

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

3.1 Die historische Entwicklung des Fremdenverkehrs

Von den Anfängen des Fremdenverkehrs bis zum Zweiten Weltkrieg

Die norwegische Geschichte des Fremdenverkehrs beginnt Mitte des 19. Jahrhunderts. Es waren überwiegend Engländer, die es zum Wandern und Bergsteigen in die Berge nach Norwegen zog. Ein weiterer Grund war die Jagd und das Angeln im fischreichen Küstenbereich. „Westnorwegen mit seiner wilden Natur, prächtigen Wasserfällen und den großen Gletschern bot sich als Reiseziel für die englische Oberklasse geradezu an, weil der Weg über die Nordsee nicht sehr weit war“ (vgl. Wold, 1996, S.87). Zwischen den Besuchern, den reichen und vornehmen Engländern und den einheimischen armen Bauern lagen Welten und zudem dienten die Einheimischen den Engländern bei deren Bergwanderungen als Lastenträger. Den Engländern folgten Norweger aus großbürgerlichen Kreisen, die sich von nun an auch für die Natur, insbesondere für die Gebirgsregionen interessierten (vgl. Lindemann, 1986, S.152ff). Die beeindruckende Landschaft lockte immer mehr vornehmlich wohlhabende Besucher. Unter ihnen war wohl der deutsche Kaiser Wilhelm II. der prominenteste Gast. Der reiselustige Monarch brach jedes Jahr nach Norwegen auf und förderte das Land. So war er u. a. maßgeblich an dem Wiederaufbau der niedergebrannten Stadt Ålesund in den Jahren 1904-07 beteiligt. Von seinen Schwärmereien und dem Ausbau des Transportwesens wurden auch weit vor dem Zweiten Weltkrieg Besucher angezogen, was zur Folge hatte, dass die touristische Infrastruktur ausgebaut wurde und es entstanden die ersten größeren Hotels. In den Kriegsjahren des zweiten Weltkrieges und der damit verbundenen Besetzung des Landes durch deutsche Truppen spielte verständlicherweise der Tourismus keine Rolle. Viele Hotels, die vor wenige Jahre zuvor errichtet wurden, mussten aufgrund der ausbleibenden Gäste wieder schließen.

Tourismus in der Nachkriegszeit bis 1984

Aufgrund des wirtschaftlichen (Wieder-)Aufschwungs der westlichen Industrienationen setzte in der Nachkriegszeit die Hochphase des Tourismus überwiegend als Massentourismus ein. Das kleine Königreich Norwegen blieb von dieser Entwicklung allerdings verschont. Das im Vergleich zu den südeuropäischen Ländern kühlere Klima und die fehlenden größeren Strandgebiete stellten natürliche Hindernisse dar. Allerdings muss darauf hingewiesen werden, dass in einigen Regionen z. B. südlich von Stavanger und in Südnorwegen bei Mandal Strandgebiete bestehen, die auch touristisch genutzt werden. Durch die Verbreitung der Romane „Und ewig singen die Wälder“ und das „Erbe von Bjørndal“, die Trygve Gulbrandsen in den 30er Jahren schrieb und die deutsche Verfilmung im Jahre 1959, stieg das Interesse an dem skandinavischen Land. Immer mehr „Touristen“ wurden angezogen, die die grandiose Natur, insbesondere die Fjorde, sehen wollten.

Die Hochphase des norwegischen Fremdenverkehrs - 1984 bis zur Gegenwart

Seit 1984 wird die Fremdenverkehrspolitik durch die Initialisierung der norwegischen Fremdenverkehrsorganisation NORTRA forciert. Gezieltes Marketing durch die Fremdenverkehrsämter in 12 verschiedenen Ländern u. a. Deutschland, USA und Japan sorgte für ein gesteigertes Interesse und den kontinuierlichen Anstieg der Besucherzahlen. Unter den Besuchern dominierten und dominieren weiterhin die Individualtouristen mit einem Anteil von 90%, die ihre Reise von Anfang an selber organisieren. Vom boomenden Wohnmobiltourismus in den 80er und 90er Jahren profitierte ganz Skandinavien und insbesondere Norwegen, da sich das Land - aus der Sicht der Wohnmobilisten - für diese Urlaubsform

bestens eignete. Bedingt durch die Wiedervereinigung Deutschlands, die Krisen einiger Mittelmeerländer sowie durch die Ernennung 1988 und gelungene Austragung der Olympischen Winterspiele in Lillehammer im Jahr 1994 verzeichnete das Land Mitte der 90er Jahre die bisher höchsten Besucherzahlen. In diesem Jahr wurden rund 5,5 Millionen Gästeebernachtungen registriert. Seitdem sind die Besucherzahlen wieder rückläufig. Zu Beginn der 1990er Jahre hat eine besondere Form des Kreuzfahrt-Tourismus in Norwegen Einzug gehalten. Zahlreiche Touristen werden zur norwegischen Inselgruppe Spitzbergen befördert (vgl. Bronny, 1992, S.209ff).

In den vergangenen Jahren hat der Tourismus einige bedeutende Veränderungen erfahren. Insbesondere die Anreise konnte durch gravierende Verbesserungen erleichtert werden und so wurde 1993 die neue Fährverbindung von Hanstholm (Dänemark) nach Egersund und Bergen durch das Fährunternehmen Fjord Line eingerichtet und die bestehenden Fährlinien ausgebaut bzw. mit moderneren und sicheren Schiffen besetzt. Die Fähren von Fjord Line bringen nun die Urlauber direkt in eines der touristischen Zentren, in das westnorwegische Fjordland. Auf der Strecke Hirtshals - Kristiansand setzt Color Line seit einigen Jahren ein Schnellboot ein, das Südnorwegen bereits nach 2½ Stunden erreicht. Die jüngsten Entwicklungen zeigen, dass mit der Eröffnung des neuen und sehr modernen Flughafens Gardermoen nördlich von Oslo das Land Norwegen immer näher rückt. Für Urlauber, die bisher weder mit der Fähre noch mit dem Flugzeug anreisen wollten, bietet die gigantische „Öresund-Brücke“, zwischen der dänischen Insel Seeland und Südschweden, die seit Juni 2000 für Urlauber geöffnet ist, eine „beruhigende“ Alternative. Inwieweit sich die jüngsten Entwicklungen in höheren Besucherzahlen bemerkbar machen, bleibt abzuwarten.

Auch wenn die Einnahmen im Tourismus mit 17 Milliarden norwegischen Kronen, umgerechnet rund 2,14 Milliarden EURO (1999) weit unter den Ausgaben der Norweger bei Auslandsreisen liegt (37 Mrd. norw. Kronen, umgerechnet rund 4,7 Mrd. EURO) und Norwegen ein „Geberland“ ist, hat gegenwärtig der Fremdenverkehr eine hohe Bedeutung und kann in den peripheren und monostrukturierten Gebieten eine neue Perspektive bieten.

3.2 Besucherzahlen

Im Vorfeld muss klargestellt werden, dass die vielen verschiedenen Quellen unterschiedliche und vielfach verwirrende Urlauberzahlen bzw. Übernachtungszahlen liefern, da den dargestellten Zahlen keine Definitionen vorangestellt werden. Dennoch wird versucht eine Übersicht über die Besucherzahlen in Norwegen zu liefern.

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit stehen die Urlauberzahlen im Vordergrund. Die Zahlen der Geschäftsreisenden werden hierbei nicht berücksichtigt oder sind ausdrücklich gekennzeichnet. Die Übernachtungszahlen der Geschäftsreisenden werden lediglich durch die amtlichen Statistiken der Hotels ermittelt. Man kann davon ausgehen, dass für Dienst- oder Geschäftsreisen ausschließlich die Hotels genutzt werden und andere Unterkunftsformen wie der Campingplatz, das Ferienhaus oder die Jugendherberge eine zu vernachlässigende Rolle spielen.

An dieser Stelle soll ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass sich die Bezeichnungen Reisender, Urlauber oder Besucher auf den deutschen „Gast“ in Norwegen beziehen, der sich nicht aus dienstlichen oder geschäftlichen Gründen, sondern Aufgrund einer Urlaubsreise in Norwegen aufhält. Der Gast, der aus dienstlichen Gründen in Norwegen unterwegs ist wird in dieser Arbeit als Geschäftsreisender bezeichnet.

3.2.1 Probleme bei der Erfassung der Besucherzahlen

Eine genaue Erfassung der Besucherzahlen in Norwegen ist kaum möglich, da es mehrere Anreisemöglichkeiten nach Norwegen gibt. Die Zahl der deutschen Fährpassagiere sind keine verlässliche Quelle, da ein nicht zu quantifizierbarer Teil der Norwegenurlauber die günstigen Fährverbindungen nach Südschweden in Anspruch nimmt. Hier wäre zu klären, wie viele Fährgäste in Schweden bleiben, ihre Reise kombinieren oder Schweden nur als Transitland nutzen. Da es zwischen Norwegen und Schweden keine Grenzkontrollen mehr gibt, fällt auch diese Möglichkeit der Erfassung weg. Mit der Eröffnung der Öresund-Brücke, die seit Juni 2000 für den privaten Reiseverkehr zur Verfügung steht und es hier zwischen Dänemark und Schweden ebenfalls keine Grenzkontrollen mehr gibt, wird es in Zukunft noch schwieriger zu ermitteln sein, wie viele deutsche Urlauber nach Norwegen reisen? Die Erfassung der Touristen im Land ist überwiegend nur durch die Meldungen der registrierten Beherbergungsbetriebe möglich. Die Besucherzahlen lassen sich nur ungenau ermitteln, da Privatquartiere bei Verwandten und Bekannten und rund 450 Campingplätze aufgrund ihrer geringen Kapazität nicht von der Statistik erfasst werden. Darüber hinaus lässt sich die Summe der Nächte außerhalb der registrierten Einrichtungen (Wildcamping) nur schätzen. Der Kreuzfahrt-Tourismus ist eine weitere Urlaubsform, die nicht erfasst wird. Angesichts der zahlreichen großen Kreuzfahrtschiffe, die es in den Sommermonaten in die Fjorde und in die attraktiven norwegischen Städte zieht, wird klar, dass diese Besucherzahlen nicht vernachlässigt werden dürfen. Zahlreiche Reedereien haben Norwegen in ihr Reiseprogramm aufgenommen.

Dieser Problematik, der nicht vollständig zu erfassenden Kreuzfahrt-Touristen in Norwegen, ist sich das Statistische Zentralamt in Norwegen (Statistikk Sentralbyrå, Oslo) sicherlich bewusst und so werden von dieser staatlichen Institution keine Besucherzahlen veröffentlicht.

3.2.2 Besucherzahlen nach Angaben des Welttourismus Verbandes WTO (World Tourism Organization)

Nach Angaben des Welttourismus Verbandes WTO (World Tourism Organization) reisten in dem Jahr 1998 rund 1,27 Millionen Personen von Deutschland nach Norwegen ein. Die Anreise kann mit den Fähren über die direkte Fährverbindung von Kiel nach Oslo (Color Line) oder mit dem Flugzeug erfolgen. Die Statistik differenziert nicht in Urlauber und Geschäftsreisende. Sie enthält Personen aus allen nach Norwegen einreisenden Nationen und differenziert auch hier nicht weiter.

3.2.3 Angaben der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

Von verschiedenen Marktforschungsinstituten wird das Reiseverhalten der deutschen Urlauber untersucht. Zu den bekanntesten Untersuchungen gehörten die Reiseanalysen des Studienkreises für Tourismus in Starnberg (Auflösung 1993). Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (kurz F.U.R.) mit dem Sitz in Kiel ist die Nachfolgeorganisation des „Studienkreises für Tourismus in Starnberg“. Sie ist eine neutrale Interessengemeinschaft. F.U.R. erstellt jedes Jahr die Reiseanalyse, eine Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Reiseverhaltens der deutschen Urlauber. Die Ergebnisse stützen sich auf Umfragen, die von dem Hamburger Marktforschungsinstitut Ipsos Deutschland, Hamburg (vormals GFM-GETAS) durchgeführt werden. Insgesamt wurden in einer Stichprobe 10.000 Bundesbürger (8.000 West, 2.000 Ost) befragt. Die Auswahl der Probanden erfolgte

durch das Zufallsverfahren. Zu den Umfrageergebnissen gehören auch die gewählten Destinationen, in denen die Probanden ihren Urlaub verbracht haben. Für Norwegen ergab dies eine Besucherzahl von 340.000 deutschen Touristen für das Jahr 1998 und rund 360.000 für das Jahr 1999. Insgesamt unternahmen 1998 rund 63,4 Millionen deutsche Bundesbürger Urlaubsreisen (1997 waren es rund 62,2 Mio. Reisen).

3.2.4 Angaben des Statistischen Zentralamts in Oslo

Das Statistische Zentralamt in Norwegen (Statistikk Sentralbyrå, Oslo) erstellt amtliche Besucherstatistiken. Es werden die Meldebögen (Overnattingsrapport) der registrierten Beherbergungsbetriebe ausgewertet. Alle gemeldeten Betriebe der Hotellerie (Stadthotels, Landhotels und Hochgebirgshotels) und Parahotellerie (Campingplätze und Jugendherberge) sind verpflichtet, jeden Monat die Übernachtungszahlen anzugeben, die das Statistische Zentralamt in die amtlichen Statistiken umwandelt. Sie werden im Internet oder in dem fast jährlich erscheinenden Band „Fremdenverkehrsstatistik“ („Reiselivsstatistikk“) veröffentlicht. Diese Daten sind hauptsächlich für die Tourismusindustrie und die entscheidenden Organisationen (z. B. Norwegisches Fremdenverkehrsamt, regionales Fremdenverkehrsamt) und Verbände von Bedeutung.

Die meisten Statistiken beziehen sich auf die Übernachtungszahlen in den unterschiedlichen Beherbergungsbetrieben der verschiedenen Regionen und Provinzen. Das Statistische Zentralamt gliedert das Jahr in Wintersaison, Sommersaison und Herbstsaison. Die Wintersaison umfasst die Monate Januar bis April, die Sommersaison (Mai bis September) und die Herbstsaison (Oktober bis Dezember). Die erhobenen Übernachtungszahlen berücksichtigen lediglich das Heimatland des Reisenden (Quellland). Eine unter gewissen Fragestellungen interessante Differenzierung der Besucher z. B. unter Berücksichtigung der soziodemographischen Merkmale erfolgt nicht.

3.2.5 Eigene Berechnungen - Besucherzahlen

Amtliche Statistiken über die Besucherzahlen auch unter Berücksichtigung des Heimatlandes (Quellländer) werden durch die norwegischen sowie internationalen Institutionen nur unvollständig gemacht, so dass nur wenige brauchbare Angaben über die deutschen Besucherzahlen unter Berücksichtigung der Reiseform vorliegen. In der folgenden Tabelle weisen eigene Berechnungen auf Besucherzahlen hin. Diese Berechnung sollte als grober Anhaltswert betrachtet werden. Grundlage bilden die durch das Statistische Zentralamt ermittelten Übernachtungszahlen für Hotels, Campingplätze und Jugendherbergen sowie die durch eigene Untersuchungen ermittelte Reisedauer von 16,7 Tagen (vgl. Kapitel 5.2.3.1 Angaben zum Norwegenurlaub). Des Weiteren werden bei der Berechnung die Anteile der Besucher, die bei Verwandten und Bekannten übernachteten mit einer relativen Häufigkeit von 8 Prozent, die mit dem Boot unterwegs sind (1%) und die 0,4%, die im eigenen Haus Urlaub machen berücksichtigt. Die errechneten mindestens 529.000 Übernachtungen, die Urlauber außerhalb der Campingplätze verbracht haben (Wildcamping) basieren auf einer Studie des Transportökonomischen Institutes, Oslo (vgl. Haukeland & Rideng, 1997, S.22ff). Aus diesen Einzelberechnungen ergibt sich eine gesamte Übernachtungszahl der deutschen Urlauber für das Jahr 1996 mit rund 3,43 Millionen Gästenächten von etwa 206.000 deutschen Reisenden.

Diese Zahl muss um das Kreuzfahrtaufkommen ergänzt werden. Hierbei kann man zur Berechnung der deutschen Seereisenden mehrere Grundlagen hinzuziehen. 1994 kamen rund 200.000 Hochseepassagiere aus der Bundesrepublik Deutschland (1999 rund 330.000 Passagiere). Der Anteil der Schiffsreisen die nach Skandinavien/Nordland führten, betrug

25% (vgl. Freyer, 1995, S.149). Analysiert man die Destinationen der deutschen Reedereien, sind die norwegischen Fjorde das Reiseziel. So kann bei den vorliegenden Zahlen und der Annahme, dass das Kreuzfahrtaufkommen stagnierte und auch für 1996 ähnliche Passagierzahlen umfasst, von einer Besucherzahl von rund 50.000 deutschen Kreuzfahrttouristen ausgegangen werden. Weitere Angaben unterstreichen die hohen Besucherzahlen durch den Kreuzfahrttourismus und so zeigt eine Marktanalyse von NORTRA (1995), dass der deutsche Urlauber unter den Hochseereisenden, die Norwegen bereisen, mit einem Anteil von beachtlichen 50 Prozent eine Sonderrolle einnimmt. Nach Angaben des „Transportøkonomisk Institutt in Oslo (TÖI)“, die 1996 die Untersuchung „Utenlandsk Bilturisme i Norge 1996“ durchführten und von rund 130.000 Kreuzfahrttouristen in dem Jahr 1996 ausgehen. Die Zahl der deutschen Hochseepassagiere liegt dementsprechend bei rund 75.000 Personen. Diese Zahl fließt auch in die Berechnung der Besucherzahlen 1996 mit ein. 1999 kann man von rund 80.000 Hochseepassagieren ausgehen (vgl. Kapitel 3.6.5.2 Kreuzfahrttourismus).

Tabelle 19: Übernachtungen und Besucherzahlen deutscher Touristen 1996

Unterkunft	Übernachtungen	Besucherzahlen
Campingplätze	853.000	51.078
Hotels	1.022.480	61.226
Jugendherberge	35.935	2.152
Wildcamping	529.000	31.677
Ferienhäuser	713.512	42.725
Verwandte/Bekannte	233.624	13.989
Boot	33.540	2.008
eigenes Haus	13.625	815
Kreuzfahrtschiff	k.A.	75.000
insgesamt	3.434.716	280.668

Quelle: Eigene Berechnungen basierend auf eig. Erhebungen und den Angaben des Statistischen Zentralamtes, Oslo; NORTRA, Oslo und des Transportökonomischen Institutes, Oslo.

Die errechnete Zahl von rund 280.000 deutschen Reisenden, darf nur als grober Richtwert angesehen werden, da einige Angaben wie z. B. die berechnete Zahl der Wildcamping-Übernachtungen stark schwanken können. Dennoch zeigt die Berechnung auf welchem Niveau sich die Besucherzahlen befinden.

Neben den angegebenen Touristen besuchten in dem Jahr 1996 rund 40.000 deutsche Bürger das Land als Tagesbesucher (vgl. TÖI, 1997). Diese werden entsprechend der Definition der World Tourism Organization nicht als Touristen bezeichnet, da sie sich nicht länger als 24 Stunden in dem Land aufgehalten haben und somit auch in dem Land Norwegen nicht übernachteten. Dennoch sollte der Vollständigkeit halber diese hohe Zahl genannt werden. Diese „Tagestouristen“ erreichten überwiegend mit der Fähre das Land und hatten die Gelegenheit wenige Stunden eine Stadt zu besuchen. Neben anderen Reiseveranstaltern bietet die Fährgesellschaft Color Line diese „Mini-Kreuzfahrt“ von Kiel nach Oslo an. Der Fahrgast verbringt zwei Nächte an Bord und hat in Oslo die Gelegenheit an einer Stadtführung teilzunehmen.

Würde man zu der berechneten Zahl der deutschen Reisenden von 280.000 auch die von TOI ermittelten deutschen Tagesbesucher von 40.000 hinzuzählen, so erhält man eine Gesamtzahl von rund 320.000 deutschen Gästen, die 1996 Norwegen besuchten. Dieser Wert ist in etwa vergleichbar mit 340.000 (für 1998) deutschen Gästen, die von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen angegeben werden (vgl. Kapitel 3.2.3 Angaben der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.).

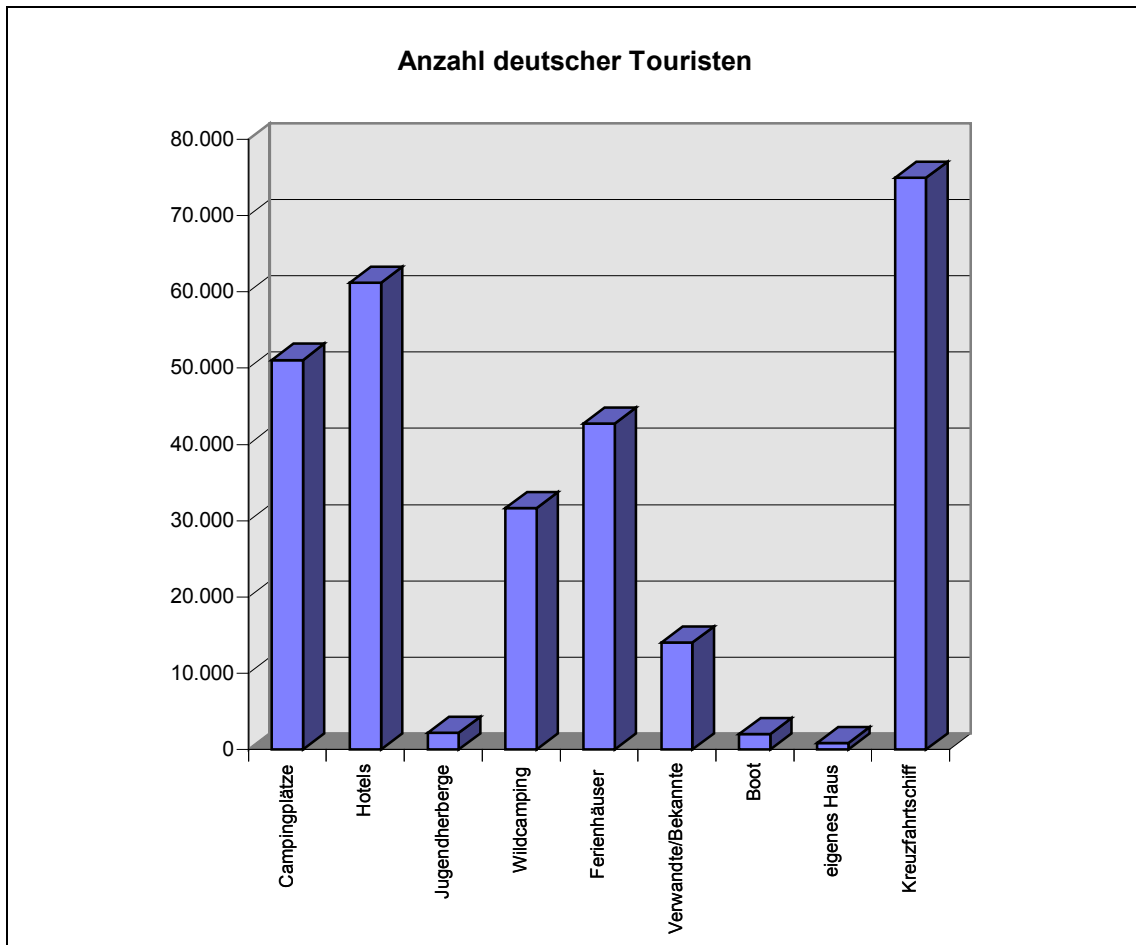


Abb. 7: Anzahl deutscher Touristen nach Unterkunftsform 1996

Quelle: Eigene Berechnungen basierend auf den Angaben des Statistischen Zentralamtes, Oslo; NORTRA, Oslo und des Transportökonomischen Institutes, Oslo.

3.2.6 Reisezeitpunkt und Reisedauer

In dem hierarchischen Entscheidungsprozess der Reiseentscheidung „Analytic Hierarchy Process“ wird davon ausgegangen, dass Entscheidungsaufgaben in Stufen (Entscheidungsebenen) aufeinander folgen. Sie werden immer konkreter (vgl. Freyer, 1995, S.87ff). In der 1. Entscheidungsebene setzt sich der potenzielle Urlauber mit der Destination auseinander. Hier steht das WOHIN im Vordergrund. Es folgt die Frage nach dem Reisezeitpunkt, dem WANN. Bei diesem Entscheidungsprozess spielen viele Faktoren eine zentrale Rolle (z. B. Betriebsferien, Schulferien, Zeitpunkt der Pauschalreisen, Reisekosten, Klima, etc.). Beim nächsten Schritt werden Überlegungen zur Dauer der Reise, dem WIE LANGE angestellt. In den folgenden Entscheidungsebenen beschäftigt sich der künftige Urlauber mit den Reisekosten (WIE TEUER) und der Art der Unterkunft (WO).

Entscheidungsebene	Inhalte	Zentrale Frage
1. Entscheidungsebene	Reiseziel / Destination ?	Wohin ?
2. Entscheidungsebene	Reisezeitpunkt ?	Wann ?
3. Entscheidungsebene	Reisedauer ?	Wie lange ?
4. Entscheidungsebene	Reisekosten ?	Wie teuer ?
5. Entscheidungsebene	Welche Unterkunft ?	Wo ?

Abb.8: Hierarchischer Stufenprozess der Reiseentscheidung (vgl. Freyer, 1995, S.87)

Mit zunehmenden Bewertungs- und Entscheidungsschritten nimmt das Produkt „Reise/Urlaub“ immer mehr Gestalt an und wird komplexer. Die einzelnen Schritte können nicht isoliert betrachtet werden, denn sie können sich gegenseitig bedingen und so haben die Reisekosten u. a. Einfluss auf das Zielgebiet oder den Reisezeitpunkt oder die Reisedauer. Dies soll am Beispiel Norwegen verdeutlicht werden: Wer sich für Norwegen als Reiseziel entschieden hat, jedoch über ein geringes Reisebudget verfügt, wird sich zu einer kürzeren Reise (Dauer der Reise ?) oder für einen kostengünstigen Reisezeitpunkt (Zeitpunkt der Reise ?) z. B. in der Vor- oder Nachsaison entscheiden.

Das Beispiel zeigt, dass der Reisezeitpunkt und die Reisedauer vom Urlauber, seinen Rahmenbedingungen, seinen individuellen Bedürfnissen und von dem Urlaubsland (Klima, Saison, Aktivitäten) abhängt.

In Norwegen ist der Besuch durch Winter- und Sommertourismus das ganze Jahr möglich, jedoch werden in bestimmten Monaten die Bedürfnisse der Reisenden in einem unterschiedlichen Maß gedeckt.

Betrachtet man nun die amtlichen Statistiken des Statistischen Zentralamtes und analysiert die Übernachtungszahlen, so kann man Angaben zum Reisezeitpunkt machen. In den Sommermonaten werden in Norwegen die meisten Übernachtungen registriert. Hierbei gibt es große Unterschiede. Generell verzeichnet man in dem Monat Juli auf den Campingplätzen (Auslastung 67% für 1996) und in den Hotels (Auslastung 60,9% für 1996) die meisten Besucher. Auch bei den deutschen Camping-Urlaubern spielt der Juli eine dominierende Rolle und so wurden 41,2 Prozent aller deutschen Campingübernachtungen im Jahr 1996 im Juli verzeichnet. Im Mai sind es lediglich 3,3% und im September 3,8 % der gesamten deutschen Gästenächte auf den norwegischen Campingplätzen.

Die Reisedauer liegt nach den Angaben der Reiseanalyse 1999 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.) bei einem Durchschnittswert von 13,9 Tagen (alle Reiseziele) für das Jahr 1998 und blieb im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Die amtlichen norwegischen Statistiken geben keine durchschnittliche Reisedauer an. Nach eigenen Umfrageergebnissen (vgl. Kapitel 5.2.3.1 Angaben zum Norwegenurlaub) halten sich deutsche Urlauber durchschnittlich 16,7 Tage in Norwegen auf. Dieser Wert ist rund drei Tage höher als die durchschnittliche Reisezeit von 13 Tagen.

