

## «Tourismus» im Schweizer Weltatlas

### Die Bedeutung des Tourismus

Mit einem Beitrag von rund 6% zum Gesamtbruttosozialprodukt der Erde gehört der Fremdenverkehr zu den bedeutendsten Sektoren der Weltwirtschaft. Allein dank des grenzüberschreitenden Verkehrs dürften pro Jahr fast eine halbe Billion Schweizerfranken (CHF) und zusammen mit dem Inlandtourismus zwischen 4 Billionen und 5 Billionen CHF umgesetzt werden. Die Zahl der Gästeankünfte bewegt sich mindestens bei etwa 2 Milliarden pro Jahr, was einen groben Aufschluß über die Mobilität gibt.

Vergleicht man nur schon den niedrigeren Wert touristischer Leistungen (4000 Mrd. CHF) mit dem Wert beispielsweise des pro Jahr geernteten Kaffees (rund 15 Mrd. CHF), Kakaos (gegen 4 Mrd. CHF) oder des geförderten Bleis (1,62 Mrd. CHF), so ist die Bedeutung des Fremdenverkehrs im Vergleich zu den Agrar- und Bergbauprodukten evident. Trotzdem wird dem Fremdenverkehr im Geographieunterricht und in den Lehrmitteln zu wenig Beachtung geschenkt, während die Agrarwirtschaft überbewertet ist. Als «unsichtbare» und äußerst mobile Güter sind Dienstleistungen zudem kartographisch schwerer visualisierbar als etwa die Anbaugelände von Nutzpflanzen oder Abbauorte von Rohstoffen. Diese traditionelle Wertung der Erwerbssektoren wird im Schweizer Weltatlas weitgehend durchbrochen: Die wichtigsten fremdenverkehrsgeographischen Aspekte und Informationen lassen sich im Kartenbild vorstellen. Es ist Ziel dieses Beitrages zu zeigen, wie unter Beizug verschiedener Karten das Sachthema Tourismus mit dem Atlas behandelt werden kann.

Im Zentrum steht dabei die thematische Karte 167.1 «Tourismus der Erde» (vgl. Kartenbeilage S. 7). Lange nicht alle gewünschten Variablen des touristischen Systems konnten kodiert werden, da dies der Maßstab und die Komplexität des Themas verunmöglichten. Auswahlkriterium waren die wirtschaftsgeographische Relevanz der Aspekte und das Ziel, den Fremdenverkehr quantitativ zu fassen. Mit dieser Karte sollen nicht zuletzt auch die Aussagen visueller Medien und aus Presseberichten, wie sie mehr und mehr im Schulunterricht eingesetzt werden, objektiviert werden. Die Karte 167.1 kann weitgehend auch von der Schülerschaft der Sekundarstufe I analysiert werden, während sich die wirtschaftsgeographischen Aussagen, die nur zusammen mit anderen Karten gewonnen werden, eher an obere Klassen richten. In Abb. 1 wird ein vereinfachtes fremdenverkehrsgeogra-

phisches Kausalmodell vorgestellt (vgl. dazu SHAW/WILLIAMS 1994, S. 98; BLANCO 1984, S. 37), das Lehrkräften den Zugang zu touristischen Fragestellungen erleichtern soll. Die Variablen lassen sich im Schulunterricht vier Hauptgruppen (Abb. 2) zuordnen:

1. Voraussetzung für die Lokalisierung,
2. die Lokalisierung,
3. die geographischen Realisationsfolgen und
4. die «Kontaktfolgen», die kartographisch nur in Spezialkarten visualisiert werden könnten.

### Der quantitative Aspekt

Schon seit langem werden in Wirtschaftskarten die materiellen Güter größenmäßig erfaßt, indem für Förder-, Ernte- oder Exportmengen geeignete quantifizierende Signaturen verwendet werden. Dementsprechend wurde für Karte 167.1 eine «Tourismusintensität» postuliert und die Zahl der Besucherankünfte auf 1000 Personen der Wohnbevölkerung des betreffenden Landes mit der Flächenfarbe kartographisch dargestellt. Mit der Wahl der Rate (Ankünfte/1000 Ew.) und dem Verzicht auf die Dichte (Ankünfte/km<sup>2</sup>) werden einerseits die human-geographischen und kulturellen Aspekte im Spannungsfeld zwischen autochthoner und zugereister Bevölkerung und andererseits die wirtschaftsgeographischen Effekte des Fremdenverkehrs im Ankunftsgebiet betont (vgl. dazu PEARCE 1987, S. 113 ff.).

