

Einleitung

Der **Leitfaden Tourismus und Verkehr** stützt sich auf das österreichische Handbuch „T&V – Tourismus und Verkehr, Ein Handbuch mit praktischen Lösungen“. Dieses wurde 1998 vom österreichischen Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten herausgegeben, die Autoren sind Christian Kräutler, Karl Reiner und Bernhard Schausberger.

Das Handbuch wurde von der Alpenbüro Netz GmbH im Rahmen von mobiltour.ch überarbeitet, auf die Schweiz angepasst und auf die Homepage von mobiltour.ch gesetzt.

A: Ausgangspunkte

- Tourismus im Sinne einer Ortsveränderung ist zwingend mit Verkehr verbunden.
- In der Stadt als Ausgangspunkt des Urlaubs werden Verkehrsbelastungen teils noch als gegeben hingenommen, am Urlaubsort wird von den meisten aber Ruhe und Streßfreiheit gefordert.
- Der Urlauber zahlt für eine Flucht aus dem Alltag - für die gute Organisation des „Gegenalltages“ im Urlaubsort und für das Erlebnis intakter Umwelt.
- Im Schnittbereich von Tourismus und Verkehr zeigen sich unmittelbare Verknüpfungen zwischen wirtschaftlichen Interessen und Umwelt.
- Bequeme und schnelle Erreichbarkeit und wenig Verkehr am Zielort bedeuten beste Voraussetzungen im Tourismus.

Inhalt Teil A:

1. Über diesen Leitfaden	1
2. Hinweise für die Benutzer des Leitfadens	2
3. Argumentations- und Entscheidungshilfe für Gemeinden	3
4. Autoverkehr als wachsendes Problem	4
5. Tourismus verändert sich	5

Ausgangs- punkte

1. Über diesen Leitfaden

Aufgabe des vorliegenden Leitfadens ist es, allgemein verständliche Argumentations- und Entscheidungshilfen für ein zielbewusstes Handeln in den zahlreichen Schnittbereichen von Tourismus und Verkehr bereitzustellen. Denn gerade der Verkehrsbereich ist ein Garant für hitzige Diskussionen – dem Thema aus dem Weg zu gehen, ist für Entscheidungsträger in den Gemeinden nicht möglich. Rasch anwachsende Probleme und die Forderungen Betroffener nach Verbesserungsmaßnahmen erzeugen großen Druck zu handeln – das ist die passive Betrachtungsweise. Aktiv gesehen sollen Kommunalpolitiker neue Verkehrslösungen suchen und in Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden und Verkehrsplanern umsetzen.

Gerade in Tourismusorten sind die Bedürfnisse der Gäste als bedeutender Wirtschaftsfaktor bei den Planungsüberlegungen zu berücksichtigen. Zukunftsweisende Verkehrslösungen zu finden ist in diesem Fall gleichbedeutend mit einer weitestgehenden Aufrechterhaltung der Mobilität und einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch Ruhe und Stressfreiheit. Ein geeignetes Instrument zur Umsetzung dieser Ziele sind Verkehrsberuhigungsmaßnahmen.



2. Hinweise für die Benutzer des Leitfadens

Der Leitfaden „Tourismus und Verkehr“ ist als Nachschlagewerk konzipiert und bietet die Möglichkeit zur Aktualisierung. Für die Benützung werden folgende Orientierungshilfen geboten:

 TEIL D – MASSNAHMEN



Verweis auf einen anderen Teil des Leitfadens, wo detaillierte Informationen zu finden sind.

Besonders wichtige Notizen!

 Fußgängerzonen sollen den Ortskern attraktivieren und den Charakter des Ortes betonen.

Merkblock mit wichtiger Kernaussage des jeweiligen Kapitels/Abschnittes.

 In der Gemeinde Weissensee etwa kam es zu einem Verkehrsaufkommen von bis zu 2.000 Pkw pro Tag.

Beispiel aus einer Gemeinde.



Tipps zu speziellen Problemen und zur Bewältigung von Konflikten.



Lesenswerte Unterlagen, falls zu einem Thema zusätzliche Information gewünscht wird.

 **Der Weg zur Umsetzung**

Tabellarisch zusammengefasste Anregungen zu Schwerpunktthemen.



