

2020 eröffnet Chance für Nachhaltigkeitsorientierung

von Herta Neiß / Andreas Praher, JKU Linz



Dr. Herta Neiß und Dr. Andreas Praher, Johannes Kepler Universität Linz, Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, verfassten diesen Beitrag unter dem vollständigen Titel „Corona-Sommer 2020 in Österreich. Chancen für eine höhere Nachhaltigkeitsorientierung des Tourismus im Alpenraum“.

Tourismus im Alpenraum im Corona-Sommer 2020

Der internationale Tourismus erlebte in den vergangenen Jahren einen Höhenflug und verzeichnete in vielen Ländern Rekordzuwächse. Auch die österreichische Tourismuswirtschaft vermeldete noch für 2019 Zuwachsraten. Erstmals wurde die 150 Millionen-Nächtigungsgrenze überschritten. Mitten in dieser Boom-Phase erfolgte praktisch über Nacht aufgrund des Lockdowns infolge der Covid-19-Pandemie im Frühjahr 2020 eine Totalbremsung, die den Tourismus österreichweit zum Erliegen brachte. (WIFO, 2020) Doch nach einer kurzen Schockstarre begann die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft rasch mit Elan und Innovationsfreudigkeit Schadensbegrenzung vorzunehmen und sich den sich täglich ändernden Herausforderungen zu stellen, angepasst an die jeweils von der Politik nach Höhe der Infektionszahlen vorgegebenen Maßnahmen. (Zolles, 2020) Die nach den Grenzschließungen erfolgte nur zögerliche Öffnung der Urlaubsmärkte bei gleichzeitigen Reisewarnungen für weiter entfernte Urlaubsdestinationen im europäischen und außereuropäischen Ausland bewirkten ab Mai 2020 vor allem durch inländische Gäste eine verstärkte Nachfrage von Destinationen im Nahbereich. Das zeigte sich beispielsweise im oberösterreichisch-salzburgischen Salzkammergut. Hans Wieser, Geschäftsführer der Wolfgangsee Tourismus Gesellschaft, konstatierte bereits für das Pfingstwochenende Ende Mai eine sehr gute Auslastung. Aber auch in anderen Re-

gionen des Alpenraums gaben die ersten positiven Daten im Mai 2020 Hoffnung zu einem gewissen Optimismus (Schegg, 2020). Die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV) und die Österreich Werbung (ÖW) gingen im Juni basierend auf Umfragen davon aus, dass bis zu zwei Drittel der österreichischen UrlauberInnen ihre Sommerferien im Land verbringen werden. Die Meinung, dass sich der Alpenraum touristisch erholen und durch die entstandene Unsicherheit im Zusammenhang mit der Pandemie sogar profitieren könnte, war in Fachkreisen nicht zu überhören und konnte zum Teil auch durch Umfragen gestützt werden (Mülleger/Jooss/Brucker, 2020).

Insgesamt war die erste Hälfte der Sommersaison 2020 (Mai bis Juli) um 44,6 % unter dem Vorjahresniveau. Die Zahlen bei den inländischen Gästen lagen im Juli 2020 aber im Plus. Dank 15,2 % Zuwachs bei Inländernachtungen wurde der höchste bisher erhobene Juli-Wert von 5,57 Mio. erzielt werden. So wurde das Nächtigungsminus ausländischer Gäste im Juli (-28,7 %) von Binnentouristen abgedeckt. Auch der Rückgang bei Deutschen Urlaubsgästen fiel bei den Nächtigungen mit -4,3 % deutlich geringer aus, als jener in weiteren Quellmärkten wie Ungarn (-43,5 %), Tschechien (-28,1 %) oder etwa Italien (-66,4 %). Im Bundesländervergleich verzeichnete Wien im Juli mit -73,3 % den höchsten Nächtigungsrückgang. In klassischen Sommerfrischeregionen wie Oberösterreich mit -16,7 % oder auch Salzburg mit -21,5 % fiel der Rückgang deutlich geringer aus. Burgenland (+4,1 %), Steiermark (+2 %) und Kärnten (+0,1 %) erzielten sogar Steigerungen.

