

Job, Hubert; Mayer, Marius; Paesler, Reinhard

Book Part

Einführung: Tourismus in Bayern

Provided in Cooperation with:

ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft

Suggested Citation: Job, Hubert; Mayer, Marius; Paesler, Reinhard (2013) : Einführung: Tourismus in Bayern, In: Job, Hubert Mayer, Marius (Ed.): Tourismus und Regionalentwicklung in Bayern, ISBN 978-3-88838-388-5, Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover, pp. 1-25,
<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0156-3878010>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/102918>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>

Hubert Job, Marius Mayer, Reinhard Paesler

Einführung: Tourismus in Bayern

URN: urn:nbn:de:0156-3878010



CC-Lizenz: BY-NC-ND 3.0 Deutschland

S. 1 bis 25

Aus:

Hubert Job, Marius Mayer (Hrsg.)

Tourismus und Regionalentwicklung in Bayern

Arbeitsberichte der ARL 9

Hannover 2013

Hubert Job, Marius Mayer, Reinhard Paesler

Einführung: Tourismus in Bayern

Gliederung

- 1 Einleitung
- 2 Tourismus in Bayern: ein Überblick
 - 2.1 Begriffsklärungen
 - 2.2 Quantitativer raumzeitlicher Überblick des Tourismus in Bayern
 - 2.3 Touristischer Einfluss auf regionale Entwicklung
- 3 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeitsgruppe
- 4 Kernaussagen und Defizite des „Tourismuspolitischen Konzepts der Bayerischen Staatsregierung“
- 5 Aufbau des Bandes im Überblick

Literatur

Kurzfassung

Für Bayern als Ganzes kann nicht von einer flächendeckenden „Leitökonomie Tourismus“ (StMWIVT 2010: 3, 7) gesprochen werden, da weite Landesteile kaum oder nur sehr wenig vom Übernachtungstourismus geprägt sind. Eher ist eine starke Konzentration auf einzelne Destinationen bzw. Teilregionen zutreffend. Neben einem bundesweiten Verlust an touristischen Marktanteilen ist der bayerische Tourismus durch eine disparate räumliche Entwicklung gekennzeichnet, d.h. durch das Auseinanderklaffen von touristisch stark wachsenden Agglomerationsräumen (mit boomendem Incoming-Tourismus) und den rückläufigen bis maximal stagnierenden Peripherräumen. Ein wesentliches Problem bei der Analyse der Bedeutung des Tourismus für Bayern stellt die unbefriedigende Datensituation beim Tagestourismus dar. Aktuelle und künftige Herausforderungen ergeben sich aus bestehenden Angebots- und Vermarktungsschwächen, verbunden mit globalen Trends wie beispielsweise dem demographischen Wandel, dem Klimawandel, den Auswirkungen von „Peak Oil“ und der Energiewende.

Schlüsselwörter

Tourismus – Bayern – quantitative Entwicklung – räumliche Ausprägung – SWOT-Analyse – Trends

Introduction: Tourism in Bavaria

Abstract

Across-the-board tourism cannot be said to be an economic driver for Bavaria as a whole (StMWIVT 2010: 3, 7), as many parts of the federal state are very little influenced by overnight tourism. It is rather the case that tourism is strongly concentrated on specific destinations or sub-regions. Bavarian tourism has lost tourism market share in Germany and is further characterised by uneven spatial development, i. e. by divergence between strongly growing tourism in agglomeration areas (with booming incoming tourism) and declining or even stagnating tourism in peripheral areas. A significant problem for the analysis of the importance of tourism for Bavaria is posed by unsatisfactory data availability for day trips. Current and future challenges arise from weaknesses in offerings and marketing, combined with global trends like, for instance, demographic transformation, climate change, the effects of "peak oil" and the energy transition.

Keywords

Tourism – Bavaria – quantitative development – spatial patterns – SWOT-analysis – trends

1 Einleitung

„Der Tourismus ist für Bayern eine Leitökonomie, deren Bedeutung weiter zunehmen wird“. Mit dieser Feststellung beginnt das „Tourismuspolitische Konzept der Bayerischen Staatsregierung“ (StMWIVT 2010: 7), das die aktuellen Grundlagen und strategischen Zielsetzungen der Tourismuspolitik des Freistaates umreißt. Die getroffene Aussage ist richtig und falsch zugleich.

Bayern als Ganzes ist unzweifelhaft eine ernst zu nehmende Tourismusdestination. Das momentane Angebot umfasst etwa 13.300 gewerbliche Beherbergungsbetriebe (≥ 9 Gästebetten) mit insgesamt rund 576.000 Gästebetten (über ein Fünftel Deutschlands); etwa 5.500 landwirtschaftliche Betriebe bieten Urlaub auf dem Bauernhof an und genau 451 Campingplätze sind von der amtlichen Statistik erfasst. Die touristische Nachfrage belief sich im Jahr 2012 auf mehr als 31 Mio. Gästeankünfte und 84 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben, einschließlich der Campingplätze (StMWIVT 2012: o.S.; LfStaD 2013).

Allerdings zeigt die räumliche Verteilung von Angebot und Nachfrage im Tourismus, dass vor allem zwei Regionen – wenn zunächst die Betrachtung des Städtetourismus außen vor bleibt – echte touristische Schwerpunkte darstellen: einerseits gehören Oberbayern und das Allgäu, darunter besonders der Alpenraum, dazu, andererseits Niederbayern mit dem Bayerischen Wald und seinem Bäderverkehr. Nur hier verkörpert der landschaftsbezogene und auf Wellness orientierte Besucherverkehr zu allen Jahreszeiten den entscheidenden regionalökonomischen Faktor.

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern von 2006 (StMWIVT 2006) wird unter B II 1.3, wenn auch nur knapp, über die Tourismuswirtschaft reflektiert. Außerhalb der Metropolräume München und Nürnberg existieren zwei touristische Regionstypen: Regionen mit intensiver touristischer Nutzung („Gebiete mit erheblichem Urlaubstourismus“) sowie Regionen, in denen der Tourismus in Teilen eine Rolle spielt („Gebiete mit in Ansatzpunkten vorhandenem und entwicklungsfähigem Urlaubstourismus“). Diese Typisierung wird der Vielfalt teilsräumlicher touristischer Entwicklungen nicht mehr gerecht, da

es in beiden Regionstypen boomende Destinationen gibt, neben solchen, wo Stillstand besteht oder es gar Niedergang gibt.

Betrachtet man den vorliegenden Entwurf des neuen Landesentwicklungsprogramms (LEP-E vom 05.02.2013), fällt dieses Thema unter Punkt 5 „Wirtschaft“ ganz weg. Die Nichtbeachtung lässt sich nicht dadurch rechtfertigen, dass es das o.g. Tourismuspolitische Konzept gibt. Denn die entsprechenden Belange sind dort erstens nicht fachrechtlich gesichert und zweitens ist das besagte Papier räumlich unspezifisch: Es wird, wie eingangs erwähnt, nämlich von der Leitökonomie Tourismus für den Gesamttraum des Freistaates gesprochen. Das ist aber weit entfernt von der Realität. Gerade für den bayerischen Alpenanteil und viele Gebiete, die zur neuen LEP-E Gebietskulisse „Teilräume mit besonderem Handlungsbedarf“ zu rechnen sind, gilt es, festzuhalten: Dort verkörpert der Tourismus einen sehr wichtigen Faktor der Raumentwicklung, der nicht im künftigen Landesentwicklungsprogramm behandelt wird. Hier stiehlt man sich aus der Verantwortung und die Tourismusdestination Bayern droht künftig im innerdeutschen Vergleich weiter an Boden zu verlieren, wie in Kapitel 2.2 deutlich werden wird.

Nicht zuletzt deshalb hat sich die Arbeitsgruppe „Tourismus und Regionalentwicklung“ der Landesarbeitsgemeinschaft Bayern der Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL) konstituiert und mit dieser Thematik auseinandergesetzt.

Dieser einleitende Beitrag ist wie folgt aufgebaut: Kapitel 2 gibt zunächst eine begriffliche Einführung in die den gesamten Band betreffenden Sachverhalte und resümiert anhand aktueller Zahlen und Kartendarstellungen den Stand der touristischen Entwicklung in Bayern. Kapitel 3 greift die wesentlichen Problemlagen und Herausforderungen für den Tourismus in Bayern auf, während Kapitel 4 deren Abdeckung im Tourismuspolitischen Konzept debattiert. Kapitel 5 gibt einen Ausblick auf die weiteren Beiträge dieses Bandes.

2 Tourismus in Bayern: ein Überblick

2.1 Begriffsklärungen

Im allgemeinen Sprachgebrauch, vor allem auch in der Tagespresse, wird Tourismus häufig, teilweise ausschließlich, mit Freizeit und Urlaub in Verbindung gebracht. Kennzeichnend für diese einseitige und an der Realität vorbeigehende Betrachtungsweise ist die kürzlich zu lesende Überschrift „Wieder mehr Urlauber in Bayern“ in einer Tageszeitung zu einem Bericht über gestiegene Übernachtungszahlen in der bayerischen Hotellerie. Dem Verfasser der Überschrift war offenbar nicht bewusst, dass zu den in der Statistik erfassten touristischen Ankünften und Übernachtungen im Hotel- und Gaststättengewerbe auch Kurgäste, Tagungsteilnehmer, Geschäftsreisende, Messe- und sonstige Besucher zählen, die sicher nicht unter den Begriff Urlaubsreisende zu subsumieren sind. Andererseits werden häufig die in der Übernachtungsstatistik selbstverständlich nicht erfassten Tagestouristen und diejenigen Touristen übersehen, die bei Freunden und Verwandten wohnen und übernachten – zwei Gruppen, die trotzdem unter ökonomischen Aspekten nicht zu vernachlässigen sind.

Wie weitgespannt der Bogen dessen ist, was in den Raum-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit dem Begriff Tourismus bezeichnet wird, zeigt die heute meist zitierte Definition von Kaspar (1982: 18), nach der Tourismus (früher meist Fremdenverkehr genannt) als „Gesamtheit der Beziehungen oder Erscheinungen“ zu sehen ist, „die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlich noch dauernder Wohn- und Arbeitsort ist“. Hauptmerkmale des Tou-

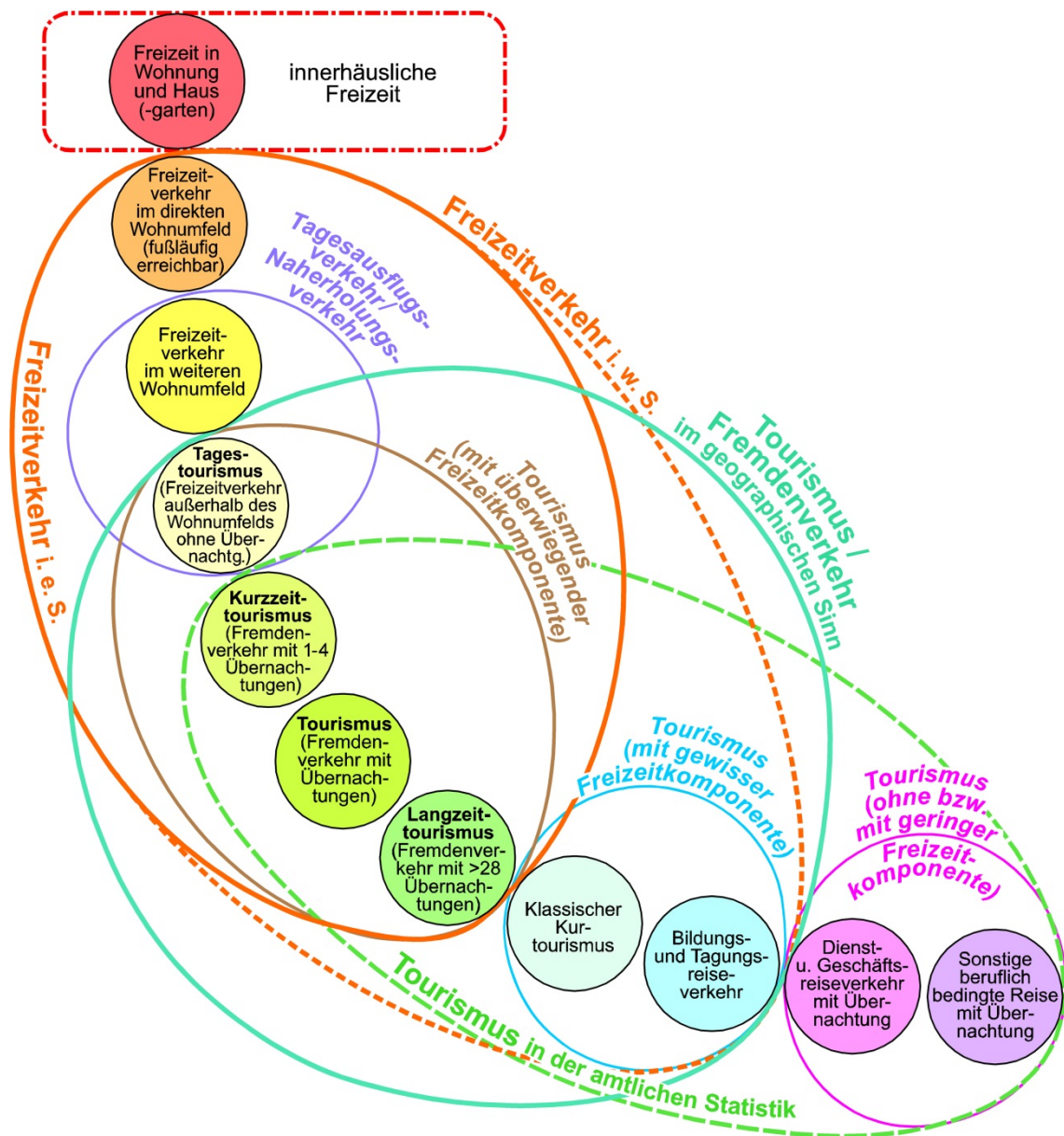
rismus sind also die örtliche Dimension – Aufenthalt außerhalb des eigenen Wohnumfeldes –, die zeitliche Dimension – nur vorübergehender Ortswechsel – und der Reise- und Aufenthaltszweck – kein Wohn- und Arbeitsort als Ziel der Reise –, was einen Ausschluss von Zweitwohnsitzen, Pendelverkehr und Ähnlichem bedeutet. Das breite Spektrum der Erscheinungsformen des Tourismus zeigt Abbildung 1.

