



SAFIT

Salzburger Forschungs- und Innovationsnetzwerk Tourismus

SAFIT

ZUKUNFT TOURISMUS: SALZBURG, INNOVATIONEN & TRENDS
FREITAG, 25. NOVEMBER 2005 | 13:00 - 17:30 UHR

VERANSTALTER

SAFIT, SALZBURGER FORSCHUNGS- UND INNOVATIONSNETZWERK TOURISMUS:

| ETC - eTOURISM CENTER, SALZBURGER KOMPETENZZENTRUM FÜR eTOURISMUS

| FACHHOCHSCHULE SALZBURG - EMTA - ENTWICKLUNG UND MANAGEMENT TOURISTISCHER ANGEBOTE

| TOURISMUSFORSCHUNG AN DER UNIVERSITÄT SALZBURG

SCHLOSS URSTEIN

SCHLOSSALLEE 9

5412 PUCH / SALZBURG



PROGRAMM

FREITAG, 25. NOVEMBER 2005 | 13:00 – 17:30 UHR

13:00

Begrüßung durch Reinhold Popp,
Zentrum für Zukunftsstudien

13:15

Keynote:

Tourismus- Trends
Andreas Reiter, ZTB Zukunftsbüro, Wien

14:00

Erster Themenblock:

- **Informations- und kommunikationstechnologische Trends im Tourismus**
Günter Kiechle, eTourism Center Salzburg
- **Online Gästeanalyse**
Roman Egger, FH-Salzburg –
EMTA & Zentrum für Zukunftsstudien
- **Die Zukunft im Blick: Szenariotechnik als Katalysator touristischer Entwicklungen**
Thomas Herdin, Tourismusforschung
an der Universität Salzburg

15:30

Kaffeepause

16:00-17:30

Zweiter Themenblock:

- **Marktanalyse e-Business im Tourismus**
Markus Lassnig, eTourism Center Salzburg
- **Tourismuspotenzial Welterbe. Österreichische und internationale Beispiele**
Kurt Luger, Tourismusforschung an der
Universität Salzburg
- **Tourismusportal.at – Know-how-Transfer zwischen Theorie und Praxis**
Roman Egger, FH-Salzburg –
EMTA & Zentrum für Zukunftsstudien

SAFIT – SALZBURGER FORSCHUNGS- UND INNOVATIONSNETZWERK TOURISMUS

Das Salzburger Forschungs- und Innovationsnetzwerk Tourismus ist ein Zusammenschluss der Salzburger Forschungs- und Bildungseinrichtungen im Themenbereich Tourismus. Ein wichtiger Bestandteil des Netzwerks ist, ExpertInnen aus verschiedenen Teildisziplinen des Tourismus (IKT-Forschung, Sozialwissenschaft, Wirtschaft, Freizeit, Gesellschaft, Kommunikationswissenschaft) einzubeziehen, um eine optimale thematische Abdeckung zu gewährleisten.

Generelles Ziel des Netzwerks ist der Ausbau und die Weiterentwicklung der Forschungskompetenz in Salzburg im Bereich Tourismus sowie die Nutzbarmachung dieser Stärke für die Salzburger Wirtschaft. Dabei soll der Fokus auf zukunftsorientierten Tourismusthemen liegen und die eTourismuskompetenz forciert werden.

Beteiligte Institutionen:

- | ETC - eTourism Center,
Salzburger Kompetenzzentrum für eTourismus
- | Fachhochschule Salzburg - EMTA -
Entwicklung und Management touristischer Angebote
- | Tourismusforschung an der Universität Salzburg

SAFIT wird über „Innovative Maßnahmen“ des EFRE Programms (Europäischer Fonds für Regionalentwicklung) vom Land Salzburg und der Europäischen Union unterstützt.

REFERENTEN INFO

KEYNOTE

REFERENT: ANDREAS REITER

TOURISMUS-TRENDS

Auf den internationalen Tourismus-Märkten nimmt der Wettbewerbs- und Innovationsdruck dramatisch zu. Der Veränderungsdruck geht nicht nur von den Sun- & Beach-Destinationen aus, sondern auch von neuen Parametern im Freizeit- und Konsumbereich:

- **Aldisierung:** Das Billigzeitalter ist angebrochen und mit ihm die Polarisierung in ein (immer breiteres) Diskont-Segment und ein (kleines) Luxus-Segment. Die Kluft zwischen KundInnen mit wenig Zeit und viel Geld und jenen mit viel Zeit und wenig Geld wird größer. Smart Consuming wird zum Leitmotiv.
- **Verändertes Freizeitverhalten:** In den Haupt-Quellmärkten Österreichs nimmt die Zahl der Skisport-Abstinenzler dramatisch zu. TouristInnen aus neuen Quellmärkten wiederum haben ein anderes kulturelles Werteset mit anderen Freizeit-Präferenzen.
- **Neue (digitale) Einkaufsrituale:** Das Internet treibt die Individualisierung der Produkte voran, erzieht KonsumentInnen aber auch zu GestalterInnen ihres Preises. Die digitalen Vertriebsformen stimulieren interaktive Preismodelle.
- **Hybride Märkte:** Wir haben es mit hybriden Märkten zu tun, in denen die Grenzen zwischen den einzelnen Branchen immer mehr zerfließen. Diese Hybridisierung der Märkte führt zu neuen Vertriebswegen und strategischen Partnerschaften (z.B. Low Fare Airlines und Flughäfen).

In Zukunft werden sich immer stärker hybride Innovationen durchsetzen. Die (verlorene) Mitte wird wieder verstärkt besetzt, von oben wie von unten. Premium und Diskont versöhnen sich.

Die Ausdifferenzierung der touristischen Angebote geht rasant weiter. Bei den Destinationen werden sich nur wenige Leuchttürme im internationalen Wettbewerb behaupten können (im Winter die heimischen Gletschergebiete). Eine Segmentierung in Ballermann, Hot Spots und „Hidden Places“ zerteilt in Zukunft die touristische Landschaft.

Die Aufmerksamkeits-Ökonomie verstärkt die Entwicklung zu Lifestyle-Marken. KundInnen sind loyal gegenüber Themen, aber nicht mehr gegenüber Destinationen. In diesem Kampf um Aufmerksamkeit geht es um die Inszenierung von Superlativen. Destinationsmarketing heißt: Wettbewerb der Symbole. Entenhausen gegen Dubai.

Auf immer besser vernetzten Märkten wird sich eine touristische Champions League herausbilden. Die Performance des heimischen Tourismus hängt entscheidend von der Internationalisierung ab.

Mag. Andreas Reiter

ZTB Zukunftsbüro

Gilmgasse 7 | A-1170 Wien

Tel: +43-1-48 02 877 | Fax: +43-1-48 18 085

e-mail: a.reiter@ztb-zukunft.com | www.ztb-zukunft.com

Erfolgreiche Tourismusangebote orientieren sich immer an den Werten ihrer KundInnen, sie sind Sehnsuchts-Erfüller. Innovative Produkte liegen daher auf der Achse des Guten, den Grundwerten (Easy Living – Gemeinschaft - Better Aging - Orientierung). Erfolgreiche touristische Produkte versöhnen die beiden zentralen Pole der menschlichen Existenz: Spaß und Sinnsuche, Übermut und Demut.

REFERENT

Andreas Reiter

Andreas Reiter ist Zukunfts- und Trendforscher. Er studierte Soziologie und Dolmetsch an den Universitäten Innsbruck und München. Nach einem gründlichen Einblick in das Risiko-Management als Mitarbeiter der Bayerischen Rück (heute Swiss Re) in München gründete er 1996 das ZTB Zukunftsbüro in Wien.

Das ZTB Zukunftsbüro berät renommierte Unternehmen und Organisationen im deutschsprachigen Raum bei strategischer Planung, Produktentwicklung und strategischem Marketing.

Andreas Reiter ist Referent bei internationalen Kongressen und Tagungen, Buchautor (zuletzt „Die Mayflower-Strategie“ gemeinsam mit Günther R. Burkert) sowie Lehrbeauftragter an Fachhochschulen.

REFERENTEN INFO

ERSTER THEMENBLOCK

REFERENT: GÜNTER KIECHLE

INFORMATIONSS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGISCHE TRENDS IM TOURISMUS

Wer im Tourismus die Zukunft gestalten will, muss sich auch mit technologischen Trends beschäftigen. Deren Kenntnis ist Voraussetzung für erfolgreiche Produktentwicklung und Angebotsgestaltung. Eine umfangreiche Studie der Salzburg Research Forschungsgesellschaft zu IKT-Trends im Tourismus zeigt dies ganz deutlich. Ausgangspunkt ist der „Hype Cycle for Emerging Technologies“, eine jährliche Bewertung aktueller Informationstechnologien, die vom Marktforschungsinstitut Gartner Incorporated seit zehn Jahren durchgeführt wird. Ausgehend von der Einschätzung im Gartner Hype Cycle wurden Technologien identifiziert, die ein besonderes Potential im Tourismus aufweisen und bereits existierende technologische Trends unterstützen.

