Verfolgen Städtetourismus und Schulbuchautor/innen ähnliche Strategien?

Lukas Kraft

l.kraft@student.uibk.ac.at, Institut für Geographie , Universität Innsbruck, 6020 Innsbruck

1 Zum Thema Städtetourismus

Unzählige wissenschaftliche Publikationen, Zeitungsberichte sowie amtliche Beherbergungs- und Nächtigungsstatistiken verdeutlichen das Wachstum und die dynamische Entwicklung des Städtetourismus in den letzten Jahrzehnten (vgl. Freytag & Popp 2009). Durch die zunehmende Bedeutung des Städtetourismus hat sich dieser in den letzten Jahren als ein maßgeblicher Wirtschaftsfaktor für Städte und Metropolen etabliert. Vor allem in den europäischen Großstädten – zu diesen zählen Städte ab 100 000 Einwohner/innen – stieg seit Mitte der 1990er Jahre die Zahl der touristischen Übernachtungen kontinuierlich um etwa 3 % pro Jahr (vgl. Freytag 2007). Von 1995 bis 2005 ist der Städtetourismus um ca. ein Drittel gestiegen (vgl. Freytag & Popp 2009: S. 4). Selbst während der globalen Finanz- und Wirtschaftsdepression erwies sich der Städtetourismus bzw. die Tourismusbranche im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren als resistent und krisensicher.

Die Hauptgründe für diese positive Entwicklung sind einerseits gestiegener Wohlstand, zunehmendes Bildungsniveau sowie sozioökonomische Veränderungen im Reiseverhalten (statt einem ausgedehnten Urlaub im Jahr bevorzugt man heute mehrere Kurzurlaube). Andererseits wird vor allem der explosionsartigen Expansion von Billigfluglinien in den letzten 20 Jahren eine immer bedeutendere Rolle im Bezug auf den Städtetourismusboom zugeschrieben (vgl. Freytag 2007).

Parallel zum Erfolg, den die Städte durch die steigende touristische Nachfrage erzielten, haben sich in den letzten Jahren auch vielfältige Herausforderungen herauskristallisiert. Neben dem verschärften Wettbewerb zwischen konkurrierenden städtischen Destinationen zeigen sich vor allem in historischen Städten deutliche Überlastungserscheinungen, welche auf das Besucher- und Verkaufsaufkommen zurückzuführen sind. Die größte Herausforderung liegt jedoch mit Sicherheit in dem ständig steigenden Anspruch der Besucher/innen. Daher ist aus touristischer Sicht das oberste Ziel einer Stadt ein klares, attraktives und vor allem einzigartiges Profil zu entwickeln, um im internationalen Wettbewerb des Tourismus von potenziellen Besucher/innen überhaupt wahrgenommen zu werden. Diese Profilierung von städtischen Destinationen im internationalen Tourismus kann durch unterschiedliche Wettbewerbsstrategien umgesetzt werden (vgl. Steinecke 2006).

Die drei vorangegangenen Absätze beschreiben im Wesentlichen das Thema meiner Schulbuchdoppelseite mit dem Titel *„Städtetourismus – Ein neuer Trend?"*. Während sich der erste Teil meiner Schulbuchdoppelseite in erster Linie mit der Frage beschäftigt, ob das boomende Phänomen des europäischen Städtetourismus auch auf nationaler Ebene in Österreich zutrifft, oder ob Städtereisen – ein Teilbereich im großen Spektrum touristischer Aktivitäten – im Allgemeinen vom dynamischen Wachstum der Tourismusbranche profitieren, beschäftigt sich der zweite Teil mit den Hauptursachen

an Hand welcher dieser positive Trend erklärt werden kann. Der dritte Teil konzentriert sich inhaltlich auf die speziell im Zuge des verschärften Wettbewerbs immer mehr an Bedeutung gewinnenden Marketing- und Managementstrategien der einzelnen Destinationen. Am Ende der Doppelseite verlassen wir Österreich, um am konkreten Beispiel Venedigs die negativen Seiten des Städtetourismus aufzuzeigen.

