

THILO VON TROTHA

Kommunale Entwicklung und verändertes Freizeitverhalten*

I.

In den Turbulenzen der Weltwirtschaftskrise und der Strukturprobleme unserer nationalen Wirtschaft sind manche kommunalen Entwicklungspläne ins Strudeln geraten. Manche Hoffnung auf die Ansiedlung etwa eines Zweigwerkes hat sich zerschlagen. Noch schlimmer: Viele um das eigene Überleben kämpfende Unternehmungen haben ihre ausgelagerten Produktionsstätten, insbesondere in peripheren Räumen, wieder geschlossen.

Diese Entwicklung hat in vielen Gemeinden neben dem Wegfall der Lohnsummensteuer und der Reduzierung der Gewerbesteuer zur Großbetriebssteuer zu einer dramatischen Entwicklung der kommunalen Finanzlage geführt. Sie hat aber auch dazu beigetragen, daß sich viele Regionen verstärkt auf ihre eigene Leistungsfähigkeit besinnen und sich weniger auf Hilfe von außen verlassen.

Ein Feld erhöhter eigener Anstrengungen der Kommunen könnten Freizeit und Tourismus sein. Es dürfte zwar die Ausnahme sein, daß entgangene Chancen einer gewerblichen Entwicklung durch höhere Einnahmen aus dem Tourismus kompensiert werden. Aber in mancher See- oder Alpengemeinde sind 30 % und mehr der Arbeitsplätze vom Tourismus abhängig. In touristisch noch wenig erschlossenen, aber in reizvollen Landstrichen gelegenen Städten und Gemeinden (z.B. der Eifel oder des Westerwaldes) könnte eine intensivierete Fremdenverkehrswirtschaft durchaus einen wachsenden Beitrag zur Prosperität und Wohlstand leisten.

Eine Untersuchung des Bundesministers für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau aus dem Jahre 1965 ergab, daß ein Arbeitsplatz im Fremdenverkehrsgewerbe durchschnittlich einen Investitionsaufwand von 336 000 DM bei privaten und 439 000 DM bei öffentlichen Fremdenverkehrseinrichtungen erfordert. Zum Vergleich: Ein industrieller Arbeitsplatz wird durchschnittlich mit 85 000 DM Investitionen geschaffen.

Auf der anderen Seite hat der Fremdenverkehr eine hohe arbeitsplatzschaffende Wirkung. Auf 100 gastgewerbliche Arbeitsplätze, die durch den Fremdenverkehr geschaffen wurden, kommen durchschnittlich weitere 50 fremdenverkehrsabhängige Arbeitsplätze in anderen Dienstleistungsbereichen: 11 im Handel, 2 bei Banken und Versicherungen, 37 im übrigen tertiären Sektor.

Insgesamt steht die deutsche Fremdenverkehrswirtschaft möglicherweise an einer Wende. Die Fremdenverkehrspolitik der Kommunen war oft durch zwei Merkmale gekennzeichnet:

1. Durch die Errichtung einer nach Möglichkeit umfassenden Fremdenverkehrsinfrastruktur in Regionen mit naturräumlicher Eignung; dabei galt – vielleicht zu häufig – die Devise „je größer je besser, je teurer desto schöner“.
2. Ein oft nicht ausreichend spezialisiertes Angebot mußte mit aggressiver Werbung und Massentourismus rentabel gemacht werden.

Die staatliche Fremdenverkehrsförderung stellte und stellt vor allem Finanzierungshilfen für Investitionsmaßnahmen des Fremdenverkehrsgewerbes im Rahmen der Mittelstandsförderung und der regionalen Wirtschaftsförderung zur Verfügung. Daneben kennen einige Länder, zum Beispiel Nordrhein-Westfalen, Landeszuweisungen für überregionale Werbemaßnahmen der Landesverkehrsverbände. Weiter wird der Fremdenverkehr über verkehrsrelevante Infrastrukturmaßnahmen gefördert.