Die Analyse der Karte nach der Intensität zeitigt recht unerwartete Resultate. Man sähe in der Spitzengruppe der Tourismusintensität gern die traditionellen europäischen Touristenländer wie Frankreich oder die Schweiz und erwartet im außereuropäischen Raum – nicht zuletzt durch Berichte in den Medien beeinflusst – Kenia, Thailand oder die Philippinen an der Spitze. Doch mit mehr als 2000 Ankünften pro 1000 Einwohner werden die folgenden Staaten, Territorien und Länder registriert (von W nach E): Hawaii, Aruba, St. Maarten/St-Martin, Bahamas, Bermuda, Kanaren, Irland, Macau, Guam und Saipan.

Lehrkräfte werden bald mit der Frage nach dem Grund dieser überraschenden Verteilung touristischer Gunst konfrontiert werden. Wie Abb. 1 darlegt, sind dafür un-

terschiedliche Faktoren verantwortlich. Die «Motivation» reicht zur Erklärung nicht aus. Primärer Faktor ist vielmehr der touristische Markt. Dabei spielt die Distanz zwischen Herkunftsraum und touristischem Ziel wegen der Reisekosten eine wesentliche Rolle. Ein kurzer Reisezug fördert den Markt. Ein Beispiel für einen äußerst erfolgreichen Nachbarschaftstourismus ist Irland – gemäß Atlaskarte 167.1 der einzige europäische Staat mit höchster touristischer Intensität. In einem touristischen Handbuch aus der Zeit vor Beginn des Massentourismus steht: "Ireland can offer some of the best scenery in Western Europe..." (SALES 1959, S. 449), und gleichzei-

tig wird heute festgestellt: "Ireland is isolated from the world's main generating markets..." (BONIFACE/COOPER 1994, S. 89). Die Erklärung liegt darin, daß über 60% der touristischen Übernachtungen von Gästen aus dem benachbarten Großbritannien gebucht werden (vgl. dazu LOZATO 1993, S. 268 ff.). Im außereuropäischen Bereich ist Macau ein entsprechendes Beispiel, wo 61,8% der Besucher aus dem nahen Hongkong stammen (PATA 1995, S. 229) und die 74 km in kurzer Zeit mit Schiff oder Helikopter zurücklegen können. Noch einseitiger ist die Verteilung in Kanada, wo 80,4% aller übernachtenden Auslandsgäste aus den USA kommen.

