

Effekte des Tourismus

Der Beitrag nicht-ökonomischer Effekte des Tourismus für den ländlichen Raum

Dr. Erik Lindner

e.lindner@bzt.bayern

Kempton, 26. März 2020

Bayrisches Zentrum für Tourismus e. V.

Wiesstraße 13a

87435 Kempton

Tel. +49 (0)831 870 230 40

e.lindner@bzt.bayern

BZT Bayerisches Zentrum für Tourismus

Leitung: Prof. Dr. Alfred Bauer, Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Jürgen Schmude,

Stellv. Leitung: Prof. Dr. Marco A. Gardini

Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Inhalt

1 Hinführung – Begriffsbestimmung zum Tourismus im ländlichen Raum und seine Bedeutung.....	3
2 Übersicht der touristischen Effekte.....	4
2.1 Ökonomische Effekte	6
2.2 Soziale und gesellschaftliche Effekte.....	7
2.3 Ökologische Effekte.....	8
2.4 Sonstige Effekte des Tourismus.....	8
2.4.1 Infrastruktureffekte.....	9
2.4.2 Attraktivitätssteigerung von Ort und in der Region	10
2.4.3 Mobilität.....	11
2.4.4 Grundauslastung für Dienstleistungen aller Art.....	11
3 Wandelnde Rahmenbedingungen und Herausforderungen: Neue Chancen für den Tourismus im ländlichen Raum.....	12
3.1 Herausforderung demographischer Wandel und Pluralisierung der Lebensstile	12
3.2 Herausforderung Sicherheit	13
3.3 Herausforderung Klimawandel.....	13
3.4 Herausforderung Nachhaltigkeit	14
4 Synthese	14
Literatur.....	15

1 Hinführung – Begriffsbestimmung zum Tourismus im ländlichen Raum und seine Bedeutung

„Die Zunahme im Tourismus kann zu einer Vielfalt an wirtschaftlichen, ökologischen wie sozio-kulturellen Veränderungen in den betroffenen Zielgebieten führen“ (Marcher 2019: 125). Demnach nimmt der Tourismussektor großen Einfluss auf die regionale Wirtschaft durch die entstehenden Einnahmen, die Schaffung von Arbeitsplätzen, wirtschaftliches Wachstum der privaten Unternehmen und/oder die Förderung von Infrastrukturentwicklung. Der Tourismus wird somit oft zu einem zentralen Instrument der Regionalentwicklung (vgl. ebd.).

Nach Streifeneder (2019: 61) haben sich die Tourismusangebote im ländlichen Raum in den letzten Jahren enorm verändert. Die Vielfalt und Qualität der angebotenen Dienstleistungen und der Infrastruktur sind stark gewachsen.

Grundlegend für eine Bestimmung des Begriffs „Tourismus im ländlichen Raum“ ist die allgemeine Tourismusdefinition der UNWTO (vgl. u.a. Schmude/Namberger 2015: 2). Der ländliche Tourismus ist in seiner Definition hingegen nicht so eindeutig. Die einschlägigen Diskussionen (vgl. u.a. Neumeier/Pollermann (2011: 163f.)) weisen auf das breite Spektrum unterschiedlicher Ausprägungen des ländlichen Tourismus hin und zeigen auf, dass sich dieser in relativer Nähe zu größeren Agglomerationen (urbane Charakteristika, auch Naherholung und teilweise hohe Gästezahlen) deutlich von dem ländlichen Tourismus in peripheren Regionen (ländlich geprägte touristische Schwerpunkte und geringere Gästezahlen) unterscheidet (vgl. Lane 1994 zit. in Neumeier/Pollermann 2011: 164). Diese Unterschiede in der Betrachtung ländlicher Räume mahnt zu einer stets individuellen Betrachtung ländlicher Räume.

Die Frage, welchen Beitrag der Tourismus für den ländlichen Raum über die direkte und indirekte Wertschöpfung hinaus liefert, wird in der Literatur aber auch auf der regionalen Ebene vielfach diskutiert. Dieser Beitrag untersucht den aktuellen Stand der Diskussion und schlüsselt die sich ergebenden Effekte auf, um sie einer breiteren Diskussion in konzentrierter Form zur Verfügung zu stellen.

Neumeier, S.; Pollermann K. (2011: 161) konstatieren, „dass der ländliche Tourismus als Faktor der ländlichen Entwicklung interessante Potenziale in diesen Regionen bietet, sofern nicht nur ökonomische Aspekte als Messlatte dienen. Zwar stellten sich die ökonomischen Wirkungen im Sinne einer „Einkommenssicherung“ [für die breite Bevölkerung] als sehr gering heraus, demgegenüber waren jedoch positive Wirkungen im Bereich Freizeitinfrastruktur/Naherholung, eine verbesserte raumbezogene Identität sowie die Aktivierung lokaler Akteure festzustellen. So kann die Beschäftigung mit ländlichem Tourismus auch in Regionen, die sich eigentlich nicht besonders für eine touristische Inwertsetzung eignen (z. B. aufgrund schlechter Erreichbarkeit, fehlender Alleinstellungsmerkmale), Impulse zur ländlichen Entwicklung geben“.

Es verhält sich demnach so, dass zwar insgesamt gesehen geringe direkte ökonomische Effekte vom Tourismus, insbesondere für die breite Masse der Bevölkerung, ausgehen. Gleichzeitig werden aber viele weitere (meist positive) Effekte durch den Tourismus induziert, die die ländliche Entwicklung insgesamt stark unterstützen können. Diese nicht direkten ökonomischen Effekte werden im Folgenden ebenfalls genauer betrachtet.