3.3 Was hat Norwegen zu bieten ? - Attraktivitätsfaktoren und touristisches Angebot

Die zahlreichen norwegischen Attraktivitätsfaktoren haben eine zentrale Bedeutung bei der Wahl des Urlaubslandes (vgl. Kapitel 1.4.1.1 „Motive und Motivation“). Hat sich der Urlauber aufgrund von „Schubfaktoren der Motivation“ bereits zur Durchführung einer Reise entschieden, kommen die Zugfaktoren zum Tragen (vgl. Witt & Wright, 1992). Dies sind Motive, die mit den Bedingungen und Gegebenheiten des möglichen Urlaubslandes zu tun haben. Es sind in erster Linie die Attraktivitätsfaktoren. Sie locken nicht nur die Reisenden in das Land, sondern erfüllen auch die (Urlaubs-)Bedürfnisse der Reisenden. Ein konkretes Beispiel soll diesen Sachverhalt erläutern: die geomorphologischen Besonderheiten Norwegens, die Fjorde, gehören unbestritten zu den Attraktionen des Naturraumes. Unzählige Urlauber kommen nach Norwegen, um diese nahezu einzigartige Landschaft zu sehen (Zugfaktor). Diese Landschaft deckt dann die Bedürfnisse der Urlauber, wie Ruhe, Aufhalten in der Natur, Angeln, Wandern und vieles mehr. Im Laufe der Zeit hat sich, das was als touristisch anziehend empfunden wurde, geändert. Immer wieder kommen neue Angebote (z. B. Rafting, Elchsafari, Höhlenwanderungen) hinzu.

Unter den touristischen Angeboten unterscheidet man zwischen den „ursprünglichen Angeboten“ und den „abgeleiteten Angeboten“ (vgl. Kaspar, 1996). Zu ursprünglichen Angeboten Norwegens gehören Attraktionen des „Naturraumes“, mit seinen Landschaften und der Flora und Fauna, den Naturereignissen, dem Klima und den Naturerlebnissen. Die abgeleiteten Angebote umfassen Attraktionen des Kulturraumes. Allerdings muss hierbei differenziert werden, ob es sich um Angebote handelt, die speziell für die Touristen geschaffen wurden oder um Angebote für die Einheimischen. Angebote des physiogeographischen Raumes gehen vielfach in abgeleitete Angebote über. Beispiele findet man im Bereich der Unterkünfte, so werden Hotels, Ferienhäuser oder Campingplätze vielfach an einer landschaftlich attraktiven Stelle errichtet. Weitere Überschneidungen bestehen im Bereich der Aktivitäten und so nutzen die Touristen den Naturraum u. a. zum Wandern, Rafting, Langlauf, Angeln oder auch zum Mountain-Biking. Die folgende Abbildung informiert über die zahlreichen Attraktionen, die Norwegen zu bieten hat. Sie ist eine ungewichtete Auflistung und informiert nicht über den Grad der Nutzung. Auch die Bedeutung als „Lockmittel“ ist individuell unterschiedlich und abhängig von der Urlaubsform. So spielt das Naturerlebnis bei den Pauschaltouristen, die mit dem Reisebus unterwegs sind eine untergeordnete Rolle. Bei dem Individualtouristen, der sich über einen längeren Zeitraum an einem Ort z. B. in einem Ferienhaus aufhält und sich überwiegend in der Natur bewegt, hat das Naturerlebnis einen weitaus höheren Stellenwert. Für diesen Urlaubertyp können die klassischen Sehenswürdigkeiten eine untergeordnete Rolle spielen. Für den Reisebustouristen jedoch sind die Sehenswürdigkeiten wichtig und haben bereits bei der Buchung der Reise einen hohen Stellenwert, da sie von den Reiseveranstaltern als Reiseleistungen am Reiseziel aufgelistet werden. Der Reisegast hat sich im Vorfeld daran orientiert und fällt seine Entscheidung, mit welchem Reiseveranstalter er fährt, u. a. abhängig von den angebotenen Attraktionen im Verhältnis zum Reisepreis (Preis-Leistungsverhältnis). Welche Bedeutung die zahlreichen Attraktionen für den Urlauber haben, kann man der Umfrage „Urlauberverhalten und Wahrnehmung deutscher Urlauber“ (vgl. Kapitel 5.2.6 Die Urlaubsaktivitäten der deutschen Urlauber) entnehmen.

Den Attraktivitätsfaktoren des Naturraumes (physiogeographischer Raum) lassen sich in die Flora und Fauna, Naturereignisse, Naturerlebnisse, Klima, Landschaft, Unterkunft und Aktivitäten unterteilen, während z. B. die Norwegische Küche, das Kulturangebot oder spezielle touristische Angebote, attraktive Städte, Kultur und Leben, Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten und Unterkunft Bestandteile des Kulturraumes sind. Die Unterkünfte und die Aktivitäten können sich einerseits im physiogeographischen Raum befinden bzw. durchgeführt werden und andererseits anthropogeographischen Rahmenbedingungen unterliegen.

Wie bei der Beschreibung der Landschaften Norwegens schon deutlich wurde, sind vielfältige Naturerfahrungen von hohem Reiz. Dazu kommen sportliche Aktivitäten und Erfahrungen, die z. T. Abenteuercharakter haben (z. B. Rafting, Schlittenhundefahrten, Kanuwandern, Bergwandern, Gletschertouren). Es sind sehr unterschiedliche Dimensionen von Naturerfahrungen, die prinzipiell unterschieden werden können:

- Mediale Dimension: Das Image und die indirekten Erfahrungen werden uns von den Medien vermittelt. Sie prägen wesentlich unsere Stereotypen.
- Erkundende Dimension: Beobachten und Erforschen
- Erholungsbezogene Dimension: Erholung in der Natur

Zu der Realität unserer Erfahrungen kann man unterschiedliche Mischverteilungsmodelle ausmachen. Für den Norwegenbesucher öffnet sich ein weites Feld von Naturerfahrungen.

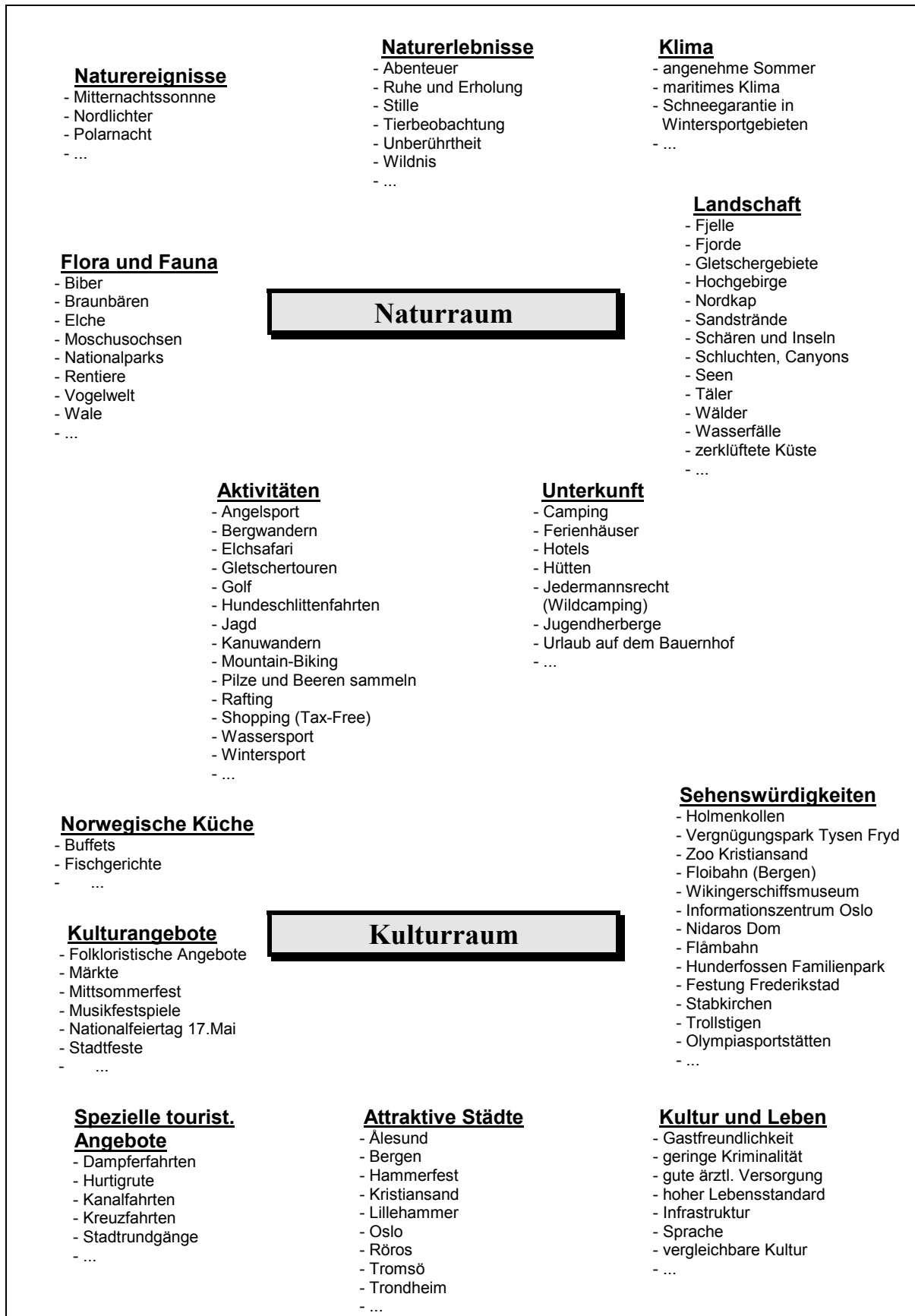


Abbildung 9: Attraktivitätsfaktoren

3.3.1 Natürliche Attraktivitätsfaktoren

Die folgenden Merkmale der räumlichen Bevölkerungsstruktur:

- Landesfläche von rund 324.000 km² (vgl. BRD 357.021 km²),
- ca. 4,45 Millionen Einwohner,
- durchschnittlich 13 Einwohner auf einem km² (vgl. BRD 229 Einw./km²),
- Konzentration der Besiedlung um Oslo mit rund einer Millionen Menschen,
- die vorrangige Besiedlung an der Küste (z. B. Bergen, Trondheim, Stavanger...),
- Einwohnerdichte von rund einem Einwohner auf einem km² in den peripheren Fjelldistrikten und in der Finnmark,

zeigen, dass große Teile Norwegens gering besiedelt sind (vgl. Kapitel 2.6 Regionale Strukturen und Städte). Die Verlagerung der norwegischen Bevölkerung in die großen Städte, insbesondere in den Großraum Oslo seit den 1960er Jahren hat zu einer „Entvölkerung des Nordens“ geführt. Dies ist ein dynamischer Vorgang, der für ganz Skandinavien zutrifft und über den schon 1969 Staffan Helmfrid auf dem Geographentag in Kiel berichtete.

Diese Verdichtung hat zu vielen Wüstungen im Norden geführt, zu einer Konzentration an der Küste und im Raum Oslo. Große naturnahe Räume mit z. T. einer Bevölkerung von 1 Einw./km² in den peripheren Fjelldistrikten, in der Finnmark und umgewandelte ehemalige Siedlungsgebiete verstärken die Wahrnehmung und Stereotype eines Landes mit großer landschaftlicher Schönheit, Unberührtheit und Ursprünglichkeit (vgl. Kapitel 4.2.2.6 Fragen zum Land).

Landschaften

Sehr charakteristische Landschaften bzw. Landschaftstypen prägen Norwegen: die großen Hochflächen und Gletscher einerseits und die Fjorde andererseits haben zu der Wahrnehmung von Norwegen als Land der Fjorde und Fjelle geführt. Zu den von den Besuchern geschätzten Landschaften gehören noch die Sandstrände und Schären, die zerklüftete Küste, das von Westen steil ansteigende Hochgebirge mit den Wasserfällen, den Schluchten und Canyons, die unzähligen Seen und die weiten Wälder (vgl. Kapitel 2.6 Die Landschaften stellen das wichtigste touristische Potenzial dar).

Die Fjordküste ist die größte ihrer Art weltweit und die 5 großen Fjordsysteme verfügen über mächtige Fjorde, von denen der Sognefjord, mit 1.038 Metern der tiefste und einer Länge von 180 Kilometern der längste Fjord ist. Der höchste Berg Skandinaviens ist der Galdhøpiggen mit einer Höhe von 2.469 Metern. Er befindet sich in der Hochgebirgsregion Jotunheimen, die über die höchsten Erhebungen Nordeuropas verfügt. Die Gletscherregion Jostedalbreen ist das größte zusammenhängende Gletschergebiet auf dem europäischen Festland. Das Eis hat eine Mächtigkeit von bis zu 500 Metern und die Länge des Gebietes beträgt rund 80 Kilometer (vgl. Wold, 1996, S.6ff). Die unzähligen Fjelle haben unterschiedliche Größen und nehmen vielfach einen gewaltigen Raum ein. Unter ihnen ist die Hardangervidda mit einer Fläche von rund 7.400 km² die größte in Europa. Sehr großer Beliebtheit erfreut sich das Nordkap. Dieser markante Felsen, der irrtümlich für den nördlichsten Punkt Europas gehalten wird, zieht wie ein Magnet die Besucher an.

Pflanzen- und Tierwelt

Unsere Vorstellungen sind von einigen charakteristischen Tieren der borealen Nadelwälder geprägt, den Elchen (*Alces alces*, Abb. 28) sowie den Rentieren (*Rangifer tarandus*), deren Bilder mit der Kultur der Samen verbunden sind (vgl. Kapitel 4.2.2.7 Fragen zur Flora und

Fauna). Dazu kommen noch andere typische Vertreter, wie die Biber (*Castor fiber*), Moschusochsen (*Ovibus moschatus*) und die Braunbären (*Ursus arctos*) in den Wäldern der Hedmark zu nennen (vgl. Pott & K pker, 1991). Darüber hinaus ist an der norwegischen Küste eine artenreiche Vogelwelt zu beobachten, zu der u. a. Papageientaucher (Abb. 5) und Seeadler gehören. Zu den gr o ten Vertretern der norwegischen Fauna gehören die Wale, die an der Küste entlang ziehen (Walbeobachtungen von Andenes).

Naturereignisse

Zu den Naturereignissen zählen u. a. die Mitternachtssonne, die in den Sommermonaten nördlich des Polarkreises die Nacht zum Tag werden lässt und das gegensätzliche Naturereignis, die Polarnacht. Darüber hinaus kann der Besucher von Herbst bis Fr hling in den nördlichen Bereichen des Landes die Nordlichter (*Aurora borealis*) beobachten.

Naturerlebnisse

Wie in kaum einem anderen Land Europas - mit Ausnahme der skandinavischen Nachbarländer Schweden und Finnland - bietet Norwegen dem Reisenden unzählig Naturerlebnisse. Hierbei spielen Aspekte, wie Abenteuer, Ruhe und Erholung, Stille, Tierbeobachtung, Unberührtheit und Wildnis eine Rolle. Weit abseits der Städte gibt es in Norwegen noch die Möglichkeit sich in der vielfach ursprünglichen Natur aufzuhalten und gegebenenfalls als nicht motorisierter Urlauber im Zelt zu übernachten (Jedermannsrecht).

Klima

Das Klima, das u. a. zwar verhindert hat, dass in Norwegen der Massentourismus Einzug gehalten hat (vgl. Lindemann, 1986, S.153) bietet den aktiven Urlaubern viele Vorteile. Die Sommer sind nur an wenigen Tagen im Jahr heiß und wesentlich angenehmer als in Zentral- und Südeuropa. In den Küstenbereichen herrscht maritimes Klima und im Winter macht sich ein klimatischer Faktor zumindest für den Fremdenverkehr positiv bemerkbar, dann begünstigen der Schneefall und die Minustemperaturen den Wintersport. Nahezu alle Wintersportgebiete sind über einen Zeitraum von 3-5 Monaten schneesicher (vgl. Kapitel 2.4 Die klimatischen Faktoren sind Potenziale und Hemmnisse gleichermaßen).

3.3.2 Anthropogene Attraktivitätsfaktoren

In den vom Menschen geprägten Kulturräumen werden Touristen u.a. von der typischen norwegischen Küche, den Städten mit ihrer alten Geschichte, den Kulturangeboten, charakteristischen Sehenswürdigkeiten, wie den Stabkirchen, bestimmten Kulturangeboten, einigen berühmten landestypischen Museen und den touristischen Erlebnis- und Eventstandorten angezogen.

Viele gehören zum Alltagsleben der Norweger, andere sind auf die Bedürfnisse des modernen Massentourismus zugeschnitten.

Sehenswürdigkeiten

Zu den „Top Ten“ gehören folgende Einrichtungen: der Freizeitpark „TusenFryd & Wikingerland“ in Oslo, der Tierpark „Kristiansand Dyrepark A/S“ in Kristiansand und der Familienpark „Hunderfossen“ bei Lillehammer, die speziell für diese Besuchergruppen eingerichtet worden sind. Das moderne Informationszentrum „Norges Informasjonsenter“, das zentral in Oslo errichtet wurde, hat seine Berechtigung ausschließlich für den Fremdenverkehr. Das berühmt „Wikingerschiffsmuseum“ in der Hauptstadt hat sicherlich eine Hy-

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

bridfunktion und dient vorrangig als Sehenswürdigkeit, aber auch als bildendes Museum für die Bevölkerung. Die Skischanze Holmenkollen wurde als Sportstätte gebaut und erst das integrierte Skimuseum ist als eine reine touristische Sehenswürdigkeit zu betrachten. Die Standseilbahn „Flöibanen“ in Bergen und die Eisenbahnverbindung Flåmsbanen (Aurland) wurden als Verkehrsmittel konstruiert und befördern gegenwärtig unzählige Touristen. Der berühmte Nidarosdom, der als eines der bedeutendsten sakralen Bauwerke des Nordens gilt, ist vor mehr als 900 Jahren in Trondheim aus religiösen Gründen errichtet worden und die Festungsanlage von Frederikstad, die zu Verteidigungszwecken gebaut wurde, wurden erst mit dem zunehmenden Fremdenverkehr für den Tourismus erschlossen.

Tabelle 20: Sehenswürdigkeiten in Norwegen

Sehenswürdigkeit	Ort	Besucherzahlen
Skischanze Holmenkollen mit Skimuseum	Oslo	770.000
Freizeitpark TysenFryd % Vikinglandet	Oslo	428.500
Kristiansand Dyrepark A/S	Kristiansand	404.597
Standseilbahn Flöibanen	Bergen	380.889
Wikingerschiffsmuseum	Oslo	370.656
Norwegisches Informationszentrum	Oslo	348.687
Nidarosdom	Trondheim	303.706
Eisenbahnverbindung Flåmsbanen	Aurland	300.110
Familienpark Hunderfossen	bei Lillehammer	256.005
Festung Fredrikstad	Fredrikstad	242.000

Quelle: NORTRA, 1996 (Anzahl der Besucher vom 1.Mai - 31.August 1995)

Weitere typisch norwegische Sehenswürdigkeiten sind die alten Stabkirchen, von denen die ersten bereits Mitte des 11. Jahrhunderts errichtet wurden (mit der Einführung des Christentums im Jahre 1030 beginnt in der norwegischen Geschichte das Mittelalter). Diese schönen Holzkirchen mit einer eigenwilligen Architektur (Stäbe als Eckpfeiler und quadratischer Grundriss) sind mit Schindeln bedeckt, verfügen über reiche Schnitzarbeiten (oft Ranken- und Tierornamentik) und sind teilweise mit Drachenköpfen geschmückt. Von den rund 1.000 Stabkirchen, die noch im Mittelalter in Norwegen verteilt standen, sind heute lediglich 29 erhalten, was ihre Bedeutung als Sehenswürdigkeit unterstreicht (vgl. Storsletten, 1993, S.31ff). Zu den vielbesuchten Stabkirchen gehören die „Stavkyrkje“ in Lom mit rund 62.000, Borgund Stabkirche mit ca. 57.000, Heddal Stabkirche mit ungefähr 44.000 und die Hopperstad Stabkirche mit rund 33.000 Besuchern (Sommersaison 1995). Abschließend müssen noch die ältesten Sehenswürdigkeiten erwähnt werden. Es sind die zahlreichen Felszeichnungen, die über das Land verstreut sind. Unter ihnen gehören die Felszeichnungen in Alta zu den beeindruckendsten. Diese 2.500 bis 6.200 Jahre alten Bilder, die in den nackten Fels gehauen wurden, sind auch als schützenswertes Kulturerbe in die UNESCO-Liste aufgenommen worden.

Kultur und Leben

Das vertraute Bild einer typisch europäischen Kultur und das gelassene und geregelte Alltagsleben in Norwegen bilden für Touristen einen sicheren Rahmen für Urlaub und Urlaubssaktivitäten. Die berühmte norwegische Gastfreundschaft, eine geringe Kriminalitätsrate, die gute ärztliche Versorgung und der vergleichsweise hohe Lebensstandard runden dieses Bild ab. Die Begegnungen mit den freundlichen und höflichen Norwegern schaffen ein angenehmes Urlaubsklima.

Die Kultur und das Leben in Norwegen sind wichtige Komponenten im Tourismus, denn Faktoren wie Gastfreundschaft, geringe Kriminalität, gute ärztliche Versorgung und hoher Lebensstandard spielen für das Wohlfühl der Reisenden eine wichtige Rolle. Gerade die

freundlichen und höflichen Norweger (vgl. Kapitel 5.2.7 Wahrnehmung des Landes) schaffen ein angenehmes Urlaubsklima.

Attraktive Städte

Zahlreich sind die Städte in Norwegen, die man ohne Übertreibung als „attraktive Städte“ bezeichnen kann. Diese anziehenden Orte, deren Sauberkeit gerade von deutschen Urlaubern hoch geschätzt wird, sind überwiegend Küstenstädte. Diese Hafenstädte sind vielfach in eine grandiose Umgebung eingebettet. Kleine Städte verfügen über idyllische Holzhäuser und die größeren Städte wurden nach verheerenden Stadtbränden in Stein wieder aufgebaut und sind nicht minder sehenswert. Das Erscheinungsbild der Städte ist vielseitig und reicht von Prachtstraßen und großen Häuserzeilen in der Metropole Oslo über ein Ensemble weißer Holzhäuser in Mandal bis zur Stadt Ålesund, die nach einem Stadtbrand von 1904 komplett im Jugendstil wiederaufgebaut wurde. Die Liste sehenswerter Städte ist lang und je nach Geschmack erweiterbar. Zu den vielen attraktiven Städten gehören sicherlich Oslo, Bergen, Ålesund, Hammerfest, Kristiansand, Lillehammer, Røros, Tromsø, Trondheim, Mandal und Stavanger. Unter den vielen Städten müssen noch die Städte Lillehammer und Røros hervorgehoben werden, da in diesen Städten der Fremdenverkehr einen hohen Stellenwert hat. Lillehammer, die Provinzhauptstadt von Oppland ist im Sommer wie im Winter ein wichtiges und vielbesuchtes Fremdenverkehrszentrum (vgl. Datta, 1999, S.35). Dies liegt zum einen an den Olympischen Winterspielen, die 1994 in Lillehammer erfolgreich ausgetragen wurden und zum anderen an den vielen Möglichkeiten die Lillehammer zu bieten hat. Die Wintersportmöglichkeiten scheinen unbegrenzt und das Angebot an Unterkünften ist überdurchschnittlich. Auch dem Sommertouristen kann die Stadt mit der Lage am Mjøsasee, dem größten norwegischen Binnensee, einiges bieten. Zahlreich sind die Museen unter denen das Freilichtmuseum Maihaugen zu den sehenswertesten des Landes zählt. Neben den Museen stellen auch die Olympiasportstätten vielbesuchte Sehenswürdigkeiten dar. Wie Lillehammer hat sich auch der Gebirgsort Røros zu einem bedeutenden touristischen Zentrum entwickelt. Røros erstreckt sich auf einer Höhe von rund 630 Metern über N.N. und verfügt über ein nahezu einzigartiges Ensemble alter Holzhäuser, was auch dazu führte, dass die Stadt in die „World Heritage Liste“ der UNESCO aufgenommen wurde. Interessant ist die Entwicklung der Stadt von der Industriestadt mit einer 342-jährigen Bergbaugeschichte zum Fremdenverkehrsort. Schon früh wurde erkannt, dass „der Fremdenverkehr die einzige Möglichkeit ist, die ungünstige Situation der peripheren Gebiete zu durchbrechen“ (vgl. Lindemann, 1981, S.132). Nachdem 1982 die letzte Grube geschlossen wurde und der bisher so erfolgreiche Kupferbergbau ein Ende fand, wurde der Fremdenverkehr forciert. Heute ziehen die Fahrten in die Kupferminen unzählige Besucher an. Die ökonomische Bedeutung des Fremdenverkehrs in Lillehammer und Røros ist wesentlich größer, als in anderen norwegischen Städten.

Spezielle touristische Angebote

Neue Angebote wurden für den Fremdenverkehr eingerichtet oder entwickelten sich zu einer Touristenattraktion. Zu diesen Angeboten gehören Stadtrundgänge, Besichtigungen, Kanalfahrten z. B. auf dem Telemarkkanal, kleine Kreuzfahrten durch die Fjorde und die Küste entlang, Fahrten mit historischen Eisenbahnen z. B. Flåmbahn, Ausflüge wie mit den Ausflugsschiffen durch den Oslofjord und vieles mehr. Einige spezielle touristische Angebote, wie die Fahrt mit dem ältesten Raddampfer der Welt, dem „Skibladner“ auf dem Mjøsasee oder eine Reise mit der Hurtigrute stellen Besonderheiten dar. Die bekannte Hurtigrute wurde im Jahre 1893 mit ihren ehemaligen Postschiffen als reine Post- und Transportlinie eingerichtet, um auch die entlegenen Hafenstädte mit Gütern zu versorgen. Durch die allmählich bessere verkehrstechnische Erschließung der Peripherie ging die Be-

deutung der Hurtigrute als Versorgungslinie zurück, wurde jedoch verstärkt für den Fremdenverkehr genutzt, so dass die Fahrten mit den mittlerweile modernen und komfortablen Hurtigrutenschiffen im Sommer wie auch im Winter zu den beliebten Pauschalreisen gehören. Vergleichbar entwickelte sich der „Skibladner“ von einem Verkehrsmittel zum „Touristenbeförderer“. Er befährt schon seit 1852 den Mjøsasee und legt in Hamar, Eidsvoll, Gjøvik und Lillehammer an. Zu den speziellen touristischen Angeboten können auch die angebotenen Aktivitäten, wie Elchsafari, Gletscherwanderungen, Whale-Watching, Hundeschlitten-Fahrten oder Rafting gezählt werden (siehe Aktivitäten).

Kulturangebote

Charakteristische Ausschnitte der norwegischen Kultur ziehen viele Besucher an. Es sind vorrangig Veranstaltungen, die von Norwegern für Norweger geschaffen wurden und bei denen der Tourist ein geringesehener Gast ist. Zu diesen kulturellen Veranstaltungen gehören folkloristische Angebote, Märkte, wie z. B. der berühmte Fischmarkt in Bergen, Mittsommerfeste, Musikfestspiele, Stadtfeste und der Nationalfeiertag, der am 17. Mai gefeiert wird. Aufgrund der zunehmenden Beliebtheit bei den Touristen haben sich einige Veranstaltungen, wie z. B. der Fischmarkt in Bergen zu saisonalen Touristenspektakeln entwickelt. Der Nationalfeiertag hat im Leben der Norweger einen unvergleichlich hohen Stellenwert und lockt ebenfalls viele Besucher. In Oslo spazieren an diesem Tag die Kinder die Prachtstraße Carl Johansgate hinauf zum Schloss und werden vom König Harald in Empfang genommen. Die Bilder ähneln den Szenen, die man von Wintersportveranstaltungen kennt. Menschen in Trachten, mit norwegischen Fahnen und der Flagge auf die Wange gemalt, säumen die Straßen und feiern die Kinder. Ein weiterer Tag, der in die touristische Hochsaison fällt, ist der Mittsommertag, der am Tag der Sommersonnenwende am 23. Juni gefeiert wird. Dieser in Norwegen als „Sankt Hans Aften“ bezeichnete längste Tag mit der kürzesten Nacht wird von den Norwegern am Abend bis in die Nacht ausgiebig und ausgelassen gefeiert und gehört zu den schönsten Tagen im Jahr.

