

Egon Smeral\*)

# Anpassungszwänge im Tourismus

## Entwicklungsperspektiven und mögliche Strategien

Seit dem Zweiten Weltkrieg hat die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft eine herausragende Stellung im internationalen Wettbewerb erobert. Österreich zählt zu den tourismusintensivsten Ländern der Welt. Tourismus und Freizeit haben damit in der österreichischen Volkswirtschaft eine zentrale Bedeutung für die Einkommens- und Beschäftigungssicherung sowie für den Leistungsbilanzausgleich erlangt

Mitte der siebziger Jahre erreichte Österreichs Marktanteil im europäischen Tourismus — gemessen an den Zahlungsströmen — mit 12,0% seinen bisher höchsten Wert. Der starke Strukturwandel der siebziger und achtziger Jahre wirkte sich auf die österreichische Wettbewerbsposition ungünstig aus, sodaß der Marktanteil bis Mitte der achtziger Jahre auf 8,8%, seinen niedrigsten Stand, sank. Danach ermöglichte das Zusammenwirken verschiedener Faktoren (Realeinkommensentwicklung in Deutschland, relative Verbilligung, Algenplage in der oberen Adria, Ostöffnung, Euphorie angesichts der fortschreitenden westeuropäischen Integration und der deutschen Wiedervereinigung) einen steilen Aufschwung im österreichischen Tourismus, der bis 1991 anhielt. Der Marktanteil betrug Anfang der neunziger Jahre 10,9% und lag damit um nur 9% unter dem bisherigen Höchstwert. In der ersten Hälfte der neunziger Jahre wurde die österreichische Tourismuswirtschaft von den Auswirkungen der internationalen Rezession erfaßt. Auch im gegenwärtigen Konjunkturaufschwung müssen Rückschläge hingenommen werden; sie sind in erster Linie auf Sonderfaktoren zurückzuführen, deren Auswirkungen die österreichische Tourismuswirtschaft aus eigener Kraft nicht ausgleichen kann. So dämpfen die wegen der hohen Wiedervereinigungskosten rückläufigen Netto-Real-

**Die österreichische Tourismuswirtschaft erlitt 1994 einen der kräftigsten Rückschläge seit dem Zweiten Weltkrieg, und auch heuer muß mit Einbußen gerechnet werden: Entgegengesetzt zur rückläufigen Entwicklung der Nachfrage nach Inlandsaufenthalten nehmen die Auslandsreisen der Österreicher kräftig zu. Die Schere zwischen Export- und Importentwicklung im Tourismus läßt den Überschuß in der Reiseverkehrsbilanz schrumpfen. Das WIFO schätzt, daß sich der traditionell hohe Überschuß im Reiseverkehr innerhalb der letzten zwei Jahre halbiert hat. 1995 dürfte er nur noch 37 Mrd. S betragen. Die vorliegende Arbeit analysiert die wichtigsten Aspekte dieser Problematik und erstellt Vorschläge für einen Maßnahmenkatalog.**

einkommen in Westdeutschland, die Währungsabwertungen in einigen wichtigen Konkurrenzländern und der Einbruch der Flugtarife die Nachfrage nach Österreich-Aufenthalten erheblich. Derzeit dürfte der Marktanteil im internationalen europäischen Reiseverkehr wieder etwa so niedrig sein wie Mitte der achtziger Jahre. Die Schwäche der Position Österreichs im internationalen Tourismus legt zugleich die im Kern ungelösten Strukturprobleme frei

Im Hinblick auf die Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Tourismus besteht Handlungsbedarf für die Wirtschaftspolitik. Werden die Warnsignale nicht beachtet, so wird Öster-

reich spürbare Positionseinbußen erleiden. Die Stellung des Tourismus als Schlüsselindustrie der österreichischen Volkswirtschaft wäre damit gefährdet. Angesichts der im Gange befindlichen Neuorientierung der Tourismusnachfrage muß jedoch berücksichtigt werden, daß wirtschaftspolitische Maßnahmen nur begrenzte Wirkungen haben können

### Ausgangssituation durch deutliche Einbußen gekennzeichnet

Die österreichische Tourismuswirtschaft mußte 1994 einen der kräftigsten Rückschläge in der Nachkriegsgeschichte hinnehmen: Im Jahresdurchschnitt 1994 sanken die Ausgaben in- und ausländischer Touristen (zu laufenden Preisen) um rund 3%, real ging die Gesamtnachfrage um 6½% zurück

\*) Die Aufbereitung der statistischen Daten betreute Sabine Fragner



rismus auf dem Land verstärkt dem internationalen Verdrängungswettbewerb ausgesetzt ist. Die Kaufkraft der Reisebudgets wird sowohl direkt durch die günstigen Flugtarife als auch indirekt durch die nun möglich gewordene Realisierung der relativ niedrigen Preise touristischer Dienstleistungen in den Flugreisedestinationen erhöht. Weiters verstärkt die relative Verbilligung der Flugtarife die Wettbewerbsintensität.

Im Laufe des Jahres 1996 wird sich die Tourismuskonsumnachfrage in Österreich stabilisieren und nicht mehr weiter zurückgehen. Hauptursachen hierfür sind:

- Die Netto-Realeinkommen sinken in Westdeutschland 1995 deutlich weniger als 1994
- Der real-effektive Wechselkurs wird 1996 — zum Teil aufgrund der anziehenden Inflation in den südeuropäischen Ländern — leicht zurückgehen
- Der Preisverfall der Flugpauschalreisen wird allmählich abklingen; ebenso sollte Österreich in höherem Ausmaß Fluggäste anlocken können.

#### Bestimmungsgründe der Tourismuskonsumnachfrage in Österreich

Ökonometrische Methoden zeigen, daß die realen Nettoeinkommen in Westdeutschland (um ein Jahr zeitverzögert) und der Index des real-effektiven Wechselkurses — nach Berücksichtigung verschiedener Sondereffekte (Ostöffnung, Wiedervereinigung) — wichtige Bestimmungsgründe für die Schwankungen der deutschen Tourismuskonsumnachfrage in Österreich sind:

Stützperiode der Regressionsanalyse: 1977 bis 1994

$$\ln N = 6,9037 + 0,4882 \ln Y - 0,9712 \ln W + 0,0777 D_1$$

(4,21)            (-3,31)            (2,55)

$$R^2 = 0,66 \quad DW = 1,83$$

$Y$  ... Netto-Realeinkommen in Westdeutschland (um ein Jahr verzögert),  $W$  ... real-effektiver Wechselkursindex, tourismusexportgewichtet,  $D_1$  ... Dummy-Variable für die deutsche Wiedervereinigung und die Ostöffnung,  $N$  ... Nächtigungen der Deutschen in Österreich; kursive Zahlen in Klammern ...  $t$ -Statistik.

Aufgrund dieser Regressionsrechnung ergab sich für die Nächtigungen der Deutschen in Österreich eine Einkommenselastizität in bezug auf die Netto-Realeinkommensentwicklung in Westdeutschland (*ceteris paribus*) von +0,5, die Elastizität in bezug auf den real-effektiven Wechselkursindex beträgt -1.

