

FREIZEIT & TOURISMUS IN DER EUROREGION NEIßE

ANDRZEY RAPACZ · JELENIA GÓRA

Probleme des Qualitätstourismus im polnischen Teil der Euroregion Neiße

1. Einführung

Ende 1991 entstand der „Stowarzyszenie Gmin Euroregionu Nysa“ (Verein der polnischen Gemeinden in der Euroregion Neiße). Die Begründung für das Entstehen dieses Vereins ergab sich aus der beginnenden Zusammenarbeit der polnischen, tschechischen und deutschen Grenzregionen und deren erste Festlegungen von Bedingungen für die Zusammenarbeit bei der Bildung einer Euroregion Neiße.

Die Zusammenarbeit umfaßt:

- die Eröffnung neuer Grenzübergänge,
- den Umweltschutz,
- die Sanierung und den Ausbau der Verkehrswege,
- die Bildung arbeitsfähiger Strukturen der Euroregion unter besonderer Berücksichtigung des Tourismus.

Die Euroregion Neiße ist eine wichtige Initiative für die Entwicklung einer Partnerschaft zwischen den Grenzgemeinden, um lokale Aktivitäten entstehen zu lassen. Durch sie sollen vor allem die Entwicklung der Wirtschaft gefördert und dazu der Tourismus entwickelt werden. Dabei ist die Herstellung der Chancengleichheit in allen Teilen der Grenzregion die Voraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. So ist es notwendig, die entsprechenden wirtschaftlichen Bedingungen herzustellen (z. B. Steuerermäßigungen oder günstige Kredite), die die Wirtschaft in der Region beleben. Das betrifft in seiner ganzen Breite auch den Tourismus, da er ein wichtiges ökonomisches Element der Wirtschaft in den Grenzgebieten der Euroregion Neiße ist.

Wenn wir uns allerdings die bisherige Entwicklung des Tourismus in den drei Ländern ansehen, hat es nur sehr bescheidene Ergebnisse in der Zusammenarbeit gegeben. Es sind nur einzelne Gemeinden, die einige Aktivitäten an den Tag legen. Neben der mangelnden Zusammenarbeit sind es vor allem die fehlenden vergleichbaren Informationen über die Entwicklung der Tourismuswirtschaft in der Region die dazu führen, daß ich nur Aussagen zur Tourismusentwicklung im polnischen Teil der Euroregion Neiße machen kann. Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen scheint es mir erforderlich zu sein, nicht nur die Zusammenarbeit der politischen Gemeinden zu fördern, sondern vor allem auch die Leistungsträger des Tourismus, die die attraktiven touristischen Produkte in der Euroregion Neiße schaffen, zu unterstützen.

Konzentrieren wir uns also auf die Betrachtung der Leistungen der Tourismuswirtschaft im polnischen Teil der Euroregion Neiße. Dazu ist es erforderlich, der sozio-ökonomischen Entwicklung in dieser Region besondere Aufmerksamkeit zu schenken:

- ~ der Größe und Struktur des Tourismusverkehrs und dessen Entwicklung;
- ~ der Frage der Eigentumsverhältnisse und der Veränderungen in der Tourismuswirtschaft,
- die Entwicklung und Stellung der wirtschaftlichen Selbstverwaltung im Tourismus und
- die Rolle von Marketingstrategien bei der Entwicklung touristischer Leistungen.

Für die Entwicklung eines grenzüberschreitenden Tourismus könnte es sehr nützlich sein, auch aus den tschechischen und den deutschen Teilen der Euroregion Neiße diese Informationen zu bekommen und von deren Vorstellungen Kenntnis zu haben.

2. Der Tourismusverkehr im polnischen Teil der Euroregion Neiße

Der polnische Teil der Euroregion Neiße besteht in erster Linie aus den Gemeinden der Wojewodschaft Jelenia Gora (vergleichbar mit einem deutschen Regierungsbezirk). Auf Grund der attraktiven Lage und einer schon in Ansätzen entwickelten touristischen Infrastruktur wird diese Region stark von polnischen und ausländischen Touristen frequentiert. Ein großer Teil sind aber auch Transittouristen. Beide Gruppen wachsen. Das zeigt die nachstehende Aufstellung:

