualitätsverbesserung: Praktische Empfehlungen für die Hotellerie (Quartiergeber) 212
5.7. Ein neues touristisches Berufsfeld zeichnet sich ab 216
5.8. Ausblick: Qualität hat ihren Preis und ihre Wirkung 217
6. Zum Abschluss: Überlegungen zur Tourismuspolitik 219
6.1. Zehn Thesen und ihre strategischen Schlussfolgerungen als Forderungen formuliert 221
6.2. Auf dieser Grundlage ergeben sich die aktuellen politischen Tourismusthemen 230

Anhang 233

Literaturverzeichnis 235

Einleitung

Der Tourismus ist wohl unbestreitbar einer der wichtigsten Wirtschaftszweige und somit auch Arbeitgeber in Österreich. Das zeigen schon alleine der Beitrag von Tourismus und Freizeitwirtschaft von rund 15 % zum Bruttoinlandsprodukt sowie der Umstand, dass jeder sechste Vollarbeitsplatz dem Tourismus zugerechnet werden kann. Bezieht man die Tatsache mit ein, dass gerade in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft viele Neben- und Teilzeitbeschäftigte vertreten sind, kann man berechtigterweise schätzen, dass annähernd jeder dritte unselbstständig Erwerbstätige in diesem Wirtschaftszweig tätig ist. Es ist daher keinesfalls übertrieben, wenn man der Meinung ist, dass die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich dramatisch unterschätzt wird. Das gilt zum einen, wenn man die weiteren Profiteure am Tourismus wie z.B. den Handel an Urlaubsorten mit einbezieht. Zum anderen, wenn man bedenkt, dass viele Gewerbe- und Handwerksbetriebe im ländlichen Raum nur deswegen noch aktiv sind, weil die Tourismuswirtschaft ein unersetzbarer Auftraggeber für sie ist. Der Umsatzanteil des Tischlers, der einer lokalen Bäckerei den Laden neu einrichtet, die es nur deswegen in dieser Region noch gibt, weil der Tourismus einen wesentlichen Absatzmarkt darstellt, wird statistisch nicht der Tourismuswirtschaft zugeordnet. Der Bevölkerung im direkten Wohnumfeld ist diese Tatsache, wie später noch gezeigt werden wird, sehr wohl, der Rahmenbedingungen gestaltenden Politik jedoch zu wenig bewusst.

Die wirtschaftliche Bedeutung ist jedoch nur eine Betrachtungsebene: Auch für die Menschen selbst hat der Tourismus einen hohen Stellenwert: Nicht nur als Arbeitgeber, sondern auch als Genießer der regionalen Freizeitinfrastruktur als Basis des touristischen Angebotes und selbst als Urlauber. Der Urlaub ist ein wesentlicher Bestandteil der subjektiven Lebensqualität. Für viele Menschen zählen Urlaubsreisen und -erlebnisse zu einem „guten Leben“, zu Wohlbefinden, Lebensfreude und damit zum Wohlstand. Der Urlaub stellt somit eine wichtige Komponente für die persönliche Zufriedenheit dar. Urlaub ist neben Weihnachten für viele Menschen die emotional wichtigste Zeit im Jahr.

Wir möchten daher auch diese beiden Seiten des Tourismus gleichermaßen beleuchten: Urlaub als Teilnehmer (Urlauber) und Urlaub als Gastgeber. Die Erfahrungen in der einen Situation wirken auf die jeweils andere. Österreich ist bezogen auf die Einwohnerzahl so etwas wie „Tourismusgastgeber-Weltmeister". Selbst auf Reisen kann man viel für die Entwicklung des heimischen Angebots lernen. Darüber hinaus kann man aus den Bedürfnislagen der ÖsterreicherInnen als Urlauber auf vieles schließen, was die Wünsche unserer Gäste betrifft. Diese repräsentativ zu erfassen ist ohnedies die wichtigste Grundlage für die Weiterentwicklung der heimischen Tourismuswirtschaft.

Wir haben in diesem Buch auf Sekundärliteratur, Expertenmeinungen und Zitate weitgehend verzichtet. Nicht aus Überheblichkeit, sondern aus drei Gründen:

Erstens sollen die im Laufe von zwanzig Jahren Grundlagenforschung erarbeiteten Zahlen und Zeitreihen für sich sprechen und für die LeserInnen auch eigene Interpretationen zulassen. Dazu ist es notwendig, sie möglichst nüchtern darzustellen. Wir haben nur dort unsere Interpretation als Wissenschafter eingefügt, wo aus unserer Sicht aus veröffentlichten Zahlen manchmal missverständliche bzw. gegenteilige Schlüsse gezogen werden.