Der Preisverfall von Flugpauschalreisen konnte noch nicht regressionsanalytisch isoliert werden, da sich die Auswirkungen erst seit wenigen Jahren in der Tourismuskonsumentwicklung niederschlagen und damit die Erfahrungsperiode zu kurz ist. In diesem Zusammenhang müßte weiters eine disaggregierte Analyse vorgenommen werden, weil sich Verbilligungen im Flugverkehr auf den Städtetourismus und den Tourismus im ländlichen Raum unterschiedlich auswirken.

Die Nachfrage der Österreicher nach Auslandsreisen wird 1996 weiter expandieren. Neben den Strukturschwächen des heimischen Angebotes wirkt vor allem die Verbilligung von Auslandsreisen (Flugpauschalreisen, Einzelhandelspreise, Lebenshaltungskosten) stimulierend.

### Ursachen der langfristigen Verschlechterung der Wettbewerbsposition

Ein wichtiger Bestimmungsfaktor der langfristigen Tourismuskonsumentwicklung in Österreich ist die Preis- und Wechselkursdynamik; Einfluß haben auch das relativ hohe Preis- und Einkommensniveau und die Sozialstandards einer hochentwickelten Volkswirtschaft.

Wegen der Wechselwirkungen zwischen Wechselkursen und Preisen können die Beiträge dieser beiden Komponenten zur Entwicklung der relativen Preise in einheitlicher Währung nicht sauber isoliert werden, sodaß für die Analyse immer die Gesamtgröße herangezogen wird<sup>1)</sup>

Seit 1975 betrug die relative Verteuerung des österreichischen Tourismusangebotes in einheitlicher Währung gegenüber den weltweit wichtigen Anbieterländern fast 30 Prozentpunkte, gegenüber den Industrieländern 24, gegenüber den europäischen Konkurrenzländern 16 Prozentpunkte.

Diese relative Verteuerung schlug sich in Marktanteilsverlusten nieder<sup>2)</sup>. So sank der Anteil an den Tourismusexporten der OECD langfristig von 9,3% (1975) auf 6,5% (1994), gemessen an den Exporten der europäischen OECD-Länder sank der Marktanteil von 12,0% (1975) auf 9,9% (1994).

Österreich hat als eines der wohlhabendsten Länder der Welt entsprechende Preis-, Einkommens- und Sozialstandards. Die im Vergleich zur Sachgüterproduktion relativ hohe Arbeitsintensität der touristischen Dienstleistungsproduktion bewirkt eine relative Verteuerung mit steigendem Wohlstandsniveau. Gemäß der ökonomischen Theorie wäre deshalb zu erwarten, daß — bei gegebenen Standortfaktoren — der Spezialisierungsgrad im Tourismus mit steigendem Wohlstandsniveau abnimmt und mit sinkendem Wohlstandsniveau zunimmt. Dieser grobe Erklärungsversuch kann die internationale Arbeitsteilung nur teilweise begründen (*Smeral, 1994A*): Einerseits werden die nicht preisbestimmten Determinanten der Nachfrage nicht berücksichtigt, andererseits werden die Unterschiede zwischen touristischen Angebotsformen vernachlässigt.

Da sich der technische Fortschritt im primären und im sekundären Sektor im allgemeinen stärker auswirkt als in der Tourismuskonsumwirtschaft, tritt ein Produktivitätsgefälle auf. Die Konsequenzen der unterdurchschnittlichen Zunahme der Arbeitsproduktivität für die Tourismuskonsumwirtschaft sind

<sup>1)</sup> Statistisch gesehen stiegen die österreichischen Tourismuspreise in Schilling langfristig langsamer als die der Konkurrenzländer in der jeweiligen Landeswährung; die Entwicklung der nominellen Wechselkurse bewirkte den Anstieg der relativen Preise. Fälschlicherweise könnte jetzt die Schlußfolgerung gezogen werden, daß allein die Wechselkurspolitik „schuld“ an der Verteuerung sei. Tatsächlich bleibt ungeklärt, in welchem Ausmaß die Wechselkursentwicklung die Inflationsrate bzw. die Inflationsrate die Wechselkursentwicklung beeinflußt und/oder Divergenzen in der Produktivitätsentwicklung im Spiel sind.

<sup>2)</sup> Vgl. dazu *Smeral (1994B)* S 220ff (1994C) Abb 3c S 96

aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Lohn-Preis-Zusammenhangs eine relative Verteuerung ihrer Leistungen. Das Produktivitätsgefälle zwischen Sachgüterproduktion und Tourismus dürfte mit dem Entwicklungsniveau der Gesamtwirtschaft und des Tourismussektors sowie seiner Intensität zunehmen; dadurch verstärkt sich die Tendenz zur relativen Verteuerung der touristischen Dienstleistung — soweit der Überwälzungsspielraum gegeben ist. Können die Kosten nicht in den Preisen weitergegeben werden, so sinkt die Gewinnquote.

Erhöhte Preise dämpfen die Tourismusnachfrage, sodaß die beschäftigungsstützende Funktion des Tourismussektors beeinträchtigt werden könnte. Gemäß theoretischen Erwartungen wird das Wachstum des Beschäftigtenanteils im Tourismus maßgeblich von der Größenordnung der Preis- und Einkommenselastizität der Tourismusnachfrage<sup>3)</sup> und/oder von der exogen determinierten, innovationsbedingten Nachfrageexpansion bestimmt (siehe Kasten „Dienstleistungen im Wachstumsprozeß“).

Überprüft wurde dieser hypothetische Zusammenhang zwischen Spezialisierungsgrad und Wohlstandsniveau mit Hilfe der Regressionsanalyse; für 14 ausgewählte Länder wurde das (Welt-)Marktanteilsverhältnis zwischen Tourismus und Industriewaren als abhängige Variable und das reale BIP pro Kopf als unabhängige Variable (jeweils im Jahr 1992) betrachtet<sup>4)</sup>.

Die Unterschiede im Spezialisierungsgrad können demnach großteils (zu etwa zwei Dritteln) durch Einkommens- bzw. Wohlstandsdifferenzen erklärt werden (Übersicht 2, Abbildung 2); die Ergebnisse sind freilich mit allen Vorbehalten sowohl in bezug auf die Vergleichbarkeit der Daten als auch den Repräsentationsgrad der Untersuchung zu interpretieren. Eine Bereinigung der Daten um die unterschiedlichen Anteile von Dienst- und Geschäftsreisen sowie Verwandten- und Bekanntenbesuche brachte sinngemäß keine signifikante Änderung der Resultate.