Schwerpunkt der Förderung sind vielfach Maßnahmen, die zu einer Verlängerung der Saison führen. Das sind im Prinzip richtige Ansätze; gleichwohl ist vor allzu hohen Erwartungen zu warnen. So hat zum Beispiel die Kultusministerkonferenz dieser Tage beschlossen, die Schulferien nach dem rollierenden System nicht mehr wie bisher auf zwölf, sondern nur noch auf elf Wochen zu verteilen. Was nützen alle Anstrengungen zur Saisonverlängerung, wenn so entscheidende Rahmenbedingungen für die Urlaubsgestaltung wie die Ferienfestsetzung auf Saisonverkürzung zeigen? Das B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut in Hamburg wird in den nächsten Wochen eine Untersuchung vorlegen, aus der hervorgeht, daß zum Beispiel Schwimmbäder auf die Dauer keine Überlebenschancen haben, wenn es ihnen nicht gelingt, ein über den Badebetrieb hinausgehendes Freizeitangebot zu entwickeln.

Die bisherigen Anstrengungen haben dazu geführt, daß die Bundesrepublik Deutschland als interessantes Fremdenverkehrsland gilt. Über 10 Milliarden DM haben ausländische Besucher im vorigen Jahr ins Land getragen; 40 Milliarden haben wir – die größte Reise-Nation der Welt – im Ausland ausgegeben. Für 1976 hat das Statistische Bundesamt 2 443 Berichtsgemeinden des Fremdenverkehrs ausgewiesen. Darunter befanden sich 67 Großstädte, 186 Heilbäder, 273 Luftkurorte und 801 Erholungsorte. Unter den über 1 000 sonstigen Berichtsgemeinden waren traditionsreiche Ferienorte mit in-

* Vortrag, gehalten am 1. Juli 1983 in Freudenberg.

ternationalem Ansehen ebenso anzutreffen wie kleine Orte, in denen lediglich ein Hotel oder ein Campingplatz zu finden ist.

Die Phase der Grundausrüstung der deutschen Fremdenverkehrswirtschaft kann cum grano salis als abgeschlossen gelten. Worauf es nun ankommt, ist folgendes: Wie jeder Wirtschaftszweig, so hat auch die „Weiße Industrie“ (*Opaschowski*) ihre Nischen. Sie müssen entdeckt werden. Mit aller gebotenen Vorsicht mag die Situation unserer Fremdenverkehrswirtschaft mit der Abschlußphase der Industrialisierung in Deutschland um die Jahrhundertwende verglichen werden. Damals wurde die deutsche Industrie nach einer überstürzten – weil verspäteten – Aufbauphase von der ausländischen Konkurrenz in die Produktion hochwertiger, „intelligenter“ Güter gedrängt. Auf die nicht vorhersehbare Explosion des Massentourismus nach dem letzten Krieg reagierte auch die deutsche Fremdenverkehrswirtschaft zunächst recht planlos. Es entwickelte sich aus dem Stand ein reiner Verkäufermarkt, der vor allem der Nachfrage Herr zu werden versuchte; Qualität kam häufig zu kurz.

Diese Phase kann als abgeschlossen gelten. Ein breites und lineares Wachstum ist – wenn überhaupt – nur in engen Grenzen zu erwarten. Qualitatives Wachstum erscheint allerdings weiterhin möglich. Die Fremdenverkehrswirtschaft der Bundesrepublik Deutschland steht gewissermaßen vor der Aufgabe, die Quarzuhren, Taschenrechner und Glasfasern der „Weißen Industrie“ zu entwickeln.

Qualität in der Fremdenverkehrswirtschaft heißt in erster Linie, brauchbare Übernachtungsmöglichkeiten zu schaffen. Es bleibt eine schwer verständliche Tatsache, daß in vielen Regionen der Bundesrepublik Deutschland, in einem Land mit einer ausgeprägten Kurzreise-Kultur, noch immer die Hälfte der angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten nicht mit WC und Bad oder Dusche ausgestattet ist. Dabei lehrt die Erfahrung der letzten Zeit, daß in Regionen und Unternehmen ohne diese als Mindeststandard empfundene Leistung die Gäste ausbleiben, im Inland wie im Ausland. Die Aufstellung oder Verlängerung kommunaler oder staatlicher Naßzellenprogramme ist also vernünftig. Daß sie erforderlich sind, ist ein alarmierendes Signal für die mangelnde Innovationsbereitschaft im Beherbergungsgewerbe.

II.