Die norwegische Küche

Die norwegische Küche kann auch zu den „Attraktionen“ des Landes gezählt werden, hat jedoch einen individuellen Stellenwert. Vielfach werben die Reiseveranstalter mit dem „Smörgåsbord“, dem skandinavische Büfett. Insbesondere die Hotelurlauber haben die Möglichkeit im Hotel ihre kulinarischen Erfahrungen zu sammeln. In der Weihnachtszeit verwöhnt das „Julebord“ den Gast. Generell kann man auch außerhalb der Hotels gut Essen gehen und die Restaurants sind zahlreich. Fleisch- wie auch Fischgerichte werden in vielen Variationen angeboten. Allerdings sind die Preise in den Restaurants wesentlich höher als in der BRD. Geht man jedoch in der Mittagszeit essen und bestellt ein Tagesgericht, kann man sehr preisgünstig die norwegische Küche kennen lernen. Zum Essen wird eines der vielen norwegischen Biere getrunken und nach dem Essen ist ein Aquavit beliebt. Hierbei ist der Linie Aquavit, der während des Transportes auf den Äquator überquerenden Frachtern reift, weltberühmt. Selbstversorger erfreuen sich stets an dem großen Warenangebot. Insbesondere Fischgeschäfte können mit einer großen Bandbreite an Fisch aufwarten. Ein Fischhändler hat vom Lachs, Garnelen, Muscheln, über in verschiedenen Marinaden eingelegte Heringe bis hin zum weltberühmte Stockfisch (getrockneter Dorsch) alles zu bieten. Vielfach kann man den Fisch direkt am Hafen kaufen. Der fangfrische Verkauf, direkt vom Kutter, hat sich mittlerweile zu einer touristischen Attraktion entwickelt.

3.3.3 Attraktivitätsfaktoren des Naturraumes und des Kulturräumes

Die bisher aufgeführten Attraktivitätsfaktoren waren einerseits Bestandteile des physiogeographischen Raumes (Naturraum) oder unterlagen andererseits anthropogeographischen Rahmenbedingungen (Kulturräum). Im folgenden werden mit den Aktivitäten, Naturerfahrungen und den Unterkünften Faktoren aufgeführt, die sowohl ein Teil des Kulturräumes als auch des Naturraumes sein können.

Aktivitäten und Naturerfahrungen

Das Angebot der Aktivitäten präsentiert sich den Einheimischen, wie auch den Reisenden sehr vielseitig und wird von den „aktiven“ Norwegenbesuchern auch genutzt. Viele der Aktivitäten, wie z. B. Wandern sind auch als Zugfaktoren anzusehen. Es sind vorrangige Gründe das Land Norwegen zu bereisen (vgl. Kapitel 5.2.5 Reisemotive und Urlaubszufriedenheit). Diese Aktivitäten sind für die Besucher Urlaubsaktivitäten, da sie in diesem Umfang nicht in der Heimat durchgeführt werden. Sie finden oft im menschenleeren bzw. unbesiedelten Naturraum statt. Gerade das Bergwandern findet weit abseits der Zivilisation statt und beim Wandern im Fjell ist es möglich über Stunden hinweg keinen anderen Wanderer zu treffen: „Zwei Tage keine Menschenseele. Von einigen verlorenen Schafen abgesehen, ist es still. Hier ist man alleine“ (vgl. Sängler, 1999, S.29 ff). Neben dem Wandern spielt der Angelsport für den Reisenden eine wichtige Rolle. Ob Lachse in den Flüssen oder Dorsche in den Fjorden, die Angelbedingungen in Norwegen sind ideal. Viele Reiseunternehmen bieten gezielt Angelreisen nach Norwegen an. Eine weitere besondere Aktivität ist das Gletscherwandern. In der größten Gletscherregion des europäischen Festlandes, dem Jostedalbreen wird diese Form der Entdeckung der Gletscher angeboten. Zahlreich sind die Gletscherzungen, wie Briksdalsbreen oder Nigardsbreen, die man in einer Seilschaft unter fachkundiger Führung entdecken kann (vgl. Wold, 1996, S.88). Die unzähligen Seen und Flüsse sowie die Fjorde und der Küstenbereich bieten sich zum Bootfahren, Segeln und zum Kanuwandern an. Das stille Wandern mit dem Kanu ist besonders beliebt und so verfügen viele Beherbergungsbetriebe, wie z. B. Campingplätze über einen Boots- und Kanuverleih. Auch viele der Ferienhäuser mit der Lage am Wasser verfügen über ein Boot, das dem Gast überwiegend kostenfrei zur Benutzung überlassen wird. Neben den Ausflügen mit dem Kanu oder dem Ruderboot ist der Wassersport in Norwegen wesentlich vielseitiger und umfasst u. a. Surfen, Segeln und auch der Tauchsport ist realisierbar. Nahezu unbegrenzt scheint das Angebot an Wintersportaktivitäten. Norwegen ist ein klassisches Wintersportland und verfügt über große Wintersportgebiete unter denen der Raum rund um Lillehammer (Gudbrandsdal) wohl der bekannteste ist. Andere Orte und Regionen wie Geilo, Gol, Oppdal, Hemsedal oder Trysil sind nicht minder interessant. In diesen touristischen Zentren wurden zahlreiche Skilifte gebaut und so kann der Urlauber hier alpinen Skisport betreiben. An dieser Stelle muss jedoch auch darauf hingewiesen werden, dass der Ausbau dieser Wintersportzentren nach ökonomischen Aspekten erfolgte und gerade im Sommer die landschaftsökologischen Schäden sichtbar sind (vgl. Gläßer, 1993, S.121). Diese Schäden sind jedoch weitaus geringer als in anderen europäischen Wintersportregionen. In allen anderen Regionen Norwegens ist der Skilanglauf zu Hause. In einigen Gebieten werden auch Hundeschlittenfahrten (z. B. in der Finnmark) angeboten. Wintersport ist je nach Höhe der Wintersportgebiete in der Zeit von November bis April möglich. Darüber hinaus hat auch der Sommerurlauber die Möglichkeit zum Wintersport und so stehen in Videdalen oder in Jotunheimen in den Sommermonaten die Lifte nicht still. Weitere Aktivitäten sind Elchsafari, Golf, Höhlenwanderungen, Hundeschlittenfahrten, Jagd, Mountain-Biking, Pilze und Beeren sammeln, Rafting.

Eine Aktivität, die nicht vergessen werden sollte, jedoch überwiegend in den Städten ausgeübt wird, ist das Shopping. Auch wenn das Preisniveau wesentlich höher ist als in Deutschland, kann der Urlauber hier typische norwegische Artikel wie Souvenirs und norwegische Strickwaren (Norweger-Pullover) käuflich erwerben. Da das Königreich Norwegen nicht Mitglied in der Europäischen Gemeinschaft (EU) ist, kann der deutsche Tourist „Tax free“, Mehrwertsteuerfrei einkaufen. Bei der Ausreise erhält er dann einen Teil der bereits bezahlten Mehrwertsteuer zurück.

Unterkunft

Ein großer Teil der Beherbergungsbetriebe erfüllt mit einer Lage abseits der Städte im Naturraum den Wunsch der Gäste die Natur zu erleben, die schöne Landschaft zu genießen und den Urlaub in Ruhe und Stille zu verbringen. Diese Betriebe sind jedoch mit einer eigenen guten Infrastruktur ausgestattet. Die Unterkünfte haben größtenteils eine reizvolle Lage in der Natur und befinden sich an einem See, am Fjord, im Fjell, am Fluss, im Tal oder am Hang. Die mehr als 400.000 Ferienhäuser (Hytter), die nahezu alle in Privatbesitz sind und von großen Reisevermittlern angeboten werden, haben eine periphere Lage an der Küste oder im Fjell. Sie sind eine Art zweiter Wohnsitz der Einheimischen und bieten die Möglichkeit dem städtischen Raum temporär auszuweichen (vgl. Seelhoff, 1994, S.101ff). Eine besondere Unterkunftsform ist das Wildcamping, das durch das Jedermannsrecht („Allemannsretten“) erlaubt ist. Dieses Jedermannsrecht stammt noch aus vortouristischer Zeit und wurde schriftlich noch nicht festgehalten. Es ist nur für nichtmotorisierte Urlauber gültig und erlaubt dem Gast in einer Entfernung von 150 Metern zu Privatgrundstücken mit dem Zelt zu übernachten. Näher werden die Unterkünfte in dem Kapitel 3.4.4 „Beherbergungsgewerbe – Hotellerie und Parahotellerie“ beschrieben.

3.4 Touristische Infrastruktur – Fremdenverkehrsleistung

Die folgenden Kapitel zum Thema touristische Infrastruktur sollen Bereiche analysieren, die notwendig sind, um dem Norwegenbesucher einen Urlaub in Norwegen zu erleichtern. Ohne die infrastrukturellen Voraussetzungen ist die Realisierung des Fremdenverkehrs am Zielort nicht möglich.

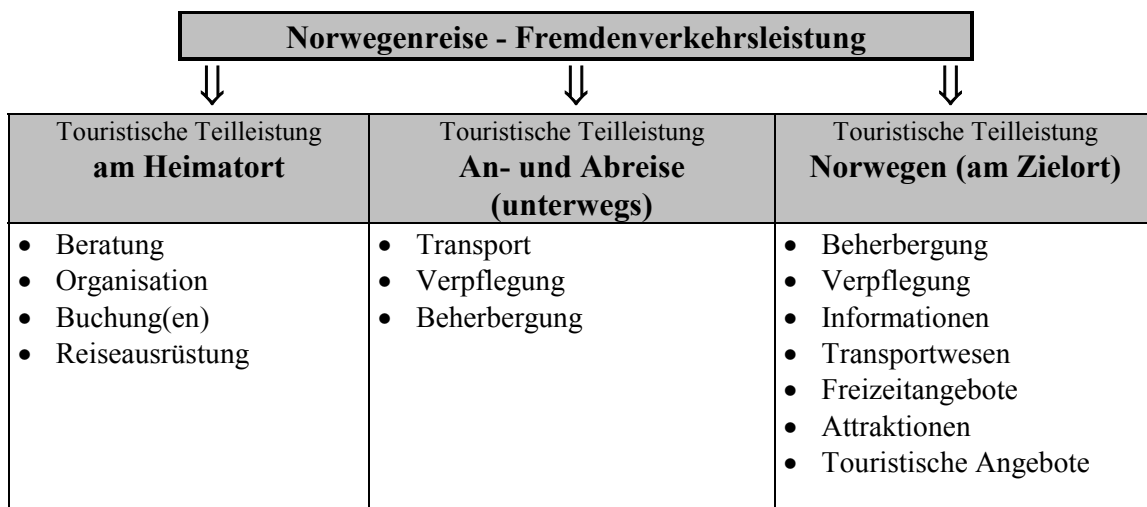


Abb. 10 : Fremdenverkehrsleistungen für Individualtouristen in Norwegen

Es kommen Leistungen zum Tragen, die am Zielort erbracht werden. Im Vorfeld, vor der Ankunft in Norwegen, sind jedoch touristische Teilleistungen beansprucht worden oder wurden durch den Reisenden selber geleistet. Entsprechend der Chronologie des Reisens, des touristischen Gesamtproduktes, wird unterschieden in touristische Leistungen, die „am Heimatort“, während der „An- und Abreise (unterwegs)“ und „am Zielort“ geleistet werden (vgl. Freyer, 1995, S.114ff). Diese touristischen Teilleistungen werden im Folgenden für einen Typ des Norwegenbesuchers, den Individualtouristen, kurz skizziert:

3.4.1 Touristische Teilleistungen im Individualtourismus

Touristische Teilleistung am Heimatort

Geht man vom Individualtouristen aus (Anteil rund 90%), so hat er die touristischen Teilleistungen, die man auch als Reisevorbereitung bezeichnen kann bereits erledigt. Zu diesen Leistungen gehören Beratung (z. B. Auswahl der Urlaubsregion), Buchung des Reiseverkehrsmittels (z. B. Wohnmobil), der Fähre und gegebenenfalls der Unterkunft (z. B. Hotel, Ferienhaus, Campingplatz). Darüber hinaus Zusammenstellung der Reiseausrüstung: Kleidung, Reiseliteratur, Kartenmaterial, Wandersachen, Angelausrüstung, etc.

Touristische Teilleistung bei der An- und Abreise

Die touristischen Leistungen, die bei der An- und Abreise unterwegs erbracht werden, umfassen in erster Linie den Transport z. B. mit der Fähre oder die direkte Fahrt über den Landweg nach Norwegen, die seit Juni 2000 über die Öresund-Brücke möglich ist. Weitere Leistungen, die bei längeren Anfahrten in Erscheinung treten, sind mögliche Übernachtungen und Verpflegung. Bei gleichem Zeitaufwand und vergleichbarer Rückreisroute entsprechen die touristischen Teilleistungen den zu erbringenden Leistungen der Anreise.

Touristische Teilleistung am Zielort in Norwegen

Die Leistungen, die am Zielort erbracht werden, haben den größten Anteil am Gesamtprodukt Reise. Dies sind die Leistungen der ansässigen Tourismuswirtschaft im engeren Sinne (typische Tourismuswirtschaft), die nahezu ausschließlich für Urlauber erbracht werden. Im konkreten Fall des Norwegenurlaubers sind dies die Beherbergung und Beförderung, wobei die Beförderung bei den motorisierten Individualurlaubern lediglich bei Ausflügen eine Rolle spielt. Darüber hinaus nimmt der Reisende weitere Leistungen in Anspruch: die Verpflegung durch die norwegische Gastronomie, das Informationsangebot und weitere Dienstleistungen der Fremdenverkehrsämter, die angebotenen Freizeitaktivitäten, Attraktionen sowie spezielle touristische Angebote.

3.4.2 Touristische Teilleistungen im Pauschaltourismus

Die Teilleistungen, die vom Pauschaltouristen (z. B. Reisebustourist) geleistet werden, sind wesentlich geringer als die erbrachten Leistungen des Individualreisenden, denn es werden lediglich einige Komponenten der Tourismusleistungen am Heimatort geleistet. Die Leistungen sind überwiegend Beratung, der Vergleich der unterschiedlichen Reiseanbieter und die Buchung der Reise. Alle folgenden Reiseleistungen werden durch den Reiseveranstalter erbracht bzw. im Urlaubsland durch den Reiseleiter realisiert. Er ist der Vermittler zwischen den Reisenden und dem Urlaubsland und ist dafür verantwortlich, dass die benötigten touristischen Leistungen in Anspruch genommen werden. Der daraus resultierende... „organisatorische einwandfreie Ablauf ist eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche

Reise“ (vgl. Vogel, 1993, S.519). Während der Individualtourist die touristischen infrastrukturellen Voraussetzungen überwiegend spontan und flexibel nutzt und die Nutzung z. B. eines Ausflugsschiffes abhängig ist von den Faktoren Interesse, Wetter, Lust und Laune oder monetären Gesichtspunkten, ist die Nutzung durch den Pauschaltouristen in seinem Zeitplan fest verankert. Bei der Buchung stehen der Zeitplan, die Unterkunft und die zusätzlichen Leistungen (Stadtführungen, Museumsbesuche, Ausflüge, etc.) bereits fest. Das bedeutet, dass im Pauschaltourismus die touristischen Teilleistungen des Zielortes bereits ein Bestandteil der Leistungen am Heimatort (Buchung und Reiseorganisation) sind. Daher nehmen Pauschaltouristen nur selten die Dienste der Fremdenverkehrsämter in Anspruch. Vielfach lässt der enge Zeitrahmen es nicht zu, dass die Reisegäste ein örtliches Touristenbüro besuchen können.

3.4.3 Fremdenverkehrsämter: NORTRA, regionale Fremdenverkehrsämter und örtliche Fremdenverkehrsämter

Bereits vor der Entscheidung das nordeuropäische Land Norwegen zu besuchen, kann die Kontaktaufnahme mit dem norwegischen Fremdenverkehrsamt in Hamburg auf dem Programm stehen (touristische Teilleistungen am Heimatort). Die touristischen Leistungen im Urlaubsland umfassen die Bereitstellung von Informationen und das Angebot von weiteren Dienstleistungen, wie die Buchung der Unterkünfte, kulturelle Veranstaltungen, Vermittlung von Führungen und Verkauf von Literatur und Karten. In der zeitlichen Abfolge vieler Reisender steht im Anschluss an die Einreise der Besuch des örtlichen Touristenbüros auf dem Programm. Hier informiert sich der Besucher über die mögliche Unterkunft, die gegebenenfalls direkt gebucht werden kann.

NORTRA

Um den touristischen Aufschwung zu forcieren wird die Fremdenverkehrspolitik seit 1984 aktiv betrieben. In diesem Jahr wurde NORTRA (Nortravel Marketing) gegründet. Die eigene Definition lautet: „Das Norwegische Fremdenverkehrsamt ist eine selbstständige, gewerbetreibende Stiftung. Sie wurde vom norwegischen Staat und der Reisebranche gegründet. Die Stiftung ist die nationale, fachbezogene Marketingorganisation für die norwegische Reisebranche. Im speziellen besteht die Arbeit aus Information, Präsentation und Marketing der norwegischen Reiseprodukte im Ausland.“ NORTRA mit dem Hauptsitz in Oslo unterhält 11 Niederlassungen in anderen Ländern: Die deutsche Niederlassung befindet sich in Hamburg. Mehr Informationen über die wichtige Einrichtung liefert das Kapitel 3.7 „Institutionen und Organisationen“.

Regionale Fremdenverkehrsämter

Des Weiteren unterscheidet man in Norwegen zwischen den regionalen Fremdenverkehrsämtern und den örtlichen Fremdenverkehrsämtern bzw. Touristenbüros. Über ein regionales Fremdenverkehrsamt, das regional unterschiedliche Bezeichnungen trägt, verfügt jeweils eine Provinz. Es befindet sich vorwiegend in der entsprechenden Provinzhauptstadt. Sie müssen die Region touristisch vermarkten, sind für den Publikumsverkehr nicht geöffnet und geben per Post, im Internet oder übers Telefon national und international Tipps und Informationen. Insgesamt stehen dem Informationssuchenden in Norwegen 19 regionale Fremdenverkehrsämter zu Verfügung.

Tabelle 21: Regionale Fremdenverkehrsämter in Norwegen

Region/Provinz	Stadt	Region/Provinz	Stadt
Oslo - Oslofjord		Westnorwegen (Fjordland)	
Oslo Promotion A/S	Oslo	Fjord Norge AS	Bergen
Akershus Reiselivsråd	Oslo	Rogaland Reiselivsråd	Stavanger
Destinasjon Vestfold A/S	Sandefjord	Hordaland og Bergen Reiselivsråd	Bergen
Ostnorwegen		Sogn og Fjordane Reiselivsråd	Sogndal
Hedmark Reiselivsråd	Hamar	Møre og Romsdal Reiselivsråd	Molde
Lillehammer Gudbrandsdal Reiseliv	Lillehammer	Mittelnorwegen	
Fjell og Fjord Ferie	Gol	Midt-Norsk Reiseliv	Trondheim
Buskerud Adventure	Drammen	Nordnorwegen	
Südnorwegen		Nordland Reiseliv	Bodö
Telemarksreiser AL	Skien	Markedsrådet i Troms	Harstad
Aust-Agder Reiselivsråd	Arendal	Finnmark Reiseliv	Alta
Sörlandsreiser	Kristiansand		

Örtliche Fremdenverkehrsämter

In Norwegen sind die örtlichen Touristenbüros sehr zahlreich und in jedem größeren Ort zu finden. Seit 1999 besteht ein Klassifikationssystem für die örtlichen Fremdenverkehrsämter. Hierbei wird unterschieden zwischen den Touristenbüros, die das ganze Jahr geöffnet und mit einem grünen Schild gekennzeichnet sind sowie den örtlichen Fremdenverkehrsämtern, die nur saisonal geöffnet haben und an den roten Schildern zu erkennen sind. Insgesamt informieren in Norwegen 253 örtliche Fremdenverkehrsämter, von denen 108 „rote“ und 145 „grüne“ Touristenbüros sind. Die Aufgaben und Dienstleistungen sind jedoch identisch (Informationen, Beratung und Buchungen insbesondere von Unterkünften). In den Orten sind die Touristenbüros ausgeschildert und durch das bekannte „i“ gekennzeichnet. Sie sind gut erreichbar und haben überwiegend eine zentrale Lage (z. B. am Marktplatz, im Rathaus,...). Die dieser Arbeit zugrunde liegende Umfrage „Urlauberverhalten und Wahrnehmung deutscher Urlauber“ zeigte, dass rund 82 Prozent der befragten deutschen Urlauber die Dienste der Touristenbüros in Anspruch nehmen (vgl. Kapitel 5.2.4 Informationen über Norwegen).

3.4.4 Beherbergungsgewerbe - Hotellerie und Parahotellerie

Das Gastgewerbe ist der wichtigste Wirtschaftsbereich des Fremdenverkehrs und da die Definition von Tourismus mindestens eine Übernachtung umfasst, ist touristisches Reisen ohne Beherbergungsgewerbe nicht möglich. In Norwegen stehen zahlreiche unterschiedliche Unterkunftsformen zur Verfügung. Diese Übernachtungsmöglichkeiten decken die unterschiedlichen Bedürfnisse der Besucher. Neben den Übernachtungen bieten die Beherbergungsbetriebe zusätzliche Leistungen, wie Verpflegung und Vermittlung weiterer touristischer Dienstleistungen (Bootsverleih, Fahrradverleih, Kartenverkauf, Führungen, Entertainment, ...). Die verschiedenen norwegischen Beherbergungsbetriebe werden im folgenden Kapitel vorgestellt.

„Hotell, Gjestgiveri, Pensjonat, Turiststasjon, Husrom: Die Skala an Unterkunftstypen in Norwegen ist breit, das verfügbare Kontingent an Gästebetten recht schmal. Wessen Sache vorbestellen - und sich festlegen - nicht ist, der muss wissen, dass er nicht nur im Hotel und in der oft einfacheren, aber meist gemütlicheren Gjestgiveri, einem Zwischending zwischen Gasthaus und Baude, gut aufgehoben ist, sondern auch im familiärer geführten Pensjonat und dass alle diese Häuser ihm auch bereitwillig einen Husrom, ein privates Zimmer, vermitteln, wenn sie ihn nicht unterbringen können.“

Dieser Auszug aus dem Merian Heft „Norwegens Fjordland“ aus dem Jahre 1968 zeigt, welchen Wandel das Beherbergungswesen erfahren hat. Von einem „schmalen Kontingent an Gästebetten“ kann nicht mehr gesprochen werden. Die nachfolgenden Zahlen zeigen, dass es an Unterkünften und Betten nicht mangelt, darauf weisen auch die Auslastungen der Hotels hin.

Das Beherbergungsgewerbe weist eine Struktur auf, die in Hotellerie oder Klassische Hotellerie und Parahotellerie unterschieden wird. Während die Hotellerie einen Beherbergungsbetrieb mit Bewirtung darstellt, wird in der Parahotellerie überwiegend nur die Möglichkeit zur Übernachtung angeboten. Darüber hinaus sind die Betriebe der Parahotellerie vielfach Nebenerwerbsbetriebe und stehen dem Gast teilweise nur saisonal zur Verfügung. So werden z. B. einige Campingplätze von Landwirten oder Privatleuten nur wenige Monate im Sommer geführt.

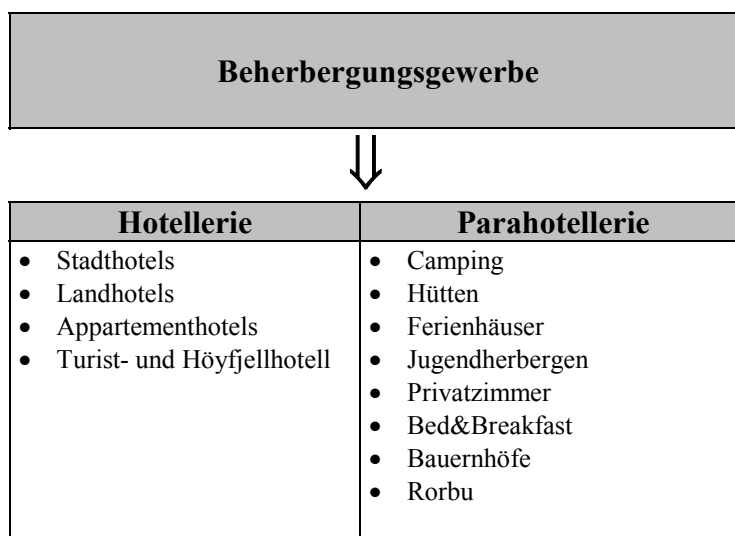


Abb. 11: Beherbergungsbetriebe

3.4.4.1 Hotellerie

Die Bezeichnungen „Hotel“ tragen in Norwegen nur Beherbergungsbetriebe mit einer Anzahl von mindestens 20 Betten. Dies entspricht auch der Definition Hotel, des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA). In Norwegen ist der Begriff „Hotell“ gesetzlich geschützt. Hierbei wird u. a. in den amtlichen Statistiken des „Statistik Sentralbyrå“, Oslo weiterhin, abhängig von der Lage, zwischen Stadthotel, Landhotel und Hochgebirgshotel („Turisthotell/Høyfjellhotell“) unterschieden. Stadthotels sind Beherbergungsbetriebe mit mindestens 20 Betten und einer Gastronomie. Sie haben eine Lage in städtischen Siedlungen. Die Landhotels verfügen über vergleichbare Standards, befinden sich jedoch in einer ländlichen Umgebung. Die „Turisthoteller/Høyfjellhoteller“ können vergleichbar ausgestattet sein, befinden sich ebenfalls abseits der Städte, jedoch in Höhen von 700 bis 800 Metern und höher. Generell sind die aufgeführten Übernachtungsbetriebe gut ausgestattet und bieten einen umfangreichen Service. Die Ausstattungsmerkmale entsprechen den mitteleuropäischen Normen und so sind Zimmer mit Dusche, WC, Minibar, Telefon und TV Standard. Die Hotels (Abb. 22) verfügen in der Regel über Restaurationsbetriebe, in denen man „à la carte“ speisen kann. Viele Hotels, in deren Restaurants Reisegruppen bewirtet werden, bieten ein skandinavisches Büfett an. Die Auswahl der alkoholischen Getränke ist in den Restaurants unterschiedlich, denn nicht jedes Restaurant verfügt über eine Konzession, an die Gäste alkoholische Getränke auszuschenken. Zahlreiche Hotels gehören Hotelketten an. Diese Zusammenschlüsse vieler Hotels sind z. B. Choice Ho-

tels Scandinavia, Best Western, Norlandia Hotels, Rainbow Hotels und Rica Hotels. Diesen Ketten sind unterschiedlich viele Hotelbetriebe angeschlossen. Die Hotelkette Rica Hotels verfügt über insgesamt 80 Hotels in Norwegen. Allein 9 davon befinden sich in Oslo.

Durch besondere Rabattsysteme soll es dem Individualtouristen ermöglicht werden, die Hotels wesentlich günstiger zu nutzen. Hierbei muss der Urlauber im Vorfeld seiner Reise einen Hotelpass bestellen, wie z. B. den „Nordic Hotel Pass“ von Choice Hotels Scandinavia oder den „Scan+ Hotel Pass“ von Norlandia Hotels und Rainbow Hotels. Der Hotelpass kann kostenlos sein oder wird gegen einen geringen Beitrag (Nordic Hotel Pass kostet 12,- EURO, Stand 2003) verschickt. Der Passinhaber kann dann bei einigen zugehörigen Hotels kostengünstiger Übernachten (je nach Anbieter ab 325,- norwegischen Kronen, ca. 40,- EURO pro Person). Die „normalen“ Übernachtungskosten sind nahezu doppelt so hoch. Der „Fjord Pass“ ermöglicht günstige Übernachtungen unabhängig von bestimmten Hotelketten. Die Angebote variieren im Umfang der Leistungen und sind saisonal unterschiedlich gültig und so ist der „Fjord Pass“ nur in der Zeit vom 1. Mai bis zum 30. September einsetzbar. Man hat hier versucht die Auslastung der Hotels in den Sommermonaten zu erhöhen. In dieser Zeit werden die Hotels kaum als Tagungs- und Konferenzhotels genutzt.