**Spezialisierungsgrad im internationalen Tourismus und Entwicklungsstand 1992** *Übersicht 2*

	Reales BIP pro Kopf	Marktanteil		Relation der Marktanteile Tourismus zu Industriewaren
	In \$	Industriewaren In %	Tourismus In %	
Frankreich	10 885	6,57	9,11	1,39
Großbritannien	9 030	5,66	5,04	0,89
Österreich	10 047	1,44	5,59	3,88
Schweiz	15 436	2,23	2,72	1,22
Dänemark	12 303	0,94	1,38	1,47
Schweden	12 590	1,72	1,11	0,65
Finnland	11 238	0,71	0,48	0,68
Italien	8 861	5,68	8,26	1,45
Griechenland	3 661	0,20	1,17	5,85
Spanien	5 443	1,81	8,02	4,43
Australien	10 892	0,69	1,58	2,29
Neuseeland	8 230	0,10	0,37	3,70
Japan	14 322	11,84	1,29	0,11
Kanada	14 039	3,29	2,40	0,73

**Dienstleistungen im Wachstumsprozeß**

Die Arbeiten von Fuchs (1968) und Baumol (1967) liefern interessante Aspekte für eine genauere Erklärung der Beschäftigungsentwicklung im tertiären Sektor.

Fuchs formuliert für die USA drei Hypothesen zur Begründung des steigenden Anteils des Dienstleistungssektors an den Beschäftigten insgesamt.

1. Die Einkommenselastizität der Nachfrage nach Dienstleistungen ist größer als 1, sodaß bei steigendem Realeinkommen die Dienstleistungsnachfrage überproportional wächst und ceteris paribus auch der Dienstleistungssektor relativ mehr Beschäftigte benötigt.
2. Aufgrund der zunehmenden Spezialisierung und Automatisierung im Wachstumsprozeß werden immer mehr Dienstleistungen von Unternehmen und Haushalten ausgelagert.
3. Die unterdurchschnittliche Zunahme der Arbeitsproduktivität im Dienstleistungssektor bewirkt bei Lohnforderungen, die sich an der Produktivitätsentwicklung der Industrie orientieren, eine relative Verteuerung der Leistungen; bei preisunelastischer Nachfrage nimmt im Wachstumsprozeß der Beschäftigtenanteil des Dienstleistungs-(Tourismus-)Sektors zu, bei preiselastischer Nachfrage sinkt er.

Mit Hilfe eines von Baumol (1967) entwickelten Zweisektorenmodells mit unterschiedlicher Produktivitätsentwicklung der Sektoren können die Ideen von Fuchs nun vereinfacht dargelegt werden:

$$l = (a - 1)p + (p - ps)(1 + b) + t$$

*l* ... Veränderungsrate des Beschäftigtenanteils des Dienstleistungssektors, *a* ... Einkommenselastizität der Dienstleistungsnachfrage, *b* ... Preiselastizität der Dienstleistungsnachfrage, *p* ... Veränderungsrate der Arbeitsproduktivität in der Industrie, *ps* ... Veränderungsrate der Arbeitsproduktivität in der Dienstleistungsproduktion, *t* ... exogen determinierte Veränderungsrate der Nachfrage nach Dienstleistungen.

Die erste Hypothese von Fuchs wird durch

$$(a - 1)p$$

gemessen. In diesem Modell werden die Löhne im selben Ausmaß erhöht wie die Arbeitsproduktivität in der Industrie, sodaß die Durchschnittslöhne mit der Rate *p* steigen. Die Einkommenszunahme bewirkt eine Steigerung der Dienstleistungsnachfrage im Ausmaß *ap*, der Beschäftigtenanteil wächst aber nur dann, wenn die Nachfrage einkommenselastisch ist.

Die Komponente

$$(p - ps)(1 + b)$$

mißt die dritte Hypothese von Fuchs. Wenn das Wachstum der Arbeitsproduktivität in der Industrie höher ist als in der Dienstleistungsproduktion, verteuern sich die Dienstleistungen relativ. Dies wird den Beschäftigtenanteil steigen lassen, jedoch reduziert sich der Effekt bei preisunelastischer Nachfrage; ist die Nachfrage nach Dienstleistungen preiselastisch, so nimmt der Beschäftigtenanteil ab.

Die Komponente *t* mißt die exogen — durch den Strukturwandel — determinierte Nachfragesteigerung.

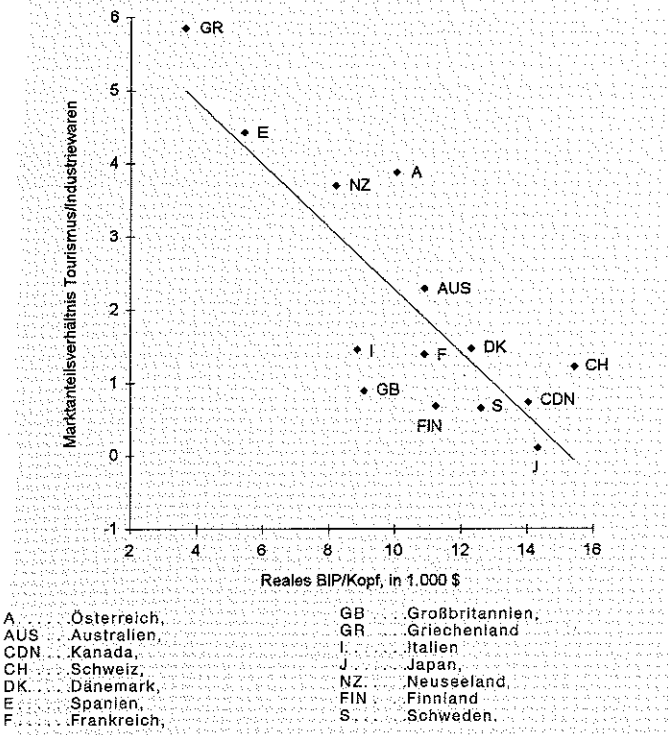
<sup>3)</sup> Im Prinzip sollte die Nachfrage demnach sowohl preisunelastisch als auch einkommenselastisch sein.

<sup>4)</sup>  $MAVTI = 6,574431 - 0,000431 \text{ BIP}$   
(-3,0828)

$$R^2 = 0,65$$

*MAVTI* ... Relation der Marktanteile von Tourismus und Industriewaren, *BIP* ... reales BIP pro Kopf; kursive Zahl in Klammern ... *t*-Statistik. Für die Berechnung wurden die Werte des Jahres 1992 für 14 ausgewählte Länder herangezogen (Übersicht 2, Abbildung 2).