2 Ausgangslage

Bevor ich die Schulbuchseite im Detail analysiere, werden noch grundlegende Basics zur Erstellung dieser Geographie-Schulbuchdoppelseite angeführt. Diese bilden wichtige Rahmenbedingungen für die Konzeption der Doppelseite und sollen für ein besseres Verständnis sorgen.
Bei der Erstellung dieser Doppelseite wurde darauf geachtet, dass Lernbuchelemente sowie Arbeitsbuchelemente ungefähr im gleichen Ausmaß vorhanden sind. Daher können diese zwei Seiten im Bezug auf den Schulbuchtyp einem kombinierten Arbeits- und Lernbuch zugeordnet werden. Aus diesem Grund kann meine Doppelseite durchaus als Begleitmedium im Unterricht dienen. Jedoch liegt der Schwerpunkt der Ergebnissicherung nicht in den Texten, sondern vielmehr in der Bearbeitung von Arbeitsaufgaben, welche in erster Linie mit der Verwendung von Materialen (Abbildungen, Statistiken, Zeitungsartikel etc.) zu lösen sind. In anderen Worten, es wird versucht zahlreiche Materialien und zusammenfassende Ergebnisse auf dieser Doppelseite zu integrieren (vgl. Rinschede 2007).
Das Thema der Doppelseite kann im AHS-Lehrplan am ehesten dem Lernstoffgebiet „Wirtschaftsstandort Österreich" in der 7. Schulstufe zugeordnet werden und setzt ein gewisses Maß an Vorwissen voraus. Die Eingliederung dieser Geographie-Schulbuchdoppelseite in einem BHS-Lehrbuch ist auch durchaus vorstellbar. Der Basislehrstoff der 2. Schulstufe HAK umfasst das Themengebiet „Österreich im europäischen und globalen Kontext" und könnte demnach diese Schulbuchdoppelseite gut integrieren. Die Texte, Abbildungen und Arbeitsaufgaben meiner Doppelseite wurden so ausgewählt bzw. konzipiert, dass sie dem Alter und Anforderungsgrad der Schüler/innen entsprechen.
Da ich mich mit dem Thematik des Städtetourismus in Europa schon im Rahmen eines Seminars genauer beschäftigt habe, war die Entscheidungsfindung für dieses Thema unkompliziert und hat sich schnell ergeben. Das wahrscheinlich bedeutendste Auswahlkriterium für das Thema meiner Schulbuchdoppelseite war dessen Aktualität. Während meiner Nachforschungen für die Schulbuchdoppelseite bin ich auf sehr viele aktuelle Zeitungsartikel, Statistiken sowie wissenschaftliche Beiträge zum Thema Städtetourismus gestoßen. Weiters umfasst der Titel der Doppelseite „Städtetourismus – Ein neuer Trend?" ein Thema, zu dem jeder Schüler / jede Schülerin einen persönlichen Bezug und Zugang hat. Jede/r in der Klasse hat eigene Erfahrungswerte zum Thema und kann diese in den Unterricht mit einbringen.

3 Die etwas andere Analyse…

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, welche der Analyse von Schulbüchern dienen. Neben Stein (zitiert nach Sitte 2001), welcher das Geographie-Schulbuch in drei Hauptfunktionen gliederte (Politikum, Pädagogikum & Informatorium), ist vor allem Hackers Ansatz (1980) zu nennen. Dessen Evaluierung der Schulbücher orientiert sich an einem stark konkretisierten Funktionskatalog, welcher unter anderem in folgende Bereiche eingeteilt werden kann: Motivationsfunktion, Differenzierungsfunktion, Übungs- und Kontrollfunktion, Strukturierungsfunktion usw.
Zur Analyse meiner Geographie-Schulbuchdoppelseite möchte ich nicht auf diese bewährten Bewertungsansätze zurückgreifen. Vielmehr ist ein Ziel dieser Arbeit zu zeigen, dass Ansätze von Marketingstrategien zur Profilierung von städtischen Destinationen im internationalen Wettbewerb auch durchaus für die Erstellung und Bewertung dieser Geographie-Schulbuchseite adaptierbar und erfolgreich anwendbar sind. Dennoch muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass die folgende Betrachtungsweise sowohl für Autor/innen als auch für Nutzer/innen von Schulbüchern aufschlussreich sein kann, auch wenn dies streng genommen kein wissenschaftlicher Analyseansatz ist. Die folgenden Unterkapitel geben Teile des Textes der Schulbuchdoppelseite wieder und zeigen zusätzlich das didaktische Gerüst, das sich hinter Texten, Abbildungen, Arbeitsaufgaben und Layout verbirgt.

3.1 Die Spezialisierung

Eine der häufigsten Profilierungsstrategien des städtischen Angebots ist eine konsequente **Spezialisierung**. Dabei greifen städtische Tourismusverbände zumeist auf vorhandene infrastrukturelle bzw. architektonische sowie kulturelle und historische Gegebenheiten der jeweiligen Stadt zurück.
Im Bezug auf die Schulbuchdoppelseite kann man bei genauerer Betrachtung und tieferer Reflexion Spezialisierungen in vielen verschiedenen Formen und Umsetzungsweisen erkennen. Zunächst kann das Thema und der Titel der Doppelseite schon als Spezialisierung angesehen werden. Der Titel „Städtetourismus – Ein neuer Trend in Österreich?“ ist relativ spezifisch und lässt schon vermuten, dass diese Schulbuchdoppelseite so konzipiert ist, dass die Schüler/innen auf vorhandenes Vorwissen zurückgreifen müssen. Eine weitere Spezialisierungsstrategie, die diese Geographie-Schulbuchseite verfolgt, ist die Überleitung vom generell Fernen zum spezifisch Nahen. Beispielsweise beschreibt die Doppelseite zu Beginn die aktuellen Entwicklungen des Städtetourismus auf europäischer Ebene, bevor sich die Analyse auf Österreich konzentriert. Auch mehrere Arbeitsaufgaben versuchen, den allgemeinen Inhalt des Textes jeweils auf die vertraute Umgebung der Schüler/innen umzusetzen, um so das Verständnis zu verbessern und die Attraktivität der Aufgabe zu erhöhen.

