

FREIZEIT & TOURISMUS IN EUROREGIONEN

HANS G. SWOBODA · LINZ

Ende des Nationaltourismus?

Ein weitblickender Professor aus Görlitz, Sachsen, wollte heuer einen Tourismuskongreß unter dem Titel »Tourismus in Euroregionen« veranstalten und hatte dazu namhafte Freizeit- und Tourismusspezialisten aus Deutschland, Österreich, Polen, der Schweiz und Tschechien als Vortragende eingeladen. Auf dem Programm standen Themen wie »Internationale Tourismusprobleme und die Auswirkungen auf die Nachbarländer«, »Grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Tourismus«, »Tourismus im 21. Jahrhundert«, »Umweltprobleme und Tourismusentwicklung in Euroregionen« u. a.

Kurz vor dem Termin mußte der Initiator, Dr. H. Oberste-Lehn, Studiendekan Tourismus an der Hochschule für Technik, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Zittau und Görlitz, den Kongreß absagen – aus Mangel an Teilnehmerinteresse.

Das Nichtzustandekommen dieser Veranstaltung ist ein vielleicht leises, aber nicht minder signifikantes Beispiel für Kurzsichtigkeit gegenüber unaufhaltsamen Entwicklungen. Angesichts der Themenstellung hätten ja Massen von Tourismuspolitikern, -lehrern, -strategen und -managern nach Görlitz strömen müssen. Aber offenbar halten zu viele von diesen noch an Strukturen und Kategorien fest, die sich in Auflösung befinden; merken nicht oder wollen nicht wahrhaben, daß sie von den Konsumenten der Tourismusbranche seitlich liegengelassen werden.

Touristische Markenprodukte treten an die Stelle von Zielländern

Moderne Ferienreisende fahren heute je nach Neigung in die Alpen, in den Mittelmeerraum, in die Karibik oder nach Ostafrika, machen Bade-, Abenteuer-, Wander- oder Gesundheitsurlaub, wobei den meisten schon mehr oder weniger egal ist, in welchem Staat sich ihr Ziel befindet. Sie denken in Großräumen und Markendestinationen – und vor allem an die optimale Verwirklichung ihrer Wunschvorstellungen.

Wer zum Törggelen nach Südtirol fährt, fühlt sich nicht als Italienerurlauber; für jemanden, der ein Hochgebirgs-Event in Ischgl besucht, ist es ziemlich gleichgültig, daß dieser Ort in Österreich liegt; er würde genauso dorthin fahren, wenn er in der Schweiz, in Frankreich oder Oberbayern läge.

Amerikaner und Fernostler fahren nach Europa, und dort nach Salzburg, Rom, Paris, Wien, Kitzbühel usw.; Staatsgrenzen sind von sekundärer Bedeutung und werden von geführten Gruppenreisenden mitunter gar nicht mehr wahrgenommen.

Kultururlauber haben immer schon in erster Linie die Uffizien, den Louvre, die Königsgräber, den Escorial, Opern- und Operettenfestspiele usw. besucht und fanden Grenzüberschreitung und Geldwechsel mehr beschwerlich als interessant.

Altgäste reisen zwar immer noch absichtlich „nach Österreich“, „in die Schweiz“, nach Italien, Frankreich, Spanien, Deutschland – , aber immer weniger Neugäste sehen das so; sie haben „Markenziele“ – Tirol (*die* „Marke“ glattweg), das Engadin, die Toscana, die Cote d'Azur, Gran Canaria, die Ostsee oder „Markenprodukte“ im Auge, z.B. Familiendorf, Skiarena, Clubferien, Urlaub am Bauernhof, Kreuzfahrt, Campingurlaub, All inclusive“ – oder sie wollen „Neues“ entdecken“, egal wo.

„Europäer“ als neue Gästekategorie

Auch bei vielen Gastgebern und touristischen Anbietern ist das Nationendenken noch fest eingekrustet und mit Vorurteilen behaftet.

Indes, Sizilianer und Südtiroler bedanken sich schön, wenn man sie als „Italiener“ und Nudelkonsumenten mitsammen in einen Topf wirft; Deutsche sind nicht begeistert, wenn man sie bestenfalls nach „Ossis“ und „Wessis“ unterscheidet; Flamen beiderseits der Grenze haben sich nur zähneknirschend damit abgefunden, daß man sie einfach als „die Holländer“ tituliert, ebenso die Bürger des Vereinigten Königreiches als „die Engländer“.

Zeitgemäßer und unverfänglicher ist es, von West-, Ost-, Nord-, Süd- und Mitteleuropäern zu sprechen, und höflicher, individuell-regionale Eigenheiten zu respektieren, statt den Gästen generalisierende (und oft politisch schlagseitige) Nationenstempel aufzudrücken.

