



Mobilität, Freizeit, Tourismus – was können wir erwarten?

**Vortrag auf dem internationales Verkehrssymposium:
Mobilität im Wandel - Perspektiven und Chancen für Wege in die Zukunft,
in Graz am 9. Oktober 2009**



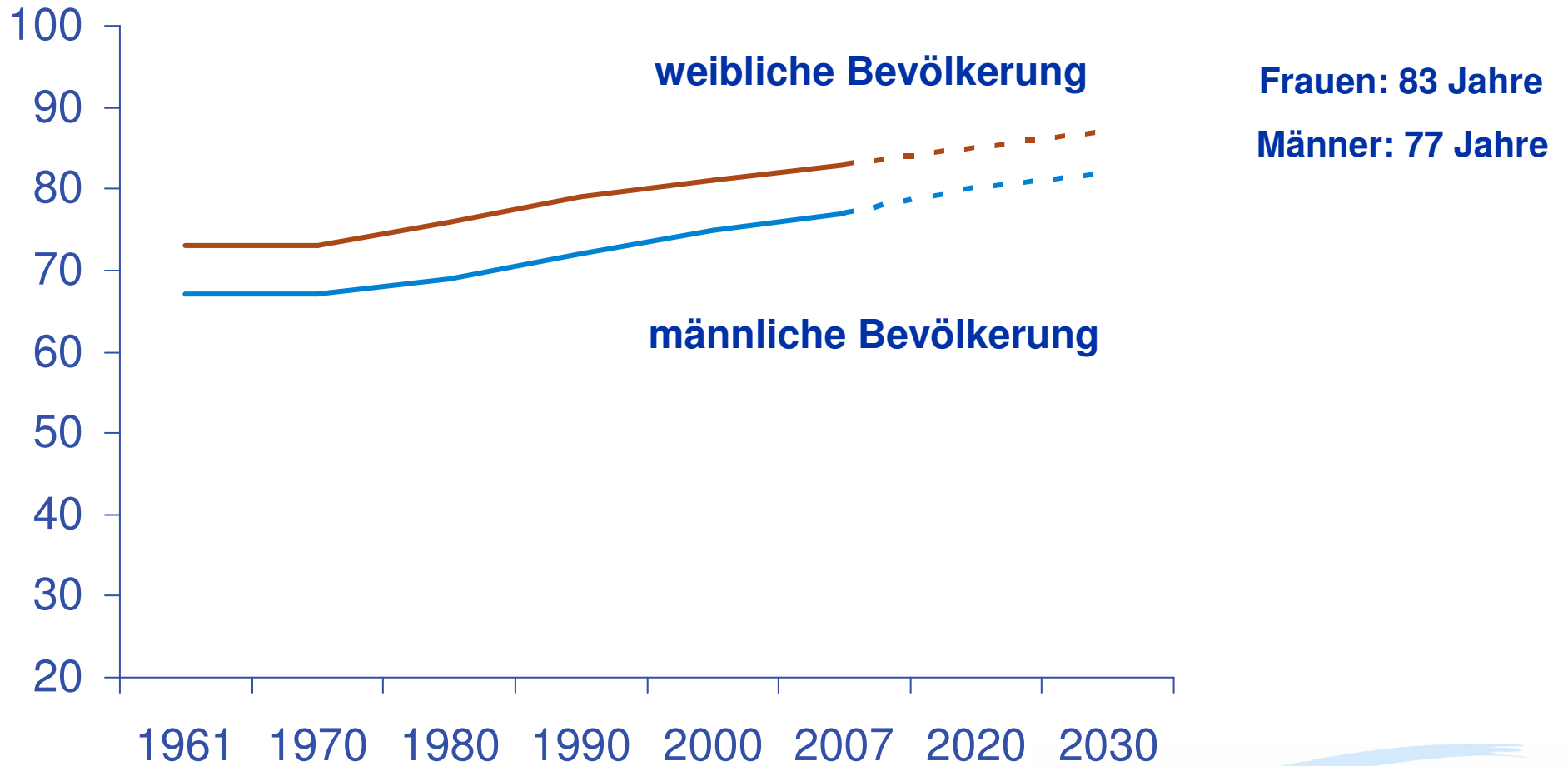
Demografische Entwicklung



STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN
EINE INITIATIVE VON BRITISH AMERICAN TOBACCO

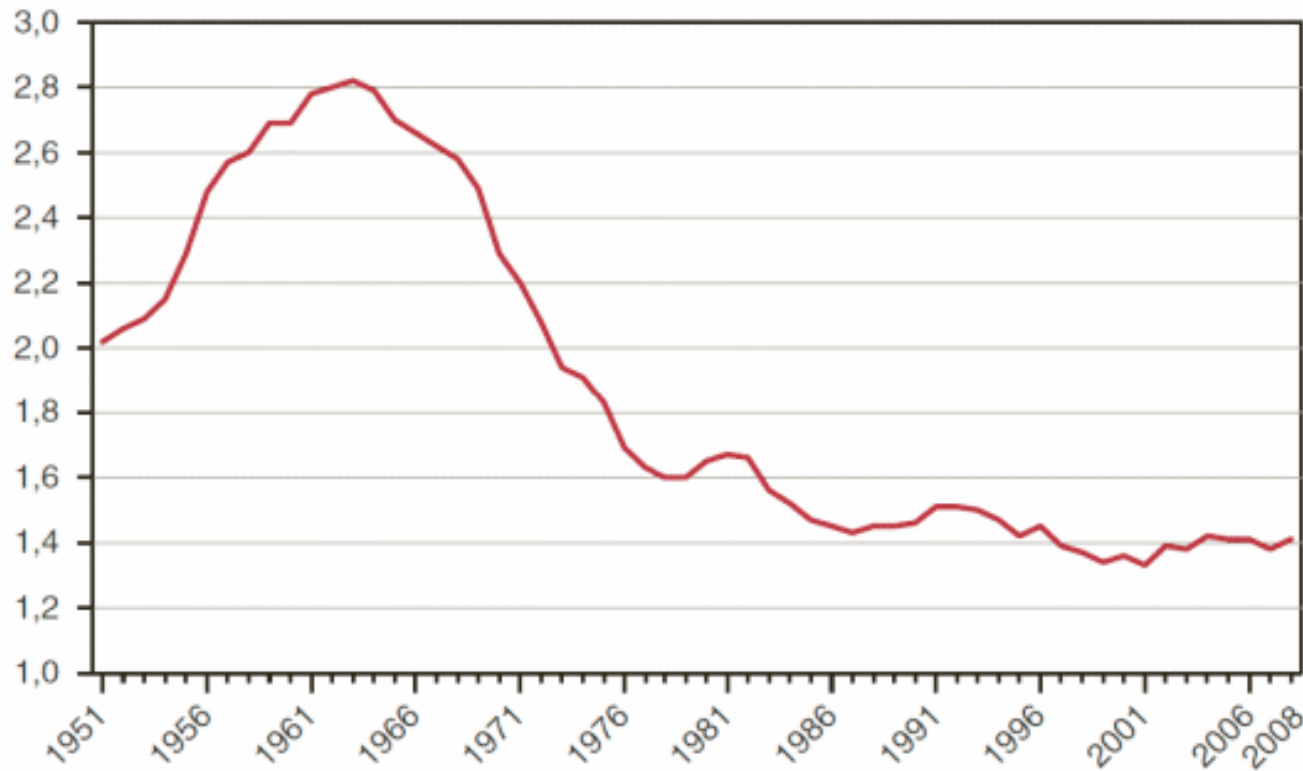
Durchschnittliche Lebenserwartung in Österreich

