

Egon Smeral

# Österreich-Tourismus 2025: Wachstumsmotor Städtetourismus

## Österreich-Tourismus 2025: Wachstumsmotor Städtetourismus

Die Verlagerung der Tourismuskonsums nachfrage zu den Städten und auch zu tourismusextensiven ländlichen Regionen ist Ausdruck einer deutlichen Umorientierung der Freizeitmärkte zu höherer Qualität und Individualisierung des Reiseerlebnisses oder – allgemein ausgedrückt – "postmoderner" Konsum- bzw. Produktionsstrukturen. Der "postmoderne" Konsument bevorzugt maßgeschneiderte Produkte und ist vor allem an gütermäßig erwerbbareren Erlebnissen ("commodified experiences") interessiert. In diesem Sinne haben Städte eine relativ hochentwickelte "postmoderne" Produktionsstruktur, die flexible Herstellungstechnologien umfasst. Die Agglomerationsvorteile von Städten sind Basis von Produktivitätsgewinnen, die wiederum Wachstums- und Innovationsprozesse generieren sowie Anreize für kreative und dynamische Personengruppen bilden. Da der Trend zu Städtereisen langfristig anhalten wird und mit einem Fortschreiten der Urbanisierung zu rechnen ist, ergeben sich Herausforderungen für die Stadtpolitik, die Strukturen entsprechend anzupassen.

### Austrian Tourism in 2025: City Tourism is the Growth Engine

The growing demand for city tourism and tourism-extensive rural regions clearly demonstrates that leisure markets are rearranging their priorities towards better quality and more individualised travel experience or – more generally – towards "postmodern" consumption and production structures. "Postmodern" consumers prefer customised products and are interested in commodified experiences. Cities have a relatively highly developed "postmodern" production structure made up of flexible production technologies. The agglomeration advantages enjoyed by cities are the cause of their productivity gains, which in turn generate growth and innovation processes and act as incentives for creative and dynamic individuals. Considering that the trend towards city trips is expected to continue in the long term and urbanisation will spread further, city politicians are thus challenged to adapt the structures of their cities accordingly.

### Kontakt:

**Univ.-Prof. Mag. Dr. Egon Smeral:** WIFO, Arsenal, Objekt 20, 1030 Wien, [Egon.Smeral@wifo.ac.at](mailto:Egon.Smeral@wifo.ac.at)

**JEL-Codes:** D3, D11, D12, R11 • **Keywords:** Urbanisierung, postmoderne Strukturen, Erreichbarkeit, Globalisierung

Der vorliegende Beitrag basiert zum Teil auf einer Studie des WIFO im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend: Egon Smeral, *Tourismus 2025: Entwicklungsperspektiven und Strategien für den ländlichen Raum* (Dezember 2013, 64 Seiten, 50 €, Download 40 €: <http://www.wifo.ac.at/www/pubid/47070>)

**Begutachtung:** Peter Mayerhofer • **Wissenschaftliche Assistenz:** Susanne Markytan ([Susanne.Markytan@wifo.ac.at](mailto:Susanne.Markytan@wifo.ac.at))

Der Städtetourismus hat in den letzten Jahrzehnten rasch an Bedeutung gewonnen. Dies wird insofern deutlich als die Entwicklungstendenzen mit der Dynamik in ländlichen Gebieten verglichen wird. Städte sind in vielen Fällen wirtschaftliche und politische Machtzentren, verfügen über eine hohe Zahl von historischen und kulturellen Attraktionen sowie eine starke Konzentration von Bildungs- und Unterhaltungseinrichtungen. Urbane Agglomerationen sind bevorzugte Standorte der wissensbasierten Dienstleistungsproduktion und liefern den Nährboden für die Ausübung kreativer Berufe. Damit üben Städte eine große Anziehungskraft auf verschiedene Besuchergruppen wie Kultur- und Bildungsreisende, Geschäfts- und Dienstreisende, Kongressbesucher oder Shopping- und Unterhaltungstouristen aus. Der im Vergleich zu den ländlichen Gebieten hohe Differenzierungsgrad des städtischen Angebotes, die bequeme Erreichbarkeit sowie eine touristische Infrastruktur von hoher Qualität unterstützen die kräftige Zunahme der Nachfrage nach Städteaufenthalten.

Der Städtetourismus ist somit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor mit relativ hohen Wachstumsraten geworden (*Bauernfeind et al., 2010, Heeley, 2011*): Entsprechend der Datenbasis von TourMIS<sup>1)</sup> (Wöber, 2000) stieg die Zahl der Übernachtungen in den Städten Kontinentaleuropas seit 2000 um durchschnittlich 3,7% pro Jahr, während

<sup>1)</sup> Tourism Marketing Information System, <http://www.tourmis.info>.

der Gesamttourismus im selben Zeitraum um nur 1,3% pro Jahr zunahm. Auf der Basis von Ausländernächtingungen (Städte +4,0% pro Jahr) ist das Wachstumsdifferential aufgrund des langsameren Wachstums der Inländernächtingungen und ihres relativ hohen Gewichtes (rund 60%) noch größer. 2012 betrug der Anteil des Städtetourismus am kontinentaleuropäischen Gesamttourismus rund ein Fünftel. Da die Aufwendungen pro Person und Nacht im Städtetourismus um zumindest 50% über dem Durchschnitt im Gesamttourismus liegen, ergibt sich ein monetärer Anteil von zumindest knapp einem Drittel, der die wirtschaftliche Bedeutung noch deutlicher sichtbar macht.

In Österreich wuchs der Städtetourismus (Summe der Landeshauptstädte ohne Sankt Pölten) seit 2000 mit durchschnittlich +3,5% pro Jahr etwas schwächer als im übrigen Kontinentaleuropa. Die positive Wachstumsdifferenz zum österreichischen Gesamttourismus (2000/2012 +1,2%) war damit etwas geringer als im internationalen Vergleich. 2012 entfielen auf Österreichs Landeshauptstädte mit 18,8 Mio. 14,4% der Gesamtnächtingungen. Seit dem Jahr 2000 erhöhte sich dieser Anteil um 3,4 Prozentpunkte, seit 1975 hat er sich fast verdoppelt.

Trotz der wachsenden Bedeutung des Städtetourismus befassen sich nur relativ wenige Studien mit diesem Forschungsfeld. Die meisten konzentrieren sich auf ländliche Gebiete oder ganze Länder, jedoch nicht auf Städte. Dies mag zum Teil damit zusammenhängen, dass der Städtetourismus relativ schwierig zu analysieren ist: Städtische Attraktionen werden nicht nur von Reisenden frequentiert, sondern auch von der Stadtbevölkerung, sodass im Gegensatz zu Berg- oder Strandregionen mit meistens hoher Tourismusintensität eine Zurechnung bzw. verlässliche Schätzung der Benutzung nach touristischen Herkunftsgruppen oder lokalen Besuchern nur schwer möglich ist (Ashworth, 1989). Weiters wird die Analyse noch dadurch erschwert, dass die Motive der Städtebesucher und ihr Reiseverhalten deutlich stärker differenziert sind als im Ferientourismus in ländlichen Gebieten, wobei zusätzlich die im Städtetourismus gegebene Vielfältigkeit der Herkunftsmärkte den Komplexitätsgrad der Untersuchung erhöht (Ashworth, 1989).

Die wenigen zur Verfügung stehenden Studien oder Publikationen über den Städtetourismus befassen sich in erster Linie mit der Nachfrageseite und analysieren bzw. prognostizieren Ankünfte, Nächtingungen oder Ausgaben im Rahmen des Standardmodells der touristischen Nachfrage in Abhängigkeit von Einkommen, relativen Preisen, Transportkosten und verschiedenen qualitativen Faktoren (Marketing, Geschmack, Mode usw.; Smeral, 2014). Die Ursachen des überdurchschnittlichen Wachstums im Städtetourismus werden jedoch in der Literatur kaum bzw. nicht ausreichend diskutiert.