- Eine Tendenz ist zweifellos, ohne zeitliche und örtliche Einschränkungen online gehen zu können. Durch die Verbreitung existierender Drahtlosnetze, durch neue Funktechnologien wie Worldwide Interoperability for Microwave Access (WiMAX) oder den Mobilfunk der vierten Generation (4G) wird einerseits die Verfügbarkeit und andererseits die Leistungsfähigkeit des Netzzugangs signifikant erhöht. Hand in Hand damit geht die fortschreitende Nutzung intelligenter mobiler Begleiter einher, die immer mehr Funktionalitäten in einem einzigen Gerät bündeln und jederzeit Zugriff auf aktuell relevante Informationen bieten.
- Die Entwicklung eines Semantic Web und der zunehmende Einsatz von WebServices unterstützen die Individualisierung und Personalisierung von Informationsangeboten und -diensten. Dies wird dazu führen, dass touristische Produkte immer dynamischer und angepasster an persönliche Präferenzen der KundInnen gestaltet werden können.
- Das Internet ist mittlerweile selbstverständliche Quelle jeglicher Information. In Zukunft wird auch das Handy diese Funktion übernehmen können. Zugleich werden die NutzerInnen ihre Erwartungshaltung entsprechend verändern. Für die Tourismusbranche bedeutet es, dass Gäste es erwarten werden, alle Informationen die vorher über das Internet konsumiert wurden, nun am Mobiltelefon verfügbar zu haben. Touristische Leistungsträger müssen sich daher rechtzeitig darauf vorbereiten, ihre Inhalte über diesen Kanal bereit zu stellen.

Mag. Günter Kiechle

ETC - eTourism Center Salzburg

c/o Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H.

Jakob-Haringer-Straße 5/III | A-5020 Salzburg

Tel.: +43-662-2288-421 | Fax: +43-662-2288-222

e-mail: guenter.kiechle@salzburgresearch.at

http://www.salzburgresearch.at | http://www.etourism-center.at

- Weiters sind technische Entwicklungen absehbar, die zu einer Digitalisierung von Alltagsgegenständen führen und unter dem Begriff Ambient Intelligence (AMI) subsumiert werden. Eine der Basistechnologien dafür ist Radio Frequency Identification (RFID), die bereits in einigen Wirtschaftszweigen erfolgreich eingesetzt wird. Die Erweiterung von RFID, Near Field Communication (NFC), und andere verwandte Entwicklungen bieten die Grundlage für die autonome Kommunikation zwischen Sensoren und anderen Geräten sowie deren Zusammenschluss zu einer allgegenwärtigen intelligenten Aura, die Menschen und Gegenstände umgibt. So wird sich das Mobiltelefon als „One-stop-Shop für Eintritt und Ticketing“ entwickeln. SkifahrerInnen müssen in der Talstation nicht mehr gesondert an der Kasse anstellen. Ihr NFC-fähiges Handy ermöglicht das Bezahlen der Liftkarte während sie auf die nächste freie Gondel warten.

REFERENT

Günter Kiechle

Günter Kiechle ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des ETC – eTourism Center – der Salzburg Research Forschungsgesellschaft und beschäftigt sich seit 2004 vorwiegend mit dem Thema mobile Anwendungen im Tourismus. Nach dem Studium der Wirtschaftsinformatik in Wien und Stockholm war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Wien tätig und für die Entwicklung eines GIS-Systems für Anwendungen in der Transportlogistik verantwortlich. Im eTourism Center ist Günter Kiechle in verschiedenen Projekten mit der technischen Seite von eTourismus Lösungen betraut. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Lokalisierungstechnologien für ortsbasierte Dienste, Entwicklung und Test von mobilen Anwendungen im touristischen Kontext sowie die Modellierung und Beschreibung von touristischen Informationsobjekten. In aktuellen Projekten beschäftigt er sich mit mobilen Diensten zur Planung intermodaler Reisen und der Navigationsunterstützung sowohl in- und außerhalb von Gebäuden. Weiters arbeitet er an der Entwicklung eines mobilen Guides für Bergwanderer und Skitourengeher sowie an der Entwicklung von Testverfahren für mobile Anwendungen. Herr Kiechle ist Forschungsmitarbeiter an der Universität Wien und Lektor für Softwareentwicklung. In seiner Dissertation beschäftigt er sich mit „transportlogistischen Optimierungsverfahren“.

