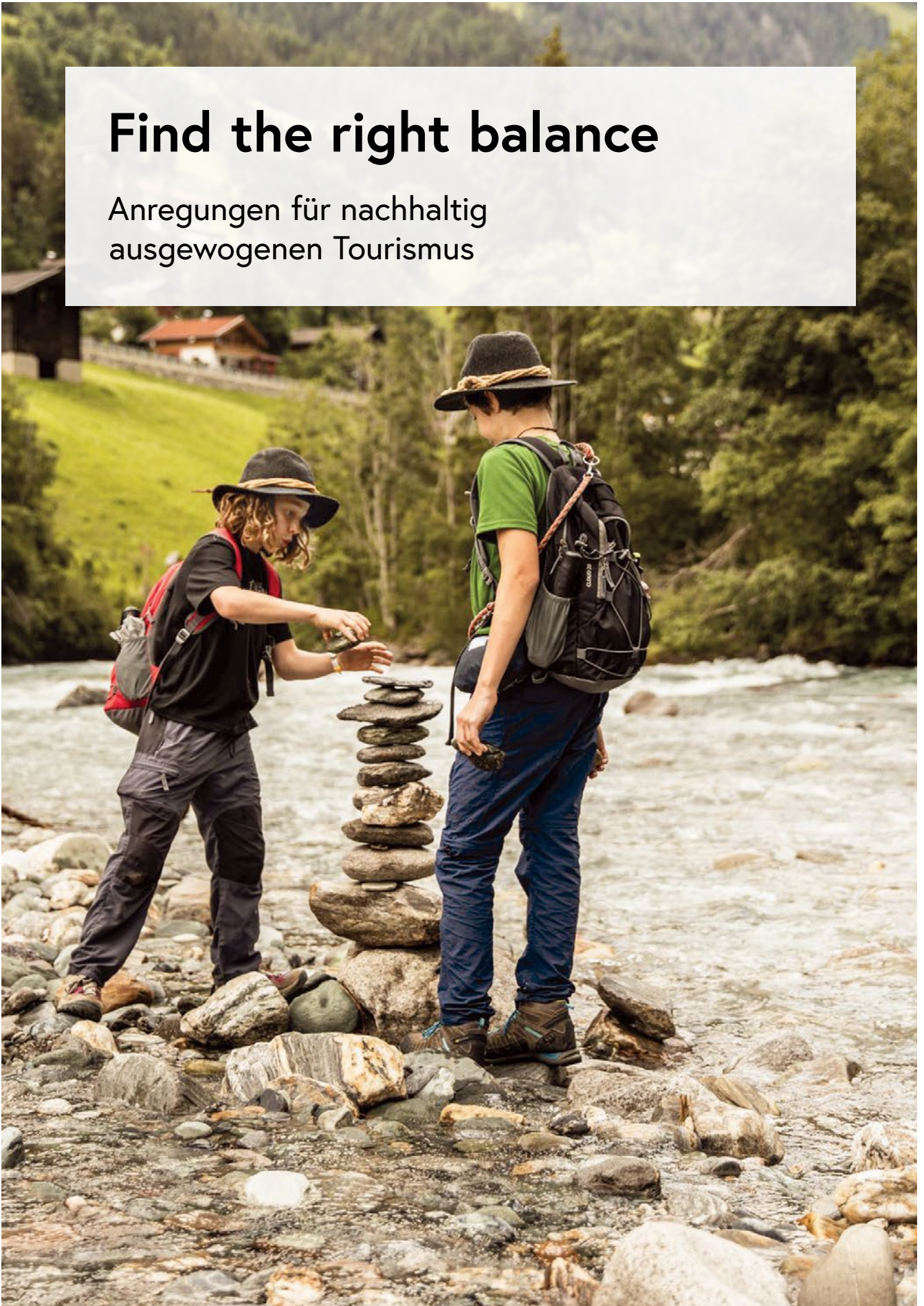


Find the right balance

Anregungen für nachhaltig
ausgewogenen Tourismus



Find the right balance

Anregungen für nachhaltig ausgewogenen Tourismus



Der Tourismus hat in Österreich eine bedeutende Rolle und gilt als einer der wichtigsten Wirtschaftszweige des Landes. Mit seiner Natur, dem reichen Kulturerbe und den vielfältigen Freizeitmöglichkeiten zieht Österreich jährlich Millionen von Gästen aus aller Welt an. Als Grundlage der österreichischen Tourismuspolitik wurde auf Bundesebene der „Plan T – Masterplan für Tourismus“ erarbeitet, mit der Vision, zu den nachhaltigsten Tourismusdestinationen der Welt zu zählen, und dabei sowohl ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Auswirkungen umfassend Rechnung zu tragen. Für den Tourismus in Österreich bedeutete das ein grundlegendes Umdenken: Nicht mehr der Gast allein steht im Mittelpunkt der Tourismuspolitik, genauso wichtig sind die Bedürfnisse der Unternehmerinnen und Unternehmer und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch der heimischen Bevölkerung und der Umwelt.



Susanne Kraus-Winkler, Staatssekretärin für Tourismus

„Der österreichische Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der sowohl Wohlstand als auch Arbeitsplätze in den Regionen sichert. Um Österreich als Tourismusland auch weiterhin erfolgreich zu gestalten, müssen wir noch stärker die richtige Balance zwischen der österreichischen Bevölkerung, den Gästewünschen, dem Schutz heimischer Traditionen sowie der Natur erreichen. Die Erhebung der Tourismusakzeptanz ist hier ein entscheidender Indikator, um lokale Entwicklungen vergleichbar nachzuvollziehen und einen nachhaltigen Tourismus in allen Regionen zu garantieren.“

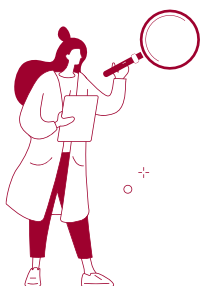
Was verstehen wir unter „Unbalanced Tourism“?