Zumindest gedanklich müßte dieser Prozeß auf beiden Seiten – bei Gästen und Gastgebern –, vor allem aber bei jenen Leuten, die an den touristischen Schalthebeln sitzen, einsetzen. Europa „ohne Zäune“ und mit ineinander verfließenden nationalen Grenzen (das Relikt „Minderheit“ hat schon das Odeur einer Diskreditierung) nimmt in den Hirnen der Staatsmänner und im Empfinden des jüngeren Reisvolkes schon deutlich Gestalt an, aber dazwischen gähnt ein Loch.

Die Umstellung ist nicht einfach, aber notwendig

Gewiß werden Statistiker und nationale Tourismuswerber Probleme haben, mit der neuen Entwicklung zurechtzukommen. Wie soll man Gästequellgebiete statistisch definieren, wenn Staats- und Verwaltungsgrenzen dafür untauglich werden?

Was soll die Österreich Werbung tun, wenn Österreich als „Über-Marke“ nicht mehr angenommen wird und sich touristisch in „Marken-Destinationen“ auflöst?

Sie wird eine neue wichtige Aufgabe als Koordinations-Drehscheibe bekommen – und wahrscheinlich einen neuen Namen.

Denn sie wird sich, im Einvernehmen mit anderen bisher „nationalen“ Oberwerbern, auch um grenzüberschreitende Regionen kümmern müssen, die be- oder anstehen, beispielsweise den Bodenseeraum, das „Dreiländereck“ bei Arnoldstein, das (Inter-)Nationalparkgebiet Seewinkel, die Tourismusregion Deferegggen- und Antholzertal (Ost-Süd-Tirol), vielleicht eine künftige internationale Großregion „Donauraum“ (oder zumindest eine Dreiländerregion „Donauauen“), eine zusammenhängende Erholungsregion Bayerischer Wald – Böhmerwald – Mühlviertel oder

eine neue Definition des Innviertels beiderseits des heutigen Grenzflusses; vielleicht auch wird – ob es die jeweiligen Staatsregierungen freut oder nicht – der alte Spruch „Tirol isch' lei oans“ touristisch wieder wahr und wird sich der touristische Begriff „Südsteiermark“ von Graz abwärts auch wieder über die ehemalige, heute slowenische Untersteiermark erstrecken?

Man mag solche Visionen belächeln, Tatsache aber ist, daß grenzüberschreitende Interessen und Kooperationen dieser Art in Wirtschafts-, Verkehrs- und Umweltbelangen bereits bestehen, warum sollte es ausgerechnet im Bereich des Tourismus nicht so sein?

Es wird nichteinmal der Tourismusmanager bedürfen, übernationale Regionen künstlich zu schaffen; sie werden durch die Reise- und Freizeitgewohnheiten der neuen Urlaubergenerationen einfach entstehen, zumal Grenzformalitäten und Wechselkursprobleme wegfallen und Staatsgrenzen für die reisenden Gäste im Nebel verschwinden.

Bleibt bestenfalls noch das Verständigungsproblem, das aber auch kein ernsthaftes Hindernis darstellt, angesichts des Umstandes, daß heute schon in fast allen namhaften Reiseländern ein Kauderwelsch aus Englisch, Deutsch und Brocken der jeweiligen Landessprache nebst Gestik und Mimik als Kommunikationsmittel gang und gäbe ist.

Das Hauptproblem wird eher im organisatorischen Bereich liegen, denn bestehende Verwaltungsstrukturen und überlieferte Rechtsnormen werden nicht so schnell zu überwinden sein.

Ein Lehrbeispiel dafür ist die klassische Tourismusregion Salzkammergut, an der drei österreichische Bundesländer Anteil haben und die darob periodisch von Meinungsverschiedenheiten (etwa über Kur- und Ortstaxenregelungen, Höhe der Beitragszahlungen, Kompetenzfragen usw.) und Austrittsdrohungen erschüttert wurde, die Beben aber letztlich immer wieder überstand, und das seit mehr als hundert Jahren.

Wie immer nun Meinung und Gegenmeinung aufeinander prallen mögen, das letzte Wort werden die Konsumenten sprechen. Und für diese, speziell die Jüngeren unter ihnen, ist die Götterdämmerung des „Nationaltourismus“ bereits angebrochen; schließlich wurde sie – indirekt – von Europa-Befürwortern auch lange genug unter den Vorteilen der Union hervorgehoben.

Wollte man den Übergang von nationalen Begrenzungen zu touristischen „Euroregionen“ aufhalten, kann dies vielleicht zu wirtschaftlich nachteiligen Verzögerungen führen, – verhindern wird man sie auf die Dauer nicht können.

Anschrift des Verfassers: Prof. Dr. Hans G. Swoboda, c/o Institut für Tourismus und Umweltkultur, A-4020 Linz, Hofberg 10