REFERENTEN INFO

ERSTER THEMENBLOCK

REFERENT: ROMAN EGGER

ONLINE GÄSTEANALYSE

Die Fachhochschule Salzburg – Studiengang „Entwicklung und Management touristischer Angebote“ (EMTA) - hat gemeinsam mit den Landestourismusverbänden in der Sommersaison der Jahre 2004 und 2005 eine Online-Befragung zum Thema „Akzeptanz und Nutzung des Internet und mobiler Endgeräte durch potenzielle Österreicherurlauber“ durchgeführt. Befragt wurden die BesucherInnen der Websites der Landestourismusorganisationen, also potentielle Gäste aus dem In- und Ausland. Zu diesem Zweck wurde auf den jeweiligen Websites ein Online-Fragebogen in vier Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch) eingerichtet und insgesamt 25 Fragen zu den Themenbereichen Verfügbarkeit und Nutzung des Internets allgemein, Nutzung und Akzeptanz des Internet und mobiler Endgeräte im touristischen Kontext, sowie persönliche Angaben der ProbandInnen gestellt. Alleine im Jahr 2004 hatten 3.700 Personen an der Umfrage teilgenommen.

Die vorliegende Arbeit hat zum Ziel, wesentliche Erkenntnisse über das Verhalten der stark an Bedeutung gewinnenden Gruppe der „eTouristen“ hervorzubringen. Um das Wesen des eTouristen zu klären ergeben sich zwei unterschiedliche Ansatzpunkte. Entweder man untersucht das online Verhalten der Touristen und Touristinnen oder man betrachtet das Reiseverhalten der InternetnutzerInnen. Eine zweite grundsätzliche Frage ist das notwendige Aktionsfeld um von einem eTouristen zu sprechen. Macht die online Informationsbeschaffung über ein touristisches Angebot den User bereits zum eTouristen oder bedarf es der konkreten Buchung über ein elektronisches Medium? In diesem Kontext soll der Begriff des eTouristen ähnlich weit wie zuvor der des eCommerce gefasst werden. Somit kann als eTourist jede Person angesehen werden, die zumindest eine elektronisch gestützte Transaktionsebene verwendet.

Die Entwicklung des eTouristen beruht hauptsächlich auf soziokulturellen und technologischen Veränderungen sowie auf den Folgen der Restrukturierung des Reisemarktes. Darunter sind vor allem zu zählen: eine zunehmende Erfahrung und Medienkompetenz, der Wegfall von hemmenden Barrieren und „Erfolgserlebnisse“ beim online Shopping. Weitere Faktoren sind eine steigende Professionalität der Anbieter und ein dahingehend erhöhtes Vertrauen seitens des KonsumentInnen sowie der soziodemographische Wandel der Bevölkerung der zu einer Ausdifferenzierung der Lebensstile führt, was folglich das Freizeit- und Reiseverhalten maßgeblich beeinflusst.

Dr. Roman Egger

Fachhochschule Salzburg, EMTA & Zentrum für Zukunftsstudien
Urstein Süd 1 | A-5412 Puch/Salzburg
Tel.: +43-0-50-2211-1357 | Fax: +43-0-50-2211-1399
e-mail: roman.egger@fh-salzburg.ac.at | www.fh-salzburg.at/

REFERENT

Roman Egger

Im Rahmen seines Studiums an den Kommunikationswissenschaften und Sportwissenschaften in Salzburg belegte er einen Schwerpunkt im Bereich der Public Relations. Während seines Studiums war er stets in der Hotellerie und der Gastronomie nebenberuflich tätig. Nach Abschluss seines Studiums konnte er bei der SalzburgerLand Tourismus GmbH im Bereich Internes Marketing Erfahrung sammeln. Bereits während dieser Tätigkeit fokussierte Herr Egger seinen Interessenschwerpunkt auf die Vermarktung touristischer Produkte durch neue Medien. Im Jahr 2002 folgte ein Forschungsaufenthalt an der Universität Surrey an der „School of Management“, wo die Grundsteine seiner Dissertation zum Thema eTourism gelegt wurden. Seit Mai 2004 ist Herr Dr. Roman Egger hauptberuflich Lehrender am Studiengang Entwicklung und Management touristischer Angebote und für den Forschungsbereich des Studiengangs zuständig. Derzeit ist er Programmkoordinator der Programmlinie Zukunft:Tourisms:Wirtschaft des Zentrums für Zukunftsstudien der Forschung Urstein GmbH. Er ist Mitglied der „International Federation for IT and Travel & Tourism“ und der „Österreichischen Gesellschaft für Angewandte Forschung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“. Neben zahlreichen Vorträgen auf nationalen und internationalen Tagungen und Kongressen ist Herr Egger auch als wissenschaftlicher Berater und Autor tätig. Dieses Jahr im Shaker-Verlag erschienen: „Grundlagen des eTourism – Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus“.