Eine weitere mögliche Unterkunftsform ist die Übernachtung in Appartementhotels, die in Norwegen im Vergleich zu den aufgeführten Hotels wesentlich weniger anzutreffen sind. Die Appartementhotels verfügen über eine gewisse Anzahl von Ferienwohnungen und befinden sich häufig in der Nähe von Hotels oder größeren Campingplätzen, deren Angebote und Einrichtungen wie z. B. Schwimmbad, Sauna, Kiosk und Restaurant mitbenutzt werden können. In den amtlichen Statistiken tauchen die Appartementhotels nicht auf. Die Reiseanbieter führen die Appartementhotels überwiegend in den Ferienhauskatalogen auf.

Die Entwicklung der norwegischen Hotelbetriebe

Die aktuellen amtlichen Statistiken, wie auch die Statistiken des Beherbergungswesens aus dem Jahr 1950 beziehen sich auch auf diese drei Kategorien. Betrachtet man nun die Entwicklung der Hotels, so kann man unschwer erkennen, dass sich das Hotelgewerbe erst allmählich entwickelt hat. 1950 registrierte das Statistische Zentralamt in Norwegen insgesamt 420 Hotels (von denen 377 Hotels ganzjährig geöffnet waren) mit einer Anzahl von insgesamt 20.115 (17.149 in der Wintersaison) Betten, was einem Durchschnitt von rund 48 Betten pro Hotel entspricht (Quelle: Statistikk Sentralbyrå, Oslo 1951). Von diesen Hotels waren rund 43 Prozent Stadthotels (164), ca. 41 Prozent Landhotels (153) und ungefähr 16 Prozent Hochgebirgshotels (60). Bereits 1950 konnte man in Norwegen Tourismusschwerpunkte ausmachen und so konzentrierten sich die unterschiedlichen Hotelformen in bestimmten Regionen. Die Stadthotels hatten ihre regionalen Schwerpunkte in Oslo mit 38 Hotels (23%) und in den südnorwegischen Regionen Vest-Agder, Aust-Agder und Telemark (30). Das Gudbrandsdal und die Stadt Lillehammer sowie das „Vestlandet“ (Westnorwegen), heute als „Fjordland“ besser bekannt, hatten im Fremdenverkehr in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg einen hohen Stellenwert. Hier registrierte man insgesamt 20 Hochgebirgshotels und 17 Landhotels, in dem Landesteil „Westnorwegen“ zählte man 12 Gebirgshotels und 45 Landhotels, was einem relativen Anteil von rund 30 Prozent an allen Landhotels entspricht. Wie schnell das Hotelgewerbe ausgebaut wurde, verdeutlichen die Bettenzahlen der Hotels. Allerdings nahm mit der zunehmenden Bettenzahl auch die Auslastung ab, damit ist offensichtlich, dass das Angebot stets weit über der Nachfrage bzw. dem Bedarf nach Hotelunterkünften lag (siehe folgende Tabelle). Während die Auslastung der Hotels 1950 im Jahresdurchschnitt bei 57,5% und im Jahr 1960 bei 61,8% lag, ging die

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

prozentuale Auslastung der Hotelbetten in den folgenden Jahren weiter zurück und betrug 1972 rund 53 Prozent, 1980 ungefähr 48 Prozent und im Jahr 1990 rund 35 Prozent.

Aufgrund der hohen Besucherzahlen in den 90er Jahren stieg die Auslastung leicht an und lag 1999 bei rund 39 Prozent. Die angegebenen Werte sind Jahresmittelwerte. Natürlich sieht die Bettenauslastung in den einzelnen Monaten, wie auch in den verschiedenen Regionen unterschiedlich aus. Betrachtet man das Jahr 1996, so verzeichnete man eine durchschnittliche Auslastung der Betten von 37,3 Prozent. In der Wintersaison, die innerhalb eines Kalenderjahres die Monate Januar bis April umfasst, lag die Auslastung bei 46,4 Prozent. In der Sommersaison (Mai bis September) lag die Auslastung bei 43,3% und in der Herbstsaison (Oktober bis Dezember) bei lediglich 28,8%. Auch wenn die Hotels in den Sommermonaten häufiger von den Urlaubern frequentiert werden und die Auslastung von 43,3 Prozent über dem Jahresdurchschnitt von 37,3 Prozent liegt, können diese Werte das Hotelgewerbe nicht zufrieden stimmen. Der Monat, in dem die meisten Übernachtungen in den norwegischen Hotels verbucht werden ist mit rund 2,32 Millionen Übernachtungen der Juli, im Dezember wurden lediglich 730.000 Übernachtungen in den Hotels registriert.

Tabelle 22: Hotelübernachtungen in ausgewählten Jahren

	1950	1960	1972	1980	1990	1999
Anzahl der Hotels	420	k.A.	k.A.	k.A.	1.135	1.162
Bettenkapazität	20.115	25.470	35.365	45.441	112.660	137.653
Zahl der Übernachtungen (1)	3.656.000	4.425.000	5.492.000	7.326.000	12.022.000	16.526.000
Auslastung der Hotels	57,5	61,8	53,3	47,7	35,4	38,8
Übernachtungen der deutschen Touristen	6.000	86.000	281.000	451.000	580.000	882.931

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo. (1) alle Übernachtungen, inkl. Geschäftsreisen.

Die Anzahl der Hotels nahm kontinuierlich von 377 Hotels im Jahre 1950 bis gegenwärtig 1.162 Hotels (1999) zu. Die Bettenzahl stieg in diesem Zeitraum von 20.115 auf insgesamt 137.653 Betten. Über die Betriebsgrößen z. B. durch die Klassifizierung durch die Anzahl der Mitarbeiter liegen keine Erhebungen vor. Jedoch macht das Statistische Zentralamt einige Angaben über die Erwerbstätigen in den Hotels und Restaurants (werden in der Statistik zusammengefasst). So waren im Jahr 1999 insgesamt in der touristischen Hochsaison (im 3.Quartal) rund 77.000 Beschäftigte in dem Hotel- und Gaststättengewerbe tätig. Im 1.Quartal lag die Zahl der Beschäftigten bei rund 69.000. Erwähnenswert ist auch die Zunahme der Arbeitsplätze in dieser Branche, denn 1990 (3.Quartal) zählte man 63.000 und 1995 rund 65.000 Erwerbstätige. So wurden in diesem Erwerbszweig in 9 Jahren rund 14.000 Arbeitsplätze geschaffen.

Übernachtungszahlen

Die von dem Statistischen Zentralamt erhobenen Übernachtungszahlen umfassen alle Übernachtungen im Hotel unabhängig von dem Grund der Übernachtung und so wird hier nicht zwischen Urlaubsreise und Geschäftsreise unterschieden. 1999 verzeichneten die norwegischen Hotels rund 16,5 Millionen Übernachtungen. Die größte Gruppe der Hotelgäste sind Norweger mit einem Anteil von beachtlichen 68,5%. Unter den ausländischen Hotelgästen dominieren die deutschen Gäste mit rund 883.000 Übernachtungen, die Dänen mit rund 840.000 Hotelnächten sowie die Schweden mit ca. 684.000 Übernachtungen. Die größte Gruppe aus dem außereuropäischen Ausland sind die US-Amerikaner mit rund 429.000 Übernachtungen.

Tabelle 23: **Beherbergungsbetriebe und Übernachtungen (Urlaubsreisen)**

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Anzahl Campingplätze	779	796(1)	783	798	777	773	768	760	744	748	953 (2)	931
Camping-Übernachtungen insgesamt - Angaben in Millionen	4,595	4,706	5,071	5,069	4,822	4,819	4,714	4,369	4,030	4,101	4,897	4,832
Übernachtungen deutscher Urlauber auf Campingplätzen	657.491	703.493	791.671	870.088	951.189	1100.910	1016.062	948.175	853.629	829.454	911.336	847.432
% Anteil Übernachtungen deutscher Urlauber auf Campingplätzen	14,3	14,9	15,6	17,2	19,7	22,8	21,5	21,7	21,2	20,2	24,4	17,5
Auslastung der Campingplätze	38,9	39,0	40,9	40,0	40,4	40,8	39,4	37,0	37,1	k.A.	k.A.	k.A.
Auslastung im Juli	k.A.	73,2	74,2	74,6	74,5	72,8	69,5	68,6	67,0	k.A.	k.A.	k.A.
Anzahl Hotels (insgesamt)	k.A.	k.A.	1.135	1.168	1.183	1.184	1.195	1.179	1.186	1.198	1.176	1.162
Anzahl Touristen- und Hochgebirgshotels	k.A.	k.A.	193	193	194	192	199	194	198	k.A.	k.A.	k.A.
Anzahl Stadthotels	k.A.	k.A.	275	286	287	283	292	289	296	k.A.	k.A.	k.A.
Anzahl Landhotels	k.A.	k.A.	667	689	702	709	704	696	692	k.A.	k.A.	k.A.
Hotelübernachtungen insgesamt - Angaben in Millionen	11,85	11,62	12,02	12,82	13,29	14,00	14,68	14,85	15,31	15,70	16,42	16,53
Kapazität – Anzahl Hotelbetten	105.923	104.907	112.660	116.926	120.480	123.136	129.199	131.217	133.521	135.605	137.188	137.653
Bettenausnutzung in % (Hotels)	38,0	36,5	35,4	36,0	36,0	37,2	37,5	36,7	37,3	37,7	39,0	38,8
Ferienübernachtungen in Hotels - Angaben in Millionen	6,104	6,133	6,432	7,045	7,296	7,839	8,194	8,269	8,421	8,401	8,564	8,669
Übernachtungen deutscher Urlauber und Geschäftsreisender in Hotels	539.000	581.000	580.599	713.212	850.587	1036.481	1159.830	1064.669	1022.480	996.000	977.000	882.931
% Anteil Übernachtungen deutscher Urlauber und Geschäftsreisender in Hotels	8,8	9,5	9,0	10,1	11,6	13,2	14,1	12,9	12,1	11,8	11,4	10,1
Anzahl Jugendherbergen	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	92	94	97	99	99	101	97	97
Übernachtungen deutscher Urlauber in Jugendherbergen	k.A.	k.A.	38.000	41.000	42.442	45.663	39.482	40.943	35.935	31.843	31.796	28.695

Quelle: Eigene Berechnungen und Angaben des Statistischen Zentralamtes Oslo, verschiedene Jahrgänge.

Hinweise: (1) – 1989 wurden nur noch Campingplätze mit mindestens 8 Campinghütten in die amtliche Statistik aufgenommen.

(2) – ab 1998 alle Campingplätze ab 50 Stellplätze (auch ohne Campinghütten)

Tabelle 24: Hotelübernachtungen 1999

Herkunftsland	Übernachtungen	% Anteil
1. Norwegen	1.1318.810	68,5
2. <i>Deutschland</i>	882.931	5,3
3. Dänemark	840.109	5,1
4. Schweden	684.323	4,1
5. Großbritannien	542.202	3,3
6. USA	428.720	2,6
7. Niederlande	296.998	1,8
8. Frankreich	274.986	1,7
9. Spanien	177.798	1,1
10. Japan	173.171	1,0
11. Italien	144.463	0,8
12. Finnland	87.618	0,5

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo (2000).
Alle Übernachtungen, inkl. Geschäftsreisen.

Nutzung der Hotels durch deutsche Urlauber

Die registrierten deutschen Übernachtungen im Jahre 1950, fünf Jahre nach Kriegsende, waren mit lediglich 6.000 Übernachtungen vergleichbar bedeutungslos. In diesem Jahr wurden 252.000 Übernachtungen dänischer Reisender, 213.000 britischer Urlauber und 212.000 durch die benachbarten Schweden registriert. Die geringen Übernachtungszahlen deutscher Urlauber stehen sicherlich mit der Besetzung Norwegens durch deutsche Truppen während des Zweiten Weltkrieges sowie mit dem Wiederaufbau der Bundesrepublik in Zusammenhang. In den folgenden Jahren stiegen die Übernachtungszahlen der deutschen Reisenden kontinuierlich an und so wurden 1960 mit 86.000 Übernachtungen wesentlich mehr deutsche Gäste in den norwegischen Hotels empfangen. 1972 lag die Anzahl der Nächte bei 281.000 und 1980 bei beachtlichen 451.000. In den folgenden zwei Jahrzehnten profitierte das Hotelgewerbe in erster Linie von dem deutschen Markt. Dies lag zum einen an der forcierten Werbung durch das Norwegische Fremdenverkehrsamt (seit 1984), der Wiedervereinigung und der damit verbundenen hohen Anzahl neuer potenzieller Norwegenbesucher, die auch in verstärktem Maße das skandinavische Land bereisten. Weitere Gründe sind in den Krisen einiger Mittelmeerländer wie z. B. Jugoslawien in den 90er Jahren, sowie die Austragung der Olympischen Winterspiele in Lillehammer 1994 zu sehen. Zunächst stieg die Zahl der Übernachtungen im Jahr 1990 auf 580.000 an, was eine Zunahme von 129.000 Nächten in 10 Jahren bedeutete. Von 1990 bis 1994 verdoppelte sich die Zahl der Übernachtungen deutscher Reisender von 580.000 auf rund 1,16 Millionen.

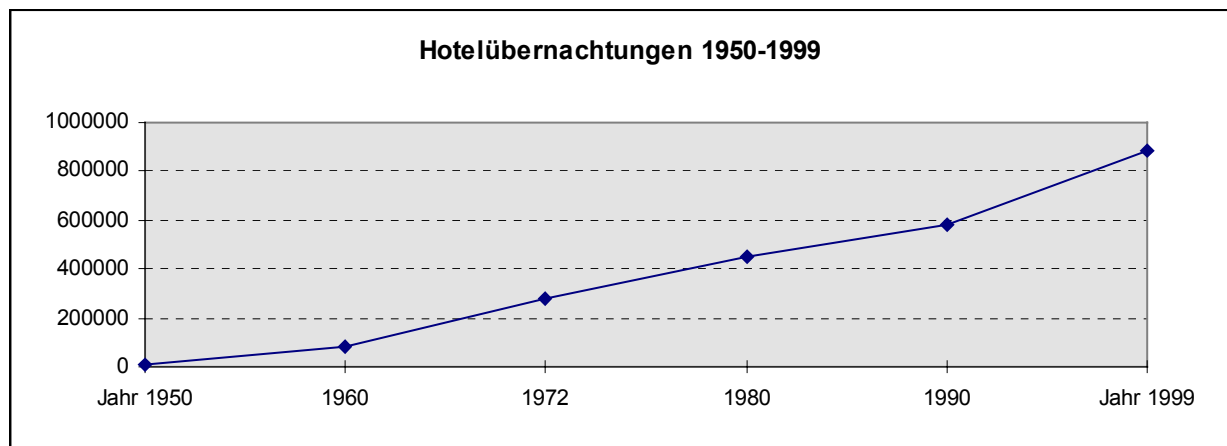


Abb. 12: Hotelübernachtungen durch deutsche Urlauber und Geschäftsreisende 1950-1999.

Quelle: Statist Zentralamt, Oslo 2000

Die Verteilung der Übernachtungen deutscher Reisegäste (Urlauber und Geschäftsreisende) in den Hotels muss unter der Berücksichtigung der entsprechenden Hotelform betrachtet werden, denn in Norwegen stehen mit dem Stadthotel, dem Landhotel und dem Touristen- und Hochgebirgshotel drei verschiedene Hotelarten zur Verfügung. 1996 wurden 404.285 Nächte in Landhotels, 326.670 Übernachtungen in Stadthotels und 291.525 Nächte deutscher Urlauber in Hochgebirgshotels verzeichnet. Hierbei ist zu erkennen, dass die Landhotels auf die 39,5 Prozent aller deutschen Hotelübernachtungen entfallen. 32% der deutschen Reisegäste wählen ein Stadthotel und 28,5% das Hochgebirgshotel zur Unterkunft.

Tabelle 25: Die Nutzung der verschiedenen Hotelformen durch deutsche Touristen

	Alle Hotels	Stadthotel	Landhotel	Hochgebirgshotel
Übernachtungen im Jahr 1992	850.587	273.319	318.239	258.975
% Anteil	100	32,1	37,4	30,5
Übernachtungen im Jahr 1994	1.159.830	345.989	456.312	357.529
% Anteil	100	29,8	39,3	30,9
Übernachtungen im Jahr 1996	1.022.480	326.670	404.285	291.525
% Anteil	100	32,0	39,5	28,5

Quelle: Eigene Berechnungen und Zusammenstellung nach Ang. d.Statistischen Zentralamts, Oslo 1997; inkl. Geschäftsreisende

Die Jahresverteilung des Jahres 1999 lässt deutlich erkennen, dass deutsche Touristen zum größten Teil die Hotelbetriebe in den Sommermonaten Juni, Juli und August nutzen. Von den insgesamt 884.000 Gästenächten entfallen 71 Prozent auf diese drei Sommermonate. Im Juli werden mit 257.000 Hotelnächten durch deutsche Urlauber und Geschäftsreisende die meisten Übernachtungen verzeichnet. In dem Monat November sind es lediglich 11.000 Gästenächte. Unter den Wintermonaten verzeichnet man im Monat März mit 43.000 Gästenächten die meisten Hotelübernachtungen.

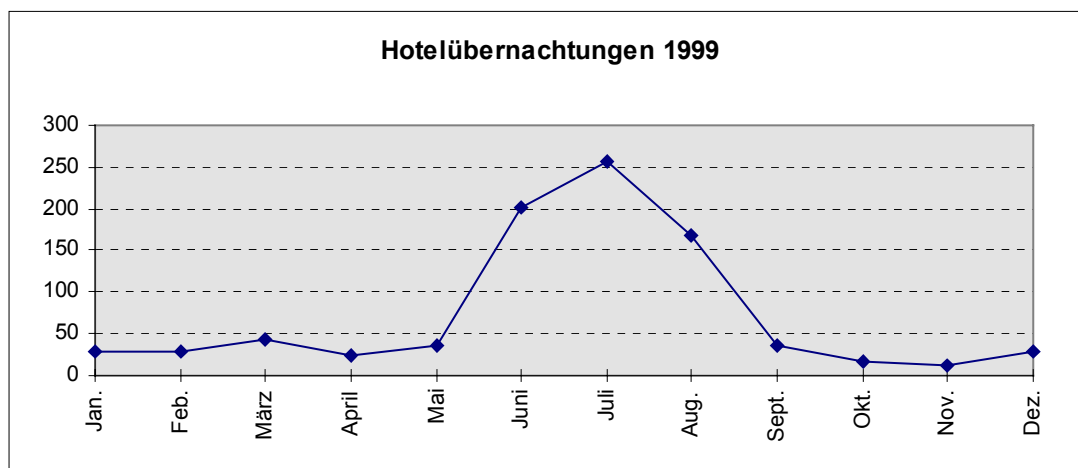


Abb. 13: Hotelübernachtungen durch deutsche Urlauber und Geschäftsreisende 1999.

Angaben in 1.000 Gästenächten. Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 2000.

Abschließend muss noch darauf hingewiesen werden, dass die aufgeführten Übernachtungszahlen von dem Statistischen Zentralamt in Oslo erhoben wurden. Die Hotels sind meldepflichtig und müssen monatlich ihre Übernachtungszahlen mit Hilfe eines Meldeboogens (Overnattingsrapport) angeben. Die veröffentlichten Übernachtungszahlen zeigen lediglich aus welchen Ländern die Hotelgäste kommen. Eine weitere Differenzierung z. B.

unter besonderer Berücksichtigung der soziodemographischen Merkmale wurde nicht gemacht. Auch sind zu diesem Thema keine Untersuchungen durchgeführt worden. Leider wird auch nicht zwischen Urlaubsreisenden und Geschäftsreisenden differenziert.

3.4.4.2 Parahotellerie

Neben der Hotellerie hat in Norwegen die Parahotellerie einen hohen Stellenwert. Die Parahotellerie, die auch als „zusätzliche oder ergänzende“ Hotellerie bezeichnet wird (vgl. Freyer, 1995, S.117) umfasst Campingplätze, Hütten, Ferienhäuser, Jugendherbergen, Privatzimmer, Bauernhöfe und „Rorbuer“, eine typisch nordnorwegische Unterkunftsform (Übernachtung in den nur saisonal genutzten Fischerhütten). Über die Anzahl der entsprechenden Beherbergungsbetriebe, die Verteilung, die Auslastung und die individuelle Bedeutung für den deutschen Touristen informieren die nachfolgenden Kapitel.

Campingplätze

Die Campingplatzsituation in Norwegen ist im allgemeinen sehr gut (vgl. Adams, 1995, S.13ff) und so reicht das Angebot mit 1.400 Plätzen in Norwegen aus. Viele der Campingplätze (Abb. 57) sind gut in die Natur eingebettet und haben dementsprechend eine reizvolle Lage. Sie liegen überwiegend am Wasser, wie z. B. am See, am Fluss oder an einem Fjord. Ihre Größe und ihre Ausstattung sowie das Preisniveau ist stets unterschiedlich. Die Campingplätze unterliegen einem Klassifikationssystem, sind in fünf Kategorien eingeteilt und können je nach Ausstattung über bis zu 5 Sterne verfügen. Parzellierte und nummerierte Stellplätze, wie auf mittel- und südeuropäischen Plätzen, sind in Norwegen die Ausnahme. Der Campinggast kann sich auf dem Campinggelände einen Platz selber suchen. Nahezu jeder Campingplatz verfügt über eine Küche und einen Aufenthaltsraum, was die nicht motorisierten Reisenden sehr begrüßen. Die sanitären Anlagen sind „qualitativ zufriedenstellend“ (vgl. ADAC Campingführer, 1999, S.728). Zu den weiteren Einrichtungen der Campingplätze gehören vielfach Bootsverleih, Spielplätze, Kiosk, Cafeteria oder ein kleines Restaurant, Rezeption mit Information. Hier wird überwiegend Englisch und vielfach auch Deutsch gesprochen. Jeder Campingplatz verfügt über eine Entsorgungsstation für chemische Toiletten. Seit 1995 gibt es die norwegische Campingkarte (Norsk Campingkort), die dem Gast das Einschecken erleichtert und Vergünstigungen (z. B. an Tankstellen) bietet.

Tabelle 26: Anzahl der Campingplätze und Übernachtungszahlen 1988 - 1999

Jahr	Anzahl der Campingplätze	Übernachtungen Camping + Hütte	Übernachtungen Zelt/Wohnwagen/ Wohnmobil	Übernachtungen in der Hütte
1988	779	4.595.379	2.643.305	1.952.075
1989	796	4.706.668	2.728.305	1.978.364
1990	783	5.071.767	3.973.338	2.098.429
1991	798	5.069.677	2.944.905	2.124.772
1992	777	4.822.406	2.746.926	2.075.479
1993	773	4.819.115	2.732.907	2.086.208
1994	768	4.714.625	2.682.264	2.032.361
1995	760	4.369.916	2.477.203	1.892.713
1996	744	4.031.641	2.161.444	1.870.196
1997	748	4.101.087	2.306.026	1.795.062
1998	953(1)	4.897.573	2.571.098	2.326.475
1999	931	4.832.774	2.463.626	2.369.148

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 1997 und 2000. (1) Ab 1998 alle Campingplätze ab 50 Stellplätze (auch ohne Campinghütten).

Für die große Zahl der Individualtouristen (ca. 90%) ist der Campingplatz nicht nur Übernachtungsplatz, sondern auch Aktionsraum. Rund 1.400 Campingplätze gibt es in Norwegen. Allerdings werden wesentlich weniger durch die amtlichen Statistiken erfasst. Die Statistiken berücksichtigen seit 1989 nur die Campingplätze, die über mindestens 8 Campinghütten verfügen. Seit 1998 wurden auch die Campingplätze zusätzlich erfasst, die zwar über keine Campinghütten verfügen, jedoch mindestens 50 Stellplätze aufweisen können. Die Gäste von rund 470 Campingplätzen, die vielfach sehr klein sind und nur wenige Monate im Jahr als Nebenerwerbsbetrieb betrieben werden, sind in den amtlichen Statistiken nicht verzeichnet. Darüber hinaus ist der Anteil der Wildcamper nicht bekannt. Vor diesem Hintergrund müssen die quantitativen Angaben über den Campingtourismus kritisch betrachtet werden. Die Anzahl der statistisch erfassten Campingplätze geht seit 1991 mit einer Zahl von 798 Campinganlagen auf eine Anzahl von 748 im Jahre 1997 zurück. 1999 stieg durch die zusätzlichen registrierten Campingplätze die Anzahl auf 931. Die Übernachtungszahlen gingen in den 1990er auf den Campingplätzen zunächst zurück (siehe auch Tab. 23 Beherbergungsbetriebe und Übernachtungen) und nahmen erst am Ende der Dekade wieder zu. Während die norwegischen Campingplatzbetreiber 1990 zahlreiche Gäste begrüßen durften, die rund 2,65 Millionen Nächte verbrachten, wurden 1996 mit rund 2,16 Millionen Campingübernachtungen rund eine halbe Millionen Gästenächte weniger verzeichnet. Im Jahr 1999 wurde mit 2,46 Millionen Gästenächten auf den Campingplätzen eine höhere Auslastung verzeichnet. Die im Vergleich zum Jahr 1996 und 1997 höheren Übernachtungszahlen resultieren aus der Erweiterung der meldepflichtigen Campingplätze.

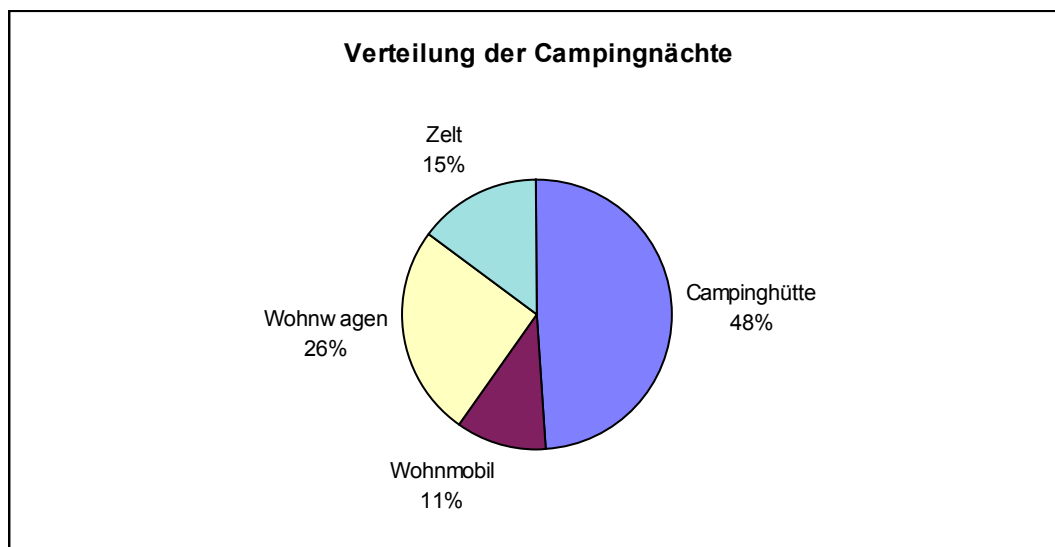


Abb. 14: Verteilung der Übernachtungen auf dem Campingplatz unter Berücksichtigung der Unterkunftsform 1999. Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 2000

Betrachtet man die Verteilung der Campingplatznutzer, so addierten sich die Nächte der Urlauber, die 1999 mit dem Zelt, dem Wohnmobil oder dem Wohnwagen unterwegs waren, auf eine Zahl von insgesamt 2.463.626 Nächten. In diesem Jahr wurden insgesamt rund 2,37 Millionen Übernachtungen in den Campinghütten registriert. Der Vollständigkeit halber muss noch erwähnt werden, dass 1999 rund 2,32 Millionen Übernachtungen durch Dauercamper registriert wurden, die jedoch in der Gesamtübernachtungszahl von rund 4,8 Millionen Nächten nicht enthalten sind. Betrachtet man nun die Verteilung der aufgeführten rund 4,8 Millionen Gästenächte auf den norwegischen Campingplätzen, so haben die Nächte in den Campinghütten einen Anteil von rund 48% (2.369.148 Gästenächte), Über-

nachtungen in dem Wohnwagen rund 26% (1.239.110 Gästenächte), in dem Zelt 15% (712.991 Gästenächte) und in dem Wohnmobil 11% (511.525 Gästenächte).