Zweitens soll das Buch auch als Nachschlagwerk für Vergleichszwecke in den folgenden Jahren verwendbar und dadurch für interessierte LeserInnen je nach Themenauswahl selbst aktualisierbar sein.

Drittens: Um diesen beiden Grundsätzen zu entsprechen, haben wir den Gesamtumfang so knapp als möglich gehalten und die Kapitelüberschriften einprägsam und damit zeitlos verwendbar formuliert.

Der erste Teil dieses Buches widmet sich den ÖsterreicherInnen als UrlauberInnen. Dafür haben wir Datenmaterial aus unseren Tourismusanalysen, die wir seit 1995 jährlich vornehmen, überblicksweise zusammengestellt. Dadurch ist es einerseits möglich, aussagekräftige Zeitreihen und somit nachhaltige Entwicklungen darzustellen. Andererseits können wir die Daten der Tourismusanalysen aus mehreren Jahren so zusammenfassen, dass auf diese Weise das Reiseverhalten anhand unterschiedlicher demografischer Merkmale wie Alter oder Bildung dargestellt werden kann. Die Darstellung von Angebots-, Erlebnis-, bzw. Zielgruppen als Grundlage einer nachfrageorientierten Angebotsentwicklung wird dadurch für die einzelnen Betriebe ebenso möglich wie für Regionen und Destinationen.

Im zweiten Teil wechseln wir die Betrachtungsweise: Dort geht es um die ÖsterreicherInnen als Gastgeberinnen und Gastgeber: Wie ist der Tourismus in Österreich allgemein aufgestellt? Was sind die wichtigsten Kennzahlen? Wo sind die Stärken, wo eventuell die Schwächen? Daraus leiten wir Handlungsvorschläge und Strategien für den österreichischen Tourismus ab.

Wir haben in diesem Buch alle zur Verfügung stehenden Daten aus unseren 19 Tourismusanalysen als Grundlage verwendet und für eine allgemeine Übersicht zusammengestellt, soweit wir meinen, dass sie alle an der wirtschaftlichen Entwicklung Österreichs interessieren sollten. Jene Fachleute, KollegInnen, Studierende und politisch Verantwortliche, die sich mit der Materie detaillierter auseinandersetzen wollen, können die genauen Detailergebnisse auf unserer Homepage www.freizeitforschung.at in den jeweiligen Forschungstelegrammen nachlesen. In den einzelnen Kapiteln dieses Buches haben wir bewusst eine überblickshafte Darstellung gewählt, um den LeserInnen die wichtigsten Ergebnisse unserer Forschungsarbeit anschaulich vermitteln zu können. Ergebnisse älterer Untersuchungen fließen dort ein, wo sie wichtige Erkenntnisse der Grundlagenforschung aufzeigen, die auch heute noch aktuell sind.

Zum Abschluss der Einleitung noch ein wichtiger Lesehinweis. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die **Prozentangaben immer auf die Zahl der tatsächlich Verreisenden**. Das darf nicht mit dem Bevölkerungsanteil an sich verwechselt werden. Im ganz grob verallgemeinernden Vergleich kann man festhalten, dass jedes Jahr nur etwas mehr als die Hälfte der ÖsterreicherInnen im Urlaub überhaupt verreisen. Will man von einer Teilnehmeranzahl (z.B. Inlandsurlauber 30 %) auf den **absoluten Bevölkerungsanteil** schließen, dann ist diese jeweils (mit Vorsicht und nur für eine grobe Schätzung der jeweiligen Relation) als Faustregel zu **halbieren**.

Eine methodische Übersicht

Das vorliegende Buch gliedert sich grob in zwei Teile.

Der erste Teil beschäftigt sich mit dem Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen – es geht um die **ÖsterreicherInnen als UrlauberInnen**: Wer verreist? Wie viele Menschen reisen? Welche Reiseziele werden bevorzugt? Was sind die Urlaubsmotive, was die Buchungskriterien? Welche Unterschiede zwischen einzelnen Bevölkerungsgruppen zeigen sich?

Im zweiten Teil des Buches geht es um die **ÖsterreicherInnen als GastgeberInnen**, die Angebotsentwicklung als touristische Kernaufgabe. Es werden dort auch Handlungsempfehlungen vorgestellt und mögliche Strategien für den österreichischen Markt aufgezeigt.

Teil 1: Die Österreicher als Urlauber

Im **ersten Kapitel** werden die **wichtigsten Forschungsergebnisse zusammengefasst,** die den LeserInnen einen guten Überblick über das Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen ermöglichen.