Allgemein kann man „Unbalanced Tourism“, oftmals auch „Overtourism“ genannt, als jene Situation beschreiben, in der die Auswirkungen des Tourismus zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten die physischen, ökologischen, sozialen, ökonomischen, psychologischen und/oder politischen Kapazitätsschwellen überschreiten (Peeters et al., 2018; Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses). Es handelt sich aber letztlich um ein Phänomen, das in unterschiedlichsten Erscheinungsformen auftritt und daher jede Destination nur für sich selbst identifizieren kann. Die Auswirkungen von „Unbalanced Tourism“ werden vorrangig subjektiv wahrgenommen und sind objektiv oft schwer messbar.

Das wachsende Interesse der Menschen an nachhaltigem Tourismus zeigt, wie wichtig es ist, die Gegebenheiten vor Ort vorausschauend zu managen. Ein zunehmender Besucherandrang ist nicht automatisch schlecht, ist es doch positiv, wenn viele Menschen zusammenkommen und eine lebhaftere Atmosphäre schaffen. Für den Tourismus insgesamt gilt: Erst durch das Zusammenkommen von Menschen und somit durch den Anstieg der Besucherzahlen werden neue Einkommensquellen und Arbeitsplätze in den Destinationen geschaffen. Die Gäste tragen letztlich auch mit ihrem finanziellen Beitrag zum Erhalt von Infrastruktur, kulturellen Stätten oder Nationalparks bei. Wichtig ist jedoch, die richtige Balance zwischen wirtschaftlichem Nutzen und möglichen negativen Auswirkungen auf den Lebensraum für Einheimische und Gäste zu finden.

Um den Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern in den Destinationen diesen Balanceakt näher zu bringen, werden im Folgenden mögliche Anhaltspunkte zur Identifikation von „Unbalanced Tourism“ beleuchtet. Dabei liegt der Fokus vor allem auf der Früherkennung und auf lösungsorientierten Maßnahmen.