Zunächst wird in diesem Beitrag jedoch kurz dargestellt, was genau unter touristischen Effekten in ökonomischer, sozial/gesellschaftlicher und ökologischer Betrachtung verstanden wird. Dazu werden die in der Literatur beschriebenen Wirkungsbereiche touristischer Effekte innerhalb des Dreiklangs aus Ökonomie, Ökologie und Soziales zu Grunde gelegt.

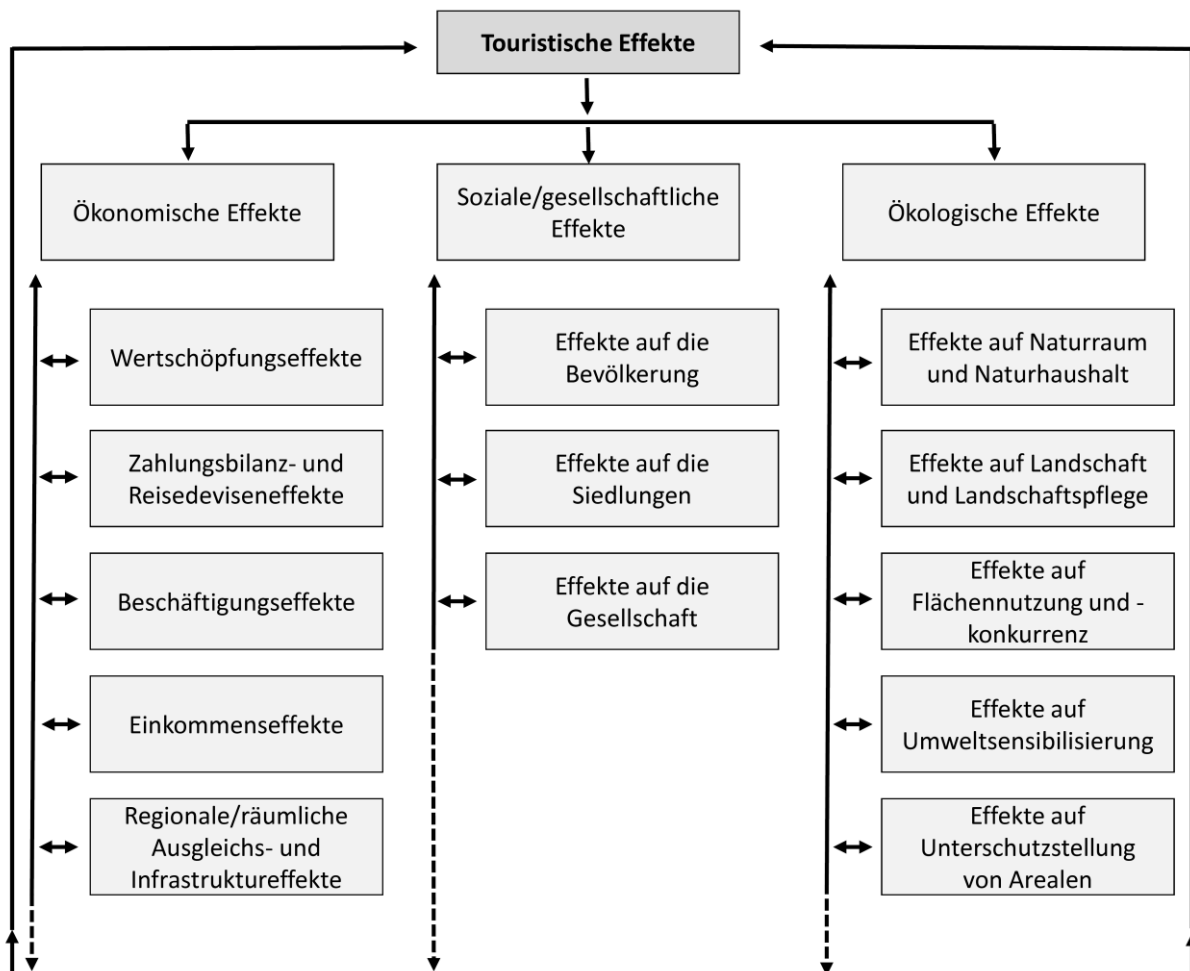
Danach werden verschiedene Effekte aufgezeigt, die über die „klassische“ Einteilung in die drei vorgenannten Gruppen hinausgehende Wirkungen entfalten. Die identifizierten Effekte werden im Anschluss daran systematisiert und zur Illustration möglicher Wirkungszusammenhänge um Beispiele für die entsprechenden Effekte ergänzt.

2 Übersicht der touristischen Effekte

Zu den touristischen Effekten gehören alle Auswirkungen von Freizeit- und Tourismusaktivitäten auf die wirtschaftliche, soziale und ökologische Situation im Reiseziel.

Diese Auswirkungen hängen von den konkreten wirtschaftlichen, sozialen und politischen Bedingungen im Zielgebiet in Bezug auf Umfang, Intensität, Reichweite usw. ab. Darüber hinaus gibt es vielfältige Wechselwirkungen zwischen ihnen. Die ökonomischen Effekte des Tourismus werden meist positiv bewertet, wohingegen die Auswirkungen auf die Umwelt sowie die Soziokultur in den Zielgebieten meist negativ konnotiert sind (vgl. Schmude/Namberger 2015: 87). Den touristischen Effekten ist also gemein, dass sie auch immer weiterführende Wirkungszusammenhänge beinhalten können und eine genaue Zuordnung von entstehenden Wirkungen mithin schwierig ist. Es wird dadurch aber deutlich, dass sich immer auch eine Fülle von Wirkungen aus dem Tourismus ergeben können, die nicht auf den ersten Blick diesem auch zugeschrieben werden. Die Systematik der touristischen Effekte in Abb. 1 macht diesen Sachverhalt deutlich.

