

Wege zu einem umweltfreundlichen Tourismus – Das Konzept des Salzburger Landes und erste Schritte zur Umsetzung

Andrea Huemer

Die Salzburger Land Tourismus Gesellschaft (SLTG) ist die Fremdenverkehrsorganisation des Bundeslandes Salzburg. Unser touristisches Marketingkonzept für die Neunziger Jahre ist eine klare Handlungsanweisung für alle MitarbeiterInnen dieser Firma. Gleichzeitig ist es als Anregung und Empfehlung für die gesamte Salzburger Fremdenverkehrswirtschaft gedacht, d. h. für Beherbergungsbetriebe, örtliche Fremdenverkehrsverbände, aber auch für Gemeinde- und LandespolitikerInnen.

Zentraler Gedanke dieses Konzeptes ist die gemeinsame Verantwortung nicht nur für einen wirtschaftlichen Erfolg der Tourismusbranche, sondern insbesondere für einen sorgsamem Umgang mit Umwelt, Natur und kulturellem Erbe.

Für die Wahl des Urlaubszieles hat kein Thema in den vergangenen Jahren so an Bedeutung gewonnen wie der Wunsch nach einer intakten Umwelt. Für den Salzburger Alpenraum ist dies zunächst eine Chance. Unsere Seen, Berge und Wälder gelten als ökologisch ziemlich intakt und erfreuen sich immer größeren Zuspruchs. Und gerade deswegen ist Vorsicht angebracht.

Die Natur ist der wichtigste Rohstoff für den Tourismus im Salzburger Land. Dieses Kapital gilt es zu erhalten – einerseits, um die Lebensqualität für die BewohnerInnen zu bewahren, andererseits, um die Basis unseres wichtigsten Wirtschaftszweiges, des Fremdenverkehrs, zu gewährleisten. Deshalb sind im Marketingkonzept der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft folgende Ziele festgeschrieben:

Ziele:

1. Ausgleich Winter – Sommer

Eine ausgeglichene Auslastung im Winter und im Sommer ist anzustreben. Der Schwerpunkt des Salzburger Fremdenverkehrs darf sich nicht weiter Richtung Wintersaison verschieben. Das bedeutet, daß die Salzburger Land Tourismus Gesellschaft hauptsächlich die Sommersaison sowie Vor- und Nachsaison bewirbt.

2. Verringerung des Autoverkehrs

Der Verkehr ist das größte Umweltproblem im Salzburger Land. Deshalb sind verkehrsberuhigende Maßnahmen wie Fußgängerzonen, Wohnstraßen etc. unerlässlich. Aus touristischer Sicht

können folgende Maßnahmen zur Verringerung des Individualverkehrs beitragen: verstärkte Anreise mit Massenverkehrsmitteln und Anreise-Entzerrung.

3. Zielgruppe: der Sommerhaupturlauber

Um den Trend zu einer immer kürzeren Aufenthaltsdauer zu stoppen und die Zahl der Verkehrsbewegungen zu reduzieren, soll in den wichtigsten Herkunftsmärkten der Sommerhaupturlaub wieder forciert werden. Zwei oder mehr Wochen Aufenthaltsdauer sind für Gastgeber, Gast und Umwelt besser verträglich.

4. Endausbauziele festlegen

Intensiv erschlossene Wintersportgebiete mit einer im Verhältnis zur Bevölkerungszahl bereits jetzt sehr hohen Bettenanzahl sollten Endausbauziele ihrer touristischen Infrastruktur festlegen, um negative Begleiterscheinungen des Massentourismus zu vermeiden.

5. Sanfter Tourismus

„Sanfter Tourismus“ ist eine Spezialisierungsmöglichkeit für viele kleinere Orte, in denen dafür nötige kulturelle und ökologische Voraussetzungen vorhanden sind: z.B. ein Verhältnis Betten Einwohner von maximal 1 : 1, ein großzügiges Natur- und Umweltangebot, keine intensive Erschließung.