Potenzielle Konflikte.

3. Argumentations- und Entscheidungshilfe für Gemeinden

Den Kern dieses Leitfadens bilden Lösungsvorschläge zu Fragen und Problemen im Zusammenwirken von motorisiertem Strassenverkehr und Tourismus. Verkehrsprobleme in Tourismusorten entstehen etwa, wenn viele Menschen gleichzeitig dasselbe Ziel ansteuern oder wenn eine Strasse im Ort gleichzeitig von Pendlern, Gütertransport und Touristen benutzt wird.

Das örtliche Verkehrsproblem ist Folge einer Summe von Einzelentscheidungen. Ziel kommunaler Verkehrspolitik ist es, möglichst viele dieser verkehrserzeugenden Einzelentscheidungen zu beeinflussen.

Ein Verkehrsproblem wird erkannt

Oft werden in den ersten Diskussionen Lösungen genannt, deren Kosten jede Hoffnung auf eine rasche Realisierung oder „Problemlösung“ zerstören. Dass in vielen Fällen mehrere kostengünstigere Alternativen existieren, wird oftmals vergessen.

Die Vielfalt der Möglichkeiten kann aber auch die Diskussion, das Finden einer Übereinstimmung erschweren. Ein Blick auf andere Gemeinden bringt meist wertvolle Anregungen am Beginn der Überlegungen.

Grundlegendes zu den wichtigsten (nicht auf einzelne Maßnahmen bezogenen) Schritten in der kommunalen Verkehrsplanung und zu „klassischen“ Konflikten im Planungsablauf finden sich im Teil B. In vielen Fällen geht die Erstellung eines Verkehrskonzeptes der umsetzungsbezogenen Diskussion voran – den Inhalten und der Stellung des Verkehrskonzeptes im Planungsablauf ist ein eigener Abschnitt gewidmet. Herzstück des Handbuchs ist der Massnahmenteil:

- Die erfahrungsgemäß wichtigsten Einzelmaßnahmen werden zu Blöcken zusammengefasst - Vor- und Nachteile, Planungsgrundsätze, Gestaltungsmöglichkeiten und Wechselwirkungen sowie die Eckpunkte der Umsetzung werden dargestellt.

Auswahl, Maß und Reihenfolge der Umsetzungsschritte werden teils durch äußere Gegebenheiten, groÙteils aber durch interne

Betrachtung mehrerer Lösungsansätze

 TEIL B – LEITFADEN

 TEIL C – VERKEHRSKONZEPT

 TEIL D – MASSNAHMEN

TEIL E – KOSTEN UND NUTZEN

TEIL F – RECHTLICHE GRUNDLAGEN

TEIL G – KONTAKTE, ADRESSEN

Diskussionen und Entscheidungsprozesse der Gemeinde zu bestimmen sein. Speziell für diese Prozesse soll das Handbuch eine Hilfestellung bieten. Der Blick für das Mögliche und Sinnvolle soll durch Informationen über Kosten und Nutzen von Maßnahmen geschärft werden. Um realistische Optionen zu wählen, ist es ebenso unerlässlich, sich mit den rechtlichen Rahmenbedingungen zu befassen.

Den Schlusspunkt bilden Kontaktadressen von Institutionen, die Beratung anbieten, sowie von in- und ausländischen Tourismusinitiativen und -gemeinden, die beispielhafte Verkehrslösungen umsetzen bzw. umgesetzt haben.

4. Autoverkehr als wachsendes Problem

Basis des Tourismus in den ländlichen Regionen der Schweiz ist eine weitgehend intakte Umwelt, die vielfältige Möglichkeiten der Freizeitgestaltung bieten soll. Die Attraktivität vieler Gemeinden für in- und ausländische Gäste wird aber oft von störenden Wirkungen des motorisierten Strassenverkehrs verringert.

Die Wünsche und Ansprüche von Gästen und Einwohnern sind dabei nicht ohne Widersprüche. Der Gast will eine komfortable An- und Abreise, wobei heute meist der Qualitätsmaßstab des

*Wem gehört die Strasse?
Im Strassenraum konzentrieren
sich viele Nutzungsansprüche*



Autos angelegt wird. Am Urlaubsort selbst wird weitgehend intakte Umwelt, Ruhe und Sicherheit gewünscht. Einwohner, die nicht am Tourismus beteiligt sind, wollen rasch und problemlos ihre täglichen Wege erledigen. Einwohner, deren Einkommen vom Tourismus abhängt, versuchen ihren Gästen möglichst bequeme und vielfältige Möglichkeiten zu bieten.

