

1.2 Kosten- und Nutzenkategorien

Die folgende Übersicht zeigt die wichtigsten zu erfassenden Kategorien von Kosten und Nutzen:

Direkte Kosten	Direkter Nutzen/Erträge
KONZEPTION/PLANUNG	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorerhebungen, Vorstudie, Machbarkeitsstudie, Begleitforschung • Planung, Projektierung, Beratung (allgemein, Verkehrs- bzw. Tourismuskonzept) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sachliche Diskussion auf Basis von Fachkonzepten
WÄHREND UND NACH DER UMSETZUNG	
<ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmenspezifische Investitionskosten (Bau, Anlagentechnik, sonstiges Material, Ersatz, Erweiterung, Erneuerung) • Instandhaltung, Wartung (laufende Kosten, Reinigung und Pflege) • Bepflanzung, Möblierung • PR und Information (intern, extern – Informationstätigkeit, Materialien, Beratung und Kommunikation, Veranstaltungen, Ausstellungen) • nicht zuordenbare Kosten (Mehraufwand, diverse Personal- und Sachkosten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Abgabenerträge (Umsetzungs-, Bauphase) • Gebühren, Interessentenbeiträge • zusätzliche Einnahmen – sonstige Leistungserlöse (z.B. aus der Parkraumbewirtschaftung, Transporterlöse) • Kosteneinsparungen (z.B. Einsparungen bei der Erhaltung und Wartung)

Indirekte Kosten	Indirekter Nutzen/Erträge
<ul style="list-style-type: none"> • Steuer- und Abgabenertragsverluste (z.B. Abwanderung, Umsiedlung, Rückgang der Gästezahl während der Bauphase etc.) • Ertrags- bzw. Umsatzverluste einzelner Betriebe (z.B. aufgrund geänderter Erreichbarkeit oder mangelnder Parkmöglichkeiten) • Wertminderung von Liegenschaften und Betrieben (z.B. geänderte Erreichbarkeit) • „Opportunitätskosten“: entgangener Nutzen (z.B. Lärminderung, Luftqualität, attraktives Ortsbild) für nicht durchgeführte Verkehrsberuhigungsmaßnahmen • „Politische Kosten“: Bürgerproteste, Wählerstimmenverluste 	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerertrags- und Ertragssteigerung (höhere Ertragsanteile durch Zuwanderung, Kurtaxen durch zusätzliche Gäste aufgrund höherer Attraktivität) • Ertrags- bzw. Umsatzsteigerungen touristischer Betriebe (z.B. durch Qualitätstourismus, höhere Preise) • positiver Imageeffekt für die Gemeinde und Wertsteigerung von Liegenschaften und Betrieben durch Attraktivitätssteigerung des Ortsbildes und geringe Umweltbelastung • Kosteneinsparung durch Vermeidung von Umweltbeeinträchtigungen (z.B. Lärmschutzfenster) • verringerte Unfall- oder Unfallfolgekosten • Sekundärwirkungen erhöhter Einkommen (z.B. zusätzliche Beschäftigung etc.) • „Politische Erträge“: Wählerstimmgewinne durch höhere Attraktivität des Ortes; positives Feedback

Die direkten Kosten und Erträge lassen sich relativ leicht erfassen. Im Rahmen der Planung durch ein Planungsbüro bzw. durch die zuständige Verwaltung wird meist eine genaue Kostenschätzung vorgenommen. Bei größeren baulichen Maßnahmen oder Anschaffungen wird es sinnvoll sein, mehrere Kostenangebote bei professionellen Firmen einzuholen.

Zu den indirekten Kosten und zum Nutzen des Verkehrs bzw. von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen werden nachfolgend einige Aspekte angeführt, die bei Entscheidungen eine Rolle spielen können. Wesentlich sind die möglichen positiven und negativen Auswirkungen in den Bereichen Umweltqualität und Attraktivität des Ortsbildes. Sowohl von der Bevölkerung als auch von den Urlaubsgästen wird bei Befragungen der von ihnen mitverursachte Autoverkehr regelmäßig als eines der zentralen Probleme genannt.

1.3 Volkswirtschaftliche Folgekosten

*„Zuviel Autoverkehr macht krank
und Tourismusorte unattraktiv“*

**Externe Kosten durch
Lärm, Unfälle, Stau**

Kfz-Verkehr verursacht eine Reihe externer Kosten durch Lärm, Unfälle, Stau etc., welche jedoch meist nicht kalkuliert werden, sondern von der Allgemeinheit getragen werden. In Tourismusgemeinden kann dies dennoch zu direkten negativen Konsequenzen führen: z.B. Verlust des Prädikates „Luftkurort“, Ausbleiben der Stammgäste etc. Der Nutzen von Maßnahmen wird in der Regel langfristig größer sein als die Kosten, insbesondere auch in Hinblick auf positive Imagewirkungen.