Die Spannweite der Tourismusformen beginnt mit dem Tagesausflugs- bzw. Naherholungsverkehr, also dem Freizeitverkehr im weiteren Wohnumfeld oder in größerer Entfernung vom Wohnort, auf jeden Fall aber ohne Übernachtung im Zielgebiet. Daher wird auch von Tagedtourismus gesprochen. Während bis zum Zweiten Weltkrieg Naherholungsverkehr ganz überwiegend halbtags, am Sonntagnachmittag, stattfand, führten seit den 1950er Jahren die damaligen Arbeitszeitverkürzungen und die Tendenz zum arbeitsfreien Samstag, zusammen mit Einkommenszuwächsen und der rasch fortschreitenden individuellen Motorisierung, zu einer sehr starken Zunahme des Naherholungsverkehrs, vor allem aus den Großstadregionen in deren Umland. Manche Autoren zählten auch Wochenendreisen mit einer oder sogar zwei Übernachtungen zum Naherholungsverkehr, wobei der Begriff „nah“ häufig eher zeitlich als räumlich zu verstehen ist (vgl. z. B. Ruppert/Maier 1969).

Im Allgemeinen wird jedoch von Tourismus gesprochen, wenn die Reise auswärtige Übernachtungen beinhaltet. Üblich ist hier eine Differenzierung nach der Zeitdauer von Reise und/oder Aufenthalt. Bei vier Übernachtungen und weniger handelt es sich um Kurzzeittourismus, z. B. um Reisen über ein, eventuell verlängertes, Wochenende. Ein großer Teil des privaten Städtetourismus mit Besichtigungen, Besuchen kultureller oder sportlicher Veranstaltungen und Ähnlichem zählt zu dieser Kategorie. In Bayern ist vor allem München eine beliebte Destination für diese Form des Kurzzeittourismus. Aber auch der sogenannte Wellness-Tourismus in ein entsprechendes Hotel, oft mit sportlichen Angeboten verbunden, wird häufig für ein Wochenende gebucht. Im niederbayerischen „Bäderdreieck“ spielt diese Form des Tourismus eine zunehmend wichtige Rolle, wie die entsprechende Werbung der Hotels belegt.

Im Gegensatz zum Kurzzeittourismus stellt der Langzeittourismus mit einer Dauer von mehr als vier Wochen das andere Extrem dar. Abgesehen von den eher seltenen mehrwöchigen Studien- bzw. Exkursionsreisen im Rahmen des Ferntourismus und von lang dauernden Kreuzfahrten handelt es sich beim Langzeittourismus fast immer um stark verbilligte Aufenthaltsreisen in klimatisch günstige Tourismusgebiete außerhalb der üblichen Reisesaison. Beliebt sind beispielsweise zwei- bis dreimonatige Winteraufenthalte von Rentnern und Pensionären auf den Kanarischen Inseln, den Balearen und an der türkischen Mittelmeerküste.

Abb. 1: Typen von Freizeit und Tourismus



Quelle: Job/Paesler/Vogt (2005: 583), auf Grundlage von Monheim (1979)

Die bisher genannten Tourismusformen bezogen sich auf Fremdenverkehr mit überwiegender oder ausschließlicher Freizeitkomponente. Dem stehen andere Formen des Tourismus gegenüber, die nur teilweise eine Freizeitkomponente aufweisen oder sogar ausschließlich beruflich oder dienstlich verursacht sind. Das Spektrum reicht im ersten Fall vom „klassischen“ Kurtourismus, z.B. einem mehrwöchigen Aufenthalt in einem Kurhotel, einem Sanatorium oder einer Reha-Klinik, bis zum Bildungs- und Tagungsreiseverkehr, der sich meist über mehrere Tage erstreckt und Tagungshotels mit entsprechender Infrastruktur, Akademien kirchlicher, politischer oder wirtschaftlicher Organisationen, betriebliche Schulungszentren und ähnliche Bildungseinrichtungen als Destinationen aufsucht. Eine Freizeitkomponente ist bei diesen dem „business tourism“ zuzuordnenden Veranstaltungen häufig von vornherein als Anreiz zur Teilnahme und zum Zweck der Abwechslung und Entspannung eingeplant. Diese fehlt dagegen in der Regel

beim reinen Dienst- und Geschäftsreiseverkehr, der z.B. der Kundenakquisition und -betreuung, der Kontaktpflege mit Geschäftspartnern, der Messeteilnahme als Anbieter oder Kunde dient. In der öffentlichen Wahrnehmung werden, wie oben erwähnt, letztere Formen des Tourismus häufig völlig unterschätzt. Aus nicht-privaten Gründen anreisende Gäste stellen aber für die Mehrzahl der Hotels in industriell und gewerblich geprägten Städten die weitaus wichtigste Klientel dar, zumal die Tagesausgaben von Geschäftsreisenden in der Regel diejenigen von Privattouristen übersteigen (vgl. Paesler 2010: 267 ff.; StMWIVT 2010: 12).

Die wichtigsten Kennziffern der amtlichen Statistik zur Erfassung der Bedeutung und insbesondere der Entwicklung des Tourismus im lokalen, regionalen und nationalen Maßstab sind in Deutschland die monatlich veröffentlichten Zahlen der Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsstätten mit mindestens zehn Gästebetten, differenziert nach In- und Ausländern (Herkunftsländern), Betriebsarten und Gruppen von prädikatisierten Fremdenverkehrsgemeinden, sowie die Daten über die verfügbaren Gästezimmer und -betten. Die Zahl der statistisch erfassten Beherbergungsstätten in Bayern beträgt rund 13.300 mit rund 576.000 Gästebetten, d.h. 23,8 % bzw. 21,8 % der Gesamtkapazität in Deutschland (2011) (StMWIVT 2012: o.S.).

Aus der Kombination dieser Daten lassen sich weitere Kennziffern berechnen, so die durchschnittliche Bettenauslastung pro Jahr in den Beherbergungsstätten einer Gemeinde oder Region, was Hinweise auf die Rentabilität der Betriebe geben kann (in Bayern insgesamt 38,2%), die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste (Hinweise auf die örtliche bzw. regionale Struktur des Tourismus; in Bayern insgesamt 2,7 Tage) und die Tourismusintensität. Diese wird durch die Zahl der Gästeübernachtungen pro 1.000 Einwohner und Jahr ausgedrückt und gilt als aussagekräftiges Maß für die quantitative Bedeutung des Tourismus für eine Gemeinde oder eine Fremdenverkehrsregion. So können weit überdurchschnittlich hohe Tourismusintensitäten kleinerer Gemeinden auf Monostrukturen, d.h. starke Abhängigkeit der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes von der Konjunktur im Tourismusgewerbe hinweisen. In Bayern insgesamt beträgt die Tourismusintensität rund 6.430 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner (2011) (StMWIVT 2012: o.S.).

2.2 Quantitativer raumzeitlicher Überblick des Tourismus in Bayern

In den 2.056 selbstständigen Gemeinden Bayerns wurden im Jahr 2012 84,07 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit mehr als neun Betten verzeichnet. Dazu kommen noch 9,93 Mio. Übernachtungen in nicht-gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit weniger als zehn Betten (LfStaD 2013), die allerdings nur für die prädikatisierten Gemeinden (Heilbäder, Kurorte, Erholungsorte) erhoben und ausgewiesen werden, was die ohnehin dominierende Position dieser Gemeinden in der statistischen Erfassung des Tourismus weiter verzerrend stärkt. Der statistisch erfasste Übernachtungstourismus ist allerdings weit entfernt davon, ein flächenhaftes Phänomen zu sein, nicht zu reden von einer flächendeckend bedeutenden wirtschaftlichen Rolle. Für mehr als die Hälfte der bayerischen Gemeinden (1.097; 53,4%) werden aufgrund von Datenschutzbestimmungen (drei oder weniger erfasste Beherbergungsbetriebe) keine Übernachtungszahlen ausgewiesen. Diese große Gruppe (keine Choroplethenfüllung und i.d.R. schwarze Dreieckssignaturen in Karte 1) macht lediglich 4,3 % der bayerischen Gästeankünfte bzw. 3,6 % der Übernachtungen aus (LfStaD 2013). Aber auch auf die verbleibenden 959 Gemeinden verteilt sich der Übernachtungstourismus keineswegs gleichmäßig (LfStaD 2013):

- Die zehn Gemeinden mit den meisten Ankünften vereinigen fast 36 % aller bayerischen Gästeankünfte auf sich, wobei die ersten fünf Rangplätze von den fünf größten Städten eingenommen werden (München, Nürnberg, Regensburg, Würzburg, Augsburg), dann folgen Oberstdorf und Rothenburg ob der Tauber. Die Hälfte aller bayerischen Gästeankünfte (50,2 %) wird in nur 33 Gemeinden (1,6 %) verzeichnet.
- Die zehn übernachtungsstärksten Gemeinden vereinigen fast 31 % aller bayerischen Übernachtungen auf sich, darunter die Landeshauptstadt München mit 12,37 Mio. Übernachtungen, Nürnberg mit 2,65 Mio., Bad Füssing mit 2,57 Mio., Oberstdorf mit 2,40 Mio. sowie Bad Kissingen mit 1,52 Mio. (die drei letztgenannten Gemeinden inklusive nicht-gewerblicher Übernachtungen). Die Hälfte aller gewerblichen bayerischen Übernachtungen (50,42 %) wird in nur 40 Gemeinden (1,95 %) verzeichnet.

Eher kann man von einer starken Konzentration auf einzelne Destinationen bzw. Teilregionen sprechen. Zwar liegen immerhin 484 Gemeinden (23,5 %) über der durchschnittlichen bundesweiten Tourismusintensität, die Schmude/Namberger (2010: 13) für das Jahr 2007 mit 4.396 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner angeben. Jedoch weisen nur 117 Gemeinden (5,7 %) eine Tourismusintensität von mehr als 25.000 gewerblichen Übernachtungen pro 1.000 Einwohner bzw. 147 Gemeinden (7,1 %) eine Tourismusintensität von mehr als 25.000 gewerblichen und nicht-gewerblichen Übernachtungen auf und sind somit als ökonomisch mehr oder weniger stark vom Übernachtungstourismus geprägt zu charakterisieren¹ (die drei dunkelsten Choroplethenfüllungen in Karte 1). Eine in Richtung Monostruktur tendierende ökonomische Dominanz des Tourismus würde demnach vor allem für die 22 bayerischen Gemeinden (1,1 %) mit einer Tourismusintensität von mehr als 100.000 vorliegen. Bezieht man auch die nicht-gewerblichen Übernachtungen in die Betrachtung mit ein, so erhöhen sich diese Werte entsprechend auf 31 Gemeinden (1,5 %).