Bezieht man die Augustwerte ein, war der Rückgang bei Deutschen Urlaubsgästen mit -2,8 % weniger dramatisch als noch im Juli und auch die Werte für die Quellmärkte wie Ungarn, Tschechien oder Italien hatten eine leichte Entspannung zur Folge. Diese positive Tendenz spiegelte sich bis auf Wien auch in den Bundesländern wider. So lag der Nächtigungsrückgang in Oberösterreich und Salzburg im

August nur mehr bei -11,4 bzw. -10,6 %. Burgenland (+6,8 %), Steiermark (+4,1 %) und Kärnten (+2,2 %) konnten nochmals zulegen. (Statistik Austria)

Bemerkbar machte sich das beim Ansturm auf nachhaltige Tourismusangebote, wie etwa den Berghütten, sowohl in Österreich als auch im benachbarten Bayern. So vermeldete der Deutsche Alpenverein (DAV) vereinzelt ein Plus von fünf % bei den Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr und einen Anstieg der Tagesgäste. Der DAV ging davon aus, dass die gute Buchungslage auf den Berghütten bis in den Herbst anhalten würde. Auch in österreichischen alpinen Ferienregionen machten sich die Reiseeinschränkungen und -warungen im Sommer bemerkbar. Der Achensee Tourismus vermeldete beispielsweise im Juli um 97 % mehr Gäste aus Österreich. Dieser Corona-bedingte Wander- und Berg-Boom verlief nicht friktionsfrei und kehrte das vielfach erwartete Naturerlebnis mancherorts ins Negative, belastete die Umwelt und stellte Gemeinden sowie Hüttenwirte vor Herausforderungen, die bis jetzt eher von Hot Spots wie Hallstatt bekannt waren.

Diese neuen temporären Overtourism Hot Spots entsprechen dabei weder in ökologischer, ökonomischer, sozialer noch kultureller Hinsicht einem

nachhaltigen Tourismus, dem sich letztlich auch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) in der aktuellen Tourismusstrategie, dem Masterplan für Tourismus verschrieben hat, in der neben den Gästen vor allem auch die Bedürfnisse der UnternehmerInnen, der MitarbeiterInnen und der einheimischen Bevölkerung und der Umwelt Berücksichtigung finden sollen. (Plan T – Masterplan für den Tourismus) Gudrun Stallinger veranschaulicht in ihrer Studie zum nachhaltigen Wintertourismus die wesentlichen Eckpfeiler in einer Grafik und zeigt damit deutlich die sich bedingende Interaktion der einzelnen Punkte miteinander auf. (Stallinger, 2014)

Basierend darauf stellte sich für die vorliegende Studie im Rahmen des Interreg-Projektes (AB255) „Qualitätstourismus Alpenraum“ die Frage, wie der Stellenwert der Nachhaltigkeit im Tourismus gegeben ist und in welche Richtung, d. h. mit welchen Ausprägungsmerkmalen, er sich im Corona-Sommer 2020 gegebenenfalls geändert hat.

Raum- und regionsspezifisches Setting der Online-Umfrage im Rahmen des Interreg-Projekts

Die Covid-19-Pandemie und die damit veränderten Rahmenbedingungen im Tourismus, sowie die zen-