Im folgenden soll begründet werden, warum der Freizeitmarkt in Bewegung ist und noch stärker in Bewegung kommen wird und damit Chancen für rührige Regionen oder Unternehmer bietet. Die Ausgangsthese ist:

1. Die Rahmenbedingungen für Freizeit verändern sich.
2. Infolgedessen verändert sich das Freizeitverhalten der Menschen.
3. Die Regionen können ihr Angebot auf dieses Verhalten zuschneiden.

Zu 1.:

Die Rahmendaten der Wirtschaftspolitik sind im Stabilitätsgesetz niedergelegt: Vollbeschäftigung, wirtschaftliches

Wachstum, Preisstabilität und außenwirtschaftliches Gleichgewicht. Fachwelt und Journalismus reden häufig von einem magischen Viereck. Das Freizeitverhalten entwickelt sich in einem magischen Dreieck, dessen Ecken Entwicklung der arbeitsfreien Zeit, Einkommen und subjektive Einstellung zur Freizeit heißen.

Aller Voraussicht nach werden die Menschen künftig mehr Freizeit haben als heute. Die jährliche Arbeitszeit sank zwischen 1960 und 1980 von 2 150 auf 1 770 Stunden. Für 1990 ist eine durchschnittliche Arbeitszeit von 1 500 Stunden vorausgesagt. Ein Papier der EG geht davon aus, daß im Jahre 2000 die frei verfügbare Zeit – also die arbeitsfreie Zeit abzüglich der für Essen, Schlafen und ähnliches aufzuwendenden Zeit – 50 Stunden pro Woche betragen soll. In weniger als 20 Jahren soll es also mehr Freizeit geben, als heute im Durchschnitt gearbeitet wird.

Es kann davon ausgegangen werden, daß der Prozeß der Substituierung menschlicher Arbeitskraft durch Maschinen und Automaten weitergehen wird. Das hat zur Folge, daß weniger Menschen zur Erwirtschaftung eines gleich großen oder wachsenden Bruttosozialprodukts erforderlich sind. Das heißt, die Summe der durchschnittlichen Freizeit nimmt zu.

Von herausragender Bedeutung für die Freizeitwirtschaft ist es, ob das knapp werdende Gut der Arbeitsgesellschaft, die Arbeit, in Form einer Verkürzung der täglichen Arbeitszeit, der Wochenarbeitszeit, der Jahresarbeitszeit oder der Lebensarbeitszeit verteilt wird. Eine Entscheidung ist noch nicht gefallen. Die Diskussion um die Verschiebung des Rentenalters für Frauen zeigt, daß eine Verlängerung der Lebensarbeitszeit zumindest im Augenblick keine Aussichten auf Erfolg hat. Dagegen zeichnet sich in der Gewerkschaftsbewegung vieler westlicher Länder der Trend ab, eine Verkürzung der wöchentlichen Arbeitszeit zu fordern. Sollte sich dieser Trend durchsetzen, so würden sich die Möglichkeiten des Kurzzeit-tourismus ganz erheblich verbessern. Landschaftlich reizvolle Regionen, die aus den Ballungszentren gut zu erreichen sind, zum Beispiel Westerwald und Eifel, hätten besonders gute Chancen.

Zu 2:

Viele Menschen in der Bundesrepublik Deutschland nehmen es als geradezu selbstverständlich hin, daß Löhne und Gehälter jedes Jahr steigen. Tatsächlich sind seit 1950 – unterbrochen durch zwei Rezessionen – die Einkommen beständig gewachsen, teilweise bis zu 10 % im Jahr. Dieser Prozeß muß vorläufig als wenigstens unterbrochen angesehen werden. Wir befinden uns im vierten Jahr real rückläufiger Einkommensentwicklung (1980: – 0,6 %, 1981: – 1,8 %; 1982: – 2,0 %; für 1983 geschätzt: – 2,2 %).

Im gleichen Zeitraum war eine Umschichtung in den Ausgaben der privaten Haushalte zu beobachten. Die Ausgaben zum Beispiel für Nahrungsmittel, Kleidung und Schuhe sanken. Gestiegen sind demgegenüber die Ausgaben für Reisen, Lektüre und Hobby, und zwar beim Zweipersonen-Rentnerhaushalt um das Fünffache (auf 107 DM monatlich), beim Vierpersonen-Arbeitnehmerhaushalt mit mittlerem Einkom-

men um das Vierfache (+ 100 DM auf insgesamt 400 DM/Monat), beim Vierpersonenhaushalt von Beamten und Angestellten mit höherem Einkommen um das Dreifache (+ 233 DM auf 737 DM). Diese Entwicklung wird sich nicht fortsetzen, sondern sich eher umkehren. Denn steigende Kosten für Energie, für Mieten u.ä., ebenso das allmählich erwachende Gefühl, am Ende der Wachstumsperiode zu stehen, werden möglicherweise dazu führen, daß bei den Ausgaben für Freizeit und Tourismus gespart wird.