Der vorliegende Beitrag basiert in seiner Grundkonzeption zum Teil auf der WIFO-Studie "Tourismus 2025: Entwicklungsperspektiven und Strategien für den ländlichen Raum" (Smeral, 2013A). Das Datengebäude wurde jedoch aktualisiert, und der Schwerpunkt der Analyse liegt hier auf dem Städtetourismus.

## 1. Statistische Konzeption

Die Regionalisierung der Nächtingungsdaten (nach Herkunft und Unterkunft) erfolgte auf NUTS-3-Ebene<sup>2)</sup>. Die NUTS-1-Ebene besteht in Österreich aus drei Gebieten: Ostösterreich (Wien, Niederösterreich, Burgenland), Südösterreich (Steiermark, Kärnten) und Westösterreich (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg). Die NUTS-2-Ebene entspricht den neun Bundesländern. Die NUTS-3-Ebene, welche die Basis der vorliegenden Untersuchung bildet, stellt Österreich in 35 regionalen Einheiten dar (Abbildung 1).

<sup>2)</sup> Die NUTS-Gliederung (Nomenclature des Unités Territoriales Statistiques) ist eine allgemeine, hierarchisch aufgebaute, dreistufige territoriale Gliederung der EU-Länder (NUTS 1, 2 und 3).

Abbildung 1: NUTS-3-Regionen Österreichs



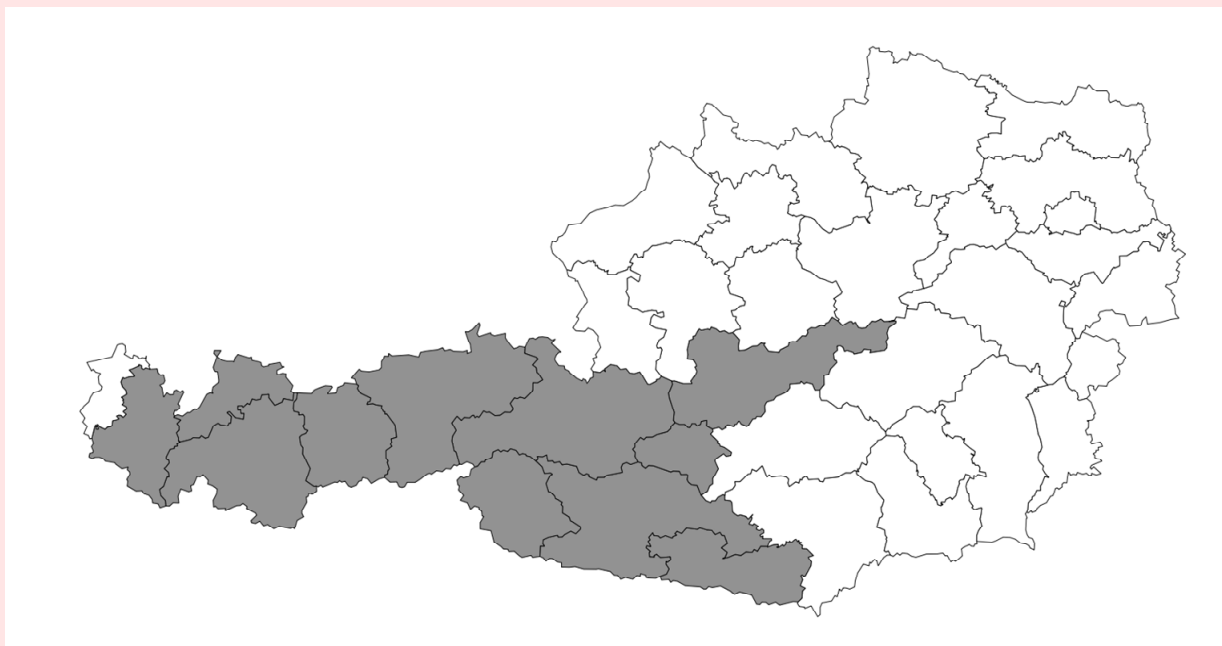
Q: Statistik Austria (Kartographie), Gebietsstand 2009.

Die NUTS-3-Regionen wurden weiters nach den räumlichen Kriterien

- überwiegend ländliche Regionen,
- intermediäre Regionen und
- überwiegend städtische Regionen

sowie nach dem Grad der Tourismusintensität gegliedert.

Abbildung 2: Tourismusintensität der NUTS-3-Regionen Österreichs



Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen.

Als Maßzahl für die Bestimmung der Tourismusintensität dient die Relation Übernachtung je Einwohner. Gebiete, deren Tourismusintensität über dem Österreich-Durchschnitt liegt, wurden dabei als "tourismusintensiv" klassifiziert und jene mit unterdurchschnittlicher Tourismusintensität als "tourismusextensiv" (Abbildung 2).

Die tourismusintensiven Gebiete liegen überwiegend in den ländlichen Regionen im Westen und Süden Österreichs. Zu den tourismusintensivsten Gebieten in Österreich zählten 2012 das Tiroler Oberland mit 132 Übernachtungen je Einwohner, Pinzgau-Pongau mit 116 und das Außerfern mit 105 Übernachtungen je Einwohner. Wesentlich geringer, aber dennoch deutlich überdurchschnittlich war die Tourismusintensität in Bludenz-Bregenzer Wald (82 Übernachtungen je Einwohner), im Tiroler Unterland (79 Übernachtungen je Einwohner) und in Oberkärnten (53 Übernachtungen je Einwohner).

Übersicht 1: Entwicklung der Nächtigungen und Marktanteile in den NUTS-3-Regionen