Das **zweite Kapitel** hat allgemeine **Entwicklungen im Reiseverhalten** der ÖsterreicherInnen zum Thema. Folgende Fragen werden beantwortet: Wie viele ÖsterreicherInnen verreisen überhaupt? Welche Entwicklungen des Reiseverhaltens zeigen sich im Jahresvergleich? Wie sieht es mit der Reiseplanung vor der jeweiligen Reisesaison aus?

Im **dritten Kapitel** geht es um **Entwicklungen bei den gewählten Reisezielen** der ÖsterreicherInnen. Neben einer Analyse der beliebtesten Reiseziele wird untersucht, welche Bevölkerungsgruppen ihren Haupturlaub im Inland verbringen und welche im Ausland.

Im **vierten Kapitel** befassen wir uns mit den **Vorbereitungen einer Reise**: Wo buchen die ÖsterreicherInnen ihre Reise? Planen die UrlauberInnen ihre Reise lieber pauschal im Reisebüro oder individuell? Welches Verkehrsmittel wählen die Reisenden? Welche Informationsquellen nutzen die ÖsterreicherInnen vor Reiseantritt und welche Informationen holen sie ein?

Im **fünften Kapitel** beschäftigen wir uns mit **Urlaubsmotiven**, die die ÖsterreicherInnen für ihre Reisen wählen. Wichtig dabei ist die zusammenfassende Darstellung nach den thematischen Haupturlaubsarten wie z.B. Badeurlaube, Städtereisen, Kreuzfahrten oder Winterurlaube.

Im **sechsten Kapitel** setzen wir uns mit dem **Urlaubsbudget** auseinander, behandeln die unterschiedlichen Ausgabenpositionen bei einer Reise bzw. wo und wie die Menschen gegebenenfalls am und im **Urlaub sparen** würden, wenn sie weniger Geld zur Verfügung hätten.

In den nächsten beiden Kapiteln beschäftigen wir uns mit Gemeinsamkeiten und Unterschieden im Reiseverhalten einiger Personengruppen:

Im **siebten Kapitel** untersuchen wir das Reiseverhalten nach **Altersgruppen**.

Im **achten Kapitel** beschäftigen wir uns schließlich mit dem unterschiedlichen Reiseverhalten der **BewohnerInnen der österreichischen Bundesländer**.

Im **neunten Kapitel** wird es schließlich um die **Zukunft des Reisens** gehen: Was wünschen sich die UrlauberInnen für die Zukunft? Welche Zukunftsmärkte gibt es und was sind die Erwartungen?

Teil 2: Die Österreicher als Gastgeber

Aufbauend auf den Ergebnissen des ersten Teils des Buches werden im zweiten Teil Handlungsempfehlungen und Strategien für den österreichischen Tourismus gegeben.

Im **ersten Kapitel** möchten wir kurz die wichtigsten **Kennzahlen und Entwicklungen** im österreichischen Tourismus darstellen.

Im **zweiten Kapitel** werden wir uns dem Tourismus in Hinblick auf die Zukunft bzw. die „**Zukunftsfalle Tourismus**“ in aktualisierter Form behandeln (Zellmann 2007).

Das **dritte Kapitel** widmet sich der **Arbeit im Tourismus im Dienstleistungszeitalter** auf Grundlage von Peter Zellmanns Buch „Die Zukunft der Arbeit“ (2010).

Im **vierten Kapitel** beschäftigen wir uns mit **Leitlinien für den Tourismus aus Sicht der Freizeitforschung**.

Das **fünfte Kapitel** hat **Qualität im Tourismus** zum Thema. Es wird darum gehen, was Qualität eigentlich heißt und welche Merkmale die ÖsterreicherInnen von einem Reiseziel erwarten.

Das **sechste Kapitel** stellt gemeinsam mit dem Österreichischen Gemeindebund und der ÖHV erarbeitete **Forderungen an die Tourismuspolitik** vor.

Teil 1: Die Österreicher als Urlauber

1. Ein zusammenfassender Überblick

Ehe wir in den folgenden Kapiteln das Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen im Detail besprechen, möchten wir vorweg die wichtigsten Ergebnisse unserer Analysen überblicksartig zusammenfassen. Dieser Überblick bildet schließlich die Grundlage für Handlungsempfehlungen und Strategien der touristischen Entwicklung in Österreich und ist somit die Basis für den zweiten Abschnitt „Die Österreicher als Gastgeber".