REFERENTEN INFO

ERSTER THEMENBLOCK

REFERENT: THOMAS HERDIN

DIE ZUKUNFT IM BLICK: SZENARIOTECHNIK ALS KATALYSATOR TOURISTISCHER ENTWICKLUNGEN

Das Umfeld von Organisationen, Unternehmen und Regionen ist geprägt von einer zunehmend wachsenden Komplexität und Dynamik. Der Wandel der Märkte, Branchen und Technologiefelder kann bereits als eine fixe Konstante betrachtet werden und wird damit zu einem ständigen Begleiter. Die Szenario-Technik dient der systematischen Analyse zukünftiger Entwicklungen. In Szenarien werden die unterschiedlichsten Marktsignale verarbeitet und Trends erfasst und finden in einem komplexen strategischen Planungs- und Entscheidungsprozess ihre Berücksichtigung. Szenarien sind somit systematisch entwickelte Zukunftsbilder, die Entscheidungsprozesse fördern.

Die Szenariotechnik basiert auf einem Methodenpluralismus, wobei Umfeldbedingungen in die Interpretation möglicher zukünftiger Entwicklung einbezogen werden. Um diesen komplexen Anspruch gerecht zu werden, durchläuft die Szenariotechnik mehrere Prozessstufen. Im ersten Teil des Vortrages werden diese Schritte beleuchtet, die zur Erstellung von Szenarien führen, im Anschluss daran werden Ergebnisse eines mehrjährigen Projektes kurz vorgestellt und damit die möglichen Potenziale an konkreten Beispielen aufgezeigt.

Dr. Thomas Herdin

Universität Salzburg | Tourismusforschung an der Universität Salzburg
Rudolfskai 42 | 5020 Salzburg
Tel.: +43-662-8044-4158 | Fax: +43-662-8044-4190
e-mail: thomas.herdin@sbg.ac.at | www.kowi.sbg.ac.at/

REFERENT

Thomas Herdin

Thomas Herdin ist Assistent am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, Abteilung für Transkulturelle Kommunikation. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Transkulturelles Kommunikationsmanagement, Tourismus und interkultureller Wandel mit dem Fokus Südost-Asien und China. Im derzeitig laufenden Projekt werden nach einem Forschungsaufenthalt in Thailand die touristischen Auswirkungen des Tsunami mit Blick auf Nachhaltigkeit analysiert.

REFERENTEN INFO

ZWEITER THEMENBLOCK

REFERENT: MARKUS LASSNIG

MARKTANALYSE E-BUSINESS IM TOURISMUS

Dr. Markus Lassnig

ETC - eTourism Center

c/o Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H.

Jakob-Haringer-Straße 5/III | A-5020 Salzburg

Tel.: +43-662-2288-302 | Fax: +43-662-2288-222

e-mail: markus.lassnig@salzburgresearch.at

http://www.salzburgresearch.at | http://www.etourism-center.at

Nichts hat in den letzten 10 Jahren den Tourismus so sehr verändert, wie Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) – konkret: das Internet. In der breiten Öffentlichkeit wird der Tourismus oft als Vorreiter in Sachen e-Business wahrgenommen. Die empirische Marktanalyse „e-Business W@tch“ bestätigt diese Einschätzung zwar teilweise, bringt aber auch einige Einschränkungen zu Tage. Die repräsentativen Ergebnisse der Untersuchung zeigen eindeutig: Tourismusbetriebe sind Spitzenreiter bezüglich kundenseitiger e-Business-Aktivitäten, haben jedoch nach wie vor Aufholbedarf gegenüber anderen Wirtschaftssektoren bezüglich lieferantenseitiger e-Business-Aktivitäten, grundlegender IKT-Infrastruktur und e-Business-Unterstützung für interne Geschäftsprozesse.