ÜBERSICHT DER TOURISTISCHEN EFFEKTE



Quelle: eigene Darstellung nach Spektrum (o.J.)

Wenn es bei der Betrachtung der ökonomischen Effekte noch zunächst eindeutig erscheint, dass sich diese Effekte exakt lokalisieren und quantifizieren lassen, so führt bereits die genauere Beschäftigung mit den einzelnen Effekten in diesem Bereich sehr schnell zu der Erkenntnis, dass eine genaue Zuordnung der entstehenden Wirkungen sehr aufwändig ist.

Betrachtet man dann die unter dem Bereich „Soziale/gesellschaftliche Effekte“ oder „Ökologische Effekte“ aufgeführten Kategorien, wie etwa „Effekte auf die Bevölkerung“ oder „Effekte auf die Gesellschaft“, so verstärkt sich dieser Eindruck noch einmal nachdrücklich. Insbesondere im Bereich der sozialen/gesellschaftlichen Effekte ist eine Vielzahl an möglichen Wirkungszusammenhängen zu vermuten, die auch für den Tourismus im ländlichen Raum prägende Wirkungen entfalten kann. Im Folgenden werden die in der Literatur beschriebenen Wirkungsbereiche touristischer Effekte innerhalb des Dreiklangs aus Ökonomie, Ökologie und Soziales vorgestellt, auch um dabei mögliche Wirkungsfelder zu identifizieren, die für den Untersuchungsgegenstand dieser Studie relevant sind.

2.1 Ökonomische Effekte

Die „ökonomische Effekte werden sowohl von Tages- und als auch durch den übernachtenden Tourismus ausgelöst“ (Schmude/Namberger 2015: 87). In der Betrachtung stehen hier monetäre, aber auch nicht-monetäre ökonomische Effekte. Monetäre wirtschaftlichen Effekte in den Zielgebieten werden durch Einkommen und Umsatz im Bereich der touristischen Leistungserstellung und damit bei den touristischen Leistungsträgern erzeugt (z. B. Beherbergung, Gastronomie, Mobilitätsangebot etc.). Die an der Leistungserstellung beteiligten Unternehmen erzeugen Wertschöpfungseffekte, die sich beispielsweise in tangibler Form als Einkommens- und Beschäftigungseffekte niederschlagen (vgl. Schmude/Namberger 2015: 88).

Nach Metzler 2007 (zit. in Kraus 2014: 22) lassen sich bei den tangiblen Effekten drei Wirkungsbereiche voneinander unterscheiden: direkte, indirekte und induzierte wirtschaftliche Effekte. Wobei direkte Effekte sich beispielsweise aus den Ausgaben der Touristen in einer Destination ergeben und somit als direkte Folgewirkungen in Form von Umsätzen zu beschreiben sind. Hierzu zählen auch Einkommens- und Beschäftigungseffekte sowie staatliche Transferleistungen. Indirekte Effekte „treten durch vor- und nachgelagerte Leistungen auf, die zur Erstellung, Durchführung und Nachbearbeitung des touristischen Angebots erbracht werden“ (Schmude/Namberger 2015: 88). Die induzierten Effekte sind schließlich solche, die aus der „zusätzlichen Kaufkraft“ entstehen, die durch die Einnahmen aus dem Tourismus generiert wird (vgl. ebd.). Allerdings, so führen die Autoren weiter aus, „ist die Quantifizierung der tangiblen Effekte [...] aufgrund des Querschnittscharakters der Branche methodisch ebenfalls schwierig“.

Regionale/räumliche Ausgleichs- und Infrastruktureffekte

Ähnlich verhält es sich für die in der Abb.1 ebenfalls aufgeführten Zahlungsbilanz- und Reisedeviseneffekte. Die regionalen/räumlichen Ausgleichs- und Infrastruktureffekte, werden ebenso zu den ökonomischen Effekten gezählt. Allerdings lässt sich insbesondere für die Infrastruktureffekte feststellen, dass hier Wirkungen betrachtet werden, die über die rein ökonomische Betrachtung hinausgehen; nämlich vor allem dann, wenn der Zusatznutzen betrachtet wird, den die touristische Infrastruktur für die heimische Bevölkerung bietet. Dieser quantitative und qualitative Zusatznutzen der touristischen Infrastruktur führt zum Ausgleich regionaler Disparitäten und hat somit einen kompensatorischen Effekt. Somit sind die Infrastruktureffekte für die Beurteilung der zusätzlichen Effekte des Tourismus im ländlichen Raum von entscheidender Bedeutung und werden im Abschnitt 2.4.1 näher ausgeführt.

Beschäftigungseffekte

Der ländliche Raum bietet eine Fülle von Beschäftigungsmöglichkeiten und Arbeitsplätze, wengleich dies in der allgemeinen Diskussion über urbane und rurale Räume oftmals zu wenig Beachtung findet. So verzeichnen der verdichtete und der gering verdichtete ländliche Raum seit den 1970er Jahren ein Wachstum von 57% bzw. 46% bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (VBW 2014: 37). Auch wenn diese Entwicklung in den hochverdichteten, urbanen Räumen deutlich stärker verlief, so ist dies dennoch ein Hinweis, dass auch in den ländlichen Räumen eine gewisse Dynamik am Arbeitsmarkt erkennbar ist. Der Tourismus im ländliche Raum schafft und sichert dabei in besonderem Maße Arbeitsplätze.