Spezialisierungsgrad im internationalen Tourismus und Entwicklungsstand 1992 **Abbildung 2**



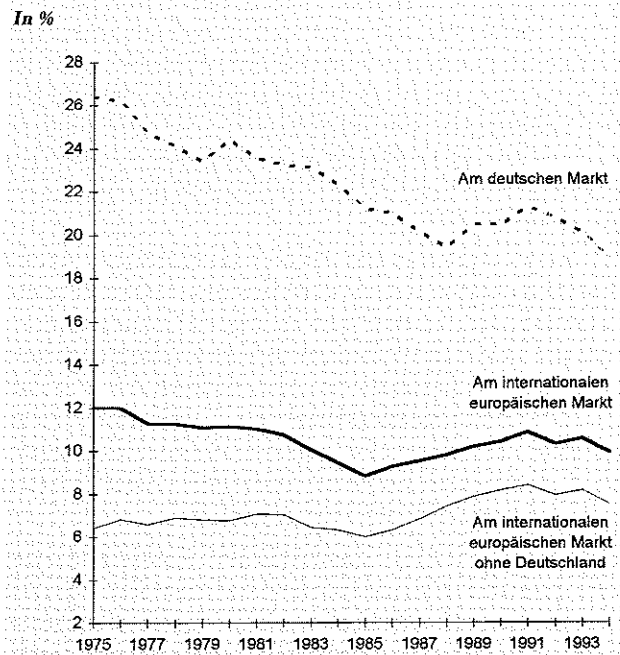
Die Tatsache, daß die Regressionsanalyse die Unterschiede im Spezialisierungsgrad nicht zu 100% erklären kann, mag zum Teil damit zusammenhängen, daß spezielle Standortfaktoren nicht erfaßt wurden und sich ein hoher Entwicklungsstand nicht nur in der Produktion von Industriewaren, sondern auch in einer Spezialisierung der im wesentlichen humankapitalintensiven (aber zum Teil auch sachkapitalintensiven) sonstigen Dienstleistungsformen niederschlagen kann.

Auf Basis der in der Untersuchung berücksichtigten internationalen Produktions- und Spezialisierungsmuster „dürfte“ Österreichs Marktanteil im Welttourismus (1992) bei einem gegebenen Industriewarenmarktanteil von 1,44% hypothetisch nur 3,24% betragen. Die Differenz (etwas mehr als 40%) zum tatsächlichen Marktanteil von 5,59% kann weitgehend mit speziellen Wettbewerbsvorteilen begründet werden.

Die Wettbewerbsposition der österreichischen Tourismuswirtschaft wird durch folgende Strukturfaktoren beeinträchtigt:

- Das Tourismusangebot ist auf den relativ langsam wachsenden und gesättigten Markt der schulferienabhängigen Urlaubs- und Erholungsreisen ausgerichtet. Dies gilt insbesondere für den deutschen Markt, von dem eine hohe Abhängigkeit besteht (etwa zwei Drittel der Ausländernachtungen entfallen auf deutsche Gäste). Unter Berücksichtigung der Gegebenheiten des deutschen Marktes erscheinen damit erhöhte Anstrengungen, den Marktanteil in Deutschland zu halten oder auszubauen, suboptimal: Auf den rasch expandierenden „Restmärkten“ gelang es Marktanteile zu gewinnen (zum Teil auch dank dem florierenden Städtetourismus

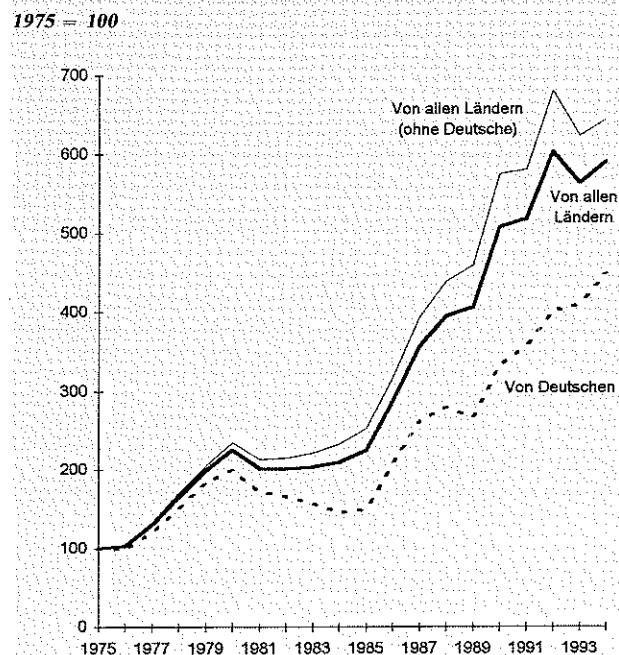
Österreichs Marktanteile im internationalen europäischen Reiseverkehr **Abbildung 3**



und der relativen Verbilligung der Flugreisen), während auf dem deutschen Markt — großteils im Bereich des Haupturlaubs — deutliche Verluste hingenommen werden mußten (Abbildungen 3 und 4).

- Im Gegensatz zu der großen Abhängigkeit von deutschen Touristen, die im Vergleich mit anderen Zielländern wenig pro Nacht ausgeben, ist der Anteil der Übernachtungen von Gästen aus den rasch wachsenden Märkten in Übersee — mit relativ hohem Reisebudget — noch sehr gering. So beträgt der Übernachtungs-

Entwicklung der Reiseverkehrausgaben in europäischen Ländern **Abbildung 4**



Gemessen an den internationalen Zahlungsströmen.

tungsanteil von Gästen aus Fernost und dem pazifischen Raum weniger als 1%, und der Anteil von Gästen aus Nordamerika liegt mit 1,7% ebenso weit unter dem europäischen Durchschnitt.

- Geschmacksveränderungen und Modeströmungen (südliches Ambiente, Auseinandersetzung mit anderen Kulturen, Klimafaktoren, „Sonne und Sand“, Abenteuer- und Entdeckerlust usw.) haben das Reiseverhalten in den letzten Jahren deutlich verändert. Dies gilt insbesondere für den deutschen Haupturlauber — die Verbilligung von Flugpauschalreisen übte hier einen zusätzlichen Ablenkungseffekt aus
- Der Attraktivitätsgewinn der osteuropäischen Destinationen bedeutet eine wachsende Konkurrenz, die durch die Ostöffnung maßgeblich verstärkt wird
- Strukturschwächen und Imagedefizite des Tourismusangebotes (z. B. Nachholbedarf an modernen Attraktionen, Freizeit- und Unterhaltungseinrichtungen, Museen sowie „Markenveranstaltungen“, Fehlen eines wachstumsorientierten Marketings) erschweren die Vermarktung. Ein Großteil des Angebotes ist auf einkommensschwache Schichten ausgerichtet, die relativ preis- und konjunkturrempfindlich sind; dies gilt insbesondere für den deutschen und niederländischen Markt
- Österreich hat trotz seines Rufes als Tourismusland erhebliche Forschungs- und Ausbildungsdefizite im Spitzenbereich: So gibt es in Österreich keine Institution, die systematische Trend- und Innovationsforschung im Freizeit- und Tourismusbereich umfassend betreiben würde. Weiters wird an keiner Universität der Bereich Tourismus und Freizeit ganzheitlich abgedeckt