1. Nennen Sie jeweils zwei aktuelle Beispiele in Ihrer jeweiligen Landeshauptstadt, welche auf die Begründungen a & b zutreffen.
2. Orientieren Sie sich an den oben genannten Marketingstrategien und kreieren Sie Ihr persönliches Marketingkonzept für Ihren Heimatort. Präsentieren Sie dieses Konzept in der Klasse und begründen Sie dabei den Einsatz Ihrer Strategien.

3.2 Die Personalisierungsmethode

Eine weitere Marketingmaßnahme im Kontext des Städtetourismus ist die sogenannte **Personalisierungsstrategie**. Dabei wird auf berühmte historische Persönlichkeiten zurückgegriffen, welche in der Stadt geboren wurden, gelebt haben oder gestorben sind.
Die Umsetzung dieser städtetouristischen Strategie trifft in gewisser Weise auch auf meine Schulbuchdoppelseite zu. In diesem Fall verkörpert Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner die Personalisierungsstrategie. Da diese Person nicht berühmt ist, könnte man die Personalisierungsstrategie abschwächen und zumindest von einer Personifizierungsstrategie sprechen. Jedoch ist weniger seine Abbildung als vielmehr seine Aussage ein zentrales Element der Doppelbuchseite.

Abb. 1: Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner mit Zitat (Quelle: Die Presse vom 03.10.2010, S. 20.)

Diese in einem Zeitungsinterview erschienene Aussage des Tourismusdirektors, welche mit der markanten Aussage „Es ist das Zeitalter der Städte" (Imlinger 2010) endet, stellt die wesentliche These der Doppelseite dar. Diese dient in erster Linie als Impuls zur Motivation des Eigeninteresses der Schüler/innen. An dieser Stelle ist wichtig zu erwähnen, dass eine Vielzahl an Segmenten (Abbildungen, Aufgabenstellungen etc.) der ersten Seite so ausgerichtet sind, dass die von Norbert Kettner aufgestellte Behauptung überprüft werden kann.

3.3 Vernetzungsstrategien

Neben dem primären Ziel der Städte, ein einzigartiges und attraktives Profil zu kreieren, ist es ebenfalls von großer Bedeutung ein vielfältiges Freizeit- und Kulturprogramm zu bündeln und es den Gästen als übersichtliches, leicht buchbares Produkt anzubieten. Um diese Herausforderung bewältigen zu können, kommen in den Städten verschiedene Formen von **Vernetzungsstrategien** zum Einsatz.
Auch beim Erstellen meiner Schulbuchseite war eines der vorangingen Ziele ein abwechslungsreiches und vielseitiges Produkt zu erstellen, dessen Layout und inhaltliche Umsetzung möglichst viele Schüler/innen unterschiedlicher Lerntypen ansprechen soll. Das vielseitige Angebot ergibt sich aus den Arbeitsaufgaben, welche alle drei Anforderungsbereiche abdecken. Zusätzlich sind die Aufgaben so konzipiert, dass sie vor allem Unterrichtsverfahren einbeziehen, die zu einer eigenständigen und kritischen Informationsverarbeitung führen.

Hierbei sind

- das Darstellen, Beurteilen und kritische Bewerten von Medien, Graphiken und Daten,
- das Verstehen der Zusammenhänge des Raumes mit Gesellschaft und Wirtschaft
- sowie das eigenständige Erstellen von Verkaufs- und Vermarktungsstrategien

hervorzuheben.

Trotz dieses reichhaltigen Angebots, welches neben sechs Arbeitsaufgaben noch sieben Abbildungen umfasst, wurden der Text, die Arbeitsaufgaben und die Materialien so gebündelt, dass die Schüler/innen auf ein übersichtliches und auf das Wesentliche fokussierte Produkt zurückgreifen können. Essentiell in diesem Zusammenhang zu nennen ist die Einteilung der Seite in eine Hauptspalte (Text, Abbildungen und Arbeitsaufträge) und eine Randspalte (nützliche und interessante Zusatzinformation über Internetseiten, Methoden, Begriffe etc.). Um den Schüler/innen die Orientierung im Text zu erleichtern, wurden wichtige Wörter oder Daten fett vorgehoben. Im Bezug auf die Übersicht und Strukturierung der Seite nimmt die Vereinheitlichung von Seitenbausteinen eine bedeutende Rolle ein. Ein Beispiel dafür wäre die grafische Umsetzung von Arbeitsaufgaben. Die grüne Umrahmung sowie die im Hintergrund angedeutete Skizzierung einer Skyline sind direkt mit dem Konzept der Arbeitsaufgaben verbunden. Ähnlich ist es mit Internethinweisen, welche einheitlich von einem dunkelblauen Kästchen umgeben sind.

3.4 Limitierungsstrategie

Die letzte städtetouristische Strategie ist die **Limitierungsstrategie**. Dabei wird versucht, sowohl durch zeitliche als auch durch bewusste Angebotsbegrenzung den Besucher/innen das Gefühl von Einzigartigkeit zu vermitteln. Als bevorzugtes Instrument für diese Strategie werden Events jeglicher Art herangezogen. Für die Städte besonders relevant sind Sport- und Kulturevents.