Durch den Multiplikatoreffekt entstehen dabei zusätzlich weitere Arbeitsplätze. Beispielsweise entsteht bei einem Arbeitsplatzmultiplikator von 1,5 demnach für jeden Arbeitsplatz im Tourismus ein weiterer halber Arbeitsplatz in einer anderen Branche (vgl. Schmude/Namberger 2015: 89) und in unterschiedlichen Qualifikationsstufen. Nicht nur in der Privatwirtschaft, sondern auch in der Verwaltung der touristischen Regionen und der Gemeinden entstehen weitere Arbeitsplätze.

Die Struktur des touristischen Arbeitsmarktes im ländlichen Raum bietet eine Reihe von befristeten und unbefristeten Tätigkeiten und in qualitativer Betrachtung eine Spannweite von einfachen (Hilfs-)tätigkeiten bis hin zu hoch qualifizierten Managementtätigkeiten im Gastgewerbe sowie in der Kultur- und Freizeitwirtschaft (vgl. THV o.J.: 27). Einhergehend ist auch ein breites Angebot an Ausbildungsplätzen vorhanden, dass den Tendenzen der „Entleerung“ ländliche Räume, insbesondere in Bezug auf die junge Bevölkerung, entgegenwirken kann. Auf die Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf den Tourismus im ländlichen Raum wird im nächsten Abschnitt eingegangen.

2.2 Soziale und gesellschaftliche Effekte

Die sozialen und gesellschaftlichen Effekte führen in den Destinationen zu Auswirkungen auf das Sozialleben und die Bevölkerung. Nach Schmude/Namberger (2015: 101) sind „die soziokulturellen Wirkungen des Tourismus eher problematisch zu sehen“. Dies ist beispielsweise bei der Diskussion um das Phänomen Overtourism zu erkennen, bei dem es zu punktuellen Überlastungen der Tragfähigkeit in den Destinationen kommt (vgl. u.a. Kagermeier/Erdmenger 2020: 98ff.). Das Phänomen wird überwiegend im Zusammenhang mit dem Städtetourismus diskutiert, doch auch im Tourismus im ländlichen Raum können punktuelle Überlastungen der Infrastruktur und Störungen auf der sozial-gesellschaftlichen Ebene auftreten.

Die sonstigen Auswirkungen des Tourismus auf den sozial-gesellschaftlichen Bereich zeigen sich insbesondere in Veränderungen der Beschäftigungsstruktur, so bei der absoluten Zahl

der Erwerbstätigen und bei den Anteilen der Beschäftigten in den Wirtschaftssektoren. Zudem ändert sich durch den Tourismus die Alters- und Sozialstruktur und damit auch die Differenzierung des sozialen Gefüges (z. B. durch hinzugekommene Personengruppen wie Saisonarbeiter). Für die Betrachtung dieses Beitrags entscheidend sind die Änderungen in der Lebens- und Wohnqualität.

In geringerem Ausmaß kommt es im ländlichen Raum auch zu negativen Auswirkungen, die sich dabei häufig aus Veränderungen der sozialen Strukturen ergeben. Andererseits führen positive sozio-kulturelle Effekte u.a. zu einer Verbesserung der ländlichen Altersstruktur und zu einer Auflösung oder Dynamisierung starrer sozialer Strukturen, so dass neue Werte und Normen übernommen und alte Bräuche wiederbelebt werden können (VBW 2014).

2.3 Ökologische Effekte

Den ökologischen Effekten kommt bei der Betrachtung des ländlichen Tourismus eine besondere Bedeutung zu, da hier in besonderem Maße die intakte Natur und Landschaft eine Grundvoraussetzung darstellen (vgl. Schmude/Namberger 2015: 97). Natur und Landschaft sind noch viel mehr als in anderen Bereichen des Tourismus wesentliche Ressourcen die bei der Destinationsentscheidung der Touristen eine große Rolle spielen (vgl. ebd.). Im Gegensatz zu den ökonomischen Effekten werden die ökologischen Effekte des Tourismus meistens negativ wahrgenommen und diskutiert. Die im weiteren Verlauf dieser Studie thematisierten Maßnahmen, beispielsweise zum Ausbau der touristischen Infrastruktur (vgl. 2.4.1), müssen immer auch in Hinblick auf mögliche schädigende Wirkungen im Bereich der Ökologie betrachtet werden. Hierbei geht es also um den Basiskonflikt der Tourismusentwicklung zwischen ökonomischem und sozialem Erfolg und ökologischer Überforderung (vgl. Spektrum o.J.). Andererseits kommt der Tourismus im ländlichen Raum dem Trend zu nachhaltigerem Reisen entgegen, da er u.a. die inhärente Forderung nach „möglichst nahegelegenen Reisezielen“ (vgl. Spektrum o.J.) üblicherweise erfüllt, auch wenn andere Forderungen, wie etwa die nach „langen und zusammenhängenden Zeiträumen“ für den touristischen Aufenthalt häufig auch hier nicht anzutreffen sind.

2.4 Sonstige Effekte des Tourismus

Aus den oben beschriebenen ökonomischen, ökologische und sozial gesellschaftlichen Effekten lassen sich eine ganze Reihe an sekundären Effekten ableiten, die ihrerseits einen positiven Effekt auf die ländlichen Tourismusräume haben (können). Diese unterteilen sich in intangible und tangible Effekte, wobei die intangiblen Effekte diejenigen sind, die im Fokus der vorliegenden Studie stehen. Im Folgenden werden die intangiblen und die tangiblen Effekte kurz charakterisiert.

