

<b>Zeitschrift:</b>	Vermessung, Photogrammetrie, Kulturtechnik : VPK = Mensuration, photogrammétrie, génie rural
<b>Herausgeber:</b>	Schweizerischer Verein für Vermessung und Kulturtechnik (SVVK) = Société suisse des mensurations et améliorations foncières (SSMAF)
<b>Band:</b>	80 (1982)
<b>Heft:</b>	5
<b>Artikel:</b>	Die Raumwirksamkeit unterschiedlicher Fremdenverkehrsformen
<b>Autor:</b>	Becker, C.
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-231161">https://doi.org/10.5169/seals-231161</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 24.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Dieser gedankliche Ansatz in Form einer Ideenskizze soll dazu beitragen, die Diskussion über Zielvorstellungen für die Entwicklung des Alpenraumes anzuregen und das Verständnis für die besondere Problematik dieses Raumes vertiefen helfen.

#### Anmerkungen:

(1) Ruppert, K.: Raumstrukturen und Planungskonzeptionen im deutschen Alpenraum. In: Bayerisches Landwirtschaftliches Jahrbuch, 57. Jg., H. 5, 1980., S. 588

- (2) Glauert, G.: Die Alpen, eine Einführung in die Landeskunde. Kiel 1975, S. 54
- (3) Ruppert, K.: Raumstrukturen, a.a.O., S. 588
- (4) Erholungslandschaft Alpen. In: Landesplanung in Bayern – Eine Information des Bayerischen Staatsministeriums für Landesentwicklung und Umweltfragen. München 1980
- (5) Ruppert, K. und Mitarbeiter: Planungsgrundlagen für den Bayerischen Alpenraum. München 1973, S. 15ff.
- (6) Im Rahmen eines Praktikums am Institut für Wirtschaftsgeographie unter der Leitung

von Prof. K. Ruppert, Dr. Th. Polensky und Dr. P. Gräf wurde 1978 dieser Sachverhalt im deutsch-österreichischen Grenzgebiet eingehend analysiert.

(7) Ruppert, K.: Thesen zur Siedlungs- und Bevölkerungsentwicklung im Alpenraum. In: Hanns-Seidel-Stiftung (Hrsg.): Probleme der Alpenregion – Beiträge aus Wissenschaft, Politik und Verwaltung. München 1977, S. 34

#### Adresse des Verfassers:

Dr. Thomas Polensky  
Institut für Wirtschaftsgeographie  
Universität München, Ludwigstrasse 28,  
D-8000 München 22

## Die Raumwirksamkeit unterschiedlicher Fremdenverkehrsformen

Chr. Becker

Anhand empirischer Untersuchungen in der Region Trier stellt der Autor methodische Beispiele qualitativer Fremdenverkehrsanalysen dar. Daraus zeigt sich, dass verschiedene qualitative Entwicklungsalternativen innerhalb des touristischen Sektors von äußerst unterschiedlicher Wirkung auf die Regionalwirtschaft sind. Die traditionellen Tourismusformen erweisen sich als besonders wirkungsvoll und damit auch als förderungswürdig. Feriendorfer, Ferienzentren und ähnliche Angebotsformen neuerer Prägung sollten daher nur gefördert werden, wenn sie eine Lücke im qualitativen Angebotsspektrum abdecken. Auch Neueröffnungen bisher noch nicht entwickelter Gebiete empfehlen sich aufgrund der Untersuchungen in der Regel nicht.

*Différents développements qualitatifs dans le domaine du tourisme ont une signification extrêmement variable pour le développement régional. Parmi les effets économiques des entreprises touristiques, les traditionnelles se montrent particulièrement effectives. Il est vrai que la construction de centres de vacances, de villages de vacances, etc. peut également être souhaitable; les mesures d'encouragement ne doivent en règle être prises qu'avec l'objectif de combler des lacunes dans l'offre. Puis on présente une analyse du comportement spatial des touristes. Il en résulte que c'est d'abord le potentiel local mais également le potentiel endogène supralocal qu'il faudrait utiliser. En raison de la dynamique en régression dans le secteur du tourisme, il conviendrait de renoncer au développement de régions touristiques encore peu développées.*

Dieser Beitrag wird sich weder mit Alternativen zum Tourismus noch mit alternativem Tourismus befassen. Vielmehr sollen einige *Grundlagen für die Entwicklung von Alternativen im Tourismus* dargestellt werden. Dabei ist es besonders wichtig, den allumfassenden Begriff des Tourismus einer differenzierteren Betrachtung zu unterziehen.

Zunächst wird die Raumwirksamkeit verschiedener Fremdenverkehrsarten behandelt. Wie aus Übersicht 1 zu ersehen ist, verteilen sich die Auswirkungen des Fremdenverkehrs auf sehr verschiedene Bereiche. Wird irgendwo ein neuer Fremdenverkehrsbetrieb errichtet, entstehen in der *Bauphase* Arbeitsplätze, und zwar sowohl im Baugewerbe als auch bei Lieferfirmen. In der *Betriebsphase* werden langfristig Arbeitsplätze in dem jeweiligen Fremdenverkehrsgebiet und bei seinen

ständigen Zulieferfirmen geschaffen. Aber auch bei weiteren gastronomischen Betrieben, im Einzelhandel und bei Freizeiteinrichtungen wird für zusätzliche Beschäftigung gesorgt. Entsprechend den Aktivitäten der Urlauber verteilt sich diese Beschäftigung sowohl auf den jeweiligen Urlaubsort als auch auf seine Umgebung.

Neben diesen regionalwirtschaftlichen Effekten führt ein neuer Fremdenverkehrsbetrieb durch sein Angebot, aber auch durch die bessere Auslastung der Freizeitinfrastruktur, zu einer Verbesserung der Standortgunst. Weiterhin bewirkt der Ausbau des Fremdenverkehrs in der Regel eine Verbesserung der Siedlungsstruktur: Er ermöglicht eine Landesentwicklung im ländlichen Raum und breitet sich dort ausgesprochen flächenhaft aus. Der Fremdenverkehr führt also tendenziell zu einer günstigen

Entwicklung der Siedlungsstruktur, sofern er nicht durch seinen Umfang die Umwelt belastet: etwa indem die Gebäude nicht an Ort und Landschaft angepasst sind, zusätzliche Ver- und Entsorgungsanlagen nötig werden oder die Freiflächen wegen der Attraktivitätssteigerung zunehmend bebaut werden. Dies sind die wichtigsten Effekte, die durch den Neubau eines Fremdenverkehrsbetriebes sowie durch den Ausbau des Fremdenverkehrs insgesamt entstehen können.

Im folgenden sollen die regionalwirtschaftlichen Effekte des Fremdenverkehrs im Vordergrund der Betrachtung stehen: Sie lassen sich mit Abstand am ehesten quantitativ erfassen, und hier lassen sich verallgemeinerungsfähige Aussagen treffen. Damit soll nicht die Bedeutung der übrigen Wirkungsbereiche in Frage gestellt werden; doch sind die Effekte etwa auf die Siedlungsstruktur oder auf die Umwelt von Fall zu Fall so unterschiedlich und so stark abhängig von der gegebenen lokalen und regionalen Situation, dass allenfalls grobe allgemeine Grundsätze für die Entwicklungsplanung erarbeitet werden können. Diese Effekte müssen also – vor allem angepasst an die vorhandene Struktur – von Fall zu Fall bei der Fremdenverkehrsentwicklungsplanung berücksichtigt werden.