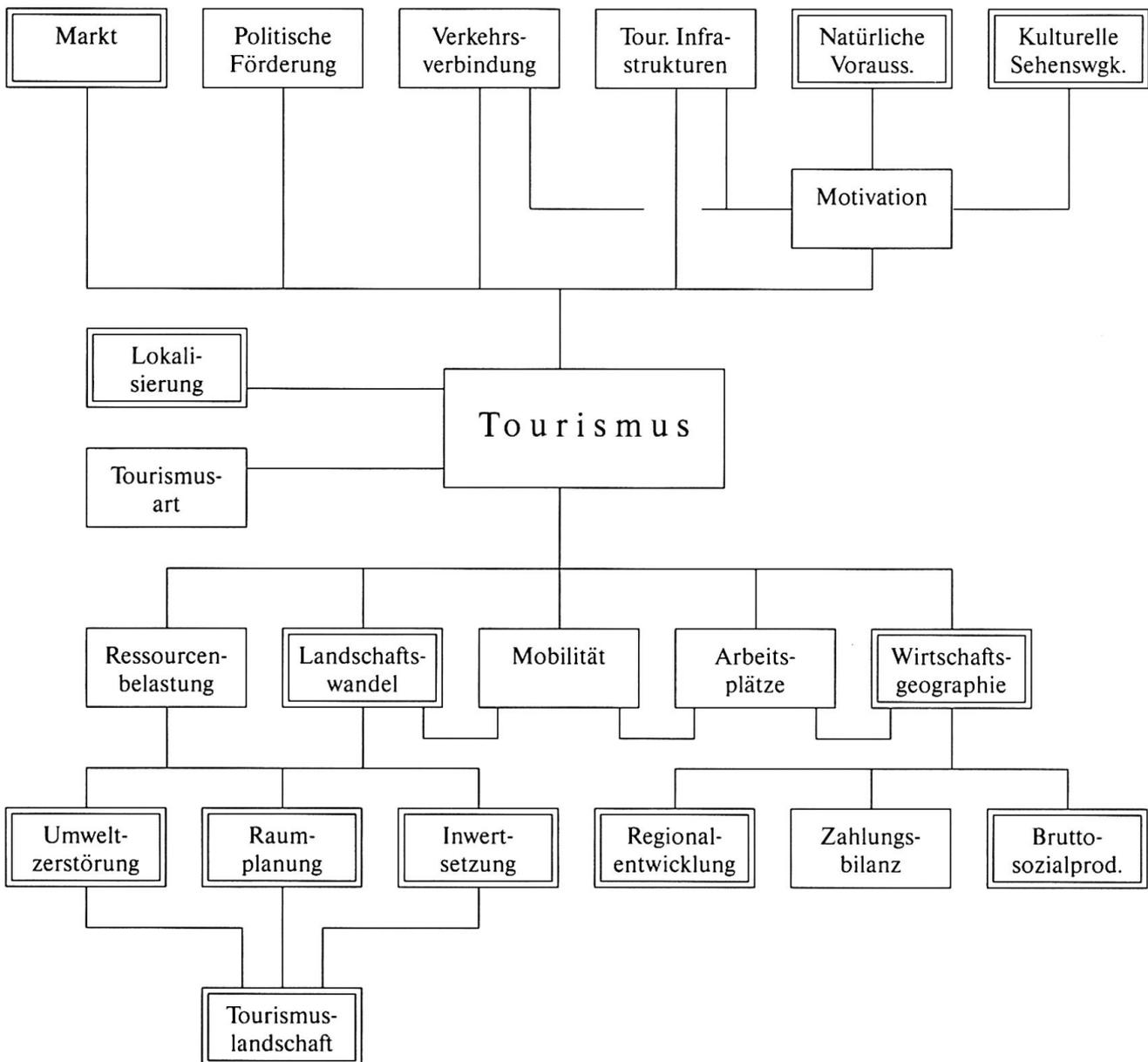


Abb.1 Fremdenverkehrsgeographisches Kausalmodell (vereinfacht); die Doppelrahmen kennzeichnen die Bereiche, die im Schweizer Weltatlas visualisiert sind.

Der Markt in kostengünstiger Nähe ist die Hauptvoraussetzung für den touristischen Erfolg und primäre Begründung für die Verteilung der touristischen Intensität in Karte 167.1. Dies kann mit den Schülerinnen und Schülern erarbeitet werden, wenn Bevölkerungsdichtekarten und die Karte «Sozialer und wirtschaftlicher Entwicklungsstand» (164.1) beigezogen werden. Denn nur die Wohlhabenderen der Erde können sich Ferien leisten. Für die Antillen ist daher der USA-Markt maßgebend, für die Cook-Inseln der Neuseelands, und nach Saipan und Guam kommen überwiegend japanische Touristinnen und Touristen. Allein zwischen Saipan und japanischen Destinationen stehen pro Tag gegen 3000 Flugsitze zur Verfügung. In schlechter Marktlage dagegen befinden sich Ziele wie Mauritius und Réunion, da Südafrika noch ein zu kleiner Absatzmarkt ist. Detailliert ist im SWA in einem Kreisdiagramm die Herkunft der ausländischen Gäste auf Gran Canaria (73.2) verzeichnet, womit solche Fragen im Schulunterricht eingeleitet werden können.

Als Nebendarstellung ist der Atlaskarte 167.1 ein Stabdiagramm, «Reiseziele von Schweizern», beigegeben. Die Zahlen stammen aus einer jährlich durchgeführten repräsentativen Befragung, durchgeführt vom Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft der Hochschule St. Gallen. Interessant sind dabei besonders zwei Feststellungen:

1. Die Entwicklungsländer sind als Reiseziele von sekundärer Bedeutung.
2. Schweizerinnen und Schweizer machen mehrmals im Jahr Urlaub, wie aus der Summe der Reisenden leicht errechenbar ist. Ob hier oder anderswo kulturkritische Elemente über den «Ferienmenschen» (KRIPPENDORF 1984) einfließen mögen oder nicht, soll hier nicht diskutiert werden.