	1993	1994	1995
Anzahl der Personen welche die Südgrenze überschreiten (in Mio.)	9,94	8,51	10,3
Anzahl der Personen die, die Westgrenze überschreiten (in Mio.)	11,86	28,53	27,84
Anzahl der Touristen in der Wojew. Jelenia Gora (in Tsd.)	399	418	376 ¹
Davon der Anteil ausländischer Touristen in der Wojew. Jelenia Gora (in %).	21,9	20,7	20,6

Die Zählung der Touristen geschieht auf Grundlage wenigstens **einer** Übernachtung in einem Hotel, einer Pension, einer Bergbaude (Berghütte) oder Herberge etc.. Viele Touristen übernachten aber in Familien und bei Bekannten, oder sind Tages-touristen, so daß die Anzahl der Touristen tatsächlich sehr viel größer ist.

Die Tourismusströme sind nicht gleichmäßig über das ganze Jahr verteilt. Die Spitzen liegen in den Monaten Mai, Juni, Juli und August. In diesem Zeitraum kommen 40% aller Gäste, im Fall der ausländischen Besucher sind es über 45%. Die ausländischen Touristen nutzen noch gern den September und Oktober, wohingegen die polnischen Touristen neben der Hauptsaison noch den Januar und Februar bevor-

zugun. Neben diesen saisonalen Aspekten ist auch die unterschiedliche regionale Verteilung zu beachten. Es gibt Gemeinden die eine strikte touristische Anziehungskraft haben, das sind hauptsächlich:

Karpacz (Krummhübel)	33 - 34 %"
Szklarska Poreba (Oberschreiberhau)	21 - 22 %
Jelenia Gora (Hirschberg)	14 - 15 %
Zgorzelec (Görlitz)	5 - 6,5 %
Podgórzyn (Giersdorf)	5,5 - 6 %
Boleslawie (Bunzlau)	4 - 4,5 %

Somit konzentrieren sich 70% des Tourismus mit ca. 290.000 polnischen und ausländischen Besuchern auf die drei Ortschaften Jelenia Gora, Karpacz und Szklarska Poreba.

Die Nutzung der Beherbergungsbetriebe muß ebenfalls differenziert betrachtet werden. So übernachten:

- die polnischen Gäste überwiegend in Pensionen und Erholungszentren, gemeint sind hier Betriebs- oder FWP-Häuser (für FUNDUSR WCZASOW PRACOWNICZYCH = Gewerkschaftlicher Feriendienst),
- die ausländischen Besucher übernachten in Hotels und Privatpensionen.

Die Ursache dafür ist sicherlich im höheren Standard der Hotels und Privatpensionen zu suchen. Hieraus ergibt sich die Konsequenz, daß der Standard auch in anderen Übernachtungsobjekten gesteigert werden muß. Der Modernisierungsprozeß der Beherbergungsbetriebe muß beschleunigt werden, denn nur eine solche Entwicklung böte die Gewähr, daß damit die Attraktivität der Region zu steigern wäre.

Interessant ist die Tourismusedwicklung im Hinblick auf die ausländische Gästestruktur. Der Anteil internationaler Gäste die nicht aus Deutschland kommen, wächst immer stärker. Das läßt den Schluß zu, daß unsere Region gerade auch für Niederländer, Franzosen und Dänen immer interessanter wird, deren Märkte von uns besonders beworben worden sind.

So sah die Zusammensetzung der Touristen in den letzten Jahren aus:

	1994	1995
Deutsche	71,1 %	67,0 %
Niederländer	4,0 %	5,9 %
Franzosen	3,8 %	2,6 %
Dänen	1,8 %	3,3 %
Ukrainer	1,7 %	1,6 %
Briten	1,5 %	2,4 %
Belgier	1,3 %	1,4 %

Die nun folgende Tabelle zeigt, wieviel Touristen aus welchen Ländern in den Jahren 1994 und 1995 in Beherbergungsbetrieben der Wojewodschaft Jelenia Gora übernachtet haben:

Entwicklung des Tourismus

nach Quellmärkten	X / 1993 - IX / 1994		X / 1994 - IX / 1995	
	Alle	Hotel	Alle	Hotel
Gesamt	67.917	55.539	73.230	55.919
Österreich	686	623	546	497
Belgien	859	620	1005	686
Weißrußland	213	114	272	199
Tschechien	345	273	313	243
Dänemark	1.208	853	2.406	1.406
Finnland	125	87	160	93
Frankreich	2.559	2.101	1.881	1.446
Griechenland	85	83	103	99
Spanien	132	104	160	87
Niederlande	2.722	1.717	4.355	2.290
Japan	17	15	26	24
Kanada	100	73	82	73
Litauen	129	107	239	86
Deutschland	48.274	41.362	49.031	41.414
Norwegen	138	111	173	165
Rußland	1.460	1.329	774	571
Slowakei	110	109	81	68
USA	983	897	1.229	1.139
Schweiz	312	276	238	167
Schweden	614	503	489	398
Ukraine	1.164	768	1.138	864
Ungarn	92	90	80	64
Großbritannien	1.043	884	874	684
Italien	954	884	874	684
Übrige	3.594	1.492	5.788	1.620

Quelle: Statistische Jahrbücher der Wojewodschaft Jelenia Gora 1994 und 1995

Die bisher dargestellten Daten berechtigen zu nachstehenden Schlußfolgerungen:

- Als positive Tendenz ist ein ständiger Zuwachs der einheimischen und ausländischen Touristen im polnischen Teil der Euroregion Neiße zu vermerken.
- Der Anteil der ausländischen Touristen, die diese Region besuchen nimmt ständig zu.
- Der Tourismus konzentriert sich auf einige Gemeinden und hier überwiegend in Jelenia Gora, Karpacz und Szklarska Poręba.
- Die deutschen Bürger bilden die größte Gruppe der ausländischen Touristen.
- Die ausländischen Touristen nutzen vor allem Hotels und private Pensionen, da diese einen besseren Leistungsstandard anbieten.
- Es sind neue ausländische Zielgruppen für die Region gewonnen worden.

Diese positive Tendenz bei der quantitativen und strukturellen Entwicklung des Tourismus im polnischen Teil der Euroregion Neiße, kann die Grundlage für weitere Aktivitäten der Gemeinden aber auch der touristischen Leistungsträger sein. Die Tourismusunternehmen sollten neue und interessante Regionalangebote entwickeln und so die Region erfolgreicher als bisher fördern, auch im deutschen und tschechischen Teil der Euroregion Neiße.

3. Die Umwandlung von Eigentumsverhältnissen in der Tourismuswirtschaft im polnischen Teil der Euroregion Neiße

Neben der positiven Tendenz quantitativer Zuwächse im Tourismus der Region will ich nun die Umwandlung der Eigentumsverhältnisse und weitere Änderungen in der Struktur der Tourismuswirtschaft im polnischen Teil der Euroregion Neiße, darstellen. Für den Funktionswandel in der Tourismuswirtschaft ist die erste Hälfte der 90er Jahre konstitutiv. Die Struktur des Eigentums in touristischen Unternehmen hat sich grundlegend geändert. Bis zum Ende der 80er Jahre dominierte auch in diesem Sektor das Staatseigentum. Durch die Liberalisierung der Wirtschaftspolitik in Polen wurde die Entwicklung des Privateigentums im Tourismus beschleunigt. Heute dominiert das Privateigentum in der Tourismusbranche Polens.

Die folgende Tabelle zeigt die organisatorisch-rechtlichen Formen der Tourismuswirtschaft der Wojewodschaft Jelenia Gora in den Jahren 1993 bis 1995, mit dem Stand vom 30.6.1995:

	Verzeichnis	1993	1994	1995
Öffentlicher Sektor	Staats- u. Kommunalunternehmen	2	1	1
	Handelsgesellschaften mit Staatskapital	5	5	5
	Andere Unternehmen	21	21	21
Privater Sektor	Genossenschaften	1	1	1
	Handelsgesellschaften	31	44	55
	Natürliche Personen die eine wirtschaftliche Tätigkeit betreiben	362	382	422
	Andere Unternehmen	1	1	-

Quelle: Amt für Statistik in Jelenia Gora, Bericht über die registrierten Wirtschaftseinheiten im Regional-System

Die Entstehung zahlreicher neuer Tourismusunternehmen und hier vor allem privater Reisebüros und Hotels, hat den Tourismusmarkt von Grund auf geändert. Es hat sich dadurch eine starke Konkurrenz herausgebildet, die die Tourismusunternehmen zur Verbreiterung der Angebotspalette und zur Qualitätssteigerung der Leistungen gezwungen hat. Das Phänomen der Konkurrenz wird durch die Struktur der regionalen Tourismuswirtschaft beleuchtet. Die folgende Tabelle zeigt die Anzahl der Tourismusunternehmen, gegliedert nach ihrer Tätigkeit in der Region, für die Jahre 1993 bis 1995, mit dem Stand vom 30.6.1995:

Verzeichnis	1993	1994	1995
Insgesamt	423	455	528
davon:			
- Hotels	273	301	345
- touristische Dienstleistungen	89	95	113
- Sport und Erholung	61	59	70

Quelle: Wie vorherige Tabelle

Diese Faktoren weisen auf den Empfangscharakter des polnischen Teils der Euroregion Neiße hin. Das beweist nicht nur die Anziehungskraft von touristischen Werten in der Region, sondern auch die angebotenen Leistungen, die Beherbergungsbetriebe und die Einrichtungen für Sport und Erholung zugänglich machen. Diese Leistungsträger gestalten den Aufenthalt und die Erholung der Besucher in der Region von Jelenia Gora. Die Auslastung der tourismuswirtschaftlichen Betriebe liegt bei 77 bis 78%.

Wenn man diese Problematik weiter analysiert (im Hinblick auf die Gemeinden der Region), fällt die besondere Position zweier Städte, Karpacz und Szklarska Poreba, auf. In diesen Gemeinden befinden sich die Hälfte aller Tourismuseinrichtungen. Im Bereich der Beherbergungsbetriebe sind es sogar 65%. Diese Verteilung bestimmt den Empfangscharakter der Region. Eine ganz spezifische Position hat Jelenia Gora, da sich hier die Reisebüros befinden, was mit dem Charakter der Stadt als Verkehrszentrum und Tourismusinformationszentrum zu tun hat. Die Entwicklung der Tourismusbranche zeigt, daß sich dieser Sektor sehr dynamisch weiter entwickelt.

Diese Erscheinungen sind besonders positiv, denn

- sie stärken die Konkurrenz in der Tourismusbranche,
- fördern die Aktivitäten der natürlichen und juristischen Personen im Markt,
- bilden neue Arbeitsplätze,
- begünstigen einen Prozeß der Bereicherung und Vielfalt der touristischen Produkte,
- vergrößern die Einkommen der Tourismusbetriebe und des Kommunalbudgets.

Es muß allerdings gesagt werden, daß die Intensivierung der Touristenströme in der Region einer intensiven Zusammenarbeit der Kommunen mit den touristischen Leistungsträgern bedarf, was jedoch noch nicht der Fall ist. Hier sind Produkte und deren Absatz zu fördern. Die Mehrheit der touristischen Unternehmungen sind Kleinbetriebe mit geringer Kapitalausstattung. Sie sind kaum der Konkurrenz auf dem Binnenmarkt gewachsen noch in der Lage, mit internationalen Firmen zu konkurrieren. Die Hauptaufgabe ist also Bedingungen zu schaffen, die die Integration der Tourismuswirtschaft in die Region begünstigen. Nur so kann sie sich entwickeln und die Möglichkeiten der Region ausschöpfen und nach außen expandieren.

4. Die Wirtschaft und Gemeindeverwaltung bei der Tourismusentwicklung in dem polnischen Teil der Euroregion Neiße

Die Entwicklung des touristischen Marktes unter den gewachsenen Bedingungen der Konkurrenz hängt nicht nur von der touristischen Attraktivität der Region ab, sondern in der Hauptsache von der Zusammenarbeit der Leistungsträger die die touristischen Angebote für die Region erstellen. Alle Leistungsträger können aber nur ihre eigenen Interessen in der Zusammenarbeit verwirklichen, da nur so das volle Leistungspotential ausgenutzt werden kann. Die Zweckmäßigkeit einer solchen Zusammenarbeit ist den touristischen Dienstleistungsunternehmen in Ländern mit einer entwickelten Marktwirtschaft bekannt. Ein wesentlicher Nachteil in der Entwicklung der Tourismuswirtschaft, im polnischen Teil der Euroregion Neiße, liegt in der mangelnden Zusammenarbeit. Die Ursache dafür könnte darin liegen, daß viele der Verantwortlichen in der Tourismuswirtschaft aus dem früheren Verwaltungssystem kommen.