Konzentrieren wir uns also auf die regionalwirtschaftlichen Effekte des Fremdenverkehrs. Für die regionale Entwicklung ist es von vorrangigem Interesse, ob die Effekte des Fremdenverkehrs *dem jeweiligen Ort und seiner Umgebung zugute kommen* oder ob wesentliche Anteile dieser Effekte in andere Regionen (und dort vorzugsweise in die Verdichtungsgebiete) abfließen. Im einen Fall werden im Fremdenverkehrsgebiet Arbeitsplätze geschaf-

## Übersicht 1: Effekte der touristischen Entwicklung

Art der Effekte	Zeitpunkt	Zusätzl. Beschäftigte nach Sektoren	Wirkungsbereich
Regionalwirtschaftliche Effekte	Bauphase	Baugewerbe Zulieferfirmen	Region und z. T. ausserhalb
	Betriebsphase	Fremdenverkehrsbetrieb	Im Ort
		Zulieferfirmen Andere gastronomische Betriebe Einzelhandel Fremdenverkehrsinfrastruktur	Im jeweiligen Ort und seiner Umgebung
Verbesserung der Standortgunst			
Siedlungsstrukturelle Effekte			
Umweltbelastung			

fen, im anderen Fall gehen Arbeitsplätze, die zumindest teilweise im Fremdenverkehrsgebiet geschaffen werden könnten, in der Regel an die wirtschaftsstarken Verdichtungsgebiete verloren. Für die Raumwirksamkeit ist also nicht allein die Ausgabenhöhe entscheidend, sondern auch *der in der Region verbleibende Anteil*. Mit Region ist ein Raum gemeint, der in der Regel einige Landkreise oder einen Regierungsbezirk umfasst und einen geschlossenen Wirtschaftsraum mit einem Oberzentrum oder mehreren Mittelpunkten bildet.

In Übersicht 2 ist zusammengestellt, welche *Raumwirksamkeit* die verschiedenen Arten von Fremdenverkehrsbetrieben besitzen. Die Bewertung der Raumwirksamkeit wurde bewusst wenig differenziert: einerseits um keine unvertretbare Genauigkeit vorzutäuschen, andererseits da die Bewertung auf verschiedenen, nur schwer einheitlich zu gestaltenden Untersuchungen basiert.

Betrachten wir zunächst die *Bauphase*. Bei der Mehrzahl der Fremdenverkehrsbetriebe sind zur Schaffung eines Gä-

stebettes einschliesslich aller zusätzlichen Einrichtungen heute etwa 30 000 bis 40 000 DM in den Fremdenverkehrsgebieten notwendig. Höhere Aufwendungen sind in Kurhotels und Sanatorien vor allem durch die entsprechenden Kureinrichtungen erforderlich. Besonders in komfortablen Grosshotels wurden pro Bett meist um 80 000 DM aufgewendet. Weit unter dem Durchschnitt liegen mit wenig mehr als 2000 DM die Aufwendungen für die Einrichtungen, um einen Gast auf einem Campingplatz unterzubringen.

In der zweiten Spalte der Übersicht 2 ist dargestellt, welcher Anteil von den Investitionen durch Unternehmer aus der jeweiligen Region ausgeführt wird. Obwohl das traditionelle Fremdenverkehrsgewerbe, wie Hotels, Pensionen und Gasthöfe, aber auch Ferienwohnungen, nur einen Investitionsaufwand in durchschnittlicher Höhe nötig macht, schlägt bei ihnen aus regionalwirtschaftlicher Sicht günstig zu Buche, dass die Aufträge fast ausschliesslich an *Bauhandwerker aus der Region* vergeben werden. Demgegenüber erreichen vor allem Ferienzentren und

Grosshotels, z. T. auch Feriendorfer und Kurhotels, ein so grosses Volumen, dass für zahlreiche Bauleistungen potente Baufirmen aus den Verdichtungsgebieten oder aus dem Ausland hinzugezogen werden. Bei zwölf Feriendorfern in der Region Trier konnte festgestellt werden, dass rund 85% der Investitionen von Bauhandwerkern aus der Region ausgeführt wurden. Bei Ferienzentren und Grosshotels liegt dieser Anteil oft unter 50%. Mit zunehmendem Investitionsvolumen wächst die Neigung, regionsfremde Baufirmen heranzuziehen, so dass wesentliche regionalwirtschaftliche Effekte der Region verlorengehen. Die bauliche Konzeption der Fremdenverkehrsbetriebe führt also bereits zu höchst unterschiedlichen regionalwirtschaftlichen Impulsen während der Bauphase.

Noch wichtiger als die regionalwirtschaftlichen Effekte in der Bauphase sind die gleichen Effekte in der *Betriebsphase der Fremdenverkehrsbetriebe*. Wie aus Spalte 3 von Übersicht 2 hervorgeht, liegen die Gästeausgaben in Ferienzentren, Grosshotels, Feriendorfern, Hotels und Kurhotels in der Regel über dem Durchschnitt, während die gleichen Ausgaben der Campinggäste, aber auch der Privatzimmermieter, unter dem Durchschnitt liegen. Diese verschieden hohen Gästeausgaben bewirken – abgesehen von ihrer Höhe – unterschiedliche regionalwirtschaftliche Effekte, je nachdem, in welchem Masse personalintensive Leistungen in Anspruch genommen werden. So gibt der Hotelgast den grössten Teil seines Urlaubsbudgets für Unterkunft, Verpflegung und Betreuung im Hotel aus. Diese Betreuung ist oft so personalintensiv, dass in einem komfortablen Hotel zwei Urlaubsgäste (oder genauer Betten) auf einen Beschäftigten entfallen. Bei Feriendorfern im Regierungsbezirk Trier wurde dagegen ermittelt, dass im Durchschnitt 40 Betten auf einen Beschäftigten entfallen, im Einzelfall sogar 110 Betten. Dabei wurden Saisonbeschäftigte in ganzjährig Beschäftigte umgerechnet. Solche Relationen sind regionalwirtschaftlich als ausserordentlich ungünstig zu bewerten, zumal die Feriendorfgäste ziemlich genau die Hälfte ihres Urlaubsbudgets für die Unterkunft ausgeben. Aber auch die restliche Hälfte des Budgets bewirkt *keine allzu grossen regionalwirtschaftlichen Effekte*. Statt regelmässig die personalintensiven Dienstleistungen von Restaurants in Anspruch zu nehmen, versorgen sich die Feriendorfgäste weitgehend selbst und tragen im wesentlichen zu einer Belebung des Einzelhandels bei, der jedoch eine viel geringere Wertschöpfung erzielt als das gastronomische Gewerbe.