## Hohe Tourismusintensität bremst Wachstum

Die Analyse der langfristig wirkenden Strukturfaktoren muß auch das bereits sehr hohe Niveau der Tourismusintensität berücksichtigen. Die international herausragende Tourismusintensität ist aber auch die zusammengefaßte statistische Dokumentation vieler Problembereiche. So könnten bei hoher oder steigender Tourismusintensität eine tendenzielle relative Verteuerung der touristischen Dienstleistung und physische sowie soziale Kapazitätsengpässe räumlicher und zeitlicher Art das langfristige Wachstum dämpfen. Verstärkt wird der Bremseffekt einer

hohen Tourismusintensität, wenn sie — wie in Österreich — auf der starken Abhängigkeit von nur einem Markt (nämlich Deutschland) beruht. Mit den Gästen aus Österreich sind drei Viertel der Gesamtnachtungen auf einen ferienorientierten „deutschsprachigen“ Markt mit relativ geringer Reiseerfahrung ausgerichtet, sodaß Innovationen und Strukturwandel keine ausreichenden Impulse erhalten (Porter, 1990)<sup>5)</sup>

Eine Untersuchung von 28 Ländern (16 Industrie- und 12 Nicht-Industrieländer) zeigt auf Basis der Regressionsrechnung einen deutlichen inversen Zusammenhang zwischen der Höhe der Pro-Kopf-Umsätze aus dem internationalen Reiseverkehr im gewählten Basiszeitraum (Durchschnitt 1980/1983) und der langfristigen Wachstumsrate der jeweiligen Tourismusexporte im Zeitraum 1980/1983 bis 1990/1993 (Abbildung 5); beide Variablen der Regressionsanalyse wurden um die Preis- und Wechselkursverschiebungen bereinigt. Eine Erhöhung der Tourismusintensität kann demnach (bei gegebener Struktur) eine Abnahme der langfristigen Wachstumsrate bewirken, und Länder mit bereits hoher Tourismusintensität können im Durchschnitt geringere Wachstumsraten erreichen als Länder mit noch niedriger Tourismusintensität<sup>6)</sup>.

## Wachstumsbranche Tourismus?

Der internationale Tourismus entwickelt sich langfristig relativ dynamisch: Seit 1975 expandierten die internationalen Tourismuseinnahmen der OECD-Staaten real (nach Ausschaltung der Preis- und Wechselkursverschiebungen) um etwa 5¼% pro Jahr (nominell + 10¾% pro Jahr), deutlich rascher als die Gesamtwirtschaft (+ 2¾% pro Jahr). Die Tourismusexporte der europäischen OECD-Staaten wuchsen mit real + 4% pro Jahr (nominell + 9% pro Jahr) deutlich langsamer als die internationale Nachfrage nach Aufenthalten in den OECD-Ländern in Übersee, aber ebenfalls merklich rascher als die Gesamtwirtschaft (+ 2¼% pro Jahr), wenn auch die Einnahmenelastizität in bezug auf das BIP signifikant niedriger war.

Die österreichischen Reiseverkehrsexporte stiegen im Zeitraum 1975 bis 1994 mit nominell + 8¾% pro Jahr (real + 2¼% pro Jahr) langsamer als die internationalen Einnahmen und blieben auch etwas hinter der gesamtwirtschaftlichen Dynamik zurück. Von 1975 bis 1991 — also ohne die Phase der rückläufigen Entwicklung seither — nahmen sie deutlich rascher zu als die Gesamtwirtschaft

<sup>5)</sup> Nach Porter (1990) sind die „Nachfragebedingungen“ auf einem Markt wichtige Determinanten für die Wettbewerbsposition eines Sektors: Sie werden zum Teil durch die Aufgeschlossenheit der inländischen Touristen gegenüber neuen Angeboten und Standards bestimmt. Eine hohe Reiseerfahrung, eine starke Position in der internationalen Produktion von Sachgütern und Dienstleistungen (Dienst- und Geschäftsreisen, Luftlinien, Autovermietungen, Hotelketten) verbessern den Informationsfluß und tragen entscheidend zur Differenzierung und Internationalisierung des Tourismus- und Freizeitangebotes bei (Restaurants, Unterhaltung, Kreditkarten). Fortschrittliche und anspruchsvolle Konsumenten sind ein wesentlicher Bestandteil des Wettbewerbsvorteils, weil antizipatorische Konsumentenbedürfnisse der Tourismuswirtschaft helfen, wichtige Trendänderungen rechtzeitig zu erkennen und sich damit einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen. Qualitätsbewußte inländische Touristen bilden eine permanente Qualitätskontrolle und drängen die Anbieter in hochwertige und preislich attraktive Marktsegmente. Eine frühe Marktsättigung zwingt zur raschen Anpassung durch Innovationen und Durchdringung internationaler Märkte. Eine hohe Wachstumsrate der Inlandsnachfrage stärkt die Investitionsanreize und die Innovation des Angebotes.

<sup>6)</sup>  $\ln X = 3,5193 - 0,4196 \ln XK$   
(-10,1679)

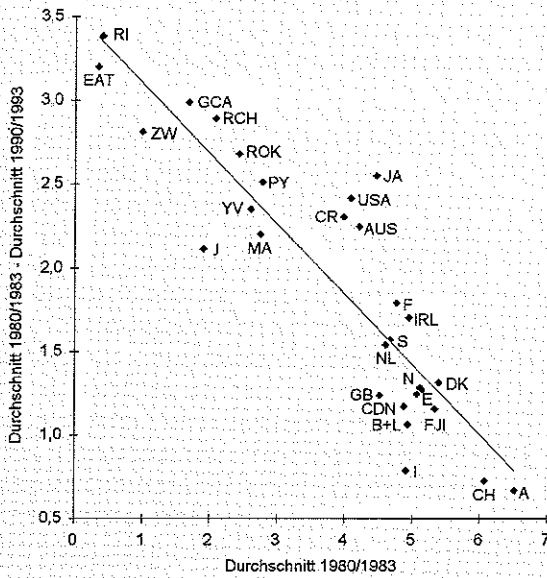
$R^2 = 0,799$

$X$  = durchschnittliche Veränderungsrate der realen Tourismusexporte für die Periode 1980/1983 bis 1990/1993,  $XK$  = reale Tourismusexporte pro Kopf für die Periode 1980/1983; kursive Zahl in Klammern =  $t$ -Statistik. Für die Berechnung wurden 28 Länder herangezogen (Abbildung 5)

**Reale Tourismusexporte und Tourismusintensität**

Abbildung 5

Industrie- und Nicht-Industrielländer



x-Achse: reale Tourismusexporte pro Kopf in \$ zu Preisen und Wechselkursen von 1985, logarithmiert.  
y-Achse: durchschnittliche jährliche Veränderung der realen Tourismusexporte in %, logarithmiert

A . . . Österreich	FJI . Fidschi	NL . Niederlande
AUS . Australien	GB . Großbritannien	PY . Paraguay
B + L . Belgien, Luxemburg	GCA . Guatemala	RCH . Chile
CDN . Kanada	I . Italien	RI . Indonesien
CH . Schweiz	IRL . Irland	ROK . Korea
CR . Costa Rica	J . Japan	S . Schweden
DK . Dänemark	JA . Jamaika	USA . USA
E . Spanien	MA . Marokko	YV . Venezuela
EAT . Tansania	N . Norwegen	ZW . Simbabwe
F . Frankreich		

Die potentiellen Wachstumsmöglichkeiten der internationalen und der österreichischen Tourismuswirtschaft bis zum Jahr 2005 werden in *Smeral* (1994B) mit Hilfe von Modellprognosen und verschiedenen Zukunftsszenarien ermittelt. Die wichtigsten Prognoseannahmen können wie folgt zusammengefaßt werden:

Im ersten Szenario wird für das BIP der westeuropäischen Industrieländer eine langfristige Wachstumsrate von rund 2% pro Jahr unterstellt. Das ergibt sich aus der Überlegung, daß Europa weiter an technologischer Wettbewerbsfähigkeit verliert, der Prozeß der europäischen Integration nur schleppend vorangeht, das internationale Schuldenproblem nicht gelöst wird und die Reformen in Osteuropa und der GUS nur mäßige Wohlstandssteigerungen erlauben.