Diese konkurrierenden Ansprüche bestehen vielfach in alpinen Tälern, wo der Platz klar begrenzt ist.

Probleme durch wachsenden Autoverkehr in den Griff zu bekommen, bedeutet in hohem Maße den Ausgleich verschiedener, teils widersprüchlicher, teils gegensätzlicher Interessen.

Das Geschehen innerhalb der Gemeinde ist in allgemeine Entwicklungen eingebettet:

- die Zahl der Autos und die Autobenutzung im allgemeinen wachsen nach wie vor, insbesondere im Freizeitbereich
- die Zahl der Anbieter auf den touristischen Märkten wächst ebenfalls, die Konkurrenz nimmt zu.

Der wachsende Wettbewerb macht es für eine Gemeinde oder eine Region immer notwendiger, sich ein eigenes Profil zu geben, unverwechselbar zu werden, um gegen Konkurrenten zu bestehen – das Finden und Vermarkten von Alternativen zum Auto kann zu einem tragenden Teil einer Qualitätsstrategie im Tourismus werden.

Alternativen zum Auto als Qualitätsstrategie

5. Tourismus verändert sich

Die Entwicklungen von Verkehr und Tourismus sind eng miteinander verknüpft. Der Ausbau der Eisenbahn war Voraussetzung für die ersten Formen des Massentourismus, der Weg des Automobils zum Massenverkehrsmittel bedeutete einen nächsten Entwicklungsschub und derzeit ist das Flugzeug wesentliches Element der Entwicklungen. Verkehr und Tourismus verändern sich durch neue technische Möglichkeiten und neue Bedürfnisse.

Eine Zunahme des Verkehrs im Tourismus ist zu erwarten, da heute meist mehrere Kurzurlaube statt einem längeren Urlaub konsumiert werden. Auch der Wunsch nach individueller Reise-

Der Anteil des Tourismus am Bruttoinlandprodukt beträgt in der Schweiz 5,4%.

Ungefähr jeder zwölfte Berufstätige ist direkt oder indirekt im Tourismus beschäftigt.

organisation nimmt zu. Und selbst bei der Naherholung sind steigende Fahrtweiten zu verzeichnen. Ein gewisse Entzerrung der Spitzen im Urlaubsreiseverkehr ist durch die höhere Zahl von Urlaubern außerhalb der Hochsaison zu erwarten.



Einflussgrößen der Tourismusentwicklung

Veränderungen in den Gewohnheiten und Zielen der Gäste werden sehr stark durch folgende Einflussgrößen bestimmt:

- **Verfügbare Realeinkommen** und allgemeine Wirtschaftsentwicklung – wieviel Geld steht dem Einzelnen nach Deckung der Grundbedürfnisse für das Gut Urlaub zur Verfügung.
- **Preisrelationen des Angebots** – Die Schweiz weist im internationalen Vergleich hohes Lohnniveau und hohe Lebenshaltungskosten auf, v. a. durch die günstigen Flugtarife werden billigere Länder interessant.
- **Bevölkerungsabhängige Faktoren** – Bevölkerungswachstum, Haushaltsgröße, Alter, Bildung, Reiseerfahrung, Frauenerwerbstätigkeit, ... – die Bevölkerung der Schweiz wird älter, die mobilen Senioren sind eine der interessantesten neuen Zielgruppen.
Die Haushalte werden kleiner, das Bildungsniveau steigt – das deutet auf zunehmend individuelle Reisegestaltung hin.
- **Wertewandel, Lebensstile** – so wird z. B. der neue Gast als GEBE-Typ dargestellt: als GEnuss-BEScheidenheitstyp – wirtschaftsfreundlich, antiautoritär, kritisch, zukunftsgläubig, umweltbewusst mit hoher Technologieakzeptanz – kein leicht zufriedenzustellender Gast, aber auch eine Chance für Spezialangebote.
- **Freizeit** – das Verhältnis von Arbeitszeit und Freizeit sowie deren zeitliche Verteilung bestimmt Dauer und Antrittszeitpunkte der Urlaube.
- **Herkunft der Gäste** – die Nähe der Herkunftsländer spielt für die Wahl des Verkehrsmittels zur Anreise eine entscheidende Rolle. Die beiden wichtigsten Märkte sind das

benachbarte Deutschland und der heimische Markt – daher hat auch das Auto eine Fülle von Vorteilen für die Anreise.