Dem stehen allerdings Ergebnisse von Umfragen entgegen, nach denen über die Hälfte der Bevölkerung den Urlaub – nach Essen und Trinken, nach Wohnung und Kleidung – die viertwichtigste Stelle in der persönlichen Prioritätenskala einräumt. Nach – vielleicht zu optimistischer – Prognose sollen sich bis zum Jahre 2000 die Touristen verdoppelt haben; das entspricht einem jährlichen Zuwachs von 3,5 %. Heute macht ein Drittel der Bevölkerung regelmäßig einen Wochenendtrip; 1990 sollen es 45 % sein. Der amerikanische Futurologe *Hermann Kahn* sagt voraus, daß die „Weiße Industrie“ im Jahre 2000 die bedeutendste von allen sein wird.

Zu 3:

Die möglicherweise überraschendsten Veränderungen haben sich in der subjektiven Einstellung der Bundesbürger zur Freizeit ereignet. Ein Hamburger Freizeit-Forschungsinstitut schrieb kürzlich: „Freizeit verliert den Charakter einer privaten Spielwiese; ein neues Freizeitbewußtsein entwickelt sich, das Freizeit als Lebens- und Erlebnisfeld begreift.“ In der subjektiven Beurteilung von Lebensbereichen liegt danach Familie/Partnerschaft mit 85 ganz vorne, gefolgt von Freizeit mit 74; erst an vierter Stelle liegen Beruf/Erwerbstätigkeit mit 43. Vor 20 Jahren war das Verhältnis bei der Bewertung von Freizeit und Beruf nahezu umgekehrt.

Bei Umfragen entschieden sich:

- 70 % der Befragten für Konsumeinschränkungen statt weiterer Konsumsteigerung,
- 67 % für Rückbesinnung auf Natur statt ständiger Weiterentwicklung der Technik,
- 62 % für mehr Selbstbestimmung und innere Muße statt immer mehr Kurzweil durch steigende Freizeitangebote,
- 48 % für die Bewertung des einzelnen nach menschlichen Qualitäten statt nach Arbeitsleistung,
- 67 % für die Erhaltung alter Häuser statt Abriß und Wohnungsneubau in Sanierungsgebieten,
- 82 % für die Förderung von handwerklichen Kleinbetrieben statt großer Industrieanlagen.

Gewiß sollte der Aussagewert solcher – punktuell erhobener – Umfragen nicht überbewertet werden. Dennoch zeigen sie möglicherweise einen Trend an: Die Abwendung vom Kollektiv und Hinwendung zum Individualismus (Rückzug ins Private), und die Abkehr vom Gigantomanius („small is beautiful“). Durch die zurückgegangene Nachfrage nach Pauschalreisen werden Entwicklungen wie diese eher bestätigt als widerlegt. Der nach vorn schauende Freizeitplaner kommt an ihnen nicht gänzlich vorbei.

III.

Vereinfacht läßt sich sagen, daß sich die Freizeitvoraussetzungen durch mehr freie Zeit, geringere Ausgabemöglichkeiten und eine gestiegene Wertschätzung der Freizeit verändert haben. Freilich gibt es heute niemanden, der einigermaßen sicher vorhersagen kann, wie sich die Veränderungen des Datenkranzes auf das Freizeitverhalten der Bundesbürger auswirken werden. Mehr als letztlich intelligente Spekulation, wohin die Reise gehen mag, gibt es im Augenblick nicht.

Im Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau traf sich Mitte Juni 1983 eine Reihe von Experten, um über diese Frage nachzudenken. Sie kamen aus Bund, Ländern und kommunalen Spitzenverbänden, aus Hochschulen, Planungsinstituten und Fremdenverkehrsverbänden. Das Gespräch war anregend und hat dennoch als Fazit das hohe Maß der Ratlosigkeit gezeigt, mit dem selbst die Fachleute den neuen Entwicklungen begegnen.