	2000		2005		2012		Veränderung 2000/2012		Veränderung 2005/2012	
	In 1.000	Anteile in %	In 1.000	Anteile in %	In 1.000	Anteile in %	In % p. a.	Prozentpunkte	In % p. a.	Prozentpunkte
<b>Ländliche Regionen</b>	80.829	71,2	85.222	71,5	91.319	69,7	+ 1,0	- 1,5	+ 0,4	+ 0,3
<i>Tourismusintensiv</i>	67.130	59,1	71.270	59,8	75.742	57,8	+ 1,0	- 1,3	+ 0,5	+ 0,6
Tiroler Oberland	11.266	9,9	12.029	10,1	13.440	10,3	+ 1,5	+ 0,3	+ 0,5	+ 0,2
Pinzgau-Pongau	15.654	13,8	17.382	14,6	19.037	14,5	+ 1,6	+ 0,7	+ 0,9	+ 0,8
Außerfern	3.172	2,8	3.226	2,7	3.326	2,5	+ 0,4	- 0,3	+ 0,1	- 0,1
Bludenz-Bregenzer Wald	6.755	6,0	6.890	5,8	7.213	5,5	+ 0,5	- 0,4	+ 0,2	- 0,2
Tiroler Unterland	17.363	15,3	18.602	15,6	19.075	14,6	+ 0,8	- 0,7	+ 0,6	+ 0,3
Oberkärnten	6.484	5,7	6.693	5,6	6.789	5,2	+ 0,4	- 0,5	+ 0,3	- 0,1
Liezen	3.390	3,0	3.546	3,0	4.040	3,1	+ 1,5	+ 0,1	+ 0,4	- 0,0
Lungau	1.170	1,0	951	0,8	933	0,7	- 1,9	- 0,3	- 1,7	- 0,2
Osttirol	1.875	1,7	1.951	1,6	1.890	1,4	+ 0,1	- 0,2	+ 0,3	- 0,0
<i>Tourismusextensiv</i>	13.699	12,1	13.952	11,7	15.576	11,9	+ 1,1	- 0,2	+ 0,2	- 0,4
Westliche Obersteiermark	840	0,7	939	0,8	1.175	0,9	+ 2,8	+ 0,2	+ 0,9	+ 0,0
Südburgenland	796	0,7	895	0,8	1.090	0,8	+ 2,7	+ 0,1	+ 1,0	+ 0,1
Oststeiermark	2.827	2,5	2.789	2,3	2.915	2,2	+ 0,3	- 0,3	- 0,1	- 0,2
Nordburgenland	1.519	1,3	1.390	1,2	1.606	1,2	+ 0,5	- 0,1	- 0,7	- 0,2
Unterkärnten	1.799	1,6	1.713	1,4	1.559	1,2	- 1,2	- 0,4	- 0,4	- 0,1
Mittelburgenland	121	0,1	256	0,2	242	0,2	+ 6,0	+ 0,1	+ 6,5	+ 0,1
Waldviertel	1.359	1,2	1.379	1,2	1.727	1,3	+ 2,0	+ 0,1	+ 0,1	- 0,0
Steyr-Kirchdorf	1.181	1,0	1.051	0,9	1.076	0,8	- 0,8	- 0,2	- 1,0	- 0,2
Mühlviertel	684	0,6	745	0,6	877	0,7	+ 2,1	+ 0,1	+ 0,7	+ 0,0
West- und Südsteiermark	560	0,5	641	0,5	819	0,6	+ 3,2	+ 0,1	+ 1,1	+ 0,0
Innviertel	869	0,8	883	0,7	1.074	0,8	+ 1,8	+ 0,1	+ 0,1	- 0,0
Mostviertel-Eisenwurzen	800	0,7	861	0,7	848	0,6	+ 0,5	- 0,1	+ 0,6	+ 0,0
Sankt Pölten	259	0,2	255	0,2	333	0,3	+ 2,1	+ 0,0	- 0,1	- 0,0
Weinviertel	87	0,1	153	0,1	233	0,2	+ 8,6	+ 0,1	+ 4,8	+ 0,1
<b>Intermediäre Regionen</b>	15.690	13,8	15.631	13,1	17.209	13,1	+ 0,8	- 0,7	- 0,0	- 0,7
<i>Tourismusintensiv</i>	4.547	4,0	4.321	3,6	4.279	3,3	- 0,5	- 0,7	- 0,4	- 0,4
Klagenfurt-Villach	4.547	4,01	4.321	3,62	4.279	3,27	- 0,5	- 0,7	- 0,4	- 0,4
<i>Tourismusextensiv</i>	11.143	10,22	11.310	9,84	12.930	10,20	+ 1,2	- 0,0	+ 0,1	- 0,4
Salzburg und Umgebung	4.108	3,6	4.495	3,8	5.271	4,0	+ 2,1	+ 0,4	+ 0,8	+ 0,2
Traunviertel	2.922	2,6	2.615	2,2	2.706	2,1	- 0,6	- 0,5	- 0,9	- 0,4
Niederösterreich-Süd	1.344	1,2	1.144	1,0	1.237	0,9	- 0,7	- 0,2	- 1,3	- 0,2
Östliche Obersteiermark	752	0,7	716	0,6	825	0,6	+ 0,8	- 0,0	- 0,4	- 0,1
Graz	964	0,8	1.100	0,9	1.387	1,1	+ 3,1	+ 0,2	+ 1,1	+ 0,1
Linz-Wels	1.053	0,9	1.240	1,0	1.504	1,1	+ 3,0	+ 0,2	+ 1,4	+ 0,1
<b>Städtische Regionen</b>	17.008	15,0	18.389	15,4	22.489	17,2	+ 2,4	+ 2,2	+ 0,7	+ 0,4
<i>Tourismusintensiv</i>	6.426	5,7	6.558	5,5	6.590	5,0	+ 0,2	- 0,6	+ 0,2	- 0,2
Innsbruck	6.426	5,7	6.558	5,5	6.590	5,0	+ 0,2	- 0,6	+ 0,2	- 0,2
<i>Tourismusextensiv</i>	10.582	9,3	11.831	9,9	15.899	12,1	+ 3,5	+ 2,8	+ 0,9	+ 0,6
Wien	7.704	6,8	8.758	7,3	12.263	9,4	+ 3,9	+ 2,6	+ 1,1	+ 0,6
Wiener Umland-Südteil	1.270	1,1	1.396	1,2	1.656	1,3	+ 2,2	+ 0,1	+ 0,8	+ 0,1
Rheintal-Bodenseegebiet	1.006	0,9	1.022	0,9	1.280	1,0	+ 2,0	+ 0,1	+ 0,1	- 0,0
Wiener Umland-Nordteil	601	0,5	655	0,5	700	0,5	+ 1,3	+ 0,0	+ 0,7	+ 0,0
<b>Österreich</b>	113.527	100,0	119.242	100,0	131.016	100,0	+ 1,2	+ 0,0	+ 0,4	+ 0,0

Q: Statistik Austria, WIFO-Berechnungen.

In Bezug auf die räumliche Unterteilung gelten gemäß Eurostat-Definition (Eurostat, 2012) Gebiete mit mehr als 500 Einwohnern je km<sup>2</sup> und mindestens 50.000 Einwoh-

nen als überwiegend städtische Regionen. Intermediäre Gebiete sind Regionen mit mehr als 100 Einwohnern je km<sup>2</sup> und entweder mindestens 50.000 Einwohnern oder einer benachbarten überwiegend städtischen Region. Als überwiegend ländlich gelten solche Regionen, die weder städtisch noch intermediär sind.

Im Jahr 2012 entfielen von den 131 Mio. Nächtigungen in Österreich 57,8% auf tourismusintensive ländliche und 11,9% auf tourismusextensive ländliche Gebiete (Übersicht 1). Mit 17,2% der Gesamtnächtigungen war der Anteil der städtischen Regionen höher als jener der intermediären Gebiete (13,1%). In diesen beiden Regionstypen überstieg das Nächtigungsgewicht der tourismusextensiven deutlich jenes der intensiven Regionen, wobei der Vorsprung der tourismusextensiven Gebiete in den urbanen Agglomerationen noch höher war.

## 2. Regionale Strukturen und langfristige Entwicklungstendenzen

36,5% der 131 Mio. Gesamtübernachtungen entfielen 2012 auf deutsche Gäste; sie besuchten überwiegend tourismusintensive Gebiete im ländlichen Raum und trugen dort 48,9% der Übernachtungen bei. In den ländlichen tourismusextensiven Gebieten erreichte der Anteil der deutschen Gäste hingegen nur 15,0%, während städtische und intermediäre Regionen von dieser Gästegruppe relativ weniger aufgesucht wurden. Im Gegensatz zu den Deutschen besuchten österreichische Reisende eher tourismusextensive Gebiete im ländlichen Raum (73,8% des Nächtigungsaufkommens) und in den intermediären Regionen (48,1%). Im letzteren Fall dürfte der relativ hohe Dienst- und Geschäftsreiseanteil der inländischen, insbesondere der Wiener Gäste durchschlagen.

Ähnlich wie die deutschen Gäste zogen auch Reisende aus den Niederlanden eher Ziele in tourismusintensiven Gebieten im ländlichen Raum vor. Besucher aus der Schweiz bevorzugten tourismusintensive Regionen im ländlichen Raum und städtische Regionen.

Die Übernachtungen der Gäste aus den 12 neuen EU-Ländern (Beitritt 2004 und 2007) verteilten sich relativ gleichmäßig über die Regionen, mit leichter Präferenz zugunsten intermediärer und städtischer Regionen.