(in Jahren)



Durchschnittliche Kinderzahl in Österreich (je Frau)

Durchschnittliche Kinderzahl pro Frau seit 1951



1,41 Kinder

Q: STATISTIK AUSTRIA, Statistik der natürlichen Bevölkerungsbewegung. - *) Revidierte Ergebnisse für 2001 bis 2007. Erstellt am: 04.06.2009.

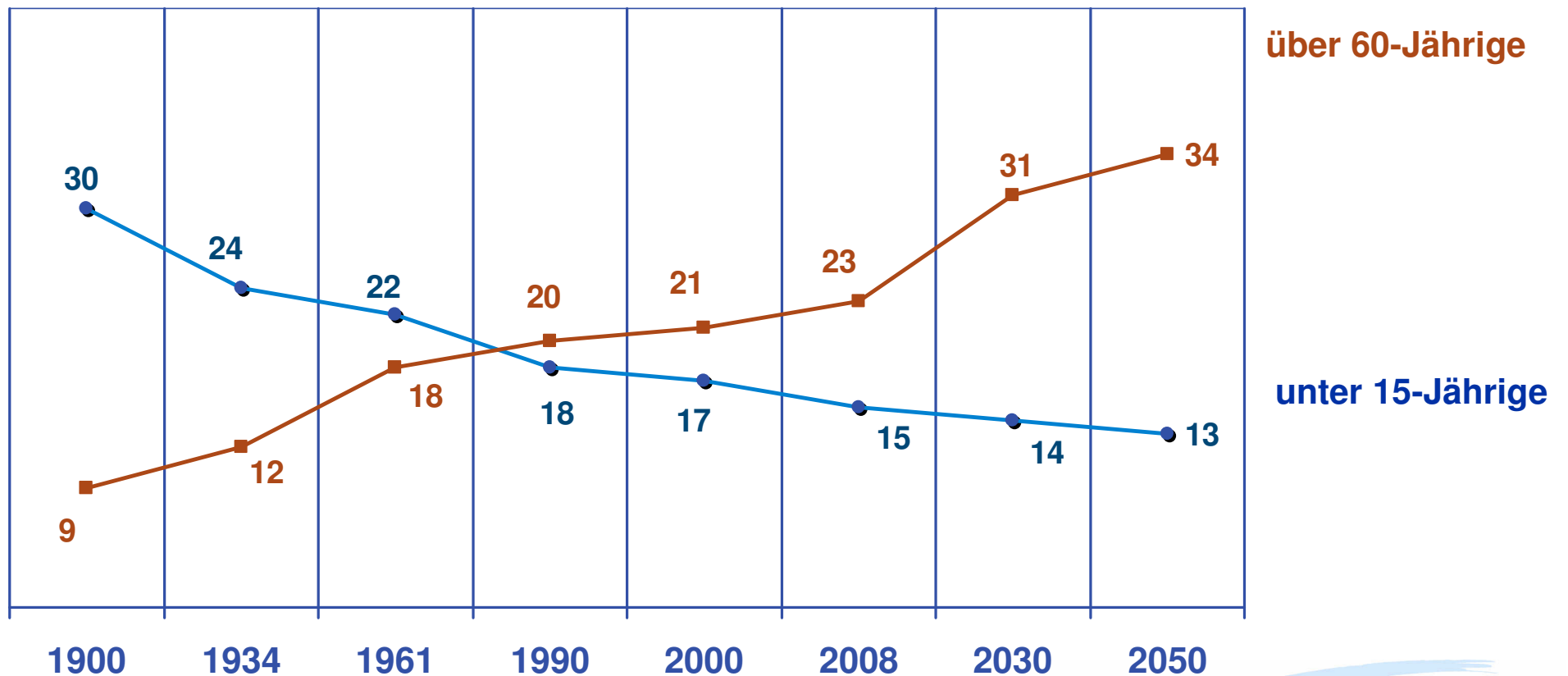
Einflussfaktoren für die Familiengründung

- Richtiger Zeitpunkt
(Ausbildung abgeschlossen, feste Anstellung, Wohnsituation ausreichend)
- Stabile Partnerschaft
- Zukunftssorge
(Arbeits- und Rentendiskussion, Sicherheit, Umwelt)
- Berufstätigkeit und Kinderbetreuung
(Work-Life-Balance)
- Kinder kosten Geld
(50% der Ein-Kind-Familien finanzielle Gründe gegen zweites Kind)