- **Telekommunikation, Organisation** – neue Medien bieten neue Chancen des Marketings, der Einsatz der EDV bietet Möglichkeiten der Rationalisierung von Teilbereichen des Fremdenverkehrs.
- **Politische Entwicklungen** – solche Entwicklungen können relativ rasch Touristenströme verlagern und sind nicht immer vorhersehbar. Einige Beispiele dafür sind: Innerhalb der EU wird Reisen einfacher, mit der Öffnung Osteuropas kommen neue Gäste, aber auch neue Konkurrenten auf den Markt (z. B. Kultur- oder Kuraufenthalte), die politische Instabilität in arabischen Ländern macht traditionelle Ziele weniger attraktiv, ...
- **Umweltprobleme** – in den Herkunftsländern, aber auch in Zielländern (z. B. Mittelmeerraum) – dies eröffnet Chancen für ein Land mit hohen Umweltstandards.

Wachsende Märkte

Urlaubsangebote werden heute vielfach als Produkte betrachtet, d.h., die Angebote altern und müssen durch neue ersetzt werden – so z. B. die klassische mehrwöchige Sommerfrische, die von jüngeren Gästen kaum mehr nachgefragt wird. Künftig notwendig sind vielfältige spezialisierte Angebote, die allerdings einheitlich und für den Gast überschaubar angeboten werden. Als neue, wachsende Märkte gelten:



- **Kultururlaube**
- **präventive Gesundheitsurlaube** – Wellness
- **Konferenz-, Kongress- und Seminartourismus** – sehr kurze Aufenthalte bei relativ hohen Ausgaben pro Tag bedeuten hohe Anforderungen an die Betriebe, gleichzeitig ergibt sich aber auch die Chance zur Saisonverlängerung
- **Gourmet-Tourismus** bzw. Erlebnisastronomie, z. B. die Kombination von kulinarischem und kulturellem Angebot

- **Spezialisierungen** – „All-inclusive-Clubs“ oder Hotels bzw. Ferienwohnungen für Zielgruppen mit speziellen Bedürfnissen und Ansprüchen (z. B. Radfahrer, Golfspieler, Babys), Kleinhotels mit kulinarischem Angebot

Im Rahmen der kommunalen Tourismusentwicklung kann das Verkehrskonzept einen unterschiedlichen Stellenwert haben. Die Rolle der Verkehrsplanung kann vom „Hilfsmittel“ für das Image bis zur tragenden Säule reichen – beispielhaft in dieser Beziehung ist die **G**emeinschaft der **A**utofreien **S**chweizer **T**ourismusorte.



In der **G.A.S.T.** sind insgesamt neun Schweizer autofreie Tourismusorte vereinigt. Die Autofreiheit wird definiert als „totalen Verzicht auf den individuellen Personenverkehr und grösstmöglichen Verzicht auf Verbrennungsmotoren“. Zu den Ausnahmen zählen die Notdienste, das Abfallwesen, die Bau- und Landwirtschaft sowie die Schneeräumung. Der Transport des Gepäcks erfolgt mit Elektromobilen, Pferdefuhrwerken und im Winter mit Schlitten.

Autofreie Tourismusorte können von der Absenz des motorisierten Privatverkehrs profitieren und nutzen dieses Merkmal auch marketingmässig. Gästebefragungen zeigen, dass die Autofreiheit generell ein wichtiger Grund für die Wahl des Tourismusortes ist. Sind die Ferienorte weitgehend autofrei, so leiden die vorgelagerten Orte aber umso mehr unter dem An- und Abreiseverkehr. Die meisten Touristen reisen nämlich mit ihrem privaten Auto an, und parkieren es während ihrer Ferienzeit in Grossparkhäusern.