Gäste aus Übersee besuchen überwiegend Städte, wobei die Besucher aus den BRIC-Ländern 2012 in erster Linie Wien als Zieldestination wählten. Ausnahmen bildeten arabische Gäste (neben städtischen Gebieten auch Pinzgau–Pongau) und russische Gäste (Wintersport im Tiroler Ober- und Unterland).

Der höchste Anteil an den Nächtigungen entfiel 2012 auf 4-5-Stern-Betriebe (35,7%) vor 3-Stern-Betrieben (21,1%) sowie gewerblichen und privaten Ferienwohnungen bzw. Ferienhäusern (17,9%). Die 3-Stern-Betriebe verloren langfristig (seit 2000) geringfügig an Gewicht, während die anderen zwei Unterkunfts-kategorien ihren Anteil an den Gesamtnächtigungen steigerten.

Die 4-5-Stern-Betriebe verzeichneten in den städtischen Gebieten (extensiv 54,4%, insgesamt 50,0%) sowie die tourismusextensiven intermediären Regionen (37,1%) den höchsten Anteil an den Gesamtnächtigungen der jeweiligen Region. In den tourismusextensiven ländlichen Gebieten (35,7%) war dieser Anteil ähnlich hoch, in den tourismusintensiven ländlichen und intermediären Regionen mit 31,5% bzw. 31,3% deutlich geringer.

Den höchsten Anteil an Übernachtungen in Ferienwohnungen bzw. Ferienhäusern verzeichneten die tourismusintensiven Gebiete im ländlichen Raum (25,5% der regionsspezifischen Gesamtnächtigungen), wobei der Lungau (41,9%), das Tiroler Oberland (29,4%) und die Region Bludenz–Bregenzer Wald (27,9%) die höchste Dichte aufwiesen.

Die 1-2-Stern-Betriebe und die Privatquartiere verlieren laufend an Bedeutung und trugen 2012 nur mehr 8,1% bzw. 5,0% des Nächtigungsaufkommens bei. Auf die Campingplätze entfielen 4,0% der Nächtigungen, auf die sonstigen Unterkünfte 8,1%.

Langfristig (2000/2012) stiegen die Gesamtnachtigungen leicht (+1,2% p. a.); dabei waren die tourismusextensiven Gebiete in den städtischen Regionen (+3,5% pro Jahr) gegenüber den ländlichen (+1,1% pro Jahr) und intermediären Regionen (+1,2% pro Jahr) begünstigt (Übersicht 1). In den tourismusintensiven Gebieten des ländlichen Raumes expandierte die Nachfrage dagegen noch etwas langsamer (+1,0% pro Jahr), in der intensiven intermediären Region Klagenfurt–Villach (–0,5% pro Jahr) sank sie sogar, und in der intensiven städtischen Region Innsbruck (+0,2%) stagnierte sie.

Unter den einzelnen wichtigen Herkunftsnationen entwickelte sich die Nachfrage aus Österreich genau im Durchschnitt, die Nachtigungen der deutschen Gäste sanken dagegen jährlich um 0,8%. Relativ kräftig stieg die Nachfrage aus den neuen EU-Ländern, der Schweiz und den BRIC-Ländern.

Die oben beschriebenen Tendenzen verstärkten sich in der zweiten Hälfte der 2000er-Jahre (Übersicht 1), die Nachfrage verlagerte sich immer deutlicher zu den tourismusextensiven Gebieten im städtischen Raum, aber auch zu den intermediären und ländlichen Gebieten. In der Periode 2005/2012 beschleunigte sich das Nächtigungswachstum gegenüber 2000/2005 in den extensiven Gebieten (hier wieder insbesondere in den städtischen Gebieten), während es sich im intensiven ländlichen Raum verlangsamte. In den zwei intensiven intermediären und städtischen Regionen stagnierte die Nachfrage.

Die Verlagerung der Entwicklungsdynamik zugunsten der extensiven urbanen Agglomerationen und extensiven ländlichen sowie intermediären Gebiete schlug sich deutlich in der Marktanteilsentwicklung auf Nächtigungsbasis nieder. Im Zeitraum 2005/2012 gewannen 16 der insgesamt 35 NUTS-3-Gebiete Marktanteile – sie gehören zu rund 80% (13 von 16 Regionen) dem extensiven Raum an (Übersicht 1). Unter den tourismusintensiven Regionen verzeichneten nur das Tiroler Ober- und Unterland sowie Pinzgau–Pongau Marktanteilsgewinne.

Unter diesen 16 Regionen, die in der Periode 2005/2012 Marktanteile gewannen, wiesen 10 Regionen überdurchschnittliche Steigerungen im Bereich der 4-5-Stern-Betten aus. Unter allen Regionstypen wuchsen die 4-5-Stern-Betriebe am kräftigsten in den extensiven ländlichen und städtischen Gebieten. Eine ähnliche Entwicklung ergab sich für die gesamte gehobene Hotellerie.

Die hier festgestellten Entwicklungsprozesse belegen neuerlich, dass das Tempo des Erneuerungs- bzw. Investitionsprozesses wichtiger ist als ein ursprünglich hoher – mitunter zum Teil veralteter – Bestand an Qualitätsunterkünften. Qualitativ hochwertige Neuinvestitionen mit dem Ziel, das Bettenangebot zu vergrößern, setzen positive regionale Impulse in Bezug auf die Erneuerung anderer Angebotskomponenten. Außerdem tragen sie dazu bei, die Betriebsgröße zu erhöhen, Produktivitätssteigerungen zu ermöglichen und locken auch neue Gästeschichten an, die wiederum Lerneffekte auf der Angebotsseite auslösen.

Ein deutlicher Zusammenhang besteht zwischen der Marktanteils- und der Produktivitätsentwicklung (Smeral, 2008, 2013A): In vielen Regionen gingen überdurchschnittliche Produktivitätssteigerungen mit Marktanteilsgewinnen einher, Nachteile in der Produktivitätsentwicklung hingegen mit Marktanteilsverlusten. Die Produktivitätsdynamik ist damit eine Schlüsselgröße für die Marktanteilsentwicklung. Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität sind daher zentrale Ansatzpunkte, um den Erfolg einer Tourismusregion positiv zu beeinflussen.

Wie Analysen auf Grundlage der Leistungs- und Strukturhebung (LSE) zeigen, erreichten die Regionen, die Marktanteile gewannen, überdurchschnittliche Produktivitätssteigerungen (gemessen als Veränderung der Bruttowertschöpfung je Erwerbstätigen im Bereich der Hotels, Gasthöfe und Pensionen; Smeral, 2008, 2013A). Auch hier erhöhte sich die Produktivität am stärksten in den extensiven ländlichen und städtischen Gebieten.

Langfristig (bis 2025) wird eine erheblich differenzierte Entwicklung prognostiziert, wenn die seit Mitte der 2000er-Jahre absehbaren signifikanten Trends bzw. die regionalen Wachstumsunterschiede anhalten (Smeral, 2013A): Die überwiegend in West- und Südösterreich gelegenen tourismusintensiven Gebiete werden demnach



weiter Marktanteile verlieren. Im Gegensatz dazu entwickeln sich die extensiven ländlichen (+1,8% pro Jahr), intermediären (+2,8% pro Jahr) und städtischen Regionen (+4,0% pro Jahr) weiterhin relativ günstig. Am deutlichsten ausgeprägt ist die Nachfrageverlagerung in Richtung extensiver urbaner Agglomerationen bzw. die Tendenz zum städtischen Lebensstil auch auf Reisen.