Das Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen im Haupturlaub:

- Die Hälfte der ÖsterreicherInnen verreist nicht oder nur sehr kurz.
- Ein Viertel fährt zwei Wochen oder länger auf Urlaub.
- Ein Viertel unternimmt eine kürzere Reise zwischen fünf und 13 Tagen.

Entwicklungen im Reiseverhalten:

- Der langjährige Jahresvergleich zeigt: Reisen dauern immer kürzer.
- Der Haupttrend: kürzer, dafür aber öfter verreisen.
- Globale Ereignisse und Trends prägen das Reiseverhalten wesentlich weniger als das emotionale und subjektive Wohlbefinden im eigenen Land.

Unterschiede nach Personengruppen:

- Überdurchschnittlich häufig verreisen Personen unter 55 Jahren, Familien, Personen mit hoher Bildung und höherem Einkommen.
- Umgekehrt machen ältere Personen, Personen mit niedriger Bildung und niedrigem Einkommen seltener Urlaub.
- Die SalzburgerInnen und VorarlbergerInnen reisen überdurchschnittlich viel, während die NiederösterreicherInnen eher Reisemuffel sind.

Gründe für das Nichtverreisen:

- Finanzielle und private/familiäre Motive werden am häufigsten als Gründe für das Nichtverreisen angegeben.

- Bei den Jüngeren sind es überdurchschnittlich häufig die fehlenden finanziellen Mittel,
- bei den 35- bis 54-Jährigen sind es neben finanziellen besonders familiäre Gründe,
- bei den Älteren vor allem gesundheitliche Gründe.

Die beliebtesten Reiseziele:

- Das Inland ist das beliebteste Reiseziel: Etwa 30 % der reisenden ÖsterreicherInnen unternehmen ihre Haupturlaubsreise im Inland.
- Italien und Kroatien sind die begehrtesten Auslandsreiseziele, gefolgt von Spanien, Griechenland, der Türkei und Deutschland mit wechselnder Beliebtheit.
- Der Inlandsurlaub ist ein Wochenurlaub. Im Ausland bleibt man fast zwei Wochen.

Wer im Urlaub wohin reist:

- Das **Inland** ist bei allen Personengruppen (außer bei den TirolerInnen und KärntnerInnen) das beliebteste Reiseziel.

Folgende **Abweichungen** sind bei der **Reisezielwahl** festzustellen:

- Ältere Reisende urlauben überdurchschnittlich häufig in **Österreich.**
- Die NiederösterreicherInnen und BurgenländerInnen sind die treuesten InlandsurlauberInnen – TirolerInnen, KärntnerInnen und VorarlbergerInnen dagegen bevorzugen mehr als andere das Ausland.
- Familien urlauben besonders häufig in den nahegelegen Feriengebieten (Inland, besonders häufig in Italien, Kroatien).
- Allerdings: Kinder im Haushalt beeinflussen die Entscheidung, ob das Inland oder das Ausland als Reiseziel gewählt wird, nicht.
- Familien, KärntnerInnen, TirolerInnen und SalzburgerInnen urlauben besonders gerne in **Italien**.
- Familien, 35- bis 54-Jährige, SteirerInnen und KärntnerInnen verbringen ihren Haupturlaub überdurchschnittlich gerne in **Kroatien.**
- Junge Menschen, TirolerInnen, VorarlbergerInnen und OberösterreicherInnen zieht es besonders nach **Spanien**.
- **Griechenland** wird von allen Bevölkerungsgruppen in ähnlich großem Ausmaß als Urlaubsziel gewählt.
- Familien, Personen mit Pflichtschulabschluss, BurgenländerInnen und VorarlbergerInnen urlauben überdurchschnittlich gerne in der **Türkei**.

- Ältere Menschen, VorarlbergerInnen und Personen mit niedrigem Einkommen bereisen im Haupturlaub überdurchschnittlich oft **Deutschland**.
- **Außereuropäische Länder** werden überdurchschnittlich häufig von Personen mit Matura bzw. Universitätsabschluss, Personen mit höherem Haushaltseinkommen, Personen ohne Kinder unter 15 Jahren und im Bundesländervergleich von den BurgenländerInnen, TirolerInnen und VorarlbergerInnen bereist.
- Allgemein gilt wenig überraschend: WenigverdienerInnen leisten sich am ehesten Urlaube in die nahe gelegenen Ferienregionen; Personen mit höherem Einkommen reisen auch gerne in weiter entfernte außereuropäische Länder

Die grundsätzliche Reiseabsicht:

- Rund 40 % der ÖsterreicherInnen planen jedes Jahr bereits zu Jahresbeginn fix eine Reise, rund 30 % haben sich da schon für diesmal zum Daheimbleiben entschlossen und rund 30 % sind in ihrer Reiseplanung zu diesem Zeitpunkt noch unsicher .
- Das bedeutet: Von den zunächst Unentschlossenen verreist etwa die Hälfte dann doch.
- Letztlich werden Inlandsurlaube dann häufiger unternommen als vorher geplant: Vor der Reisesaison plant nur etwa die Hälfte der tatsächlichen Inlandsurlauber einen Österreichurlaub.