Wie identifizieren wir „Unbalanced Tourism“?

Die Herausforderungen sind vielfältig und umfassen nicht nur die Überlastung durch Menschenmassen und die Belastung der Natur, sondern erstrecken sich auch auf die Verdrängung des Lokalen und Mobilitätsbeeinträchtigungen. Diese Probleme treten oft gemeinsam auf und haben komplexe Wechselwirkungen. Übermäßige Menschenansammlungen können nicht nur die Lebensqualität für Einheimische und das Erlebnis für Gäste beeinträchtigen, sondern auch die natürliche Umgebung belasten. Gleichzeitig kann der touristische Ansturm lokale Geschäfte und Traditionen verdrängen und Mobilitätsprobleme schaffen, was sowohl für Einheimische als auch für Gäste belastend sein kann.

1. Überlastung durch Menschenmassen („Overcrowding“)

Von „Overcrowding“ spricht man, wenn sich viele Menschen zeitgleich in einem begrenzten Gebiet aufhalten, das nicht auf diese Personenanzahl ausgerichtet ist. Dies tritt häufig in gefragten Destinationen, bei beliebten Attraktionen und/oder zu saisonalen Spitzenzeiten auf. Lange Warteschlangen, überfüllte Räume und ein Mangel an persönlichem Service können das Gästelerlebnis stark beeinträchtigen. Darüber hinaus sind Gäste in stark frequentierten Gebieten weniger ausgabefreudig und tragen somit in geringerem Maße zur lokalen Wertschöpfung bei. Die Qualität der Dienstleistungen und Angebote erfüllt dann oftmals nicht die Erwartungen der Gäste, was wiederum die Wettbewerbsfähigkeit der Destination langfristig negativ beeinflussen und die Attraktivität für zukünftige Besucherinnen und Besucher mindern kann.

Wenn Bewohnerinnen und Bewohner zu viele Nachteile durch den Tourismus empfinden, kann sich dies auf ihr Wohlbefinden auswirken und in weiterer Folge die Tourismusakzeptanz verringern. Eine negative Haltung der Einheimischen gegenüber dem Tourismus mindert langfristig die Gastfreundschaft und schadet dem Image der Destination. Zudem kann sich eine unverhältnismäßige Zahl an Gästen auch auf deren Urlaubserlebnis negativ auswirken.

Sichtbar wird „Overcrowding“ beispielsweise durch:

- Überlastung zu Spitzenzeiten
- Hohe Anzahl von Gästen im Verhältnis zur Einwohnerzahl
- Rückgang der Qualität der Tourismusangebote
- Zurückhaltung der Gäste bei der Inanspruchnahme von Produkten und Dienstleistungen



Klaus Panholzer, Geschäftsführer Schloss Schönbrunn, Wien

„In Schönbrunn arbeiten wir daran, neue Attraktionspunkte abseits der Hauptrouten am Areal zu schaffen. Unsere Gäste sollen die Vielfalt der Möglichkeiten eines Schönbrunn-Besuchs erkennen und für sich entdecken. Gleichzeitig arbeiten wir mit modernsten Technologien im Hintergrund daran, die Eintrittszeiten, Tourenführungen und Besucherbewegungen für ein begeisterndes Erlebnis im Schloss zu optimieren.“

2. Verdrängung des Lokalen

Durch den Tourismus können lokale Traditionen und Bräuche verblassen oder gar verschwinden, wodurch das Urtypische und die Authentizität eines Ortes verloren gehen. Oft wird dies durch die wirtschaftliche Abhängigkeit der jeweiligen Destination vom Tourismus ausgelöst, die sich unter anderem durch die übermäßige Ausrichtung des Angebots auf den Gast zeigt. So verschwinden beispielsweise die kleinen, typischen Geschäfte aus dem Ortsbild, ursprüngliche Wohngebiete werden zunehmend touristischer, Infrastruktur und Einrichtungen werden mehr an Gästen und weniger an Einheimischen ausgerichtet. Die steigende Nachfrage an Gästeunterkünften kann zu einer Wohnraumverknappung für Einheimische führen und Mieten in die Höhe treiben. Die starke Orientierung am Tourismus hat in manchen Destinationen auch negative Auswirkungen auf die weiteren Lebenshaltungskosten. Dies kann im Ergebnis dazu führen, dass sich die Bevölkerung aus ihrem ursprünglichen Heimatort verdrängt fühlt und eine negative Haltung dem Tourismus gegenüber entwickelt.