6. Bewußtseinsbildung und Schulung

Es ist ein allgemeiner Wertewandel festzustellen. Das Streben nach „immer mehr und immer schneller“ wird zunehmend in Frage gestellt. Ein sorgfältiger Umgang mit der Umwelt ist zweifellos vonnöten. Und zwar in allen Bereichen. Gleichzeitig gilt es, ökonomische Ziele zu erreichen. Diese Gegebenheiten erfordern eine ständige Weiterentwicklung des Bewußtseins. Information, Schulung und Motivation aller Betroffenen ist daher unumgänglich.

Soweit einige wesentliche Ziele aus dem Marketingkonzept der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft. Welche Schritte wurden bisher gesetzt, um diese Ziele zu erreichen?

Erste Schritte zur Umsetzung

1. Die „Umweltkampagne“ der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft

Im Mai 1990 starteten wir eine großangelegte Kampagne für Gastgeber und Gäste im Salzburger Land. Ziel war es, das gemeinsame Verantwortungsgefühl für die Umwelt zu stärken und mit einfachen Tips zum aktiven Handeln anzuregen.

Von Mai bis August 1990 zierte ein Plakat mit dem Titel „Ich bin Dein Urlaubsparadies und unsere Zukunft. Willkommen im Lebensraum Natur“ 150 Plakatflächen in Stadt und Land Salzburg. Das Bild zeigt eine Allegorie der Natur: Eine Frau mit einem wallenden Kleid, das einen bewaldeten Berg mit schneebedecktem Gipfel und darüber blauem Himmel darstellt. Auf dem Kleid sitzen Tiere, die in den Alpen vorkommen. Diese Plakate gab es in Deutsch, Englisch und Japanisch. In kleinerem Format hingen sie bei den örtlichen Fremdenverkehrsverbänden aus.

Dasselbe Bild fand sich auf zwei Broschüren mit Umwelttips: einer für Gastgeber, einer für Gäste. Die Gastgeber-Broschüre wurde per Post an alle Salzburger VermieterInnen versandt. Die Gästebroschüre (in Deutsch und Englisch) wurde an die Fremdenverkehrsverbände geliefert mit der Bitte, sie direkt oder über die Vermieter an die Gäste zu verteilen.

In drei Informationsveranstaltungen wurden die Salzburger VermieterInnen über diese Aktion in Kenntnis gesetzt und gebeten, die Gästebroschüre an all ihre Gäste weiterzugeben. Die Überreichung der Broschüre durch die Gastgeber erschien uns am erfolgversprechendsten, weil sie den direkten Kontakt zu den Gästen ihres Hauses haben.

In der Gästebroschüre war auch ein Fragebogen enthalten, in dem die Gäste um ihre Meinung zur Umweltsituation am Urlaubsort gefragt wurden. Die Ergebnisse dieser Umfrage wurden den örtlichen Fremdenverkehrsverbänden zur Verfügung gestellt. Außerdem enthielt die Gästebroschüre eine Postkarte, mit der die Gäste die Daheimgebliebenen aus dem „kleinen Paradies“ – so der Slogan des Salzburger Landes – grüßen konnten.

Für die Gastgeber wurden von der Brauerei Zipf, die die gesamte Kampagne unterstützte, zwei **Umweltpreise** zu je öS 25.000,- ausgeschrieben. Der eine (Kategorie A) für ein bereits realisiertes Projekt, der andere (Kategorie B) für eine neue, noch nicht realisierte Idee zum Umweltschutz im Salzburger Fremdenverkehr.