## Übersicht 2: Raumwirksamkeit verschiedener Fremdenverkehrsbetriebe

Arten von Fremdenverkehrsbetrieben	Bauphase		Betriebsphase	
	Höhe der Investitionen pro Bett	Anteil der in der Region verbleibenden Ausgaben	Höhe der Gästeausgaben pro Tag	Dienstleistungsintensität
Ferienzentren	o	–	+	–
Grosshotels	+	–	+	+
Feriendorfer	o	o	+	–
Hotels	o	+	+	+
Pensionen, Gasthöfe	o	+	o	+
Ferienwohnungen	o	+	o	–
Camping	–	+	–	–
Kurhotels, Sanatorien	+	o	+	+

+ = überdurchschnittlich, o = durchschnittlich, – = unterdurchschnittlich

Insgesamt kann als Ergebnis für die Betriebsphase festgestellt werden, dass alle Arten von Hotels, Pensionen und Gasthäusern durch ihre hohe Wertschöpfung und durch die relativ hohen Gästeausgaben in überdurchschnittlichem Masse zur *Stärkung der regionalen Arbeitsmärkte* beitragen. Die neuen Unterkunftsformen dagegen bewirken nur einen relativ geringen regionalwirtschaftlichen Effekt. Hier besteht ein gravierender *Zielkonflikt*: Einerseits strebt ein Teil des Fremdenverkehrsgewerbes danach, dem Gast eine komfortable, aber nicht zu aufwendige, sprich: wenig personalintensive Unterkunft zu bieten; jedoch sind diese Unterkunftsformen wegen der Ausschöpfung aller Rationalisierungsmöglichkeiten regionalwirtschaftlich nicht allzu effektiv. Andererseits verliert das traditionelle Fremdenverkehrsgewerbe nach und nach Marktanteile, da es einen guten Wohnkomfort und guten Service nur zu hohen Preisen anbieten kann; allerdings ist das traditionelle Fremdenverkehrsgewerbe wegen seiner geringen Rationalisierungsmöglichkeiten regionalwirtschaftlich besonders effektiv.

Bisher haben wir die Bauphase und die Betriebsphase getrennt betrachtet. Es ist nämlich höchst problematisch zu versuchen, beide Phasen auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen. Der Bau von Fremdenverkehrsbetrieben ist im Einzelfall ein episodisches Ereignis, in der Summe ist es ein von der konjunkturellen Entwicklung stark abhängiger Vorgang. Im groben Durchschnitt – über die verschiedenen Arten von Fremdenverkehrsbetrieben hinweg – kann, wie eine frühere Untersuchung zeigte, davon ausgegangen werden, dass einem in der Bauphase Beschäftigten zwei in der Betriebsphase Beschäftigte entsprechen. Wird diese Relation bei einer Gesamtbeurteilung der Matrix zugrunde gelegt – mit den nötigen Differenzierungen im Einzelfall –, erweisen sich wiederum die traditionellen Fremdenverkehrsbetriebe vor allem wegen der Betriebsphase als regionalwirtschaftlich besonders effektiv, während besonders die Campingplätze, aber auch Ferienzentren und Feriendorfer wenig zur Belebung der regionalen Wirtschaft beitragen.

Versuchen wir jetzt, diese Erkenntnisse auf ihre Anwendbarkeit in der Regionalentwicklung, in der Entwicklung der einzelnen Fremdenverkehrsgemeinden und im Fremdenverkehrsgewerbe zu überprüfen. So wünschenswert es aus regionalwirtschaftlicher Sicht wäre, primär das traditionelle Fremdenverkehrsgewerbe auszubauen, so kann dieser Aspekt nicht der allein massgebliche sein. Einerseits bevorzugt ein wachsen-

der Teil der Urlauber die modernen Unterkunftsformen, andererseits müssen die Fremdenverkehrsgemeinden ein breites Spektrum an Unterkunftsstätten bieten, um möglichst vielen Urlaubern gerecht zu werden. Insgesamt ist also ein *ausgewogenes Verhältnis zwischen traditionellen und modernen Unterkunftsstätten* anzustreben. Wo es schwierig ist, Arbeitskräfte für das Fremdenverkehrsgewerbe zu gewinnen, empfiehlt sich, sofern ein weiterer Ausbau des Fremdenverkehrs überhaupt wünschenswert ist, eher die modernen, weniger personalintensiven Unterkunftsformen zu bevorzugen. Umgekehrt sollten die traditionellen Fremdenverkehrsbetriebe besonders dort gefördert werden, wo relativ viele Stellungssuchende sind, die eine Bereitschaft für die Arbeit im Fremdenverkehrsgewerbe erkennen lassen. Auch kann die noch unzureichende Auslastung bestimmter Freizeitanlagen den Bau bestimmter Unterkunftsstätten nahelegen: Wo etwa ein Schwimmbad besser ausgelastet werden soll, kann ein Campingplatz oder ein Feriendorf mit relativ vielen jugendlichen Gästen zur besseren Auslastung des Schwimmbades beitragen. Nicht zuletzt hängt der Ausbau ebenso wie die Modernisierung älterer Häuser von der Investitionsbereitschaft privater Unternehmer ab, die teilweise aus familiären oder organisatorischen Gründen bestimmte Unterkunftsformen bevorzugen. Andererseits führt das Fehlen qualifizierter Unternehmer mit einem Minimum an Eigenkapital oft dazu, dass gravierende Angebotslücken nicht geschlossen werden können und damit die Marktchancen mancher Orte nicht voll genutzt werden. Diese Angebotslücken können auch kaum durch Investitionen von Ortsfremden geschlossen

werden, da ihnen die kurzsichtige Konkurrenz am Ort alle möglichen Hindernisse in den Weg stellt. Bisher wurden die regionalwirtschaftlichen Effekte des Fremdenverkehrs behandelt, soweit diese Effekte von den Fremdenverkehrsbetrieben ausgehen bzw. von den Gästen der Fremdenverkehrsbetriebe dort induziert werden. Darüber hinaus unternehmen die Gäste ausserhalb ihres Quartiers zahlreiche Aktivitäten, teils am Ort, teils in der Umgebung. Auch diese Aktivitäten sind ein wesentlicher Bestandteil der Raumwirksamkeit des Fremdenverkehrs, teilweise auch mit erheblichen regionalwirtschaftlichen Effekten. Selbstverständlich werden diese Effekte eher *kleinräumig* wirkungsvoll, da ein erheblicher Teil der Urlauberaktivitäten am Ferienort ausgeübt wird und die Zahl der Ausflüge mit zunehmender Distanz rasch nachlässt.

Diese Aspekte des raumwirksamen Verhaltens der Urlauber am Ferienort sind bisher erst wenig untersucht worden. Einen ersten Schritt in diese Richtung bedeutet der *Kapazitäten-Reichweite-Ansatz* der Kollegen Ruppert und Maier. Dabei werden bei bestimmten Freizeiteinrichtungen und Attraktionen die Gästeeinzugsbereiche ermittelt.

In den letzten Jahren wurde ein noch umfassenderer Ansatz verfolgt, der eine Übersicht über das aktionsräumliche Verhalten der Urlauber ausserhalb ihrer Unterkunft bietet. Er gibt eine Antwort auf die folgenden Fragen:

- Welche und wieviele Aktivitäten unternehmen die Urlauber, und welche Motive liegen zugrunde?
- Welche Orte und Ausflugsziele suchen die Urlauber auf?