Von einer flächendeckenden „Leitökonomie Tourismus“ (StMWIVT 2010: 3, 7) kann für Bayern als Ganzes also nicht gesprochen werden, da weite Landesteile, wie das nordöstliche Oberbayern, der Südwesten Niederbayerns, große Teile Schwabens nördlich des Allgäus oder die zentrale Oberpfalz kaum oder nur sehr wenig vom Übernachtungstourismus geprägt sind (vgl. Karte 1). Im Gegensatz dazu ragen die kreisfreien Städte, die Bayerischen Alpen (vgl. Beiträge Job/Fröhlich/Geiger et al. und Mayer/Steiger in diesem Band), der Bayerische Wald (vgl. Beiträge Maier/Weber/Weizenegger und Klee in diesem Band), das niederbayerische Bäderdreieck, das Altmühltal, Teile der Fränkischen Schweiz sowie die Bayerische Rhön als flächenhafte Schwerpunkte des bayerischen Tourismus heraus.

Ein wesentliches Problem bei der Analyse der Bedeutung des Tourismus für Bayern stellt die unbefriedigende Datensituation beim Tagestourismus dar. Die vom Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (dwif) für Bayern im Jahr 2006 ermittelten 472 Mio. Tagesausflüge (davon 83 % aus Bayern) sowie 87 Mio. Tagesgeschäftsreisen (davon 64,1 % aus Bayern) (vgl. Maschke 2007: 63 f.; 68), die zu 6,96 Mrd.

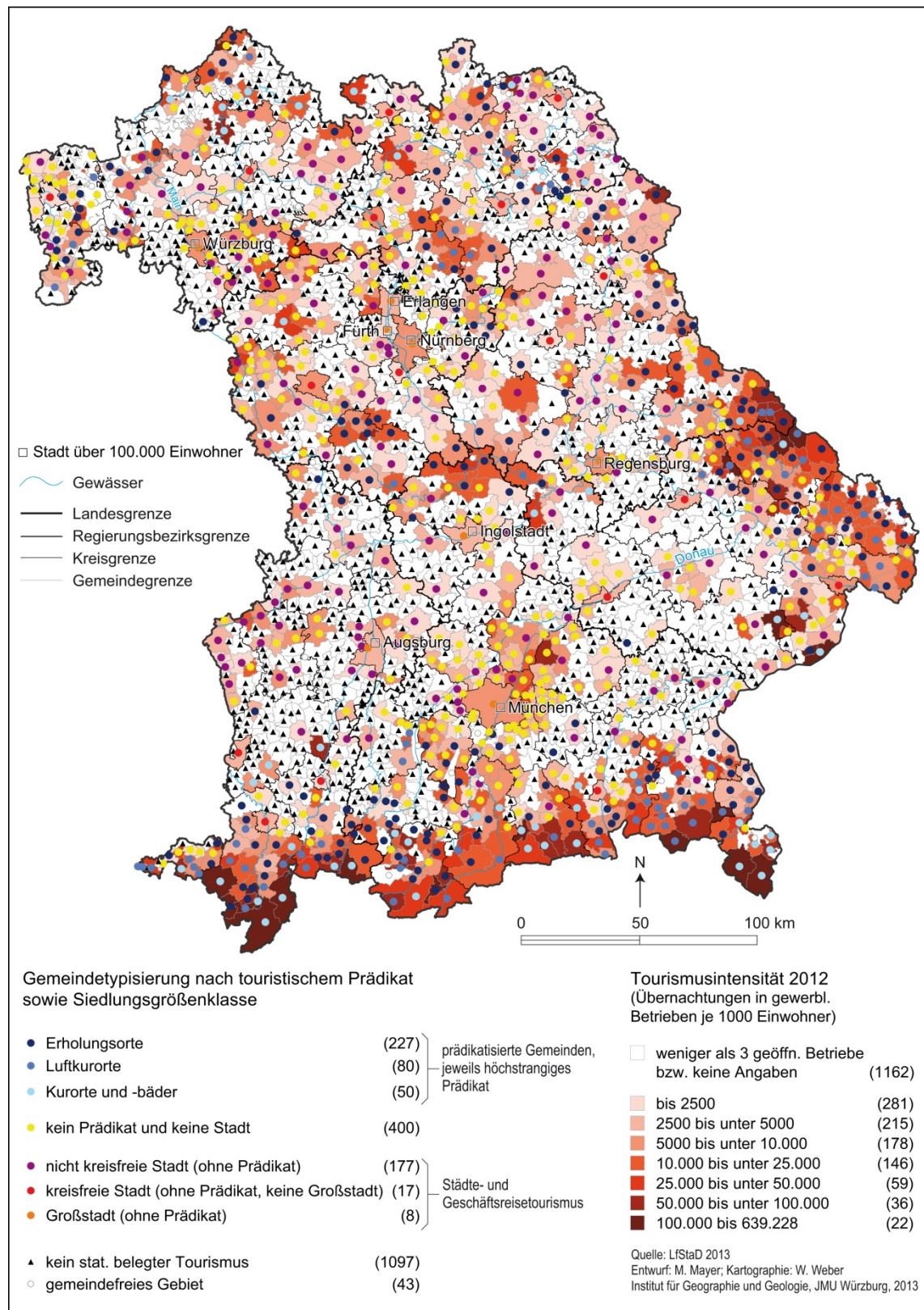
¹ Wendet man eine Faustregel von Koch (1986: 18) an, wonach die Tausenderstelle der Tourismusintensität (hier definiert als Übernachtungen pro 100 Einwohnern) mit 2,5 multipliziert den prozentuellen Beitrag des Tourismus zum regionalen Einkommen ergibt, wobei sowohl die direkten wie auch die indirekten wirtschaftlichen Wirkungen berücksichtigt werden, so trägt der Tourismus in Gemeinden mit einer Tourismusintensität von mehr als 25.000 Übernachtungen pro 1.000 Einwohnern zu etwa 6,25 % zum regionalen Einkommen bei. Bei einer Tourismusintensität von mehr als 50.000 sind es entsprechend mehr als 12,5 % und bei den 22 bayerischen Gemeinden mit einer Tourismusintensität von mehr als 100.000 hängt mehr als 25 % des regionalen Einkommens vom Übernachtungstourismus ab. Die Bedeutung des Tagestourismus ist durch diese Kennzahlen noch nicht abgedeckt.

Euro (Stand 2004) Wertschöpfung führen (vgl. Maschke 2005: 138), verdeutlichen einerseits die große Bedeutung der Tagesreisen. Andererseits lassen diese unter methodischen Gesichtspunkten mit noch größeren Unschärfen als die Übernachtungszahlen behafteten Werte keine geographisch kleinmaßstäbigen Analysen zu. Als entsprechendes Desiderat ergibt sich daraus die dringende Notwendigkeit, die Datenbasis über den bayerischen Tagestourismus zu verbessern, um dessen reale Bedeutung auf unterschiedlichen räumlichen Aggregationsniveaus zu erfassen.

Um die Bedeutung der unterschiedlichen Formen des Übernachtungstourismus in Bayern zu untersuchen, bietet sich eine Differenzierung zum einen nach dem staatlich verliehenen Prädikat der Gemeinden und zum anderen nach deren Größe an, wobei letztere Variable auf den Städte- und Geschäftsreisetourismus abzielt. Diese Analyse ergibt, dass dem Städtetourismus im engeren Sinn (in Großstädten und kreisfreien Städten; 1,2% der Gemeinden) mit 36,4% mehr als ein Drittel der Ankünfte und mit 25,9% mehr als ein Viertel der Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Bayern zuzuordnen sind. Der Städte- und Geschäftsreisetourismus im weiteren Sinn (obige Auswahl zuzüglich aller weiteren nicht prädikatisierten Gemeinden mit veröffentlichten Tourismuswerten; 29,3% der Gemeinden) umfasst sogar beinahe zwei Drittel aller Gästeankünfte (62,4%) sowie 45,7% der Übernachtungen (eigene Berechnungen nach LfStaD 2013). Die Tourismusintensität in diesen Gemeinden liegt durchweg unter dem bayerischen Durchschnitt, wobei Großstädte und Gemeinden ohne Stadttitel die höheren Werte aufweisen (vgl. Tabelle 1).

Der tendenziell in ländlichen Räumen verortete landschafts- und naturbezogene Tourismus sowie der auf Kur- und Heilbäder bzw. Luft- und Kneippkurorte konzentrierte Kur- und Gesundheitstourismus (wobei sich gerade in den Bayerischen Alpen beide Formen teilweise deutlich überlagern) in den 357 prädikatisierten Gemeinden (17,4% aller Gemeinden) umfasst exakt ein Drittel aller Ankünfte (33,3%), aber mehr als die Hälfte aller Übernachtungen (50,8%) in gewerblichen Beherbergungsbetrieben (LfStaD 2013). Verglichen mit den Destinationen des Städte- und Geschäftsreisetourismus ist die Tourismusintensität in diesen Kategorien hoch, insbesondere bei den Luftkurorten sowie den sonstigen Kurorten und -heilbädern, in denen der Tourismus zweifellos ökonomisch eine bedeutende Rolle spielt (vgl. Tabelle 1). Die Tourismusintensität erhöht sich durch Einbezug der nicht-gewerblichen Übernachtungen weiter, die immerhin 15,4% der Übernachtungen in den prädikatisierten Gemeinden ausmachen.

Karte 1: Tourismusintensität in Bayern auf Gemeindeebene (gewerbliche Beherbergungsbetriebe) und Prädikatisierung bzw. Größenklassen von Gemeinden 2012



Tab. 1: Destinationsgruppen im bayerischen Tourismus im Vergleich (Werte für 2012)

	N	Anteil N	Ankünfte in gewerblichen Beherbergungsbetrieben (>9 Betten)			Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben (>9 Betten)			Übernachtungen in nicht-gewerblichen Beherbergungsbetrieben (<9 Betten)		
			absolut	Anteil	Mittelwert	absolut	Anteil	Mittelwert	absolut	Anteil	Mittelwert
Gemeinden ohne statistisch ausgewiesenen Tourismus	1.097	53,4 %	1.344.577	4,3 %	1.225,7	2.997.557	3,6 %	2.732,5			
kreisangehörige Gemeinden (ohne Prädikat)	400	19,5 %	4.317.639	13,8 %	10.794,1 a,b,c	9.288.459	11,0 %	23.221,1 c			
kreisangehörige Städte (ohne Prädikat)	177	8,6 %	3.809.708	12,2 %	21.523,8 b,h	7.293.238	8,7 %	41.204,7 b,c			
kreisfreie Städte (ohne Prädikat, keine Großstadt)	17	0,8 %	1.675.884	5,4 %	98.581,4 b,f	3.217.324	3,8 %	189.254,4 a,c			
Großstädte (>100.000 Einwohner)	8	0,4 %	9.657.663	31,0 %	1.207.207,9	18.600.773	22,1 %	2.325.096,6 a,c			
Erholungsorte	227	11,0 %	3.040.410	9,8 %	14.831,3 d,f,g	9.898.714	11,8 %	48.286,4 b,c	849.898	8,6 %	14.810,1
Luftkurorte	80	3,9 %	2.755.120	8,8 %	34.439,0 a,d,e	10.543.338	12,5 %	131.791,7 a	2.379.731	24,0 %	45.239,9
Kurorte und -bäder	50	2,4 %	4.575.907	14,7 %	91.518,1 c,e,g,h	22.230.561	26,4 %	444.611,2 c	3.358.265	33,8 %	74.378,8
Summe	2.056	100,0 %	31.176.908	100,0 %	31.838,1	84.069.964	100,0 %	86.523,4	9.933.505	100,0 %	
ANOVA F-Wert					59,804***			57,339***			

	Tourismus-intensität (gewerbliche Übernachtungen pro 1.000 Einwohner)	Auslastung (Mittelwert in %)	Aufenthaltsdauer (Mittelwert)	Anteil ausländischer Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben	Einwohner (Mittelwert 2011)
Gemeinden ohne statistisch ausgewiesenen Tourismus	1.036,2	-	2,23		2.579
kreisangehörige Gemeinden (ohne Prädikat)	6.662,5 a	30,16 a	2,70	18,2 %	5.035 a
kreisangehörige Städte (ohne Prädikat)	3.602,3 c	30,37 a	2,14 b	21,6 %	13.161 a,b,c
kreisfreie Städte (ohne Prädikat, keine Großstadt)	3.509,1 c,d	41,89 b	2,04 b,c	17,8 %	51.942 a,b,c
Großstädte (>100.000 Einwohner)	4.967,9 a,c,d	45,68 b	1,80 c	41,3 %	346.898
Erholungsorte	19.080,3 b	29,60 a	3,34 a	7,6 %	3.897 c
Luftkurorte	32.406,6 b	30,85 a	3,85 a	9,5 %	5.378 b
Kurorte und -bäder	68.188,4	43,32 b	4,96	7,6 %	7.728 a,c
Summe/Gesamt Bayern	14.210,7 (N=937) 6.674,4 (N=2.056)	31,22 (N=909)	2,93 (N=937)	18,5 %	6.126
ANOVA F-Wert	38,819***	17,020***	37,002***		110,673***

Mittelwerte, die keinen gleichen Buchstaben aufweisen, unterscheiden sich signifikant auf dem Niveau von $p < 0,05$ gemäß dem Tamhane-Test.