Sichtbar wird die Verdrängung des Lokalen beispielsweise durch:

- Verlust von regionaler Kultur und Traditionen
- Ausschließliche Ausrichtung des Angebots auf Gäste
- Übermäßige Nachfrage nach Gästeunterkünften
- Verknappung von Wohnraum für lokale Bevölkerung



Heinz-Dieter Quack,
**Professor an der Ostfalia Hochschule
für angewandte Wissenschaften, Wolfenbüttel**

„Die Geschäftsmodelle in unseren Destinationen können wir nur bewahren, wenn wir sie transformieren: Tourismus muss nicht nur ökonomisch, sondern auch sozial und ökologisch ausbalanciert sein. Ohne das Commitment der Einheimischen ist erfolgreiche Tourismusedwicklung nicht möglich.“



Johannes Steiner,
Geschäftsführer Steiner1888, Mandling

„Unsere Lodenmanufaktur ist ein Paradebeispiel dafür, wie sich ein Kulturgut über ein Jahrhundert halten und weiterentwickeln kann. Regionalität, Nachhaltigkeit, Qualität und Innovation müssen bei uns nicht neu erfunden werden, sondern sind in unserem Familienbetrieb seit nun 5 Generation gelebte Realität. Lodenbezugstoffe, Woldecken und auch Einkleidungen aus Loden für Mitarbeitende dienen als profilstarke Design- und Wohlfühlelemente in der Gastronomie und Hotellerie. Durch die Wollwelt-Führungen wird außerdem das Kulturgut „Loden“ hautnah und mit allen Sinnen erlebbar.“

3. Belastung der Natur

Landschaft und Natur zählen zu den wichtigsten Reisemotiven unserer Gäste. Jedoch kann der Tourismus zur Überbeanspruchung und zu Eingriffen in die Natur führen – sei es durch die Versiegelung von Böden zugunsten der Entwicklung von Infrastruktur oder durch den Verbrauch natürlicher Ressourcen wie Wasser.

Outdoor-Aktivitäten erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, daraus folgen aber auch neue Herausforderungen. Das Aufeinandertreffen verschiedener Personengruppen mit unterschiedlichen Interessen kann Konflikte auslösen, die wiederum negative Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt haben. Auch die Verschmutzung von Wegen und Almen sowie unangemessenes Verhalten der Besucherinnen und Besucher beeinträchtigen eine intakte Natur. Schutzgebiete dienen dem Erhalt der Biodiversität, sind aber gerade aus diesem Grund oft so beliebt, was bei hohem Besucheraufkommen unerwünschte Folgen haben kann.

Sichtbar wird die Belastung der Natur beispielsweise durch:

- **Beeinträchtigung der Tier- und Pflanzenwelt und Artenvielfalt**
- **Nutzungs- und Interessenskonflikte zwischen verschiedenen Nutzergruppen**
- **Zunehmende Bodenversiegelung**
- **Abfall in der Natur**



**Caroline Führer,
Rangerin im Nationalpark Hohe Tauern, Tirol**

„Der Nationalpark Hohe Tauern hat als größtes Schutzgebiet der Ostalpen einen besonderen Stellenwert, bei dem die Erhaltung und das Erlebnis unberührter Naturlandschaften im Vordergrund steht. Speziell im Winter haben die Wildtiere ein hohes Schutzbedürfnis, für dessen Erhalt hier bei uns alle Stakeholder an einen Tisch gefunden haben und eine flächendeckende Skitourenlenkung in der Osttiroler Nationalparkregion und spezifische Informationen an besonders stark frequentierten Orten schaffen konnten, sowie digitale Kanäle wie Tourenportale und Apps bedienen. Spezielle Zielgruppen wie Eiskletterer werden schwerpunktmäßig und bedarfsgerecht beispielsweise bei Brutgeschehen von Bartgeiern gelenkt.“