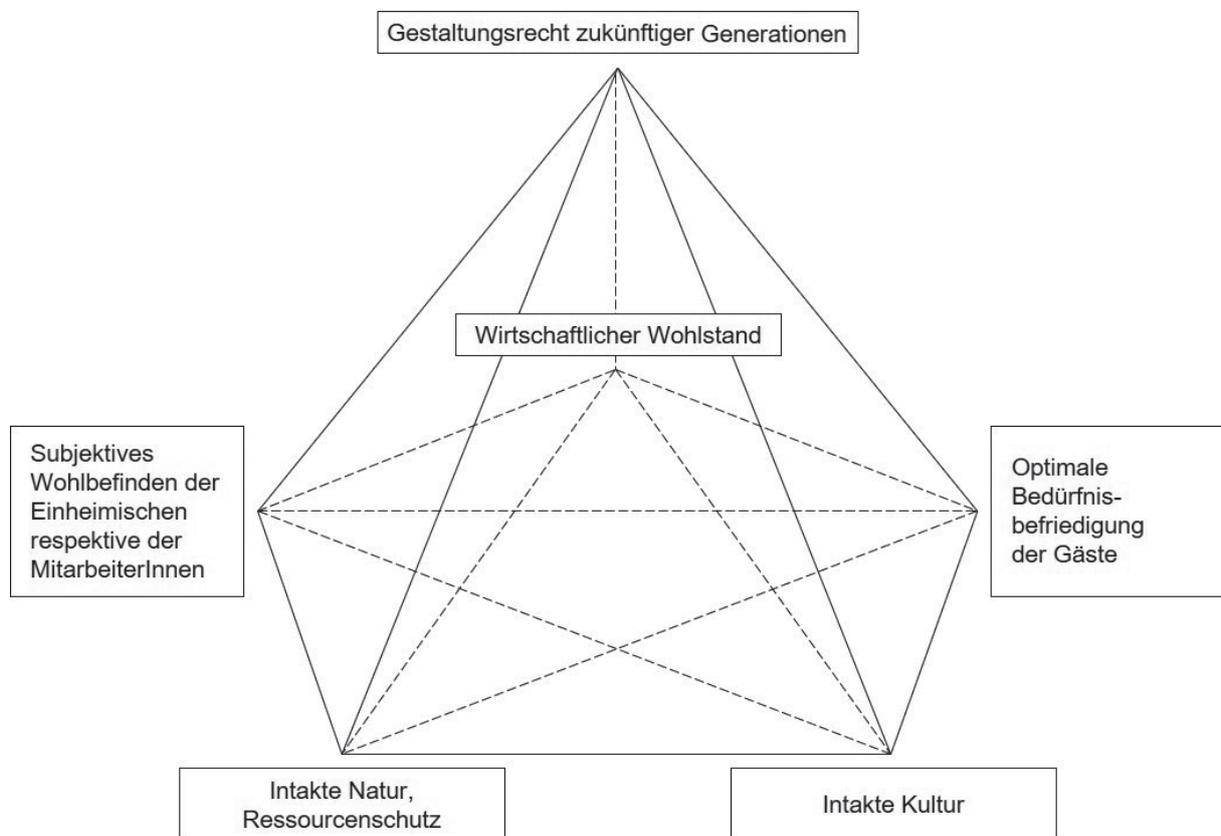


Abb. 1: Elemente der Nachhaltigkeit (Stallinger 2014)

trale Fragestellung inwiefern die Nachhaltigkeit in Krisen Thema für den Tourismus ist, stellte somit den Kern der von der Johannes Kepler-Universität Linz (MBA-Tourismusmanagement) im Rahmen des Interreg-Forschungsprojektes (AB255) „Qualitätstourismus Alpenraum“ durchgeführten Online-Befragung unter Studierenden und MitarbeiterInnen zum Reise- und Urlaubsverhalten im Sommer 2020 dar. Diese ging neben einem allgemeinen Teil näher auf die drei in Projekt beteiligten Destinationen Wolfgangsee, Wagrain-Kleinarl und Berchtesgadener Land ein und war ursprünglich für den Zeitraum von 2. Juli bis 2. August 2020 geplant, wurde aber nach zwei Wochen Laufzeit aufgrund des Auftretens eines Corona-Clusters in St. Wolfgang vorzeitig beendet.

Neben dem Einfluss der Corona-Krise auf das persönliche Reise- und Urlaubsverhalten im Sommer 2020 standen die Fragen nach der Bedeutung eines nachhaltigen Tourismus im deutsch-österreichischen Alpenraum im Fokus der Untersuchung unter Einbeziehung der drei projektrelevanten Tourismusdestinationen Wolfgangsee, Wagrain-Kleinarl und Berchtesgadener Land. Die auf diese Weise erhobenen Daten geben Einblicke in die individuellen Vorstellungen, Wünsche und Erwartungshaltungen potenzieller Gäste betreffend eines Urlaubsaufenthaltes in den drei Tourismusdestina-

tionen. Um ein Stimmungsbild einerseits Corona betreffend andererseits bezüglich Nachhaltigkeit zu erhalten, wurden in der quantitativen Erhebung auch qualitative Fragestellungen berücksichtigt.

An der Befragung nahmen 280 Personen teil. Mehr als zwei Drittel davon österreichische Staatsbürger; die zweitgrößte Gruppe waren Deutsche. Annähernd 80 % verfügten über einen Hochschulabschluss. Die größte Altersgruppe mit über einem Drittel sind die 26- bis 39-Jährigen. Annähernd die Hälfte gab an, aus einer Großstadt mit über 100.000 Einwohner zu kommen. Damit kann das Sample durchaus als jung, urban und akademisch gebildet interpretiert werden. Dieses lässt sich damit begründen, dass die Online-Umfrage an der JKU durchgeführt wurde. Bei den Befragten war das Verhältnis der Geschlechter mit mehr als die Hälfte überwiegend weiblich.