### 3. Spezifische Wachstumsfaktoren im Städtetourismus

Viele Studien bestätigen das – im Verhältnis zur Einkommensentwicklung – überproportionale Wachstum der Tourismusnachfrage, die Einkommenselastizität ist somit größer als 1 (Artus, 1972, Crouch, 1995, Gray, 1970, Li – Song – Witt, 2005, Loeb, 1982, Schiff – Becken, 2011, Smeral, 2009, 2010, 2012, 2013B, Smeral – Song, 2013, Song – Witt, 2000, Song – Wong, 2003, Song – Li, 2008, Song et al., 2011, Stabler – Papatheodorou – Sinclair, 2010). Von diesen globalen Entwicklungstendenzen sind sowohl aus der Sicht der Herkunfts- als auch der Zielländer aufgrund von Sättigungserscheinungen, Kaufkraftmangel oder Marktanteilsverlusten Abweichungen möglich.

Für die langfristige Entwicklung bis 2025 spielen folgende spezifischen Wachstumsfaktoren eine Rolle:

Die systematischen Ansätze zur Erklärung des überproportionalen Wachstums der Tourismusnachfrage im Allgemeinen beziehen sich meistens auf den Strukturwandel in der Nachfrage. Nach Fuchs (1968) verwenden die privaten Haushalte zusätzliches Einkommen vorrangig für Dienstleistungskäufe. Nach der Sättigung mit Grundbedürfnissen und mit dauerhaften Konsumgütern verbleibt im Wachstumsprozess mehr Kaufkraft für Freizeitgüter und andere Dienstleistungen. Die Struktur des Konsums von Freizeitgütern verändert sich ebenfalls beträchtlich. So gewinnen einerseits erlebnisorientierte Kurzreisen mit Kulturthemen (Städtereisen) oder Sportinhalten (Golf) an Bedeutung, wogegen Destinationen bzw. Produkte mit einem massentouristischen Angebot ("Strandurlaub", "Ferien am See") Marktanteile verlieren. Im Rahmen dieses Ansatzes ist die Nachfrageverschiebung zu Städteaufenthalten als hochwertige Reiseform (nach der Sättigung mit weniger anspruchsvollen Reiseformen) eine Erklärung der überdurchschnittlich raschen Expansion der Städtereisen.

Aufgrund der Veränderungen im Reise- und Konsumentenverhalten sind die Qualitätserwartungen und -ansprüche der Reisenden deutlich gestiegen. Kürzere Aufenthalte bei erhöhten Qualitätsansprüchen werden immer beliebter. Zusätzlich gewinnen im Freizeitkonsum die Individualisierung und das Eigenerlebnis an Stellenwert.

Die Nachfrageverlagerung zu urbanen Agglomerationen und auch tourismusextensiven ländlichen Regionen ist Ausdruck einer tiefgreifenden Umorientierung der Freizeitmärkte in Richtung höherer Qualität und Individualisierung des Reiseerlebnisses oder – allgemein ausgedrückt – "postmoderner" Konsum- bzw. Produktionsstrukturen, wobei die flexiblen Herstellungstechnologien die Lieferung von maßgeschneiderten Produkten erlauben.

Im Gegensatz zu den "postmodernen" Angebotsstrukturen basiert die fordistische "Massenproduktion" auf einer weitgehend horizontalen Branchenorganisation und liefert großteils starre und standardisierte Pauschalprodukte. Das Angebot ist auf nur wenige, standardisierte Reiseprodukte beschränkt ("just-in-case"; Ioannides – Debbage, 1997). Hauptziel der Produktion ist es, durch "Massenfertigung" ("fordistische Produktion") möglichst hohe Skalenerträge zu erzielen. Die Reisenden sind unerfahren und durchschaubar, sonnenhungrig und relativ preisempfindlich ("Massenproduktion" für den "Massenkonsum").

Der zunehmende Trend in Richtung "postmoderner" bzw. "postfordistischer" Strukturen wird insbesondere in Europa von den noch vorherrschenden und "fordistischen" Tendenzen überlagert.

"Postfordistische" Produktionsstrukturen sind nachfrageorientiert und weisen horizontal, vertikal und diagonal einen relativ hohen Integrationsgrad auf. Destinationen mit ihren möglichen Erlebnissen werden wie Güter vermarktet ("commodified experiences"). Von einem "postmodernen" Standpunkt aus sieht der Konsument die Destination als ein Erlebnisbündel, welches durch flexible Produktionstechnologien herge-

stellt wird (Jameson, 1992). Im Gegensatz zu den "fordistischen" Branchen ("just-in-case") ist der Produktionsprozess "just-in-time" und liefert hochspezialisierte, flexible sowie maßgeschneiderte Produkte. Der Einsatz von computergestützten Informations- und Reservierungssystemen ist ein wesentlicher Faktor für die Verlängerung der Wertschöpfungskette und ist auch bedeutend für die Bildung von strategischen Allianzen und die Vermarktung von Destinationen (Költringer – Wöber, 2010). In "postfordistischen" Branchen herrscht im Gegensatz zur Massenproduktion überwiegend eine flexible Personalpolitik vor, die Arbeitskräfte sind meist überdurchschnittlich qualifiziert, auch sind die Saisonschwankungen der Beschäftigung geringer.

Der "postmoderne" Konsument ist unabhängig, reiseerfahren, flexibel sowie nur selten Stammgast. Vor allem bevorzugt er maßgeschneiderte Produkte gegenüber massentouristischen Angebotsformen und ist besonders an gütermäßig erwerbbareren Erlebnissen bzw. an den dazu führenden Prozessen interessiert. In diesem Sinne haben Städte eine relativ hochentwickelte "postfordistische" Produktionsstruktur ("flexibility pool"). Mit ihrem hohen Diversitätsgrad bieten sie nicht nur der Bevölkerung, sondern auch den Touristen vielfache Möglichkeiten, kombinierte und differenzierte Erlebnisse zu konsumieren und Nutzengewinne zu realisieren (Glaeser, 2011, Quigley, 2009). Diese spezifischen Eigenschaften von Städten nehmen mit der Größe zu, da nicht nur die produktive Basis wächst und damit auch mehr exportiert werden kann, sondern sich auch der Differenzierungsgrad der Produktion erhöht (Cuadrado-Roura, 2013). Aufgrund von Agglomerationsvorteilen – gegeben durch Produktions- und Konsumexternalitäten, die Möglichkeit mit geteilten Vorleistungen hochdifferenzierte Konsumgüter zu erzeugen, relativ niedrige Transaktionskosten, die Konzentration von Ausbildungsstätten sowie eine große Zahl von Anbietern und Konsumenten – können Produktivitätsgewinne realisiert werden, die wieder Wachstums- und Innovationsprozesse generieren (McCann – Oort, 2009). Im Allgemeinen ist das Produktivitätsniveau in Städten auch höher als in ländlichen Gebieten (Melo – Graham – Noland, 2009). Nach Rosenthal – Strange (2004) erhöht eine Verdoppelung der städtischen Einwohnerzahl die Produktivität um 3% bis 8% (Melo – Graham – Noland, 2009). Das hohe Produktivitätsniveau ist auch die Basis für hohe Einkommen, die wieder Anreize für dynamische Schichten bilden (Albouy, 2008). Glaeser – Maré (2001) schätzen das erzielbare Einkommen von Unselbständigen in Städten um ein Drittel höher als in ländlichen Gebieten.

Die Städte als Zentren für Kultur und Bildung mit ihren relativen Produktionsvorteilen für hochwertige Konsumgüter und Dienstleistungen profitieren von der Neuorientierung der Konsumenten. Allgemein werden die Wünsche und Erwartungen an eine Urlaubsreise immer multipler und flexibler, "Massenfertigung" verliert an Bedeutung. Die Produktion wird nachfrageorientierter, und man versucht, dem "postmodernen" Konsumenten maßgeschneiderte Produkte mit hohem Erlebnisgehalt anzubieten. Die Bildung flexibler Netzwerke ("Destinationen") als Ausdruck "postfordistischer" Produktionsstrukturen erleichtert die Befriedigung der neuen Konsumentenwünsche.