### Die «Motivation»

Zur Motivation werden hier die Verkehrsverbindungen (z. B. Flüge), touristische Infrastrukturen (v. a. Hotels), natürliche Voraussetzungen und kulturelle Sehenswürdigkeiten gezählt (CRUZ 1982, S. 44). Die beiden letztgenannten Faktoren werden im SWA in einer Reihe geeigneter Karten angesprochen: Hervorgehoben seien die Karten 33.2 Paris 1 : 50 000, wo Museen, Ausstellungshallen und die Vergnügungsviertel aufgezählt sind, 95.4 Kairo mit dem Eintrag von Kunstschätzen aus verschiedenen Zeitepochen und die Zentrumskarte von Athen (66.4). Auf naturbedingte Motive weisen die Karten 27.2 (Schweiz: Skigebiete), 73.2 (Gran Canaria: Wassersport, Klima) und 127.1 (Bora Bora); letztere ist innerhalb dieses Themas ein besonders gelungenes Beispiel, da hier kartographisch äußerst geschickt die Schönheit der Lagune und damit eine der Hauptattraktionen der Wallriffinsel dargestellt wurde. Ghardaïa (95.2) wird besucht, weil die Medina als kulturelle und die Wüste als natürliche Sehenswürdigkeit zugleich gilt.

In der Atlaskarte 167.1 kann weder die Motivationenliste noch der Signatureintrag in den einzelnen Ländern vollständig sein: Die Karte gleiche sonst touristischen Spezialkarten, wofür als Beispiele das Blatt Martinique der französischen «Cartes touristiques au 1 : 100 000» des Institut Géographique National, Paris, und die Fremdenverkehrskarte Malaysias im Maßstab 1 : 2,5 Mio. bei MARR (1982) genannt seien. Hingewiesen sei auch auf die Atlaskarte 7 mit einer auf historische Orte beschränkten Auswahl an kulturellen Sehenswürdigkeiten.

Häufig fehlt es auch an geeigneten Statistiken zur Feststellung der Motivation. So läßt sich nicht gesichert nachweisen, ob der Tourismus Venezuelas primär durch den Wassersport, die Nationalpärke oder Bildungsmöglichkeiten bedingt ist. Man bleibt auf die Plausibilität angewiesen. Gleiches gilt für die «Stopover»-Aufenthalte: Oft werden Flugreisen für einen Tag unterbrochen, weil der Reiseweg sehr lang ist oder das Umsteigen in Drehscheibenflughäfen von Langstrecken- auf Zubringerlinien einen willkommenen Kurzaufenthalt ermöglicht. Aus Singapur ist bekannt, daß 9% der Grenzübertritte auf solche freiwilligen «Transitaufenthalte» zurückzuführen sind (DEP. OF STAT., S. 208); es ist anzunehmen, daß für New York ähnliche Werte gelten. In anderen Gegenden motivieren Duty-free-Käufe zu häufigen Reisen oder zu ausgedehnterem Verbleib (HOLL 1994, S. 48). Dort, wo Touristen nur an der Grenze statistisch erfaßt werden, fehlen Angaben über den Inlandtourismus völlig; man darf aber nicht übersehen, daß der Verwandtenbesuch weltweit gesehen das Hauptmotiv für Reisen ist!

Im Schulunterricht könnte die Frage aufgeworfen werden, ob die touristische Intensität nicht vom Klima verursacht werde. Die Klimazonenkarte (158/159) belegt, daß die primären touristischen Ziele wenig Gemeinsamkeiten in bezug auf ihre Lage in bestimmten Klimazonen haben. Erfolgversprechender sind dagegen Versuche, Zusammenhänge zwischen touristischer Beliebtheit und Lage innerhalb der planetarischen Zirkulation (vgl. «Luftdruckverteilung und Winde» 160/161) zu suchen: St. Maarten, Antigua, Barbados, die Kanaren, Guam, Saipan, die Cook-Inseln, Mauritius, Réunion und andere Ziele liegen alle – zumindest während der Hochsaison – im Passatgürtel! Der mittlere Bewölkungsgrad von rund 40% mit beständigem Wind der Stärke 3 auf der Beaufortskala und die relative Aridität auf flachen Inseln oder zumindest im Lee der Gebirge ergeben – zusammen mit hohen Wassertemperaturen – ideale Voraussetzungen für einen vom Wassersport motivierten Aufenthalt.

In diesem Zusammenhang soll im Schulunterricht das für touristische Belange wichtige Thema der Saisonalität angeschnitten werden. Aus dem schweizerischen Tourismus sind Begriffe wie Hochsaison und Nebensaison bekannt. In außereuropäischen Gebieten entscheiden oft die hygrischen Jahreszeiten, ob ein touristischer Besuch ratsam ist oder nicht. Die Niederschlagskarten 1 : 60 Mio. und die Spezialkarte 159.1 «Jahreszeitliche Niederschlagsverteilung» ermöglichen eine hinreichende Beurteilung über die touristische Saisonalität. Schöne Beispiele ergeben klimatische Kartenanalysen folgender Stationen:

- Acapulco (Mexiko) mit den Niederschlagskarten der Seite 128 und dem Klimadiagramm von Mexiko Stadt, S. 129;
- Phuket (Thailand) mit den Niederschlagskarten der Seite 102 und dem Klimadiagramm von Bangkok;
- Colombo und Batticaloa (Sri Lanka) mit dem Isohyetenbild in den Niederschlagskarten der Seite 102, welche die Luv- und Leewirkung des Gebirges belegen;
- Barbados mit der Wahrscheinlichkeit von Hurricanes im Sommer (S. 144).