Die Benchmarkingstudie untersuchte zehn Wirtschaftssektoren, vergleicht die Sektoren miteinander und ermöglicht branchenübergreifendes Lernen. Neben den oben genannten zentralen Resultaten der Studie werden beispielsweise folgende Fragestellungen diskutiert:

• **Welche Rolle spielen IKT-Kenntnisse für Tourismuspersonal?**

Für viele Tourismusbetriebe sind mangelnde IKT-Kenntnisse ihres bestehenden Personals sowie von neu rekrutiertem Personal nach wie vor ein Problem. Vielfach hängt der IKT-Einsatz in KMU der Tourismusbranche vom persönlichen Interesse der UnternehmerInnen ab.

• **Welche IKT-Lösungen verwenden Tourismusbetriebe zur Unterstützung interner Arbeitsabläufe?**

In anderen Branchen weit verbreitete Software wie ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning), wird von Tourismusbetrieben relativ wenig genutzt. Ähnliches gilt für das Beschaffungswesen der Unternehmen durch e-Business. Tourismusbetriebe nutzen für das Online-Beschaffungswesen vergleichsweise seltener Standard-Softwarepakete.

• **Stattdessen vertrauen sie überdurchschnittlich stark auf Angebote von elektronischen Marktplätzen.** Eine Veränderung der Gästeschichten durch Online-Verkäufe ist klar erkennbar. Hier trägt das Internet beispielsweise deutlich zur Internationalisierung der Gäste bei.

• **Welchen Zusammenhang gibt es zwischen IKT und Innovationsaktivitäten im Tourismussektor?**

Informations- und Kommunikationstechnologien sind für Innovationen im Tourismus vergleichsweise wichtiger als in anderen Wirtschaftssektoren. Speziell Prozessinnovationen, aber auch Produktinnovationen, werden durch den Einsatz von IKT maßgeblich geprägt.

- **Wie wichtig schätzen Tourismusbetriebe e-Business-Aktivitäten grundsätzlich ein?** Hier zeichnet sich eine gewisse Polarisierung ab: Tourismusbetriebe, die heute bereits im e-Business aktiv sind, schätzen das sehr positiv und wichtig für ihr Geschäft ein, während den e-Business-Verweigerern in der Branche vielfach schlicht die Bedeutung von e-Business und das Potenzial, das sich darin verbirgt, unklar ist. Die größten Hürden für Tourismusbetriebe auf den e-Business-Zug aufzuspringen liegen in der Kleinheit der Unternehmen, der als zu teuer und zu kompliziert empfundenen Technologie, sowie in der Angst vor juristischen Problemen speziell bei Geschäftsbeziehungen mit internationalen Gästen.

REFERENT

Markus Lassnig

Markus Lassnig ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des ETC – eTourism Center – der Salzburg Research Forschungsgesellschaft. Markus Lassnig arbeitet seit 1999 für die Salzburg Research Forschungsgesellschaft. Er ist spezialisiert auf verschiedene Aspekte der Internet-Ökonomie. Das ETC, das Salzburger Kompetenzzentrum für eTourismus, arbeitet in folgenden Bereichen:

- Forschung und Entwicklung von Innovationen im Bereich e-Tourismus
- Labor für Entwicklungen und Tests neuer Technologien und Methoden
- Studien und Vorschau über Marktentwicklung und Marktrelevanz
- Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus durch innovative Projekte in Kooperation mit Wirtschafts- und Forschungspartnern
- Know-how Transfer in die Unternehmen
- Auf- und Ausbau eines Netzwerkes aus Wirtschafts- und Wissenschaftspartnern

Markus Lassnig ist Hauptautor der Studie „ICT and Electronic Business in the Tourism Industry (2005)“, die das Salzburger Kompetenzzentrum für eTourismus im Auftrag der Europäischen Kommission durchführte. Diese Tourismusstudie ist Teil des europaweiten Projektes „e-Business W@tch“, welches seit 2002 in jährlichen Updates den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien sowie die Auswirkungen von e-Business auf verschiedenste Wirtschaftssektoren analysiert. Hintergrundinformationen zu „e-Business W@tch“ sowie die gesamte Studie zum e-Tourismus sind im Internet unter www.ebusiness-watch.org verfügbar.