**Christopher Gruber, Geschäftsführer Nassfeld-
Pressegger See, Lesachtal und Weissensee
Tourismus Marketing GmbH, Kärnten**

„Die Freizeitnutzung von Naturräumen durch Wanderer, Mountainbiker, Radfahrer, Skitourengeher etc. führt öfters zu Nutzungs- und Interessenskonflikten zwischen den verschiedenen Anspruchsgruppen. Um das Gemeinsame, das Miteinander in den Regionen zu fördern, wurde unter Einbeziehung aller Anspruchsgruppen ein Musterprozess entwickelt, der zur Lösung und zur Entflechtung der aufgezeigten Nutzungskonflikte beiträgt. Eine der wichtigsten Erkenntnisse ist, dass man nur im Dialog bzw. mit einem Blick durch die Brille des Gegenübers zu qualitätsvollen und zukunftsorientierten Lösungen kommen kann.“

4. Beeinträchtigung der Mobilität

Steigende Gästezahlen bedeuten steigendes Mobilitätsaufkommen. Dies führt zu einer verstärkten Beanspruchung der lokalen Infrastruktur und in weiterer Folge zu höheren Instandhaltungskosten, die von den Destinationen getragen werden müssen.

Zu viele Menschen an touristischen Hotspots können zu einer deutlichen Beeinträchtigung der Erreichbarkeit von Örtlichkeiten führen. Überlastete Straßen, lange Wartezeiten, überfüllte öffentliche Verkehrsmittel und ein Mangel an Parkplätzen sind nur einige der Probleme, mit denen Einheimische sowie Gäste konfrontiert werden können. Besonders in stark frequentierten Gebieten können die alltäglichen Aktivitäten unter der erschwerten Erreichbarkeit von Geschäften, Arbeitsstätten und anderen wichtigen Orten spürbar leiden.

Sichtbar wird die Beeinträchtigung der Mobilität beispielsweise durch:

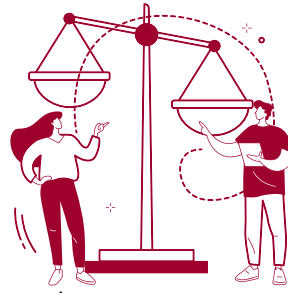
- Beeinträchtigung alltäglicher Aktivitäten
- Erhöhtes Verkehrsaufkommen an wichtigen Knotenpunkten
- Steigende Kosten für Infrastruktur
- Staus und lange Wartezeiten



Wolfgang Hettegger, CEO Snow Space Salzburg Bergbahnen AG, Flachau, Wagrain & St. Johann

„Als Snow Space Salzburg setzen wir uns für eine lebenswerte Region ein und verfolgen das ambitionierte Ziel, bis zum Winter 2026 klimaneutrales Skifahren zu ermöglichen. Die An- und Abreise unserer Gäste spielt dabei eine wesentliche Rolle. Durch intensive Kooperationen mit öffentlichen Verkehrsträgern und attraktive Angebote wie die kostenlose Öffi-Anreise aus dem gesamten Bundesland Salzburg tragen wir aktiv zur Reduktion der CO₂-Emissionen der Wintersportler bei. Diese Schritte unterstützen unser Bestreben, das Gästeerlebnis stetig zu verbessern und einen Ausgleich zwischen Gästen und der lokalen Gemeinschaft zu fördern.“

Sind wir bereits von „Unbalanced Tourism“ betroffen?