Da eine Schulbuchseite und ein gesamtes Schulbuch keinen Anspruch an inhaltliche Vollständigkeit stellen, ist die Reduktion des Inhalts, der durch das Medium Schulbuch kommuniziert wird, äußerst wichtig. Der ausgewählte Inhalt sollte das Interesse bei Schüler/innen wecken, informativ sein, für das weitere Verständnis des Themas motivieren und als eines von vielen Medien im Unterricht dienen. Um Impulse zu setzen, die von Rinschede (2007) als sehr wertvoll eingestuft werden Schülerimpuls, habe ich beispielsweise im Titel der Schulbuchdoppelseite „Städtetourismus – Ein neuer Trend?“ eine Fragestellung eingebaut. Auch die einzelnen Textbausteine sind so konzipiert, dass sie nur das nötigste Wissen zum Verständnis des Themas vermitteln. Das Anführen der wichtigsten Gründe, welche verantwortlich für den allgemeinen Boom des Städtetourismus sind, wäre ein Beispiel für die textliche Reduktion auf meiner Doppelseite. Auch das vorher erwähnte Zitat des Wiener Tourismusdirektors ist inhaltlich auf das Wesentliche beschränkt und weckt zusätzlich den Schülerimpuls, die Aussage selbständig zu überprüfen.

4 Arbeitsaufträge

Nach dieser recht unkonventionellen und allgemeinen didaktischen Analyse, bei welcher gängige Marketing- und Wettbewerbsstrategien für die Erstellung einer Schulbuchdoppelseite adaptiert wurden, möchte ich in diesem Kapitel die einzelnen Arbeitsaufgaben näher beschreiben. Neben den jeweiligen didaktischen Überlegungen werden auch mögliche Lösungsansätze zu den einzelnen Arbeitsaufgaben angeführt.

Zu Arbeitsaufgabe 1:
Erstellen Sie mit den Daten von Abb. 2 zwei Diagramme. Illustrieren Sie in dem ersten die Entwicklung der touristischen Übernachtungen für ganz Österreich und zeigen Sie im zweiten die Entwicklung der Übernachtungen in Österreichs Landeshauptstädten. (Tipp: das Methodenkästen am linken Rand hilft Ihnen bei der Umsetzung).

Diese Aufgabe zielt in erster Linie auf die Methodenkompetenz der Schüler/innen ab. Konkret sollen die Schüler/innen die Daten der Abbildung 2 kritisch bewerten und in weiterer Form in eine passende Grafik umwandeln. Als Unterstützung für die Umsetzung dieser Aufgabe dient ihnen ein zusätzliches Methodenkästchen, welches in der Randspalte zu finden ist und wichtige Hinweise und Tipps beinhaltet. Eine weitere Besonderheit der Aufgabe liegt in der Variabilität ihrer Durchführung. Entweder skizzieren die Schüler/innen die Aufgabe im Heft oder setzen sie mit Hilfe von Excel am Computer um. Vom Schwierigkeitsgrad kann diese Aufgabe in den Anforderungsbereich 2 eingeordnet werden. Dieser Bereich umfasst unter anderem das Reorganisieren von fachspezifischen Inhalten. Die Lösung dieser Arbeitsaufgabe ist gekoppelt mit Aufgabe 7 und wird am Schluss des Kapitels erläutert.

Zu Arbeitsaufgabe 2:
Nennen Sie jeweils zwei aktuelle Beispiele in Ihrer jeweiligen Landeshauptstadt, welche auf die Begründungen a & b zutreffen.

Generell geht es bei der Bearbeitung dieser Aufgabenstellung um die Gründe, welche verantwortlich für die Zunahme des Städtetourismus sind. Im Textsegment der ersten Seite werden genau diese Ursachen beschrieben, jedoch obliegt es nun dem Schüler/der Schülerin aktuelle Beispiele für seine/ihre Landeshauptstadt zu finden. Den Transfer vom allgemeinen Wissen hin zu konkreten Beispielen, zu denen die Schüler/innen einen persönlichen Bezug haben, wirkt meiner Meinung nach motivierend und hilft das Gelernte länger im Kopf zu behalten. Vom Schwierigkeitsgrad würde ich die Aufgabe zwischen dem 1. und 2. Anforderungsbereich einordnen, da der Operator „nennen" aus dem ersten Bereich stammt, die Aufgabe selber jedoch nicht die Reproduktion von Inhalt, sondern die Reorganisation von Inhalt ins Zentrum stellt. Mögliche Lösungsansätze wären für Innsbruck: Begründung a → Fußgängerzone Maria Theresien-Straße, neue Hungerburgbahn; Begründung b → Jugendolympiade, Internationales Film Festival Innsbruck.

Zu Arbeitsaufgabe 3:
Vergleichen Sie die von Ihnen erstellten Diagramme und überprüfen Sie dann die Korrektheit der Aussage des Wiener Tourismusdirektors.