Preisträger:

Den Preis der Kategorie A gewann das Jugendgästehaus Vögeihof in Forstau für sein Projekt „Natur begreifen am Vögeihof“ Dort lernen vor allem Stadtkinder im Rahmen von Schulprojektwochen das Leben am (organisch-biologisch bewirtschafteten) Bauernhof kennen. Indem sie selbst Butter machen, Brot backen, Kraut schneiden, Bäume pflanzen, Heu ernten etc. bekommen

die Kinder einen direkten Bezug zur Landwirtschaft, zur Natur und lernen ökologische Zusammenhänge zu „begreifen“

Der Preis für neue Umweltideen (Kategorie B) wurde zu gleichen Teilen an zwei Projekte verliehen:

Christl Deutinger, Hotelbesitzerin aus Saalbach-Hinterglemm, entwickelte Kriterien für umweltbewusste Hotels. Dieses Konzept wird derzeit in Saalbach-Hinterglemm umgesetzt. Beherbergungsbetriebe, die die Saalbacher Umweltschutzplakette erhalten wollen, müssen in den Bereichen Service, Küche, Etage, Keller, Verwaltung, Mitarbeiter- und Gästemotivation sowie auf lokaler oder regionaler Ebene eine Reihe von Kriterien erfüllen. Die Überprüfung erfolgt einmal pro Jahr.

Ebenfalls ausgezeichnet wurde der Thalgauer Lehrer Dr. Bernhard Iglhauser. Sein Projekt ist das „Salzburger Pomarium“, ein Obstbaum-Schaugarten, der anhand von Schautafeln über die wichtigsten Obstbaumarten des Landes informiert. Okospiele und Kostproben sollen dieses Pomarium für ein breites Publikum attraktiv machen. Nach letzten Informationen wird so ein Pomarium nun in Bramberg realisiert.

Begleitet wurde diese Umwelt-Kampagne von einer sehr intensiven Pressearbeit. Die Tatsache, daß eine touristische Marketing-Organisation einen großen Teil ihres Budgets in eine Umweltkampagne anstatt in klassische Werbung gesteckt hatte, fand sehr viel Zustimmung. Auch bei unseren Gästen rief die Aktion durchwegs positives Echo hervor. Allerdings, und das ist der Wermutstropfen, wußte nur ein Teil unserer Gäste von dieser Aktion. Die Weitergabe der Broschüren an die Gäste klappte nicht so gut, wie wir uns das vorgestellt hatten.

Oberstes Ziel der Fortsetzung der Kampagne heuer ist es also, die Broschüren wirklich an ihre AdressatInnen zu bringen. Nach dem Motto „Steter Tropfen höhlt den Stein“ wird der eingeschlagene Weg im Sommer 1991 folgendermaßen fortgesetzt:

Im Mai 1991 wurden sieben Informationsveranstaltungen für Salzburger Beherbergungsbetriebe abgehalten. Mit der Einladung erhielten die VermieterInnen die neue **Gastgeber-Broschüre**, deren Schwerpunkt das Thema „**Energiesparen**“ ist. Bei den Veranstaltungen wurden die Ergebnisse der Gästebefragung erläutert. Außerdem wurden die VermieterInnen über neue Umweltinitiativen informiert und noch einmal zum Mitmachen aufgefordert.

Die Gästebroschüre wurde drucktechnisch ansprechender gestaltet (4-Farben-Druck) und um eine Beilage zum Thema öffentliche Verkehrsmittel nach/in der Stadt Salzburg erweitert. Dadurch gewinnt die Broschüre unserer Meinung nach sehr an Attraktivität, weil fast alle Gäste im Lauf ihres Urlaubs einmal die Stadt Salzburg besuchen.

Wie im Vorjahr werden auch heuer wieder zwei Zipfer-Umweltpreise verliehen. Um das Engagement seitens der Gastgeber zu erhöhen, wird

außerdem ein Öko-Quiz für ArbeitnehmerInnen des Hotel- und Gastgewerbes veranstaltet. Alle MitarbeiterInnen des Salzburger Hotel- und Gastgewerbes erhalten einen Fragebogen, auf dem sie ihr Wissen in Sachen Umweltschutz unter Beweis stellen können. Von den Einsendern werden acht KandidatInnen zu einer öffentlichen Schlußveranstaltung (gemeinsam mit dem ORF) im Oktober eingeladen, wo sie wertvolle Preise gewinnen können.