Die Notwendigkeit nach 1989, frei auf dem Markt zu wirken, zeigte dann die Widersprüchlichkeit der Entwicklung, einerseits im Bedürfnis nach Zusammenarbeit und andererseits im Versuch, eine Zusammenarbeit aufzuzwingen. Gerade die kleinen Firmen betrachteten die Zusammenarbeit als Gefährdung ihrer eigenen Existenz. Unter diesen Bedingungen gediehen auch die Initiativen der Zusammenarbeit „von unten“ nicht, da sie zutiefst von Mißtrauen getragen wurden. Es gab einen Versuch der Wiederherstellung oder Bildung einer Tourismuskammer, doch im Ergebnis gibt es keine Organisation der touristischen Leistungsträger. Die Vorbehalte gegen eine Zusammenarbeit sind trotz der Möglichkeiten, die sich daraus ergeben könnten, beim größten Teil der Tourismusunternehmen nach wie vor vorhanden.

Die touristischen Leistungsträger wirken isoliert auf dem Markt und wenn ihre Tätigkeit nicht auf Widerstand (Verkaufsbarrieren) stößt, sehen sie nicht die Notwendigkeit einer Zusammenarbeit. So entwickelt jeder seine Angebote und sein eigenes Vertriebssystem. Die Hotels beklagen die mangelnde Auslastung, aber man sieht die Lösungsmöglichkeiten nicht in der Zusammenarbeit, die in der gemeinsamen attraktiven Produktentwicklung, der gegenseitigen Förderung und im gemeinsamen Absatz liegen könnte. Beweis dafür ist, daß 90% der Hotels nur unmittelbar ihr eigenes Produkt verkaufen. Zwar erkennen die Hoteliers die Notwendigkeit der Absatzförderung (60% in der Region), aber nur 12% sehen die Lösung in einer Zusammenarbeit. Diese ungünstige Situation der Zusammenarbeit verhindert auch die Einführung eines computergestützten touristischen Informations- und Reservierungssystems aller touristischen Dienstleistungen. Der in diesem Jahr unternommene Versuch ein solches Computersystem zu installieren, sollte den beschriebenen Zustand verändern und die Leistungsträger des Tourismusmarktes von der Notwendigkeit einer Zusammenarbeit überzeugen.

Wenn wir uns diese ungünstigen Bedingungen ansehen, die der Zweckmäßigkeit eines Zusammenwirkens der touristischen Leistungsträger und einer gemeinsamen Tourismusverwaltung widersprechen, sollte man annehmen, daß es im Sinne eines gemeinsam zu betreibenden Geschäftes wäre, die bisherige Position zu ändern und eine gemeinsame Tourismuslobby zu bilden.

Die Aufgabe einer solchen Tourismuslobby könnte u. a. sein:

- die schrittweise Integration der für die Tourismusentwicklung Verantwortlichen in der Region mit den Leistungsträgern in der Tourismuswirtschaft,
- einen permanenten Erfahrungsaustausch und eine ständige Analyse der Entwicklungen die eine nachhaltige Tourismusentwicklung behindern bzw. fördern,
- die Aufforderung der lokalen Behörden eine Strukturpolitik zu betreiben, die die Entwicklung der Tourismuswirtschaft beschleunigen,
- grundlegende Hilfe bei der Vorbereitung von Projekten und Beratung des Management im Tourismus.

Eine zweite wesentliche Aufgabe ist es, die kommunale Selbstverwaltung zu veranlassen, der Tourismusindustrie entsprechende ökonomische, rechtliche und soziale Bedingungen zu verschaffen. Hier ist besonders zu beachten:

- daß die Selbstverwaltung von der Bedeutung des Tourismus im Rahmen der kommunalen Wirtschaft überzeugt ist,
- daß die finanziellen Möglichkeiten der Kommune auf Investitionshilfen abgestellt werden,
- daß Materialien und organisatorischen Hilfen zur Verfügung gestellt werden, um die touristischen Leistungsträger zu unterstützen,
- daß eine ständige Zusammenarbeit der kommunalen Selbstverwaltung mit der wirtschaftlichen Selbstverwaltung erfolgt.

Untersuchungen der Gemeinden der Region zeigen, daß fast 70% aller Gemeinden die eigene positive wirtschaftliche Entwicklung an den Tourismus binden. Wenn man sich die derzeitige Tourismusentwicklung ansieht und diese mit der sonstigen wirtschaftlichen Entwicklung der kommunalen Wirtschaft vergleicht, sieht man, daß viele Vertreter der kommunalen Selbstverwaltung, die Rolle des Tourismus im eigenen Gebiet überschätzen. Es gibt hier einen Widerspruch der sich in zwei Erscheinungen zeigt:

- Die kommunale Selbstverwaltung sieht die bedeutende Stellung des Tourismus.
- Die ökonomischen Strategien entsprechen nicht dieser Bedeutung.