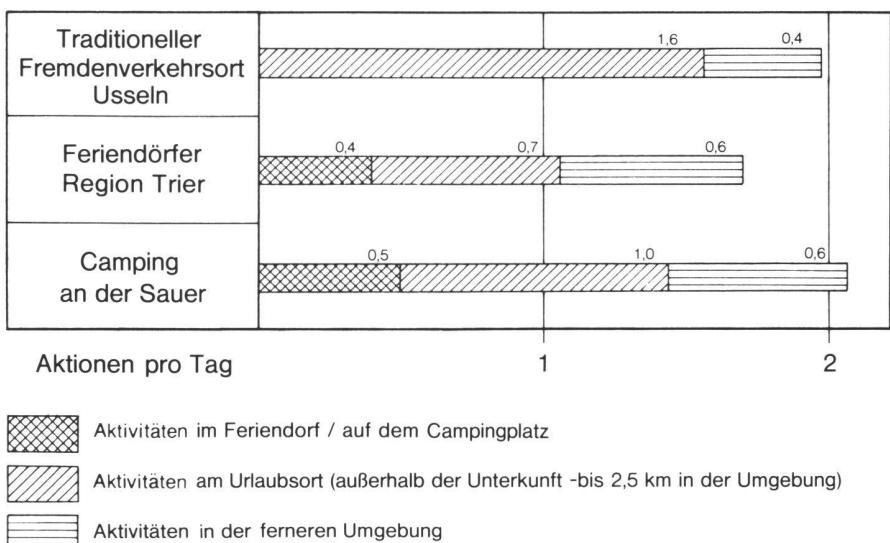


Abb. 1 Anzahl der Aktionen pro Tag

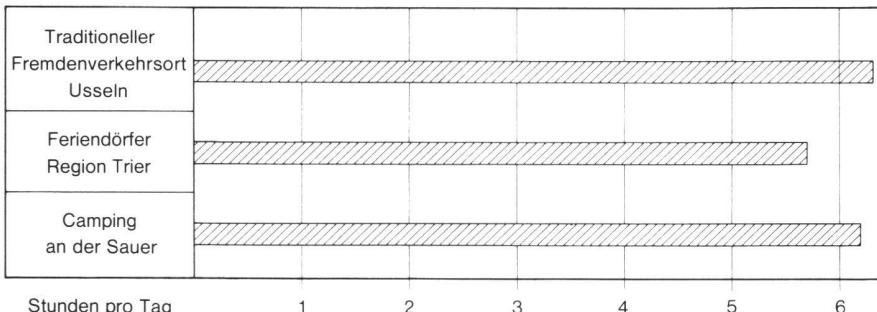


Abb. 2 Ausübungsdauer bei den Aktivitäten pro Tag

- Wieviel Zeit verwenden die Urlauber auf Aktivitäten ausserhalb ihrer Unterkunft?
- Wie verteilen sich die Nebenausgaben der Urlauber auf Ort und Umgebung?
- Bestehen Unterschiede im Verhalten von Urlaubern, die verschiedene Unterkunftsstätten oder unterschiedliche Teile der Mittelgebirge aufgesucht haben bzw. verschiedenen sozialen Gruppen angehören?

Um diese Fragen beantworten zu können, ist es notwendig, die Urlauber per *Tagesprotokoll* oder per *tagesprotokollartiger Erhebung* zu befragen.

Die weiteren Ausführungen stützen sich auf die folgenden Erhebungen:

- Aus der Gemeinde Usseln, einer gut entwickelten Fremdenverkehrsgemeinde in Nordhessen, liegen 890 Tagesprotokolle von Urlaubern vor, die während ihres ganzen Urlaubs Tagesprotokolle über ihre Freizeitaktivitäten geführt haben.
- Im Rahmen eines Forschungsauftrages über Feriendorfer in der Region Trier konnten Feriendorfgäste mit Tagesprotokollen jeweils nach ihren Aktivitäten an den beiden vorhergehenden Tagen befragt werden.

- In gleicher Weise wurden im Rahmen einer Dissertation Campinggäste an der Sauer, dem Grenzfluss zwischen der Region Trier und Luxemburg, interviewt.
- Schliesslich wurden in drei Fremdenverkehrsgebieten der Region Trier, an der Mittelmosel, in der Schnee-Eifel und an der Sauer, Urlauber nach ihren ausgesprochenen Freizeitaktivitäten – ohne die Verwendung von Tagesprotokollen – befragt. Hierbei ist der Informationsgehalt freilich geringer als bei den Tagesprotokollerhebungen.

Alle Erhebungen wurden in der sommerlichen Ferienzeit, also in den Monaten Juli und August, durchgeführt.

In der Abbildung 1 ist dargestellt, wieviele Aktionen die Urlauber täglich im Durchschnitt unternommen haben. Es wurden indessen nur jene Aktivitäten registriert, die ausserhalb der Unterkunft und der unmittelbar darum liegenden Grünfläche unternommen wurden. Daraus ergab sich, dass die Urlauber im Mittel täglich zwei derartige Aktionen ausführen. Als charakteristisch erwies sich dabei, dass Feriendorf- und Cam-

pinggäste 50% mehr *Ausflüge in die fernere Umgebung* unternehmen als in einem traditionellen Fremdenverkehrsort. Sie sind mobiler, da sie alle über einen PKW verfügen und ihr Durchschnittsalter niedriger liegt. Demgegenüber ist die tägliche Zahl der Stunden, an denen Freizeitaktivitäten ausgeübt werden (s. Abb. 2), mit rund sechs Stunden bei allen Urlaubergruppen ungefähr gleich lang.

Was unternehmen nun die Urlauber? Wie Abbildung 3 zeigt, wird in traditionellen Fremdenverkehrsorten vor allem gewandert und spazierengegangen. Demgegenüber tritt bei allen anderen Urlaubergruppen das Wandern deutlich zurück hinter das Besichtigen von Sehenswürdigkeiten und das Unternehmen von Rundfahrten.

Bereits aus Abbildung 1 war deutlich geworden, dass der überwiegende Teil der Aktionen am Urlaubsort stattfindet. Bei Feriendorfern und auf Campingplätzen führt rund ein Drittel der Aktionen in die fernere Umgebung, im traditionellen Fremdenverkehrsort Usseln aber nur ein Fünftel.

Allerdings werden bei Ausflügen in die Umgebung oft mehrere Aktivitäten miteinander verbunden. Daher wird bei Feriendorfern etwas mehr, bei Campingplätzen etwas weniger als die Hälfte der Freizeitaktivitäten in der ferneren Umgebung ausgeübt, in Usseln jedoch nur ein Viertel der Freizeitaktivitäten (s. Abb. 4). Für die zwölf untersuchten Feriendorfer sind die Ausflüge in die fernere Umgebung (ab 2,5 km vom Feriendorf) in generalisierter Form dargestellt (vgl. Karte Region