Die Alters-Schere

Eine Folge der demographischen Entwicklung

Wie sich die Altersstruktur in Österreich verändert (Anteile in Prozent):



Folgen der demografischen Entwicklung

- Weniger Fachkräfte?
 - Weniger Innovation?
 - Weniger Wirtschaftswachstum?
 - Weniger Wohlstand?
 - Weniger Lebensqualität?
-
- Weniger Familienangehörige!
 - Weniger Konsumenten/Mieter/Hauseigentümer!
 - Umlageversicherung verlieren ihre Funktion!
 - Polarisierung innerhalb der Gesellschaft!
 - Ende des Jugendwahns/Neue Zielgruppen



Freizeit- und Konsumverhalten im Zeitvergleich

Ende 40er Jahre:	75% des Einkommens für Essen und Kleidung
50er Jahre:	„Fresswelle“
60er Jahre:	Erste Konsumwelle
70er Jahre:	Goldenes Jahrzehnt steigende Bevölkerung+Kaufkraft+Freizeit
80er Jahre:	Postmaterialismus vs. Konsumjahrzehnt
90er Jahre:	zwischen Nachholen und neuen Zielgruppen

Freizeit- und Konsumverhalten im 21. Jahrhundert

Zeitalter der Sparmaßnahmen

Gründe:

1. EURO - Umstellung

2. Verunsicherung

3. Zeitgeist

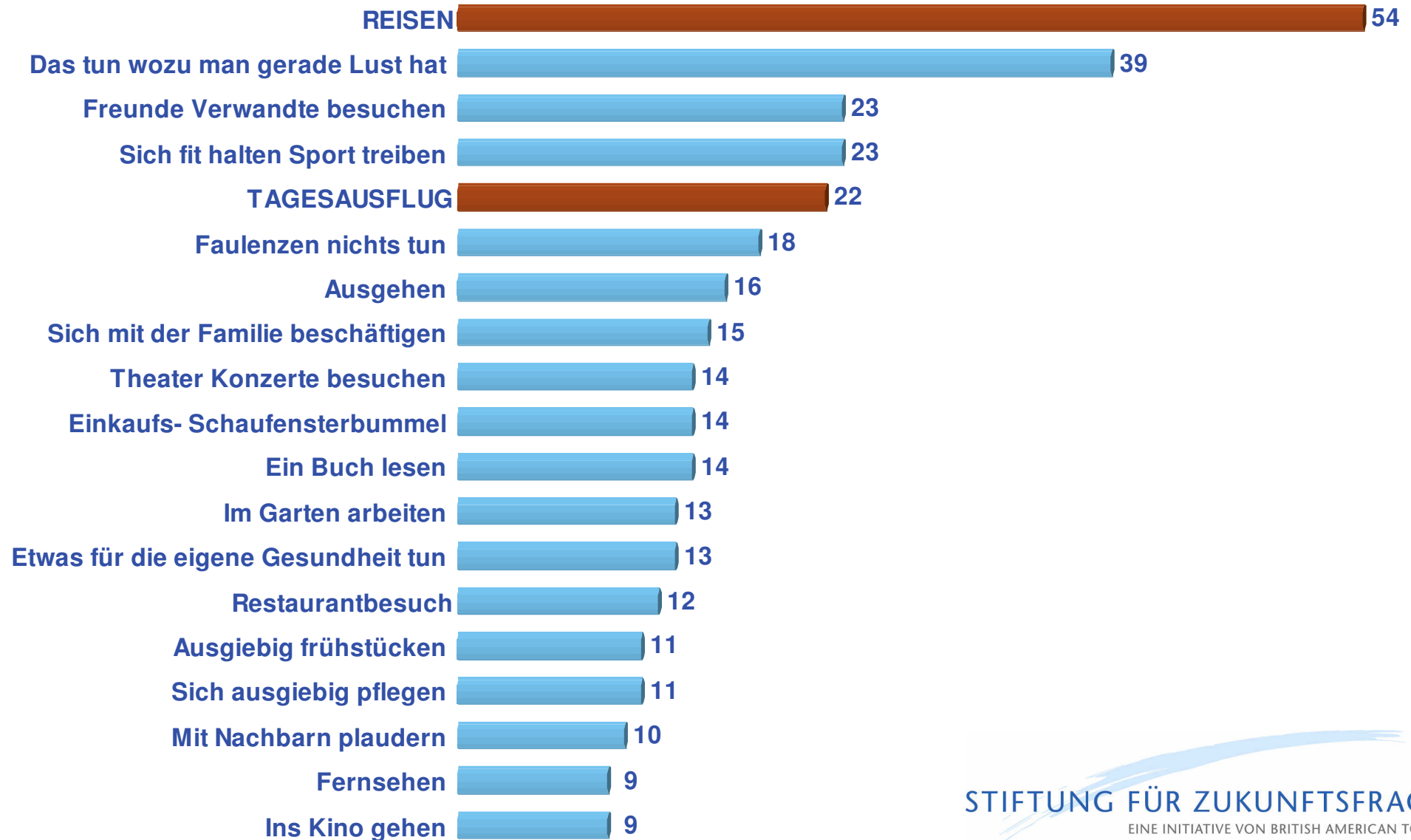
**Gesamtbevölkerung:
Luxese
= mal Luxus mal Askese**