Begleitende Pressearbeit und interne Öffentlichkeitsarbeit (via Rundschreiben, bei Sitzungen mit Fremdenverkehrsverbänden etc.) verstehen sich von selbst.

Um den Salzburger GastgeberInnen den aktiven Umweltschutz in ihrem Haus zu erleichtern, sind bei der SLTG seit kurzem auch einige Umweltschutzprodukte für Gast und Wirt erhältlich:

- ein Aufkleber fürs Bad, damit sich die Gäste entscheiden können, ob sie ihr Handtuch noch einmal verwenden wollen oder ob es gewaschen werden soll
- ein Trenneimer für Mülltrennung am Gästezimmer
- eine nach Wunsch bedruckte Stofftasche als Geschenk oder zum Verkauf an Gäste (Ersatz für Plastiksackerl und gleichzeitig Werbeträger)
- eine nach Wunsch bedruckte Trinkflasche (Ersatz für Alu-Dosen und gleichzeitig Werbeträger)

2. Weitere Aktivitäten in einzelnen Bereichen

Als Landesorganisation für Tourismus versucht die SLTG, überregionale und auch lokale Angebote für umweltfreundlichen Tourismus zu forcieren. Einige der folgenden Beispiele sind direkt auf Betreiben der Salzburger Land Tourismus Gesellschaft zustande gekommen. Andere beruhen auf lokalen oder regionalen Initiativen, die wir mit Know-how und durch unsere Öffentlichkeitsarbeit unterstützen.

Salzburg-Schnupper-Paß

Um ein weiteres Anwachsen des Individualverkehrs in unseren Urlaubsregionen zu verhindern, werden gezielt Anreize gesetzt, damit nach Möglichkeit mehr Gäste mit Massenverkehrsmitteln anreisen. So erhalten z.B. alle jene Gäste, die über den deutschen Reiseveranstalter Ameropa mit der Bahn ins Salzburger Land anreisen, quasi als Belohnung den „Salzburg-Schnupper-Paß“. Dieser Paß berechtigt während des Urlaubsaufenthaltes zu Bahnfahrten zum halben Preis sowie zu Ermäßigungen beim Besuch der schönsten Salzburger Sehenswürdigkeiten. Derzeit finden Verhandlungen statt, damit auch die Postbuslinien in dieses Paket aufgenommen werden können. Nächstes Jahr soll die Aktion auf andere deutsche und niederländische Reiseveranstalter ausgeweitet werden.

Mittwoch-Anreise

Um in der Hauptreisezeit den Stau an den Wochenenden zu entzerren, startete die Salzburger Land Tourismus Gesellschaft gemeinsam mit dem deutschen Reiseveranstalter TUI folgende Initiative: Die Anreise am Mittwoch ist in der Sommersaison 1991 preisgünstiger als die Wochenend-Anreise. Erste Trends stimmen optimistisch, denn schon jetzt haben mehr als 30 % der TUI-Kunden ihren Salzburg-Urlaub 1991 von Mittwoch bis Mittwoch gebucht und leisten damit einen wichtigen Beitrag gegen Stau und Umweltbelastung.

Die SLTG erhofft sich für 1992 eine noch größere Beteiligung der Vermieter – bisher machen nur zwei Drittel der TUI-Vertragshäuser mit – sowie zahlreiche Nachahmer südlich des Alpenhauptkamms. Denn erst eine gestaffelte Anreise in Kärnten, Italien und Jugoslawien würde die Transitstaus auf der Tauernautobahn nachhaltig entschärfen. Für nächstes Jahr sollen weitere Reiseveranstalter für einen Anreisetag unter der Woche gewonnen werden.

Wanderbusse

Der „Lungauer Tälerbus“ war der erste: Einige Täler wurden für den Autoverkehr gänzlich gesperrt. Kleinbusse bringen die Wanderer zu den Ausgangspunkten der Touren. Das ermöglicht tälereiberschreitende Wanderungen, ohne auf den Standplatz des Autos Rücksicht nehmen zu müssen. Seit heuer sind sogar zwei abgasfreie Elektrobusse im Einsatz!