Intangible Effekte

Die dargelegten ökonomischen Effekte (insbesondere die tangiblen ökonomischen Effekte) des Tourismus lassen sich als Beitrag zum Einkommen einer Region zum Teil relativ einfach und mit hinreichender Genauigkeit bewerten. Die intangiblen Effekte, zu denen „unter anderem (Infra-)Struktur-, Image- oder Kompetenzeffekte“ gehören, „durch die sich die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft [sowie der regionalen Wirtschaft im Allgemeinen] verbessern“ (Schmude/Namberger 2015: 88), stammen ebenfalls teilweise aus dem Bereich der ökonomischen Effekte. Der Schwerpunkt liegt allerdings auf den sozial/gesellschaftlichen Effekten. Diese lassen sich viel schwerer nachweisen und quantifizieren.

Nach Scherer et. al. (2005 zit. in: Kraus 2014: 25) verbessern die intangiblen Effekte den wirtschaftlichen Gesamtzustand einer Region, ohne dass dabei die lokale Wertschöpfung messbar beeinflusst wird. Demnach hat sich in den vergangenen Jahren das Interesse an den intangiblen Effekten erhöht. Klassische intangible Effekte beziehen sich auf das Image einer Region und die Auswirkungen des Ausbaus der (touristischen) Infrastruktur. Diese intangiblen Effekte werden daher im Folgenden die meiste Beachtung erfahren.

2.4.1 Infrastruktureffekte

Der Tourismus im ländlichen Raum und der einhergehende Auf- und Ausbau der Infrastrukturausstattung führt zu einer Aufwertung der Orte und Regionen. Die meisten Tourismuskommunen verfügen ein dichteres Netz an Wander- und Radwegen, über Schwimmbäder, Unterhaltungsstätten, wie Kinos, Museen und Ausstellungen (THV o.J.: 23), als Orte, die nicht touristisch erschlossen sind. Die genannten – und weitere Infrastruktureinrichtungen – werden dabei nicht nur von den Touristen genutzt, sondern bieten eben auch viele Vorteile für die einheimische Bevölkerung. Der THV (o.J.: 23) nennt dabei entstehende Vorteile z. B.:

- ein deutlich höherer Freizeitnutzen,
- größere Auswahl an Restaurants (auch internationale Küche),
- bessere Qualität und Anzahl von Cafés, Kneipen und Bars sowie Boulevards,
- höhere Qualität und Anzahl von Boutiquen und anderen Shoppingmöglichkeiten.

Insgesamt ergibt sich für die touristischen Gemeinden ein attraktives Freizeit-, Kultur-, Unterhaltungs-, Shopping- und Gastronomieangebot (THV o.J.: 23). Dieses erweiterte Angebot hat des Weiteren zur Folge, dass ein Teil der heimischen Kaufkraft im Ort gebunden werden kann und diese zusätzlich zu den touristischen Einnahmen wirken. Letztendlich führt der Ausbau der Infrastruktur in manchen touristischen Gemeinden dazu, dass sich die

Zentralität des Ortes erhöht, da höherwertige Dienstleistungen (z. B. im Bereich der Gesundheitsfürsorge, der Gastronomie oder im Einzelhandel) angeboten werden, als dies ohne die Effekte des Tourismus der Fall wäre.

Die Verbesserung der Infrastrukturausstattung durch die Wirkungen des Tourismus führen somit zu einer Attraktivitätssteigerung der touristischen Gemeinden und Regionen. Die erhöhte Nachfrage in den Regionen trägt zur Existenzsicherung von Einzelhandel, Dorfkneipen, Drogerien, Ärzten und Apotheken, Post- und Sparkassenfilialen, Heimatmuseen und Konzerten bei. Die Wirkungen dieser Attraktivitätssteigerung werden im nächsten Abschnitt behandelt.

2.4.2 Attraktivitätssteigerung von Ort und in der Region

Wie festgestellt werden konnte, führt der Ausbau der touristischen Infrastruktur gleichsam zu einer Steigerung der Attraktivität einer touristischen Gemeinde und Region. Die Attraktivitätssteigerung in der harten Infrastruktur schlägt sich somit auch in den so genannten weichen Standortfaktoren nieder.

So steigert die zusätzliche Attraktivität einer Destination das Image und die Bekanntheit. Diese Aufwertung führt dazu, dass viele Gäste zu „Wiederholungstätern“ werden und die positiven Erlebnisse durch Schilderungen zusätzlich an andere weitergeben, die ihrerseits zu neuen Gästen der Destination werden können (vgl. THV o.J.: 23). Gerade in Zeiten von sinkender durchschnittlicher Aufenthaltsdauer und einem beständigen Trend hin zu einer höheren Zahl an Reisen pro Person (vgl. Schmude/Namberger 2015: 121) ist im Kampf um die Aufmerksamkeit in der Fülle der potentiellen Destinationen ein gutes Image von entscheidender Bedeutung.

Ein weiterer positiver Effekt ergibt sich daraus, dass das positive Image einer Gemeinde oder Region sich auch auf die einheimische Bevölkerung auswirkt, indem sich die Identifikation mit der touristischen Gemeinde oder der Region erhöht. Ein weiterer, nicht zu vernachlässigender Effekt ist, dass sich dadurch auch Bodenwert und Baulandpreise in touristischen Gemeinden gegenüber den nichttouristischen Gemeinden erhöhen (vgl. THV o.J.: 23). Daraus ergeben sich einerseits Vorteile für diejenigen, die über Grund- und Immobilienbesitz in der Gemeinde verfügen, andererseits aber auch Nachteile für die einheimische Bevölkerung, wenn sie mieten oder kaufen möchten.