Diese Aufgabe der Geographie-Schulbuchdoppelseite knüpft an die ersten zwei Arbeitsaufträge an und hat die primäre Funktion, den didaktischen Bogen über den ersten Teil der Doppelseite zu spannen. Zusätzlich erhält man durch das Lösen der Aufgabe die Antwort auf die zentrale These der Buchseite. Besonders aus diesem Grund ist diese Aufgabenstellung von großer Bedeutung. Die Schüler/innen sollten beim Vergleich der von ihnen erstellten Diagramme erkennen, dass sich die Nächtigungen in Österreichs Landeshauptstädten in den letzten Jahren positiver entwickelten als die generellen Nächtigungszahlen für ganz Österreich. Somit hat man bewiesen, dass der Städtetourismus ein eigenständiger Trend ist, der nicht ausschließlich vom allgemeinen Erfolg des Tourismus profitiert. Auch die Aussage von Wiens Tourismusdirektor über die doppelt so starken Zuwachsraten im Bereich des Städtetourismus kann bei näherer Betrachtung für richtig erklärt werden. Aus der Statistik bzw. den Diagrammen geht besonders evident hervor, dass sich der Städtetourismus viel schneller von der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise erholen konnte als andere Tourismusräume. Die selbständige Erarbeitung bzw. Wiederholung dieser zentralen Erkenntnisse am Ende eines Themenblocks sollte bei den Schüler/innen ein „aha-Erlebnis" hervorrufen und der Erkenntnissicherung dienen. Die Operatoren „vergleichen" und „überprüfen" weisen darauf hin, dass diese Aufgabe dem Anforderungsbereich 2 zugewiesen werden kann.

Zu Arbeitsaufgabe 4:
Jedes dieser Bilder repräsentiert eine der oben genannten Managementstrategien des Städtetourismus. Ordne die Strategien den Bildern zu.

Bei dieser Aufgabe müssen die Schüler/innen die im Text beschriebenen vier Marketingstrategien von städtischen Destinationen zu den jeweils passenden Bildern zuordnen. Das primäre Kriterium bei der Wahl der Bilder war für mich, dass diese repräsentativ für eine der vier Strategien stehen und sie einigermaßen aktuell und ansprechend für meine Zielgruppe sind. Aus diesem Grund steht der Festival-Flyer repräsentativ für die Limitierungsstrategie. Meiner Meinung nach ist diese Arbeitsaufgabe für die Schüler/innen relativ leicht und motiviert sie zur Umsetzung. Zusätzlich lockert die visuelle Erscheinung der Bilder das Gesamtbild der Schulbuchdoppelseite auf. Die Verwendung des Operators „ordne" deutet auf den Anforderungsbereich 2 (Reorganisation von fachlichem Inhalt) hin, jedoch würde ich die Aufgabe zwischen 1. und 2. Bereich einordnen.

Zu Arbeitsaufgabe 5:
Orientieren Sie sich an den oben genannten Marketingstrategien und kreieren Sie Ihr persönliches Marketingkonzept für Ihren Heimatort. Präsentieren Sie dieses Konzept in der Klasse und begründen Sie dabei den Einsatz Ihrer Strategien.

In diesem Fall können einige Parallelen zu Aufgabe 2 gezogen werden. Dieser Arbeitsauftrag orientiert sich an einem „Top-Down"-Prinzip. Dies bedeutet, dass der didaktische Blick vom Fernen zum Nahen schweift. Die Schüler/innen sollen allgemein gültiges Fachwissen in ihrer persönlichen

Umgebung praktisch anwenden können. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Generell werden bei der Umsetzung dieser Aufgabe viele verschiedene Fähigkeiten und Kompetenzen von den Schüler/innen abgerufen. Die Erstellung und Umsetzung von eigenständigen Marketing- und Verkaufsstrategien erfordert wichtige beruflich-alltägliche Kompetenzen, wie z. B. Präsentation und Auftreten in der Öffentlichkeit, Argumentation, Ausrichtung der Produktion auf eine bestimmte Zielgruppe, Erstellen eines Budgetplans, und noch viele mehr. Ich denke, dass diese Arbeitsaufgabe unter allen Aufgaben dieser Doppelseite die höchsten Anforderungen an die Schüler/innen stellt und daher auch dem 3. Anforderungsbereich zugeordnet werden sollte. Als Lösungsansatz für die Stadt Innsbruck wäre die Spezialisierung auf Trend- und Extremsportarten möglich. In diesem Zusammenhang ebenfalls vorstellbar wäre die Einführung eines „Extremsport Passes", mit welchem man in einem bestimmten Zeitrahmen mehrere Sportarten (z. B. Bunge-Sprung Europabrücke, Paragleiten und Downhill-Mountainbiken von der Seegrube) ausüben darf.

Zu Arbeitsaufgabe 6:
Der italienische Fotograf Oliviero Toscani bekam vom venezianischen Bürgermeister zu Beginn des 21. Jhd. einen Auftrag für Anti-Venedig-Werbung: Seine Aufgabe bestand darin die Schattenseiten der Stadt hervorzuheben:
Begründen Sie die Absicht des venezianischen Bürgermeisters für die Vergabe eines Anti-Venedig-Werbung Auftrages. Die Abbildungen 6 & 7 dienen als Hilfe.