Quelle: Eigene Berechnungen nach LfStad (2013)

Wesentlicher und statistisch signifikanter Unterschied dieser beiden Destinationsgruppen ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (vgl. auch Karte 2), die sich bereits aus den dargestellten unterschiedlichen Verhältnissen zwischen Ankunfts- und Übernachtungszahlen beider Gruppen ableiten lässt (vgl. Tabelle 1). Die Extremwerte erreichen die Großstädte mit im Mittel 1,8 Übernachtungen und die Kurorte und -heilbäder mit durchschnittlich beinahe fünf Nächten (4,96). Noch höher liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei den nicht-gewerblichen Betrieben (6,43). Insgesamt zeigt sich, dass mit zunehmender Siedlungsgröße die Aufenthaltsdauer tendenziell abnimmt.

Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Gästebetten in gewerblichen Beherbergungsbetrieben ist ein weiterer Faktor von Bedeutung für die regionalökonomische Relevanz des Tourismus, da eine zu niedrige Auslastung die Rentabilität und damit Überlebensfähigkeit touristischer Betriebe maßgeblich beeinflusst. Wie Tabelle 1 verdeutlicht, gibt es in beiden Destinationsgruppen Gemeinden mit relativ hoher bzw. relativ niedriger Auslastung, d.h. die Mittelwertunterschiede innerhalb der Destinationsgruppen sind größer als zwischen den beiden Hauptgruppen. Auf der einen Seite stehen die Großstädte, Kurorte und Heilbäder sowie die kreisfreien Städte mit deutlich überdurchschnittlicher Auslastung zwischen 41,9 und 45,7%, während auf der anderen Seite nicht prädikatisierte Gemeinden und kreisangehörige Städte sowie Erholungs- und Luftkurorte im Mittel sogar unterhalb des bayerischen Durchschnitts von 31,2% liegen.

Karte 2 veranschaulicht die räumlichen Dimensionen der beiden Variablen Aufenthaltsdauer und Auslastung. Die Aufenthaltsdauer zeigt klar die Räume mit dominierendem Urlaubstourismus in den eher ländlichen und peripheren Gebieten der Bayerischen Alpen und der Mittelgebirge, während die kreisfreien Städte von hoher Auslastung bei niedriger Aufenthaltsdauer geprägt sind und die Ziele für Geschäfts- und Kurzreisen darstellen. Auffällig sind weiterhin die relativ gehäuft auftretenden niedrigen Auslastungswerte von Gemeinden im Bayerischen Wald (vor allem im südlichen Teil und im Vorderen Wald) sowie in den ländlichen Regionen der Oberpfalz. Herausstechend in den peripheren Regionen sind die extrem hohen Auslastungswerte bei gleichzeitig überdurchschnittlicher Aufenthaltsdauer bei den Kurorten und Heilbädern. Diese Zusammenhänge bestätigen sich teilweise auch durch die Resultate durchgeführter Korrelationsanalysen (vgl. Tabelle 2).

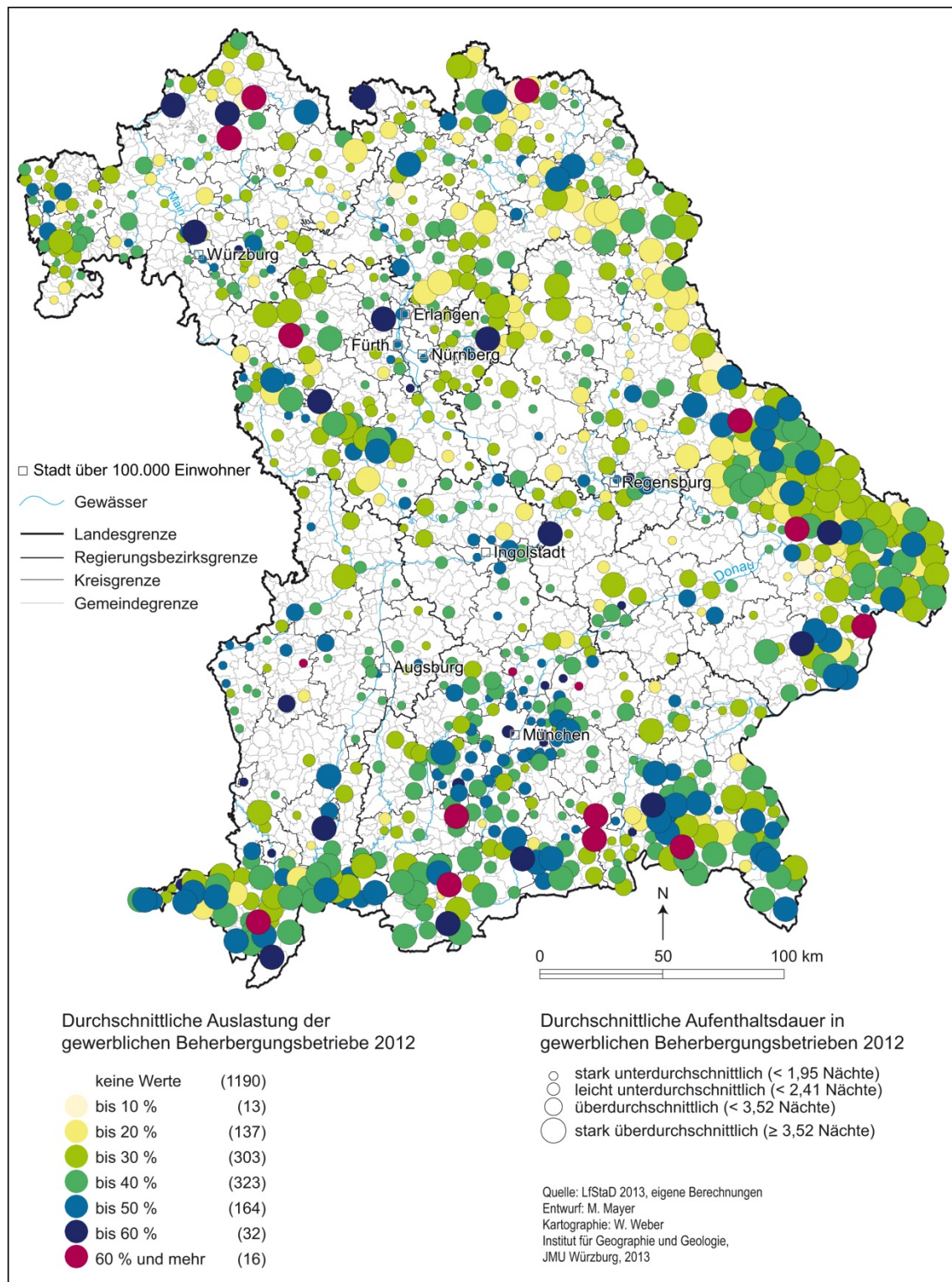
Tab. 2: Korrelationen zwischen touristischen und demographischen Variablen (signifikante Zusammenhänge hervorgehoben) Stand 2012

Korrelation nach Pearson	Einwohner (Stand: 2011)	durchschnittliche Aufenthaltsdauer	durchschnittliche Auslastung	Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner)
Gästeankünfte	0,965***	-0,020 (n. s.)	0,169***	0,070*
Gästeübernachtungen	0,914***	0,074*	0,219***	0,200***
Tourismusintensität (Übernachtungen pro 1.000 Einwohner)	-0,035 (n. s.)	0,329***	0,279***	
durchschnittliche Auslastung	0,147***	0,203***		
durchschnittliche Aufenthaltsdauer	-0,075*			

Signifikanzniveau: * signifikant ($p < 0,05$), ** hoch signifikant ($p < 0,01$), *** höchst signifikant ($p < 0,001$), n. s. nicht signifikant

Quelle: Eigene Berechnungen nach LfStaD (2013)

Karte 2: Aufenthaltsdauer und Auslastung gewerblicher Beherbergungsbetriebe in Bayern 2012 auf Gemeindeebene (Mittelwerte)



So gibt es einen zwar nur sehr schwachen, aber statistisch signifikanten negativen Zusammenhang zwischen der Einwohnerzahl einer Gemeinde und der Aufenthaltsdauer. Weiterhin zeigt sich die Tatsache, dass die von Städte- und Geschäftsreiseturismus geprägten Gemeinden tendenziell mehr Einwohner und daher eine geringere Tourismusin-

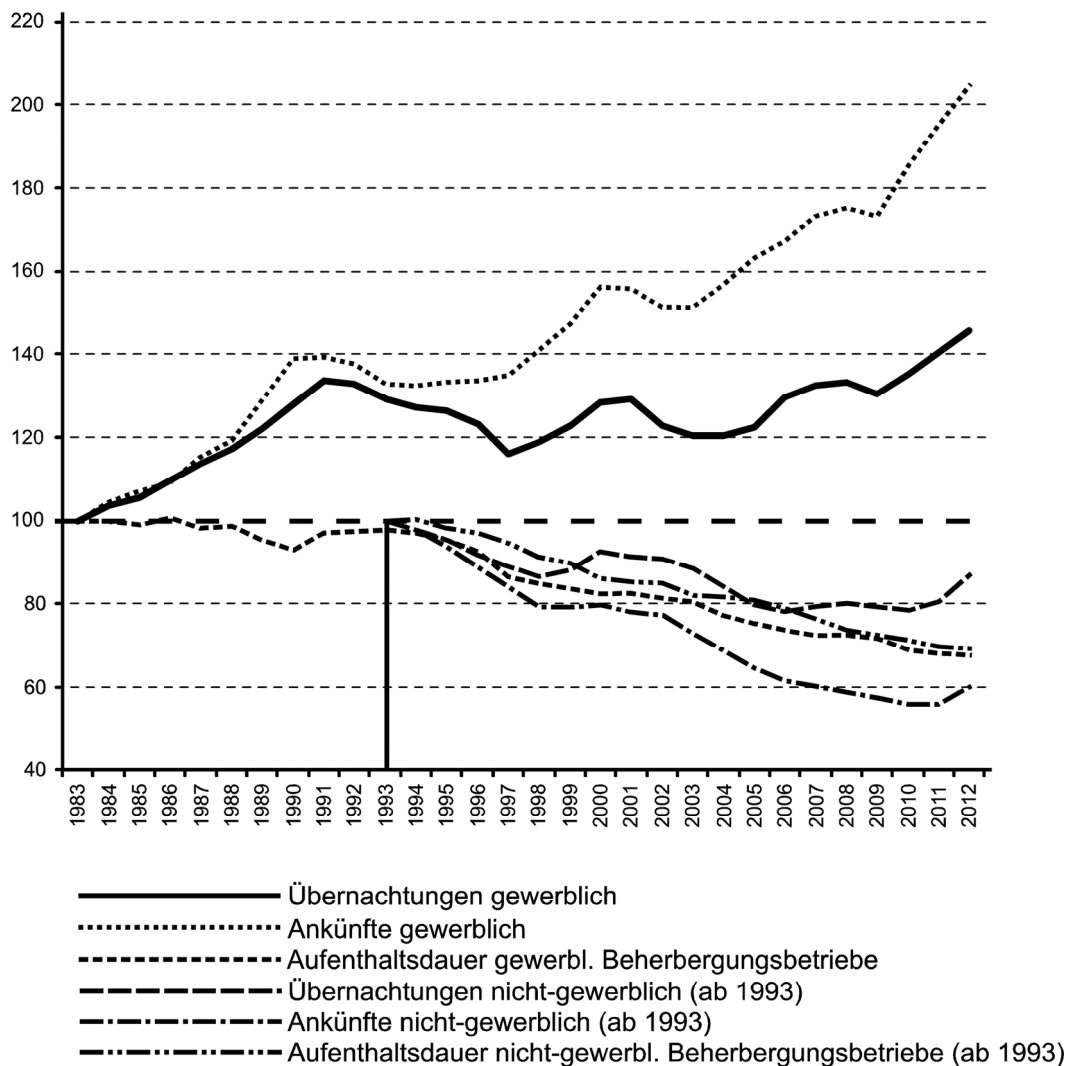
tensität aufweisen, in der hoch signifikanten positiven, leicht bis mittelstarken Korrelation zwischen Tourismusintensität und Aufenthaltsdauer.

