

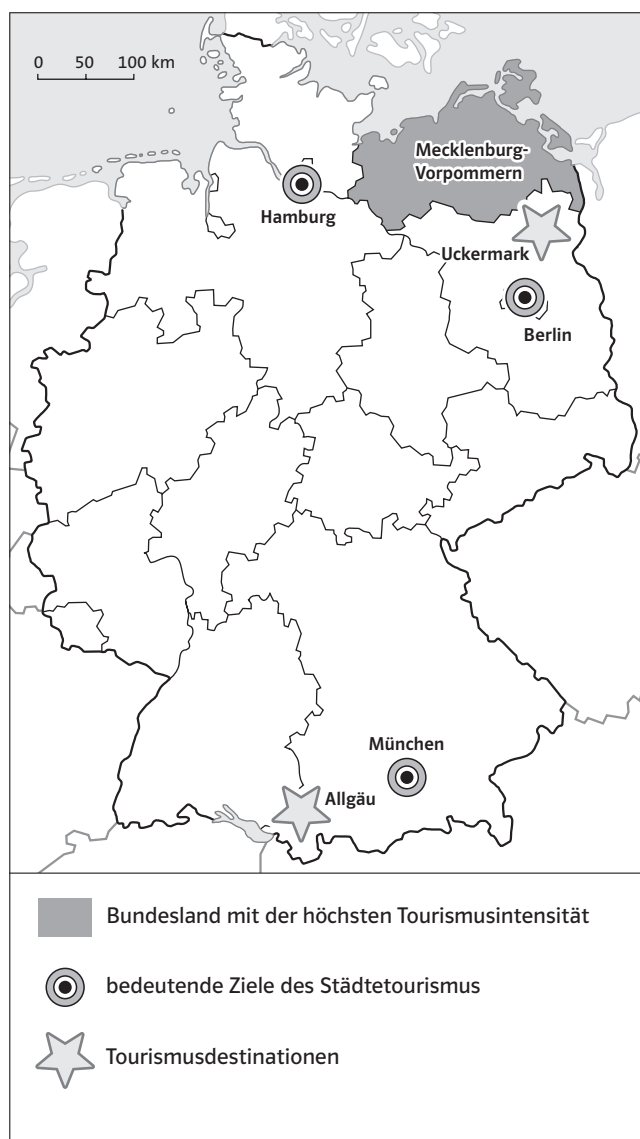
# Kompetenzen überprüfen

Lösungshinweise

Seite 104 und 105

## Räumliche Orientierung

- 1 Lokalisieren Sie in einer Deutschlandkarte (abrufbar unter dem Online-Code 3k6nd9)
  - a) das Bundesland mit der höchsten Tourismusintensität,
  - b) die drei bedeutendsten Ziele des Städtetourismus,
  - c) die Tourismusdestinationen Uckermark und Allgäu.



1

## Fachwissen

- 1 Beschreiben Sie die Entwicklung des Tourismus in Deutschland.  
Seit 1992 ist die Zahl der Gästeankünfte in Deutschland konstant gestiegen – von damals unter 100 Mio. auf fast 175 Mio. im Jahr 2015. Auch international nimmt Deutschland als Tourismusdestination eine herausragende Stellung ein, indem es bei

den weltweit meistbesuchten Reisezielen ausländischer Touristen an achter Stelle liegt, nahezu gleichauf mit Großbritannien. Dennoch ergeben sich hinsichtlich des Tourismus in Deutschland deutliche Unterschiede zwischen einheimischen Touristen und ausländischen. So liegt beispielsweise die Zahl der Übernachtungen in Deutschland bei rund 440 Mio., doch sind davon ca. 360 Mio. Deutsche und „nur“ 79 Mio. ausländische Touristen. Ein gleiches Bild zeigen die Einnahmen aus dem Fremdenverkehr. Grundsätzlich ist der Tourismus ein erheblicher Wirtschaftsfaktor mit fast 280 Mrd. Euro Einkünften im Jahr 2013, das waren 4,4% am BIP. Hinzu kommt seine Bedeutung für den Arbeitsmarkt, die mit allen vor- und nachgelagerten Branchen bei 12% lag.