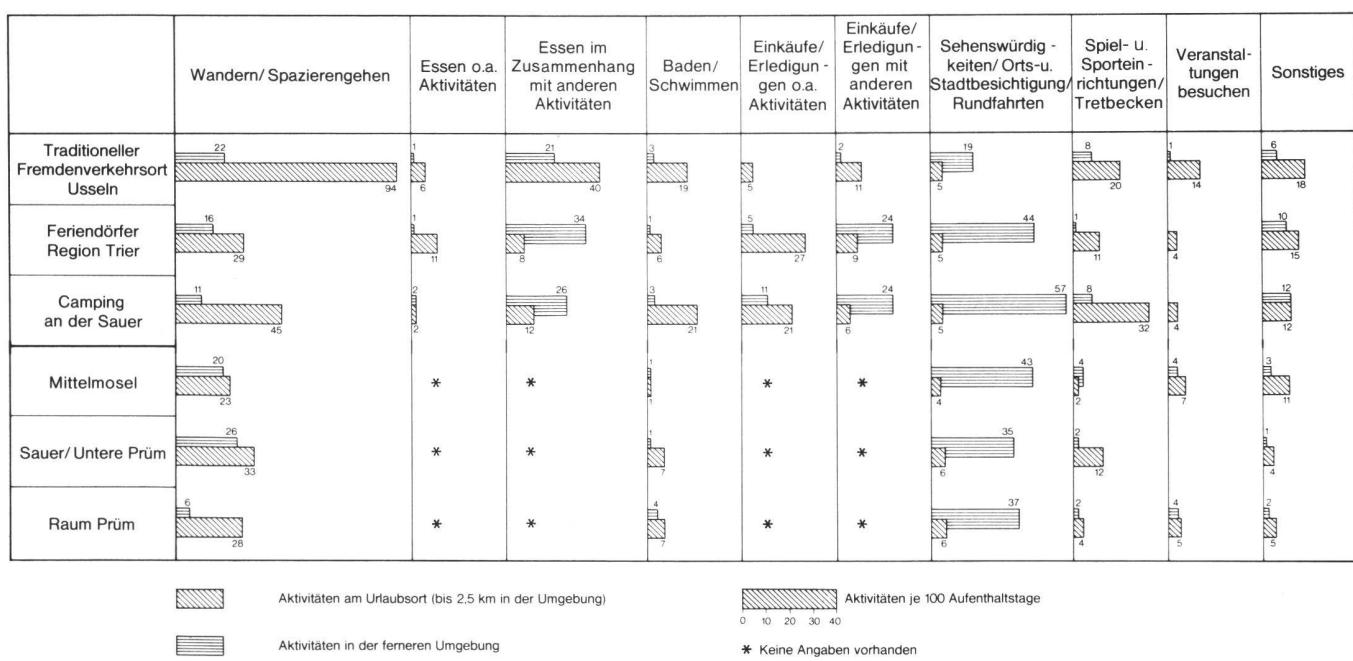
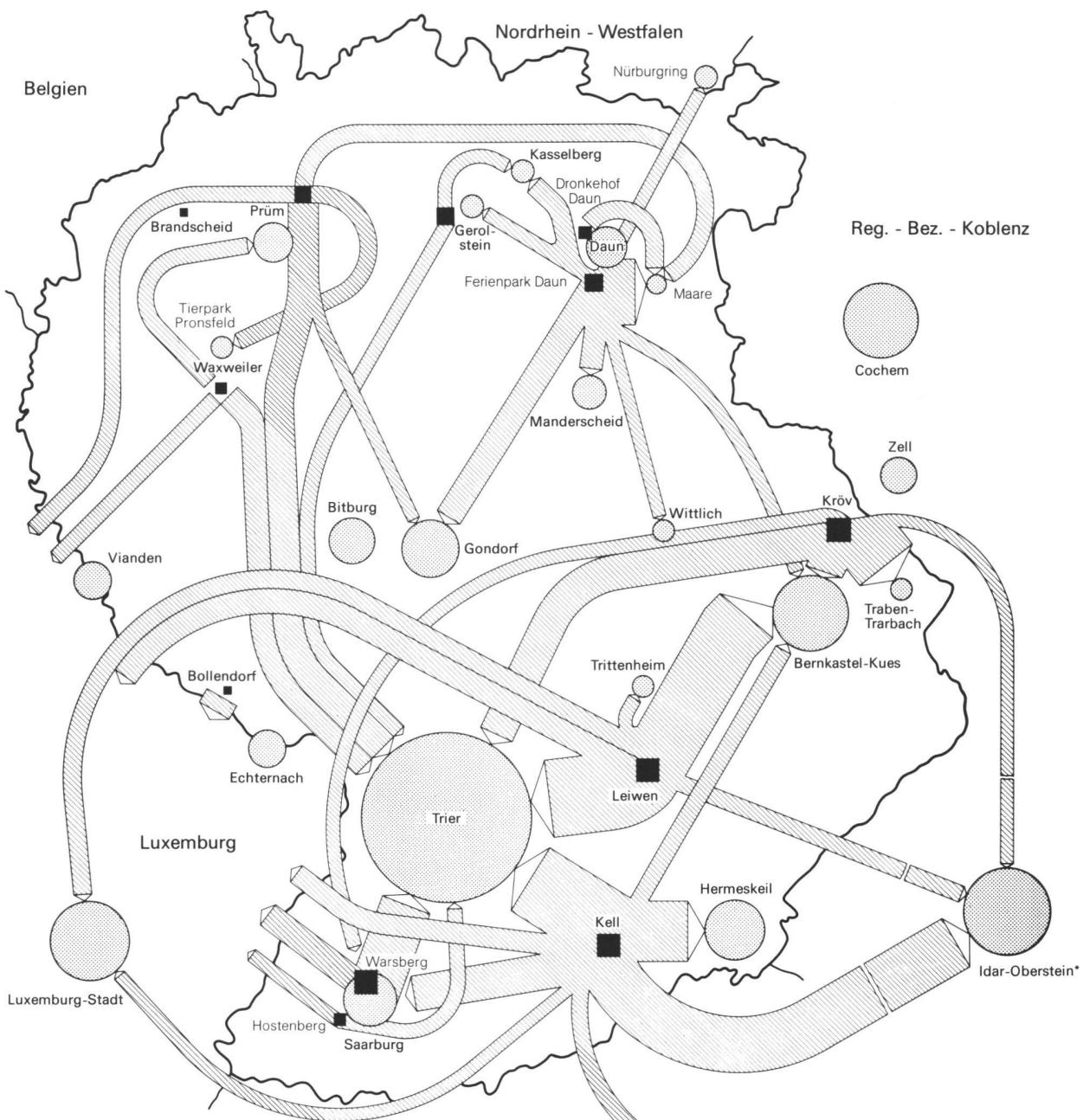


Abb. 3 Art der Aktivitäten (je 100 Tage)

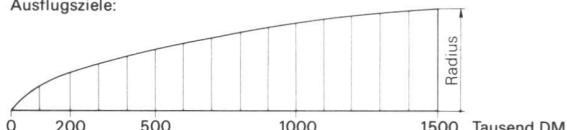
## Region Trier

Ausflugsziele der Feriendorfgäste

Ausflüglerströme und Zielorte mit mindestens 500 Gästegruppen pro Jahr



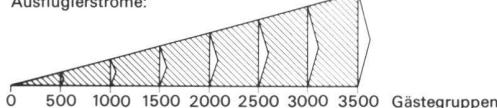
Ausflugsziele:



○ Ausflugsziel mit Angaben unter 50.000 DM

\* Ausflugsziel ist nicht lagegetreu dargestellt

Ausflüglerströme:



■ Feriendorf < 200 Betten

■ Feriendorf mit 200–400 Betten

■ Feriendorf mit 401–600 Betten

■ Feriendorf > 600 Betten

0 2 4 6 8 10km

Entwurf: A. Keilen  
Zeichnung: H. Denkscherz

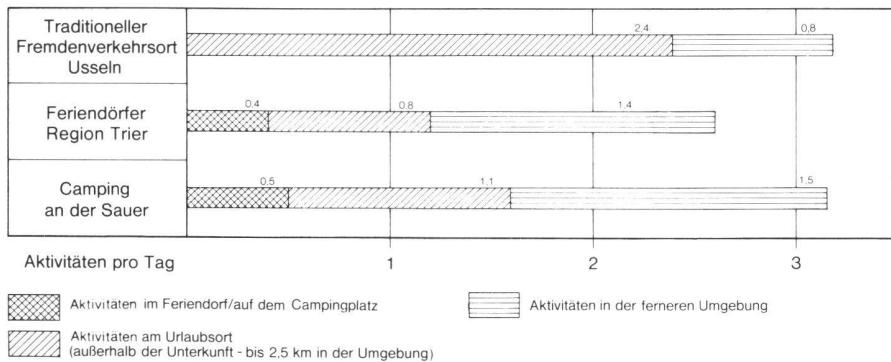


Abb. 4 Anzahl der Aktivitäten pro Tag

Trier). Durch die Breite der Bänder ist die Anzahl der Ausflüge angegeben.