„Unbalanced Tourism“ wird oft subjektiv wahrgenommen. Ein systematisches Monitoring (mit Hilfe von Indikatoren) bietet die Möglichkeit, ausgewählte Aspekte eines Phänomens zu ermitteln sowie zu messen und gibt eine Grundlage für die Analyse und Bewertung von Entwicklungen oder Trends. Welche Indikatoren oder „Frühwarnsignale“ können helfen, um das potenzielle Risiko für „Unbalanced Tourism“ in unserer Region zu identifizieren und zu konkretisieren?

Entscheidend und hilfreich bei der Erhebung des Status Quo ist, dass das Phänomen umfassend betrachtet und die Vielfalt der Meinungen aller betroffenen Akteure berücksichtigt wird. Die Lebensqualität vor Ort, die wirtschaftlichen Möglichkeiten und die Qualität der touristischen Erlebnisse sind unter anderem wesentliche Aspekte, die in die Betrachtung miteinbezogen werden sollten.

Einige hilfreiche Fragen zur Evaluierung:

- Wie haben sich die **Gästeszahlen** in den letzten Jahren in unserer Destination entwickelt?
- Welche Bedeutung hat der Tourismus für die **regionale Wertschöpfung** in unserer Destination?
- Lassen sich **Interessenskonflikte zwischen den Stakeholdern** in unserer Destination beobachten?
- Wie ist die **mediale Berichterstattung** über unsere Destination?
- Welche **Auswirkungen hat das Wachstum des Tourismus** auf unsere Destination? Gibt es Auswirkungen auf öffentliche Freizeiteinrichtungen oder die lokale Infrastruktur (z. B. Toilettenanlagen oder Parkmöglichkeiten)?
- Ist eine **Überbeanspruchung der Natur** durch den Tourismus (z.B. Abfall, Bodenversiegelung) in unserer Destination zu beobachten?
- Welche Entwicklungen gibt es bei der **Erreichbarkeit** unserer Destination und der **Mobilität** innerhalb dieser?
- Welche **gesellschaftlichen Trends** beeinflussen aktuell den Tourismus? Inwieweit könnten diese potenziell zu „Unbalanced Tourism“ in unserer Destination beitragen?

Wie begegnen wir „Unbalanced Tourism“?

Für einen nachhaltig ausgewogenen Tourismus sind Strategien notwendig, die eine Abstimmung zwischen allen Stakeholdern voraussetzen. Die Welttourismusorganisation hat einen umfassenden Handlungsleitfaden entwickelt, der sich der Bewältigung der touristischen Überlastung von Destinationen widmet. Dieser Leitfaden umfasst elf strategische Ansätze, die darauf abzielen, das Risiko der Überlastung zu reduzieren und eine nachhaltige, ausbalancierte Tourismusentwicklung in den Destinationen zu fördern.

Für Österreich können folgende Ansätze hilfreich sein:

- ⊙ **Räumliche Verteilung von Gästen** – z.B. Veranstaltungen in weniger besuchten Teilen der Destination durchführen; Kapazitäten von Attraktionen optimieren
- ⊙ **Zeitliche Verteilung von Gästen** – z.B. dynamische Preisgestaltung einführen; neue Technologien für Time-Slot Management nutzen; Veranstaltungen in der Nebensaison planen
- ⊙ **Entwicklung ergänzender Angebote** – z.B. Führungen durch weniger besuchte Teile der Destination entwickeln; kombinierte Rabatte für neue Routen und Attraktionen anbieten; digitale Anwendungen (wie VR oder AR) als ergänzendes Gästelerlebnis schaffen
- ⊙ **Anpassung von Regulierungen** – z.B. kontrollierten Zugang zu touristischen Hotspots einführen; Regelungen für den Zugang großer Gruppen schaffen; Öffnungszeiten verschiedener Örtlichkeiten abstimmen; Fußgängerzone einrichten
- ⊙ **Verbesserung der Zielgruppensegmentierung** – z.B. Stammgäste für neue Attraktionen gezielt ansprechen; bestimmte Besuchergruppen identifizieren und gezielt adressieren
- ⊙ **Nutzen des Tourismus für die Bevölkerung sicherstellen** – z.B. Qualität von Infrastruktur und Dienstleistungen verbessern; lokale Bevölkerung in die Entwicklung neuer Tourismusprodukte einbinden; Bewusstseinsbildung in der lokalen Bevölkerung fördern