Zudem scheint sich die Bedeutung des Tourismus für die lokale Wirtschaft bzw. die damit zusammenhängende Destinationsgröße in der Auslastung als einem Indikator für touristischen Erfolg niederzuschlagen, da die Variablen „Übernachtungen“, „Tourismusintensität“ sowie „Auslastung“ miteinander hoch signifikant korrelieren.

Ein Erklärungsansatz könnte sein, dass eine lokal höhere Bedeutung des Tourismus zu größeren Investitionen in das touristische Angebot sowie die Angebotsqualität führen, die wiederum die Attraktivität der Destination und die Gästezufriedenheit positiv beeinflussen, was zu einer höheren Bettenauslastung führen sollte. Umgekehrt führt eine hohe Auslastung natürlich zu einer höheren Anzahl an Übernachtungen, die wiederum die Hauptinputvariable der Tourismusintensität darstellt.

Abb. 2: Entwicklung der Übernachtungen, Ankünfte und durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in gewerblichen (1983 bis 2012) und nicht-gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Bayern (1993 bis 2012) (Indexdarstellung)

Gästeankünfte und -übernachtungen (Index 1983 = 100 bzw. Index 1993 = 100)



Quelle: Eigene Darstellung nach LfStaD (2013)

Bayern ist nach wie vor das Bundesland mit den meisten Gästeankünften und Gästeübernachtungen in der Bundesrepublik. Allerdings reduzierte sich zwischen 1992 und 2012 Bayerns Anteil an den gesamtdeutschen Ankünften in gewerblichen Beherbergungsbetrieben um fast drei Prozentpunkte von 23,2 % auf 20,4 %, der Übernachtungsanteil verringerte sich um fünf Prozentpunkte von 25,6 % auf 20,6 %, was bedeutet, dass Marktanteile verloren gingen (eigene Berechnungen nach Statistisches Bundesamt 2013) – eine Tatsache, die auch im Tourismuspolitischen Konzept entsprechenden Niederschlag gefunden hat (vgl. StMWIVT 2010: 12). Dabei hat sich die Gesamtzahl der Übernachtungen in Bayern seither sogar um 10 % gesteigert und hat nach einigen Schwankungen in den Jahren 2010 bis 2012 jeweils das bis dato geltende Allzeithoch aus dem Jahr 1991 übertroffen (vgl. Abbildung 2). Ursächlich dafür ist der bis auf kurze, zumeist wohl konjunkturbedingte Dämpfer ungebrochene Anstieg der gewerblichen Gästeankünfte in Bayern, die sich zwischen 1983 und 2012 von 15,2 auf 31,2 Mio. mehr als verdoppelt haben (+105 %). Da im selben Zeitraum die Zahl der gewerblichen Übernachtungen um 46 % von 57,6 auf 84,1 Millionen gestiegen ist, muss sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer parallel deutlich verringert haben. Dies ist in der Tat der Fall: Diese Kennzahl hat sich zwischen 1983 und 2012 um beinahe ein Drittel (-32 %) von 3,99 auf 2,70 Nächte in gewerblichen Beherbergungsbetrieben reduziert, was den Trend zu häufigeren, aber kürzeren Reisen und zu Zweit- oder Dritturlaubsreisen im Inland sowie den Rückgang der längerfristigen Kuraufenthalte verdeutlicht.

Positiv entwickelte sich Bayerns Attraktivität für ausländische Gäste: Zwischen 1983 und 2012 stieg die Zahl der Ankünfte von Ausländern in gewerblichen Beherbergungsbetrieben um 135 % von 3,10 auf 7,30 Millionen, die der Übernachtungen um 128 % von 6,72 auf 15,30 Millionen. Der Anteil der Ankünfte aus dem Ausland an allen Gästeankünften stieg allerdings nur leicht von 20,4 auf 23,4 %, wohingegen der Anteil der Übernachtungen aus dem Ausland an allen gewerblichen Übernachtungen von 11,1 auf 18,2 % stieg, was den beträchtlichen Bedeutungsgewinn des Incomingtourismus für Bayern unterstreicht.² Der Incomingtourismus konzentriert sich jedoch stark auf die Großstädte (51,4 % aller ausländischen Übernachtungen 2012) sowie insgesamt auf Destinationen des Städte- und Geschäftsreiseverkehrs (77,0 %), während in prädikatisierten Gemeinden lediglich 23,0 % der ausländischen Übernachtungen stattfinden. Dem entsprechen auch die jeweiligen Anteile der ausländischen Übernachtungen pro Gemeindekategorie: Den höchsten Wert nehmen die Großstädte ein (41,3 % ausländische Übernachtungen), gefolgt in weitem Abstand von den kreisangehörigen Städten (21,6 %), die einen höheren Anteil aufweisen als die kreisfreien Städte (17,8 %), was an US-Garnisonsstandorten, städtetouristischen Hot Spots wie Rothenburg ob der Tauber sowie den Umlandgemeinden der Großstädte liegen kann. Im Gegensatz dazu liegt der Anteil ausländischer Übernachtungen in den Heilbädern und Kurorten bei nur 7,6 % (LfStaD 2013) vgl. Tabelle 1.

Wie Abbildung 3 jedoch deutlich zeigt, haben sich die Gewichte im bayerischen Tourismus seit Anfang der 1980er Jahre massiv verschoben: Die Heilbäder und Kurorte verloren mehr als zehn Prozentpunkte Marktanteile in Bayern (von Maximum 37,1 % im Jahr 1988 auf 26,4 % im Jahr 2012), was sehr wahrscheinlich den Leistungseinschränkungen

² Um dieses Wachstum nachzuvollziehen, sollen exemplarisch einige Quellländer aufgeführt werden (jeweils absolute und prozentuale Steigerung der Übernachtungen in Bayern zwischen 2003 und 2012) (vgl. LfStaD 2013):

Russland: von 163.392 auf 713.167 (+336,5 %)

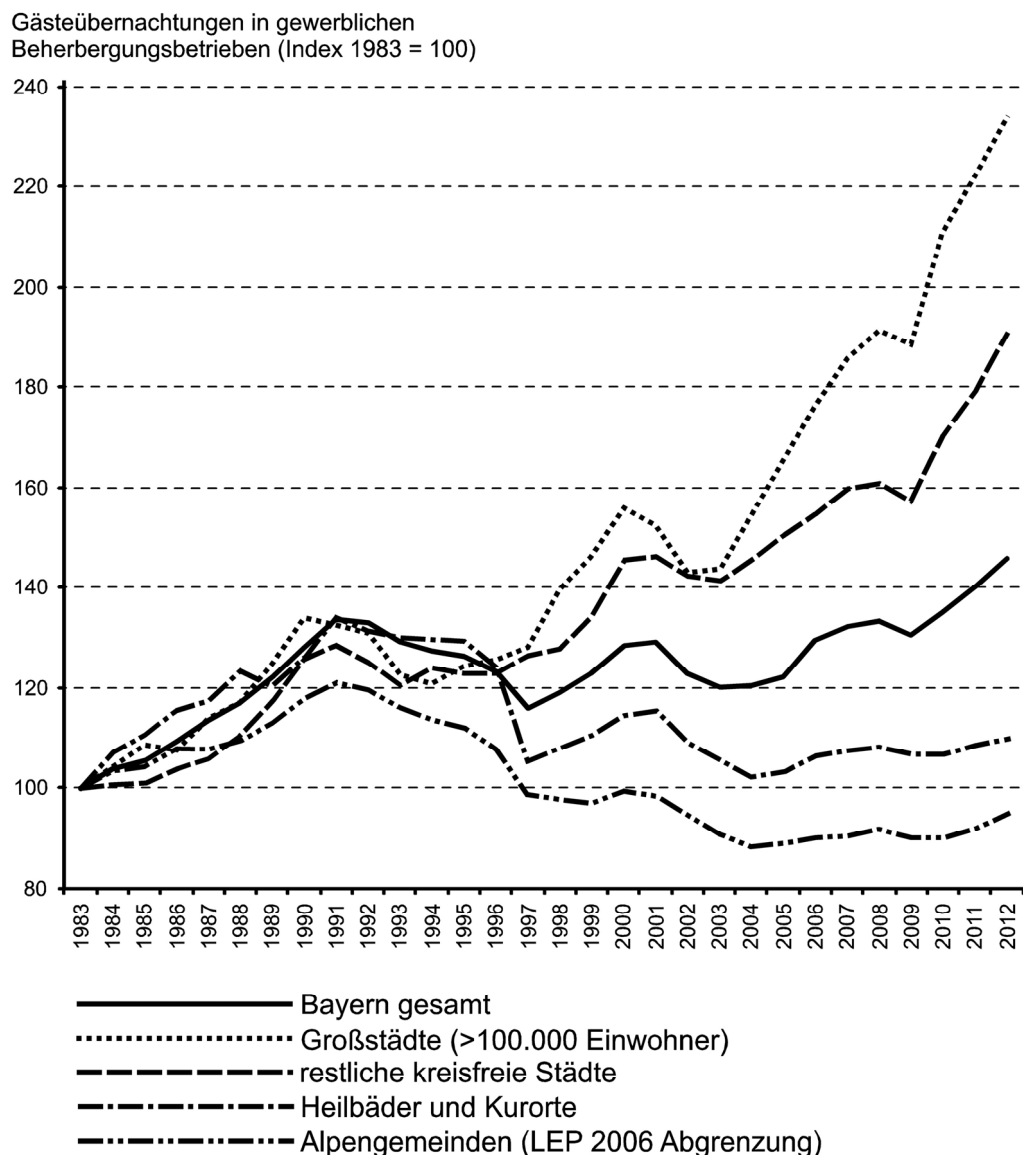
Arabische Golfstaaten: von 140.013 auf 529.291 (+278,0 %)

VR China: von 115.090 auf 418.236 (+263,4 %)

USA: von 1.086.164 auf 1.408.036 (+29,6 %).

der gesetzlichen Krankenkassen für Kuraufenthalte im Zuge der dritten Stufe der Gesundheitsreform 1996 geschuldet ist (vgl. Hämel 1997). Ähnliche Rückgänge mussten die Alpengemeinden hinnehmen, deren Marktanteil von 34,2% (Maximum 1983) um beinahe zwölf Prozentpunkte auf 22,3% (2012) fiel. Noch drastischer fällt allerdings der Rückgang der nicht-gewerblichen Übernachtungen seit der Wiederaufnahme der Erfassung 1993 aus, die sich seither beinahe kontinuierlich von 16,57 auf 9,93 Millionen reduzierten (-40%), was einerseits an der drastisch gesunkenen Aufenthaltsdauer in dieser Beherbergungskategorie liegt (-31%) und andererseits dem aufgrund des Generationswechsels der Betriebsleiter wegbrechenden Angebot geschuldet ist. Die nicht-gewerblichen, kleineren Beherbergungsbetriebe haben also deutlich an Bedeutung verloren. Ihr Marktanteil an den Übernachtungen in Bayern sank von 17,3% (1993) auf 10,6% (2012) (LfStaD 2013).

Abb. 3: Entwicklung der Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Bayern 1983 bis 2012 (Indexdarstellung)



Quelle: Eigene Darstellung nach LfStaD (2013)

Seit Mitte der 1990er Jahre konnten die Großstädte im Zuge des anhaltenden städtetouristischen Booms ihre touristische Bedeutung deutlich steigern, und zwar von 13,1% Marktanteil 1994 bis auf 22,1% in 2012. Räumlich betrachtet hat sich damit die Konzentrationstendenz im bayerischen Tourismus verstärkt, da die peripheren, ländlichen Regionen zugunsten der Agglomerationsräume Marktanteile im Tourismus verloren haben und heute Übernachtungen leicht über (Heilbäder und Kurorte +10%) bzw. leicht unter (Alpengemeinden -5%) dem Niveau der frühen 1980er Jahre aufweisen, während sich die Großstädte um 134% und die übrigen kreisfreien Städte um 91% gesteigert haben (vgl. Abbildung 3).