Für Vergleiche zwischen einzelnen Fremdenverkehrsgebieten oder Unterkunftsarten eignet sich eine solche kartographische Darstellung jedoch kaum. Daher wurden die aufgesuchten Ausflugsziele allein auf die einfache Distanz in km reduziert (s. Abb. 5). Bei Usseln zeigt sich, dass über die Hälfte der Freizeitaktivitäten die Urlauber allein in das benachbarte Fremdenverkehrszentrum führt. Kaum 20% der

Ausflugsziele liegen mehr als 20 km von Usseln entfernt. Nur die Feriendorfgäste legen in der Regel wesentlich weitere Wege zurück. Dazu trägt die hohe Mobilität der Feriendorfgäste, aber auch die erst mässige Erschließung der Region Trier für den Fremdenverkehr bei.

Noch deutlicher werden die distanziel- len Unterschiede, wenn jeweils der Mittelwert berechnet wird (Abb. 6). Der obenliegende Balken zeigt die zurückgelegte einfache Distanz pro Tag, der darunterliegende Balken die Distanz je

Aktion. Hier zeigen sich ausserordentliche Unterschiede zwischen den einzelnen Fremdenverkehrsgebieten und Unterkunftsarten. In Usseln, dem gut entwickelten traditionellen Fremdenverkehrsort, werden je Tag und je Aktion in die Umgebung nur sehr geringe Entfer- nungen zurückgelegt. Die Feriendorfgäste in der Region Trier legen um ein mehrfaches weitere Entfernung zu- rück, je Tag im Durchschnitt in einfacher Entfernung 27 km, für Hin- und Rückfahrt, einschliesslich aller Rundfahrten, rund 70 km. Diese grossen Ausflugsdistanzen der Feriendorfgäste sind vor allem auf die periphere Lage der Feriendorfer in einem erst schwach für Fremdenverkehr entwickelten Raum zurückzuführen, daneben auch auf die gehobene Sozialstruktur der Feriendorfgäste.

Das Ausflugsverhalten der Urlauber wurde auch nach Altersgruppen, PKW-Verfügbarkeit und nach sozialen Schichten analysiert. Während die Differenzierung nach sozialen Schichten keine wesentlichen Unterschiede zeigt, soll hier Abbildung 7 beispielhaft die altersgruppenspezifischen Unterschie- de zeigen. Dabei tritt deutlich hervor,

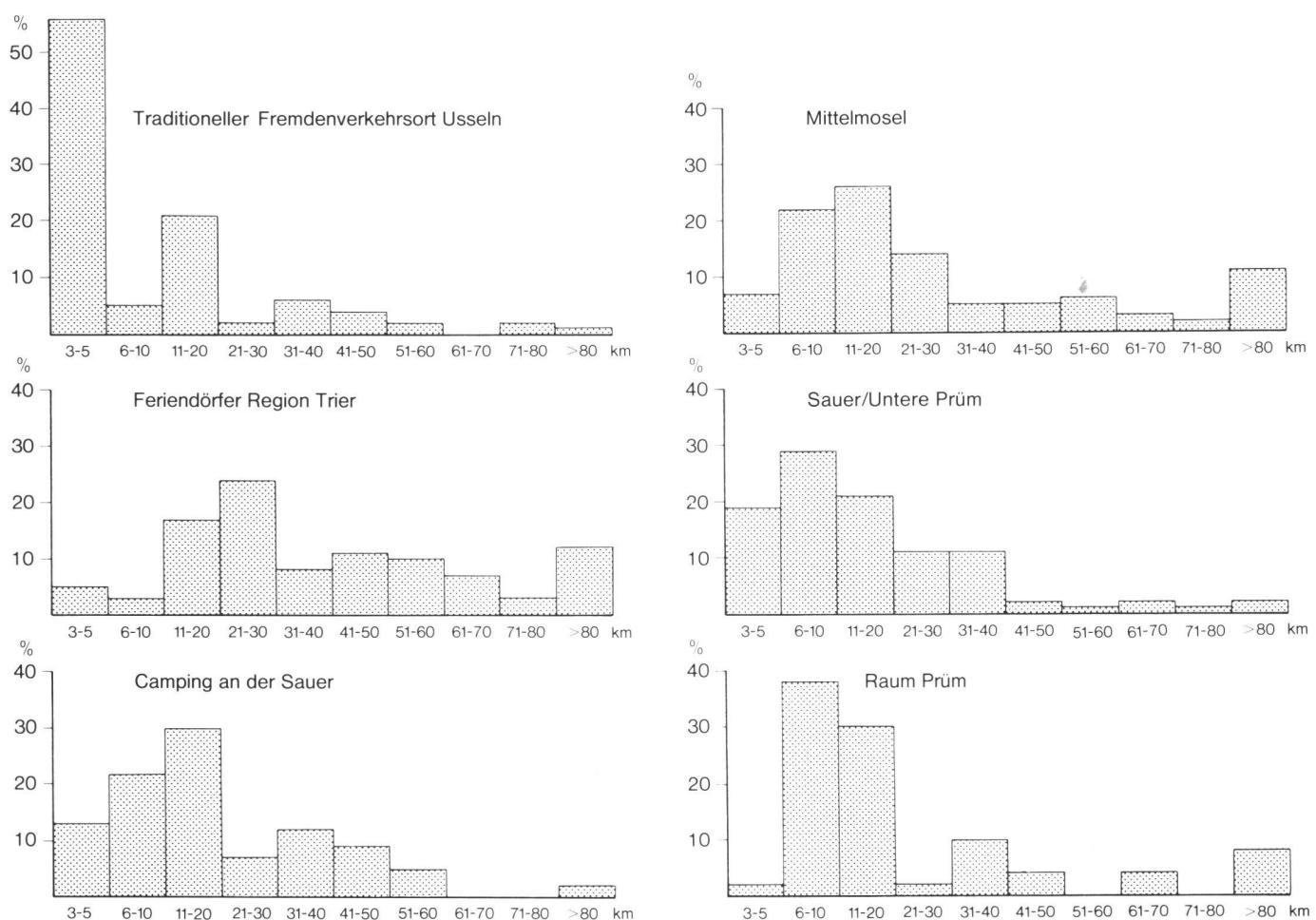


Abb. 5 Distanzklassen bei den Ausflugszielen in die fernere Umgebung (in %)