REFERENTEN INFO

ZWEITER THEMENBLOCK

REFERENT: KURT LUGER

TOURISMUSPOTENZIAL WELTERBE. ÖSTERREICHISCHE UND INTERNATIONALE BEISPIELE

Ao.Univ.Prof.Dr.phil. Kurt Luger

Universität Salzburg | Tourismusforschung an der Universität Salzburg
Rudolfskai 42 | 5020 Salzburg
Tel.: +43-662-8044-4162 | Fax: +43-662-8044-4190
e-mail: kurt.luger@sbg.ac.at | k.luger@ecohimal.org
www.kowi.sbg.ac.at/personen/luger/

Die World Heritage List der UNESCO enthält 812 Eintragungen. Das Welterbe besteht derzeit aus 628 Kulturerbestätten, 160 Gebiete sind als Weltnaturerbe ausgewiesen und 24 Eintragungen betreffen Mischformen. Auf 137 Staaten verteilt – von den führenden Industrienationen bis zu den Least Developed Countries – verfügt die Menschheit über einen Reichtum, den sie an die nachfolgenden Generationen weitergeben möchte. Dazu sind Strategien notwendig, die langfristig die Nutzung ermöglichen, ohne zur Zerstörung beizutragen.

Das Welterbe (Heritage) ist eine fragile nicht erneuerbare Ressource die des Schutzes bedarf, um es auch für kommende Generationen zu erhalten. Die Gefährdung betrifft tangible wie intangible Schätze gleichermaßen, wobei die tangiblen (z.B. Bauwerke oder Landschaften) im Vordergrund der Betrachtung stehen. Intangible Schätze in Entwicklungsgesellschaften sind am meisten bedroht. Die Gefährdungslagen sind vielfältig, die unkontrollierte Tourismusentwicklung ist eine Bedrohung unter vielen.

Zwischen „Heritage“ und „Tourismus“ besteht an sich ein Zielkonflikt. Während Heritage den Prinzipien Erhaltung und Tradierung zugrunde liegt, bestimmen die Prinzipien Verbrauch und Konsum den weltweiten Tourismus. Eine Versöhnung der Ziele im Kulturtourismus ist möglich, wobei drei „Typen“ von Kulturtouristen zu nennen sind:

- **General cultural tourist:** Kultur ist Bestandteil des gesamttouristischen Angebots (die sg. „heritage industry“ in Form von Ausstellungen, historisierte Produkte, Themeninszenierungen etc.). Event- und Erlebnisorientierung sind charakteristische Voraussetzungen.
- **Special cultural tourist:** Die Reise erfolgt aus kulturspezifischen Gründen, wobei das Kulturerbe die Sehens- oder Hörenswürdigkeit bildet. Es besteht eine Gratwanderung zwischen Bildungsvermittlung und Unterhaltungsbedürfnissen.
- Im **Heritage-Tourismus** werden Bausteine einer kulturellen/nationalen Identität durch die BesucherInnen erlebt, wahrgenommen, studiert, konsumiert. Diese Bausteine – Tangibles – sind aber Artefakte, ihre Bedeutung erschließt sich nur über ein didaktisches Konzept und dieses setzt Wissen voraus. Ihre Intangibles sind möglicherweise nur als „hidden dimension“ spür- und/oder wahrnehmbar (Philosophie, kulturelle Schlüsselkonzepte, „Charme“, Ways of Life, Traditionen), oder sie verschließen sich den BesucherInnen.

Die Situation in Österreich

Österreich verfügt über acht Welterbestätten, weitere sind im Antragsstadium. Wie werden sie genutzt, wie sieht der österreichische Weg für die Partnerschaft zwischen Kulturtourismus und dem Welterbe-Management aus? Dem übergeordneten Ziel der Nachhaltigkeit verpflichtet, sind Indikatoren für angepasstes touristisches Handeln in gefährdeten Gebieten zu entwickeln. Wie sollen Produkte aussehen, deren zentraler Gegenstand aus Welterbe besteht? Wie kann die Attraktivität dieser Plätze, Monumente, Kostbarkeiten der Natur usw. touristisch erfolgreich vermarktet werden, damit durch die Rückflüsse ein erheblicher Beitrag zur Erhaltung der Substanz bzw. zum Wohle der Bewohner der jeweiligen Region geleistet wird? Abgestimmte Planung unter den Stakeholders, der öffentlichen Hand, den Einheimischen, den Tourismusbetrieben, den direkten Verwaltern der Stätten muss erfolgen.