- 2 Erläutern Sie den Unterschied zwischen „gesamten Übernachtungszahlen“ und „Tourismusintensität“. Der erste Begriff erfasst alle Übernachtungen, die durch Touristen in einem Bundesland oder auch in einer Stadt in einem Jahr erfolgen. In Deutschland ist hier z. B. Bayern eindeutig führend. „Tourismusintensität“ dagegen bezieht die Zahl der Übernachtungen auf je 1000 Einwohner. Das heißt, dass eine nicht so hohe absolute Übernachtungszahl bei geringer Bevölkerungszahl einer Destination dennoch zu einer hohen Intensität führen kann – wie dies bei Mecklenburg-Vorpommern der Fall ist. Mit der Intensität nimmt auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Region zu.

- 3 Nennen Sie Nachteile des Städtetourismus für die ansässige Bevölkerung.  
In der Regel profitiert eine Stadt vom Tourismus; Einnahmen werden generiert und Arbeitsplätze geschaffen. Nachteile gibt es dagegen nicht viele, sie können aber für die Bewohner eine Rolle spielen, z. B.:
  - Vermüllung und Verschmutzung von Straßen und Plätzen
  - Lärmbelästigung vor allem nachts, z. B. durch Außengastronomie
  - Entstehung einer Art „Ballermann-tourismus“ an besonders „angesagten“ Stellen, wie z. B. in Teilen von Berlin-Friedrichshain

- 4 Charakterisieren Sie Erwartungen, die ein Raum wie die Uckermark mit einem touristischen Aufschwung verbindet. Die Erwartungen gehen primär in eine ökonomische Richtung, mit erhofften demografischen Folgewirkungen. Primär geht es darum, die schlechte Wirtschaftsstruktur durch einen modernen, starken Wirtschaftszweig, wie es der Fremdenverkehr ist, zu verbessern. Das schafft Einkommen und neue Arbeitsplätze, sowohl unmittelbar im Tourismus als auch in vor- und nachgelagerten Branchen. Durch eine verbesserte ökonomische Situation könnte es dann gelingen, die fatale Abwanderung zu stoppen, die den Raum entleert und für Investoren noch unattraktiver werden lässt.

5 Erklären Sie, was man unter dem Begriff „sanfter Tourismus“ versteht.

Beim sanften Tourismus handelt es sich um eine nachhaltige Form des Fremdenverkehrs. Er versucht, besonders auf ökologische Folgen Rücksicht zu nehmen. Die Landschaft bildet zwar die Grundlage, sie soll aber durch einen natur- und landschaftsnahen Tourismus möglichst geschont werden. Zu den ökologischen Rücksichtnahmen kommen auch noch soziale und wirtschaftliche, indem z. B. traditionelle Sozialstrukturen berücksichtigt und nicht zerstört werden sollen.

6 Stellen Sie am Beispiel des Fellhorns (Allgäu) Maßnahmen zum Naturschutz und ihre Grenzen dar.

Am Fellhorn zeigten sich in den 1980er-Jahren in den schneefreien Zeiten starke Erosionserscheinungen im Bereich der Abfahrtspisten. Man hat bereits in den 1990er-Jahren darauf reagiert und diese Bereiche saniert bzw. rekultiviert, um der Abtragung entgegenzuwirken. Die Abfahrten wurden dabei an andere Stellen verlegt. Gleichzeitig sperrte man bestimmte Bereiche ganz für den Skitourismus (z. B. Wildschutzgebiete), führte Beschränkungen für Tiefschneefahrten ein und untersagt ab dem Unterschreiten einer bestimmten Schnee-Mindesthöhe das Skifahren ganz. Alle diese Maßnahmen stellen einen deutlichen Naturschutz dar. Allerdings muss man sagen, dass man sich im Wettbewerb mit anderen Gebieten, die solche Maßnahmen nicht durchführen, zumindest kurz- und mittelfristig selbst schlechter stellt. Hier tut sich eine ökonomische Grenze des Landschaftsschutzes auf, wenn es um Touristenzahlen und Einkommen geht.