**Es boomen Marken
aus den unteren Preissegmenten
sowie Spitzenprodukte.**

**Auf der Strecke bleiben langfristig Produkte
der mittleren Preisklasse.**

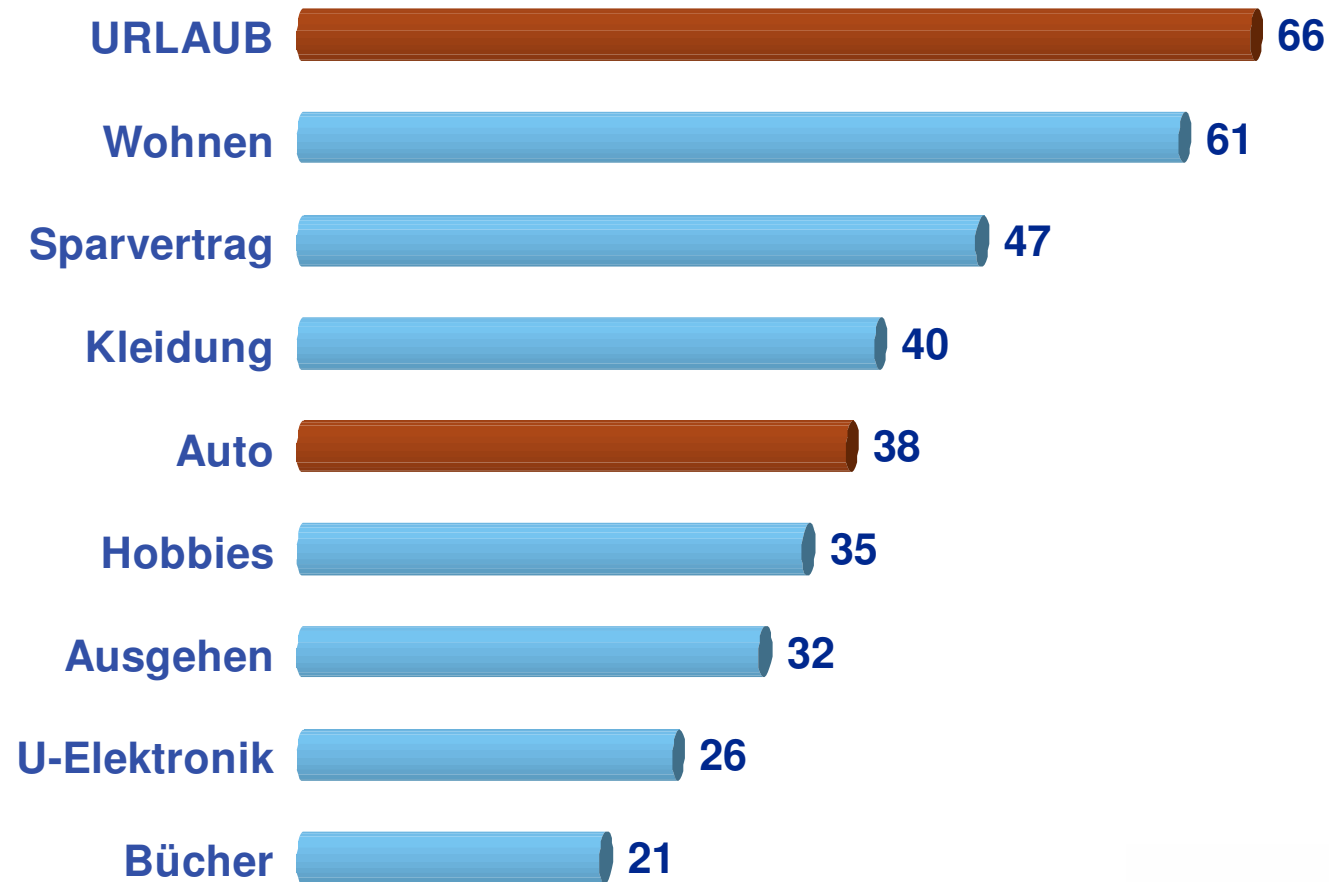
Reisen ist der größte Zukunftswunsch

Von je 100 Befragten würden gerne häufiger ausüben



Konsumwünsche der Bürger

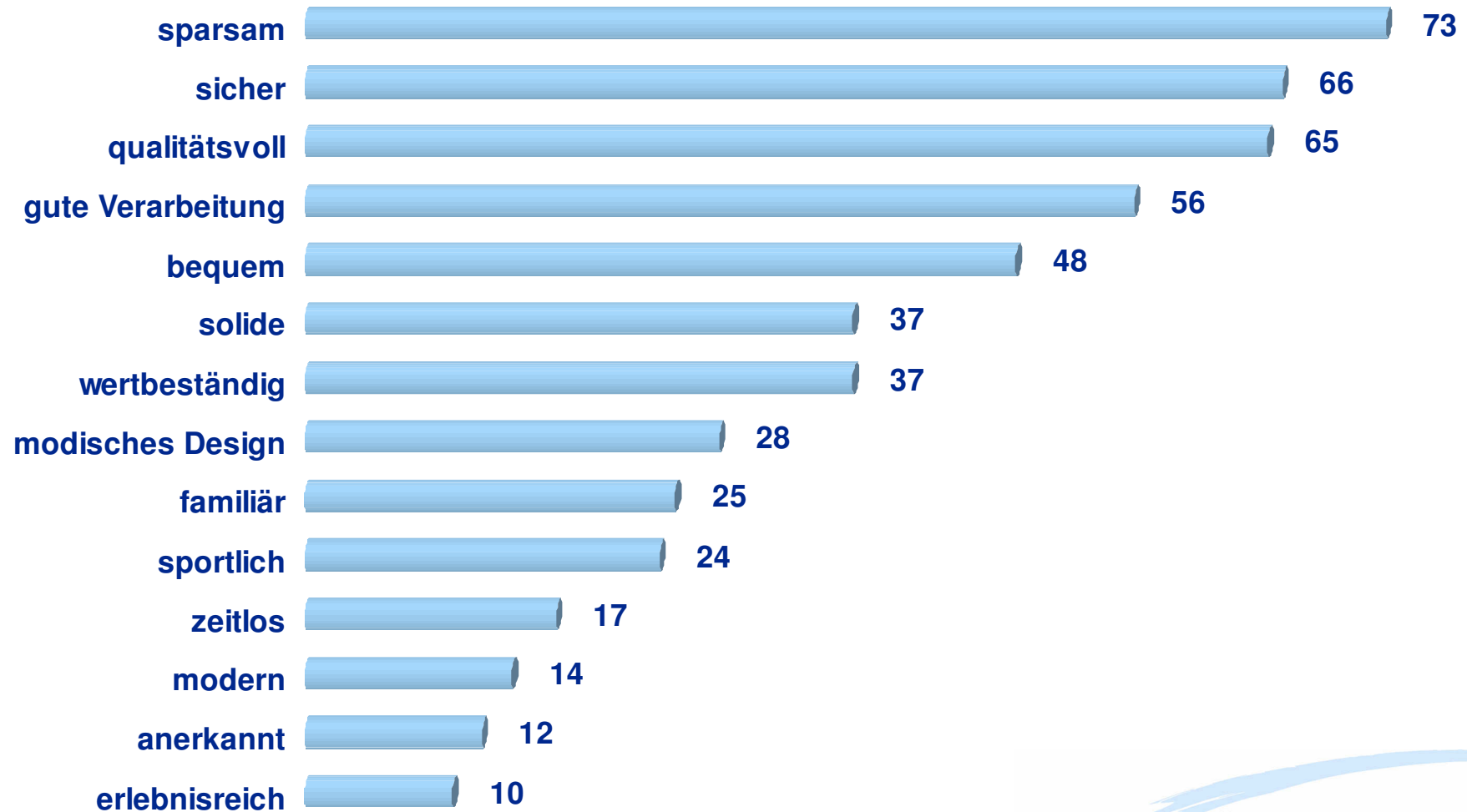
Von je 100 Befragten würden am ehesten (zusätzliches) Geld für ... ausgeben:



„Weniger ist mehr“: Sparsam, sicher, solide...

Umdenken innerhalb der Bevölkerung

Von je 100 Befragten verbinden mit einem „Auto des 21. Jahrhunderts“ die Begriffe:

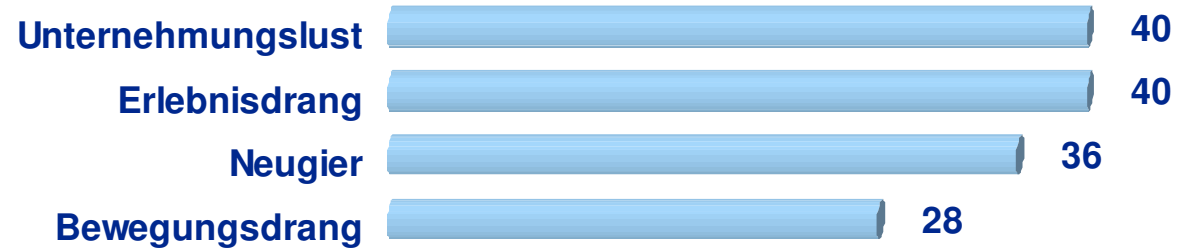


Leben zwischen Lust und Flucht

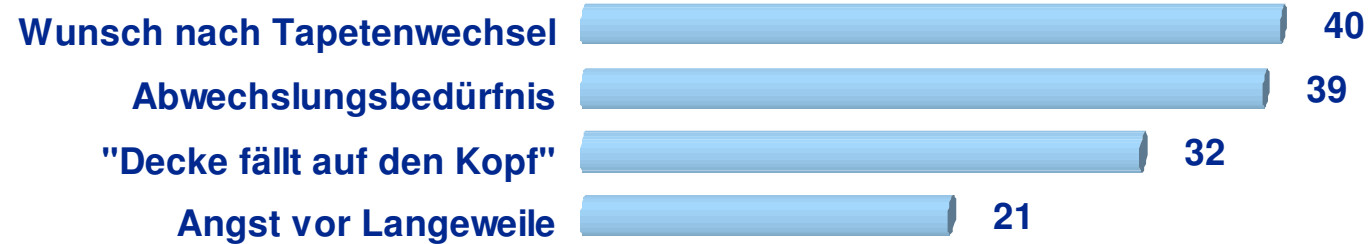
Warum die Menschen massenhaft mobil sind

Von je 100 Befragten nennen als Motive für massenhafte Mobilität:

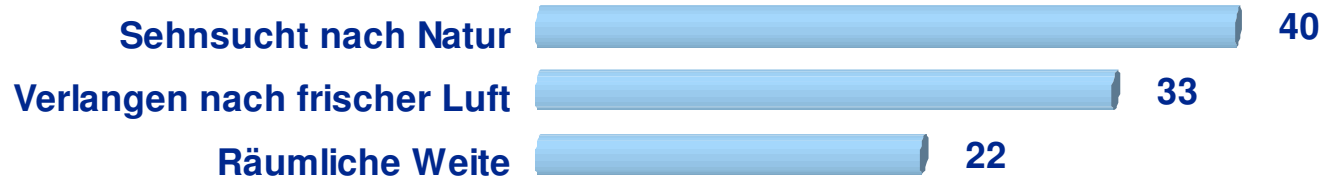
Lebenslust



Alltagsflucht



Frischlufft



Kontaktsuche



Fakten Tourismus I.

- Weltweit Beschäftigte im Tourismus 168 Millionen
(u.a. 40.000 Reisebüros in Europa)