Das Diagramm mit den monatlichen Gästeankünften für Gran Canaria (73.3) weist auf einen anderen klimatisch bedeutsamen Faktor hin: Relativ nahe Ziele sind für Gäste dann besonders beliebt, wenn dort eine günstige Witterungslage vorherrscht, während gleichzeitig im Herkunftsraum «schlechtes Wetter» ist. Die Insel Bali als weiteres Beispiel liegt im Südsommer in der dort niederschlagsarmen Passatzzone, was sich positiv auf den südaustralischen Markt auswirkt, wo gleichzeitig Winter herrscht (vgl. SWA 126). Vergleiche anhand von Reiseprospekten sind in dieser Beziehung aufschlußreich: Wird die ungünstige Saison genannt, oder läßt sie sich nur am niedrigeren Arrangementpreis erkennen?

### Wirtschaftsgeographische Aspekte

In zahlreichen Karten des Schweizer Weltatlases sind Teile der wirtschaftsgeographischen Konsequenzen touristischer Investitionen visualisiert, die alle zum makroökonomischen Bereich gehören. Eine vollständige Darstellung des Themas mit Karten allein ist nicht möglich, sondern verlangt neben anderem Ergänzungen durch Statistiken und übersteigt in der Regel den Stoffbereich der Mittelschule.

Leicht zu erklären ist der Beitrag des Fremdenverkehrs zum Bruttosozialprodukt eines Staates, worüber man dank einer verständlichen Stabdarstellung in Karte 167.1 Auskunft erhält. Es ist erstaunlich, wie selbst in Staaten, die hier das Image von Tourismusländern besitzen – erwähnt seien die Malediven, die Seychellen oder Kenia –, in Tat und Wahrheit der Anteil des Fremdenverkehrs am Bruttosozialprodukt relativ gering ist. Die makroökonomische Diversifikation ist nicht nur eine Konsequenz allgemeiner wirtschaftlicher Entwicklung, sondern auch die einer klugen staatlichen Wirtschaftspolitik. Einzig der Staat Antigua und Barbuda bildet hierin eine Ausnahme, da sein touristischer BSP-Anteil zwischen 50% und 60% liegt. Diese rund 250 Mio. US-\$ entsprechen zugleich auch den Deviseneinnahmen dieses Staates durch den Fremdenverkehr, weil kein Inlandtourismus vorhanden ist. Denn ein solcher erhöht das Bruttosozialprodukt, während in den Posten der Zahlungsbilanz nur der internationale Tourismus berücksichtigt ist, sieht man von den importierten Vorleistungen, die Touristen unabhängig von ihrer Herkunft verlangen, ab.

Touristische Transaktionen werden innerhalb der Zahlungsbilanz in der Dienstleistungs-, Handels-, Übertragungs- und Kapitalbilanz (MARR 1982, S. 115/116, und

1990, S. 84 ff.) ausgewiesen. Da selbst an Schulen mit wirtschaftlicher Ausrichtung nicht alle Konsequenzen touristischer Transaktionen auf die Zahlungsbilanz besprochen werden, kann sich der SWA auf Hauptfragen konzentrieren. Die Nebendarstellung auf dem Kartenfeld 27.2 zeigt für die Schweiz die unsichtbaren Exporte und Importe durch den Tourismus im Vergleich mit den übrigen Dienstleistungen. Dabei fällt auf, wie der Ausgabenposten der Dienstleistungsbilanz überwiegend durch Reisen ins Ausland verursacht wird (58%, 1994), während der Fremdenverkehr zu den Einnahmen nur 36% beiträgt.