Diese neuen Städtereisenden wollen in kurzer Zeit optimal gebündelte Erlebnisse mit kulturellen und kulinarischen Komponenten sowie mit Unterhaltungs- und Shopping-Aspekten und hohem Erinnerungswert konsumieren. In urbanen Agglomerationen ist das berufliche und gesellschaftliche Bild von Frauen und Männern viel ähnlicher als in ländlichen Regionen, sodass auch die Angebotspalette relativ "frauenfreundlich" ausgerichtet ist. Dadurch profitieren Städte auch vom steigenden Anteil der Frauen unter den Reisenden, wobei das hohe Kulturangebot zusätzliche Anreize für Frauenreisen bildet. Städte können den Trend zur fortschreitenden Urbanisierung intrinsisch nutzen, zumal die meisten Städtetouristen selbst Städter sind, die multi-optionale Angebote bevorzugen (Ashworth, 1989). Im Jahr 1900 lebten weltweit 14% der Bevölkerung in Städten, dieser Anteil stieg bis zum Jahr 2000 auf 47%; bis zum Jahr 2030 wird ein Anstieg auf 61% erwartet (Ashworth – Page, 2011, UNWTO, 2012). 2030 werden 5 Mrd. Menschen in Städten leben, das sind um fast 2 Mrd. mehr als im Jahr 2000 (Ashworth – Page, 2011).

Für die differenzierte touristische Nachfrage bieten die Überlegungen der "neuen Sicht" des Außenhandels realistische Erklärungsansätze. Dieser intrasektorielle Ansatz bezieht sich auf den Austausch von differenzierten Gütern und Dienstleistungen zwi-



schen Ländern mit gleichem Entwicklungsstand und ähnlichen Präferenzen ("Linder-Hypothese"; *Linder, 1961*). Die Anwendung der Linder-Hypothese auf die Entwicklungstendenzen im Städtetourismus wird dadurch gerechtfertigt, dass die meisten Städtetouristen selbst in Städten leben, wodurch die Annahme ähnlicher Präferenzen realitätsnah erscheint.

Gemäß der Linder-Hypothese werden die Austauschbeziehungen stark von den Präferenzen der Nachfrager beeinflusst: Gehandelt werden differenzierte Güter und Dienstleistungen bzw. gleiche Güter, aber verschiedene Typen. Die Güter und Dienstleistungen werden von den einzelnen Ländern mit verschiedenen Inputs hergestellt und stehen mit ähnlichen Produkten auf unvollkommenen Märkten in (monopolistischer) Konkurrenz (*Chamberlin, 1933*). Auf der Angebotsseite können sinkende Durchschnittskosten und Economies-of-Scale realisiert werden. Für jedes Gut bzw. jede Dienstleistung ist die Nachfragekurve negativ geneigt, jedoch führt eine Erhöhung der relativen Preise nur zu einer unvollkommenen Substitution.

Gemäß der "neuen Sicht" der außenwirtschaftlichen Beziehungen kommt der internationale Austausch dadurch zustande, dass die Konsumenten bestimmte Waren deshalb kaufen, weil damit ein Markenname oder Prestige verbunden ist. Waren bzw. touristische Dienstleistungen werden daher selbst dann in der spezifischen Destination gekauft, wenn dort die Preise nicht niedriger sind als im Inland oder an anderen Destinationen. Beispiele für diesen Austauschhandel mit ähnlichen Produkten, aber verschiedenen Typen liefert der Städtetourismus. So kommt es dabei z. B. aus österreichischer Sicht zu einem "Import" von Prag und "Export" von Wien. Der rege touristische Dienstleistungsaustausch im Städtetourismus wird nicht nur durch die relativ rasch fortschreitende Urbanisierung, sondern auch durch die im Wachstumsprozess steigende Differenzierung der Bedürfnisse und Angebotsformen stimuliert. Gerade Städte profitieren von der im Wachstumsprozess zunehmenden Differenzierung der Bedürfnisse, da ihre spezifischen Angebote die differenzierten Ansprüche der Konsumenten besser befriedigen können als tourismusintensive ländliche Destinationen.

Die Beliebtheit der Städte als Tourismusdestinationen sowie die hohen Zuwächse wurden durch den Ausbau der Flughäfen, die einfache Erreichbarkeit mit dem Flugzeug, Billigflugangebote sowie Infrastrukturinvestitionen (öffentlicher Verkehr, Stadterhaltung, Fußgängerzonen) und die in der Regel großzügige touristische Suprastruktur unterstützt. Vorteilhaft für die Städte wirken weiters die Globalisierung bzw. die wachsende Zahl von Gästen aus Fernmärkten, die zumindest in den ersten Phasen ihres "Reiselebens" eher städtische Regionen als ländliche Gebiete besuchen. Da Reisende aus Fernmärkten weitgehend Erstbesucher sind, verbessert sich auch das touristische Angebot, indem neue Informationen in die Produktgestaltung einfließen (*Porter, 1990*). Damit generieren die Städte Vorteile gegenüber den ländlichen Gebieten, da diese einen höheren Anteil von Stammgästen meist aus Nahmärkten aufweisen.

Städtetouristen können auch die vielen städtischen Kultur- und Dienstleistungen intensiv nutzen, obwohl die meisten dieser Angebote nicht für Touristen geschaffen wurden (*Ashworth – Page, 2011, Woodside – Pearce – Wallo, 1989*). Viele städtische Erlebnisse bzw. Sehenswürdigkeiten wie das Stadtbild, Märkte, Denkmäler, Bauwerke, Parks usw. können als öffentliche Güter kostenlos oder unter dem potentiellen Marktpreis besichtigt werden. Damit konsumieren Touristen Angebote, deren Kosten von anderen Bevölkerungsgruppen getragen werden.

Die ländlichen Gebiete im extensiven Raum können die Trends zur Postmoderne wie "weg vom Massentourismus", "Individualisierung im Zuge von Kurzaufenthalt", "Erlebnisorientierung" oder "Multi-Optionalität" zum Teil nutzen und auch von der Tatsache profitieren, dass ein guter Teil der Angebotspalette neu geschaffen wurde. Neu-Investitionen schaffen Ungleichgewichte und lösen weitere Neu-Investitionen aus. Dadurch können Produktivitätssteigerungen realisiert werden, die wieder Neu-Investitionen begünstigen. Insgesamt steigt im Gegensatz zu den intensiven Tourismusregionen die Wettbewerbsfähigkeit der neu ausgebauten extensiven Gebiete durch Neu-Investitionen und Innovationen.

Die intensiven Tourismusgebiete verfügen zwar bereits über eine relativ hohe Angebotsqualität, jedoch ergeben Neu-Investitionen oft abnehmende Grenzerträge, so dass mitunter die notwendigen Produktivitätssteigerungen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit ausbleiben. Für die Wettbewerbsfähigkeit einer Region ist die von den Neu-Investitionen ausgehende Dynamik viel wichtiger als die Bestandshöhe wichtiger Angebotskomponenten.