- Weltweite Steuereinnahmen 733 Mrd. US \$

- Touristen weltweit

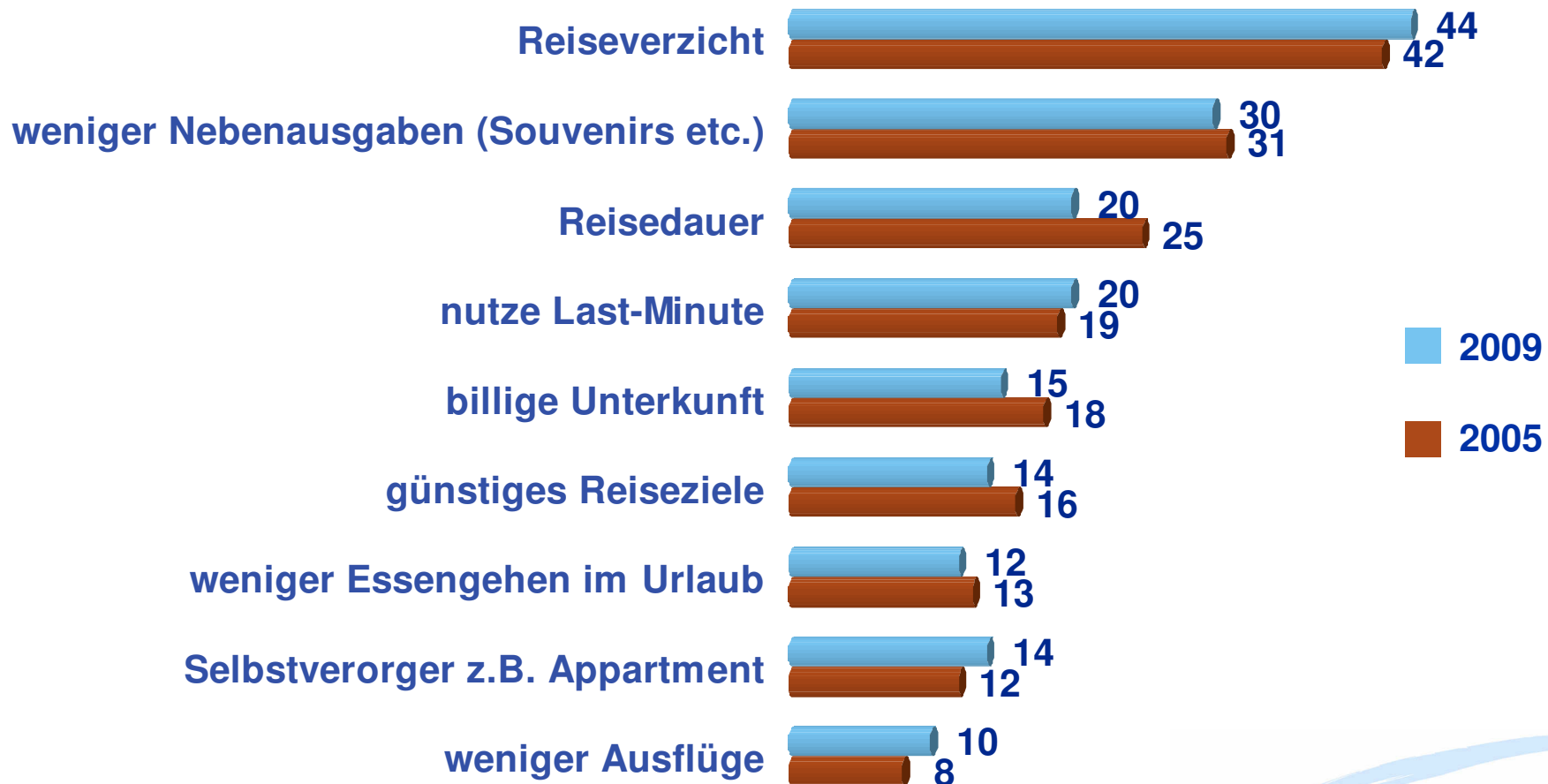
1950	25 Millionen
1980	288 Millionen
2008	862 Millionen
2020 (Prognose)	1.600 Millionen

Fakten Tourismus II.

➤ Reiseintensität (5 Tage plus)	Deutsche	52%		
	Österreicher	53%	-5%	
➤ Kurzreisen (2-4 Tage Dauer)	Deutsche	3%		
	Österreicher	8%	-2%	
➤ Durchschnittliche Reisedauer	Deutsche	13,2 Tage		
	Österreicher	11,0 Tage		
➤ Reiseziele	Inland	Deutsche	34%	
		Österreicher	29%	+2%
	Ausland Österreich	Italien	13%	
		Kroatien	10%	
		Griechenland, Spanien, Türkei	7,6,5%	

Reisen in der Wirtschaftskrise

Von je 100 befragten Österreichern sparen wie folgt:



Urlaubsqualität 2008

Was die österreichischen Urlauber erwarten

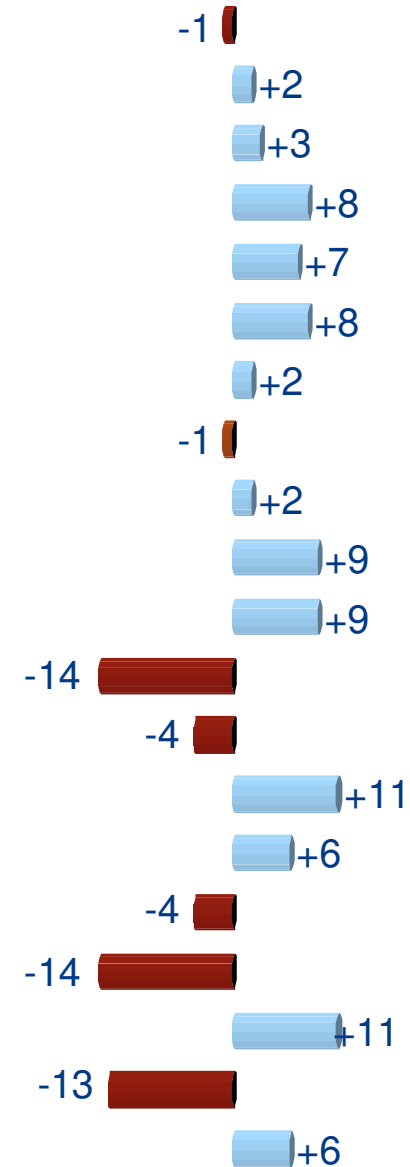
Angaben in %



Die vorgefundene Deutsche Sicht

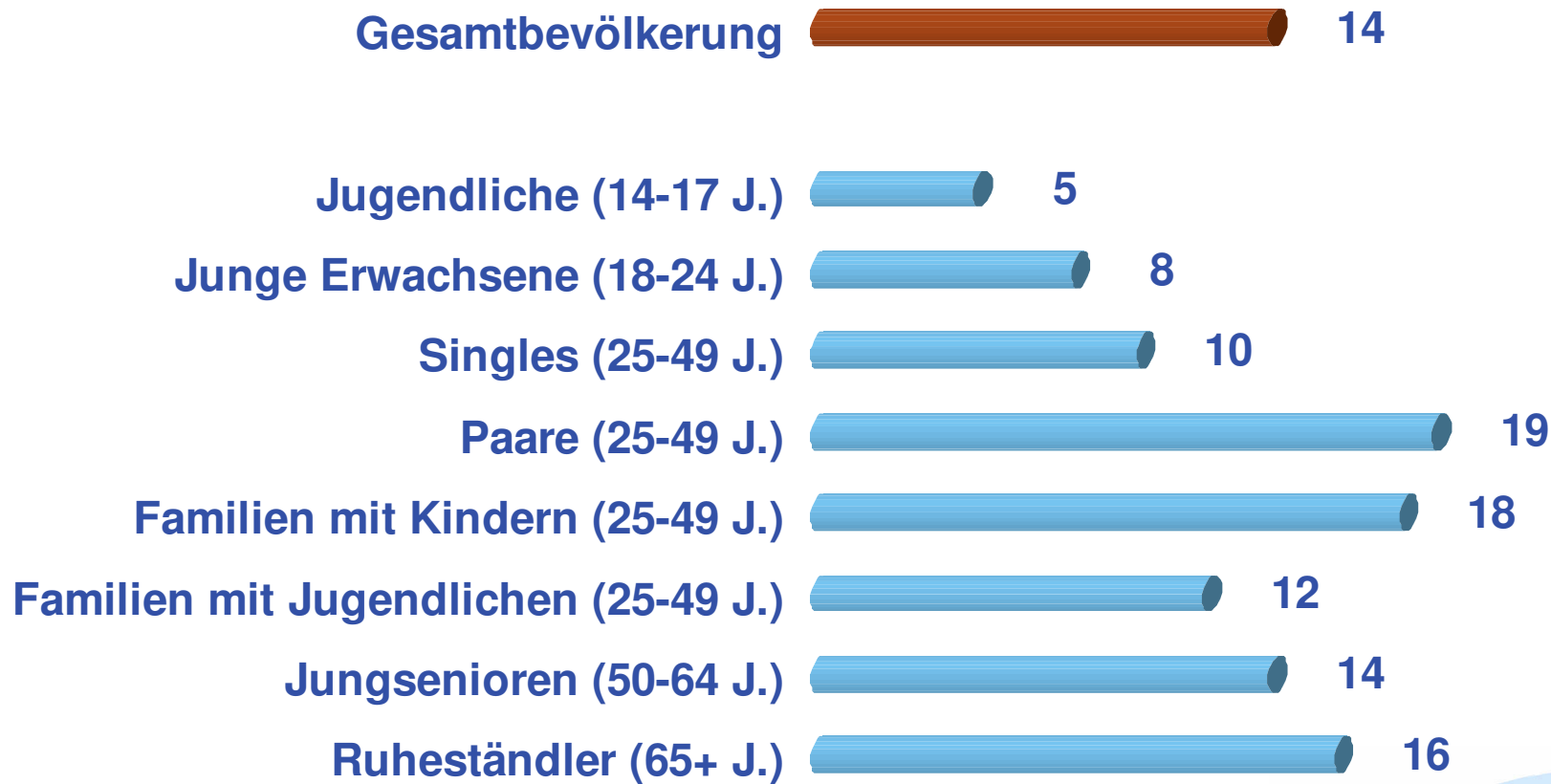
	Durchschnitts-wert	Österreich
Gastfreundschaft/Freundlichkeit	90	89
Gemütlichkeit/Atmosphäre	89	91
Landschaftliche Schönheit	88	91
Gesundes Klima	82	90
Sicherheit	82	89
Sauberkeit	82	90
Regionale und internationale Küche	82	84
Gutes Preis-Leistungsverhältnis	81	80
Kontaktmöglichkeiten	79	91
Keine Sprachprobleme	76	85
Erreichbarkeit	75	84
Historische Sehenswürdigkeiten	71	57
Attraktive Ausflugsziele	66	62
Angebote zum Aktivurlaub	65	76
UMWELTQUALITÄT	62	68
Wetterunabhängige Einrichtungen	61	57
Kulturvielfalt	60	46
Gesundheits-, Wellness-, Kurangebote	52	63
Sonnengarantie	48	35
Gute ärztliche Versorgung	47	53

Qualitätsprofil (Unterschiede in Prozentpunkten)