⦿ **Schaffung von Erlebnismöglichkeiten auch für Bewohnerinnen und Bewohner**

– z.B. Destination entsprechend den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung entwickeln; lokale Festivitäten und Aktivitäten bewerben, sodass Gäste und Einheimische gemeinsam teilnehmen; touristische Erlebnisse und Produkte entwickeln, welche das Engagement von Einwohnerinnen und Einwohnern wie auch Gästen gleichermaßen fördern

⦿ **Verbesserung der Infrastruktur** – z.B. Gästelerlebnis mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbessern; überprüfen, ob Haupttrouten zu beliebten Attraktionen erhöhtem Gästeaufkommen standhalten, gegebenenfalls Nebenrouten identifizieren, die zu Spitzenzeiten genutzt werden können; sichere Radwege schaffen und Fahrradverleih fördern; öffentliche Einrichtungen sowie genügend Abfallbehälter bereitstellen

⦿ **Kommunikation mit und Einbindung von lokalen Stakeholdern** – z.B. Austauschformate für die lokale Bevölkerung zur Identifizierung bestehender Konflikte schaffen

⦿ **Kommunikation mit und Einbindung von Gästen** – z.B. aktuelle Informationen über Verkehrsbeschränkungen, Parkmöglichkeiten, Gebühren etc. bereitstellen; Bewusstsein für die Auswirkungen des Tourismus bei den Gästen schaffen

⦿ **Maßnahmen entwickeln** – z.B. Indikatoren laufend evaluieren; Notfallpläne für Spitzenzeiten und Notfallsituationen erstellen; Big Data und Technologien zu Monitoring und Bewertung von touristischen Leistungen und Auswirkungen einsetzen

Weitere Ansätze finden Sie unter:

<https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/nachhaltigkeit.html>

Förderungscall: Unterstützung für nachhaltig ausgewogenen Tourismus

Das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft lobt insgesamt 500.000 Euro an Förderungsmitteln aus, um die Identifikation und Beschreibung von „Unbalanced Tourism“ sowie die anschließende Erarbeitung von Konzepten und Gegensteuerungsmaßnahmen zu unterstützen.

Förderbare Maßnahmen sind beispielsweise Erhebungen, Stakeholder-Prozesse und Workshops zur Erarbeitung der Konzeptinhalte sowie die fachliche Beratung und Hilfestellung für die Erstellung des Konzepts.

Mögliche Förderungswerber sind KMU der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, die sich zu einer ARGE zusammenschließen, gemeinnützige Vereine und Tourismusverbände.

Die Förderung erfolgt in Form eines nicht-rückzahlbaren Zuschusses (bis 80% der förderbaren Kosten). Es können Projekte mit Gesamtkosten zwischen EUR 10.000 und EUR 50.000 gefördert werden.

Einreichungen sind ab **20. März 2024** bis **15. Juni 2024** bei der Abteilung Tourismusförderungen des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft möglich, die Förderungsentscheidung wird bis 31. Juli 2024 getroffen werden. Die von der Jury ausgewählten Projekte sind bis 30. Juni 2025 abzuschließen.



Sämtliche Informationen zum Förderungscall sowie die verbindlichen Förderungsbedingungen finden Sie hier:

https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/tourismusfoerderungen/projektauf_ruf_balanced_tourism.html

Weitere Unterlagen zu „Unbalanced Tourism“ finden Sie hier:

<https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus.html>

Meine Überlegungen zum Thema:

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:
Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW)
Sektion Tourismus
Stubenring 1, 1010 Wien
tourism@bmaw.gv.at
Gestaltung: Drahtzieher – Design + Kommunikation, Barbara Wais
Abbildungen: © Österreich Werbung – Ramona Waldner; freepik
Alle Rechte vorbehalten
Wien, 2024