Vor der Reise – wie der Urlaub geplant und organisiert wird:

- Reisebuchungen werden vor allem von Jüngeren online über das Internet vorgenommen – die älteren Reisenden bevorzugen dagegen die Urlaubsbuchung im Reisebüro.
- Individualreisen liegen im Trend.
- Verkehrsmittelwahl: annähernd gleich viele Auto- wie Flugreisende
- Eigene Erfahrungen und Internet sind die hauptsächlichen Informationsquellen vor Reiseantritt.
- Sehenswürdigkeiten und das Wetter sind die wichtigsten Informationen, die vor Reiseantritt eingeholt werden.

Welche Urlaubsmotive besonders geschätzt werden:

- Bade- bzw. Sonnenurlaub und Ausruhurlaub sind seit langem unverändert die beliebtesten Urlaubsformen.
- Städtereisen liegen weiterhin im Trend.
- Der Winterurlaub ist ein oft überschätztes Minderheitenprogramm.

Das Urlaubsbudget:

- Mehr als die Hälfte der reisenden ÖsterreicherInnen gibt weniger als 1.000 Euro für Sommer- bzw. Winterurlaube aus.
- Die durchschnittlichen Ausgaben pro UrlauberIn belaufen sich auf rund 1.100 Euro für die Haupturlaubsreise im Sommer und auf rund 990 Euro für die Haupturlaubsreise im Winter.
- Allgemein fallen den ÖsterreicherInnen Einsparungen beim Essen und Trinken bzw. Wohnen am schwersten, weniger beim Urlaub.
- Wenn das Geld knapp ist, würden die meisten ÖsterreicherInnen ganz auf einen Urlaub verzichten.
- Im Urlaub würden die ÖsterreicherInnen vor allem durch kürzere Reisen und Einschränkungen bei Nebenausgaben vor Ort sparen.

2. Wer verreist überhaupt im Urlaub?

Urlaub haben und machen ja fast alle. Die Frage für die Tourismuswirtschaft ist also vor allem, wer in seinem Urlaub auch verreist.

In diesem Kapitel wird das allgemeine Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen im Urlaub vorgestellt, d.h. wie viele und welche Personen bzw. Personengruppen verreisen überhaupt bzw. wie sieht es mit der grundsätzlichen Reiseabsicht vor der Urlaubssaison aus? Im Zeitvergleich ist diesbezüglich ein relativ konstantes Verhalten festzustellen.

Wir erheben das Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen seit 1995 in unseren Tourismusanalysen. Zu beachten ist, dass es in dieser Analyse ausschließlich um die **Haupturlaubsreise**, d.h. die längste Urlaubsreise des jeweiligen Jahres, geht bzw. darum, ob Menschen überhaupt im Urlaub verreisen.

Das Wichtigste in Kürze

Das grundsätzliche Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen stellt sich wie folgt dar:

- Die **Hälfte** der ÖsterreicherInnen verreist **nicht oder nur sehr kurz**.
- Ein **Viertel** fährt zwei Wochen oder länger auf Urlaub.
- Ein **Viertel** unternimmt eine **kürzere Reise** zwischen fünf und 13 Tagen.

Überdurchschnittlich häufig verreisen Personen unter 55, Familien, Personen mit hoher Bildung und höherem Einkommen. Die Salzbur-

gerInnen und VorarlbergerInnen sind besonders reisefreudig. Umgekehrt machen ältere Personen, Personen mit niedriger Bildung und niedrigem Einkommen sowie NiederösterreicherInnen seltener Urlaub.

Die wichtigste Entwicklung im Reiseverhalten der ÖsterreicherInnen ist wohl, dass anstelle von einer längeren Reise pro Jahr mehrere kürzere Reisen im Jahr unternommen werden. Der Jahresvergleich macht diese Verkürzung der Haupturlaubsreisedauer deutlich. Bedingt ist diese Entwicklung einerseits durch geringer werdende finanzielle Mittel (Hauptgrund für das Nichtverreisen), aber auch durch die geänderten Lebensstile, aufgrund derer pro Jahr mehrere unterschiedliche Reiseerlebnisse geplant werden.