2.3 Touristischer Einfluss auf regionale Entwicklung

Der vorliegende Band befasst sich, überwiegend anhand von Fallstudien, mit Regionalentwicklung in Bayern durch Tourismus bzw. allgemeiner mit Zusammenhängen zwischen Tourismus und der sozioökonomischen Entwicklung in bayerischen Regionen. Regionalentwicklung wird dabei sehr allgemein als Zusammenfassung von Konzepten und Maßnahmen verstanden, mit denen insbesondere die wirtschaftliche Entwicklung einer Region unterstützt werden soll. Das Ziel ist der Ausgleich regionaler Disparitäten, um gleichwertige Lebensbedingungen in allen Landesteilen und eine nachhaltige Raumentwicklung zu ermöglichen und zu stärken.

Die Bedeutung des Tourismus liegt hierbei in seiner Rolle als Wirtschaftsfaktor, d. h. in seinen ökonomischen Wirkungen und Effekten. Diese Effekte können monetärer Art sein (z. B. Umsätze der Hotellerie und Gastronomie oder Einkommen von im Tourismus Beschäftigten) oder nichtmonetär, wie beispielsweise Beschäftigungseffekte durch die Erbringung touristischer Dienstleistungen. Generell ist die Quantifizierung der ökonomischen Wirkungen des Tourismus aufgrund seines Querschnittscharakters sehr schwierig. Es gibt keine exakt abgrenzbare Branche Tourismus, wie etwa Automobilindustrie oder Einzelhandel, deren Umsätze und Beschäftigtenzahlen statistisch erhoben werden könnten. Stattdessen betreffen die ökonomischen Effekte des Tourismus eine Vielzahl von Branchen, wie beispielsweise das Hotel- und Gaststättengewerbe, das Reiseveranstalter- und Reisemittlergewerbe, Reiseleiter und Fremdenführer, Beschäftigte in Kliniken und Kureinrichtungen, Verkehrsbetriebe, Freizeitparks, Herstellung und Vertrieb von Reiseandenken, Verlage von Landkarten und Reiseführern, Einzelhandel in Tourismusgemeinden. Erschwert wird die Erfassung zudem durch die Tatsache, dass in vielen Fällen, z. B. bei Gaststätten, im Einzelhandel oder im Taxigewerbe, eine Differenzierung der Umsätze und ihre Zuordnung zu Touristen und Einheimischen kaum exakt möglich ist, sodass sich auch in der neueren Fachliteratur häufig nur Schätzwerte finden (vgl. Freyer 2009: 451; Schmude/Namberger 2010: 86 ff.).

Schließlich sind neben den direkten Einkommenseffekten durch Tourismus auch die indirekten zu beachten, die durch vor- oder nachgelagerte Leistungen entstehen, die zur Erbringung des touristischen Angebots notwendig sind, wie beispielsweise die Herstellung von Lebensmitteln für die Versorgung von Touristen in Gaststätten oder die Leistungen der Bauwirtschaft für den Neubau von Ferienhotels. Es ergibt sich also ein Multiplikatoreffekt, der bezüglich der Nettowertschöpfung für Deutschland nach Freyer (2009: 451) im Durchschnitt 1,43 beträgt. Das heißt durch den Multiplikatoreffekt erhöht sich die durch den Tourismus generierte Wertschöpfung um das 1,43-fache. Schmude und Namberger (2010: 88 f.) diskutieren verschiedene Möglichkeiten zur Berechnung der ökonomischen Bedeutung des Tourismus und zitieren Quellen, nach denen der Anteil des Tourismus im weitesten Sinne am Bruttoinlandsprodukt in Deutschland 8 bis 10% be-

trägt. Der Wert für Bayern bewegt sich an der oberen Grenze dieser Spannweite. Nach Angaben im Tourismuspolitischen Konzept der Bayerischen Staatsregierung belaufen sich die Ausgaben von Touristen in Bayern auf rund 25 Mrd. Euro pro Jahr, rechnerisch sichert der Tourismus mehr als 560.000 Einwohnern (= rund 4,5% der Bevölkerung) das Einkommen (vgl. StMWIVT 2010: 7).

Um den Beitrag des Tourismus zur Regionalentwicklung zu bewerten, müssen die tangiblen und intangiblen regionalökonomischen Effekte berücksichtigt werden. Gerade unter dem Aspekt räumlicher Ungleichgewichte in Bayern spielen die regionalen Ausgleichseffekte eine große Rolle, die durch den Tourismus bewirkt werden können. Hier ist nicht nur an die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Generierung von Umsätzen und Einkommen zu denken. Der durch die Bedürfnisse des Tourismus initiierte Infrastrukturausbau kommt auch der einheimischen Bevölkerung zugute und kann dazu beitragen, die Abwanderung aus strukturschwachen Räumen zu reduzieren. Zusätzlich führt Tourismus in der Regel zu einem Imagegewinn der Region, was sich wiederum für Bestrebungen zur Ansiedlung anderer Gewerbe und zur Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft als förderlich erweist (vgl. Metzler 2007: 32 ff.).

3 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeitsgruppe

Wie aus Kapitel 2 hervorgeht, bestehen für den Tourismus in Bayern trotz der gerade in den letzten Jahren gestiegenen Übernachtungszahlen eine Reihe von Problembereichen. Dazu gehören beispielsweise die disparate räumliche Entwicklung, d. h. das Auseinanderklaffen von touristisch stark wachsenden Agglomerationsräumen und den rückläufigen bis maximal stagnierenden Peripheriräumen, oder aber der im Zusammenhang mit dem Generationswechsel der Betreiber und der häufig mangelnden Bereitschaft der Nachkommenschaft zur Betriebsübernahme stehende Niedergang der nichtgewerblichen Beherbergungsbetriebe, die in der Vergangenheit einen wichtigen Beitrag zur Verankerung des Tourismus in der lokalen Bevölkerung und damit zu dessen Akzeptanz leisteten. Nicht zuletzt verlangt das säkulare Absinken der Aufenthaltsdauer die ständige Neuakquisition von Gästen, um rückläufige Übernachtungszahlen durch steigende Gästeankünfte zumindest auszugleichen.

Der Tourismus in Bayern kann sich dabei nicht von den internationalen Trends des zunehmend globalisierten Tourismusmarktes abkoppeln: Zwar prognostiziert die World Tourism Organization (2001: 9) für den internationalen Tourismus (inklusive Geschäftsreisen) bis 2020 eine Verdoppelung der Ankünfte auf 1,6 Mrd. (bezogen auf das Jahr 1995), allerdings bei zunehmend breiterer globaler Streuung, sodass vor allem Wachstumsmärkte in Ost-, Südost- und Südasien, den arabischen Golfstaaten, Russland oder Brasilien davon profitieren und als neue bzw. wachsende Destinationen reifen Zielgebieten zunehmend Konkurrenz am Reisemarkt machen – allerdings treten diese Länder auch immer mehr als Quellgebiete für Incomingtouristen nach Europa und somit auch nach Deutschland und Bayern auf. In dieselbe Richtung wirkt sich der wachsende Marktanteil bei den Luftverkehrsgesellschaften im „no frills“-Segment aus: Ausländische Destinationen sind kostengünstiger zu erreichen und rücken damit räumlich gesehen näher, was zu vermehrten Reisen, aber dafür kürzeren Aufenthalten mit der Konsequenz einer stetig sinkenden Aufenthaltsdauer beiträgt. Ein weiterer Trend ist die zunehmende Digitalisierung des Lebens und damit auch des Reisens, die mit Chancen (beispielsweise Facebook oder Twitter als touristische Kommunikationsmedien), aber auch mit Risiken für den Tourismusmarkt verbunden ist (beispielsweise könnte „armchair“-travelling, also virtuelles Reisen, möglicherweise reale Raumüberwindung ersetzen; vgl. Job 2003).

Zwei weitere Trends sind thematisch durch ihren Bezug auf den Energieressourcenverbrauch der touristischen Raumüberwindung und den damit einhergehenden Ausstoß von CO₂-Emissionen verknüpft: Der Tourismus ist gleichzeitig einer der auslösenden Faktoren der möglicherweise anthropogen verursachten klimatischen Erwärmungstendenzen – die World Tourism Organization gibt für 2008 5% aller weltweiten CO₂-Emissionen als durch touristische Reisen bedingt an (UNWTO/UNEP 2008: 140) – und Betroffener, z.B. durch künftig fehlende Schneesicherheit in der alpinen Wintersaison (vgl. Hall/Higham 2005; Scott/Hall/Gössling 2012). Parallel künden die in den letzten Jahrzehnten massiv gestiegenen Energiepreise vom bevorstehenden, unumkehrbaren Fördermaximum der rohölbasierten Energieträger („Peak Oil“), das mit weiter steigenden Preisen zu teureren Raumüberwindungskosten und damit einem möglicherweise sinkenden Fernreiseanteil und einer Rückverlagerung hin zu räumlich näherliegenden (Binnen-)Destinationen führen könnte (vgl. Becken 2011). Kurz- und mittelfristig wird der globale Tourismus zudem durch die sozioökonomischen Auswirkungen der seit 2008 andauernden weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise geprägt (vgl. Visser/Ferreira 2013).

Für Bayern tragen diese exogenen Trends und davon ausgelöste Nachfrageveränderungen zusammen mit den im Folgenden dargestellten endogenen Angebots- und Nachfrage Tendenzen zu verschiedenen touristischen Problemlagen bei:

- Der demographische Wandel mit seinen Kerntendenzen zu einer trotz Zuwanderung künftig schrumpfenden deutschen Bevölkerung, einem stark wachsenden Bevölkerungsanteil Älterer und Hochbetagter bei gleichzeitig abnehmendem Anteil an Kindern, Jugendlichen und erwachsener Erwerbsbevölkerung (Überalterung) sowie einem weiterhin deutlich zunehmendem Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund macht auch vor Bayern und dem Tourismus in Bayern nicht Halt und schafft neue Herausforderungen und Chancen (vgl. Grimm/Lohmann/Heinsohn et al. 2009; Metzler/Paesler 2010).
- Die in Zusammenhang mit dem endgültigen Ausstieg aus der Stromerzeugung durch Atomenergie nach der Katastrophe von Fukushima 2011, aber auch mit der angestrebten Reduktion der Treibhausgasemissionen zur Bewältigung der anthropogenen Klimaveränderung stehende Energiewende in Deutschland hat vielfältige Wechselbeziehungen zum Tourismus in Bayern (vgl. ARL 2012; Kufeld 2013).

Die oben dargestellten exogenen und endogenen Einflussfaktoren begründen zumeist die wesentlichen touristischen Probleme bzw. sind Erklärungsfaktoren für den touristischen Niedergang mancher Destinationen in Bayern. Vor diesem Hintergrund lässt sich unter anderem Folgendes anführen:

- Der Tourismus erfährt vielerorts nicht die Akzeptanz und Wertschätzung in der lokalen Bevölkerung, die er seiner ökonomischen Bedeutung entsprechend haben sollte, was sich unter anderem in der Ablehnung von Tourismus(groß)projekten durch Bürgerinitiativen oder Bürgerentscheide vor Ort äußert (vgl. Hummel/Effern 2008).
- Die bayerischen Destinationen sehen sich einer starken nationalen und internationalen Konkurrenzsituation durch Wettbewerber in den anderen Alpenländern, die staatlicherseits stark geförderten östlichen Bundesländer, preiswerte Kurz-Destinationen in Osteuropa sowie die von Billigfliegern angesteuerten, sonnensicheren All-inclusive-Reiseziele im Mittelmeerraum ausgesetzt.
- Trotz erheblicher Anstrengungen der Anbieter und bemerkenswerten staatlichen Fördermaßnahmen ist der vor allem in der zweiten Hälfte der 2000er Jahre beklagte Investitionsstau gewerblicher Tourismusanbieter (vgl. dwif 2007) noch nicht voll-

ständig behoben: Es bestehen Mängel bei der touristischen Infrastruktur sowie der Dienstleistungs- und Servicequalität (Onlinepräsenz, -buchbarkeit). Zudem gibt es unterschiedliche Unternehmerqualitäten in den touristischen Betrieben.