Im folgenden können nur die Kernaussagen des Gesprächs skizzenhaft dargestellt werden. Dabei wird von vornherein darauf verzichtet, nichttouristische Aspekte der Freizeit zu vertiefen. Alle Teilnehmer waren sich einig, daß die Bereiche Schwarzarbeit, grauer Markt und Do-it-yourself-Wirtschaft an Bedeutung gewinnen werden. Bemerkenswert ist auch die Tatsache, daß der bisher eindeutigste Gewinner des neuen Freizeitverhaltens der Markt der elektronischen Massenmedien ist, der seine Umsätze von 1981 auf 1982 um 19 % steigern konnte.

Für Regionen und Kommunen interessant ist allerdings in erster Linie der touristische Aspekt der Freizeit. Was den Tourismus angeht, bestand über folgendes Einigkeit:

- Die Deutschen verbringen 60 % ihrer Freizeit in der Wohnung und am Wohnort, 30 % auf Ausflügen und Kurzurlaub und 10 % auf längeren und weiteren Urlaubsreisen. 40 % der Freizeit gehören damit dem Tourismus.
- 70 % der Reisenden bleiben in unserer Klimazone, 20 % fahren gen Süden und 5 % verlassen Europa.
- Auch der Urlaub bewegt sich zwischen den Polen Sicherheit und risikohaftem Erlebnis. Die Risikobereitschaft ist jedoch beim durchschnittlichen Touristen gering ausgeprägt. Zumeist reist der Alltag mit. Die Bereitschaft zum Experimentieren ist im allgemeinen gering.
- Wenn eine Stadt oder eine ganze Region bereit ist, ihre Natur der Freizeitgestaltung Fremder zur Verfügung zu stellen, hat sie ein Anrecht, daraus Einkommen und Arbeitsplätze zu gewinnen.

Zum Inlandtourismus wurden folgende Ansichten vertreten:

- Trotz verminderten Einkommens wird auch in Zukunft mehr gereist werden. Anders als in England, wo 75 % der Arbeitslosen überhaupt nicht reisen, ist ein Einfluß der Arbeitslosigkeit in Deutschland auf die Reisetätigkeit nicht nachzuweisen.
- Der Anstieg der Ausgaben im Tourismus bleibt hinter dem Anstieg des Bruttosozialproduktes zurück. 1982 sind die Ausgaben für Inlandreisen nur um 3 % gestiegen, real also gesunken. Die Ausgaben für Auslandsreisen stiegen um 6 %.

- Trotzdem können die Chancen des Inlandtourismus steigen. Der Prestigewert von Auslandsreisen ist gesunken. Auch werden dort zunehmend die natur- und landschaftsschädigenden Auswirkungen des Tourismus erkannt, was mittelfristig dazu führen könnte, nicht mehr so viele Touristen ins Land zu holen. Immer mehr Menschen werden sich zudem bewußt, daß sie zwar viele Landschaften außerhalb Deutschlands, aber bedeutende Teile der Heimat nicht kennen.
- Die Zahl der Zweit- und Dritturlaube nimmt zu. Diese werden in der Regel in Deutschland verbracht. Das kann allerdings zu einer Mehrbelastung der Naherholungsräume führen. Grenzen der Belastbarkeit sind bei 25 000 bis 30 000 Übernachtungen pro 100 Einwohner ermittelt worden. Die Bereitschaft der Wohnbevölkerung, zum Wohle der Gäste zurückzustecken, wurde als abnehmend charakterisiert.
- Das Allensbacher Institut hat ermittelt, daß 51 % der Befragten ihren Urlaub zu Hause verbringen würden, wenn in bequem erreichbarer Entfernung ein Naherholungsgebiet läge. 27 % würden zu Hause bleiben, wenn sie ein Freizeitbad in der Nähe fänden; 20 %, wenn ein wohnungsnahes Freizeitzentrum für die ganze Familie vorhanden wäre, und 18 %, wenn Ferienveranstaltungen am Wohnort oder in der näheren Umgebung durchgeführt würden. Freizeitparks haben einen Einzugsbereich von 400 km, das entspricht 4 Stunden Reisezeit.
- Im Hotel- und Gaststättengewerbe hat seit den 70er Jahren keine nennenswerte Umsatzsteigerung mehr stattgefunden. Von 1981 auf 1982 ging die Beschäftigung sogar um 2,8 % zurück. Animation wird immer weniger gefragt.
- Entsprechend steigt die Nachfrage im Self-Service-Bereich. Mit zunehmendem Anteil des Self-Service werden freilich immer mehr Übernachtungen benötigt, um einen Arbeitsplatz zu sichern; heute sind es zwischen 500 und 600. Die Freizeitplaner haben einen Nutzen-Grenzwert zu beachten, bei dessen Erreichen sich eine Steigerung der Zahl der Übernachtungen wegen der damit verbundenen Folgekosten und Naturbelastungen nicht mehr lohnt. Eine Hotelübernachtung schafft eine viermal größere Wertschöpfung als eine Pensionsübernachtung, ein Campingplatz schafft nahezu keine Wertschöpfung.
- Fünf Tages-Ausflügler entsprechen in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung etwa einem Übernachtungsgast. Pro Jahr wird in der Bundesrepublik eine Milliarde Tagesausflüge unternommen, bei denen pro Kopf im Durchschnitt 14 DM ausgegeben werden. Damit hat der Tagesausflugsverkehr das doppelte Ausgabenvolumen wie der Urlaubsreiseverkehr.