Für das Nichtverreisen werden am häufigsten finanzielle und private bzw. familiäre Gründe angeführt.

Rund 40 % der ÖsterreicherInnen planen jedes Jahr bereits zu Jahresbeginn fix eine Reise, etwa 30 % haben sich bereits so früh festgelegt, in diesem Jahr im Urlaub nicht zu verreisen und 30 % sind in ihrer Reiseplanung noch unsicher. Das bedeutet, dass letztlich etwa die Hälfte der zunächst Unentschlossenen doch noch verreist.

Globale Ereignisse und Trends prägen das Reiseverhalten wesentlich weniger als das emotionale und subjektive Wohlbefinden im eigenen Land.

Auch für Urlaubsprognosen gilt: Diese werden nicht selten erstellt, damit sie eben nicht eintreffen (wenn, dann nicht …). Oft werden auch gegen Reiserisiken rechtzeitig Gegenmaßnahmen eingeleitet (wenn nicht, dann …). Unvorhergesehene Ereignisse wie Kriegsausbrüche, Terroranschläge oder Naturkatastrophen beeinflussen die Wahl des Urlaubsortes, nicht aber die grundsätzliche Bereitschaft, im Urlaub zu verreisen.

2.1. Entwicklungen im Reiseverhalten

Der langjährige Vergleich zeigt eine Zunahme der Reisenden, die ausschließlich kürzer verreisen. Die Anzahl der länger Verreisenden hat im selben Zeitraum im gleichen Umfang abgenommen.

Sowohl längere (z.B. zwei Wochen Sommerurlaub) als auch kürzere Reisen (z.B. eine Woche Winterurlaub) haben seit 1995 jährlich jeweils nur zwischen 13 % und 16 % (!) der ÖsterreicherInnen unternommen.

Dieser Anteil hat sich kaum verändert, überrascht aber doch immer wieder selbst Fachleute, fallen unter diese Gruppe doch alle jene Personen, welche die klassische 14-Tagesreise im Sommer und einen einwöchigen Schiurlaub im Winter als ihre typische Urlaubsgestaltung bezeichnen. Dabei handelt es sich offensichtlich um ein Minderheitenprogramm – keinesfalls ist das der oft unterstellte „allgemeine Urlaubsstil" der ÖsterreicherInnen.

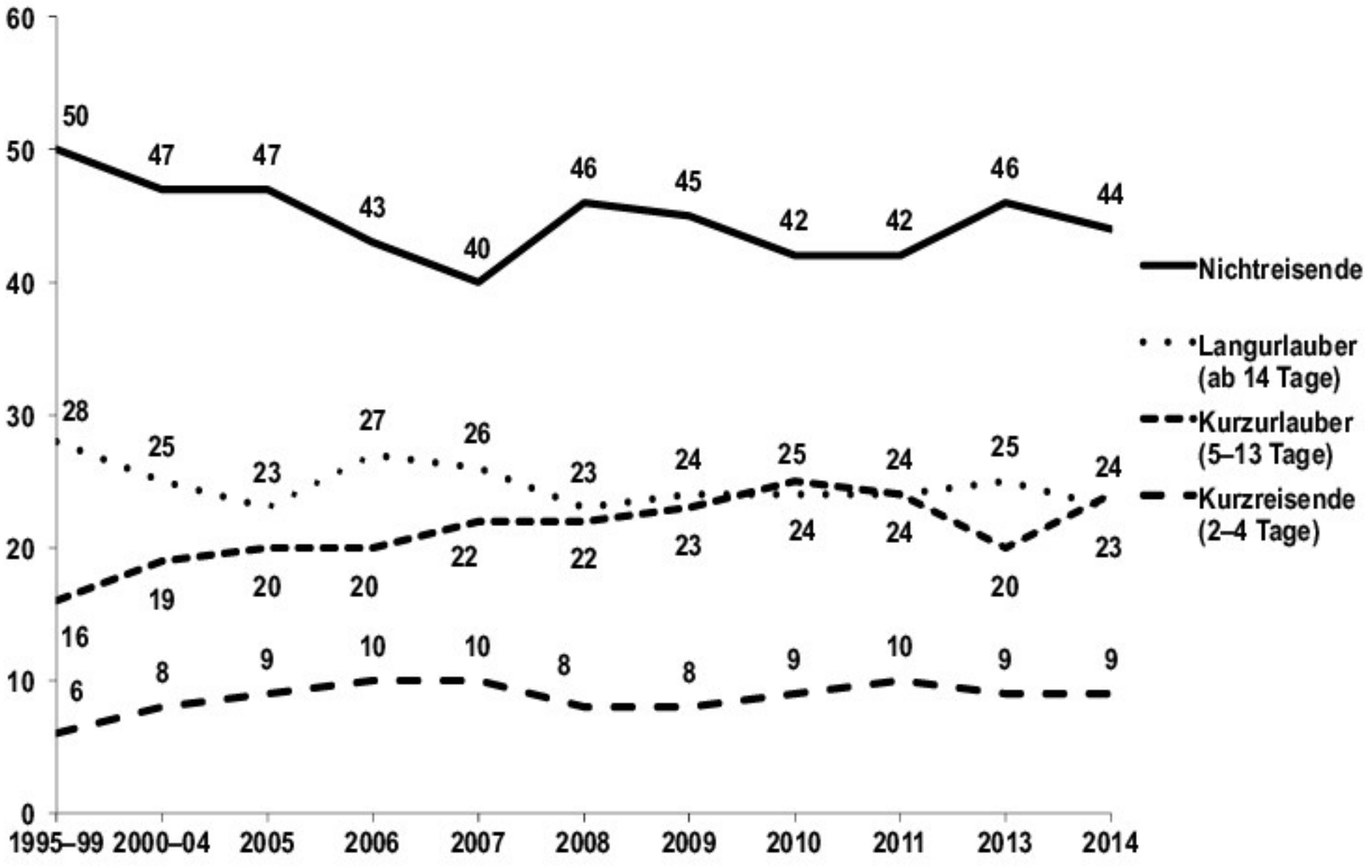
Der langjährige Vergleich von 1995 bis 2011 zeigt eine Zunahme der Reisenden, die kürzer verreisen – im Gegenzug gab es weniger Nichtreisende, aber auch weniger länger Verreisende. Das heißt also: Insgesamt sind immer mehr Menschen verreist, das allerdings kürzer.