Übernachtungen auf dem Campingplatz unter Berücksichtigung der Herkunftsländer

In Norwegen wurden 1999 insgesamt 4,832 Millionen Übernachtungen (ohne Dauercamper) auf den meldepflichtigen Campingplätzen registriert. Hierbei stellen die Norweger mit insgesamt rund 2,7 Millionen Übernachtungen vor den deutschen Reisenden die größte Gruppe dar. Die Gästenächte deutscher Campingtouristen addieren sich auf eine Zahl von rund 847.000. Dies entspricht den Übernachtungen, der in der Rangliste folgenden Länder Niederlande, Schweden und Dänemark zusammen. Urlauber aus weiteren Ländern verbrachten insgesamt weit weniger als 100.000 Nächte auf norwegischen Campingplätzen. Nicht unerwähnt bleiben sollten die vergleichsweise niedrigen Übernachtungszahlen der Campingtouristen aus Großbritannien, die aufgrund der Nähe zu Norwegen und den direkten Fährverbindungen (Kristiansand – Newcastle, Bergen/Stavanger – Newcastle) eine weitaus schnellere Anreise haben als Touristen aus Frankreich und Italien, die mehr Gästenächte verbuchen.

Tabelle 27: Übernachtungen auf dem Campingplatz 1999

Herkunftsland	Übernachtungen	% Anteil
1. Norwegen	2663.492	55,1
2. Deutschland	847.432	17,5
3. Niederlande	337.065	7,0
4. Schweden	320.106	6,6
5. Dänemark	189.507	3,9
6. Finnland	82.681	1,7
7. Frankreich	65.816	1,4
8. Italien	46.092	1,0
9. Großbritannien	42.392	0,9
10. Polen	36.925	0,8
11. Schweiz	35.481	0,7
12. Österreich	28.349	0,6

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo (2000).

Die regionale Verteilung der Campingplätze

Nach Angaben des Statistischen Zentralamts wurden 1999 insgesamt 931 Campingplätze gemeldet. Meldepflichtig waren Campingplätze, die über mindestens 8 Campinghütten oder 50 Stellplätze verfügten. Zu den Provinzen mit einer hohen Anzahl von Campingplätzen gehört in erster Linie Oppland mit 122 Campinganlagen, was einem Anteil von 13,1 Prozent an allen norwegischen Campingplätzen entspricht. Zahlreich sind die Campingplätze rund um Lillehammer und im Gudbrandsdal.

Bemerkenswert hoch ist die Anzahl in der nordnorwegischen Provinz Nordland mit 87 Campingplätzen von denen viele auf der Inselgruppe der Lofoten zu finden sind. Die beiden Provinzen Møre og Romsdal (74 Campingplätze) und Sogn og Fjordane (72) im Fjordland bieten dem Campingurlauber ebenfalls zahlreiche Urlaubsmöglichkeiten. Oslo mit der Provinz Akershus verfügt über lediglich 10 Campingplätze (1,1%).

Betrachtet man nun die Anzahl der Campingplätze unter Berücksichtigung der Landesteile, so stellt man fest, dass sich die meisten Campingplätze in Ostnorwegen befinden. Hier beträgt der Anteil an allen norwegischen Campingplätzen 41,6 Prozent gefolgt vom Fjordland mit 24,6 Prozent. In den nördlichen Provinzen Nordland, Troms und Finnmark, die zu-

sammen Nordnorwegen bilden, liegt der Anteil bei 16,6 Prozent und Mittelnorwegen bei rund 10 Prozent. Die Landesteile mit einem geringen Anteil sind Südnorwegen mit 6,8 Prozent und Oslo/Akershus mit lediglich 1,1 Prozent.

Tabelle 28: Regionale Verteilung der Campingplätze 1999

Provinz (Fylke)	Anzahl Campingplätze	Prozentualer Anteil
1. Oppland	122	13,1
2. Nordland	87	9,3
3. Møre og Romsdal	74	7,9
4. Sogn og Fjordane	72	7,7
5. Buskerud	65	7,0
6. Telemark	64	6,8
7. Hedmark	58	6,2
8. Hordaland	55	5,9
9. Sør-Trøndelag	48	5,1
10. Nord-Trøndelag	47	5,0
11. Aust-Agder	44	4,7
12. Vestfold	42	4,5
13. Troms	37	4,0
14. Finnmark	31	3,3
15. Rogaland	29	3,1
16. Ostfold	26	2,8
17. Vest-Agder	20	2,1
18. Oslo/Akershus	10	1,1

Quelle: Eigene Berechnungen nach Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 2000

Nutzung der Campingplätze durch deutsche Urlauber

Der hohe Stellenwert der Campingplätze für deutsche Touristen lässt sich aus den Beherbergungsstatistiken ableiten. Das Camping ist für viele deutsche Urlauber die ideale Unterkunftsform, denn sie garantiert den Aufenthalt in der Natur und eine flexible Urlaubsgestaltung. Die Übernachtungszahlen der deutschen Urlauber sind bis zum Jahr 1993 kontinuierlich gestiegen und hatten mit rund 1,1 Millionen Gästenächten ihr Maximum. Von 1993 bis 1997 gingen die Übernachtungszahlen der deutschen Reisenden stetig zurück.

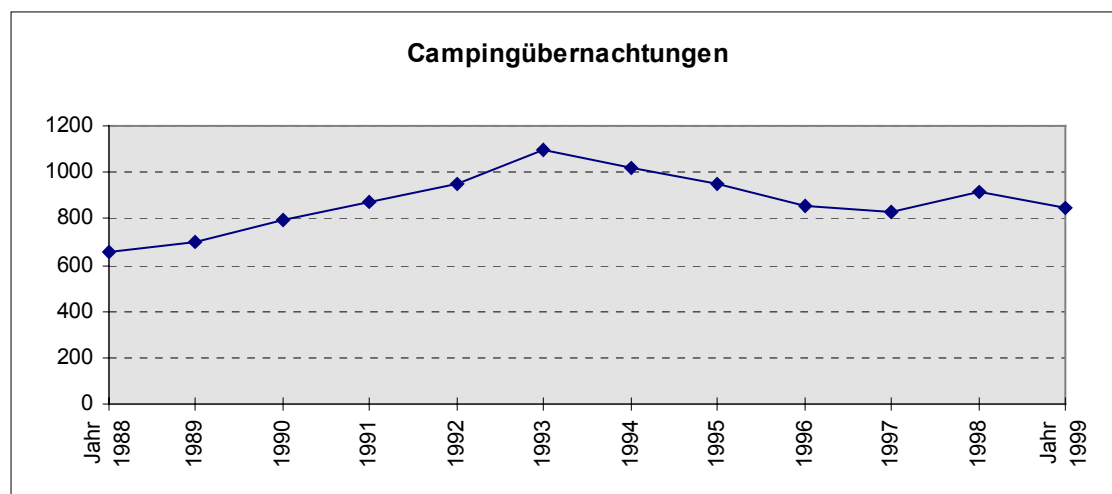


Abb. 15: Anzahl der Übernachtungen deutscher Campingurlauber 1988-1999, Angaben in 1.000 Übernachtungen. Quelle: Statistische Zentralamt, Oslo 1997, 2000

Der starke Anstieg zum Jahr 1998 ist durch die erhöhte Anzahl der registrierten Campingplätze begründet. Seit 1998 sind auch Campingplätze meldepflichtig, die über mindestens

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

50 Stellplätze verfügen, auch wenn sie keine Hütten besitzen. Vorher wurden durch das Statistische Zentralamt nur Campingplätze erfasst, die über mindestens acht Hütten verfügten.

Tabelle 29: **Übernachtungen deutscher Touristen auf dem Campingplatz**

Jahr	Übernachtungszahlen	Übernachtungen deutscher Touristen	prozentualer Anteil
1988	4.595.379	657.491	14,3
1989	4.706.668	703.493	14,9
1990	5.071.767	791.671	15,6
1991	5.069.677	870.088	17,2
1992	4.822.406	951.189	19,7
1993	4.819.115	1.100.910	22,8
1994	4.714.625	1.016.062	21,5
1995	4.369.916	948.175	21,7
1996	4.031.641	853.629	21,2
1997	4.101.087	829.454	20,2
1998	4.897.573	911.336	24,4
1999	4.832.774	847.432	17,5

Quelle: Eigene Berechnungen und Zusammenstellung nach Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 1997 und 2000

Neben der Entwicklung der Campingübernachtungen ist auch die regionale Verteilung der Gästenächte der deutschen Campingurlauber von Interesse. Sie zeigen, welche Räume in diesem Fall Provinzen (Fylker) für die Deutschen eine hohe Bedeutung als Reiseziel haben oder auf der anderen Seite welche Regionen in nur sehr geringem Umfang bereist werden. Betrachtet man die Verteilung, so ist unschwer zu erkennen, dass das Fjordland mit seinen vier Provinzen Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane und Møre og Romsdal in der Urlaubergunst ganz oben steht. Insgesamt verbrachten deutsche Urlauber im Fjordland 366.833 Nächte, was einer relativen Häufigkeit von rund 41 Prozent entspricht. Dementsprechend entfallen 4 von 10 Gästenächten auf Westnorwegen. An zweiter Stelle folgt Ostnorwegen, in der jede fünfte Campingnacht (19,9%) verbracht wird. Nordnorwegen mit den Provinzen Finnmark, Troms und Nordland verzeichnete einen prozentualen Anteil von 15,8%, gefolgt von Südnorwegen mit 9,2% und Mittelnorwegen mit 8,1%. Die wenigsten Nächte verbrachten die deutschen Camper in Oslo und der angrenzenden kleinen Provinz Akershus mit lediglich 6,3%. Die Verteilung zeigt, dass das Fjordland das Hauptreiseziel vor Ostnorwegen und Nordnorwegen ist. Südnorwegen, Mittelnorwegen und Oslo werden vergleichsweise weniger frequentiert. Betrachtet man nun die einzelnen Provinzen, so fallen die Provinzen im Fjordland Sogn og Fjordane mit rund 121.000 Übernachtungen und Hordaland mit ungefähr 105.000 Übernachtungen auf, deren Campingplätze werden von deutschen Urlaubern stark frequentiert. An dritter Stelle mit rund 100.000 Übernachtungen liegt die nordnorwegischen Provinz Nordland, zu der auch die stark besuchte Inselgruppe der Lofoten gehört. Am Ende der Rangfolge befindet sich die Provinz Vestfold am Oslofjord mit lediglich 8.090 Übernachtungen deutscher Campingurlauber, was einem Anteil von lediglich 0,9 Prozent entspricht. Interessanterweise spielt diese Region für den internationalen Campingtourismus eine unbedeutende Rolle, liegt aber in der Gunst der Norweger ganz oben. Beachtenswerte 602.358 Nächte verbrachten die Norweger auf den 42 Campingplätzen der Provinz. Dies ist mit der hohen Anzahl der Dauercamper begründet, die dort, aus dem Großraum Oslo kommend, ihre Wochenenden und Ferien verbringen.

Tabelle 30: Regionale Verteilung der Übernachtungen deutscher Campingurlauber 1998

Provinz (Fylke)	Übernachtungen	Prozentualer Anteil
1. Sogn og Fjordane	121.246	13,3
2. Hordaland	105.409	11,5
3. Nordland	98.745	10,8
4. Møre og Romsdal	84.081	9,2
5. Oppland	76.837	8,4
6. Oslo / Akershus	57.531	6,3
7. Rogaland	56.097	6,1
8. Aust-Agder	49.857	5,4
9. Sør-Trøndelag	37.414	4,1
10. Nord-Trøndelag	37.075	4,0
11. Vest-Agder	34.416	3,8
12. Buskerud	33.075	3,6
13. Telemark	29.159	3,2
14. Hedmark	25.015	2,7
15. Finnmark	24.056	2,6
16. Troms	22.379	2,4
17. Ostfold	10.229	1,1
18. Vestfold	8.090	0,9

Quelle: Eigene Berechnungen nach Ang. d. Statistischen Zentralamtes, Oslo 1999

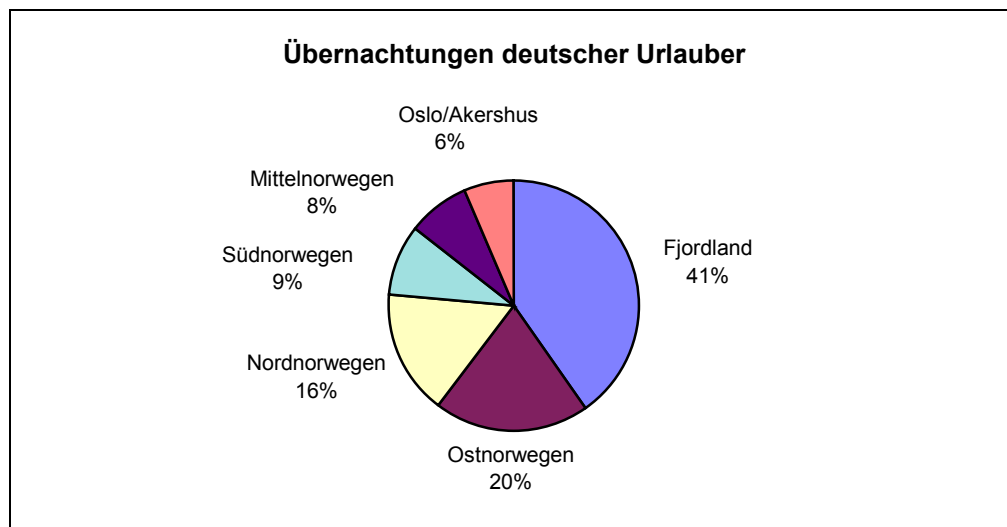


Abb. 16: Verteilung der Übernachtungen deutscher Urlauber auf den Campingplätzen 1998

Exkurs: Wildcamping

Wie hoch der Anteil der Camper ist, die abseits der Campingplätze ihre Nächte verbringen, ist unbekannt. Einer Studie des Transportökonomischen Institutes mit dem Sitz in Oslo und eigenen Berechnungen zur Folge, wurden 1996 mindestens 529.000 Nächte in der freien Natur außerhalb der Campingplätze verbracht (vgl. Haukeland & Rideng, 1997, S.22ff). So lange in den Reiseführern nicht konsequent vom Wildcamping (Abb. 58) abgeraten wird, um die norwegische Natur zu schützen und die Tourismuswirtschaft zu fördern, so lange werden sich immer noch (deutsche) Touristen Freiheiten herausnehmen, dort ihren Wohnwagen oder ihr Wohnmobil hinzustellen, wo es ihnen gefällt. Reiseführer die „tolle“ Plätze empfehlen: ... „wobei der erste Platz einem Syncro-Bulli erlaubt, sich rückwärts unten am Fluss zu verstecken“ (vgl. Adams, 1995, S.48) und nur in Ausnahmefällen zur Übernachtung auf einem Campingplatz raten: „Früher oder später jedoch wird jedes Wohnmobil

einmal von einem Campingplatz Gebrauch machen“ (vgl. Adams, 1995, S.13). Vernünftig aber nicht ausführlich genug die Aufforderung des Norwegischen Fremdenverkehrsamtes im offiziellen Norwegenkatalog 1999: „Zelte, Wohnmobile und -wagen gehören auf die gepflegten Campingplätze“.

Auch wenn die Besucherzahlen den Campingplätzen eine hohe Bedeutung attestieren, denn immerhin ist jeder fünfte auf dem Campingplatz ein deutscher Urlauber, so scheint für die Wildcamper der Campingplatz bedeutungslos zu sein oder nur für die Entsorgung der Chemietoilette oder zum Tanken von Frischwasser eine Rolle zu spielen. Näheres zu diesem Thema im Kapitel 7.1.3 „Wildcamping“.

Hütten

Die als Hütten (norw. hytter) bezeichneten traditionellen kleinen Holzhäuser (Abb. 62) sind eine typisch skandinavische Übernachtungsform und der „Hüttenurlaub“ ist eine ganz spezielle Art Urlaub zu machen (einfach, kostengünstig, naturverbunden). In dem offiziellen Campingführer des DCC, Ausgabe 2000 (Deutscher Camping-Club e.V.) werden die Hütten abwertend als „einfache Übernachtungshütten mit Schlafkojen und Matratzenlagern“ bezeichnet.

In Norwegen und Schweden sind die Hütten häufiger als in Finnland und Dänemark anzutreffen. Die Hütte ist eine zweckmäßige Übernachtungsmöglichkeit auf den Campingplätzen. Sie können kleine Holzhütten mit lediglich zwei Betten und einer Sitzgelegenheiten oder ein komfortables und luxuriös ausgestattetes Holzhaus sein. Eine durchschnittliche Hütte ist ein Holzhaus mit 4 Betten, Tisch und Stühlen und verfügt über eine kleine Küche mit Herd und Kühlschrank. In der Regel sind die einfachen Hütten nicht mit einer eigenen Nasszelle (WC, Dusche) ausgestattet, so dass die sanitären Anlagen des Campingplatzes mitbenutzt werden müssen. Sie bieten bei schlechten Wetterverhältnissen eine ideale Alternative zum Zelt, werden aber auch von Individualtouristen als feste Unterkunftsform auf der Reise genutzt. Je nach Ausstattung und Saison variieren die Preise (ab ca. 250,- NOK, / ca. 30,- EURO pro Hütte/pro Nacht). Entrichtet wird eine Gebühr für die ganze Hütte unabhängig von der Personenzahl. In der touristischen Hochsaison sind in manchen vielbesuchten Regionen die Hütten stark frequentiert und so ist vielfach eine Unterbringung ohne Voranmeldung problematisch (vgl. ADAC Campingführer, 1999, S.728).

Tabelle 31: Übernachtungen in den Hütten 1988 - 1999

Jahr	Anzahl der Campingplätze	Hüttenbetten	alle Übernachtungen auf dem Campingplatz	Übernachtungen in der Hütte
1988	779	12.583	4.595.379	1.952.075
1989	796	12.913	4.706.668	1.978.364
1990	783	12.893	5.071.767	2.098.429
1991	798	13.398	5.069.677	2.124.772
1992	777	13.084	4.822.406	2.075.479
1993	773	13.027	4.819.115	2.086.208
1994	768	13.118	4.714.625	2.032.361
1995	760	13.000	4.369.916	1.892.713
1996	744	12.596	4.031.641	1.870.196
1997	748	12.711	4.101.087	1.795.062
1998(1)	953	k.A.	4.897.573	2.326.475
1999	931	k.A.	4.832.774	2.369.148

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 1997 und 2000. (ohne Gästenächte der Dauercamper). (1) Ab 1998 alle Campingplätze ab 50 Stellplätze (auch ohne Campinghütten).

In den amtlichen Statistiken werden die Hütten in einer eigenen Rubrik geführt, so dass man über ihre zahlenmäßige Nutzung Aussagen machen kann. Hierbei wird jedoch nicht entsprechend des Herkunftslandes des Reisenden differenziert.

1996 wurden auf den norwegischen Campingplätzen insgesamt 4,83 Millionen Gästenächte registriert. Von diesen Übernachtungen waren rund 2,46 Millionen Übernachtungen der Campingurlauber (Zelt, Wohnwagen, Wohnmobil) und 2,37 Millionen Nächte der Hüttenurlauber, was einem prozentualen Anteil von beachtlichen ca. 48 Prozent entspricht und die hohe Bedeutung der Campinghütten als Unterkunftsform unterstreicht.

Nutzung der Hütten durch deutsche Urlauber

In den amtlichen Statistiken des statistischen Zentralamts, Oslo wurden die Gästenächte in den Hütten unter der Berücksichtigung der Nationalität der Reisenden nicht erfasst. Eine Untersuchung (TÖI Rapport „Bygdeturisme i Norge“) des Transportökonomischen Institutes in Oslo (Transportøkonomisk Institutt - TÖI) im Jahre 1997 zeigte jedoch, dass 63% aller Hüttenbenutzer deutsche Reisende sind. Gefolgt von Urlaubern aus Dänemark (16%), Schweden (7%) und aus den Niederlanden mit 5 Prozent (vgl. Haukeland, 1997, S.20).

Ferienhäuser

Ferienhäuser spielen im norwegischen Tourismus eine wichtige Rolle. Die Zahl der Ferienhäuser ist kontinuierlich gestiegen. Zählte man zu Beginn der 1970er Jahre noch rund 170.000 Ferienhäuser, waren es Anfang der 90er Jahre rund 400.000, von denen sich rund 100.000 an der norwegischen Küste befinden (vgl. Gläßer, 1993, S. 123). Die Ferienhäuser sind überwiegend im Privatbesitz von Norwegern, die diese Hütte auch selber nutzen. Gerade zu Weihnachten und Ostern verbringen die norwegischen Familien vornehmlich die Feiertage in ihren „Hütten“. Neben der Lage an der Küste mit der entsprechenden Möglichkeit zum Wassersport oder Angeln liegen die Ferienhäuser auch im Fjell und ermöglichen den Einheimischen wie auch den Urlaubern das Wandern oder Wintersport zu betreiben. Da sich der Ausbau der Ferienhäuser teilweise nicht gesteuert vollzog und zur Zersiedlung der Landschaft führte wird gegenwärtig der Ausbau von staatlicher Seite besser geregelt und kontrolliert. Die Bebauungspläne sehen keine Bebauung auf kultivierten Land oder Weideflächen sowie im Kahlfjell vor. Auch an der Küste muss für alle der Zugang zum Ufer gewährleistet sein (Jedermannsrecht). Die neuen „Hütten“ sollen sich in einem bestimmten Raum konzentrieren, allerdings sollen nicht mehr als 20 Hütten auf einer Fläche von 10 ha errichtet werden. Generell soll durch die Bebauung in den nahegelegenen bäuerlich-agraren Raum der infrastrukturelle Ausbau gefördert werden. Diesen staatlichen Vorgaben (Lokal- und Regionalplanung) wurde Folge geleistet und so sind planmäßig Hüttenansiedlungen („Hyttetrend“) entstanden. Diese kleinen Siedlungen liegen zwar außerhalb von Ortschaften, verfügen häufig über benachbarte Einrichtungen wie Hotel, Restaurant, Kiosk, Boots-, Fahrradverleih oder Skiverleih. Ob private oder kommerzielle Ferienhäuser, alle sind überwiegend zweckmäßig bis luxuriös ausgestattet. Sie haben einen unterschiedlichen Standard und so kann die Ausstattung von einem Haus mit separat gelegenen Toilettenhäuschen und kaltem Wasser aus dem Brunnen bis zur luxuriösen „Hütte“ mit eigener Sauna variieren. 1999 verzeichnete das Statistische Zentralamt 184 dieser „Hyttetrends“. Hierbei wurden nur Anlagen mit mindestens drei Hütten registriert. Die „Hütten“ verfügen über eine Küche, so dass sich der Urlauber selber versorgen kann. Stets unterschiedlich ist die Bettenzahl und so kann der Reisende Ferienhäuser mit 2 Betten oder größere Häuser mit 12 und mehr Betten mieten. Die üblichen Häuser verfügen über 4 bis 6 Betten. Der Preis wird in erster Linie von der Größe des Hauses (Bettenzahl) dem Zeitpunkt der Reise, der Lage und der Ausstattung der Hütte bestimmt.

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

Nahezu alle Reiseanbieter, die Skandinavien bzw. Norwegen im Programm haben, bieten auch Ferienhäuser an und übernehmen auch weitere touristische Leistungen, wie z. B. die Buchung der Fähre. Ferienhausvermittler sind u. a. Wolters Reisen, Bremen; Mach Nordferien, Nottuln; InterChalet, Freiburg; Troll Tours, Medebach; Norden Tours, Hamburg; dan-sommer, Hamburg; Elchferien, Moers; DanCenter, Hamburg; DERTOUR, Frankfurt und Wikinger Reisen, Hagen.

Die Ferienhäuser bieten dem Touristen folgende Vorteile:

- garantierte Übernachtung und gesicherter Übernachtungspreis durch Buchung am Heimatort
- hohe Urlaubsqualität durch stationären Urlaub
- Naturverbundenheit
- geringere Kosten u. a. durch Selbstversorgung
- großes Raumangebot
- für Gruppen und Familien geringe Kosten (pro Urlauber)
- kostenlose Extras z. B. Boot, Fahrräder, Gartenmöbel, Grill, Kamin, Sauna (wenn vorhanden)

Abschließend sollte noch klärend darauf hingewiesen werden, dass in Norwegen sowohl die Ferienhäuser als auch die kleinen Campinghütten als „Hütte“ bezeichnet werden.

Nutzung der Ferienhäuser unter Berücksichtigung der Herkunftsländer

Unter den kommerziellen Nutzern der Ferienhäuser spielt der deutsche Tourist eine herausragende Rolle. Von den rund 1,46 Millionen Nächten im Jahr 2000, die Urlauber in den „Hütten“ verbrachten, hatten die deutschen Reisenden einen Anteil von beachtlichen 59,4 Prozent (1999 lag der Anteil bei 54,4%). Sie stellten mit rund 870.000 Nächten die stärkste Nutzergruppe dar, gefolgt von den Norwegern mit ungefähr 237.000 Übernachtungen (16,2%) und den Dänen mit rund 210.000 Gästenächten (14,3%). Geht man von einer Durchschnittsreisezeit von 16,7 Tagen aus (durch eigene Untersuchungen ermittelt, siehe Kapitel 5.2.3.9 Geplante Aufenthaltsdauer), so ergibt sich eine Urlauberzahl von rund 52.000 Personen, die im Jahr 2000 ihren „Ferienhaus-Urlaub“ in Norwegen verbrachten.

Tabelle 32: **Übernachtungen in den norwegischen Ferienhäuser**

Jahr	Übernachtungen in Ferienhäusern insgesamt	Übernachtungen deutscher Urlauber	Übernachtungen dänischer Urlauber	Übernachtungen norwegischer Urlauber
1999	1.443.920	785.476	273.656	201.536
2000	1.465.840	870.248	209.737	237.412

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 1999 und 2000

Der Vollständigkeit halber sollen auch die Übernachtungszahlen der Reisenden aus weiteren Ländern aufgeführt werden und so registrierte man 1999 86.378 Übernachtungen durch schwedische Reisende, 33.238 Gästenächte durch Urlauber aus den Niederlanden, 6.644 Übernachtungen durch französische Touristen und 4.701 Gästenächte durch Hüttenurlauber aus Finnland.

Jugendherbergen

In Norwegen stehen dem Reisenden 97 Jugendherbergen zur Verfügung. Sie gehören zur Organisation „Norske Vandrerhjem“ und anders als man es von einer Jugendherberge erwartet oder der Name aussagt, stehen sie allen Urlaubern, unabhängig vom Alter zur Verfügung. Bei Bettenknappheit werden Wanderer und Radfahrer bevorzugt untergebracht. Auch Familien können übernachten und für sie stehen auch Familienzimmer bereit. Neben diesen großen Zimmern haben die Herbergen auch Einzel- und Doppelzimmer. Der Standard ist gut und die Lage der Jugendherbergen ist überwiegend reizvoll. Neben dem Frühstück wird vielfach auch Vollpension angeboten. Die Preise richten sich nach der Art der Zimmer, der Ausstattung und oftmals nach der Saison (zwischen 10,- und 25,- EURO pro Person). Jedoch gibt es einige Ermäßigungen und so erhalten Kinder (3 - 15 Jahren) im Zimmer ihrer Eltern einen Rabatt von 50% und auch Mitglieder von Jugendherbergsverbänden übernachten günstiger.