Inzwischen gibt es erfreulicherweise auch in anderen Salzburger Regionen ähnliche Initiativen:

Im Hochköniggebiet zwischen Bischofshofen, Mühlbach, Dienten, Hinterthal, Maria Alm und Saalfelden verkehren acht Mal täglich „Wanderbusse“ der Post, die von den örtlichen Fremdenverkehrsverbänden mitfinanziert werden. Eine spezielle Broschüre gibt Wandertips, die auf den Fahrplan des Wanderbusses abgestimmt sind.

In der Salzburger Sportwelt Amadé können Urlauber mit der Gästekarte zum halben Preis mit dem Postbus fahren. Damit werden die Gäste auch über den Preis dazu animiert, das Auto stehen zu lassen und für ihre Ausflüge ein öffentliches Verkehrsmittel zu benützen. Der Fahrplan ist so konzipiert, daß Wartezeiten vermieden werden. Auf diese Weise bietet auch die Salzburger Sportwelt Amadé ideale Voraussetzungen für „Urlaub vom Auto“

Umweltfreundliche Häuser

In der Zimmerliste von Mauterndorf im Lungau wurden alle umweltfreundlichen Häuser besonders gekennzeichnet. Dafür müssen mindestens sieben Kriterien aus einer langen Liste erfüllt werden: z.B. kostenlose Leihräder, Frühstück ohne Verpackungsmüll, kostenloser Verleih von Thermosflaschen für Wanderungen, Biotop beim Haus, Energiesparlampen, Baumwolltasche oder

Körbe zum Einkaufen, Nichtraucherräume, Gemeinschaftstransfers, keine Alu-Dosen oder PET-Flaschen, Kräutersäckchen statt Chemieduft im WC etc.

Dies sind nur einige Beispiele für lokale oder regionale Initiativen, die versuchen, aktiv zum Umweltschutz beizutragen. Angebotsgestaltung ist keine primäre Aufgabe der SLTG, sondern vielmehr eine Sache der einzelnen Betriebe bzw. Orte und Regionen. Dennoch engagieren wir uns auch in der Angebotsgestaltung auf überregionaler Ebene.

Der Tauernradweg

Derzeit arbeiten wir intensiv an einem neuen, umweltfreundlichen Angebot für das Salzburger Land: dem Tauernradweg. Es ist dies ein 300 km langer Radweg entlang der Salzach, der von Krimml über Taxenbach, Werfen und Salzburg bis zur Innmündung und schließlich nach Passau führt.

Momentan wird an der Beschilderung gearbeitet. Zur offiziellen Eröffnung im September 1991 erscheint auch ein umfangreicher Führer, der die

Streckenführung detailgenau mit Hinweisen auf Sehenswürdigkeiten, Nächtigungsmöglichkeiten, Geschichte, Land und Leute etc. dokumentiert. In nächster Zukunft sollen die an der Strecke befindlichen Hotels und Privatzimmervermieter speziell auf RadfahrerInnen abgestimmte Angebote entwickeln. Der österreichische Spezialreiseveranstalter Austria-Radreisen wird den Tauernradweg bereits 1992 in sein Programm aufnehmen.

Dies ist unsere neueste Initiative in Sachen umweltfreundlichen Tourismus. Viele weitere werden sicher noch folgen! Wir wollen den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen. Daß es in dieser Richtung für die nächsten Jahre noch genug zu tun gibt, ist wohl keine Frage.

Anschrift der Verfasserin:

Mag. Andrea Huemer
Salzburger Land Tourismus Gesellschaft
Alpenstraße 96
A-5033 Salzburg

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Laufener Spezialbeiträge und Laufener Seminarbeiträge \(LSB\)](#)

Jahr/Year: 1992

Band/Volume: [3_1992](#)

Autor(en)/Author(s): Huemer Andrea

Artikel/Article: [Wege zu einem umweltfreundlichen Tourismus - Das Konzept des Salzburger Landes und erste Schritte zur Umsetzung 85-88](#)