Hier besteht ein Widerspruch kommunalen Handelns. Die Deklaration des Bedarfs an touristischer Wirtschaft steht im Widerspruch zur praktischen Förderung der Tourismuswirtschaft.

Natürlich ist die Unterstützung der Tourismusindustrie in der Region abhängig von der Finanzlage der Gemeinden und deren Möglichkeiten die Tourismusentwicklung zu fördern. Die meisten Gemeinden außer Karpacz und Sklarska Poreba haben große Probleme, touristische Unternehmen finanziell zu unterstützen.

Eine Möglichkeiten der finanziellen Hilfe für den Tourismus könnte die Bildung einer Stiftung sein um die Besteuerung von Waren und Dienstleistungen zu verbessern. Auch weitere finanziellen Hilfen für die Tourismuswirtschaft in der Region könnten dadurch verbessert werden, da mehr Mittel zur Verfügung stünden, um sinnvolle Initiativen zu unterstützen, die auch die Zusammenarbeit der kommunalen Selbstverwaltung mit der Tourismusindustrie befördern würden.

Träger einer solchen Zusammenarbeit können Vereine und deren Zusammenschlüsse mit Kommunen sein. Im polnischen Teil der Euroregion Neiße sind jetzt schon aktiv:

- der Verband der Gemeinden in Karkonosze (Riesengebirge),
- der Verband der Gemeinde Kwisa,
- der Verband der Gemeinden in Zgorzelec und Umgebung und
- der Verein der Gemeinden im polnischen Teil der Euroregion Neiße.

Die bisherigen Aktivitäten dieser Zusammenschlüsse zeigen, daß diese Zusammenarbeitsinnvoll ist und sich nicht nur auf den Tourismus beschränkt. Die Zusammenarbeit bezieht sich auf die allgemeine Förderung der Region und aller Einrichtungen der Selbstverwaltung; insofern ist eine Steigerung aller Aktivitäten der Gemeinden zu beobachten.

Es läßt sich vermuten, daß eine Koordination der Aktivitäten in den Gemeinden der Region und die Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft sowie der Selbstverwaltung der Wirtschaft, die in der nächsten Zeit entstehen soll, ein Wendepunkt in der Tourismusentwicklung des polnischen Teils der Euroregion Neiße sein wird. Ohne eine solche Zusammenarbeit ist es nicht möglich eine Strategie der Tourismusbranche zu formulieren, Ziele zu formulieren und Programme zu realisieren.

5. Die Strategie der Tourismusentwicklung im polnischen Teil der Euroregion Neiße

Um die touristischen Entwicklungsmöglichkeiten im polnischen Teil der Euroregion Neiße entwickeln zu können und sich gegenüber der wachsenden Konkurrenz in Polen und in Europa behaupten zu können, bedarf es zwingend einer „klaren Konzeption“. Die Konkurrenzsituation bedarf einer Antwort auf die Frage, wo die Chancen der Tourismusentwicklung in unserer Region liegen und wie man diese Chancen nutzen sollte. Eine Antwort findet sich nur, wenn eine Tourismusstrategie in dem polnischen Teil der Euroregion Neiße gefunden wird.

Wenn man die Stärken und Schwächen der Region, ihrer touristischen Produkte, alle Chancen und Gefahren der Tourismuswirtschaft analysiert, lassen sich folgende strategischen Ziele formulieren:

- die Entwicklung einer touristischen Identität in der Region im In- und Ausland,
- die Gewinnung von mehr aus- und inländischen Touristen,
- die Verbesserung des personellen und finanziellen Bestandes der Tourismuswirtschaft.

Um diese Ziele erreichen zu können, müssen die Tourismuswirtschaft und die Kommunen zusammenarbeiten. Dazu muß man wissen,

- welche touristischen Produkte zu entwickeln sind, um sich neue Märkte oder wenigstens Teilmärkte zu erschließen,
- in welche Richtung sich Produkte und Vertriebssysteme einzelner Gemeinden und der ganzen Region verbessern lassen,
- wie man die Infrastruktur, die der Tourismusentwicklung dient, entwickeln und modernisieren kann und
- welche Finanzquellen für dieses integrative Unternehmen erschlossen werden können.