Damit die Schüler/innen auf der Schulbuchdoppelseite ein ausgewogenes und differenziertes Bild des Städtetourismus präsentiert bekommen, werden im letzten Teil der Doppelseite negative Auswirkungen des Städtetourismus am Beispiel Venedig aufgezeigt. Bei der Umsetzung dieses inhaltlichen Punktes wurde auf Grund des hohen Textanteils der zweiten Schulbuchseite ausschließlich Bildmaterialen herangezogen.
Um das Interesse und die Neugier der Schüler/innen zu wecken, bezieht sich die letzte Arbeitsaufgabe dieser Schulbuchdoppelseite bewusst auf eine städtische Maßnahme, die aus touristisch-ökonomischer Sicht nicht nachvollziehbar ist, jedoch aus ökologischer, siedlungs- und bevölkerungsgeographischer Perspektive sehr viel Sinn ergibt. Übergeordnetes Ziel dieser Aufgabe ist es die Schüler/innen auf einige der vielen Schattenseiten des Städtetourismus aufmerksam zu machen. Städte wie Venedig sehen sich besonders durch den enormen touristischen Boom in den letzten Jahren mit immer mehr Problemen konfrontiert. Durch den Verbrauch von erheblichen Mengen nicht erneuerbarer Energie, motorisierten Individualverkehr und den Flugreiseverkehr erhält die ökologische Belastung eine ganz neue Tragweite.
In Bezug auf die städtische Belastung sind Tagestourist/innen um ein Vieles gewichtiger als Nächtigungstourist/innen, da sie weniger Geld ausgeben, jedoch in der Regel mehr Infrastruktur in Anspruch nehmen. In Städten wie Venedig ist die Situation besonders problematisch, da die Besucherzahlen das Ausmaß der Verträglichkeit übertreffen und der Standort deshalb an Attraktivität verliert. Solche massentouristische Szenarien können im Extremfall dazu führen, dass ein Ort nicht mehr authentisch wirkt und seine touristische Anziehungskraft verliert. Oft führt diese Konzentration an städtetouristischen Serviceleistungen zu einer Teuerung der Gastronomie, des Einzelhandels und

des Mietpreises. Folglich kann es innerhalb der ansässigen Wohnbevölkerung zu einem Gefühl der Entfremdung kommen, welche in manchen Fällen in Abwanderung resultiert (vgl. Freytag & Popp 2009: S. 9).
Da den Schüler/innen zur Beantwortung bzw. Auseinandersetzung mit der Aufgabenstellung nur die Abbildungen 6 und 7 zur Verfügung stehen und ihnen die Lösung nicht am Silbertablett serviert wird, ist nicht zu erwarten, dass die Schüler/innen die Aufgabe in dem selben Ausmaß beantworten wie in diesem Artikel. Vielmehr ist das primäre Ziel des letzten Arbeitsauftrags kritisches, vernetztes sowie analytisches Denken der Schüler/innen zu fördern, indem sie aufgefordert werden Hypothesen zu entwickeln. Demnach würde ich diese Arbeitsaufgabe dem Anforderungsbereich 3 zuordnen.

Die theoretischen Überlegungen bei der Erstellung einer Schulbuchseite waren für mich von großer Bedeutung. Die Realisierung von grundsätzlichen Einstellungen wie „durch Impulse Interesse am Thema wecken", „kritisches Denken fördern", „vermeintliche Wahrheiten hinterfragen" sind zentrale Merkmale der Doppelseite. Dabei war vor allem das Erstellen der Arbeitsaufgaben eine der größten Hürden, die durch den variierenden Anforderungsbereich die Schüler/innen fordern aber nicht überfordern und sowohl Materialien als auch Text mit einbeziehen sollten. Schlussendlich hoffe ich, dass sowohl die „etwas andere Analyse" als auch die detaillierte Beschreibung der Arbeitsaufträge einen tieferen Einblick in die Umsetzung meiner Schulbuchdoppelseite ermöglicht haben.

5 Literaturhinweise

Freytag, T. (2007): Städtetourismus in europäischen Großstädten. Eine Hierarchie der Standorte und aktuelle Entwicklungen der Übernachtungszahlen. DISP 169 (2), S. 56–67.

Freytag, T., Popp, M. (2009): Der Erfolg des europäischen Städtetourismus. In: Geographische Rundschau. Städtetourismus, Vol. 2. Braunschweig, S. 4–12.

Hacker, H. (1980): Das Schulbuch. Funktionen und Verwendung im Unterricht. Bad Heilbrunn.

Imlinger, Ch. (2010): Die Gäste sind erschlagen von der Pracht. Interview mit Tourismusdirektor Norbert Kettner. In: Die Presse vom 03.10.2010, S. 20.

Rinschede, G. (2007): Geographiedidaktik. 3. Auflage. Paderborn, Wien.

Sitte, C. (2001): Das GW-Schulbuch. In: Sitte, W. & Wohlschlägl, H. (Hrsg.): Beiträge zur Didaktik des Geographie und Wirtschaftskunde-Unterrichts. Wien, S.447–472.