Für die übrigen Staaten kann der Atlas mit Karte 163.3 bloß die Relevanz der Dienstleistungsbilanz andeuten. Am Beispiel Österreichs sei dies erklärt: Auf der Wirtschaftskarte S. 70 zeigt das Kreisdiagramm den Export- und Importwert der sichtbaren Güter an, und auf der Karte 163.3 weist die Höhe der Säulen auf den Wert der exportierten und importierten Dienstleistungen hin. Diese sind – wie ausgeführt – nur zum Teil fremdenverkehrsbedingt, so daß hier eine Interpretationslücke entsteht. Gemäß Statistiken nimmt Österreich durch den internationalen Tourismus 13,4 Mrd. US-\$ ein (1990), was rund 6,5 mm der dunkelbraunen Säule entspräche, und gibt 7,7 Mrd. US-\$ aus (1990, 4 mm); das Land verdankt damit knapp die Hälfte seines Dienstleistungsüberschusses, wie er in Karte 163.3 durch die unterschiedliche Höhe der dunkel- und hellbraunen Säulen sichtbar wird, dem Fremdenverkehr.

Entsprechend kann aus der Erwerbsstruktur der Karte 165.3 nicht auf den Anteil der Arbeitskräfte im touristischen Gewerbe geschlossen werden. Die Karte 27.1 «Dienstleistungen» im Teil Schweiz bestätigt diese Einschränkung: In Touristenzielen mit kleiner zentralörtlicher Bedeutung arbeiten gegen 100% der Beschäftigten im Gastgewerbe (z. B. Savognin, Fiesch); übernehmen aber Ortschaften infrastrukturelle Dienste für die Umgebung oder haben sich dort andere Dienstleistungsbetriebe angesiedelt, so verliert das Gastgewerbe prozentual an Bedeutung innerhalb der Gesamtbeschäftigtenzahl (Genf, Luzern, Lugano). Auch in den Kleinststaaten der Kleinen Antillen ist die Quote der im Tourismus tätigen Arbeitskräfte sehr unterschiedlich: In St. Maarten beispielsweise haben rund 80% der Beschäftigten direkt oder indirekt mit dem Fremdenverkehr zu tun (BÜRGI 1994, S. 63), im nahen Staat Dominica aber nur 1% (a. gl. O., S. 57). Erschwert würde eine kartographische Erfassung solcher Zahlen durch den Beizug ausländischer Arbeitskräfte, der bei hoher Tourismusintensität notwendig wird.

Abb. 2 (nebenstehend) → Übersicht über diejenigen Karten im Schweizer Weltatlas, die im Themenbereich Tourismus verwendet werden können.