IV.

Das sind gute und schlechte Nachrichten für die Erholungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland. Die schlechteste kommt zuletzt: Die nordrhein-westfälische „Strukturanalyse Eifel“ hat ermittelt, daß der Anteil der Gewerbesteuer aus dem Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe an der Gesamtgewerbesteuer zwischen 1970 und 1980 durchschnittlich nur 2,5 % betragen hat. Diese Zahl legt es nahe, den Tourismus

als Standbein der Wirtschaftsstruktur zu vernachlässigen. Allerdings erscheint die Bedeutung des Tourismus mit seinen dynamischen Ausstrahlungen, etwa auf das Einzelhandelsgewerbe, mit solchen statischen Berechnungen nicht ausreichend gewürdigt und erkannt.

Was nun kann den Regionen geraten werden? Wie kann die Fülle teilweise sich widersprechender Möglichkeiten zu einem vernünftigen Handlungsziel gebündelt werden? Sicher erscheint heute nur eines: ein regionales Freizeitkonzept für die Zukunft kann von zentraler Stelle, zum Beispiel von seiten der Bundesregierung, nicht erstellt werden. Die Kommunen müssen aus der Menge der Informationen das für sie Wahrscheinliche herausuchen und im Lichte ihres Entwicklungsstandes, ihrer personellen Möglichkeiten und natürlichen Voraussetzungen ein eigenes Konzept entwickeln. Jede Region kann das nur für sich tun.

Die Zukunft der Fremdenverkehrswirtschaft in der Bundesrepublik ist zu ungewiß, um die Hände in den Schoß zu legen. Wer das dennoch tut, sollte wissen, daß er seine Lage nicht verbessert. Wo hingegen die Intelligenz, ein eigenes, unverwechselbares Freizeitprofil zu entwickeln, mit dem notwendigen Gechick zusammentrifft, richtig dafür zu werben und die Kunden „am Ort“ zufriedenzustellen, da wird die Fremdenverkehrswirtschaft auch künftig Wachstumsbranche sein können. Erforderlich sind die Bereitschaft und die Fähigkeit in der Kommune, in der Region sich ganz auf die Wünsche und Vorstellungen einer besonderen Nachfragergruppe einzustellen.

Falsch erscheint es nach heutigen Erkenntnissen, erfolgreiche Fremdenverkehrsrezepte anderer Regionen zu kopieren. Ein eigenes, ein eigenwilliges und besonderes Profil der Freizeitregionen ist notwendig. Der Massentourismus alten Stils – Fachleute bestreiten, daß es ihn je gegeben hat – wird totgesagt. Gefragt sind Individualismus und Unverwechselbarkeit.