## Methoden

1 Diagramme (M3) auswerten:

a) Beschreiben Sie die beiden Diagramme zum Westerland-Tourismus 2014.

Westerland ist der größte Ort auf Sylt, Deutschlands bedeutendste Ferieninsel in der Nordsee (nordfriesische Inseln), die zu Schleswig-Holstein gehört. Das obere Diagramm (Diagramm A) zeigt die Herkunft der Urlaubsgäste in Westerland: Ausländische Touristen spielen mit 5566 Personen von 393730 Besuchern insgesamt praktisch keine Rolle. Bei den Inlandtouristen fällt die starke Bedeutung Nordrhein-Westfalens mit über 106000 Gästen auf. Nimmt man die nahe gelegenen Bundesländer Niedersachsen und Schleswig-Holstein hinzu, dann kommen rund 60% aller Inselgäste aus diesen drei Bundesländern. Ergänzt wird die Herkunft durch die Altersstruktur der Touristen im zweiten Diagramm (Diagramm B). Auch hier gibt es insofern eine Auffälligkeit, als dass ca. 70% über 40 Jahre alt sind, und ein Drittel sogar über 60 Jahre alt ist. Der typische Sylt-Tourist hat also ein relativ hohes Durchschnittsalter, während Kinder, vor allem solche unter 10 Jahren, kaum eine Rolle spielen.

b) Erläutern Sie die Konsequenzen, die sich aus der Altersstruktur für die touristische Ausstattung dieser größten Destination der Insel ergeben.

Bedenkt man, dass Sylt insgesamt zu den teureren Urlaubszielen gehört, dann muss die touristische Infrastruktur also auf im Durchschnitt ältere, finanziell gut gestellte Gäste ausgerichtet sein. Das bedeutet im Einzelnen z. B.:

- hohe Zahl an überdurchschnittlich ausgestatteten Unterkünften (Vier- oder Fünf-Sterne-Hotels, sehr gute bis luxuriöse Ferienwohnungen)
- gute Restaurants und Bars
- qualitativ hochwertige Geschäftsangebote
- gute Erreichbarkeit aller Einrichtungen (kurze Wege, Taxen, Fahrdienste)
- spezielle Infrastruktur für Menschen über 70, wie z. B. Reha-Möglichkeiten, Kurkliniken o. Ä.
- Wellness- und Wasserangebote im Ort selbst (Strand alleine reicht nicht)

## Kommunikation

1 Tourismus in Ihrer Region:

a) Führen Sie eine Recherche zum Tourismus in Ihrer Heimatregion durch (touristische Strukturen und Angebote, Ankünfte und Übernachtungen, Herkunft der Gäste etc.)

Individuelle Schülerlösung. Um diese Aufgabe zu erfüllen, gibt es drei grundlegende Recherchemöglichkeiten:

- Erstens kann man das Internet nutzen. Dies ist vor allem dann angebracht, wenn Sie in einer Tourismusregion leben, über die sich im Internet umfangreiche Informationen finden. Das kann ein Raum wie das Allgäu, die Lüneburger Heide, die Romantische Straße oder die Eifel sein, aber auch eine Stadtregion mit nennenswertem Tourismus. Hierzu zählen neben etlichen Großstädten auch kleinere mit besonderen Attraktionen, wie z. B. Heidelberg, Weimar oder Münster.
- Zweitens empfiehlt sich der Gang zu den Institutionen, die für den Tourismus in Ihrer Region oder in Ihrer Stadt zuständig sind: Touristen-Information, Kur- und Werbeamt, Amt für Wirtschaftsförderung etc.
- Drittens ist schließlich auch die Information bei direkt im Tourismus tätigen Akteuren sinnvoll, wenn es solche vor Ort gibt. Das kann ein Hotelier oder Gastronom sein, ein Liftbetreiber oder Skilehrer, ein Stadtführer oder ein Kapitän eines Ausflugsschiffs ...

b) Gestalten Sie zu den Ergebnissen für Ihren Kurs eine Präsentation.