Paare & Familie legen am meisten Wert auf Umweltfreundlichkeit

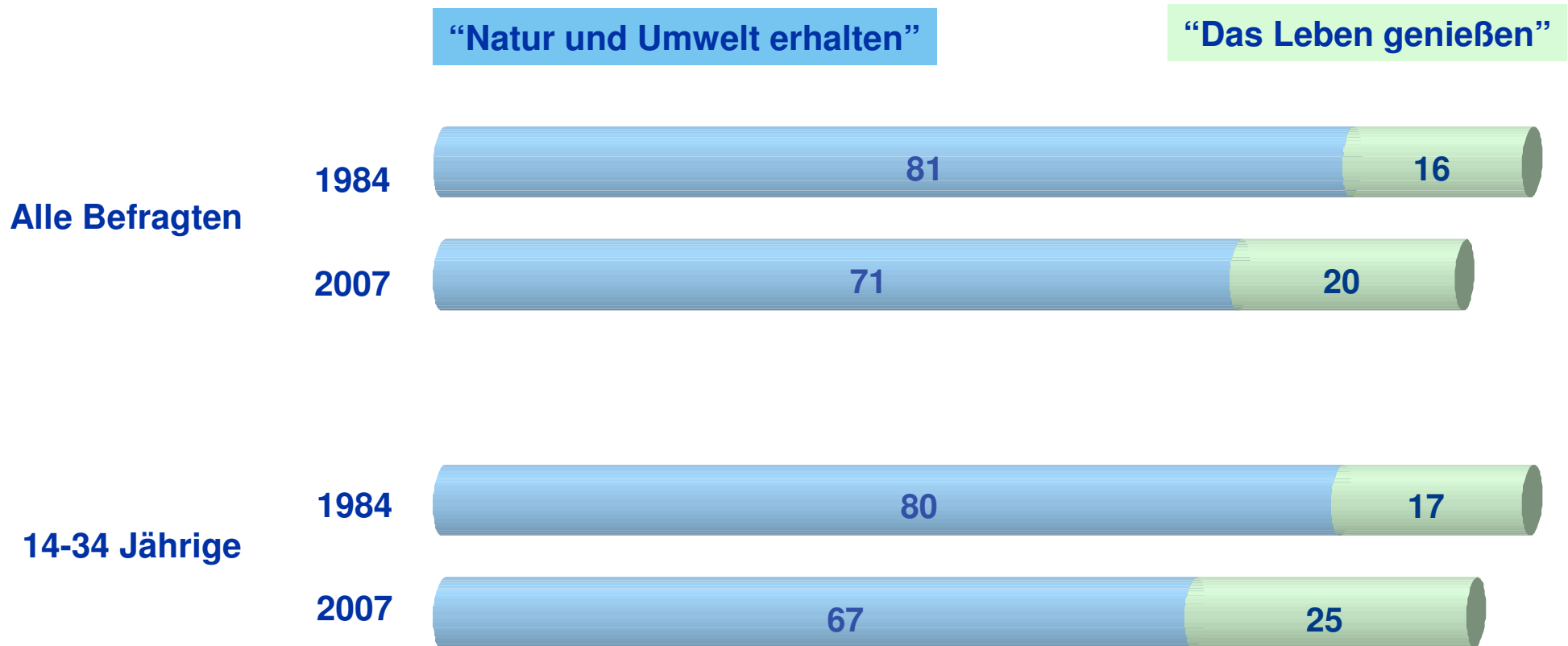
Von je 100 Befragten halten die Umweltqualität (Umweltfreundlichkeit/das vor Ort viel für die Umwelt getan wird) für ein wichtiges Urlaubsentscheidungskriterium



Umweltbewußtes Verhalten

Welcher der zwei Meinungen können sie eher zustimmen:

- A. Ich bin bereit spürbare Einschränkungen in meinem Konsum- und Lebensgewohnheiten hinzunehmen, wenn dadurch Natur und Umwelt nachhaltig erhalten bleiben
- B. Ich möchte meine Freiheit und Unabhängigkeit behalten und das Leben genießen, auch wenn dadurch nachhaltig die Umwelt beeinträchtigt wird



Nachhaltigkeit im Tourismus – Die Fakten

- Ca. 70% der Flugkilometer entfallen auf Tourismus
- 50% der Luftverschmutzung durch PKWs entstehen durch Freizeit- und Urlaubsverkehr
- 650.000 Kilometer Straßen vs. 40.000 Kilometer Schienen
- Reisen = Mobilität
- Staus, Stress – „Schuld sind die anderen“
- Umweltbewusst Reisen wollen viele, aber ...
- ...Ökotourismus muss man sich leisten können
- Reiseveranstalter setzen noch immer nicht konsequent auf diesen Markt
- Destinationen: Schneekanonen gegen Klimawandel
- Ökologie oder Ökonomie?

Was passiert, wenn nichts passiert – Die Fakten

- Gletscher schmelzen (Wintersport ab 1.500 Meter)
- Meeresspiegel steigt (Holland, Malediven überflutet)
- Verkehrsaufkommen wird weiter steigen (Deutschland +2% p.A.)
- Wetterphänomene nehmen weiter zu (Wassermangel, Trockenheit, Waldbrände, Hochwasser, Stürme etc.)
- Verschiebung der Tourismusströme von Süden nach Norden
- Sperrung der Innerstädte wegen Luftverunreinigungen

Umweltschutzmaßnahmen: Informieren und fördern

Welche Maßnahmen aus der Sicht der Bürger den Umweltschutz fördern würden.

Informationsmaßnahmen



Förderungsmaßnahmen



Umweltschutzmaßnahmen: Sanktionsmaßnahmen

Welche Maßnahmen aus der Sicht der Bürger den Umweltschutz fördern würden.



Erste Ansätze

- UK: Klimawandelgesetze – 2020 CO₂- Emissionen – 26%
- Frankreich: 80% Energie aus Kernkraft
- Bologna: Altstadt (4,5 qkm) Autofrei
- Service: Automatische Parkhäuser, Bringdienst, Service von der Haustür
- Fahrradrend – 50% aller Stadtfahrten sind weniger als 5 km lang
- Entzerrung Ferien
- Ausbau ÖPNV

Fazit:

Begrifflichkeiten, die die Zukunft prägen werden

1. Demografische Entwicklung
2. Klimawandel
3. Strukturwandel
4. Kommunikation / Geselligkeit
5. Erlebnisorientierung
6. Qualität / Service
7. Kulturorientierung
8. Gesundheitsorientierung

1. Bleib nicht dauernd dran; schalt doch mal ab.
2. Jage nicht ständig schnelllebigen Trends hinterher.
3. Kaufe nur das, was du wirklich willst, und mache dein persönliches Wohlergehen zum wichtigsten Kaufkriterium.
4. Versuche nicht, permanent deinen Lebensstandard zu verbessern oder ihn gar mit Lebensqualität zu verwechseln.
5. Lerne zu lassen, also Überflüssiges wegzulassen: Lieber einmal etwas verpassen, als immer dabei sein.
6. Entdecke die Hängematte wieder. Lerne wieder, „*eine Sache zu einer Zeit*“ zu tun.
7. Genieße nach Maß, damit du länger genießen kannst.
8. Mache nicht all deine Träume wahr; hebe dir noch unerfüllte Wünsche auf.
9. Tue nichts auf Kosten anderer oder zu lasten nachwachsender Generationen: Sorge nachhaltig dafür, dass das Leben auch in Zukunft lebenswert bleibt.
10. Verdiane Dir deine Lebensqualität - durch Arbeit oder gute Werke:
Es gibt nichts Gutes; es sein denn, man tut es.

BAT STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN

Alsterufer 4

20 354 Hamburg

www.stiftungfuerzukunftsfragen.de

Ulrich_Reinhardt@bat.com