Der Tourismus verbessert grundsätzlich die gesamte Standortqualität von Gemeinden und Regionen. Beispielsweise spielt eine hohe Freizeitattraktivität auch bei der Ansiedelung und bei der Standortentscheidung von Unternehmen außerhalb des Tourismussektors eine immer größere Rolle. Gerade bei der Anwerbung von Fach- und Führungskräften ist die

Attraktivität des Standortes von entscheidender Bedeutung, insbesondere, wenn man die demographische Entwicklung in den ländlichen Räumen Bayerns betrachtet. Die gelungene Ansiedelung neuer Unternehmen, aber auch der Erhalt der bestehenden Unternehmen führt wiederum zu einer weiteren Verbesserung der Infrastruktur und zu einer Erhöhung des Arbeitsplatzangebotes. Ländliche Tourismusgemeinden werden auch zukünftig Vorteile gegenüber ihren ländlichen Mitbewerbern haben und darüber hinaus auch für Arbeitskräfte aus den Ballungsgebieten zunehmend interessanter werden, wenn man den aktuellen Trend zur Stadtflucht bei jungen, gut ausgebildeten Fachkräften betrachtet. Da die Aufnahmekapazität der touristischen Gemeinden allerdings häufig auch beschränkt ist und die Preise für den Erwerb oder die Miete von Immobilien in diesen Gemeinden steigen, kann sich dieser Effekt sogar auf die umliegenden, nicht-touristischen Gemeinden ausweiten mit den oben genannten positiven, aber auch negativen Folgewirkungen.

2.4.3 Mobilität

Die touristische Nachfrage sichert das Angebot im ÖPNV in den ländlichen Regionen. Nur der touristische Bedarf ermöglicht vielerorts ein breiteres Angebot, nicht zuletzt am Wochenende und in den Ferienzeiten. Das gilt gerade in den Sommermonaten, in denen das ÖPNV-Angebot meist stark ausgedünnt und für die Einheimischen damit oft sehr unattraktiv ist. Nicht nur im Bereich des Mobilitätsangebotes zeigen sich die positiven Effekte des Tourismus im ländlichen Raum. Zusätzlich ergeben sich auch im Bereich der allgemeinen Straßeninfrastruktur Vorteile aus dem Tourismus, da, insbesondere für den Anteil des kommunalen Straßennetzes in den ländlichen, touristisch geprägten Regionen, in der Regel mehr Mittel zur Sanierung und für Neubauten zur Verfügung stehen. Dies gilt ebenso für den Auf- und Ausbau des Wander- und Radwegenetzes, um den anhaltenden Trend zu Radreisen (vgl. Troeger-Weiß 2015: 240) sowie Fahrradtouren in der Destination angemessen zu reagieren.

2.4.4 Grundauslastung für Dienstleistungen aller Art

Der unter 2.4.1 beschriebene Ausbau der Infrastruktur und hier insbesondere im Bereich der Fahrrad- und Wanderwege, der auch für den wichtigen Tagestourismus entscheidende Bedeutung hat, sorgt für eine ausreichende Nachfrage bei verschiedenen Dienstleistungen, die auch von den Einheimischen genutzt werden. Die Touristen sorgen also für die notwendige Grundauslastung von Gastronomie- und Übernachtungsbetrieben, Ärzten, Apotheken, Einzelhandel und Freizeiteinrichtungen, ohne die ein wirtschaftlicher Betrieb nicht aufrechtzuerhalten wäre (vgl. Neumeier/Pollermann 2011: 162f.). Dies wiederum steigert die Lebens- und Versorgungsqualität der einheimischen Bevölkerung.

3 Wandelnde Rahmenbedingungen und Herausforderungen: Neue Chancen für den Tourismus im ländlichen Raum

Ähnlich wie im Tourismus insgesamt ergeben sich für den Tourismus im ländlichen Raum eine Fülle neuer Herausforderungen, bei denen sich jedoch – aufgrund der besonderen Voraussetzungen in den geringer verdichteten, agglomerationsnahen ländlichen Räumen und den peripheren Räumen – auch einige Chancen im Vergleich zu den verdichteten, städtischen Regionen ergeben. Neben den o.g. Aspekten sind es also diese sich wandelnden Rahmenbedingungen, aus denen sich Chancen für den Tourismus ergeben.

3.1 Herausforderung demographischer Wandel und Pluralisierung der Lebensstile

Der demographische Wandel verändert die gesellschaftlichen Strukturen, nicht nur in den ländlichen Regionen. „Wir werden immer weniger, älter und bunter“ (VBV 2014: 11). Lebensstile sind der Pluralisierung unterworfen und der demographische Wandel sorgt dafür, dass die Gesellschaft immer älter wird. Dieser Wandel wird für Freizeit und Tourismus zunehmend wichtiger.

Die Auswirkungen des demographischen Wandels in Deutschland und insbesondere in den ländlichen Regionen sind deutlich spürbar. Aus den Entwicklungen ergeben sich jedoch auch eine Reihe von Chancen für den ländlichen Raum und insbesondere für die touristisch geprägten Gemeinden. Mit der Alterung der Gesellschaft geht ein wachsender Bedarf an Gesundheitsdienstleistungen einher. Der Gesundheitstourismus bietet viele neue Beschäftigungsmöglichkeiten für spezialisierte Ärzte und sonstige Dienstleister im Gesundheitswesen. Der Tourismus im ländlichen Raum kann davon insofern profitieren, als das „gesundheitsorientierte Dienstleistungen (z. B. Kuren, Anwendungen) häufiger mit Freizeit- und Reiseangeboten kombiniert“ werden (Troeger-Weiß 2015: 240).

Die oben erwähnte Pluralisierung der Lebensstile führt jedoch ebenfalls zu potentiell interessanten Entwicklungen für den ländlichen Raum. Auf der einen Seite sind die Auswirkungen der Anziehungskraft der Ballungsräume auf die Jüngeren überdeutlich. Auf der anderen Seite sind jedoch auch bereits gegenteilige Entwicklungen zu beobachten, bei denen eine (ehemals) urbane, hochspezialisierte Mittelschicht auf der Suche nach einem naturnäheren Leben in das rurale Umland ausweicht, was sich z. B. an der steigenden Zahl von Coworkation-Einrichtungen zeigt.