Ob eine Region Gesundheitsurlaub, Bildungsurlaub, Ferien auf dem Bauernhof, Fahrrad-Package-Touren oder Wandern ohne Gepäck anbieten will, kann nur sie allein entscheiden. Sie muß überlegen, ob sie Alt oder Jung ansprechen, ob sie Familienurlaub oder den sportlichen Urlaub anbieten will. Die Gemeinde selbst muß ihre eigenen Ausgangsbedingungen kritisch untersuchen und festlegen, ob sie auf den Tagestouristen, den Kurzzeittouristen oder den Urlaubsverkehr setzen möchte. Sie muß sich Klarheit darüber verschaffen, ob sie lieber wenige Menschen mit viel Geld oder viele Menschen mit wenig Geld ansprechen will. Die vom Bundesminister für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau in Auftrag gegebene Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung „Neue Trends in Freizeit und Fremdenverkehr und ihre Auswirkungen auf ausgewählte Ferienggebiete in der Bundesrepublik Deutschland“ (erhältlich im BMBau) kommt zu dem Ergebnis, daß sich ungefähr die Hälfte der Bevölkerung auch künftig die gewohnten Reisen leisten kann, während die andere Hälfte zu Verzicht genötigt sein wird.

Es muß in der Region entschieden werden, ob es besser ist, große Feriendörfer zu bauen, das vorhandene dezentralisierte Bettenangebot zu modernisieren oder Campingplätze zu schaffen. Für die eine Stadt mag es besser sein, sich ein modernes Profil zu schaffen, für die andere mag es günstiger sein, die

alte Bausubstanz zu erhalten und pflegerisch fortzuentwickeln. Alte Stadtbilder, Baudenkmäler und Sehenswürdigkeiten haben jedenfalls eine besondere Anziehungskraft für die Bewohner von Großstädten und Stadtrandsiedlungen. Die Image-Untersuchungen des Instituts für angewandte Sozialwissenschaften haben 1972 und 1980 ergeben, daß für den durchschnittlichen Besucher einer Stadt unter acht ausgewählten Kriterien das Merkmal Stadtbild und Sehenswürdigkeiten den stärksten Ausschlag für einen Aufenthalt geben. Das gilt gleichermaßen für den Tagesbesucher wie für einen längeren Aufenthalt. Landschaftliche Umgebung und selbst gute Übernachtungsmöglichkeiten rangieren erst danach. Für viele kleine Städte in touristisch wenig entwickelten Regionen, die von der Sanierungs-Zerstörung und vom Modernisierungs-Vandalismus der letzten zwei Jahrzehnte verschont blieben, ergeben sich daraus beachtliche Chancen. „Natur und Geschichte“, so wurde einmal formuliert, „ist das Material, das der Fremdenverkehr anzubieten hat“.

Zugleich gefährdet der Tourismus allerdings die Natur. Im eigenen Interesse sollte jede Kommune bei ihrer Tourismusplanung dafür Sorge tragen, daß durch eine überintensive Nutzung ihres Naturpotentials heute die Arbeitsplätze und Entwicklungschancen für morgen nicht gefährdet werden. Das gilt insbesondere für Regionen, die ihr naturnahes Erho-

lungsangebot ausweiten wollen. Eine Erweiterung des Angebots auf diesem Felde ist relativ preiswert und knüpft an die beliebtesten Freizeitbeschäftigungen an: Spazierengehen und Wandern. Allerdings bringen Spaziergänger relativ wenig Geld in die Region, und allzu viele von ihnen können nachhaltige Schäden in Fauna und Flora bewirken. Auch hier gilt es abzuwägen; so wie es die Hoffnung auf einen verstärkten Deutschlandboom gegen die Möglichkeit abzuwägen gilt, daß sein touristisches Mehraufkommen – sollte es eines Tages eintreffen – von der demographischen Entwicklung wieder aufgezehrt werden kann.

Was der private wie der öffentliche Freizeitplaner jetzt braucht, ist Phantasie, Mut und Glück. Er muß gemäßigt zu Unkonventionellem bereit sein und über ein beachtliches Maß Hartnäckigkeit verfügen. Was not tut, sind Bestandsaufnahmen am Ort, Kooperation der Entscheidungsträger innerhalb der Gemeinden sowie der Gemeinden und Regionen untereinander, Phantasie und Einfühlungsvermögen. Der zeitgemäße Freizeitplaner braucht gewissermaßen eine rauhe Hand, die zusammenhalten, notfalls auch Schläge austeilen kann, und eine zarte Hand, die Druck zu messen versteht, Ströme und Entwicklungen richtig abschätzen kann. Selbst wenn beide Hände gut zusammenarbeiten, ist der Erfolg nicht sicher. Aber er wird möglich.