In Europa werden die Expansionschancen im romanischen und südöstlichen Mittelmeerraum als überdurchschnittlich eingeschätzt. In Deutschland und Österreich wächst die Wirtschaft bis zum Jahr 2005 im europäischen Durchschnitt

Die nur mäßige Expansion der europäischen Volkswirtschaften impliziert, daß sich die Dynamik der Weltwirtschaft weiter in den pazifischen Raum sowie nach Süd- und Südostasien verlagert

Das zweite Szenario der Wirtschaftsentwicklung ist optimistischer und nimmt für Westeuropa ein höheres Wachs-

tumstempo an (etwa +3% pro Jahr). Das Szenario 2 geht davon aus, daß der Strukturwandel in Ost- und Westeuropa rascher und reibungsloser vor sich geht, Deutschland den Wiedervereinigungsschock relativ rasch bewältigt, das Schuldenproblem gemildert und die Wettbewerbsfähigkeit in den Schlüsseltechnologien spürbar verbessert wird

Europa gewinnt im Vergleich zu Nordamerika, den pazifischen und asiatischen Ländern an Wettbewerbsfähigkeit. Die Transformationsländer in Europa erzielen langfristig deutliche Wohlstandssteigerungen. In Nordamerika expandiert die Wirtschaft etwas langsamer als in Westeuropa, und der Wachstumsvorsprung der asiatischen Länder gegenüber Westeuropa schrumpft.

Angesichts der gegenwärtig erkennbaren Entwicklungstendenzen und der vorliegenden Prognosen scheint das Szenario 1 eine höhere Eintrittswahrscheinlichkeit zu haben als das Szenario 2.

Nach Gewichtung aller Faktoren und Modellergebnisse errechnet sich für Österreichs Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr bis zum Jahr 2005 eine potentielle Wachstumsrate von real 3½% pro Jahr. Dies bedeutet jedoch anhaltende Marktanteilsverluste im europäischen Reiseverkehr, der auf der Basis von Zahlungsströmen bis zum Jahr 2005 durchaus eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 4½% erzielen könnte

Die Zunahme der Ausgaben der Österreicher für Auslandsreisen wird sich von real 4½% pro Jahr auf rund 3% pro Jahr abschwächen, die Nachfrage der Inländer nach Österreich-Aufenthalten steigt aber im Prognosezeitraum mit real +1½% pro Jahr langsamer.

**Mögliche Maßnahmen**

In Österreich sind Tourismusintensität und Spezialisierungsgrad in der touristischen Produktion relativ hoch, so daß langfristig eine Verflachung der Wachstumskurve nicht ausgeschlossen werden kann. Etwa ein Drittel der Umsätze im internationalen Reiseverkehr werden in Österreich auf Basis traditioneller Wettbewerbsvorteile erwirtschaftet (reichliche Ausstattung mit natürlichen, sozialen und kulturellen Ressourcen in Verbindung mit einer günstigen geographischen Lage). Eine reduzierte Nachfragewirksamkeit dieser traditionellen Wettbewerbsvorteile (geänderte Konsumentenwünsche, Mode- und Geschmacksänderungen, Qualitäts- und Attraktivitätseinbußen der Ressourcen, Klimaänderungen) könnte den Stellenwert der Tourismuswirtschaft mindern, indem die in der Folge niedrigeren Marktpreise (bei gleichbleibend hohen Lohn- und Sozialstandards) viele Betriebe unrentabel machen. Ein möglicher Ausweg ist die strategische Neupositionierung des Tourismussektors, wobei folgende Globalstrategien denkbar wären:

- forcierte Internationalisierung in Verbindung mit einer deutlichen Positionierung von international wettbewerbsfähigen Regionen als Flugreisedestinationen,
- Einleitung einer breitgefächerten Qualitäts- und Kooperationsoffensive,

- Schaffung neuer Wettbewerbsvorteile durch Angebotsinnovationen („man-made attractions“),
- Erschließung neuer einkommenstarker Marktsegmente.

Gelingt eine solche Neupositionierung nicht, so können die potentiellen Wachstumsmöglichkeiten mittelfristig nicht ausgeschöpft werden. Die Anwendung kostenorientierter Globalstrategien (Massenproduktion, Beschäftigung billiger Arbeitskräfte) würde die Positionseinbußen zwar mildern, jedoch nicht vermeiden können. Im Extremfall könnte der Tourismussektor in Österreich langfristig um ein Drittel schrumpfen und würde ein Gewicht wie im europäischen Durchschnitt erreichen (Abbildung 2).

Die Ansatzpunkte für eine zukunftsorientierte Tourismus- und Freizeitpolitik sind aufgrund der Heterogenität der Materie vielfältig, sodaß die Entwicklung nicht durch Einzelaktionen, sondern nur durch ein Bündel von Maßnahmen gesteuert werden kann (vgl. auch *BMwA*, 1994A, *Smeral*, 1994B, 1994C):

#### Breitgefächerte Stärkung der qualitativen Wachstumskräfte

Die Qualitätsanhebung sollte für die gesamte Angebotspalette erfolgen — vom einfachen Gasthaus bis zum Luxusrestaurant oder von der Kellner- bis zur Managerausbildung.

Nach statistischen Analysen über längere Zeiträume nimmt die Konjunktorempfindlichkeit der Nachfrage mit der Qualitätsstufe der Unterkunft ab. Skeptikern des weiteren Qualitätsaufbaus muß damit entgegengehalten werden, daß eine Qualitätsoffensive — soweit die entsprechenden Einkommenschichten angesprochen werden — einen wirksamen Beitrag zur Milderung der Folgen von Konjunkturschwankungen liefern kann. Qualitativ hochwertige Angebote sollten freilich nicht in Segmenten mit durchschnittlichem oder unterdurchschnittlichem Pro-Kopf-Einkommen und/oder auf Problemmärkten positioniert werden.

#### Erhöhung der Rentabilität der Betriebe

Ein weiteres wichtiges Maßnahmenbündel betrifft die Rentabilität der Betriebe, zumal die Sicherung der Ertragskraft Voraussetzung für wettbewerbsverbessernde Investitionen ist und die Höhe der Investitionsquote und das Expansionstempo positiv korreliert sind.