Inland vor Ausland – Nähe statt Distanz – Berge statt Meer

Signifikant ist, dass für zwei Drittel der Befragten der deutsch-österreichischen Alpenraum durch die Corona-Krise an Bedeutung gewonnen hat. Das hängt damit zusammen, dass laut eigenen Angaben viele Befragte die Reisewarnungen ernst genommen haben und Bedenken vor direkten

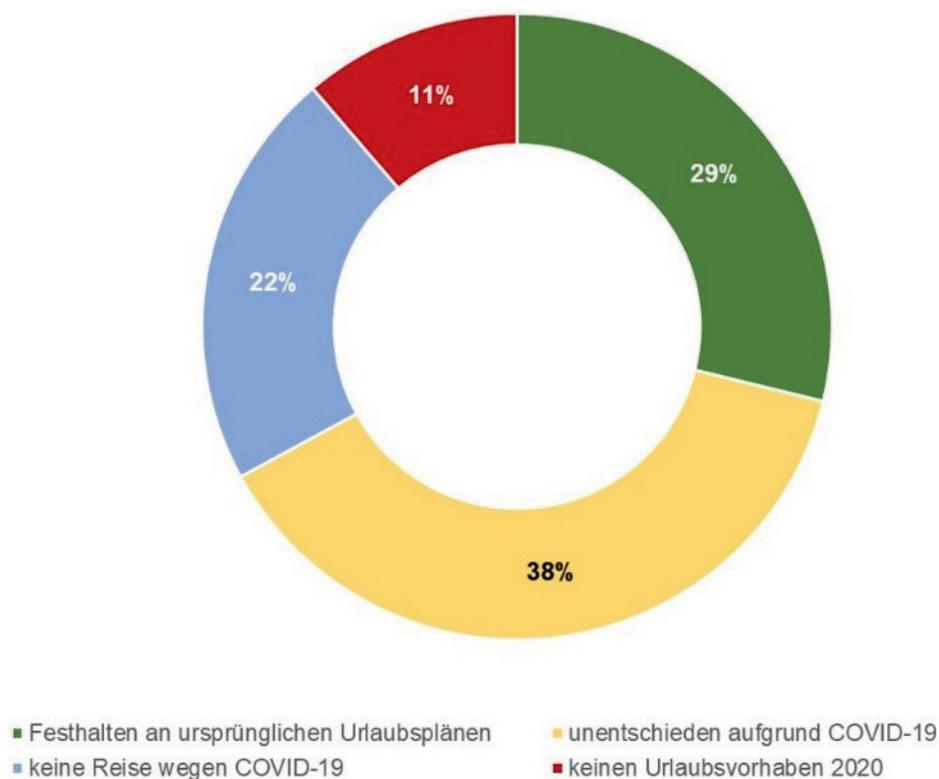


Abb. 2: Urlaubspläne für den Sommer 2020

und indirekten Konsequenzen wie einer Infektion, Grenzschließungen oder Quarantäne hatten. Dass die Covid-19-Pandemie Auswirkungen auf die Auswahl der Urlaubsregion hat, gaben 73 % an, 21 % meinten dagegen, es beeinflusse ihre Reiseentscheidung nicht. Der Rest der Befragten (6 %) war unentschieden.

29 % gaben an, an ihren „ursprünglichen Urlaubsplänen“ festzuhalten. 38 % hatten sich zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht entschieden bzw. wollten noch abwarten. 22 % hatten aufgrund von Covid-19 keinen Urlaub geplant. D.h., dass noch Anfang Juli mehr als die Hälfte der Befragten unentschieden war, ob sie überhaupt auf Urlaub fahren würden.

Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass ein hoher Anteil aufgrund von COVID-19 unsicher ist, die Reiseentscheidung hinauszögert oder gar keinen Urlaub geplant hat. Ein immer wiederkehrendes Thema waren Infektionsraten sowie Gesundheits- bzw. Hygienestandards. Als Risikoländer und -destinationen werden solche gesehen, in denen die Ansteckungsgefahr als potenziell höher eingestuft wird, unabhängig von allfälligen Reisewarnungen. Als Reiseziel stand bei vielen das Inland höher im Kurs als ausländische Urlaubsregionen. Über ein

Drittel der Befragten gab an, den Sommerurlaub in Österreich verbringen zu wollen. Die nach Österreich beliebtesten Urlaubsländer waren relativ abgeschlagen Kroatien, Deutschland und Italien. Von jenen, die ihren Urlaub in Österreich verbringen wollten, gaben die meisten an, diesen in Oberösterreich verbringen zu wollen, gefolgt von Steiermark, Niederösterreich und Salzburg. Dieses Bundesländer-Ranking ergibt sich wiederum aus dem Sample, da ein Großteil der Studierenden und MitarbeiterInnen der JKU aus Oberösterreich stammt. Danach befragt, ob jemand in einer der drei projektrelevanten Destinationen einen Sommerurlaub plane, gab ein Viertel die Wolfgangsee-Region an. Die Ferienregionen Wagrain-Kleinarl und Berchtesgadener Land fielen bei der Sommerurlaubsplanung der Befragten kaum ins Gewicht, was wiederum darauf zurückzuführen ist, dass ein Großteil der Befragten aus Oberösterreich stammt und das Salzkammergut für viele OberösterreicherInnen eine beliebte, weil nahe Tourismusregion darstellt. Neben der Nähe und dem Glauben im Alpenraum einer geringeren Ansteckungsgefahr ausgesetzt zu sein (50 %), waren für fast 98 % die „intakten Naturräume“ ausschlaggebend für einen Urlaub in einer der drei Ferienregionen. Vor allem Wandern stand für jene, die sich für einen

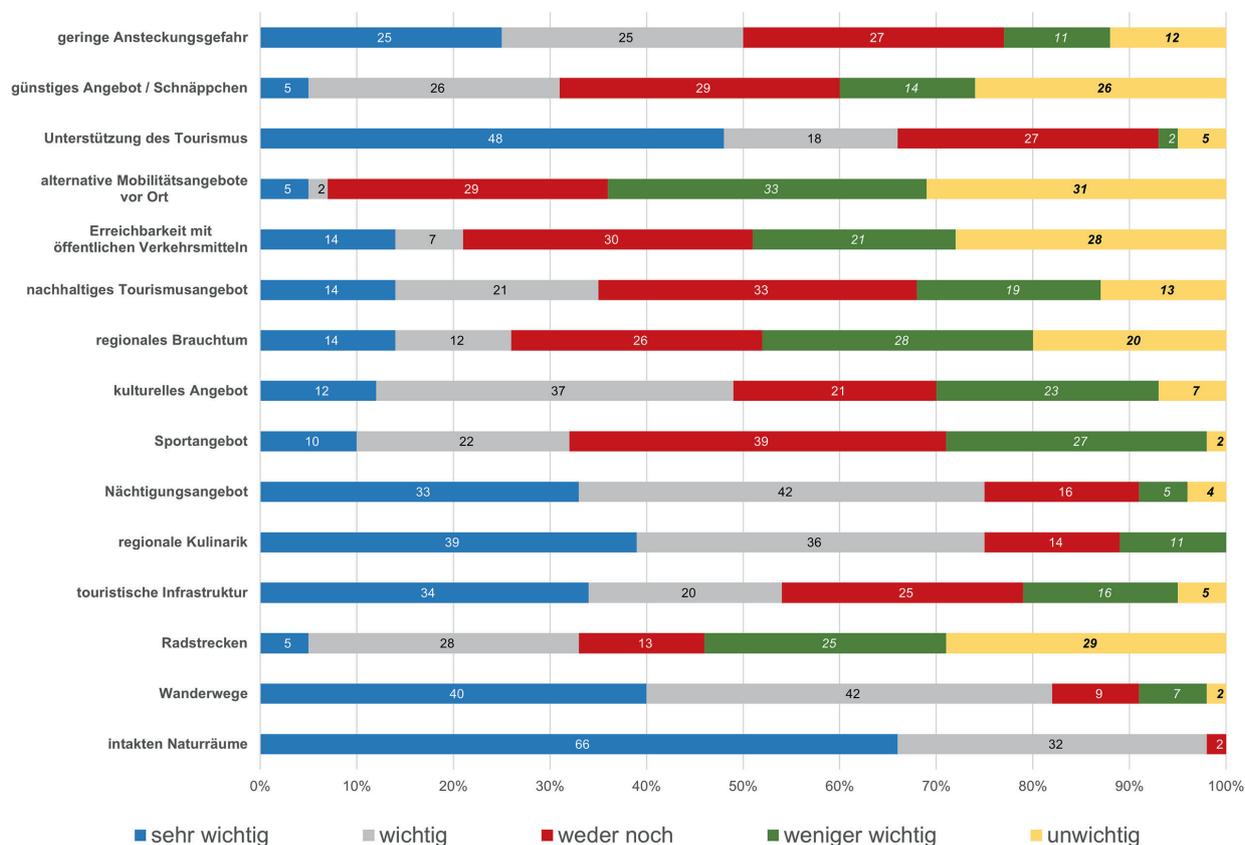


Abb. 3: Entscheidungskriterien für einen Urlaub im deutsch-österreichischen Alpenraum