Auch der Bereich der Kulturwirtschaft der ländlichen Regionen kann von diesen Entwicklungen profitieren, wenn es gelingt, die notwendigen infrastrukturellen Voraussetzungen und die benötigten Netzwerke aus Akteuren der Kulturwirtschaft zu schaffen. Drda-Kühn/Wiegand (vgl. 2011: 153) nennen u.a. die Bereiche „Kulturwirtschaft

und Naturerlebnis“, „Kulturwirtschaft und Landwirtschaft“, aber auch „Kulturwirtschaft und demographischer Wandel („Kultur im Alter“), die im Zentrum der Entwicklung des kulturtouristischen Potenzials in ländlichen Gebieten stehen kann. Die Autoren weisen jedoch auch darauf hin, dass es an wissenschaftlich fundierten Modellen und Handlungsanweisungen zum Aufbau dieser kulturtouristischen Netzwerke noch mangelt und auch der Ausgangssituation der ländlichen Gemeinden Rechnung getragen werden muss.

Es ist eine zusätzliche Herausforderung für den Tourismus im ländlichen Raum, dass ebenso zunehmend auf die Barrierefreiheit der Angebote und der Infrastruktur geachtet werden muss, um einer alternden Gesellschaft (Touristen und Einheimischen) den Zugang zu den Angeboten zu ermöglichen (vgl. Troeger-Weiß 2015: 241)

Geburtenrückgang und sinkende Schülerzahlen, gerade im ländlichen Raum, sind ein weiterer Hinweis darauf, dass der touristische Arbeitsmarkt in einem Wettbewerb um Nachwuchskräfte steht (vgl. THV o.J.: 27). Demnach müssen die Verantwortlichen im ländlichen Raum und „hier allen voran die [der]Tourismusorte“ „innovative Konzepte zur Mitarbeitersuche und -bindung entwickeln“ (ebd.).

3.2 Herausforderung Sicherheit

Terroristische Anschläge haben in den vergangenen Jahren zu einer Diskussion um die Sicherheit in beliebten städtischen Destinationen geführt und haben in der Folge jeweils zu vorübergehenden Rückgängen bei Besucherzahlen und Umsätzen geführt. So haben sich nach den Terroranschlägen von Paris die Umsatzrückgänge über alle Umsatzstufen der touristischen Wertschöpfungskette in der Destination auf bis zu 2 Mrd. € summiert (vgl. u.a. Schmude et. al 2019: 1). Auch wenn Besucherzahlen und Umsätze sich relativ schnell wieder auf das alte Niveau einpendeln, so ist die Abhängigkeit der städtischen Destinationen von der Sicherheitslage ein kaum zu kalkulierende Risiko. Für den Tourismus im ländlichen Raum trifft dies nicht zu. Zwar können auch hier bei nationalen oder globalen Verschärfungen der Sicherheitslage negative Auswirkungen auftreten, eine direkte Gefährdung der Sicherheitslage in den ländlichen Regionen ist indes sehr unwahrscheinlich. Vielmehr profitiert der Tourismus im ländlichen Raum davon, dass Touristen in zeitlicher Nähe zu terroristischen Attacken Destinationen wählen, die sie als sicher einstufen (vgl. Schmude et. al 2019: 3).

3.3 Herausforderung Klimawandel

Der Klimawandel verändert bereits die Struktur von vielen Freizeit- und Tourismus-

Destinationen (z. B. Skigebiete) (vgl. Troeger-Weiß 2015: 235).

Daher empfiehlt es sich für jede Tourismusregion, eine Einschätzung vorzunehmen (ex-ante Evaluation bzw. ex-ante Wirkungsanalyse), um zielgebietspezifisch die Wirkungen, Chancen und Risiken des Klimawandels mikroregional abschätzen zu können.

Die absehbare Verlängerung der Sommersaison in Deutschland birgt Chancen für den Tourismus im ländlichen Raum. Zusätzlich führt der Trend zu kürzeren aber häufigeren Reisen dazu, dass mehr Reisen außerhalb der Hauptreisezeiten stattfinden (vgl. Troeger-Weiß 2015: 235). Dies führt zu einer Entzerrung und einer besseren Verteilung des Touristenaufkommens auch in den ländlichen Regionen.

Auch die Nachfrage nach naturnähren Reisen in „nahe“ Destinationen steigt im Zuge der Debatte um die Vermeidung von Flugreisen und den sonstigen schädigenden Wirkungen des Tourismus. Von dieser gesteigerten Nachfrage nach „sanftem Tourismus“ kann der ländliche Raum profitieren (vgl. Schmude/Namberger 2015: 99f.), wenn es ihm gelingt, sein Angebot im Marketing entsprechend zu kommunizieren.

3.4 Herausforderung Nachhaltigkeit

Nachhaltiger und „sanfter Tourismus“ lassen sich im ländlichen Raum eher realisieren, als dies im Städtetourismus möglich ist, da für diesen ein sich im Gleichgewicht befindliches System notwendig ist, welches Systemfaktoren beinhaltet, die sich im ländlichen Raum in der Regel eher vorfinden lassen (intakte Landschaft, optimale Erholung der Gäste, intakte Soziokultur der Einheimischen sowie wirtschaftliche Wertschöpfung) (Rochlitz 1985: 45).