Übernachtungen in den Jugendherbergen unter Berücksichtigung der Herkunftsländer

Im Jahre 1999 meldeten die norwegischen Jugendherbergen dem Statistischen Zentralamt in Oslo insgesamt 383.818 Übernachtungen. Auf den Meldebögen (Overnattingsrapport) gaben die Jugendherbergsbetreiber lediglich die Zahl der Übernachtungen und das Herkunftsland des Reisenden an. Sicherlich wäre es interessant etwas mehr über den Gast zu erfahren (Geschlecht, Altersgruppe, Single, Familien, Aufenthaltsdauer etc.). Daher können die Gäste der norwegischen Jugendherbergen lediglich unter Berücksichtigung ihres Herkunftslandes differenziert werden. Die größte Gruppe unter den Gästen sind die Norweger mit 146.204 Nächten, was einem Anteil von 38,1 Prozent an allen Übernachtungen entspricht. Der Anteil der schwedischen Reisenden beträgt 10 Prozent, gefolgt von deutschen Urlaubern mit 7,4 Prozent, den Touristen aus Dänemark mit 5,6 Prozent und aus Großbritannien (3,7%). Beachtenswert sind auch die mehr als 10.000 Übernachtungen der Urlauber aus den USA.

Tabelle 33: Übernachtungen in den Jugendherbergen 1999

Herkunftsland	Übernachtungen	% Anteil
1. Norwegen	146.204	38,1
2. Schweden	38.210	10,0
3. Deutschland	28.695	7,4
4. Dänemark	21.553	5,6
5. Großbritannien	14.300	3,7
6. USA	10.277	2,7
7. Finnland	7.195	1,9
8. Niederlande	6.290	1,6
9. Frankreich	5.987	1,5
10. Japan	3.203	0,8

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo (2000).

Nutzung der Jugendherbergen durch deutsche Urlauber

Der Anteil der Übernachtungen der deutschen Touristen an allen Gästenächten in den Jugendherbergen mit 7,4 Prozent (1999) scheint auf den Blick gering. Die deutschen Urlauber sind jedoch nach den Norwegen mit 146.204 Gästenächten und Schweden, die 1999 rund 38.210 Nächte in den Jugendherbergen verbrachten, die drittgrößte Besuchergruppe (28.695 Übernachtungen). Umgerechnet haben die norwegischen Jugendherbergen rund

1.718 deutsche Touristen beherbergt (bei einer durchschnittlichen Reisedauer von 16,7 Tagen, vgl. Kapitel 5.2.3.1 Angaben zum Norwegenurlaub). Betrachtet man jedoch die Übernachtungszahlen, so kann man erkennen, dass die Zahlen der deutschen Reisenden in den norwegischen Jugendherbergen seit Mitte der 1990er Jahre kontinuierlich zurückgegangen sind. 1993 registrierte man in den Jugendherbergen noch mehr als 45.000 Nächte durch deutsche Touristen. 1999 waren es lediglich 28.695 Gästenächte, was einen Rückgang von beachtlichen 37% bedeutet.

Tabelle 34: Übersicht über die Anzahl der Jugendherbergen, Bettenzahl, Anzahl der Übernachtungen deutscher Urlauber

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Anzahl der Jugendherbergen	92	94	97	99	99	101	97	97
Übernachtungen insgesamt	336.329	343.578	377.791	383.013	396.442	378.593	396.130	383.818
Bettenzahl	6.771	7.070	7.109	7.109	7.139	6.977	k. A.	k. A.
Gästenächte deutscher Urlauber	42.442	45.663	39.482	40.943	35.935	31.843	31.796	28.695
Anteil der deutschen Urlauber	12,6 %	13,2 %	10,5 %	10,7 %	9,1 %	8,4%	8,0%	7,4%

Quelle: Angaben des Statistischen Zentralamts, Oslo 1993, 1995, 1996 und 2000

Privatzimmer und Bed & Breakfast

In einem geringen Umfang stehen Privatzimmer zur Verfügung. Hierbei bieten Privatpersonen in ihrem Haus dem Reisenden eine Unterkunft an. Das Zimmer wird mit „Rum“ ausgeschmückt und durch die amtlichen Statistiken nicht erfasst, daher ist es nicht möglich eine quantitative Aussage über die Anzahl und Nutzung der Privatzimmer zu machen.

Ein ähnliche Unterkunftsform ist Bed & Breakfast. Die Zahl der Unterkünfte ist jedoch äußerst gering und so sind in einer Broschüre des Norwegischen Fremdenverkehrsamtes lediglich 25 Adressen aufgeführt, die Unterkünfte mit Frühstück zum Preis von durchschnittlich 60 - 75,- EURO für ein Doppelzimmer anbieten.

Urlaub auf dem Bauernhof

Der „Urlaub auf dem Bauernhof“ wird ebenfalls nicht durch die amtlichen Statistiken erfasst und so können keine Angaben über die Übernachtungszahlen gemacht werden. Die Unterkunft auf dem Bauernhof ist in jedem Fall in Norwegen möglich und die entsprechende Vermarktung der Höfe, die sich speziell für den Tourismus geöffnet haben, wird durch das Norwegische Fremdenverkehrsamt u. a. durch eine eigenständige kleine Broschüre forciert, die über 40 Bauernhöfe informiert. Adressatengruppe ist in erster Linie die Familie und so umfasst das Programm alles rund um den Hofalltag. Kinder können beim Hegen und Pflegen der Tiere mithelfen. Vielfach werden die Aktivitäten Angeln, Wandern, Reiten und Boot fahren ebenfalls angeboten.

Rorbu

Urlaub in einem „Rorbu“ ist eine Sonderform des norwegischen Beherbergungswesen. Mit „Rorbu“ werden die Fischerhäuser bezeichnet, die nur saisonal zum Fischfang benutzt wurden z. B. auf der nördlichen Inselgruppe Lofoten von den gleichnamigen Lofotenfischern, die in den Wintermonaten ausliefen um Dorsche zu fangen. Am Rande sei nur erwähnt, dass diese Saisonfischerei auf den Lofoten schon seit Anfang des 12. Jahrhunderts betrieben wurde und dass der Dorsch dann in den ersten Monaten des Jahres in den kalten Lofotenwind zum Trocknen aufgehängt und dann als einziges Exportgut im Mittelalter als

Stockfisch in viele Ländern exportiert wurde (vgl. Ryvarden, 1991, S.122). Die saisonale Lofotenfischerei war sehr erfolgreich und zog viele Fischer in den Wintermonaten auf die Inseln, die dort auch ein Quartier brauchten und so wurden zahlreiche kleine Fischerhäuser mit der Lage direkt am Wasser gebaut (vgl. Kapitel 2.2.5.1 Fischerei-Industrie). Diese wurden in den Sommermonaten nicht gebraucht und den Reisenden zur Verfügung gestellt. Heute, aufgrund höherer Technisierung und einer modernen Fischereiflotte mit großen Trawlern, ist die Zahl der Fischer gesunken. Die Rorbu-Hütten sind als Beherbergungsmöglichkeit für die Touristen wirtschaftlich bedeutend. (vgl. Möbius/Ster, 1992, S.258ff). Teils modernisiert und komfortabel ausgestattet, teils als einfache Übernachtungsmöglichkeit gelassen sind die „Rorbuer“ eine beliebte Unterkunftsform. Viele neue Ferienhäuser in Nordnorwegen sind dem Stil der „Rorbu“ nachempfunden. In erster Linie findet man die „Rorbuer“ auf den Lofoten, aber auch an einigen anderen Küstenabschnitten in Nordnorwegen. Diese buchbaren Fischhäuschen tauchen in den amtlichen Statistiken nicht auf, so dass über den Umfang der touristischen Nutzung keine gesicherten Aussagen gemacht werden können. Allerdings könnten die „Rorbu“ eine gewisse Bedeutung für den deutschen Touristen spielen, da ihr Anteil an den Urlaubern, die in Norwegen Hütten mieten, bei 63 Prozent liegt (vgl. Haukeland, 1997, S.20).

3.5 Gastronomie

Die Gastronomie in Norwegen ist sehr vielseitig und reicht von kleinen Imbissbuden, in denen Hot Dogs verkauft werden, bis zu erstklassigen Restaurants. Insgesamt registrierte das Statistische Zentralamt 1997 in Norwegen 9.976 Gastronomiebetriebe (1996 - 10.213 Betriebe). Diese verteilen sich auf das ganze Land, jedoch hat die Metropole Oslo mit 1.522 Restaurants wesentlich mehr Gastronomiebetriebe zu bieten als andere Provinzen (Anteil 15,3%). Diese Betriebe haben 81.525 Sitzmöglichkeiten (1996 - 73.214) und erzielten einen Umsatz von 33,5 Mrd. norwegischen Kronen (1999 - 24,5 Mrd. NOK). Während man in Norwegen überall auf kleine Kioske trifft, in denen man eine kleine Mahlzeit im Stehen bekommen kann, wie z. B. einen Hot Dog oder einen Hamburger sind Fast-Food-Ketten, wie McDonald's oder Burger King nur in den größeren Städten anzutreffen. In den Regionen in denen die Bevölkerungszahlen vergleichsweise hoch sind und in denen sich der Tourismus etabliert hat, gibt es zahlreiche Restaurants. In der „Fjordlandprovinz“ Hordaland mit der Stadt Bergen gibt es 800 und in der Provinz Oppland mit der Stadt Lillehammer 641 Gastronomiebetriebe. In der entlegenen nördlichen Provinz Finnmark ist die Zahl der Restaurants mit 238 wesentlich geringer.

Das Preisniveau in den Restaurants ist höher als in der Bundesrepublik Deutschland, die Qualität und das Angebot der Gerichte jedoch vergleichbar. Für die Pauschaltouristen, die mit dem Reisebus (Hotelunterkunft) oder mit dem Kreuzfahrtschiff unterwegs sind, ist der Besuch der Hotelrestaurants ein fester Bestandteil der Reise. In den Hotels, die in Norwegen über mindestens 20 Betten und ein Restaurant verfügen müssen, wird den Urlaubern üblicherweise ein Skandinavisches Büfett angeboten. Abschließend muss darauf hingewiesen werden, dass es trotz der höheren Bewirtungskosten in der Mittagszeit Angebote gibt und dann wird eine Tagesmenü überwiegend mit Vor- und Nachspeise sowie Getränk für umgerechnet 8 bis 10,- EURO angeboten. Die Restaurants informieren darüber durch große Aushänge.

3.6 Touristisches Transportwesen: Reiseverkehrsträger - unter Berücksichtigung der Bedeutung für deutsche Reisende

Das Touristische Transportwesen bzw. die Beförderung der Reisenden ist neben der Unterkunft die Hauptkomponente der Reise. Auf den Transport entfällt, abhängig von dem Verkehrsmittel und der Entfernung, in der Regel ein Großteil der Reiseausgaben. Nach bestimmten Kriterien (Entfernung, Destination, Kosten, Reisedauer, Anzahl der Teilnehmer, etc.) wählt der Reisende das Verkehrsmittel aus. Die Personenbeförderung findet auf der Straße, auf der Schiene, in der Luft oder auf dem Wasser statt und so stehen verschiedene (Reise)Verkehrsmittel zur Verfügung, die in Norwegen eine unterschiedliche Bedeutung haben.

Straßenverkehr	Schienenverkehr	Luftverkehr	Schiffsverkehr
<ul style="list-style-type: none"> • Pkw • Wohnmobil • Motorrad • Fahrrad 	<ul style="list-style-type: none"> • Eisenbahn • U-Bahn • Straßenbahn 	<ul style="list-style-type: none"> • Flugzeug 	<ul style="list-style-type: none"> • Fähre (international) • Fähre (national) • Ausflugschiffe • Kreuzfahrten • Privater Schiffsverkehr

Abb. 17: Reiseverkehrsträger in/nach Norwegen

Die Transportleistung im Fremdenverkehr umfasst in Norwegen in erster Linie den Individualverkehr und nur vereinzelt die öffentlichen Verkehrsträger. Touristen, die das Land bereisen, nutzen vorrangig die Straße. Der Anteil der Individualtouristen, die „auf eigene Faust“ Norwegen mit dem Pkw, dem Wohnmobil oder dem Motorrad bereisen, liegt bei rund 90 Prozent. Der Pauschaltourismus, der dementsprechend rund 10% ausmacht, spielt sich ebenfalls zu einem großen Teil auf der Straße ab. Der Bahnverkehr und der Luftverkehr spielen nur eine untergeordnete Rolle. Bei der Anreise kommt jedoch der Schiffsverkehr zum Tragen, da die Anreise nach Norwegen fast ausschließlich mit der Fähre erfolgt. 1999 verließen rund 6,1 Millionen Passagiere das Land mit der Fähre. Hierzu stehen zahlreiche Fährverbindungen zur Verfügung, die nach unterschiedlichen Kriterien (u. a. Kosten, Zeit) in Anspruch genommen werden. Ein weiteres Reiseverkehrsmittel ist das Kreuzfahrtschiff. Für den Kreuzfahrttourismus, der im Fremdenverkehr eine Sonderstellung einnimmt und in Deutschland einen Anteil von lediglich 1 Prozent am Tourismusmarkt hat, ist Norwegen eine wichtige Destination. Die meisten Reedereien haben im Sommer Norwegen zu ihren Fahrtgebieten erklärt (Nordlandfahrten).

3.6.1 Individualverkehr

Der Individualverkehr der deutschen Reisenden vollzieht sich zu einem Großteil auf der Straße. Hierbei kommen als Reiseverkehrsmittel der Pkw (auch in Kombination mit dem Wohnwagen), das Wohnmobil, das Motorrad und in den seltensten Fällen das Fahrrad in Betracht. Diese Reiseverkehrsmittel, die die unterschiedlichen Bedürfnisse der Urlauber decken, sind mit individuellen Vor- und Nachteilen verbunden, so dass man nicht von dem optimalsten Reiseverkehrsmittel sprechen kann. Die Wahl des Reiseverkehrsmittels ist u. a. abhängig von folgenden Faktoren:

- Anzahl der Urlauber / Mitreisenden
- Ferienziel in Norwegen / Entfernung
- den finanziellen Mitteln, die für die Reise zur Verfügung stehen (Reisebudget)
- der Reisezeit (z. B. Sommer- oder Winterurlaub)
- der Reisedauer
- der Urlaubs- und Unterkunftsform
- Erstbesuch oder erneuter Besuch
- dem Alter des Reisenden
- der Art des eigenen Fahrzeuges des Urlaubers

Pkw - Pkw und Wohnwagen

In Norwegen wird die Personenbeförderung hauptsächlich vom Individualverkehr und hierbei von den Pkws übernommen. Für das Jahr 1999 wurden vom Statistischen Zentralamt in Oslo 4,196 Milliarden Personenbeförderungen berechnet, von denen 3,367 Mrd. Fahrten von Personen in Pkws unternommen wurden (45,8 Mrd. km). Dieser hohe Anteil von rund 80 Prozent umfasst auch den Reiseverkehr, der in den amtlichen Statistiken nicht explizit aufgeführt wird. Die durchgeführte Umfrage zeigte, dass rund jeder zweite der befragten deutschen Urlauber mit dem Pkw unterwegs war. 39,8 Prozent bereisten das Land nur mit dem Pkw und weitere 11,0 Prozent besuchten das Land mit dem Pkw und dem Wohnwagen (vgl. Kapitel 5.2.3.1 Angaben zum Norwegenurlaub). Die Untersuchung „Utenlandsk Bilturisme i Norge 1996“, die von dem Transportøkonomisk Institutt in Oslo (kurz TÖI), dessen Arbeitsbereich der Personen- und Warentransport ist, zeigte welche Rolle die unterschiedlichen Reiseverkehrsträger spielen. Eine Stichprobe von 1950 internationalen Urlaubern zeigte, dass von den 836 befragten deutschen Individualurlaubern, rund 71% mit dem Pkw, 24,5% mit dem Wohnmobil und 4,5% mit dem Pkw und Wohnwagen in Norwegen unterwegs waren. Beide Untersuchungen heben die Bedeutung des Privat-Pkws als vorrangiges Reiseverkehrsmittel hervor (vgl. Haukeland, 1997, S.10ff). Eine weitere Schätzung von TÖI zeigte wie die Verteilung der Pkws mit Wohnwagen und der Nationalität aussehen könnte. Die eindeutig größte Urlauberguppe kommt aus Schweden und so sind mehr als 4 von 10 Urlaubern (43,5%), die Norwegen mit dem Wohnwagen bereisen, Schweden, gefolgt von Urlaubern aus Finnland (17,7%) und aus Deutschland mit einem relativen Anteil von 14,5%. TÖI errechnete eine Zahl von 4.500 Reisenden aus Deutschland, die 1996 ihren Urlaub in Norwegen mit dem Wohnwagen durchführten.

Für die Reisenden, die das Land „auf eigene Faust“ und mit dem Pkw bereisen sind die Möglichkeiten unbegrenzt. Alle Übernachtungsformen können genutzt werden und mit dem Pkw sind nahezu alle Ziele und Attraktionen erreichbar. Gespannfahrer, die mit dem Wohnwagen unterwegs sind, können ihren Urlaub in Norwegen ebenfalls sehr flexibel gestalten. Ist der Wohnwagen erst auf dem Campingplatz untergebracht, können u. a. Einkäufe, Besichtigungen und Ausflüge bequem mit dem Pkw durchgeführt werden. Die Fahrten bzw. die Anreise und Abreise ist mit dem Wohnwagen zeitintensiver, da sich der Gespannfahrer an Geschwindigkeitsbegrenzungen zu halten hat. Einige Straßen, insbesondere steile und serpentinenreiche Strecken sind für den Wohnwagen ungeeignet. Abschließend muss noch darauf hingewiesen werden, dass bei der Reise mit dem Wohnwagen höhere Kosten anfallen. Der Spritverbrauch durch den Wohnwagen kann abhängig von dem Gewicht und der Aerodynamik des Wohnwagens und der Motorisierung des Zugwagens zwischen 30 und 50% höher sein. Darüber hinaus kommen noch die zusätzlichen Fährkosten hinzu. Aufgrund der Höhe des Wohnwagens kann das Gespann nicht auf dem Pkw-Deck untergebracht werden, sondern muss auf das Lkw-Deck.

Tabelle 35: **Herkunftsländer der Pkws mit Wohnwagen**

Land	1995	%-Anteile	1996	%-Anteile
Schweden	11.500	37,1	13.500	43,5
Finnland	6.000	19,4	5.500	17,7
Deutschland	5.500	17,7	4.500	14,5
Niederlande	3.500	11,3	4.000	12,9
Dänemark	2.500	8,0	2.500	8,0
Andere Länder	2.000	6,5	1.000	3,4
insgesamt	31.000	100,0	31.000	100,0

Quelle: Angaben des Transportökonomischen Institutes, Oslo 1997

Wohnmobil

Das Wohnmobil ist ein „Wohnauto“ (Abb. 59), eine Kombination von Wohnwagen und Fahrzeug. Es ist besonders bei den Norwegenbesuchern ein beliebtes Reisefahrzeug. Während bereits in den 1950er Jahren Nutzfahrzeuge zu Wohnautos überwiegend von „Bastlern und Tüftlern“ umgebaut wurden und 1951 der erste einfach ausgestattete VW-Campingbus von Westfalia auf den Markt gebracht wurde (vgl. Thünker, 1999, S.82ff) setzte ein Wohnmobil-Boom erst in den 1980er Jahren ein. Viele Hersteller produzierten gut ausgestattete Wohnmobile teils als Alkoven-Modelle, als „Integrierte-Wohnmobile“ oder als kompakte alltagstaugliche Fahrzeuge (z. B. VW-Bus, Ford Transit). 1987 registrierte das Straßenverkehrsamt der Bundesrepublik Deutschland 174.838 Wohnmobile. Zehn Jahre später hat sich die Anzahl mit 329.529 nahezu verdoppelt. Die modernen Wohnmobile verfügen neben den Schlafplätzen über eine Küche, überwiegend über eine Nasszelle mit Toilette und eine eigene Stromversorgung und sind dementsprechend autark. Sie sind unabhängig von Strom, Wasser, Gas, sanitären Anlagen und aufgrund der großen Staufächer und der oft mitgeführten Waren (z. B. Lebensmittel, Getränke) auch von Geschäften. Vielleicht liegt es an dieser Unabhängigkeit, warum so viele Wohnmobilisten ihren Urlaub in Norwegen verbringen und das Land und die Freiheit „erfahren“ wollen. An dieser Stelle sei schon auf das Problem „Wildcamping“ hingewiesen. Viele Wohnmobilisten verbringen die Nächte abseits der Campingplätze, was nicht gestattet ist und zu ökonomischen und ökologischen Folgeschäden führt (vgl. Kapitel 7.1.3 Wildcamping). Der Anteil der Wohnmobile an den privaten Reisefahrzeugen, mit denen Norwegen 1996 bereist wurde, lag bei rund 25% (vgl. Haukeland, 1997, S.10ff). Jedes vierte Fahrzeug der deutschen Individualtouristen war ein Wohnmobil. Die selber durchgeführte Umfrage zeigte einen höheren Anteil mit 36,2% im Jahr 1998. Rund jeder dritte Befragte war demnach mit dem Wohnmobil unterwegs (vgl. Kapitel 5.2.3.7 Reiseverkehrsmittel). Basierend auf den Stichproben des „Transportökonomisk institutt in Oslo (TÖI)“ mit der Untersuchung „Utenlandsk Bilturisme i Norge 1996“, zeigt sich, dass keine andere Urlaubernation einen so großen Anteil Wohnmobilreisenden stellte. Der Anteil an allen Wohnmobilen unter Berücksichtigung der Nationalität ist bei den deutschen Wohnmobilisten am höchsten und so kam rund jedes zweite Wohnmobil (52,8%), das 1996 in Norwegen zu Urlaubszwecken genutzt wurde, aus Deutschland. In den folgenden Jahren nahm die Zahl der deutschen Wohnmobile in Norwegen ab und sank bis auf eine Zahl von 16.000 deutschen Wohnmobilen im Jahr 2000, was einem Anteil von 48% Prozent entspricht. Insgesamt wurde in diesem Jahr die Anzahl der Wohnmobile von TÖI auf rund 33.000 geschätzt. Zwischen der Anzahl der deutschen Wohnmobile und den folgenden Finnen mit vergleichsweise geringen Zahlen von 4.000 Wohnmobilen besteht eine große Lücke.

Tabelle 36: Anzahl der Wohnmobile nach Herkunftsländern

Herkunftsländer	1995	1996	1997	1998	1999	2000	%Anteil (2000)
Deutschland	24.000	18.500	17.000	18.000	17.000	16.000	48,5
Schweden	5.000	4.500	4.000	5.000	4.000	3.000	9,1
Finnland	4.000	4.000	4.000	4.000	6.000	4.000	12,1
Niederlande	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	1.000	3,0
Dänemark	1.500	1.500	1.000	1.000	1.000	2.000	6,0
Italien	1.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	6,0
Österreich	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	6,0
Frankreich	2.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	3,0
Andere Länder	2.000	1.000	1.000	2.000	2.000	2.000	6,0
insgesamt	43.000	35.000	33.000	36.000	36.000	33.000	100

Quelle: Angaben des Transportökonomischen Institutes, Oslo 2001; Anteil der deutschen Wohnmobile (2000)

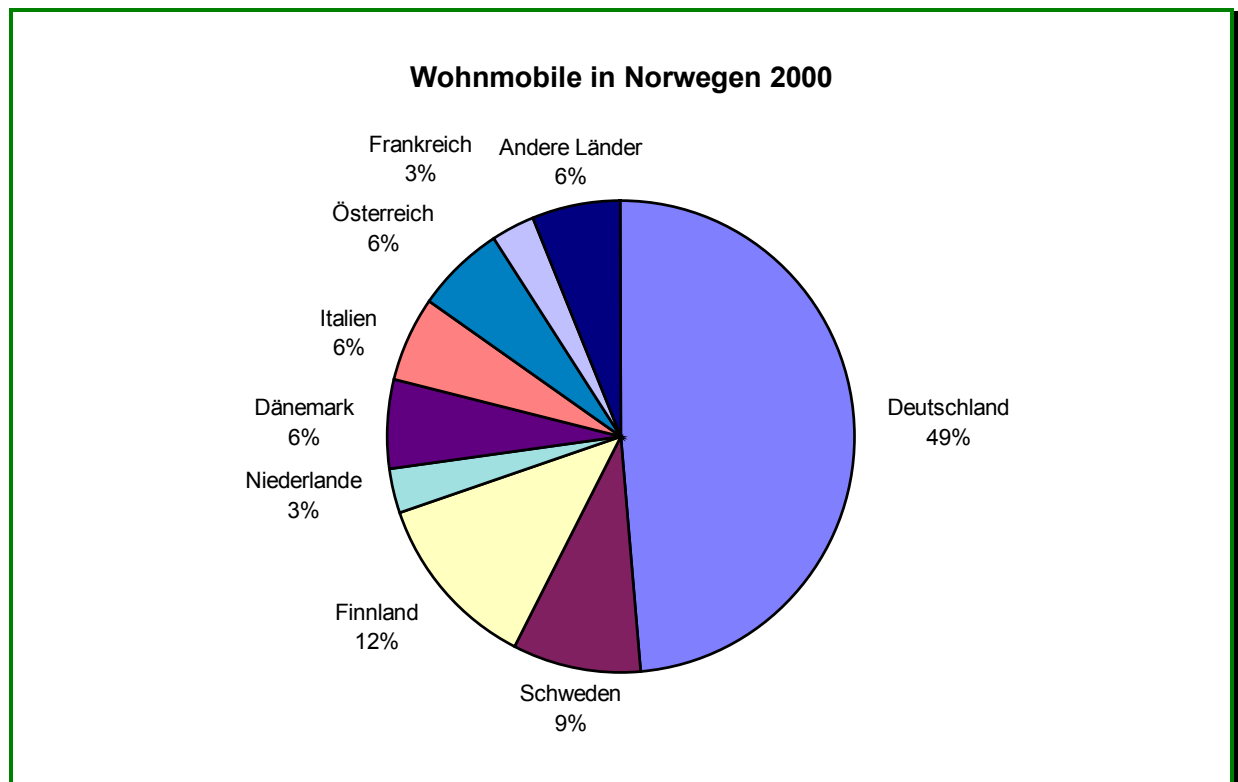


Abb. 18: Herkunftsländer der Wohnmobile in Norwegen 2000 (nach Angaben von TÖI 2001)

Anders als man annehmen könnte, ist die „Freiheit“ der Reisenden mit dem Wohnmobil in Norwegen eingeschränkt, denn dem Urlauber steht für viele Situationen kein alltagstaugliches Fahrzeug zur Verfügung. Hat der Urlauber sein Wohnmobil auf dem Stellplatz des Campingplatzes positioniert, so sind Ausflüge in die Umgebung, in die Stadt oder zur nächsten Attraktion kaum möglich. Viele Wohnmobilisten behelfen sich dann mit dem Fahrrad oder sogar mit dem Motorrad bzw. dem häufig mitgeführten Motorroller. Bei schlechter Witterung ist das Urlaubsvergnügen dann jedoch getrübt. Die Freiheit wird auch dadurch eingeschränkt, dass einige Strecken und Straßenabschnitte für die breiten und hohen Wohnmobile ungeeignet sind.

Ein Urlaub mit dem Wohnmobil ist ein vergleichsweise kostenintensives Vergnügen, in erster Linie durch den hohen Kraftstoffverbrauch insbesondere der Alkoven-Fahrzeuge mit ihren hohen Aufbauten und durch die höheren Fahrkosten. Darüber hinaus spielt der Anschaffungspreis des Wohnmobils eine große Rolle und die Mieter der Wohnmobile müssen sehr hohe Mietgebühren entrichten. Die Mietgebühren für ein Wohnmobil für 4 Personen liegen in der Hochsaison je nach Ausstattung und gefahrenen Kilometern zwischen 80,- und 150,- EURO pro Tag.

Das Reiseverhalten und die Wahrnehmung der deutschen Wohnmobilreisenden werden in dem Kapitel 6. „Urlauberverhalten und Wahrnehmung deutscher Wohnmobilisten“ genauer dargestellt.