| Variablengruppe                          | Hauptthema   | Region   | Karte   |
|--|--|--|---|
| Lokalisierungs-<br>voraus-<br>setzungen  | Klima  | Erde   | Naturrisiken (v. a. für Wirbelstürme) 155   |
|  |  | Schweiz  | Wind- und Luftdruckgürtel (160/161, vgl. auch Text)   |
|  | Saisonalität   | Erde   | Klimadiagramme 18/19, Bewölkung 19.2: sehr geeignet zur Darstellung der Klimagunst z. B. des Tessins und des Wallis.  |
|  |  | übriges Europa   | Jahreszeitliche Niederschlagsverteilung 159.1   |
|  | Motivation<br>Natur  | Außereuropa  | Gran Canaria 73.3: Gästeankünfte pro Monat; Karten Niederschläge und Temperatur; Klimadiagramme (80-85). Niederschlagskarten und Klimadiagramme, z. T. auch Temperaturkarten. |
|  |  | Erde   | Tourismus 167.1   |
|  |  | Schweiz  | Skigebiete 27.2 (aus klimatischer Sicht)  |
|  |  | übriges Europa   | Lothringen 37.1: Lage der Thermalquellen  |
|  | Kultur   | Außereuropa  | Gran Canaria 73.2   |
|  |  | Erde   | Ghardaïa 95.2: Oase und Wüste   |
|  |  | Europa   | Oahu 101.1:<br>Badestrände und andere Wassersportmöglichkeiten  |
|  |  | Außereuropa  | Bora Bora 127.1<br>Gran Canyon 132.2<br>Kultstätten 106.2   |
| Handel                                   | Erde   | Zentralschweiz 7: Historische Orte (bedingt geeignet)          |   |
|  | Schweiz  | Paris Innenstadt 33.2  |   |
| Markt                                    | Europa   | Kairo 95.4: Kunstschatze aus verschiedenen Zeitepochen         |   |
|  | Außereuropa  | Jerusalem 99.1   |   |
| Infrastruktur                            | Erde   | Peking 103.1   |   |
|  | Schweiz  | Jaipur 109.2<br>mit dem typischen hinduistischen Stadtgrundriß |   |
|  | Außereuropa  | Messegelände in Basel 30.1                                     |   |
|  | Erde   | Messegelände in Casablanca 95.1                                |   |
| Realisierung<br>Realisations-<br>folgen  | Lokalisierung<br>Tourismus- u.<br>Erholungs-<br>landschaften | Schweiz  | Bevölkerungsdichtekarten in Verbindung mit Karte Wirtschaftliche Lage 163.3 (vgl. Text)   |
|  |  | Außereuropa  | Distanzringkarte 168: für Reisedistanz  |
|  | Erde   | Gran Canaria 73.3: Kreisdiagramm mit Herkunft der Gäste        |   |
|  | Schweiz  | Verkehr 167.2,<br>ebenso in vielen Karten Angabe der Flughäfen |   |
|  | Europa   | Berg- und Seilbahnen 4 und 7                                   |   |
|  | Außereuropa  | Transporteinrichtungen Oberengadin 15.1 und Verbier 16.1       |   |
| Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit | Wirtschafts-<br>geographie                                   | Europa   | Gastarbeiter, z. T. touristisch bedingt 89.3  |
|  |  | Schweiz  | Wirtschaftskarten: Kreisscheibe für Ferienorte  |
|  | Gesundheit   | Schweiz  | Oberengadin 15.1:<br>sehr gut für Nutzung, Übernutzung, Naturschutz   |
|  |  | Europa   | Verbier 16.1/2: hoch geeignet für Kulturlandschaftswandel   |
|  |  | Außereuropa  | Les Landes 35.2: für touristische Nutzung und Schutzzonen   |
| Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit | Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit                     | Europa   | Poros 66.5:<br>sehr gutes Beispiel für Struktur eines Touristenorts   |
|  |  | Außereuropa  | Doñana 73.1: für Naturschutz  |
|  |  | Außereuropa  | La Manga, Costa Blanca 75.2: Beispiel für völlige Umgestaltung der Naturlandschaft zu einer Tourismuslandschaft   |
| Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit | Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit                     | Außereuropa  | Gran Canaria 73.2: Badestrände und Ferienorte   |
|  |  | Außereuropa  | Ghardaïa 95.2: Hotels und andere Infrastrukturen  |
|  |  | Außereuropa  | Kairo 95.4: Hotels  |
| Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit | Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit                     | Schweiz  | Fremdenverkehr in der Ertragsbilanz 27.2  |
|  |  | Erde   | Beschäftigte im Gastgewerbe 27.1  |
|  |  | Afrika   | Zeitzone 168: zur Frage der Arbeitsbeeinträchtigung durch die Zeitverschiebung  |
| Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit | Wirtschafts-<br>geographie<br>Gesundheit                     | Afrika   | Tropenkrankheiten 96.2: besonders geeignet zur Darstellung gesundheitlicher Gefährdung in Ost- und Südafrika  |
|  |  | Afrika   | Tropenkrankheiten 96.2: besonders geeignet zur Darstellung gesundheitlicher Gefährdung in Ost- und Südafrika  |

Ein wichtiges Ziel des Geographieunterrichts im thematischen Rahmen «Fremdenverkehr» ist die Objektivierung landläufiger Urteile über die wirtschaftsgeographische und makroökonomische Bedeutung des Tourismus. Der Schweizer Weltatlas gibt dazu wertvolle grafische Hinweise, doch müssen sich die Lehrkräfte – wie in anderen Themen auch – zusätzliches Zahlenmaterial beschaffen.

### Die Tourismuslandschaft

Analog den Begriffen Agrarlandschaft oder Industrielandschaft kann der Terminus Tourismuslandschaft eingeführt werden. Die Lage solcher Tourismuslandschaften im europäischen Raum zeigen alle Wirtschaftskarten 1:4 Mio., auf denen mit blauen Kreisscheiben die Bade- und Sommerferienorte, mit weißen die Wintersportplätze und mit orangen die Orte mit ganzjährigem Tourismus lokalisiert sind. Eine gewisse Quantifizierung geschieht mit der Größe der Kreise, indem zwischen «bedeutenden» und «bekannteren» Orten unterschieden wird (vgl. dazu den Beitrag dieses Heftes über die Wirtschaftskarten). Zahlreiche großmaßstäbliche Karten des SWA stellen solche Tourismuslandschaften detaillierter vor (vgl. Abb. 2). Zwei Aspekte sollen herausgehoben werden: die Verteilung touristischer Einrichtungen und der Landschaftswandel.