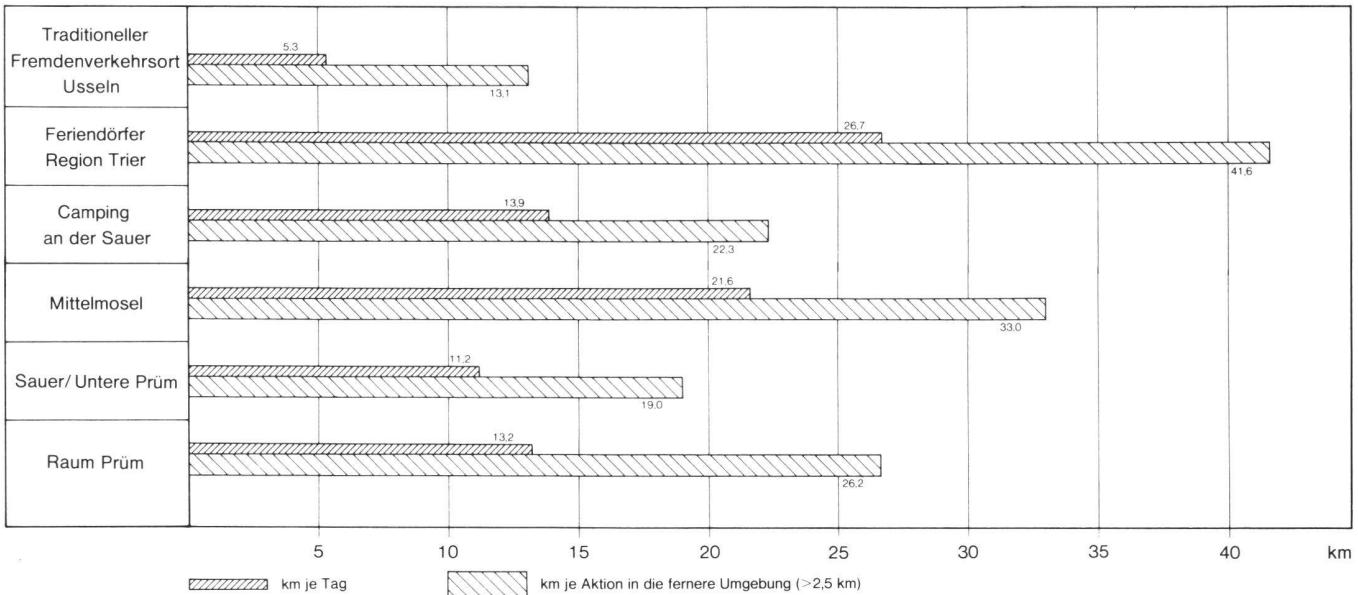


Abb. 6 Distanz zu den Ausflugszielen der ferneren Umgebung (in km/Strasse)

dass Urlaubergruppen mit Personen im Alter von über 65 Jahren weniger und nicht so weite Ausflüge in die fernere Umgebung unternehmen als die übrigen Altersgruppen.

Schliesslich lässt sich über das Ausflugsverhalten der Urlauber auch die *räumliche Verteilung der Nebenausgaben* ermitteln. Erste Hinweise hierzu liefern bereits die Ausflugsziele, doch spielt auch die Art der an den Ausflugszielen ausgeübten Freizeitaktivitäten ei-

ne wichtige Rolle (s. Karte Region Trier). Die Bandbreite zeigt die Anzahl der Ausflüge und die Kreisgrösse die Höhe der Ausgaben an. So unternehmen z. B. die Feriendorfgäste in der Region Trier nur 15% ihrer Ausflüge zu der Stadt Trier, sie tätigen dort aber 31% ihrer Ausgaben. Und an zweiter Stelle rangiert mit 7,8% der Ausgaben Idar-Oberstein, obwohl dorthin nur 4,6% der Ausflüge unternommen werden. So deutlich schlägt sich der Edelstein-Sou-

venirhandel im Ausflugs- und Ausga-beverhalten nieder. Damit zeigt sich, welch starken Einfluss regionsspezifi-sche Warenangebote auf das Ausflugs- und Konsumverhalten der Urlauber ausüben.

Insgesamt konnte gezeigt werden, dass sich sehr präzise Daten über das aktionsräumliche Verhalten von Urlau-bern mit Tagesprotokollen oder ähnli-chen Instrumenten erheben lassen. Diese Daten liefern Angaben über den Umfang der ausgeübten Freizeitaktivitä-ten, die Art der Freizeitaktivitäten, die Grösse der Aktionsbereiche und die durchschnittlich zurückgelegten Distanzen sowie über die regionale Verteilung der wirtschaftlichen Effekte. Alle diese Daten gewinnen erst ihre volle Bedeu-tung, wenn sie nach Fremdenverkehrs-gebieten, Unterkunftsarten oder sozi-strukturellen Merkmalen differenziert werden. Es liesse sich einwenden, diese Ergebnisse können ja als wissen-schaftliche Grundlagenforschung ganz intereßant sein, doch was bringen sie für die praktische Planung des Ver-kehrsdirektors oder des Regional- und Landesplaners?

Gewiss liefert der aktionsräumliche Ansatz keine Patentrezepte für die Lösung aller planerischen Probleme. Besonders angesichts der steigenden Energiekosten ergibt sich jedoch aus der nachgewiesenen, teilweise äusserst starken Mobilität der Urlauber die *Aufforderung an die Verkehrsdirektoren, verstärkt die örtlichen Chancen oder das endogene Potential zu nutzen*. Durch Nutzung auch bescheidener lo-kaler Attraktionen, zu denen die Urlau-ber durch Führungen, Gemeinschafts-wanderungen, Vorträge und sachliche

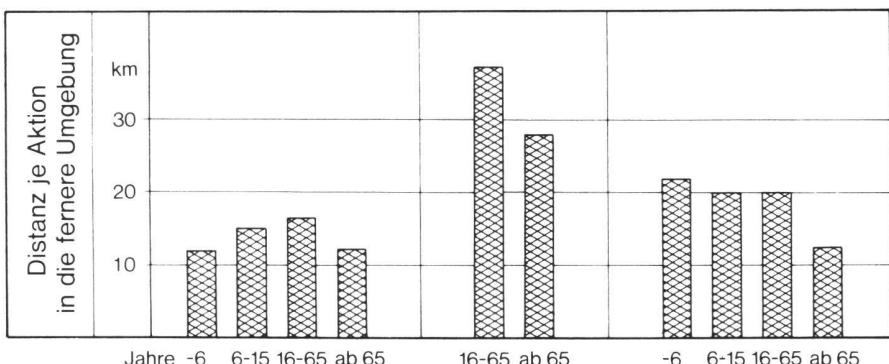
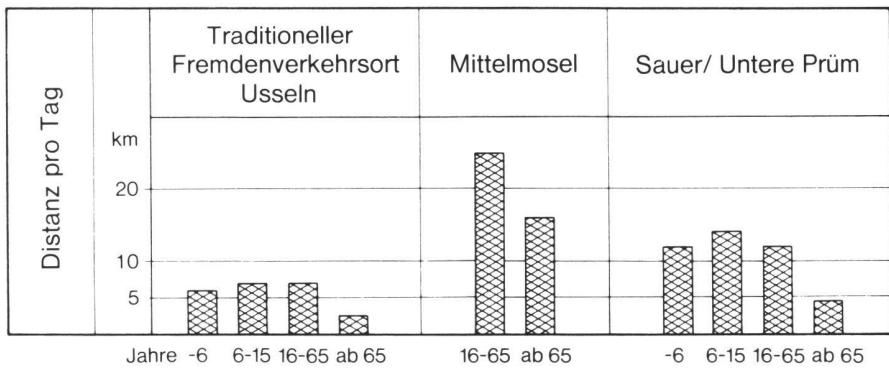