Sommerurlaub in einer der drei Destinationen im Alpenraum entschieden mit über 81 % hoch im Kurs, gefolgt von der regionalen Kulinarik mit 75 %.

Regionale Aspekte

Um herauszufinden, welche Vorstellungen die Befragten mit den jeweiligen Tourismusdestinationen im Alpenraum verbinden, wurde eine persönliche Prioritätseinschätzung auf einer Skala von 1 (trifft zu) bis 5 (trifft nicht zu) zu unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeit durchgeführt. Dabei fällt auf, dass die Befragten den Erholungs- und Entspannungsfaktor sowie die ökologisch intakte Natur- und Kulturlandschaft in allen drei Projektregionen mit Werten von 70 % und darüber relativ hoch ansiedeln. Knapp 85 % empfinden einen Aufenthalt in der Region Wolfgangsee als erholsam, in Wagrain-Kleinarl sind es knapp 80 % und im Berchtesgadener Land an die 72 %. Die ökologisch intakte Natur- und Kulturlandschaft wird in St. Wolfgang von rund 84 % geschätzt, in Wagrain-Kleinarl von 76 % und im Berchtesgadener Land von immerhin 66 %. Die überaus hohen Werte der Wolfgangsee-Region erklären sich auch durch den Bekanntheitsgrad, zumal ein Großteil der Befragten aus Oberösterreich stammt.

Die drei abgefragten Destinationen werden in über 50 % der Fälle als ursprünglich und authentisch wahrgenommen. Ausschlaggebend dürfte hier das Angebot an regionalem Brauchtum und regionaler Kulinarik sein mit dem alle drei Destinationen in mehr als der Hälfte der Fälle in Verbindung gebracht werden. Überaus positiv bewertet wird auch das „vielseitige Sportangebot“. Hier führt die Ferienregion Wagrain-Kleinarl mit 78 % vor der Wolfgangsee-Region mit knapp 70 % und dem Berchtesgadener Land mit rund 59 %. Während das Nächtigungsangebot mit 60 bis über 70 % als durchaus positiv bewertet wird, schneidet das Preis-Leistungsverhältnis der gebotenen Dienstleistungen mit 30 bis über 40 % eher schlecht ab. Die Destinationen werden durch die Bank als ausgabeintensiv wahrgenommen. Weder Wagrain-Kleinarl (32 %) noch das Berchtesgadener Land (42 %) werden überwiegend mit einem „reichhaltigen Kulturangebot“ in Verbindung gesetzt, die Wolfgangsee-Region konnte in dieser Hinsicht bei der Hälfte der Befragten punkten. In kultureller Hinsicht ist demnach noch Luft nach oben. Immerhin gaben über 42 % jener Befragten, die einen Sommerurlaub im deutsch-österreichischen Alpenraum geplant hatten an, dass ihnen Kulturangebote sehr wichtig bzw. wichtig wären. Alle drei Destinationen konnten bei der kurzen Anreise und der leichten Erreichbarkeit punkten. Bedingt durch das Oberösterreich-lastige Sample

war das am stärksten die Region Wolfgangsee mit 87 % gefolgt von Wagrain-Kleinarl mit rund 65 % und das Berchtesgadener Land mit 52 %.