Die durchschnittliche *Betriebsgröße* ist in den gewerblichen Unterkünften ein wichtiger Rentabilitätsfaktor. Sie ist in Österreich suboptimal und wäre daher zu erhöhen. Der mit der fortschreitenden europäischen Integration steigende Wettbewerbsdruck belastet größere Betriebe nicht nur relativ weniger, sie können auch die Vorteile des gemeinsamen Marktes („Marktgrößeneffekte“) besser nutzen.

Für die im internationalen Vergleich relativ kleinen österreichischen Tourismusbetriebe wird es auch schwieriger werden, sich auf dem Markt zu behaupten. In der Folge werden Übernahmen, Konzentration und Integration deutlich zunehmen.

Eine geeignete Maßnahme, um diesen kostenbedingten Zwängen auszuweichen, ist die Simulation großbetrieblicher Vorteile mit Hilfe von *Kooperationsmodellen*.

Kooperationen im Tourismus wären sowohl für die Beschaffungs- und Produktions- als auch für die Vermarktungsseite denkbar. Tourismusorte können etwa als ein örtliches Beherbergungsunternehmen agieren (der Ort als „Club“) mit unterschiedlichen Zimmerqualitäten oder als ein Gastronomiebetrieb mit verschiedenen Angebotschwerpunkten. Ähnliches wäre für den Sport- und Unterhaltungsbereich vorstellbar. Dank der gestärkten Marktmacht wären im gemeinsamen Ver- und Einkauf entsprechende Preis- und Kostenvorteile zu erzielen. Die Abstimmung der Investitionstätigkeit könnte den Verschuldungsgrad optimieren. Weiters könnte eine gemeinsame Personalpolitik zur Kostensenkung beitragen.

Ein weiterer wichtiger Bestimmungsfaktor für die Rentabilität der Betriebe ist die *Kapazitätsauslastung*. Die im internationalen Vergleich relativ niedrige Bettenauslastung dämpft die Rentabilität der österreichischen Tourismuswirtschaft.

Die Fragen der niedrigen Kapazitätsauslastung und der Rentabilität sind eng mit der *Entzerrungsproblematik* verbunden. Die zeitliche und räumliche Umverteilung von Nachfrageüberhängen würde nicht nur zur Qualitätssicherung der Umwelt und des Freizeiterlebnisses beitragen und die Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt senken, sondern auch eine Erhöhung der Durchschnittsrentabilität der Betriebe ermöglichen. Beispiele für entzerrende Maßnahmen wären:

- effektive Ausrichtung des Marketings auf einen Ganzjahrestourismus,
- Entwicklung neuer Gebiete, jedoch mit geringer bis höchstens mittlerer Nachfrageintensität zur besseren Verteilung der Nachfrage (hier ist die Nutzung von EU-Förderungen möglich),
- Einflußnahme auf die europäischen Ferienordnungen
- flexible An- und Abreisetage,
- stärkere Preisdifferenzierung nach zeitlichen Gesichtspunkten,
- Schaffung von umfassenden Verkehrsleitsystemen,
- bessere Verkehrsinformationen,
- längere bzw. flexiblere Ladensöffnungszeiten,
- Einführung von Prämiensystemen für entzerrendes Verhalten der Konsumenten und/oder der Unternehmer.

Der *Erlös* des Betriebs bzw. die *Ausgabe des Gastes* pro Übernachtung ist eine weitere wichtige Determinante der Rentabilität der vom Tourismus ganz oder teilweise abhängigen Betriebe. In Österreich liegen die Ausgaben ausländischer Touristen pro Übernachtung um etwa ein Zehntel über dem europäischen Durchschnitt. Im Vergleich zur Schweiz, zu Deutschland, Frankreich und Italien ist aber noch ein Rückstand feststellbar. Diese Konkurrenzdestinationen haben sich weniger auf die traditionellen Ferien mit niedrigem Aufwand pro Nacht spezialisiert. Ein modernes Ganzjahresangebot für flexible Freizeitkonsumenten ermöglicht überdurchschnittliche Wertschöp-



fungsbeiträge. Auch locken Standortvorteile in der Sachgüter- und Dienstleistungsproduktion relativ mehr Dienst- und Geschäftsreisende an, deren höhere Ausgaben dem Tourismus eine höhere Wertschöpfung je Beschäftigten ermöglichen. Eine aktive Standortpolitik würde sich demnach auch positiv auf die Entwicklung des Kongreß-, Dienst- und Geschäftsreisetourismus auswirken

Der *Nationen-Mix* ist ebenfalls ein wichtiger Rentabilitätsfaktor für die Tourismuswirtschaft: Die Tourismuspolitik müßte erhöhte Anstrengungen unternehmen, die hohe Abhängigkeit vom langsam wachsenden Problemmarkt Deutschland zumindest schrittweise zu senken und Österreich auf den Zukunftsmärkten in Übersee („Übersee-Offensive“) und auch in Südeuropa zu positionieren. Die Realisierung hoher Zuwächse im Incoming dürfte nicht allzu schwerfallen, da die betreffenden Länder mittelfristig über ausgezeichnete Wachstumschancen verfügen und zusätzlich die Auslandsreiseintensität noch sehr niedrig ist. Eine größere Streuung der Herkunftsmärkte würde außerdem das Konjunkturrisiko deutlich vermindern.

Im Bereich der Produktpolitik müßte die Zahl der spezifischen Angebotsgruppen für die Überseesnationen erhöht werden.

Mit der Rentabilität eng verbunden ist die Finanzierungssituation der Betriebe. Sie ist in der österreichischen Tourismuswirtschaft durch eine ungenügende Eigenmittelausstattung und durch Verbindlichkeitsstrukturen geprägt, die in vielen Fällen gegen den schwankenden Finanzierungsaufwand (Zinsschwankungen) nicht abgesichert sind. Die Verbesserung der Finanzierungsstruktur wäre deshalb eine geeignete Maßnahme, die Rahmenbedingungen investitions- und innovationsfreundlicher zu gestalten

### Forcierung der Erlebnisorientierung

Die *Erlebnisorientierung* ist zu einem wichtigen Teil des Urlaubs- und Reiseverhaltens geworden. Für die Vermarktung des Freizeiterlebnisses und damit für die Wettbewerbsposition eines Ortes oder einer Region erhält der Vernetzungsgrad der Angebotskomponenten von verschiedenen Betrieben, der Infrastruktur und der Umwelt — die „*Qualität der Erlebnislogistik*“ — entscheidende Bedeutung. In der Praxis wird der Erfolg eines Konzeptes davon abhängen, wie gut die Komponenten des traditionellen Angebotes der einzelnen Betriebe mit der „Fun-Struktur“ verbunden werden können.

### Schaffung neuer Wettbewerbsvorteile

Für die Reiseentscheidung haben die natürlichen Wettbewerbsvorteile bzw. die natürlichen Attribute einer Destination ihre dominante Stellung verloren; dagegen werden die machbaren („man-made“) Wettbewerbsvorteile immer wichtiger für die Marktanteilsentwicklung.