Bei der Gestaltung, im Management und im Marketing einer nachhaltigen Destination kommt es auf die Integration der drei Bereiche der Wirkungen des Tourismus an. Die ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Wirkungen des Tourismus müssen gleichermaßen Beachtung finden (vgl. Schmude/Namberger 2019: 109). Gelingt die Synthese aller drei Bereiche, so ergibt sich die Grundlage für einen nachhaltigen Tourismus im ländlichen Raum, der der gestiegenen Nachfrage nach Eco-Tourism und Eco-Naherholungsverkehr entgegenkommt (vgl. Troeger-Weiß 2015: 241).

4 Synthese

Das Prinzip der Nachhaltigkeit ist als wesentliche Herausforderung und Chance für den Tourismus im ländlichen Raum zu charakterisieren, da das Konzept alle zuvor genannten Herausforderungen umfasst. Es wird in Zukunft sehr darauf ankommen, sich mit der strategischen Implementierung nachhaltiger Ansätze in den regionalen touristischen Entwicklungskonzepten auseinander zu setzen und die Strategien und Maßnahmen in

geeigneter Weise an die potentiellen Gäste, aber auch an die heimische Bevölkerung zu kommunizieren.

Dieser Bericht hat gezeigt, dass die meisten Maßnahmen, die mit Blick auf die Bedürfnisse der Touristen ausgesteuert werden, immer auch einen Effekt auf die einheimische Bevölkerung haben. Dies sollte bei allen geplanten Vorhaben dringend kommuniziert werden, um die Akzeptanz, beispielsweise für den Ausbau der touristischen Infrastrukturen zu gewährleisten. Letztendlich können so alle Beteiligten direkt oder indirekt vom Tourismus im ländlichen Raum profitieren, aktuellen gesellschaftlichen Trends Rechnung getragen und die regionale, ländliche Entwicklung auch durch den Tourismus gesichert werden.

Literatur

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BWT) (Hrsg.)(2015): Entwicklungsfaktor Tourismus. Der Beitrag des Tourismus zur regionalen Entwicklung und lokalen Wertschöpfung in Entwicklungs- und Schwellenländern. Köln.

Bieger, T. (2008): Management von Destinationen, 7. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. (dwif) (2018): Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Freistaat Bayern 2017, München.

Drda-Kühn, K; Wiegand, D. (2011): Netzwerke und Kooperationen – das kulturtouristische Potential im ländlichen Raum. In: Hausmann, A.; Murzik, L. (Hrsg.)(2011): Neue Impulse im Kulturtourismus. 139-154. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Kagermeier, A. /Erdmenger, E. (2020): Das Phänomen Overtourism: Erkundungen am Eisberg unterhalb der Wasseroberfläche. In: Reif, J./Eisenstein, B. (2020): Tourismus und Gesellschaft. Kontakte – Konflikte – Konzepte. ESV. Berlin.

Kraus, F. (2014): Regionalökonomische Effekte des Biosphärenreservats Rhön. Schlussbericht. Lehrstuhl für Geographie und Regionalforschung. Julius-Maximilians-Universität Würzburg.

Marcher, A. (2019): Gastfreundschaft und ihre Grenzen – Ein Fallbeispiel. In: Pechlaner, H. (Hrsg.) (2019): Destination und Lebensraum. Springer Gabler, Wiesbaden.

Neumair, S. M.; Rehklau, T.; Schlesinger, D. M. (2019): Angewandte Tourismusgeografie. De Gruyter Oldenbourg, Berlin.

Neumeier, S.; Pollermann; K. (2011): Ländlicher Tourismus als Chance? Möglichkeiten und Grenzen der Förderung von ländlichem Tourismus am Beispiel eines Modellvorhabens. In: *Landbauforschung - vTI Agriculture and Forestry Research* 3 2011 (61)161-174.

Pechlaner, H. (Hrsg.) (2019): *Destination und Lebensraum*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Rein, H.; Schuler, A., Hrsg. (2012): *Tourismus im ländlichen Raum*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Rochlitz, K.-H. (1985): *Sanfter Tourismus: Theorie und Praxis – Das Beispiel Virgental*. In: Maier, J. (Hrsg.): *Naturnaher Tourismus im Alpenraum – Möglichkeiten und Grenzen*. (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung der Universität Bayreuth, Bd. 37). Bayreuth, S. 1–233.

Scherer, R., Johnsen, J., Strauf, S. (2005): *Die wirtschaftlichen Effekte einer UNESCO Weltkulturlandschaft Bodensee*. St. Gallen.

Schmude, J.; Karl, M.; Weber, F. (2019): *Tourism and Terrorism: Economic impact of terrorist attacks on the tourism industry. The example of the destination of Paris*. *Zfw* 15 2019.

Schmude, J.; Namberger, P. (2015): *Tourismusgeographie*. WBG. Darmstadt.

Spektrum (o.J.): *Lexikon der Geographie. Touristische Effekte*. url: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/touristische-effekte/8189> (abgerufen 14.03.2020).

Streifeneder, T. (2019): *Tourismus im ländlichen Raum. Über Facettenreichtum und Etikettenschwindel*. In: Pechlaner, H. (Hrsg.) (2019): *Destination und Lebensraum*. Springer Gabler, Wiesbaden.

Tourismus und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V. (THV) (o.J.) - (Hrsg.): *Tourismus als kommunaler Wirtschafts- und Standortfaktor in Rheinland-Pfalz*.

Troeger-Weiß, G. (2015): *Freizeit und Tourismus in ländlichen Räumen. Trends – Entwicklungen – Steuerungsmöglichkeiten*. Springer, Wiesbaden.

Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. (VBW) (Hrsg.)(2014): *Strukturentwicklung der ländlichen Räume in Bayern*. VBW. München.