Nachhaltig ja, aber fair, ausgewogen und ohne Kitsch

Ob der Alpentourismus der Zukunft tatsächlich „bewusster und achtsamer“ stattfinden wird, wie Müllegger, Jooss und Brucker in ihrer jüngsten Studie prognostizieren (Müllegger/Jooss/Brucker, 2020), wird sich erst noch zeigen. Hierzu gibt es seitens der Tourismusforschung zahlreiche Gegenstimmen, die bei ihren Voraussagen eher skeptisch bleiben und von einer Rückkehr zu einem gewohnten Reise- und Urlaubsverhalten in Richtung eines Massentourismus sprechen (Friedl, 2020). Optimistischen Einschätzungen stehen demnach pessimistische gegenüber. Eines geht jedenfalls aus den in der Umfrage erhobenen qualitativen Daten hervor: Die Urlaubsgäste haben eine sehr genaue Vorstellung von einem nachhaltigen Tourismus. Sie wünschen sich mehr Authentizität, Naturerlebnis und Regionalität. Diese Erwartungshaltungen können gerade für Tourismusregionen im Alpenraum eine Chance sein. Denn Destinationen in den Alpen werden – sofern dem nicht negative Beispiele wie jüngst Ischgl – entgegen stehen traditionell mit Attributen wie „naturnah“ in Verbindung gesetzt und sie erlebten in den vergangenen Jahrzehnten eine steigende Nachfrage (Siegrist/Ketterer, 2015). Allerdings wünschen sich 93 % der Befragten, dass sich der Tourismus im deutsch-österreichischen Alpenraum vermehrt als nachhaltiger Tourismus entwickeln sollte. Ebenso viele gaben an, dass ein nachhaltiger Tourismus für sie bei der künftigen Urlaubsplanung wichtig ist und 73 % wären bereit, für diesen mehr auszugeben. Die bestätigen auch Strasdas et al., die in ihrer aktuellen Befragung zur nachhaltigen Entwicklung der Corona-Krise 600 UnternehmerInnen und VertreterInnen von Tourismusorganisationen in Österreich und Deutschland befragten. Auch sie erwarten mit 80 % mehr Nachfrage eine höhere Relevanz der Nachhaltigkeit, der sich touristische Anbieter anpassen müssen (Strasdas, 2020).

Der Wunsch nach einem nachhaltigen Tourismus entspricht auch den gemeinsamen Zielen der Alpenkonvention, die grenzüberschreitend „den Schutz und eine nachhaltige Entwicklung der Alpen“ verfolgt (Alpenkonvention) und deckt sich mit der Tourismusstrategie, dem Plan T des BM für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT).

Dass unter einem nachhaltigen Tourismus nicht nur eine regionale, naturnahe, authentische Ausrichtung der Tourismusdestination verstanden

wird, geht aus den qualitativ erhobenen Aussagen der Befragten hervor. Ganz konkret werden von der alpinen Urlaubsdestination mehr Eigenständigkeit und Einzigartigkeit eingefordert, bei Vermeidung von „Brauchtumskitsch“ und „aufgesetzter Folklore“. Anstatt Trends zu folgen, sollte die Region selbst innovative Ideen entwickeln und eine „echte, gelebte Gastfreundschaft“ anbieten. Mit einem Satz gesagt: „Ich wünsche mir ehrliche Gastfreundschaft und kein trainiertes, aufgesetztes Gastgebergehebe.“ Gleichzeitig erwarten die Befragten Komfort und die Möglichkeit zur Ruhe zu kommen, aber keinen übertriebenen Luxus und schon gar keine überlaufenen Tourismusorte. Die Betonung der Qualität bei einem ausgewogenen und „fairen“ Preis-Leistungsverhältnis vor Quantität geht ganz klar aus der Umfrage hervor. Daran sollten nach Meinung der Befragten auch alle Beteiligten der Region „vom Lieferanten bis zum Mitarbeiter“ teilhaben und profitieren können. Nachhaltiger Tourismus wird bei den Befragten demnach als durchaus breiter Begriff im Sinne einer sozialen Verträglichkeit verstanden, der mehr umfasst als nur Barfuß- und Schneeschuhwanderungen oder E-Bike-Angebote.