Aufgrund der bereits hohen Tourismusintensität ist impulsgebendes Nachfragewachstum mitunter nur mehr schwierig zu realisieren, zumal mögliche Überlastungserscheinungen sehr rasch den Freizeitnutzen der Reisenden und Bereisten senken könnten. Die weitere Entwicklung der tourismusintensiven Gebiete wird zudem durch die großteils massentouristisch charakterisierte Angebotsstruktur sowohl im Sommer als auch im Winter gehemmt, die von der zunehmenden Zahl postmoderner Konsumenten nicht präferiert wird. Das Angebot der intensiven Tourismusregionen ist zudem sowohl im Sommer als auch im Winter eher auf längere Aufenthalte ausgerichtet. Zugleich wird aber der Trend zu Kurzreisen immer stärker, weil die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen sowie die wachsende Nachfrage- und Angebotsdifferenzierung ("Konkurrenz der Aktivitäten" bzw. der Anstieg der Zahl der möglichen Aktivitäten für ein gegebenes Zeitbudget) eine überdurchschnittliche Zunahme der Kurzurlaube bewirken, zumal auch Aktivität und Mobilität steigen werden. Durch die einfache Erreichbarkeit von Städten sind diese besonders für Kurzaufenthalte geeignet. In diesem Zusammenhang muss mehr denn je künftig auf die Qualität der angebotenen Dienstleistungen geachtet werden, denn je kürzer der Aufenthalt des Gastes, desto qualitätsbewusster ist dieser.

#### 4. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Der Städtetourismus hat in den letzten Jahrzehnten erheblich an Bedeutung gewonnen und wurde zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor. Sein rasches Wachstum wird vor allem im Vergleich mit ländlichen Gebieten deutlich. Städte sind in der Regel wirtschaftliche und politische Machtzentren, reich an historischen und kulturellen Attraktionen, und sie verfügen über eine hohe Konzentration von Bildungs- und Unterhaltungseinrichtungen. In den meisten Fällen sind Städte auch Standorte der wissensbasierten Dienstleistungsproduktion und kreativer Produktionsformen. Damit ziehen sie die unterschiedlichsten Besuchergruppen an. Der hohe Differenzierungsgrad des städtischen Angebotes, die einfache Erreichbarkeit sowie eine qualitativ hochwertige touristische Infra- und Suprastruktur unterstützen die kräftige Zunahme der Nachfrage nach Städteaufenthalten.

Wie eine Analyse auf Basis von österreichischen Regionaldaten zeigt, verlagerte sich die Nachfrage in der zweiten Hälfte der 2000er-Jahre stark vor allem zugunsten der tourismusextensiven Gebiete (in diesen Gebieten liegt die Kennzahl "Übernachtung je Einwohner" unter dem Österreich-Durchschnitt) im städtischen Raum, aber auch in Richtung der tourismusextensiven intermediären und ländlichen Gebiete. Im Gegensatz dazu verlangsamte sich die Expansion im intensiven ländlichen Raum, in den intensiven intermediären und städtischen Regionen sank bzw. stagnierte die Nachfrage.

Gemäß der Langfristprognose bis 2025 werden die überwiegend in West- und Südosterreich gelegenen tourismusintensiven Gebiete weiter Marktanteile verlieren, während insbesondere die extensiven städtischen Regionen, aber auch die extensiven ländlichen und intermediären Regionen weiter an Bedeutung gewinnen werden.

Der Strukturwandel der Nachfrage zugunsten hochwertiger Dienstleistungen liefert nur einen Teil der Erklärung für das relativ hohe Wachstum im Städtetourismus: Die privaten Haushalte würden nach der Sättigung mit Grundbedürfnissen und mit dauerhaften Konsumgütern zusätzliches Einkommen im Wachstumsprozess für Freizeitgüter und andere hochwertige Dienstleistungen ausgeben. Innerhalb des Konsums von Freizeitgütern herrscht ebenso ein starker Strukturwandel, der insbesondere erlebnisorientierte Kurzreisen mit Kulturthemen (Städtereisen), aber auch mit Sportinhalten (Golf) begünstigt, wogegen Destinationen bzw. Produkte mit einem massentouristischen Angebot ("Strandurlaub", "Ferien am See") an Bedeutung verlieren.

Die Nachfrageverlagerung zu den Städten und auch zu tourismusextensiven ländlichen Regionen ist Ausdruck einer deutlichen Umorientierung der Freizeitmärkte in Richtung höherer Qualität und Individualisierung des Reiseerlebnisses oder – allgemein ausgedrückt – "postmoderner" Konsum- bzw. Produktionsstrukturen.

Der "postmoderne" Konsument ist nur selten Stammgast, bevorzugt maßgeschneiderte Produkte und ist vor allem an gütermäßig erwerbbaaren Erlebnissen ("commodified experiences") interessiert. In diesem Sinne haben Städte eine relativ hochentwickelte "postmoderne" Produktionsstruktur mit flexiblen Herstellungstechnologien. Mit ihrem hohen Diversitätsgrad bieten sie nicht nur der Bevölkerung, sondern auch den Besuchern bzw. Touristen vielfache Möglichkeiten, kombinierte und differenzierte Erlebnisse zu konsumieren und Nutzengewinne zu realisieren.

Aufgrund von Agglomerationsvorteilen können in Städten relativ hohe Produktivitätsgewinne erzielt werden, die wieder Wachstums- und Innovationsprozesse generieren. Hohe Produktivitätssteigerungen sind auch Basis für attraktive Einkommenszuwächse, die wieder Anreize für kreative und dynamische Personengruppen bilden.

Die Städte sind Mittelpunkte für Kultur und Bildung und nutzen mit ihren relativen Produktionsvorteilen erfolgreich die Neu-Orientierung der Konsumenten. Diese neuen Städtetouristen wollen in einem kurzen Zeitraum optimal gebündelte Erlebnisse mit kulturellen und kulinarischen Komponenten sowie mit Unterhaltungs- und Shopping-Aspekten und hohem Erinnerungswert konsumieren. Städte können den Trend zur fortschreitenden Urbanisierung nutzen, da die meisten Städtetouristen selbst Städter sind, die multi-optionale Angebote bevorzugen.

Im Rahmen einer "neuen Sicht" der internationalen Beziehungen erfolgt im Tourismus ein Austausch von ähnlichen Produkten, aber verschiedenen Typen. So kommt es dabei z. B. aus österreichischer Sicht zu einem "Import" von Prag und "Export" von Wien. Der rege touristische Dienstleistungsaustausch im Städtetourismus wird neben der rasch fortschreitenden Urbanisierung auch durch die im Wachstumsprozess steigende Differenzierung der Bedürfnisse und Angebotsformen begünstigt.

Die Beliebtheit der Städte als Tourismusdestinationen und die hohen Zuwächse wurden auch durch die einfache Erreichbarkeit mit dem Flugzeug, Billigflugangebote und Infrastrukturinvestitionen sowie eine in der Regel großzügige touristische Suprastruktur unterstützt. Die Städte sind auch Nutznießer der Globalisierung bzw. der wachsenden Zahl von Gästen aus Fernmärkten, da diese eher städtische als ländliche Gebiete besuchen. Touristen aus Fernmärkten sind weitgehend Erstbesucher. Ihre Nachfrage verbessert das touristische Angebot, weil sie Träger neuer Informationen sind, die in die Produktgestaltung einfließen. Dadurch können die Städte gegenüber den ländlichen Gebieten mit hohem Stammgästeanteil Vorteile generieren.

Ein weiterer Vorteil der Städte ergibt sich durch die intensive Nutzung der städtischen Kultur- und Dienstleistungen durch Städtetouristen, obwohl die meisten dieser Angebote nicht für Touristen geschaffen wurden. Viele städtische Erlebnisse können als öffentliche Güter kostenlos oder unter dem potentiellen Marktpreis besichtigt werden. Ebenso begünstigt der starke Trend zu Kurzreisen die Städte, da diese einfach zu erreichen sind und über eine große Zahl hochwertiger Produkte verfügen, die in kurzer Zeit kombiniert genutzt werden können und daher einen hohen individuellen Erlebnisgehalt im Zuge von Kurzreisen bieten.