- Die zumeist reife Zeitstellung im Destinationslebenszyklus (vgl. Butler 1980) und das vielerorts ausbaufähige Destinationsmanagement unterstreichen die Notwendigkeit des Abrückens von zu kleinräumigem Denken („Kirchturm“-Politik).
- Der demographische Wandel reduziert gleichzeitig das zur Verfügung stehende, qualifizierte Arbeitskräftepotenzial für die Tourismusbranche und führt zum „Aussterben“ traditioneller Gästesegmente für bayerische Destinationen.
- Die Auswirkungen des Klimawandels verschärfen die Konkurrenzsituation der bayerischen Wintersportdestinationen gegenüber den begünstigten Wettbewerbern im Alpenraum zusätzlich.
- Die Umsetzung der Energiewende darf nicht zu einer Verschlechterung der landschaftlichen Attraktivität als einem der Hauptanziehungspunkte Bayerns führen.
- Staatliche Rahmenbedingungen für den Tourismus müssen möglichst verlässlich und stabil gestaltet sein (beispielsweise Dauerhaftigkeit der Umsatzsteuersenkung für Beherbergungsbetriebe?).

Es bestehen aber auch Chancen und Potenziale, die sich aus den dargelegten Entwicklungstrends ergeben:

- Der demographische Wandel verstärkt den bereits vorhandenen Trend zum Gesundheitstourismus, für den die bayerischen Kurorte und Heilbäder eine hervorragende Eignung aufweisen.
- Die Auswirkungen des Klimawandels könnten für den Sommertourismus sowie die Übergangsjahreszeiten eine Chance darstellen.
- Die Zugkraft des florierenden Städte- und Kulturtourismus sollte auch für ländliche Räume nutzbar gemacht werden (Stadt-Umland-Tourismus, Kombinationspackages).
- Die neuen Gästeschichten aus den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) sowie dem arabischen Raum sind ein zukunftsträchtiges Potenzial für den bayerischen Tourismus.
- Die Trends zu Naturtourismus sowie Urlaub im eigenen Land kommen den bayerischen Destinationen insbesondere in peripheren, ländlichen Räumen entgegen.
- Darüber hinaus weist Bayern eine exzellente Infrastruktur, eine sehr gute Sicherheitslage und ein umfassendes touristisches Angebot zu allen Jahreszeiten auf.

Zusammenfassend kann man die aufgeführten Stärken und Schwächen des Tourismus in Bayern sowie seine Chancen und Risiken in Form einer SWOT-Analyse darstellen (vgl. Abbildung 4), wobei deutlich wird, dass manche Trends und Entwicklungen als Risiko und Chance zugleich anzusehen sind:

Abb. 4: SWOT-Analyse des bayerischen Tourismus

Stärken	Schwächen
• Vielfältiges Angebot zu allen Jahreszeiten • Boom im Städtetourismus • Trend zu Gesundheits-/Kurtourismus • Trend zu Naturtourismus • Infrastruktur, Sicherheit ...	• Investitionsstau • Service- und Qualitätsmängel (Onlineangebot ...) • „Kirchturmdenken“ im Destinationsmanagement • Mangel an Wertschätzung in der Bevölkerung (Widerstand ...)
Chancen	Risiken
• Demographischer Wandel (Gesundheitstourismus) • Klimawandel (Sommer) • Trend zu Urlaub in Deutschland	• Globale und nationale Konkurrenz • Klimawandel (Winter) • Staatliche Rahmenbedingungen (Mehrwertsteuersätze ...)

4 Kernaussagen und Defizite des „Tourismuspolitischen Konzepts der Bayerischen Staatsregierung“

Fast zeitgleich mit der Einsetzung der Arbeitsgruppe „Tourismus und Regionalentwicklung“ wurde das vom Bayerischen Wirtschaftsministerium herausgegebene „Tourismuspolitische Konzept der Bayerischen Staatsregierung“ publiziert (StMWIVT 2010). Somit konnten die Mitglieder der Arbeitsgruppe bei der Erarbeitung ihrer Beiträge vielfach auf dieses Konzept Bezug nehmen sowie Themen und Sachverhalte behandeln, die dort nicht oder nur unzureichend berücksichtigt worden sind bzw. die von den Mitgliedern der Arbeitsgruppe eher kritisch gesehen wurden.

Ein Beispiel hierfür wurde bereits angeführt: Die erste „Kernbotschaft“ des Konzeptes „Der Tourismus ist eine Leitökonomie für Bayern“ (StMWIVT 2010: 3; alle folgenden Zitate aus StMWIVT 2010: 3 ff.) ist in dieser generellen Aussage sicherlich nicht richtig. „Zentrale Bedeutung als Arbeits- und Wirtschaftsfaktor“ hat der Tourismus nur für sehr begrenzte Teilräume des Freistaats, wie etwa den Alpenraum und den Bayerischen Wald sowie für singuläre sonstige Destinationen (vor allem Kurorte), nicht jedoch beispielsweise für den größten Teil Frankens und der Oberpfalz. Insgesamt ist zwar Bayern „das Tourismusland Nr. 1 in Deutschland“, doch sind, wie es im Tourismuspolitischen Konzept richtig heißt, „gemeinsame Anstrengungen aller Tourismusakteure notwendig, um den Bayerntourismus fit für die Zukunft zu machen.“ Diesem Ziel widmet sich der Hauptteil des Konzeptes, wobei speziell Handlungsfelder und Maßnahmen angesprochen werden, welche die Attraktivität Bayerns als Destination erhalten und – wenn möglich – noch steigern, die Hotellerie und Gastronomie und die touristische Infrastruktur stärken sowie generell die Arbeitsplätze im Tourismus in weitestem Sinn erhalten, aufwerten und vermehren sollen.

Zu diesen Zielen der Tourismuspolitik, die im Tourismuspolitischen Konzept angesprochen werden, oftmals allerdings zu allgemein und zu wenig regional differenziert, gehören z. B. (ohne wertende Reihenfolge): ausgewogene Tourismusstruktur; Vermeidung regionaler Monostrukturen und zielgruppengerechte Angebote; nicht nur quantitatives, sondern vor allem qualitatives Wachstum; professionelle Vermarktung; Schaffung

von Markenkonzepten, Produktlinien und Vertriebskooperationen, und zwar mit stärkerer Betonung des Auslandsmarketings als bisher geschehen; Umweltverträglichkeit der touristischen Angebote; Förderung der Aus-, Fort- und Weiterbildung des Personals; Unterstützung der Gemeinden bzw. des Tourismusgewerbes bei der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur; Stärkung des Tourismus im ländlichen Raum angesichts derzeit wesentlich höherer Wachstumsraten des Städtetourismus; besondere Förderung des „Zukunftsmarktes Gesundheitstourismus“; besondere Unterstützung des Tourismus für Jugendliche, Familien, Senioren und Menschen mit Behinderung.

Nach Meinung der Arbeitsgruppe liegen vor allem in drei Bereichen deutliche Defizite vor: bei der Qualifizierung des Personals, der Modernisierung der Infrastruktur im Hotel- und Gaststättenbereich und bei der Effizienz der Vermarktung. Wie der seit Jahren anhaltende Rückgang der touristischen Nächtigungen in vielen Gemeinden des Alpen- und Voralpenraumes zeigt, wirken sich verzögerte bzw. unterlassene Modernisierung unzeitgemäßer Beherbergungsstätten, ungenügende Angebotsvielfalt und mangelnde Professionalität des Personals entsprechend negativ aus. Insbesondere der Rückgang bei den nicht-gewerblichen Beherbergungsstätten (vor allem Privatvermieter; vgl. Abbildung 2) ist wohl, neben dem Rückgang der Zahl der Anbieter, ganz überwiegend diesen Ursachen zuzuschreiben. Das Tourismuspolitische Konzept stellt zwar fest, dass „betriebliche und kommunale Investitionen und Innovationen auf der touristischen Angebotsseite ... wesentliche Schlüssel zum Erfolg“ sind, reagiert aber nicht genügend auf die aufgezeigten Defizite.

Ähnliche Mängel liegen im Bereich der Vermarktung vor. Von dem Postulat, der bayrische Tourismus brauche „ein schlagkräftiges, professionelles und effizientes Marketing“, um die „Tourismusmarke ‚Bayern‘ unter Einbindung der regionalen Stärken“ (StMWIVT 2010: 4) weiterzuentwickeln, sind viele Destinationen weit entfernt. Die Zersplitterung der regionalen und lokalen Tourismusorganisationen, die vielfach nur mangelhaft untereinander und mit der zentralen BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH koordinierten Vermarktungsaktionen sowie die ungenügende oder unprofessionelle Internetpräsenz vieler Betriebe, aber auch mancher Destinationen, all dies ist einer effizienten und nachhaltigen Vermarktung nicht förderlich und sollte im Tourismuspolitischen Konzept stärker thematisiert werden.

Defizite sieht die Arbeitsgruppe auch bei der Berücksichtigung des Tagestourismus bzw. Naherholungsverkehrs sowie des Geschäftsreise-, Messe- und Tagungstourismus und ähnlichen Formen des nicht-privaten Reiseverkehrs im Tourismuspolitischen Konzept. Zwar wird die Bedeutung dieser beiden Sonderformen des Tourismus, insbesondere die ökonomische Bedeutung der verschiedenen Formen des „business tourism“ mehrfach kurz angesprochen, doch werden bei den „tourismuspolitischen Schwerpunkten“ keine eigenen Konzepte für den ohne Übernachtungen ablaufenden Tagestourismus sowie den Dienst- und Geschäftsreiseverkehr entwickelt. Gerade letzterer weicht sowohl von den Nachfrage- wie von den Angebotsstrukturen und von den Konzepten der Vermarktung her deutlich vom privaten Urlaubs-, Besichtigungs- und Eventtourismus ab und sollte als eigener Schwerpunkt im Tourismuspolitischen Konzept behandelt werden.

Das Tourismuspolitische Konzept fordert eine „umweltverträgliche Tourismusentwicklung“ und bringt Beispiele für die Förderung entsprechender Angebote (StMWIVT 2010: 44 ff.). Wenn allerdings im gleichen Kapitel Beschneiungsanlagen zur Förderung des Wintersports eher positiv dargestellt werden, scheint doch der Schwerpunkt stärker auf der Ökonomie als auf der Ökologie zu liegen. Unter dem Aspekt einer notwendigen Abwägung der Interessen unterschiedlicher Akteure hätte auch das Schlusskapitel des

Konzepts zur „Tourismusorientierung in anderen Politikbereichen“ (StMWIVT 2010: 52) umfangreicher und aussagekräftiger ausfallen müssen. Interessenskonflikte bestehen nicht nur zwischen bestimmten Formen des Tourismus und dem Umwelt- und Bioschutz, sondern auch gegenüber emittierenden und Flächen beanspruchenden Industrien und Gewerben, gegenüber der Intensivlandwirtschaft, einer rein auf Holzproduktion ausgerichteten Forstwirtschaft, der Energiewirtschaft usw. Das Tourismuspolitische Konzept lässt diese Fragen offen, teilweise werden sie in den hier vorliegenden Beiträgen thematisiert.

