

TOURISMUS IM WANDEL

Nicht nur Klimawandel, auch ein neues Urlaubsverhalten bedeuten Herausforderungen für den Tourismus. Wie man diesen begegnen kann, soll im Forschungszentrum „Tourismus und Freizeit“ untersucht werden.

Als Weltmeister bezeichnet sich Tirol gerne, wenn es um das Thema Tourismus geht. Kein Wunder: Mit etwas mehr als 44 Millionen Nächtigungen im Jahr 2014 stellt das Gebirgsland mit seinen 730.000 Einwohner fast alle Top-Städtedestinationen Europas in den Schatten. Nur London füllte in diesem Jahr mehr Touristenbetten (57 Millionen), das zweitplatzierte Paris brachte es auf „lediglich“ 36 Millionen. Doch trotz dieser beeindruckenden Zahlen, einer bis ins frühe 19. Jahrhundert zurückgehenden Tourismustradition und einer Universität im eigenen Land – Tourismusforschung scheint bislang eher stiefmütterlich behandelt worden zu sein. Was so nicht ganz stimmt, schränkt Mike Peters ein. Ende der 80er, Anfang der 90er Jahre habe es einen „Tourismus-Trend“ an Universitäten gegeben, das Forschungsgebiet wurde an bestehende Institute „angehängt“ oder gar eigenständige installiert. Auch in Innsbruck.

„Das Institut für Unternehmensführung, Tourismus und Dienstleistungswirtschaft hat mich nach Innsbruck gelockt“, sagt Peters, der seinem Studienschwerpunkt treu geblieben ist, auch wenn der akademische „Tourismus-Trend“ etwas nachgelassen hat. „Es ist eine Art Lücke entstanden“, räumt er ein. Eine Lücke, die er seit Sommer 2015 als Stiftungsprofessor des Landes Tirol für „KMU & Tourismus“ an der Fakultät für Betriebswirtschaft ausfüllen soll. Zudem fungiert er als Sprecher des neuen interfakultären Forschungszentrums „Tourismus und Freizeit“. Man habe gemerkt, dass es in der Tiroler Tourismuswirtschaft sehr wohl eine Nachfrage gibt, und die Kompetenz, so Peters, sei in Fachrichtungen wie z.B. Geografie, Ökologie, Management, Wirtschaftstheorie, technische Wissenschaften und Finanzwissenschaft, aber auch Sport,

Architektur, Germanistik und Geschichte durchaus vorhanden, nur eben nicht gebündelt. Was sich nun mit dem universitätsinternen Forschungszentrum, mit eigenen und Auftragsprojekten ändern soll. Zusätzlich Schwung bekommt das Vorhaben durch die Initiative des Landes Tirol, gemeinsam mit der Uni Innsbruck und dem Managementcenter Innsbruck das „Tourismusforschungszentrum Tirol“ zu gründen, das Tirols Touristiker bei der Entwicklung zukunftsfähiger Marktleistungen unterstützen soll. Drängende Fragen, denn unterschiedlichste Entwicklungen haben auch vor dem Tourismusland Tirol nicht halt gemacht.

Veränderte Gäste

Der alpine Tourist der 50er oder 60er Jahre sei mit dem heutigen nicht mehr vergleichbar, weiß Mike Peters. „Die Nachkriegszeit war generell von Neugier



MIKE PETERS, geboren 1966 in Landau/Deutschland, war Restaurationsfachmann, ehe er von 1990 bis 1995 an der Universität Innsbruck

BWL (mit Schwerpunkt auf Tourismus, Dienstleistungswirtschaft und Unternehmensführung) studierte. Danach war er am Innsbrucker Institut für Tourismus und Dienstleistungswirtschaft tätig (Promotion 2001, Habilitation 2005). Seine Forschungs- und Lehrtätigkeit führte ihn für einige Monate an die Simon Fraser University in Canada (2006) und an die Polytechnic University in Hong Kong (2009). Seit 2015 ist er Sprecher des neu installierten interfakultären Forschungszentrums „Tourismus und Freizeit“.

und Aufschwung geprägt: Nachbarländer werden erkundet, Urlaube sind drei bis vier Wochen lang und ein Big-Ticket-Item“, so der Tourismusforscher.

Der Tourist der 80er-Jahre erlebt einen starken Umbruch, auch mit politischen Veränderungen und Liberalisierungstendenzen. In den 90ern nimmt die Fluglinienkonkurrenz zu, der Tourist hat wesentlich mehr Wahlmöglichkeiten, Fernreisen werden zum großen Thema. Peters: „Dies spürt man heute bei den jungen Touristen, sie sammeln schon bis 20 enorme Erfahrung im selbstständigen Reisen. Dadurch steigen die Erwartungen und der Anbieter muss sich zwangsläufig von – nun fernen – Konkurrenten differenzieren.“ Österreich – und auch Tirol – habe mit Zeitverzögerung eigentlich sehr gut darauf reagiert, indem man in den 90ern stark in die Qualität, Tophotels und Bergbahnen investiert habe. „Kleinunternehmen tun sich hier naturgemäß schwerer, weil es zum einen an Betriebsgrößenvorteilen mangelt, andererseits aber auch nur schleppend zu echten Kooperationen kommt“, spricht Peters einen Sachverhalt an, der auf viele Tiroler Tourismusunternehmen zutrifft. Unternehmen, die – wie Untersuchungen von Peters und seinem Team zeigen – sehr stark in ihren Regionen verankert und „nicht auf starkes Wachstum ausgerichtet sind, dafür aber quasi nachhaltig agieren, da sie ihr Unternehmen für die nächste Generation aufbauen wollen“.

Und die Region, dieses Verhaftet-Sein, ist, so Peters, in Zeiten eines globalisierten Tourismusmarkts, „ein As im Ärmel, das wir noch nicht vollends ausgespielt haben.“ Die Faktorbedingungen – Berge, qualifizierte Mitarbeiter, Technologie ... – seien gut ausgestattet, „was es braucht, ist aber die Emotionalisierung und Thematisierung der Region, der Alpen.“ *ah*