2013 stellte sich das Bild etwas anders dar: Die Anzahl der KurzurlauberInnen nahm ab, während es wieder mehr Nichtreisende gab.

Das Reisejahr 2014 schließt wieder an die vorherige Entwicklung bis 2011 an: Es gab wieder mehr Kurzreisende und etwas weniger Nichtreisende als im Vorjahr.

Urlaubersegmente 1995–2014

Von je 100 Befragten können nach der Dauer ihrer Haupturlaubsreise bezeichnet werden als:



Repräsentativbefragung von jährlich ca. 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1996–2015; Angaben in Prozent

Reisen werden kürzer – 2013 als statistische Ausnahme?

Die durchschnittliche Reisedauer lag 2014 bei 11,24 Tagen und hat damit im Vergleich zu 2013 (11,77 Tage) wieder abgenommen, liegt allerdings im langjährigen Vergleich gesehen über den Jahren 2010 (10,88 Tage) und 2011 (10,9 Tage). Seit dem Jahr 2000, ab dem eine klare Tendenz zu kürzeren Reisen festzustellen war (1995–1999 lag die durchschnittliche Reisedauer noch bei 13,05 Tagen!), nahm die durchschnittliche Reisedauer vor allem 2013 (aber auch noch 2014) wieder zu. Diese Entwicklung leitet sich für das Jahr 2013 zunächst aber rein statistisch von der zuvor dargelegten Abnahme an KurzurlauberInnen bzw. Zunahme an Nichtreisenden ab.

Global betrachtet hat die „Wohlstandswende" wahrscheinlich auch den Tourismus erreicht. Den ÖsterreicherInnen gelingt die Lebenskunst: Sie retten den Urlaub, indem sie die Reisedauer verkürzen. Aus den schönsten Wochen des Jahres werden immer öfter die schönsten Tage des Jahres. Das verändert den Urlaubsstil grundlegend: Immer mehr Reisewünsche müssen in kürzerer Zeit verwirklicht werden. Statt „neuer Bescheidenheit" heißt es für die Anbieter daher eher Anspruchssteigerung. Die UrlauberInnen stellen bei knapper werdendem Geld- und Zeitbudget genauso hohe Ansprüche wie früher. Selbst von Billigangeboten wird gleichwertige Qualität erwartet. Die Forderung lautet: Qualitätsreisen zu günstigen Preisen. Die Tourismuswirtschaft bzw. die einzelnen Betriebe sind gut beraten, sich betriebswirtschaftlich genau zu überlegen, inwieweit man diesem Wunsch auch entsprechen kann.