Motorrad

Motorradurlaub ist in Norwegen möglich und gerade die schöne Landschaft und die zahlreichen schönen Straßen, die am Fjord vorbei, durch schmale Täler oder durch das Fjell führen, begeistern jeden Motorradfahrer. Die lange Anfahrt und die unsichere Wetterlage sind als Faktoren anzusehen, die die Motorradfahrer davon abhalten einen Urlaub in Norwegen zu verbringen. Über die Anzahl der Motorradreisenden liegen keine Angaben vor. Das Statistische Zentralamt in Oslo hat jedoch errechnet, dass 1999 rund 122 Millionen Fahrten (Personentransporte) mit dem Motorrad durchgeführt wurden. Schenkt man dieser Zahl Glauben, so werden mehr als doppelt soviel Personen mit dem Motorrad transportiert als mit der Eisenbahn. Allerdings sind die Fahrten der Eisenbahnbenutzer länger als die der Motorradfahrer, die im Jahr 1999 eine errechnete Strecke von insgesamt rund 1 Mrd. Kilometer zurückgelegt haben. Aus den Zahlen geht leider nicht hervor, wie hoch der Anteil der deutschen Motorrad-Reisenden ist. Unter den befragten deutschen Urlaubern, die an der Umfrage „Urlauberverhalten und Wahrnehmung“ teilnahmen, befanden sich lediglich 1,3 Prozent, die mit dem Motorrad unterwegs waren.

3.6.2 Bahnverkehr

Die naturräumlichen Gegebenheiten wie das Relief, das Höhenniveau und der harte Untergrund sowie die räumliche Bevölkerungsstruktur mit den großen Entfernungen zwischen den Städten sind als Hauptursache für den schwachen Ausbau eines großflächigen und deckenden Schienennetzes zu sehen. Das Schienennetz der Norwegischen Staatsbahnen (NSB: Norges Statsbaner) hat eine Gesamtlänge von 4.023 Kilometern, von denen 2.456 elektrifiziert und lediglich 131 Kilometer zweispurig sind. Lediglich 3,5 Prozent des Personenverkehrs wird über die Schiene (einschließlich U-Bahn und Straßenbahn) abgewickelt. Von den 4.196 Millionen Fahrgästen, die 1999 alle zur Verfügung stehenden Verkehrsmittel zur Personenbeförderung beanspruchten, fuhren rund 50 Mio. (1,2%) mit der Eisenbahn. Der Personentransport erfolgt zu 95 Prozent über die Straße (1999, Angaben des Statistischen Zentralamtes, Oslo)

Das norwegische Schienennetz besteht aus **fünf Hauptabschnitten**:

- Die **Bergenbahn** ist die wichtigste Bahnverbindung. Sie verbindet die Hauptstadt Oslo mit Bergen. Sie wurde bereits 1909 fertiggestellt und ist die höchste Bahnlinie in Nordeuropa und überquert das Fjell in einer Höhe von 1.300 Metern. Die Bahnverbindung gilt als technisches Meisterwerk, hat eine Länge von 479 Kilometern und ist durchgängig elektrifiziert. Durch diese Verbindung hat das Fjordland und insbesondere die Stadt Bergen einen wirtschaftlichen Aufschwung erlebt. Fahrzeit 6:30 h.
- Die **Sörlandbahn** wurde erst 1944 eröffnet. Sie verbindet Oslo mit Stavanger. Aus wirtschaftlicher und auch Tourismus ökonomischer Sicht ist der Verlauf der Strecke sehr ungünstig, da er die überwiegend besiedelte Küste nicht erschließt. Mit Ausnahme von Kristiansand sind einige (attraktive) Hafenstädte nicht an das Schienennetz angeschlossen. Busse sorgen für die Anbindung. Fahrzeit 6:50 h.
- Die **Dovrebahn** führt von Oslo nach Trondheim. Hierbei verbindet die Bahnlinie auch die bedeutenden Städte Hamar und Lillehammer mit Oslo und führt weiter durch das Gudbrandsdal über Dombås vorbei an dem Dovrefjell bis nach Trondheim in Mittelnorwegen. Das Schienennetz verläuft auf der alten Pilgerroute. Hier zog es schon im Mittelalter Pilger nach Trondheim um dort den heiligen Olav zu ehren. Fahrzeit 5:50 h.
- Die **Nordlandbahn** ist der nördlichste Abschnitt und verbindet Trondheim mit Bodö. Sie gehört zu den wenigen Bahnlinien der Welt, die den Polarkreis überqueren. Fahrzeit 9:45 h.
- Die **Rörosbahn** ist eine weitere Eisenbahnverbindung von Oslo nach Trondheim, sie führt jedoch u. a. über Elverum, Koppang und Röros. Fahrzeit Oslo - Röros 5:45 h.

Die Bedeutung des Schienenverkehrs für den Tourismus

Die Bedeutung des Schienenverkehrs für den Fremdenverkehr sowie für den Personen- und Güterverkehr ist gering. Genauere Daten zur Auslastung des Bahnverkehrs durch Touristen liegen nicht vor. Man kann jedoch davon ausgehen, dass unter den 1,2 Prozent aller Personentransporte der Anteil an Urlaubern (für das Jahr 1999) sehr gering ist. Die Gründe für die geringe Akzeptanz und Nutzung können u. a. in dem schlecht ausgebauten Schienennetz gesehen werden, durch das man nicht alle gewünschten Fremdenverkehrsorte erreicht. Ein gutes Beispiel ist die Sörlandbahn im Süden des Landes, die nicht die attraktiven Küstenstädte (z. B. Mandal, Flekkefjord, Grimstad, Risør) anbindet, sondern weit ab der Küste verläuft. Ein weiterer Grund ist in der umständlichen Anreise für Bahnfahrer nach Norwegen zu sehen.

Nur vereinzelt spielt der Schienenverkehr eine Rolle. Dies jedoch als Attraktion bzw. als vielbesuchte Sehenswürdigkeit. Hier ist in erster Linie die berühmte Flåmbahn mit rund 300.000 Nutzern im Jahr (1995) zu nennen. Sie steht auf dem Programm vieler Bus- und Kreuzfahrttouristen. Dieses 20 Kilometer lange Meisterwerk der Ingenieurkunst führt von Myrdal durch eine reizvolle Gebirgslandschaft hinunter zum Sognefjord.

Seitens der norwegischen Bahnbetreiber wird jedoch versucht den internationalen Touristen für den Urlaub mit der Eisenbahn in Norwegen zu begeistern. Eine Broschüre „Norwegen per Bahn erleben“ soll die potenziellen Urlauber überzeugen. Rabatte, spezielle Angebote (InterRail-Ticket, ScanRail Consecutive Pass, ScanRail Flexi Pass und Rabatte bei Übernachtungen in Best Western Hotels) und die Darstellung der Vorzüge der Norwegischen Staatsbahnen (Schlafwagen, Signatur-Express-Züge) sollen dazu beitragen.

3.6.3 Busverkehr

Der Busverkehr in Norwegen muss aus nationaler und internationaler Perspektive differenziert betrachtet werden. National hat der Linienbusverkehr einen herausragenden Stellenwert. Da das Schienennetz nicht flächendeckend ausgebaut ist, kommt dem Busverkehr als öffentlicher Verkehrsträger eine besondere Rolle zu. Dementsprechend sind die Busverbindungen in Norwegen sehr gut. Nach dem Privat-Pkw ist der Linienbus das wichtigste Verkehrsmittel. Mit dem Bus wurden in dem Jahr 1999 rund 308 Millionen Personenfahrten verzeichnet. 45 norwegische Busunternehmen haben sich zur überregionalen Firma NOR-WAY Bussekspressen zusammengeschlossen. Das Resultat sind 50 Buslinien, die durch das ganze Land führen. Das Besondere ist die Sitzplatzgarantie und so wird bei fehlenden Sitzplätzen sofort ein weiterer Bus oder sogar ein Taxi angefunkt. NOR-WAY Bussekspressen hat eine Kooperation mit den überregionalen Busverkehrsgesellschaften in Schweden und Finnland sowie mit den Bahngesellschaften. Der Linienbus spielt jedoch nur für die Bevölkerung eine Rolle und wird von den Touristen nur selten in Anspruch genommen z. B. in größeren Städten wie Oslo oder Bergen. Bedeutender ist der Reisebus, der im Land bei Ausflugsfahrten z. B. für Kreuzfahrttouristen zum Einsatz kommt. Reisen mit den norwegischen Überlandbussen ist jedoch eine gute Alternative zum Auto- und Bahnurlaub, da man nicht nur mit dem Bus überall hinkommt, sondern bei Rundreisen können die Linienbusfahrten auch mit den Fähren kombiniert werden und alles mit Sitzplatzgarantie, bequem, preiswert, flexibel und umweltfreundlich (vgl. Hoerschelmann, 1998, S.34ff). Ein weiterer, für den deutschen Urlauber wichtigerer Bereich, sind die Fernzielreisen mit dem Bus. 1996 brachten rund 17.000 internationale Reisebusse die Urlauber in das skandinavische Land. Durchschnittlich saßen in den Bussen 27 Reisende (1995 durchschnittliche 31 Reisegäste). Von diesen Bussen kamen rund 4.000 aus Deutschland, was einem Anteil von 23,5% entspricht (Angaben Transportökonomisches Institut, Oslo 1997). Die deutschen Reisenden sind nach den Schweden mit 5.000 Reisebussen (29,4%) die zweitgrößte Besuchergruppe, allerdings kann man davon ausgehen, dass unter den schwedischen Reisebustouristen auch Tagesbesucher bzw. Reisende sind, die das Land nur für wenige Tage besuchen (vgl. Haukeland 1997, S.16). Bei den rund 4.000 deutschen Fernzielreisen agiert der Busunternehmer als Reiseveranstalter. Zu seinen Leistungen gehört dann nicht nur die Beförderung der Personen, sondern auch die Unterkunft. Diese Pauschalreise, die im Sinne des Reiserechts zu einem Gesamtpreis verkauft werden muss, gehört bei vielen Busunternehmern zu den üblichen Leistungen. Die Zahl der deutschen Busunternehmer, die auch als Reiseveranstalter tätig sind, lag 1997 bei rund 1.200 Unternehmen (vgl. Mundt, 1998, S.281).

Tabelle 37: Herkunftsländer der Reisebusse

Land	1995	%-Anteil	1996	%-Anteil
Schweden	5.500	30,6	5.000	29,4
Deutschland	4.500	24,9	4.000	23,5
Finnland	3.500	19,5	3.000	17,6
Dänemark	2.000	11,1	2.000	11,8
Niederlande	500	2,8	500	2,9
Andere Länder	2.000	11,1	2.500	14,8
insgesamt	18.000	100,0	17.000	100,0

Quelle: Angaben des Transportökonomischen Institutes, Oslo 1997

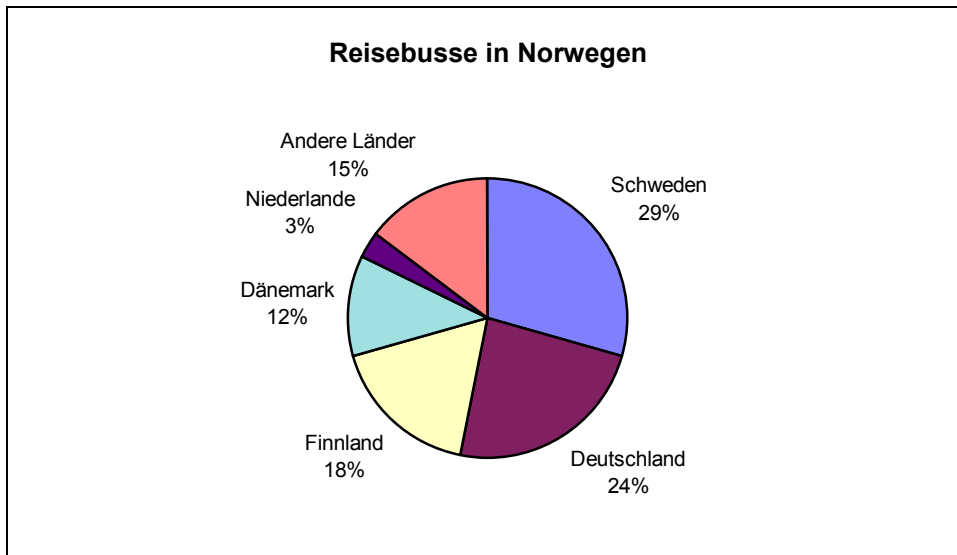


Abb. 19: **Herkunftsländer der Reisebusse in Norwegen 1996** (nach Angaben von TÖI, 1997)

3.6.4 Luftverkehr

Im Personentransport spielt der Luftverkehr eine zahlenmäßig untergeordnete Rolle. Allerdings kann durch den Luftweg die Peripherie mit ihren entlegenen Siedlungen schnell erreicht werden. 1998 sind auf den norwegischen Flughäfen rund 26,2 Millionen Flugpassagiere gelandet und abgeflogen. Mit 76,5% ist der Anteil der Inlandflüge am größten. Internationale Starts und Landungen erlebten in Norwegen rund 6,15 Millionen Fluggäste (23,5%). Das Netz der Flughäfen ist eng und so verfügt das Land über rund 50 Flughäfen, die mehrmals am Tag angesteuert wurden. Zu den großen Flughäfen zählt in erster Linie der moderne Flughafen Gardermoen, 47 Kilometer nordöstlich von Oslo, der erst 1998 seinen Betrieb aufgenommen hat, sowie die Flughäfen in Bergen, Stavanger und Trondheim. Die norwegischen Flughäfen haben unter Berücksichtigung des nationalen und internationalen Flugverkehrs einen unterschiedlichen Stellenwert. So registrierte der Flughafen in Trondheim 1998 rund 2,4 Millionen Passagiere bei nationalen Starts/Landungen und bei internationalen Flügen waren es lediglich rund 80.000 Fluggäste (3,2%). Von den insgesamt rund 10,2 Millionen Fluggästen reisten 44 Prozent aus dem Ausland an. Für den internationalen Flugverkehr wichtige Flughäfen sind Gardermoen, Stavanger mit einem Anteil von 23,1% und Bergen mit einem Anteil von 14,0 Prozent an den Passagieren im internationalen Flugverkehr (Angaben Norwegisches Luftfahrtamt für 1998).

Norwegen verfügt über kleinere Luftverkehrsgesellschaften wie Widerøe und Braathens SAFE, ist jedoch an der großen skandinavischen Fluggesellschaft SAS (Scandinavian Airway System) beteiligt.

Das Statistische Zentralamt und das Norwegische Luftfahrtamt verfügen über keine Angaben aus welchen Ländern die Passagiere kommen, so dass man keine Aussagen über die Zahl der Urlauber machen kann, die über den Luftweg das Land erreichen. Darüber hinaus wäre eine Unterscheidung zwischen Dienstreise und Urlaubsreise kaum möglich.

Inwieweit sich die neue Flugverbindung (2002 eröffnet) der „Billigfluglinie“ RYAN AIR von Hahn nach Sandefjord auf die Urlauberzahlen auswirkt bleibt abzuwarten.

3.6.5 Personen-Schiffsverkehr

Norwegen ist wie kaum ein anderes Land mit dem Wasser und der Seefahrt verbunden. Die festländische Uferlinie beträgt rund 20.000 km und über 80% der Norweger wohnen nicht weiter als 15 Kilometer von der Küste entfernt. Die Hafenstädte sind unzählbar und kaum ein anderes Land hat so viele Entdecker und Seefahrer hervorgebracht. Hervorzuheben sind hierbei die seetüchtigen Wikinger, Fridtjof Nansen, Roald Amundsen und Thor Heyerdahl. Der Schiffsbau hat in Norwegen eine lange Tradition, ist jedoch von Schiffsbaukrisen nicht verschont geblieben und musste zeitweise subventioniert werden. Am Rande sei nur erwähnt, dass gegenwärtig der Bau von Bohrplattformen und Versorgungsschiffen bedeutend ist.

Die Personenschiffahrt ist in Norwegen breit gefächert und umfasst den nationalen und internationalen Fährverkehr, den Kreuzfahrttourismus und vereinzelt auch den Ausflugschiffsverkehr (Fjordausflüge, Hochseeangeln, Whale Watching, etc.) sowie den regelmäßigen Personenschiffsverkehr. Die deutschen Urlauber sind auf den Personenschiffsverkehr angewiesen, denn bei der Anreise zeigen sich nur wenige Alternativen. Hierbei kommen gerade Individualtouristen, die bewusst keine Flugreise machen wollen, an den Fähren nicht vorbei. Ähnliches gilt für die Reisebustouristen, die mit den Reisebussen aus Deutschland kommend auch die Fähren nutzen. Inwieweit die im Juni 2000 eröffnete Öresund-Brücke, die zwar die Fährüberfahrt ersetzen kann, jedoch auch eine weitere Fahrstrecke und eine längere Fahrzeit bedeutet, eine Alternative sein kann ist von vielen Faktoren abhängig (Zielregion in Norwegen, Reisedauer, Reisezeit, Reisekosten, Verkehrsmittel, Kombination mit einem Dänemark- oder/und Schwedenurlaub, etc.) und muss aufmerksam beobachtet werden.

3.6.5.1 Fährverkehr

Die Fährschiffahrt hat in Norwegen, wie in kaum einem anderen europäischen Land, einen hohen Stellenwert. Aufgrund des Verlaufs der Küstenlinie und insbesondere durch die vielen tief in das Inland reichenden Fjorde, stellen die Fähren eine entscheidende Verkürzung der Wegstrecke und eine Fortsetzung der Straße dar. Die Beförderungszahlen sind durchgängig auf einem hohen Niveau und so wurden 1975 rund 36 Millionen Passagiere befördert und im Jahr 1995 lag der Wert bei vergleichbaren 35 Millionen beförderten Gästen. Die gebührenpflichtigen innernorwegischen Fähren werden in unterschiedlichen Regionen von zahlreichen Gesellschaften betrieben.

Tabelle 38: Die Fährlinien von/nach Norwegen (Stand 2003)

Internationale Verbindung	Fährlinie	Reederei
Norwegen - Deutschland	Oslo - Kiel	Color Line
Norwegen - Dänemark	Oslo - Hirtshals	Color Line
	Oslo - Kopenhagen	Scandinavian Seaways
	Oslo - Frederikshavn	Stena Line
	Moss - Frederikshavn	Color Line
	Moss - Hirtshals	Color Line
	Larvik - Frederikshavn	Color Line
	Larvik - Hirtshals	Color Line
	Bergen - Hanstholm	Fjord Line
	Kristiansand - Hirtshals	Color Line
Norwegen - England	Bergen - Newcastle	Fjord Line
	Kristiansand - Harwich	Color Line
Norwegen - Schweden	Kristiansand - Göteborg	DFDS Seaways
	Oslo - Helsingborg	Scandinavian Seaways
	Sandefjord - Strömstad	Color Scandi Line
Norwegen - Färöer Inseln - Island	Bergen - Torshavn - Seydisfjordur	Smyril Line

Für den Urlauber im Fjordland sind sie unverzichtbar. In den Sommermonaten sind die Fähren sehr hoch ausgelastet und an einigen Fjorden (z. B. Geirangerfjord, Sognefjord) wird die Kapazität der Fähren schnell erreicht, so dass mit Wartezeiten der Urlauber zu rechnen ist. Über die Abfahrtzeiten, Fahrtdauer und Preise informiert das so genannte „Ruteheft“.

Neben den innernorwegischen Fähren spielen die internationalen Fähren eine wichtige Rolle, da mit den großen Fährschiffen die Touristen und Güter ins Land kommen, bzw. über den Seeweg Norwegen wieder verlassen. Hierbei bestehen wichtige Fährverbindungen nach England, Schweden, Dänemark und Deutschland. Die größte Fährgesellschaft ist Color Line mit 7 Fährlinien.

Das Statistische Zentralamt in Oslo registriert die Passagierzahlen, die Norwegen erreicht und verlassen haben. Die Zahlen sind kontinuierlich gestiegen. 1990 beanspruchten 3,7 Mio. Passagiere die internationalen Fährlinien und 1995 wurden rund 5 Millionen Passagiere registriert. 1999 fuhren rund 6,1 Mio. Personen mit den internationalen Fährschiffen. Eine Aufschlüsselung unter Berücksichtigung der Nationalität der Passagiere erfolgte nicht. Von den rund 6,1 Millionen Fahrgästen buchten im Jahr 1999 rund 1,17 Mio. Fahrgäste die Fähren von Sandefjord nach Strömstad in Schweden. Ungefähr 1,1 Mio. Passagiere pendelten zwischen Kristiansand und Hirtshals (Abb. 23) und 763.000 Passagiere nutzten die Fährverbindung Oslo - Kopenhagen/Kopenhagen - Oslo. Auf der einzigen Verbindung zwischen Norwegen und Deutschland (Oslo-Kiel/Kiel-Oslo) wurden rund 523.000 Passagiere registriert. In den folgenden Tabellen ist die Entwicklung der Passagierzahlen und die Verteilung auf die unterschiedlichen Fährlinien in den Jahren 1990, 1995 und 1999 dargestellt.

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

Tabelle 39: Passagierzahlen / Fährlinien (Rang 1-10)

Jahr	Passagiere	Fährlinie	1990	1995	1999
1986	3.251	Kristiansand-Harwich	901	999	k.A.
1987	3.280	Larvik-Frederikshavn	832	693	696
1988	3.651	Oslo-Kopenhagen	508	662	763
1989	4.009	Sandefjord-Strömstad	275	611	1.175
1990	4.138	Oslo-Hirtshals	296	505	601
1991	4.243	Oslo-Kiel	406	488	523
1992	4.634	Oslo-Frederikshavn	437	462	526
1993	4.831	Moss-Frederikshavn	218	199	k.A.
1994	5.121	Bergen-Hanstholm	-	187	205
1995	5.006	Bergen-Newcastle	80	163	164
1996	5.394				
1997	5.769				
1998	6.032				
1999	6.107				

Übersicht Passagiere 1986 - 1999; Passagiere der Fährlinien Rang 1-10. Angaben in 1.000 beförderte Personen; Quelle: Statistische Zentralamt, Oslo 1993, 1996, 1999, 2000

Abschließend muss darauf hingewiesen werden, dass es noch weitere Fährlinien gibt, die von Norwegenbesuchern genutzt werden. Diese führen nicht direkt nach Norwegen, sondern von Deutschland nach Schweden. Diese Fährverbindungen sind Kiel - Göteborg (Stena Line), Travemünde - Trelleborg und Rostock - Trelleborg (beide TT-Line).

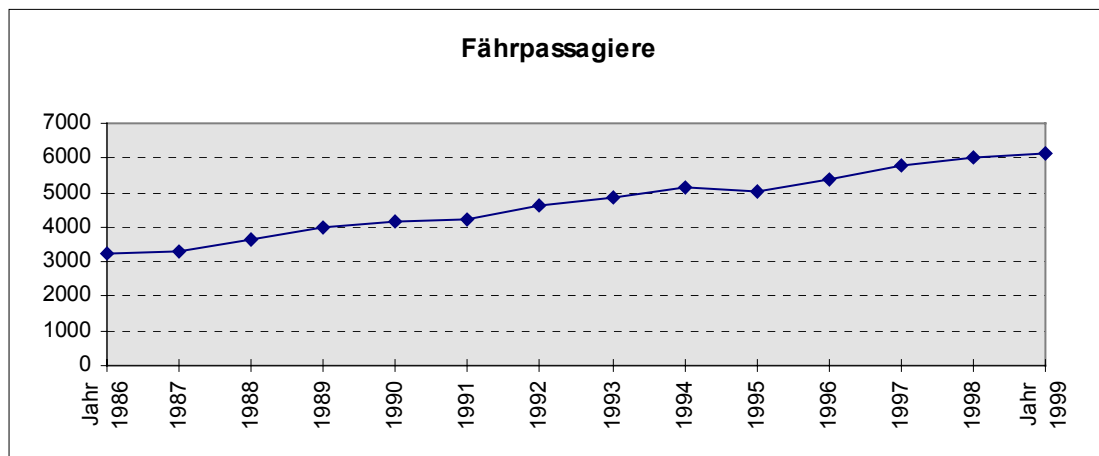


Abb. 20: Fährpassagiere der internationalen Fährlinien 1986 - 1999. Angaben in 1.000 Personen. Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 2000

3.6.5.2 Kreuzfahrttourismus

Der Kreuzfahrttourismus hat auf dem deutschen Tourismusmarkt einen untergeordneten Stellenwert. 1994 entschieden sich lediglich 200.000 deutsche Urlauber zu einer Kreuzfahrt. Fünf Jahre später betrug das Kreuzfahrtaufkommen zwar schon 330.000 Teilnehmer, dennoch blieb der Anteil mit 1 Prozent an allen deutschen Reisenden gering. Dementsprechend unternahm nur einer von 100 deutschen Urlaubern 1999 eine Kreuzfahrt. Das Potenzial der Hochseepassagiere wird von Experten als wesentlich höher angesehen und so scheint bei zielgruppenorientierter Werbung eine Zahl von einer Millionen deutscher Seereisender möglich (vgl. Grammerstorff, 2000, S.78). Zu den wichtigen Destinationen der deutschen Hochseepassagiere gehört Norwegen.

Eine Analyse der Fahrtgebiete der Reedereien zeigte, dass von den führenden 30 Reedereien 16 Unternehmen das Reiseland Norwegen im Programm haben. Alle 16 Veranstalter führen die Reisen in den Sommermonaten durch und lediglich ein Veranstalter bietet eine Reise in den Wintermonaten an (vgl. Behling, 2000, S.79ff). Die Kreuzfahrten, die nach Norwegen führen, werden häufig als Nordlandfahrten bezeichnet. Die Reisedauer und die enthaltenen Leistungen bzw. Sehenswürdigkeiten und Attraktionen variieren. Längere Reisen mit einer Reisedauer von 18 bis 21 Tagen können neben dem Fjordland auch die Lofoten, das Nordkap, Spitzbergen, Island und Schottland umfassen. Kürzere Seereisen mit einer Reisedauer von 7 bis 9 Tagen umfassen das Fjordland, überwiegend mit einigen attraktiven Städten wie Bergen und/oder Ålesund und natürlich stehen kleinere Fjorde, wie z. B. der berühmte Geirangerfjord auf dem Programm.

Die Kreuzfahrttouristen werden in den amtlichen Statistiken des Statistischen Zentralamtes nicht verzeichnet, da die Passagiere nicht in den registrierten Beherbergungsbetrieben übernachten, sondern auf dem Schiff. Das Transportökonomische Institut in Oslo schätzt die Zahl der Hochseereisenden die 1996 das Land besuchten auf 130.000. Die Seereisenden sind im Land präsent, da Landgänge, Ausflüge und Besichtigungen ein wichtiger Bestandteil ihrer Reise sind. Die Anzahl der Kreuzfahrttouristen, die Norwegen besuchen kann nur grob geschätzt werden. Eine Marktanalyse von NORTRA, die 1995 durchgeführt wurde, zeigte, dass der deutsche Urlauber unter den Kreuzfahrttouristen eine Sonderrolle einnimmt. Jeder zweite Hochseepassagier kommt aus Deutschland (50,0%), gefolgt von britischen Passagieren (18%), französischen Reisegästen (12%), US-Amerikanern (8%) und Kreuzfahrtpassagieren aus Italien mit einem Anteil von 7 Prozent. Die Analyse bot ebenfalls ein Besucherprofil: 75% der deutschen Seereisenden sind verheiratet, 73% haben keine Kinder mehr im Haushalt, 43% sind über 60 Jahre alt, 40% haben ein Einkommen von über 50.000 EURO (vgl. NORTRA Markedsplan 1996, S.74). Nach eigenen Berechnungen liegt die Zahl der Hochseepassagiere, die es alljährlich nach Norwegen zieht, bei rund 80.000 bis 85.000. Dieser Berechnung liegen folgende Annahmen zugrunde:

- der Anteil der Nordlandreisenden im Kreuzfahrttourismus liegt bei 25% (vgl. Freyer, 1995, S.148),
- die Zahl der Kreuzfahrttouristen liegt bei rund 330.000 pro Jahr.