Die Destinationen in urbanen Agglomerationen werden vor diesem Hintergrund durch die Zunahme der Nachfrage nach städtischen Lebensformen weiter rasch an Bedeutung gewinnen. Durch die Zunahme der Besucher- und Einwohnerzahl ergibt sich auch die Notwendigkeit, die Transportinfrastruktur zu optimieren, die Qualität der Lebensräume zu steigern und die Energieversorgung in Richtung nichtfossiler Inputfaktoren zu lenken (OECD, 2013). Weiters müssten zur Verbesserung der Lebens- und Freizeitqualität die städtischen Ballungszentren entlastet und Zentren und Attraktionen an der Peripherie geschaffen werden.

Die Regionen in den extensiven ländlichen Gebieten könnten ihre künftige Position insofern verbessern, als sie ähnlich wie die Städte multi-optionale Angebotsformen schaffen, sodass die Touristen individuell kombinierbare Erlebnisse konsumieren kön-

nen. Vergleichbare Strategien wären auch für die tourismusintensiven Gebiete empfehlenswert, jedoch müsste in diesen Gebieten vorerst eine Strukturbereinigung im Tourismus durchgeführt werden.

## 5. Literaturhinweise

- Albouy, D., "Are Big Cities Bad Places to Live? Estimating Quality of Life Across Metropolitan Areas", NBER Working Paper, 2008, (14472).
- Artus, J., "An econometric analysis of international travel", IMF Staff Papers, 1972, 19, S. 579-614.
- Ashworth, G. J., "Urban tourism: an imbalance in attention", in Cooper, C. (Hrsg.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, Belhaven, London, 1989, S. 33-54.
- Ashworth, G., Page, St., "Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes", *Tourism Management*, 2011, 32(1), S. 1-15.
- Bauernfeind, U., Arsal, I., Aubke, F., Wöber, K., "Assessing the Significance of City Tourism in Europe", in Mazanec, J., Wöber, K. (Hrsg.), *Analysing International City Tourism*, 2. Ausgabe, Springer, Wien, 2010, S. 43-77.
- Chamberlin, E., *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1933.
- Crouch, G., "A meta-analysis of tourism demand", *Annals of Tourism Research*, 1995, 22(1), S. 103-118.
- Cuadrado-Roura, J. R., "The Location of Service Industries", in Cuadrado-Roura, J. R. (Hrsg.), *Service Industries and Regions: Growth, Location and Regional Effects*, Springer, New York, 2013, S. 253-284.
- Eurostat, "Urban-rural typology", *Statistics Explained*, 2012, [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Urban-rural\\_typology#](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Urban-rural_typology#)
- Fuchs, V., *The service economy*, NBER, Columbia University Press, New York, 1968.
- Glaeser, E., *The Triumph of the City*, Penguin, New York, 2011.
- Glaeser, E., Maré, D. C., "Cities and Skills", *Journal of Labor Economics*, 2001, 19(2), S. 316-342.
- Gray, H. P., *International Travel – International Trade*, Heath Lexington Books, Lexington, MA, 1970.
- Heeley, J., *Inside City Tourism – A European Perspective*, Channel View Publications, Bristol, 2011.
- Ioannides, D., Debbage, K., "Post-Fordism and Flexibility: The Travel Industry Polyglot", *Tourism Management*, 1997, 18(4), S. 229-241.
- Jameson, F., *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, Durham, NC, 1992.
- Költringer, C., Wöber, K., "Information Needs of City Travellers", in Mazanec, J., Wöber, K. (Hrsg.), *Analysing International City Tourism*, 2. Ausgabe, Springer, Wien, 2010, S. 109-126.
- Li, G., Song, H., Witt, S. F., "Recent developments in econometric modeling and forecasting", *Journal of Travel Research*, 2005, 44(1), S. 82-99.
- Linder, S. B., *An Essay on Trade and Transformation*, Almqvist & Wicksell, Stockholm, 1961.
- Loeb, P., "International travel to the United States: An econometric evaluation", *Annals of Tourism Research*, 1982, (9), S. 7-20.
- McCann, P., Oort, F., "Theories of agglomeration and regional economic growth: a historical review", in Capello, R., Nijkamp, P. (Hrsg.), *Handbook of Regional Growth and Development Theories*, Elgar, Cheltenham, 2009, S. 19-32.
- Melo, P., Graham, D., Noland, R., "A Meta-Analysis of Estimates of Urban Agglomeration Economies", *Regional Science and Urban Economics*, 2009, 39(3), S. 332-342.
- OECD, *Green Growth in Cities*, Paris, 2013.
- Porter, M., *The competitive advantage of Nations*, New York, 1990.
- Quigley, J. M., "Urbanization, Agglomeration and Economic Development", in Spence, M., Annez, P. C., Buckley, R. M. (Hrsg.), *Urbanization and Growth*, Commission on Growth and Development, The World Bank, Washington, DC, 2009, S. 115-132.
- Rosenthal, S., Strange, W., "Evidence on the Nature and Sources of Agglomeration Economies", in Henderson, J. V., Thisse, J. F. (Hrsg.), *Handbook of Urban and Regional Economics*, Elsevier, Amsterdam, 2004, (4), S. 2119-2171.
- Schiff, A., Becken, S., "Demand elasticity estimates for New Zealand tourism", *Tourism Management*, 2011, 32(3), S. 564-575.
- Smeral, E., *Das österreichische Beherbergungs- und Gaststättengewerbe im regionalen Vergleich*, Studie des WIFO im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend, Wien, 2008.
- Smeral, E., "The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism", *Journal of Travel Research*, 2009, 48(1), S. 3-13.
- Smeral, E., "Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks", *Journal of Travel Research*, 2010, 49(1), S. 31-38.
- Smeral, E., "International Tourism Demand and the Business Cycle", *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(1), S. 379-400.

- Smeral, E. (2013A), *Tourismus 2025: Entwicklungsperspektiven und Strategien für den ländlichen Raum*, WIFO, Wien, 2013, <http://www.wifo.ac.at/wwa/pubid/47070>.
- Smeral, E. (2013B), "Forecasting International Tourism with Due Regard to Asymmetric Income Effects", *Tourism Economics*, Oktober 2013.
- Smeral, E., "Forecasting City Tourism", *Tourism Analysis*, 2014.
- Smeral, E., Song, H., "Varying Elasticities and Forecasting Performance", *International Journal of Tourism Research*, 2013, (DOI: 10.1002/jtr.1972).
- Song, H., Li, G., "Tourism demand modeling and forecasting – A review of recent research", *Tourism Management*, 2008, 29(2), S. 203-220.
- Song, H., Lin, S., Witt, S. F., Zhang, X., "Impact of Financial/Economic Crisis on Demand for Hotel Rooms in Hong Kong", *Tourism Management*, 2011, 32(1), S. 172-186.
- Song, H., Witt, S. F., *Tourism Demand Modeling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*, Pergamon, Oxford, 2000.
- Song, H., Wong, K., "Tourism demand modeling: A time-varying parameter approach", *Journal of Travel Research*, 2003, 42(1), S. 57-64.
- Stabler, M., Papatheodorou, A., Sinclair, Th., *The Economics of Tourism*, Routledge, London, 2010.
- UNWTO, *Global Report on City Tourism*, World Tourism Organization, Madrid, 2012.
- Wöber, K., "Standardizing City Tourism Statistics", *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(1), S. 51-68.
- Woodside, A. G., Pearce, B., Wallo, M., "Urban Tourism: An Analysis of Visitors to New Orleans and Competing Cities", *Journal of Travel Research*, 1989, 27(3), S. 22-30.