Individuelle Schülerlösung. An vier Hinweisen sollten Sie bei der Erstellung einer PowerPoint-Präsentation (o. Ä.) denken:

- Die Präsentation soll nicht zu viel Text enthalten; sie ersetzt nämlich nicht den Vortrag.
- Im Mittelpunkt müssen Fakten zum Untersuchungsraum (und hier besonders zu seiner wirtschaftlichen Struktur und Situation) stehen – auch als Tabellen oder Diagramme.
- Die Präsentationsfolien sollten auf jeden Fall Bilder von signifikanten Funktionen / Objekten enthalten.
- Am Anfang oder als Synthese am Ende empfiehlt sich eine Karte oder Kartenskizze des Untersuchungsraums.

**Beurteilen und bewerten**

**1** Material 2 enthält drei Schlagzeilen aus dem Jahr 2012. Diskutieren Sie Vor- und Nachteile eines touristischen Booms, wie Sylt ihn seit den 1990er-Jahren erlebt.

Als **Vorteile** können in der Diskussion genannt werden:

- knapp 400 000 Touristen jährlich alleine in Westerland plus in den anderen Orten schaffen zahlreiche Arbeitsplätze
- die Einkommen der Menschen steigen, die Branchenvielfalt für Beschäftigte nimmt stark zu
- die Infrastruktur erfährt eine starke Aufwertung
- Gemeinden wie Westerland steigern ihre Gewerbesteuer-einnahmen, mit denen sie neben touristischer Infrastruktur auch Landschafts- und Küstenschutz finanzieren können

**Nachteile** sind z. B.:

- Grundstücks- und Mietpreise steigen stark und verdrängen die ursprüngliche Inselbevölkerung
- die Insel überaltert, da vor allem junge Menschen mit noch geringem Einkommen aufs Festland ziehen (müssen)
- Infrastruktur für Kinder und Jugendliche wird zunehmend überflüssig, was die Zukunftsperspektiven der Insel insgesamt beeinträchtigt
- die Insel begibt sich in eine ökonomisch einseitige Abhängigkeit vom (Luxus-) Tourismus mit allen Risiken, die eine Monostruktur immer beinhaltet.

**2** „Der sogenannte sanfte Tourismus kann nie entscheidend über ein Nischendasein hinauskommen.“ Beurteilen Sie diese Aussage.

Es ist ohne Zweifel sinnvoll, Projekte des sanften Tourismus zu initiieren. Sie können idealerweise in einer ganzen Region versucht werden oder aber auch in punktuellen Bereichen – sie kommen der Landschaft zugute. Das Problem für den sanften Tourismus liegt allerdings darin, dass Tourismus ein Massenphänomen ist. Bedenkt man, dass schon einzelne Räume wie Berlin oder das Allgäu 12 bzw. 10 Millionen Übernachtungen jährlich aufweisen, dann sind diese Gästezahlen wohl eher mit den Strukturen des Massentourismus zu bewältigen, egal ob es sich um Unterkünfte, Verkehrsinfrastruktur oder Erlebnisangebote handelt. Solange sich Tourismus also ganz überwiegend in „Massen-Dimensionen“ abspielt, kann der sanfte Tourismus kaum über ein Nischendasein hinauskommen. Es sei denn, es findet bei den Touristen selbst ein größeres Umdenken statt – dies wäre die einzige Möglichkeit, das „nie“ in der Behauptung einzuschränken.