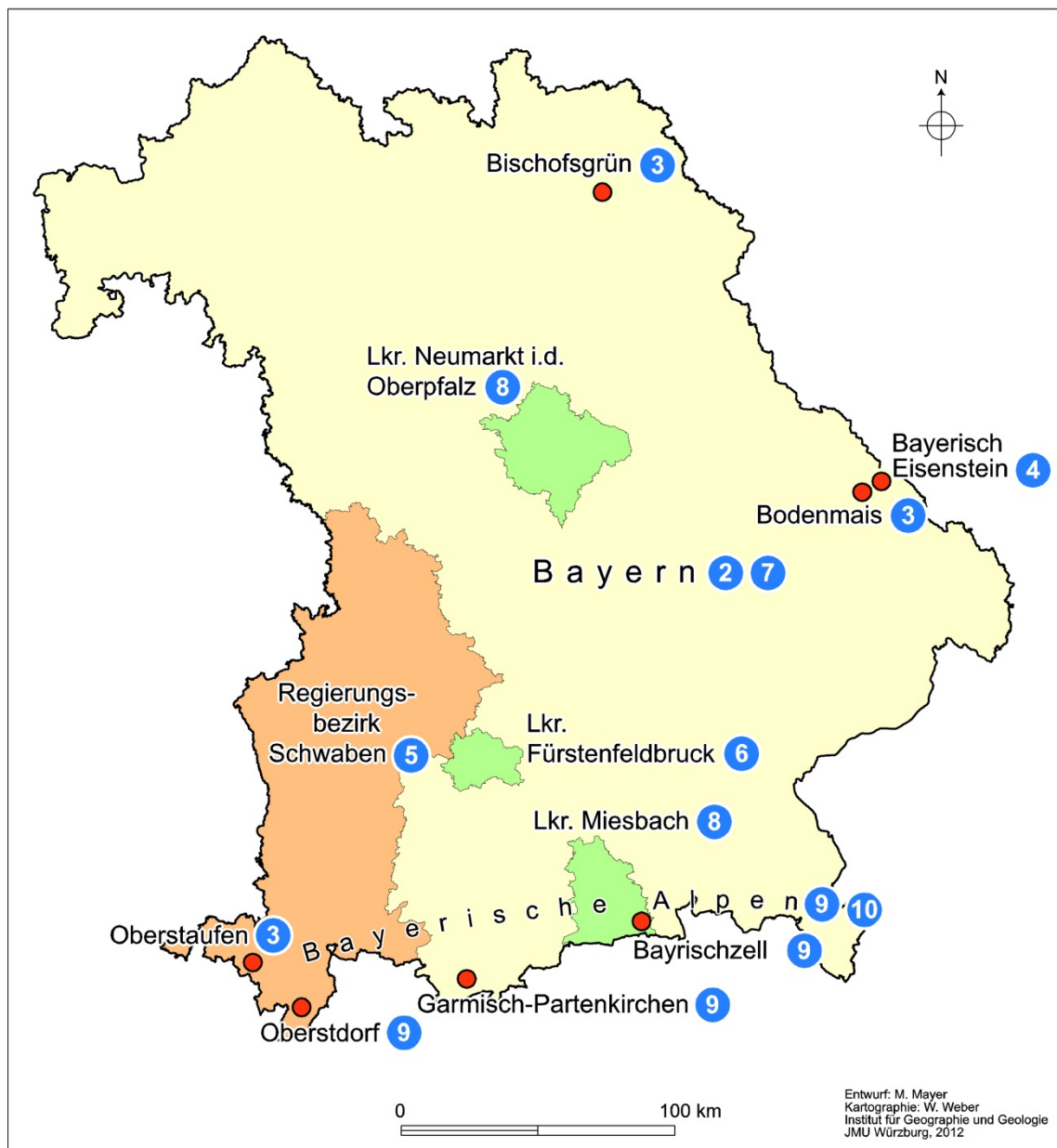
5 Aufbau des Bandes im Überblick

In sechs als Arbeitssitzungen konzipierten Treffen, die zum Teil mit Exkursionen in die jeweiligen Destinationen (Oberstaufen, München, Würzburg, Augsburg, Lenggries und Garmisch-Partenkirchen) bereichert und mit Expertengesprächen vor Ort verbunden waren, mittels externer Referenten (auch aus den Nachbarländern Österreich und der Schweiz) sowie vor allem in Form der selbst erarbeiteten inhaltlichen Analysen, die im Folgenden zu lesen sind, setzte sich die Arbeitsgruppe mit ausgewählten Aspekten der in Kapitel 3 und 4 aufgeführten Frage- und Problemstellungen auseinander.

In den weichen Instrumenten der Raumordnung/-entwicklung spielt der Tourismus häufig eine wichtige Rolle und zwar insbesondere im Regionalmanagement sowie in der Regionalentwicklung (z. B. LEADER). Aus diesem Grund fokussiert sich die Arbeitsgruppe weitgehend auf ländliche Räume im engeren Sinne, die von Strukturschwäche und peripherer Lage geprägt sind und behandelt keine der in den letzten Jahren boomenden Schwerpunkte des Städtetourismus. Karte 3 zeigt die räumliche Lage der verschiedenen Untersuchungsgebiete bzw. Fallstudiengemeinden. Dabei orientiert sich die Gliederung des vorliegenden Endberichtes an nachfolgendem Schema:

Zuerst beschäftigen sich Daniel Metzler und Gerhild Abler mit dem Aufbau einer Destinationsmarke, die das Erscheinungsbild Bayerns im Binnenmarketing prägt und vor allem in der Kommunikation nach außen auf den Tourismusmarkt selbst positiv wirkt. Jörg Maier, Jürgen Weber und Sabine Weizenegger folgen mit einer Evaluierung ausgewählter tourismuspolitischer Leitziele in Bayern, wofür als Untersuchungsräume das Allgäu, der Bayerische Wald und das Fichtelgebirge dienen. Nach der Landes- und Regionsebene folgt der Maßstabsbereich des einzelnen Fremdenverkehrsortes. Hierzu legt Andreas Klee eine dezidierte Recherche am Fallbeispiel Bayerisch Eisenstein vor. Anschließend folgt der Beitrag von Peter Lintner. Er beleuchtet am Beispiel von Schwaben speziell den Arbeitsmarkt im Tourismus unter dem Einfluss von Fachkräftemangel zum einen und demographischem Wandel zum anderen. Reinhard Paesler beschäftigt sich sodann mit den Chancen einer Tourismusentwicklung im westlichen Stadtumland von München. Diana Schödl greift im Anschluss das Problem der Windkraftanlagen, welche im Zuge der Energiewende fast wie Spargel aus dem Boden schießen, und diesbezüglicher Konfliktbereiche zum Tourismus auf. Auch Sandra Wappelhorst beschäftigt sich mit der brandaktuellen Energiewende-Debatte und erörtert die Rolle der Raumplanung in Sachen eines möglichst klimaverträglichen touristischen Verkehrs.

Karte 3: Geographische Lage von Untersuchungsgebieten bzw. Fallstudiengemeinden



Die Alpen als älteste und gewiss auch bekannteste Tourismusdestination im Freistaat stehen am Ende dieser Arbeit. Einerseits wird hierzu von Marius Mayer und Robert Steiger das naheliegende Problem des klassischen Skitourismus und seiner Zukunftsperspektiven in Zeiten des Klimawandels kritisch reflektiert. Andererseits legt die Gruppe von Hubert Job, Hellmut Fröhlich, Anna Geiger, Felix Kraus und Marius Mayer eine Evaluation des Alpenplans vor. Nach Ansicht der Verfasser kann er als die raumplanerische Erfolgsgeschichte Bayerns gelten. Den Schluss macht ein Thesenpapier, das aus der Feder von Hubert Job, Andreas Klee, Marius Mayer, Daniel Metzler, Reinhard Paesler und Jürgen Weber stammt, und die zentralen Desiderata des Opus im Sinne von Empfehlungen für die Politik präsentiert.

Literatur

- ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (2012): „Zugspitz-Thesen“: Klimawandel, Energiewende und Raumordnung. Hannover. = Positionspapier aus der ARL 90.
- Becken, S. (2011): A critical review of tourism and oil. In: *Annals of Tourism Research* 38 (2), 359-379.
- Butler, R. W. (1980): The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. In: *The Canadian Geographer* 24 (1), 5-12.
- dwif – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (Hrsg.) (2007): Investitionsstau im bayerischen Gastgewerbe und seine Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit: Ergänzungsuntersuchung zum Betriebsvergleich für das Gastgewerbe in Bayern. München.
- Freyer, W. (2009): *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. München/Wien.
- Grimm, B.; Lohmann, M.; Heinsohn, K.; Richter, C.; Metzler, D. (2009): Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus und Schlussfolgerungen für die Tourismuspolitik. Trend- und Folgenabschätzung für Deutschland. Kiel/Berlin/München.
- Hämel, D. (1997): Die Entwicklung des Kurortes Bad Endorf vor dem Hintergrund der Gesundheitsreform. München. = WRU-Berichte 10.
- Hall, C. M.; Higham, J. (Hrsg.) (2005): *Tourism, Recreation and Climate change*. Clevedon.
- Hummel, M.; Effer, H. (2008): Die Luxus-Offensive am Alpenrand. In: *Süddeutsche Zeitung* Nr. 175, 29.07.2008, 38.
- Job, H. (2003): „Reisestile“: Modell des raumzeitlichen Verhaltens von Reisenden. In: *Tourismus Journal* 7 (3), 355-376.
- Job, H.; Paesler, R.; Vogt, L. (2005): Geographie des Tourismus. In: Schenk, W.; Schliephake, K. (Hrsg.): *Allgemeine Anthropogeographie*. Gotha/Stuttgart, 581-628.
- Kaspar, C. (1982): *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Bern/Stuttgart. = St. Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrswirtschaft, Reihe Fremdenverkehr 1.
- Koch, A. (1986): Wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs in ländlichen Gebieten. In: Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau (Hrsg.): *Entwicklung ländlicher Räume durch den Fremdenverkehr. Forschungsberichte und Seminarergebnisse*. Bonn-Bad Godesberg, 9-18. = Schriftenreihe 06 „Raumordnung“ des Bundesministers für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau 06.058.
- Kufeld, W. (Hrsg.) (2013): *Klimawandel und Nutzung von regenerativen Energien als Herausforderungen für die Raumordnung*. Hannover. = Arbeitsberichte der ARL 7.
- LfStaD – Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung (2013): *Zahlen zum Tourismus in Bayern (1983–2013)*. Genesis Onlinedatenbank.
<https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=statistikAbruftabellen&levelindex=0&levelid=1345103067495&index=2> (09.07.2013).
- Maschke, J. (2005): *Tagesreisen der Deutschen*. München. = dwif Schriftenreihe 50.
- Maschke, J. (2007): *Tagesreisen der Deutschen. Teil 3 – Jahr 2006*. München. = dwif Schriftenreihe 52.
- Metzler, D. (2007): Regionalwirtschaftliche Effekte von Freizeitgroßeinrichtungen. Kallmünz/Regensburg. = Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie 46.
- Metzler, D.; Paesler, F. (2010): Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus in Bayern. In: Breu, C. (Hrsg.): *Demographischer Wandel und Raumentwicklung in Bayern*. Hannover, 70-84. = Arbeitsmaterial der ARL 356.
- Monheim, R. (1979): Die Stadt als Fremdenverkehrs- und Freizeitraum. In: Becker, C. (Hrsg.): *Freizeitverhalten in verschiedenen Raumkategorien*. Trier, 7-44. = Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie 3.
- Paesler, R. (2010): The Economic Importance of Business Tourism – The Example of Germany. In: Wyrzykowski, S.; Widawski, K. (Hrsg.): *Conditions, State and Development Perspectives of Business Tourism*. Wrocław, 259-270. = *Conditions of the Foreign Tourism Development in Central and Eastern Europe* 11.

- Ruppert, K.; Maier, J. (1969): Naherholungsraum und Naherholungsverkehr. Ein sozial- und wirtschaftsgeographischer Literaturbericht zum Thema Wochenendtourismus. Starnberg.
- Schmude, J.; Namberger, P. (2010): Tourismusgeographie. Darmstadt.
- Scott, D.; Hall, C.M.; Gössling, S. (2012): Tourism and climate change. Impacts, adaptation and mitigation. London.
- Statistisches Bundesamt (2013): Statistik 45412-0010. Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben: Bundesländer, Monate (1992–2013). Genesis Onlinedatenbank.
<https://www-genesis.destatis.de/genesis/online> (22.04.2013).
- StMWIVT – Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2006): Landesentwicklungsprogramm Bayern. München.
- StMWIVT – Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2010): Tourismuspolitisches Konzept der Bayerischen Staatsregierung. München.
- StMWIVT – Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2012): Tourismus in Bayern – Daten, Fakten, Zahlen. München.
- UNWTO – World Tourism Organization; UNEP – United Nations Environment Programme (2008): Climate change and tourism: Responding to global challenges. Madrid.
<http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/climate2008.pdf> (22.05.2013).
- Visser, G.; Ferreira, S. (2013) (Hrsg.): Tourism and Crisis. London/New York.
- World Tourism Organisation (2001): Tourism 2020 vision. Volume 7. Global forecasts and profiles of market segments. Madrid.
http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/110303_Global%20Forecasts%20and%20Profiles%20of%20Market%20Segments.pdf (22.05.2013).

Autoren

Univ.-Prof. Dr. **Hubert Job**, Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Institut für Geographie und Geologie, Lehrstuhl für Geographie und Regionalforschung, Am Hubland, 97074 Würzburg, hubert.job@uni-wuerzburg.de

Univ.-Prof. Dr. **Marius Mayer**, Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, Institut für Geographie und Geologie, Juniorprofessur für Wirtschaftsgeographie und Tourismus, Makarenkostraße 22, 17487 Greifswald, marius.mayer@uni-greifswald.de

Dr. **Reinhard Paesler**, Ludwig-Maximilians-Universität München, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie, Akademischer Direktor i.R., Wildmoosstraße 20a, 82194 Gröbenzell, reinhard.paesler@gmx.de