Eine darauf begründete Strategie strebt die Entwicklung eines attraktiven Bündnisses in diesem Teil der Euroregion Neiße an, so daß diese Region sich deutlich positioniert und von anderen polnischen Regionen sowie vom deutschen und tschechischen Teil der Euroregion unterscheidet.

Diesem Ziel dienen die nun vorgestellten Programme :

Programm 1: Die touristische Identität der Wojewodschaft Jelenia Gora, des polnischen Teils der Euroregion Neiße, durch die Formulierung touristischer Produkte zu festigen.

Programm 2: Die Modernisierung und weitere Entwicklung der touristischen Infrastruktur der Wojewodschaft Jelenia Gora.

Programm 3: Der Aufbau eines integrierten regionalen Reservierungssystems.

Programm 4: Schulung und Beratung als Grundlage zur Entwicklung einer Strategie des Tourismus in der Wojewodschaft Jelenia Gora.

Ein wesentliches Element dieser vorgeschlagenen Strategie ist die Entwicklung eines touristischen Leitbildes in der Region. Die touristischen Vorzüge und deren Infrastruktur bilden die Grundlage dafür, daß diese Region ein Gebiet der Erholung und touristischer Aktivitäten ist, die zu jeder Jahreszeit genutzt werden können. Die gute Lage und die Vorzüge der Region sind für das touristische Produkt herauszuarbeiten. Dabei ist zu prüfen, in welchen Bereichen sich der Tourismus entwickeln kann, ob als Aktivtourismus, Erholungstourismus, Spezialtourismus z. B. für bestimmte Berufsgruppen wie Wissenschaftler usw., Urlaub auf dem Lande, Geschäftstourismus, Grenzregionstourismus, Transittourismus, Städte- oder Kulturtourismus.

Wenn man die Möglichkeiten der Region in Betracht zieht, dann kann man auch die touristischen Produkte benennen, die die Identität mit der Wojewodschaft Jelenia Gora betreffen. Zu den leitenden touristischen Produkten dieser Region gehören:

- im Winter der Erholungstourismus,
- im Sommer ebenfalls der Erholungstourismus,
- Wanderungen auf den touristischen Wegen in der Region,
- der Gesundheitstourismus mit Aufenthalt in Kurbädern,
- Einkaufstourismus und Transittourismus.

Um den Charakter des Aufenthalts und der touristischen Leistungen und der Art touristischer Formen zu komplettieren, möchte ich noch andere Möglichkeiten be-

nennen. Denn es gibt viele weitere Möglichkeiten, Tourismusformen zu entwickeln und Angebote zu machen. Es gibt Produkte wie Agrartourismus, Ökotourismus, Paragleiten und Segelflugsport, Wirtschaftstourismus mit Konferenzen und Symposien, Angelaufenthalte, Reitsport, Kultur, Sport- und Erholung, Sportveranstaltungen mit regionaler, nationaler und internationaler Bedeutung.

Die vorgeschlagene Strategie der touristischen Programme, die touristischen Produkte, die Finanzierungsquellen und die weitere Entwicklung des Tourismus und der Tourismuswirtschaft im polnischen Teil der Euroregion Neiße sind ein struktureller Beitrag zur Integration in den größeren Bereich der Euroregion Neiße.

Anschrift des Verfassers: Prof. Dr. Hab. Andrzej Rapacz, Akademia Ekonomiczna, im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wydział Gospodarki Regionalnej i Turystyki, ul. Nowowiejska 3, PL-58-500 Jelenia Góra

Rapacz, A.: Probleme des Qualitätstourismus im polnischen Teil der Euroregion Neiße. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg., Heft 3/1997, S. 229



Freizeit

individuelle Aufgabe oder staatliche Verantwortung?

Freizeitpädagogik

Bestandteil oder Konkurrenz zur Schule?

Tagungsband

Abschlußkollequium des Studienganges Freizeitpädagogik
Universität Potsdam im Dezember 1996

zusammengestellt und bearbeitet von Uwe Herrmann

Die Absolvent/inn/en des Studienganges „Freizeitpädagogik“ der Universität Potsdam haben einen Tagungsband zu ihrem Abschlußkollequium herausgegeben (siehe oben).