Obwohl die Zahl der Kreuzfahrttouristen im Vergleich zu der großen Besuchergruppe der Individualtouristen sehr hoch ist, muss die ökonomische Bedeutung dieser Gruppe der Pauschaltouristen als sehr gering eingeschätzt werden, da die norwegische Tourismusindustrie in einem vergleichsweise geringen Umfang profitiert. Dies liegt an folgenden Faktoren:

- die norwegischen Beherbergungsbetriebe werden zu Übernachtungszwecken nicht genutzt
- die Gastronomie wird nicht aufgesucht
- die Attraktivitätsfaktoren z. B. Freizeitparks und Museen, werden nur in einem geringen Umfang in Anspruch genommen
- Waren des täglichen Bedarfs brauchen nicht gekauft werden
- weitere Güter (außer Souvenirs) werden kaum gekauft

Dass die Kreuzfahrtschiffe in die kleinen Fjorde hineinfahren, um dem Seereisenden diese schöne Fjordlandschaft zu präsentieren erscheint mittlerweile als normal, dass jedoch die norwegische Inselgruppe Spitzbergen, die sich noch 650 Kilometer nördlich vom norwegischen Festland befindet, von Kreuzfahrtschiffen angesteuert wird, erscheint zunächst nachdenklich. Weit ab von der Zivilisation scheint der Besucher sich zwar für die wilde, schrof-

fe und karge Natur zu interessieren, auf seinen Luxus möchte er jedoch nicht verzichten, wie aus einem Reisebericht eines Hochseereisenden hervorgeht:

„Den flachen Strand der Landzunge nutzten die meisten Schiffe, die in diesem Gebiet kreuzten, um ihre Passagiere inmitten vermeintlich wilder Natur auszubooten. Damit die aber nicht hungrig und durstig werden, gehört es zur Tradition, dass am Strand in kürzester Zeit ein Büfett mit Würstchen und heißer Suppe sowie eine Bar aufgebaut werden, die dann fotogen als „nördlichste Bar der Welt“ kenntlich gemacht wird. Klar auch, dass die Bordband mit an Land muss, um fröhlich aufzuspielen. Dabei müssen die Bläser schon Mal Einmalhandschuhe über die Finger ziehen, damit diese nicht am eisigen Metall ihrer Instrumente fest frieren - eigentlich kein Wunder, denn der Nordpol ist nur weniger als 1.000 Kilometer entfernt (vgl. Klüche, 2000, S.12ff)“.

3.6.5.3 Die Hurtigrute

Zu einer besonderen Form des Kreuzfahrttourismus gehört die Reise mit den weltberühmten Schiffen der Hurtigrute. Diese Reise, die schon seit Jahren von der Reederei NSA Norwegische Schifffahrts-Agentur GmbH als „die schönste Seereise der Welt“ angepriesen wird, hat eine lange Tradition. Am 2. Juli 1893 lief das erste Postschiff aus. In den folgenden Jahren waren es immer mehr Schiffe, die von Bergen ausliefen um 34 Hafenstädte zwischen Bergen und Kirkenes mit Gütern zu versorgen. Die sprichwörtliche Pünktlichkeit ist heute noch ein Markenzeichen der Hurtigrute. Geändert hat sich im Laufe der Zeit Vieles. Aus den alten Postschiff-Dampfern sind moderne Kreuzer geworden und neben den Gütern werden auch zahlreiche Passagiere befördert, die neben den Ausblicken auf die Küste und die idyllischen Hafenstädte auch den Luxus an Bord genießen können. Bei den deutschen Touristen sind die Reisen sehr beliebt und so wurden im Jahr 1999 rund 19.400 deutsche Reisende befördert. Die Hurtigrute spielt auch bei den Norwegern als Verkehrsmittel eine Rolle und so werden sie auch auf Teilabschnitten befördert. Die Zahl der gesamten Passagiere lag 1995 bei rund 330.000 und 1999 bei ca. 433.000 Personen. Von den rund 433.000 Passagieren wurden 220.000 in nördliche und rund 213.000 in südliche Richtung befördert. Die Zahlen der Fahrgäste sind in dem Zeitraum 1991 bis 1999 um 55,5% gestiegen und rund 69 Prozent der Passagiere wurden in den Monaten April bis September befördert. Gegenwärtig umfasst die Hurtigrutenflotte 11 Schiffe, von denen die „MS Nordnorge“ das jüngste Schiff ist (Baujahr 1997). Sie bietet Platz für 691 Passagiere. Die Reise von Bergen bis Kirkenes und zurück beansprucht 11 Tage. Geworben wird neben dem Luxus auch mit den Naturereignissen und so bieten Sommerreisen die Gelegenheit nördlich des Polarkreises die Mitternachtssonne und in den Wintermonaten die Nordlichter (Aurora borealis) zu sehen.

3.7 Institutionen und Organisationen

Im norwegischen Tourismus ist NORTRA (Nortravel Marketing) die wichtigste Institution, da NORTRA die konjunkturelle Entwicklung des Fremdenverkehrs maßgeblich bestimmt hat und gegenwärtig die Vermarktung des Produktes „Reiseland Norwegen“ im Ausland übernimmt. Neben NORTRA sind der norwegische Verein für Bergwandern, kurz DNT (Den norske Turistforeningen) und das Transportökonomische Institut in Oslo bedeutende Einrichtungen, die den Tourismus in Norwegen fördern. Diese Organisationen profitieren von den Erhebungen und resultierenden amtlichen Statistiken des Statistischen Zentralamts in Oslo.

3.7.1 NORTRA

Das wichtigste Organ des Fremdenverkehrs in Norwegen ist NORTRA (Abkürzung für Nortravel Marketing). Dieses übergeordnete norwegische Fremdenverkehrsamt ist eine selbständige und gewerbetreibende Stiftung. Sie wurde vom norwegischen Staat und der Reisebranche 1984 gegründet, um den touristischen Aufschwung zu forcieren. NORTRA mit dem Hauptsitz in Oslo ist die nationale, fachbezogene Marketingorganisation für die norwegische Reisebranche. Das norwegische Wirtschaftsministerium steht NORTRA sehr nahe und ist die bewilligende Behörde.

Darüber hinaus findet eine enge Zusammenarbeit mit dem Außenministerium und dem Landwirtschaftsministerium statt. Zu den Hauptaufgaben gehören Marktforschung, Information und Beratung, Präsentation insbesondere auf Touristikmessen und Marketing der norwegischen Reiseprodukte im Ausland. Zum Kundenkreis bzw. zu den Kooperationspartnern gehören alle Unternehmen, die mit dem Fremdenverkehr in Verbindung stehen und darüber hinaus sind die ausländischen Reiseveranstalter wichtige Partner.

Um direkt vor der Tür der vielen potenziellen Urlauber Marketing zu betreiben unterhält NORTRA 11 Niederlassungen im Ausland. In den skandinavischen Nachbarländern bestehen norwegische Fremdenverkehrsämter in der schwedischen Metropole Göteborg, im finnischen Helsinki und in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen. In den weiteren europäischen Ländern unterhält NORTRA Niederlassungen in Hamburg, Paris, London, Mailand, Madrid und für die Beneluxländer wurde das Fremdenverkehrsamt in Amsterdam eingerichtet. Darüber hinaus wird versucht auf dem amerikanisch/kanadischen sowie auf dem japanischen Markt die Menschen für das Königreich im Norden Europas zu begeistern und so verfügt NORTRA über Niederlassungen in New York und Tokio. Die aufgelisteten norwegischen Fremdenverkehrsämter sind im Internet präsent und verschicken bei Anfrage ausreichend Informationsmaterialien. Zu diesen Materialien gehört auch der alljährlich erscheinende „offizielle Norwegenkatalog“, der den Interessenten über das Land und die touristischen Möglichkeiten umfangreich informieren soll. Diese Hauptbroschüre umfasst auch die Werbung der Reiseanbieter, die hier kostenpflichtig eine „Werbefläche“ erhalten. Darüber hinaus erhält der Interessent die Infobroschüren der Fährunternehmen oder sonstiger Reiseanbieter, wie Reisevermittler oder Ferienhausanbieter.

NORTRA verfügt über zwei Tochtergesellschaften:

- **NORTRA Produksjon A/S** beschäftigt sich in erster Linie mit dem Druck und Vertrieb von Drucksachen wie Katalogen und Broschüren. Ein weiteres Aufgabengebiet ist die Konzeption und Erstellung von Informationsmaterialien und der Verkauf von Anzeigen. Darüber hinaus werden auch die Reiseführer der Reihe NORTRABOOKS verlegt.
- **NORTRA Consult A/S** hat sich auf Consulting und Marktforschung spezialisiert und unterhält wichtige Kontakte mit internationalen Kooperationspartnern (z. B. European Travel Commission, European Travel Monitor, World Tourism Organization).

Über ihre Aktivitäten informiert NORTRA in der Publikation „Markedsplan“, das die Organisation selber als „overordnede strategiske dokument for fellestiltak i den internasjonale markedsforeningene av Norge som reisemål“, ein übergeordnetes strategisches Dokument mit gemeinschaftlichen Maßnahmen zur internationalen Vermarktung von Norwegen als Reiseziel.

Dieses übergeordnete Dokument umfasst die Hauptaufgabengebiete: Zahlen und Fakten zum internationalen und nationalen Tourismus, neue Strategien und Konzepte, Budget,

Fakten über Reisegruppen unter Berücksichtigung der Herkunftsländer. NORTRA erhält die statistischen Angaben u. a. von dem Statistischen Zentralamt in Oslo, dem Transportökonomischen Institut in Oslo, dem European Travel Monitor (ETM) und der World Tourism Organization (WTO).

3.7.2 Transportökonomisches Institut (TÖI)

Das Transportökonomische Institut (Transportøkonomisk Institutt) in Oslo ist ein nationales Forschungs- und Beratungszentrum zum Thema Verkehr. Das Institut startete seine Aktivitäten 1958 zunächst als „Transportøkonomisk utvalg (TÖU)“, änderte 1964 den Namen und ist seit 1986 eine private Stiftung. Der Aufgabenbereich lässt sich in vier Handlungsfelder einteilen:

- Verkehrsplanung (Trafikkplanlegging)
- Verkehrssicherheit und Verkehrstechnik (Trafikksikkerhet og Trafikkteknikk)
- Transportanalysen und Regionale Entwicklung (Transportanalyser og regionale Utvikling)
- Transportwirtschaft (Transportøkonomi)

In dem Bereich Transportanalysen (Transportanalyser og regionale Utvikling) wurde auch der Reiseverkehr erfasst. Der Bereich „Reiseliv“ (Tourismus) wird unter vielen Gesichtspunkten erforscht. Von Interesse sind u. a. Anzahl der Gäste, Reisefahrzeuge, Reiseausgaben, Ansprüche und Bedürfnisse der Touristen. Die Untersuchungen, die als Primärerhebung überwiegend als Befragung mit Hilfe von Fragebögen durchgeführt werden, münden in Dokumentationen, die käuflich erworben werden können.

3.7.3 DNT - Den norske Turistforeningen

Der norwegische Verein für Bergwandern ist der DNT. Der Verein wurde bereits 1868 gegründet und zu seinen primären Aufgaben gehört die Errichtung von Wanderhütten, das Markieren von Wanderwegen und die Durchführung von Fjelltouren im Sommer wie im Winter (vgl. Dey, 1991, S.223). 50 regionale Wandervereine sind mit dem DNT verbunden, die zusammen rund 300 Wanderhütten betreuen. Diese Hütten können bewirtschaftete Hütten (betjente hytter), die neben der Übernachtung auch Verpflegung anbieten oder einfache Hütten für Selbstversorger sein. Deutsche Touristen können die Berghütten des DNT auch ohne Mitgliedschaft nutzen. Der Verwaltungssitz der DNT ist in Oslo. 1999 registrierte die DNT rund 100.000 Gästenächte in ihren Wanderhütten. 3.405 Übernachtungen waren Gästenächte deutscher Wanderer.

3.7.4 Statistisches Zentralamt in Oslo (Statistisk Sentralbyrå - SSB)

Das Statistische Zentralamt (Statistisk Sentralbyrå - SSB) mit dem Sitz in Oslo erstellt die amtlichen Statistiken, die in den zahlreichen Veröffentlichungen oder teilweise im Internet nachzulesen sind. Die umfangreichste Publikation ist das Statistische Jahrbuch mit Statistiken u. a. zu den Themen Bevölkerung, Sozialwesen, Bildung, Arbeitsmarkt, Freizeit und Erholung, Wirtschaft und Industrie. Neben diesem Hauptwerk werden zu bestimmten Themen Einzelhefte herausgegeben. Unter denen sich auch die Ausgabe „Reiselivsstatistikk“ befindet, die sich mit den Angaben rund um den Tourismus in Norwegen beschäftigt. Hier wurden Gästestatistiken erstellt und Übernachtungszahlen teilweise unter Berücksichtigung der Herkunftsländer der Reisenden zusammengestellt. Anzahl und Verteilung der Beherbergungsbetriebe, Passagierzahlen und Fährlinien sowie die Gastronomiebetriebe sind weitere Bestandteile der amtlichen Statistiken. Die Statistiken sind eine wichtige Grundlage z. B. für die bereits vorgestellten Institutionen NORTRA und TÖI.

3.8 Ökonomische Bedeutung des Fremdenverkehrs

Die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs ist auch in Norwegen, einem der reichsten Länder der Welt, unbestritten. Dank der großen Erdöl- und Erdgasvorkommen konnte das Norwegen seit Ende der 1960er Jahre einen ungeahnten wirtschaftlichen Aufschwung verzeichnen. Der Tourismus, der sich wie der Wohlstand erst sehr spät durchgesetzt, kann heute dazu beitragen die Konflikte zwischen den Zentren und der Peripherie abzubauen. In peripheren Räumen, die vornehmlich monostrukturiert sind, gibt der Fremdenverkehr neue Perspektiven und so hat der Tourismus durch einheimische wie auch durch ausländische Gäste in vielen agrarisch-strukturierten Gemeinden oder auch einigen Inselgruppen (z. B. Lofoten) Einzug gehalten. Der neue oder vielmehr auflebende Tourismus hat so einige Regionen sozio-ökonomisch am Leben erhalten (vgl. Gläßer, 1993, S.121ff). Durch neue Arbeitsplätze, die in den nördlichen Bereichen jedoch nur saisonal entstanden, konnte auch schon seit Jahrzehnten, der so gravierenden Landflucht entgegen gewirkt werden. Insbesondere in den nördlichen Landesteilen verzeichnete man, aufgrund der ökonomischen Gegebenheiten, ein starkes Abwandern vorwiegend der jüngeren Norweger (vgl. Helmfrid, 1968; Butzin, 1981).

Das Statistische Zentralamt, wie auch andere Institutionen liefern nur wenige Daten, die aber nicht ausreichen, um die außen, binnen- und regionalwirtschaftliche Bedeutung des norwegischen Tourismus in einem aussagekräftigen Rahmen darzustellen. Einen groben Überblick geben hierbei die norwegischen Devisen-Einnahmen und Ausgaben des Fremdenverkehrs.

3.8.1 Norwegische Devisen-Einnahmen und -Ausgaben

Eine Möglichkeit die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs zu dokumentieren, ist die Methode der Devisenerfassung. Hierbei hält das Statistische Zentralamt Daten bereit, die erste Aussagen über die Reisebilanz zulassen. Im Zeitraum 1990-1999 stiegen die Devisen-Einnahmen in Norwegen durch den Ausländertourismus (inbound tourism) von rund 9,6 auf 17 Milliarden Kronen.

Tabelle 40: Devisen-Einnahmen und -Ausgaben

Jahr	Einnahmen	Ausgaben
1990	9,662	21,159
1991	11,359	20,320
1992	12,650	20,066
1993	13,757	23,840
1994	15,741	26,206
1995	14,974	26,913
1996	15,468	29,214
1997	15,976	31,518
1998	16,509	34,586
1999	17,000	37,058

Angaben in Milliarden norwegischen Kronen

Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 1993, 1995, 1996 und 2000

Auf der anderen Seite stiegen auch die Devisen-Ausgaben der Norweger bei ihren Auslandsreisen (outbound tourism). In dem gleichen Zeitraum stiegen die Ausgaben von 21,2 auf rund 37,1 Mrd. norwegische Kronen. Die Einnahmen lagen 1999 rund 20 Milliarden norwegische Kronen (ca. 2,5 Mrd. EURO) unter den Auslandsausgaben, was Norwegen zu einem Geberland macht. Die aufgeführte norwegische Reiseverkehrsbilanz berücksichtigt

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

die Einnahmen bzw. Ausgaben für die Beherbergungsleistung, die Beförderungsleistung und den Touristenkonsum. Wie Norwegen, so verfügt auch die BRD über eine negative Bilanz. Das Saldo der Bundesrepublik Deutschland lag 1999 bei 29,8 Mrd. EURO (1990 bei -17,1 Mrd. EURO). Da sich bei der Erstellung einer Reisebilanz vielfach methodische Fehler einschleichen, sollte man die Angaben mit Skepsis betrachten.

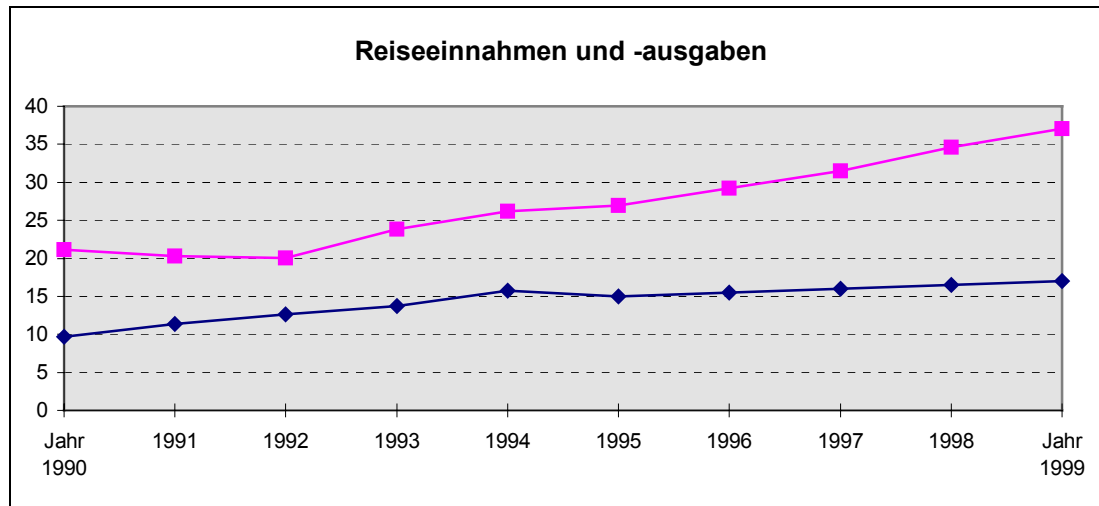


Abb. 21: **Reiseeinnahmen** (untere Kurve) **und Reiseausgaben** (obere Kurve) anhand von Devisen in Norwegen 1990 - 1999. Angaben in Milliarden norwegischen Kronen
Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 1993, 1995, 1996 und 2000

Eine weitere Auflistung des Statistischen Zentralamtes informiert über die Höhe der Reiseausgaben im eigenen Land (Binnentourismus). In den einleitenden Informationen des Institutes wird jedoch darauf hingewiesen, dass die Berechnungen auf Primärerhebungen basieren, die nur bedingt verlässlich sind. Im Allgemeinen sind die touristischen Umsätze ungenau, da aus den Gesamtumsätzen der einzelnen Wirtschaftszweige, die für den Tourismus relevanten Ausgaben herausgerechnet werden müssen (vgl. Mundt, 1998 S. 359). Die folgende Übersicht unterscheidet zwischen den nationalen Reisenden (den Norwegern) und den internationalen Reisenden. Die aufgeführten Tourismusprodukte bzw. Dienstleistungen entsprechen den gewählten Kategorien des Statistischen Zentralamtes.

Tabelle 41: **Ausgaben norwegischer Reisender und internationaler Reisender in Norwegen**

Tourismusleistung	Norw. Reisende	Internat. Reisende
Unterkunft	2.730	3.852
Gastronomie	4.544	3.625
Schienenverkehr	1.137	484
Bus, Taxi	1.377	236
Schiffsverkehr (binnen)	570	426
Schiffsverkehr (Meer)	401	1.894
Luftverkehr	4.050	2.178
Reisebüro und Mietwagen	8.819	82
Museum und Freizeitangebote	1.039	477
Ausgaben insgesamt	24.667	13.255

Quelle: Statistisches Zentralamt, Oslo 2000, Angaben in Milliarden norwegischen Kronen

Die Auflistung zeigt in der Summe deutliche Unterschiede zwischen den Ausgaben der Norweger und den Urlaubern aus dem Ausland. Hierbei liegen die Ausgaben der Norweger in ihrem Heimatland rund 11,4 Mrd. norwegische Kronen (1,4 Mrd. EURO) über den Aus-

gaben der ausländischen Touristen. Deutliche Unterschiede ergeben sich in der Summe bei vielen Tourismusleistungen und so verzeichnet man höhere Ausgaben von rund 1,1 Mrd. norwegischer Kronen bei der Unterkunft der Auslandsgäste. Während die Ausgaben der nationalen Reisenden in der Gastronomie rund 0,9 Mrd. norwegische Kronen höher sind als bei Auslandsgästen. Weitere Unterschiede bestehen bei den Verkehrsmitteln, die zur Beförderung der Touristen gewählt werden. Hier zeigt sich, dass die Ausgaben für den Schiffsverkehr durch die internationalen Besucher (z. B. Kreuzfahrten, Ausflugsschiffe, Hurtigrute) rund 1,5 Mrd. NOK über denen der Norweger liegen, während die Norweger rund doppelt soviel in den Luftverkehr investieren. Verständlich hoch sind die Ausgaben für Dienstleistungen, insbesondere Vermittlungstätigkeiten, die ein Reisebüro verrichtet. Während der Norweger seine Buchungen in Norwegen durchführen muss, hat der internationale Tourist diese Leistungen im Heimatland bezahlt.

Die Ausgaben der Norweger für Tourismusleistungen im eigenen Land (Binnentourismus) sind in den 1990er Jahren wesentlich stärker gestiegen als die Ausgaben der internationalen Gäste. So stiegen die Reiseausgaben der Norweger im eigenen Land von 18,062 Mrd. norwegischen Kronen im Jahre 1995 um rund 6,6 Mrd. NOK auf 24,667 Mrd. NOK im Jahr 1999, was einen Anstieg von immerhin 36,6 % bedeutete. Die Ausgaben der Auslandsurlauber stiegen in diesem Zeitraum von 11,215 Mrd. norwegischer Kronen um 2,05 Mrd. NOK auf 13,255 Mrd. NOK (Anstieg von 18,5 %). Der hohe Anstieg unterstreicht die große ökonomische Bedeutung des norwegischen Binnentourismus.

3.8.1.1 Die Reiseausgaben der deutschen Urlauber (im internationalen Vergleich)

Betrachtet man die Verteilung der Einnahmen im Tourismus unter Berücksichtigung der Herkunftsländer der Touristen, so lassen sich Besuchergruppen ausmachen, die unterschiedlich viel Geld investieren. Eine Umfrage mit dem Titel „Turistenes forbruk i Norge sommeren 1995“ des Transportökonomischen Institutes in Oslo sollte klären, wie viel Geld die Besucher pro Tag in Norwegen ausgeben. Bei dieser Umfrage wurden im Sommer 1995 rund 5.500 Probanden interviewt. Das Ergebnis zeigt die durchschnittlichen Tagesausgaben der Touristen. In den aufgeführten Ausgaben sind die Kosten für An- und Abreise eingerechnet. Der Umrechnungskurs war zum Zeitpunkt der Untersuchung 1996: 8 norwegische Kronen (NOK) entsprachen rund 1 EURO. Mit 3.117,- norwegischen Kronen am Tag gehören die Japaner zu den absoluten „High Spenders“, gefolgt von den US-Amerikanern mit 995,- NOK und den Schweizern und Österreichern mit jeweils 894,- NOK am Tag. Die hohen Ausgaben der Japaner und der Amerikaner können in erster Linie durch die hohen An- und Abreisekosten begründet werden. Die durchschnittlichen Tagesausgaben der Reisenden liegen bei 520,- NOK. Weit unter diesem Wert liegen die Reiseausgaben der deutschen Urlauber mit 441,- NOK (rund 55 EURO) auf Rang 12. Bei der Reisegruppe der deutschen Urlauber wurde aufgrund der hohen, jedoch nicht näher genannten Zahl der „Wildcamper“ die durchschnittlichen Tagesausgaben in zwei Kategorien eingeteilt. Zur ersten Kategorie gehören die Urlauber, die zu Übernachtungszwecken die Unterkünfte aufsuchen, wie z. B. die Campingplätze und deren Ausgaben pro Tag auf 475,- NOK geschätzt wurden, zur zweiten Kategorie gehören die „Wildcamper“, die abseits der Campingplätze übernachten. TÖI errechnete für diese Gruppe tägliche Reisekosten von lediglich 260,- NOK (ca. 33,- EURO), was die Hälfte der durchschnittlichen Reisekosten aller internationaler Reisegruppen bedeutet (520,- NOK). In den folgenden Jahren wurden keine weiteren Untersuchungen zu den Reiseausgaben durchgeführt, so dass die aufgeführten Werte als aktuellste anzusehen sind.

3. Tourismuswirtschaft in Norwegen

Vergleicht man die Ausgaben der deutschen Norwegenreisenden mit den durchschnittlichen Reiseausgaben, die für das Jahr 1996 von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V./F.U.R. (vgl. Reiseanalyse F.U.R., 2000) erhoben worden, so kann man feststellen, dass die Reiseausgaben der Norwegenreisenden mit den Durchschnittsausgaben aller deutschen Reisenden vergleichbar sind. 1995 gaben die deutschen Bürger auf ihren Reisen pro Person 50 EURO pro Urlaubstag im Inland und Ausland aus (1996 – 51 €, 1997 – 53 €, 1998 – 53 €, 1999 – 52 €). Weit unter den durchschnittlichen täglichen Reiseausgaben liegen die Ausgaben der „Wildcamper“.

Die durchschnittlichen Reiseausgaben der Norwegenreisenden aus verschiedenen Ländern ist mit 65 EURO (520 NOK) pro Reisender und pro Tag rund 32 Prozent höher als die durchschnittlichen Tagesausgaben der deutschen Urlauber (50 EURO) auf ihren nationalen und internationalen Reisen.

Tabelle 42: Durchschnittliche Reiseausgaben

Rang	Herkunftsland	Ausgaben pro Tag
1.	Japan	3.117,-
2.	USA	995,-
2.	Schweiz	894,-
4.	Österreich	894,-
5.	Italien	643,-
6.	Frankreich	549,-
7.	Großbritannien	543,-
8.	Finnland	541,-
9.	Belgien	509,-
9.	Niederlande	509,-
11.	Schweden	472,-
12.	Deutschland	441,-
	Durchschnitt	520,-

Quelle: TÖI, 1996; Ausgaben pro Tag/pro Reisenden in norwegischen Kronen

Der Vollständigkeit halber muss noch darauf hingewiesen werden, dass die deutschen Reisenden nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (1998) im Jahre 1995 im Ausland 38,25 Mrd. EURO ausgaben (Reiseeinnahmen 13,12 Mrd. EURO). Hierbei wurden ungefähr 4,6 Mrd. EURO in Italien ausgegeben (Rang 1). Allein in Italien, Österreich und Spanien wurde mit rund 13,3 Mrd. EURO mehr als ein Drittel der Gesamtsumme ausgegeben. In Norwegen gaben 1995 deutsche Touristen rund 307 Millionen EURO aus.



Abbildung 22: **Zahlreiche Hotels stehen dem Norwegenreisenden zur Verfügung** (Hotel in Rosendal).



Abbildung 23: **Der internationale Fährverkehr** – Die Anreise erfolgt überwiegend mit der Fähre (Color Line, Hirtshals – Kristiansand)