REFERENT

Kurt Luger

Kurt Luger ist Professor am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und leitet dort die Abteilung Transkulturelle Kommunikation. Er studierte in München und Salzburg die Fächer Kommunikationswissenschaft, Volkswirtschaft und Philosophie. Schwerpunkte der Forschung: Internationale Mediensysteme, Nord-Süd-Konflikt, Entwicklungskommunikation, Cultural Studies, Populärkultur, Tourismus als Kommunikationsgeschäft, Kultureller und gesellschaftlicher Wandel, Regionalentwicklung. Jüngste Buch-Publikationen: Transdisziplinäre Kommunikation (2005); Ferntourismus - wohin? (2004) Der Alpentourismus (2002) Flimmerndes Asien - Die Fernsehentwicklung eines Kontinents im Aufbruch (2002).

Kurt Luger war Mitbegründer und langjähriger Leiter des Instituts für Interdisziplinäre Tourismusforschung an der Universität Salzburg und ist verantwortlich für Entwicklungsprojekte in Nepal in Tibet, davon einige mit touristischer und kultureller Zielsetzung. 1991 gründete er die Nichtregierungsorganisation Eco Himal, die Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaya, deren Vorsitzender er seit 1995 ist. Nach Gastprofessuren in den USA und Nepal, arbeitet Kurt Luger derzeit als Gastprofessor an der Universität Zürich.

REFERENTEN INFO

ZWEITER THEMENBLOCK

REFERENT: ROMAN EGGER

TOURISMUSPORTAL.AT – KNOW-HOW-TRANSFER ZWISCHEN THEORIE UND PRAXIS

Der Studiengang Entwicklung und Management touristischer Angebote“ (EMTA) hat im Rahmen des SAFIT-Projekts ein B2B-Wissensportal entwickelt. Ausgangslage dafür ist die Tatsache, dass ein Studiengang im laufenden Betrieb eine Fülle von Know-how entwickelt und produziert, welches in Form von Fallstudien, Field-Studies, Seminar- und Diplomarbeiten entsteht. Dieses für den heimischen Markt relevante Material versiegt im Normalfall. Es galt somit ein Kommunikationsmedium zu schaffen, welches die Brücke zwischen Theorie und Praxis bzw. Studiengang und Leistungsträger schlägt.

Mit der Präsentation des Tourismusportals werden Zweck, Umfang und Nutzen des Projekts für die heimische Tourismuswirtschaft skizziert.

Dr. Roman Egger

Fachhochschule Salzburg, EMTA & Zentrum für Zukunftsstudien
Urstein Süd 1 | A-5412 Puch/Salzburg

Tel.: +43-0-50-2211-1357 | Fax: +43-0-50-2211-1399

e-mail: roman.egger@fh-salzburg.ac.at | www.fh-salzburg.at/

REFERENT

Roman Egger

Im Rahmen seines Studiums an den Kommunikationswissenschaften und Sportwissenschaften in Salzburg belegte er einen Schwerpunkt im Bereich der Public Relations. Während seines Studiums war er stets in der Hotellerie und der Gastronomie nebenberuflich tätig. Nach Abschluss seines Studiums konnte er bei der SalzburgerLand Tourismus GmbH im Bereich Internes Marketing Erfahrung sammeln. Bereits während dieser Tätigkeit fokussierte Herr Egger seinen Interessenschwerpunkt auf die Vermarktung touristischer Produkte durch neue Medien.

Im Jahr 2002 folgte ein Forschungsaufenthalt an der Universität Surrey an der „School of Management“, wo die Grundsteine seiner Dissertation zum Thema eTourism gelegt wurden. Seit Mai 2004 ist Herr Dr. Roman Egger hauptberuflich Lehrender am Studiengang Entwicklung und Management touristischer Angebote und für den Forschungsbereich des Studiengangs zuständig. Derzeit ist er Programmkoordinator der Programmlinie Zukunft:Tourisms:Wirtschaft des Zentrums für Zukunftsstudien der Forschung Urstein GmbH. Er ist Mitglied der „International Federation for IT and Travel & Tourism“ und der „Österreichischen Gesellschaft für Angewandte Forschung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“. Neben zahlreichen Vorträgen auf nationalen und internationalen Tagungen und Kongressen ist Herr Egger auch als wissenschaftlicher Berater und Autor tätig. Dieses Jahr im Shaker-Verlag erschienen: „Grundlagen des eTourism – Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus“.