Abb. 7 Distanz zu den Ausflugszielen der ferneren Umgebung in Abhängigkeit vom Alter

Informationsblätter hingeführt werden, sollte den Urlaubern zunächst am Ort ein breites Angebot an Freizeitgestaltungsmöglichkeiten präsentiert werden. Sicherlich haben viele Urlauber das Bedürfnis nach Ortsveränderung. Aber auch hier sollte statt der kommerziellen Kaffeefahrten zu den überlaufenden Attraktionen benachbarter Fremdenverkehrsgebiete dem Urlauber zunächst seine nähere Umgebung im aufgesuchten Fremdenverkehrsgebiet nahegebracht werden. Hierzu ist eine zweckmässige überörtliche Zusammenarbeit der Fremdenverkehrsgemeinden notwendig, für deren Abgrenzung das Ausflugsverhalten der Urlauber eine gute Grundlage bietet. Gerade auf überörtlicher Ebene kann auch die Freizeitinfrastruktur optimal ausgebaut werden, wenn die Kenntnisse über das aktionsräumliche Verhalten der Urlauber zugrunde gelegt werden. Damit ist eine optimale Anpassung an die Urlauberbedürfnisse möglich.

Im Landesentwicklungsprogramm für Rheinland-Pfalz von 1980 wurden Schwerpunktbereiche der weiteren Fremdenverkehrsentwicklung benannt, die von der Regionalplanung in ihrer genauen Ausdehnung, in ihrer räumlichen Unterteilung und in den zweckmässigen Freizeitfunktionen konkretisiert werden sollen. Zu jedem dieser Aspekte liefert eine Analyse des aktionsräumlichen Verhaltens der Urlau-

ber wesentliche Grundlagen, vor allem zur Bildung verschiedener Aktionsräume innerhalb der Schwerpunktbereiche der weiteren Fremdenverkehrsentwicklung.

Aber auch die hier vorgestellten, analytischen Ergebnisse brachten bereits *drei wesentliche Erkenntnisse für die Fremdenverkehrsentwicklungsplanung:*

- Eine flächenhafte Fremdenverkehrsentwicklung ist günstiger als eine nur linienhafte, da bei letzterer wesentlich weitere Ausflüge induziert werden.
- Bei bisher erst wenig entwickelten Fremdenverkehrsgebieten sollte auf einen weiteren Ausbau verzichtet werden; Einerseits ist allenfalls nur noch mit geringen Wachstumsraten im mitteleuropäischen Tourismus zu rechnen, andererseits werden die Urlauber bei weiter steigenden Benzinpreisen gut ausgestattete Fremdenverkehrsgebiete noch zusätzlich favorisieren, da dort wenig Fahrtkosten entstehen – und erst wenig entwickelte Fremdenverkehrsgebiete entsprechend meiden.
- Aus den gleichen Gründen sollten Feriendorfer eher zur Abrundung eines bestehenden Angebotes als zur Entwicklung eines erst schwach ausgebauten Fremdenverkehrsgebietes eingesetzt werden.

Schliesslich erlaubt die genauere Kenntnis des aktionsräumlichen Verhaltens auch eine bessere *Koordinierung des Tourismus mit „Alternativen zum Tourismus“* – etwa im Hinblick auf den Einkauf von Souvenirs, die Besichtigung von gewerblichen Betrieben und die

Schwelle, von der an eine industrielle Entwicklung als Beeinträchtigung des Fremdenverkehrs empfunden wird.

#### Literatur

Becker, Chr.: Die Anwendung von Tagesprotokollen für das Erfassen des Urlauberverhaltens – eine Pilot study. In: Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, H.3, Trier 1979, S.125–209.

Becker, Chr.: Feriendorfer in der Region Trier. Ausbaumöglichkeiten und Standortgrundsätze. Gutachten im Auftrage der Planungsgemeinschaft Region Trier, Trier 1981.

Becker, Chr.: Aktionsräumliches Verhalten von Urlaubern im Mittelgebirge. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, H.9, Trier 1982 (im Druck).

Becker, Chr. u. Kr. Klemm: Raumwirksame Instrumente des Bundes im Bereich der Freizeit. Schriftenreihe des Bundesministers für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, 06.028, Bonn 1978.

Empirische Untersuchungen zur äusseren Abgrenzung und inneren Strukturierung von Freizeiträumen. Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd.132, Hannover 1980.

Maier, J. und K. Ruppert: Freizeitraum Oberstaufen. Abgrenzung und Bewertung. WGI-Berichte zur Regionalforschung, H.13, München 1976.

Rheinland-Pfalz. Landesentwicklungs-Programm 1980. Mainz 1980.

Adresse des Verfassers:  
Prof. Dr. Christoph Becker  
Geographisches Institut Universität Trier,  
Postfach 3825, D-5500 Trier

## Le tourisme rural, élément d'une politique de développement régional

Ch. Darbellay

Le développement du tourisme en Suisse s'est principalement appuyé sur les grandes stations. Ce type de réalisations exige un fort appel de capitaux et de main d'œuvre étrangers. Beaucoup de régions de montagne sont exclues de cette forme de tourisme. Aussi, l'auteur propose une autre voie: le tourisme rural. Partant du potentiel existant, il suggère la prise en main des activités touristiques par les ruraux: réhabilitation du domaine bâti, auto-investissement travail, intégration des emplois. Il définit également la politique à mettre en œuvre dans ce domaine.

*Das Wachstum des schweizerischen Tourismus stützte sich bisher vor allem auf grosse Fremdenverkehrszentren. Voraussetzungen dieser Entwicklung waren in der Regel nicht nur ausländische Kapitalien, sondern auch ausländische Arbeitskräfte – dies sowohl für die Bau- als auch für die Betriebsphase. Für zahlreiche Berggebiete kommt dieser Fremdenverkehrstyp indessen nicht in Frage. Der Autor tritt daher für eine vermehrte Förderung eines neuen Weges ein: für den ländlichen Tourismus. Ausgehend vom bestehenden Potential, das die ansässige Bevölkerung in den Dienst des Fremdenverkehrs zu stellen vermag, sollen die Einheimischen eine angemessene Entwicklung aus eigenen Kräften realisieren und lenken. Dazu bedarf es einer Anpassung vorhandener Bauten, des Einsatzes einheimischer Arbeitskräfte und der Verwirklichung kombinierter Berufstätigkeiten. Diese Gegebenheiten bilden auch Grundlage einer entsprechenden Förderungspolitik.*

#### A la recherche d'une alternative

Le développement du tourisme dans les régions de montagne de Suisse s'est principalement appuyé sur la construction de grandes stations. Ce type de développement exige de grands investissements dont le financement est souvent fourni par des capitaux étrangers. Le rythme de construction dépasse la capacité des entreprises du pays; celles-ci doivent faire appel à de forts contingents de main d'œuvre étrangère. Les saisonniers ne sont pas seulement indispensables pour bâtir, ils le sont aussi pour assurer la phase d'exploitation touristique dans l'hôtellerie et dans les installations. Le volume de construction ne pouvant être absorbé par le marché suisse, la vente d'appartements aux étrangers prend des proportions jugées exagérées. Cet-