Steinecke, A. (2006): Tourismus. Eine geographische Einführung. Braunschweig.

Städtetourismus – Ein neuer Trend?

Tourismus
Als Touristen werden laut der OECD-Definition Personen bezeichnet, die sich zu beruflichen, vergnüglichen oder anderen Zwecken (bis auf Arbeit, Studium und Daueraufenthalt) mindestens 24 Stunden außerhalb ihres Wohnorts aufhalten.

Amtliche Beherbergungs- und Nächtigungsstatistiken verdeutlichen das Wachstum und die dynamische Entwicklung des Städtetourismus in den letzten Jahrzehnten. Durch die zunehmende Bedeutung des Städtetourismus hat sich dieser in den letzten Jahren als maßgeblicher Wirtschaftsfaktor für Städte und Metropolen etabliert. Vor allem in den **europäischen Großstädten stieg** seit Mitte der 1990er Jahre die Zahl der **touristischen Übernachtungen** kontinuierlich um **etwa 3 % pro Jahr**. Von **1995 bis 2010** ist der **Städtetourismus** um mehr als ein **Drittel gestiegen**.

Ist die positive Entwicklung des Städtetourismus in Europa auch in Österreichs Städten zu erkennen? In der Tageszeitung „Die Presse"(12.11.2010) äußert sich Wiens Tourismusdirektor:

*„Wien hat bei einem Vergleich von 30 Städten nach Berlin das zweitgrößte Plus. **Es ist das Zeitalter der Städte.**"*

Abb.1: Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner

Internet:
Das ganze Interview mit Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner können sie unter folgender Internetadresse nachlesen.

http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/599228/Tourismusdirektor_Erschlagen-von-der-Pracht

	alle Landeshauptstädte		Österreich		
Periode	absolut	% Differenz zum Vorjahr	absolut	% Differenz zum Vorjahr	Städteanteil %
1994	11 258 285	3	122 359 877	-3,7	9,2
1996	11 503 416	2,2	112 936 318	-3,6	10,2
1998	12 238 314	6,7	111 147 198	1,9	11
2000	12 460 734	2,8	113 686 490	0,8	11
2002	12 430 289	-0,2	116 804 452	1,5	10,6
2004	13 564 198	4,8	117 251 081	-0,6	11,6
2006	15 024 936	7	119 403 235	0,1	12,6
2008	15 976 128	3,9	126 718 888	4,3	12,6
2009	15 451 630	-3,3	124 307 317	-1,9	12,4
2010	16 293 003	8,7	124 880 764	0,5	13,4

Abb.2: Entwicklungen der Nächtigungen für Österreich und deren Landeshauptstädte im Vergleich (Zeitraum 1994-2010)

Methode: Statistik und Diagramme – Darstellung und Interpretation

Balken- oder Säulendiagramme sind gut geeignet, um verschiedene statistische Größen zu bestimmten Zeitpunkten oder an bestimmten Orten miteinander zu vergleichen

Kreisdiagramme/Tortenschnitte werden vor allem verwendet, um die prozentuale Zusammensetzung einer Gesamtmenge darzustellen.

Kurven- und Flächendiagramme eignen sich gut zur Veranschaulichung von Zeitreihen.

Was sollte man bei der Interpretation beachten?
- Ist das Ziel bzw. der Inhalt der Darstellung bereits durch die Beschriftung erkennbar?
- Sind die verwendeten (Maße, Werte) Einheiten miteinander vereinbar?
- Für welchen (Zeit)Raum gelten die Angaben?
- Gibt es Quellenangaben?
- Wurden genügend Daten erhoben?
- Ist das verwendete Zahlenmaterial aktuell?

Gründe für den Boom

a. Das Fundament für diese drastische Zunahme am Städtetourismus bildeten erhebliche finanzielle **Investitionen** in die **Infrastruktur** der Städte am Ende der 1980er- und zu Beginn der 1990er Jahren. Maßnahmen wie die **Sanierung historischer Stadtkerne** und die **Errichtung von Grünflächen** im Zentrum der Stadt führten zur **Aufwertung** der **Attraktivität**.

b. Darüber hinaus hat sich die freizeitliche und geschäftliche Angebotsstruktur der Städte enorm erweitert. Die Städte setzen neben dem ursprünglichen Kulturangebot vor allem auf die **wachsende Erlebnisorientierung der Besucher**. Aus diesem Grund ist die Stadt immer häufiger Schauplatz von **Großereignissen** und **Events** jeglicher Art.

c. Allgemeiner Wohlstand, ein gestiegenes Bildungsniveau, sowie eine deutliche **sozioökonomische Veränderungen des Reiseverhaltens** sind maßgebliche Gründe für die dynamische Entwicklung des europäischen und österreichischen Städtetourismus.