Fazit

Tourismusregionen, nicht nur in den Alpen, werden künftig verstärkt vor die Wahl gestellt werden, ob es nicht sinnvoller und zielführender ist, das bestehende touristische Angebot zu konsolidieren, anstatt Kontingente weiter auszubauen. Die Ergebnisse aus der Befragung erteilen dem Massentourismus und den damit verbundenen negativen Begleiterscheinungen eine klare Absage. Der schon vor der Covid-19-Pandemie viel diskutierte „Overtourism“ im Alpenraum (Badura, 2019) und eine ökonomische Monokultur werden kritisch gesehen. Aus dem qualitativen Teil der Befragung geht eindeutig hervor, dass sich die Gäste dann wohl fühlen, wenn auch die regionalen Strukturen als gesund empfunden werden. Mehr noch als vor Corona wird der Urlaub im Alpenraum in Anlehnung an Kurt Luger als „Antithese zur Beschleunigung“ (Luger, 2015) gesehen. Der Tourismusforscher Dirk Glaeßer geht davon aus, dass Krisen im Gegensatz zu Katastrophen, deren Ausgang unabwendbar erscheinen, Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Er betont allerdings, dass einzig und allein der Konsument darüber entscheidet, welches Produkt er wählt und wie er dieses Produkt bewertet. Das gelte für „Normalzeiten“ ebenso wie für Krisenzeiten (Glaeßer, 2005). Glaeßer geht davon aus, „dass nur zählt, was der Konsument von dem Produkt hält oder wie er dieses durch das negative Ereignis beeinflusst sieht“ (ebd.). Der Fokus sollte demnach auf die Gäste gerichtet sein und danach fragen, wie das touristische Produkt für die Konsu-

mentInnen wieder attraktiv gemacht werden kann. Diese Frage werden sich Tourismusdestinationen in den Alpen mehr denn je stellen müssen. Darauf weisen nicht nur die Ergebnisse dieser Umfrage hin, auch Expertenmeinungen gehen in diese Richtung. So betonen Markus Webhofer, Philipp Kazianka und Cristina Ostler vom Institute of Brand Logic, dass es leichtsinnig und vermessen wäre, zu glauben, „dass alles beim Alten bleibt und man Post-Corona genauso weitermachen kann wie bisher. Jetzt Vertrauen zu generieren bzw. zurückzugewinnen, ist das Gebot der Stunde.“ (Webhofer/Kazianka/Ostler, 2020). Der Wettbewerb wird also auch nach der Covid-19-Pandemie weniger im Wachstum entschieden als in der gesunden Balance zwischen einem sanften, naturnahen, ressourcenschonenden und nachhaltigen Tourismus und dem Erfüllen von Erwartungshaltungen. Das gilt umso mehr für einen Tourismus im Alpenraum, der seit Jahrhunderten mit bestimmten Imaginationen, Bildern und Vorstellungen (Pfister, 2003) verknüpft und aufgeladen ist. ■

Literatur:

- Glaeßer, D. (2005). Krise oder Strukturbruch? In: H. Pechlaner & D. Glaeßer (Hg.), Risiko und Gefahr im Tourismus. Erfolgreicher Umgang mit Krisen und Strukturbrüchen, 13-28.
- Luger, K. (2015). Zeit im Glück. Temporalstrukturen im Tourismus. In: R. Egger & K. Luger (Hg.), Tourismus und Mobile Freizeit. Lebensformen, Trends, Herausforderungen, 137-156.
- Müllegger M., Jooss M. & Brucker E. (2020). Alpentourismus: Chancen für nachhaltige Entwicklung. In: Tourismus Wissen – quarterly, Vol. 21, 7/2020, 185-190.
- Pfister U. (2003). Die langfristige Entwicklung des Tourismussektors: Allgemeine Überlegungen. In: A. Leonardi & H. Heiss (Hg.), Tourismus und Entwicklung im Alpenraum 18.-20. Jh., 503-516.
- Schegg R. (2020). Covid-19-Krise: Aktuelle empirische Daten der Schweiz. In: Tourismus Wissen – quarterly, Vol. 21, 7/2020, 191-194.
- Siegrist D. & Ketterer L. (2015). Naturnaher Tourismus in den Alpen. Ansprüche und Herausforderungen. Ergebnisse einer alpenweiten Online-Befragung. In: R. Egger & K. Luger (Hg.), Tourismus und Mobile Freizeit. Lebensformen, Trends, Herausforderungen, 333-350.
- Stallinger G. (2014). Nachhaltiger Wintertourismus im österreichischen Alpenraum. Entwicklungen, Trends und Zukunftsperspektiven.
- Strasdas W. et al. (2020): Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus, 26-29.
- Zolles H. (2020). Vom Boom zur Pleite – und zurück Tourismus und Corona. In: Bauer R.; et al. (Hg.), Tourismus nach Covid-19. Gut durch die Krise kommen und neu durchstarten. Perspektiven und Strategien für eine zukunftsstarke Branche, 2-24.

Internetnachweise finden TWQ-AbonentInnen unter www.tourismuswissen.net unter „Downloads“.