Innovationen sind bedeutende Grundbedingungen für die Realisierung von Wettbewerbsvorteilen. Für das Entdecken von Innovationschancen ist permanentes Lernen not-

wendig. Die Gäste, das Personal oder die Konkurrenz können dabei wertvolle Hinweise und Ideen liefern.

Der Mangel an Angebotsinnovationen und einer „Innovationskultur“ ist eine bedeutende Schwachstelle des österreichischen Tourismus: Österreich besitzt mit Ausnahme der gegebenen Landschaftskulisse, der traditionellen Kulturgüter und Veranstaltungen im großen und ganzen keine modernen Attraktionen (Themen- und Freizeitparks, moderne Museen, virtuelle Erlebniswelten) oder internationale Markenveranstaltungen (einzigartige Sport- und Unterhaltungsereignisse, Ausstellungen, Festivals). Die Anreicherung des Angebotes mit innovativen Veranstaltungen und Attraktionen ist eine wichtige Maßnahme, um den Bekanntheitsgrad, die Auslastung, den Marktanteil und schließlich das Wachstum zu erhöhen.

In Zukunft wird es weiters wichtig sein, möglichst viele Aktivitäten der Wertschöpfungskette im Dienstleistungsbereich zu kontrollieren bzw. die diagonale Integration voranzutreiben. Computerreservierungssysteme für Tourismuseinrichtungen und -aktivitäten dienen in diesem Zusammenhang dazu, die Wertschöpfungskette zu verlängern. Die logische und kreative Kombination von Dienstleistung und Technologie wird damit zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor. Für die Festigung der strategischen Position der Tourismusbetriebe in der Wertschöpfungskette ist auch das Eingehen von strategischen Allianzen eine zentrale Maßnahme.

Beispiele für diagonale Integration sind die Nutzung möglicher Synergien zwischen dem Hotel- und Gaststättenbereich und den begleitenden Dienstleistungen (Banken, Versicherungen, Transportunternehmen, Handel, Freizeit- und Ausbildungseinrichtungen). Die diagonale Integration bedeutet auch, daß Wettbewerber von außen eindringen können (der Arzt betreibt ein Gesundheitshotel, Ausbildungseinrichtungen eröffnen eigene Hotels, Banken werden als Reisemittler tätig usw.)

## Literaturhinweise

- Baumol W., 'Macroeconomics of Unbalanced Growth' American Economic Review 1967 57 S. 415-429
- Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (BMWA) (1994A) Tourismuspolitik 2000 Wien 1994
- Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten (BMWA) (1994B) Bericht über die Situation der kleinen und mittleren Unternehmungen der gewerblichen Wirtschaft Wien 1994
- Edwards A., 'International Tourism Forecast to 2005' The Economist Intelligence Unit Special Report 1992 (2454)
- Fuchs V. The Service Economy New York 1968
- Martin B., Mason S., 'The Future for Attractions — Meeting the Needs of the New Consumer' Tourism Management 1993 14(1) S. 34-40
- Masser I. et al. The Geography of Europe's Futures London 1992
- Opaschowski H. Tourismusforschung Opladen 1989
- Opaschowski H., Tourismus und Lebensqualität. Eine europäische Tourismusanalyse in fünf Bänden Hamburg 1994
- Plog, St. C., 'Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity' The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 1974 14(4)
- Poon A. Tourism Technology and Competitive Strategies Wallingford 1993
- Porter M. The Competitive Advantage of Nations New York 1990
- Riddle D. Service Led-Growth New York 1986
- Schulze, G. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart Frankfurt am Main-New York 1993

Skolka J. 'Der Dienstleistungssektor in Österreich 1976 bis 1989' WIFO-Monatsberichte 1991 64(9)

Smeral E. 'Tourism Demand, Economic Theory and Econometrics: An Integrated Approach' Journal of Travel Research 1988 (4)

Smeral, E. (1990A) Tourismus 2000: Analysen Konzepte und Prognosen Wien 1990.

Smeral E. (1990B), 'Osteuropa als Reisemarkt und Konkurrent' WIFO-Monatsberichte 1990 63(5)

Smeral E. (1990C) Die Freizeitmilliarden Situation und Perspektiven von Tourismus und Freizeit in Österreich WIFO Wien 1990

Smeral, E. 'Long-Term Forecasts for Tourism Industries: The Case of Austria and Switzerland' The Service Industries Journal 1992 (1)

Smeral E. (1994A) 'Economic Models of Tourism' in Witt St. Mountinho L. (Hrsg.), Tourism Marketing and Management Handbook 2nd Edition Prentice Hall 1994

Smeral E. (1994B) Tourismus 2005 Entwicklungsaspekte und Szenarien für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft Ueberreuter Wien 1994

Smeral E. (1994C), Bericht über die Lage der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft Studie des WIFO im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten Wien 1994

Smeral, E. Witt, St. Witt Ch. 'Econometric Forecasts of Tourism: Trends to 2000' Annals of Tourism Research 1992 (3)

World Tourism Organization (WTO) Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond Madrid 1994

## Tourism Facing the Need to Adjust Development Perspectives and Possible Strategies — Summary

Since World War II, the Austrian tourism and leisure industry has reached an important position in international competition. Austria is one of the most tourism-intensive countries in the world. From a macro-economic point of view, tourism and leisure activities play a crucial role for the creation of income and employment as well as for the maintenance of external account equilibrium.

During the first half of the 1990s, the Austrian tourism sector was hit by the consequences of the international recession. Further setbacks will occur during the current business cycle upturn, which are mainly caused by special factors but which the Austrian tourism sector cannot offset by its own force. Thus, the fall in real disposable incomes in Germany related to the high costs of reunification, currency devaluations in some major competitor countries, and the slump in air fares are causing significant losses in demand for holiday in Austria. The fragility of Austria's position in international tourism uncovers a number of structural problems which have essentially remained unsolved.

In Austria, tourism-intensity and the degree of specialization in the production of tourism services are relatively high. Calculations show that about one-third of tourism export revenues are earned on the basis of traditional competitive advantages (in essence the generous endowment with natural,

social and cultural resources). If these traditional advantages become less attractive — either because of changing consumer preferences, new tastes and fashions, or because of losses in the quality of resources — Austria may see the size of its tourism sector being reduced as with lower sales prices (as a consequence of declining attractiveness) many firms would cease to be profitable, given the domestic level of wages and other labor costs. A possible solution would be a comprehensive re-positioning of the tourism sector by way of the following alternative strategies:

- increased internationalization together with a well-defined marketing image of internationally competitive regions as air-travel destinations;
- launching of a broad-based quality and cooperation campaign;
- creating new competitive advantages via supply innovations (man-made attractions);
- disclosure of new, high-income market segments.

If efforts for re-positioning do not succeed the medium-term growth potential will not be exploited. However, current changes in tourism demand suggest that tourism policy measures may only have a limited effect.