Arbeitsaufgaben:
1. Erstellen Sie mit den Daten von Abb.2 zwei Diagramme. Illustrieren Sie in dem Ersten die Entwicklung der touristischen Übernachtungen für ganz Österreich & zeigen Sie im Zweiten die Entwicklung der Übernachtungen in Österreichs Landeshauptstädten.
   (Tipp: das Methodenkästen am linken Rand hilft Ihnen bei der Umsetzung).
2. Nennen Sie jeweils zwei aktuelle Beispiele in Ihrer jeweiligen Landeshauptstadt, welche auf die Begründungen a & b zutreffen.
3. Vergleichen Sie die von Ihnen erstellten Diagramme und überprüfen Sie dann die Korrektheit der Aussage des Wiener Tourismusdirektors.

Management + Wettbewerbsstrategien

Aus touristischer Sicht ist das oberste Ziel einer Stadt ein klares, attraktives und vor allem einzigartiges Profil zu entwickeln, um im internationalen Wettbewerb des Tourismus von potenziellen BesucherInnen wahrgenommen zu werden. Diese Profilierung von städtischen Destinationen kann durch unterschiedliche Wettbewerbsstrategien umgesetzt werden.

Eine der Profilierungsstrategie des städtischen Angebots ist eine konsequente **Spezialisierung**. Dabei greifen städtische Tourismusverbände zumeist auf vorhandene infrastrukturelle bzw. architektonische sowie kulturelle und historische Gegebenheiten der jeweiligen Stadt zurück.

Eine weitere Profilierungsmethode von Städten, die auch als Spezialisierung angesehen werden kann, ist die **Personalisierungsstrategie**. Dabei wird auf historische Persönlichkeiten zurückgegriffen, welche in der Stadt geboren wurden, gelebt haben oder gestorben sind.

Neben dem primären Ziel der Städte, ein einzigartiges und attraktives Profil zu kreieren, ist es ebenfalls von großer Bedeutung, ein vielfältiges Freizeit- und Kulturprogramm zu bündeln und es den Gästen als übersichtliches, leicht buchbares Produkt anzubieten. Um diese Herausforderung zu bewältigen, kommen in den Städten verschiedenen Formen von **Vernetzungsstrategien** zum Einsatz.

Eine weitere städtetouristische Strategie ist die **Limitierungsstrategie**. Dabei wird versucht, sowohl durch zeitliche, aber auch durch bewusste Angebotsbegrenzung das Gefühl von Einzigartigkeit zu vermitteln. Für die Städte besonders relevant sind Sport- und Kulturevents.

Wussten Sie, dass…

… es 2007 den **europäischen Billigfluglinien** gelang ihren Anteil am Passagierverkehr der internationalen Verkehrsflughäfen in Europa um **26,3 % zu erhöhen**. Im Gegensatz dazu verloren **der Linienverkehr 58,7 % und der Charterverkehr 15 %** der Anteile.

Mittlerweile nehmen die **Billigflieger 1/3** des **gesamten deutschen Flugverkehrs** ein. (Stand:2010)

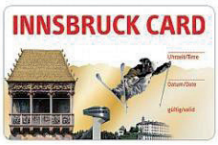

Abb. 3: Innsbruck Card

Abb.4: Salzburger Mozartkugel

Abb.5: Festival Plakat

Abb.6: Düsseldorfer Messegelände

Arbeitsaufgaben:

4. Jedes dieser Bilder repräsentiert eine der oben genannten Managementstrategien des Städtetourismus. Ordnen Sie die Strategien den Bildern zu.
5. Orientieren Sie sich an den oben genannten Marketingstrategien und kreieren Sie Ihr persönliches Marketingkonzept für Ihren Heimatort. Präsentieren Sie dieses Konzept in der Klasse und begründen Sie dabei den Einsatz Ihrer Strategien.

Schattenseiten des Städtetourismus: Schauplatz Venedig

Wussten Sie, dass…

…die 3 meistbesuchten Sights Österreichs alle in Wien liegen:

1. Wiener Prater (2 700 000 Besucher/Jahr)
2. Schloss Schönbrunn (2 467 000)
3. Schönbrunner Tiergarten (2 183 445)

Abb.6: Canale Grande, Venedig

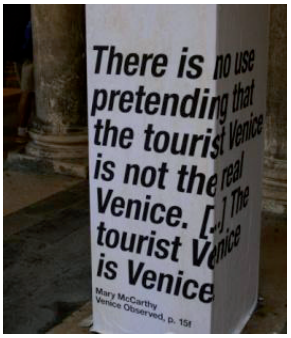

Abb.7: Ausstellungsobjekt

6. Der italienische Fotograf Oliviero Toscani bekam vom venezianischen Bürgermeister zu Beginn des 21. Jhd. einen Auftrag für Anti-Venedig-Werbung: Seine Aufgabe bestand darin die Schattenseiten der Stadt hervorzuheben:

   Begründen Sie die Absicht des venezianischen Bürgermeisters für die Vergabe eines Anti-Venedig-Werbung Auftrages.Die Abbildungen 6 &7 dienen als Hilfe.

Internet:
TourMIS ist eine online Datenbank über Tourismusstatistik in Europa und Österreich. Hier haben Sie freien Zugriff auf die aktuellsten Tourismusdaten.
→ *www.tourmis.info/*