**Kostenfaktor
Umweltbelastung**

Lärm beeinträchtigt die Erholung und schädigt die Gesundheit. Hauptverursacher ist mit Abstand der motorisierte Verkehr.¹ Mögliche passive Maßnahmen sind Lärmschutzmaßnahmen wie Lärmschutzfenster, Schutzmauern entlang von Hauptverkehrsstrassen etc. Die Kosten sind hoch, sowohl in finanzieller als auch in ästhetischer und ökologischer Hinsicht. Aktive Maßnahmen wie Verkehrsverlagerungen durch Umfahrungsstrassen, lärmarme Fahrzeuge etc. verursachen ebenfalls hohe Kosten.

Gemäss einer Studie des Diensts für Gesamtverkehrsfragen fielen 1993 in der Schweiz verkehrsbedingte externe Kosten von über 2,3 Mia. Franken für Unfall-, Lärmkosten sowie für Schäden an Gebäuden durch Luftschadstoffe an. Auf den Lärm entfielen fast die Hälfte und auf die Unfälle knapp ein Drittel der Kosten. Über 90% der berechneten externen Verkehrskosten sind dem Strassenverkehr zuzuschreiben.

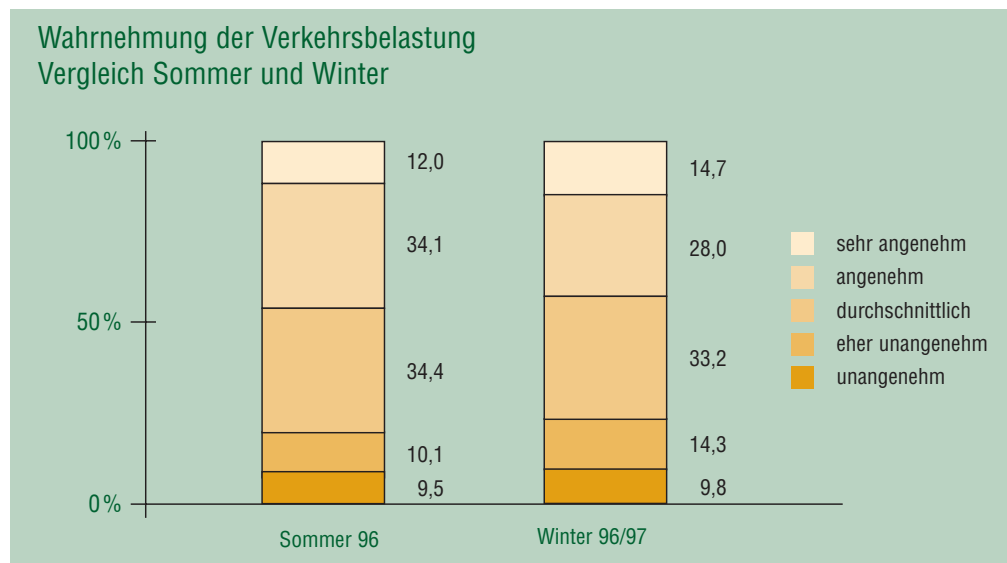
¹) Mikrozensus 1994 in VCÖ-Zeitung 7/1996

Eine andere Studie über die Gesundheitskosten des Strassenverkehrs besagt, dass 1993 die verkehrsbedingte Luftverschmutzung 2.100 vorzeitige Todesfälle und bei Kindern 31.000 akute Bronchitiserkrankungen verursachte. Zudem gingen 426.000 Arbeitstage durch Arbeitsunfähigkeit verloren. Die Gesundheitskosten des Strassenverkehrs betragen rund 1.290 Millionen Franken.²

Eine Gästebefragung im Rahmen des EU-Modellprojektes „Sanfte Mobilität in Tourismusorten und Regionen“ hat ergeben, dass bis zu 60% der Gäste mit der Verkehrssituation nicht zufrieden sind.³ Hierbei handelt es sich um Ergebnisse von Orten, die bereits eine aktive Verkehrspolitik betreiben. Unzufriedenheit reduziert die Wiederbesuchsabsicht stark.

Gästebefragung zur Verkehrssituation

1.4 Beurteilung der Verkehrsbelastung in sieben Modellorten Österreichs



Quelle: ÖAR-Regionalberatung/FUTOUR Tourismus- und Umweltberatung, Kommunikationskonzept Autofreier Tourismus, 1997

²) Bundesamt für Statistik (Hrsg.) (2002), Umwelt Schweiz 2002: Statistiken und Analysen, Neuchâtel

³) ÖAR-Regionalberatung/Futour Tourismus- und Umweltberatung, Kommunikationskonzept Autofreier Tourismus, 1997 (n=620, in ausgewählten Orten im Alpenraum)