Die konjunkturelle Entwicklung verstärkt den Trend zur Verkürzung der Reisedauer, der aber auch durch allgemein erlebnisorientierte Motive gekennzeichnet ist: „öfter, aber kürzer" entspricht den freizeitorientierten Lebensstilen der Gegenwart.

Für die Tourismusbranche hat diese Entwicklung zwei Seiten: Einerseits bleibt die positive Urlaubsstimmung stabil, andererseits sinken die Umsätze für die Unternehmen. Hoffnungsvoll darf die Branche allerdings der ökonomische Erfahrungswert stimmen, wonach der Tourismus schneller wächst als die Gesamtwirtschaft. Der Tourismus wirkt als eine Art Leitökonomie mit richtungweisendem Charakter. Darauf sollten die für politischen Rahmenbedingungen Verantwortlichen besonders Rücksicht nehmen.

Demografische Besonderheiten

In absoluten Zahlen betrachtet sind unter den …

	Reisenden	Nichtreisenden
nach Geschlecht:	rund 48 % Männer 52 % Frauen	rund 48 % Männer 52 % Frauen
nach Altersgruppen:	32 % 15- bis 34-Jährige 41 % 35- bis 54-Jährige 27 % Über-55-Jährige	29 % 15- bis 34-Jährige 34 % 35- bis 54-Jährige 38 % Über-55-Jährige
nach Bildungsabschluss:[1])	19 % mit Pflichtschulabschluss 48 % mit Lehrabschluss oder abgeschlossener berufsbildender mittlerer Schule 32 % mit Matura bzw. Universitätsabschluss	34 % mit Pflichtschulabschluss, 53 % mit Lehrabschluss oder abgeschlossener berufsbildender mittlerer Schule 13 % mit Matura bzw. Universitätsabschluss
nach Einkommen:[2])	20 % mit niedrigem Haushaltseinkommen 57 % mit mittlerem Einkommen 23 % mit hohem Einkommen	36 % mit niedrigem Haushaltseinkommen 54 % mit mittlerem Einkommen 11 % mit hohem Einkommen
nach im Haushalt lebenden Kindern:	27 % mit Kindern unter 15 Jahren im Haushalt 73 % ohne Kinder	22 % mit Kindern unter 15 Jahren im Haushalt 78 % ohne Kinder
nach Bundesland:	etwa 4 % BurgenländerInnen 5 % VorarlbergerInnen 8 % SalzburgerInnen 8 % KärntnerInnen 8 % TirolerInnen 14 % SteirerInnen 15 % Niederöster-reicherInnen 17 % Oberöster-reicherInnen 21 % WienerInnen	etwa 3 % VorarlbergerInnen 4 % BurgenländerInnen 7 % SalzburgerInnen 8 % TirolerInnen 8 % KärntnerInnen 15 % SteirerInnen 17 % Oberöster-reicherInnen 18 % WienerInnen 21 % Niederöster-reicherInnen

[1]) Definition der Demobreaks: siehe Anhang.
[2]) Definition der Demobreaks: siehe Anhang.

Peter Zellmann / Sonja Mayrhofer

Die Urlaubsrepublik

Die Zukunft des Tourismus in Österreich

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeit- und Tourismuswirtschaft wird in Österreich dramatisch unterschätzt. Österreich ist – bezogen auf die Einwohnerzahl und mit Ausnahme von Malta und Zypern – in Europa das Gastgeberland Nummer 1!
Es ist daher für die wirtschaftliche Zukunft Österreichs von Bedeutung, sich mit den Reisegewohnheiten der Inländer, mit den Gästewünschen im Allgemeinen, aber auch mit der Entwicklung der Gästeanzahl und der Gästebedürfnisse aus allen Herkunftsländern auszukennen.
Das ist nicht nur für Touristiker wichtig, sondern für uns alle. Weil wir letztlich alle Gastgeber sind und weil ein Drittel unserer Arbeitsplätze – eben nicht nur der Anbieter im engeren Sinn – von der Tourismus- und Freizeitwirtschaft indirekt abhängt. Dieses Buch zeigt die Zusammenhänge auf und gibt wichtige Hinweise für die Zukunft.

Prof. Mag. **Peter Zellmann** ist Leiter des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) in Wien. Seine über Jahrzehnte erfassten „Zeitreihen" über Urlauberwünsche geben Planungssicherheit für die Zukunft.

Dr. **Sonja Mayrhofer** ist beim IFT für die Datenerfassung zuständig. Gemeinsam mit Spectra Linz erhebt sie die Interpretationsgrundlagen.

ISBN 978-3-214-18683-8

www.manz.at