Besonders die Karte Gran Canaria 73.2 und einige Städtekarten weisen darauf hin, daß touristische Infrastrukturen nicht in formloser Dispersion angeordnet sind, sondern daß sich Verdichtungsräume bilden. Das bedeutet zugleich, daß es zu einer Segregation von Räumen unterschiedlicher wirtschaftlicher Entwicklung kommen kann. Wie verschiedentlich gezeigt wurde, eignet sich der Fremdenverkehr nur bedingt zur Regionalentwicklung in Entwicklungsländern (HOLL 1994, MARR 1986). In Städten kommt es dagegen zu einer Kernkonzentration des Tourismus. «Rom im Jahr 1870» in Karte 67.1 entspricht mehr oder weniger dem touristisch genutzten Raum der Stadt.

Mit der Doppelkarte «Verbier» (16.1/16.2) wird auch für die Schülerschaft der Sekundarstufe I der Wandel von einer Agrar- zu einer Tourismuslandschaft augenfällig dargestellt. In einem ersten Schritt sollen die Flächenfarben verglichen werden: Abgesehen von der Ausdehnung der Siedlungen merkt man, wie die Maiensäbe verschwinden, ebenso das Ackerland, und wie Agrarflächen mit Obstbäumen wegfallen. Wenig verändert hat sich die Waldfläche. Mit einem groben Raster sind schließlich die anthropogenen morphologischen Eingriffe (Pistenplanierungen) gekennzeichnet. Interessant ist die Verdünnung des Straßennetzes, wobei zugleich eine Aufwertung einiger Erschließungswege stattgefunden hat. Zu den übrigen Liniensignaturen, den Bahnen und Skiliften, ist kein weiterer Kommentar nötig. Wie nun der Landschaftswandel durch Schutzmaßnahmen gesteuert werden kann, demonstriert die Karte Oberengadin 15.3 (MARR 1985, S. 61/17).

Im themenzentrierten Unterricht ist der Atlas ein Arbeitsmittel neben anderen. Zusätzlich werden Lehrkräfte vor allem zu Statistiken, Reiseprospekten, Bildern und anderen visuellen Medien greifen. Besonders die Länderprospekte, die von den ausländischen nationalen Fremdenverkehrsbüros (vgl. STH 95/96, S. 164–177) herausgegeben werden, helfen, wenn es um die Besuchsmotive geht. Dem Atlas kommt als objektivierendem Arbeitsmittel eine besondere Bedeutung zu, und es bleibt beeindruckend, wie viele Karten für fremdenverkehrsgeographische Aspekte beigezogen werden können (Abb. 2).

### Literatur

- BLANCO, M. R. (1984): Teoría general de Turismo, 4. Aufl., Mexico.
- BONIFACE, B. G., COOPER, C. (1994): The Geography of Travel and Tourism, 2. Aufl., Oxford.
- BÜRGI, A. (1994): Arbeit durch Tourismus. Eine Feldstudie zur Auswirkung des Tourismus auf den Arbeitsmarkt in Entwicklungsländern am Beispiel der Karibik, Basel.
- CRUZ, Z. L. (1982): Tourism. An Introduction, Manila.
- DEPARTMENT OF STATISTICS (1991): Yearbook of Statistics 1990, Singapore.
- HOLL, F. R. (1994): Der Langkawi-Archipel. Regionalentwicklung eines Periphererraumes unter dem Einfluß des Tourismus. In: Abh. Anthr. gg. Bd. 53, Berlin.
- INSTITUT GÉOGRAPHIQUE NATIONAL (1993): Martinique IGN 3615 (Carte touristique au 1:100 000), Paris.
- KRIPPENDORF, J. (1984): Die Ferienmenschen, Zürich.
- LOZATO-GIOTARD, J.-P. (1993): Géographie du tourisme, 4. Aufl., Paris.
- MARR, R. L. (1990): Zur Optimierung des Tourismus auf den Kleinen Antillen. In: Berichte und Materialien des Instituts für Tourismus Berlin 8/90, S. 79–92.
- MARR, R. L. (1986): Tourismus und ländliche Entwicklung in Malaysia. In: BUGMANN, E. (Hg.): Ländliche Entwicklung. Publ. d. Ostschw. Geogr. Gesellschaft, Neue Folge Heft 2, S. 106–132, St. Gallen.
- MARR, R. L. (1985): Kommentarband zur Ausgabe SWA 1981, Zürich.
- MARR, R. L. (1982): Tourismus in Malaysia und Singapore. Eine humangeographische Studie raumrelevanter Strukturen und Prozesse. Basler Beiträge z. Gg. 27, Basel.
- PATA (Pacific Asia Travel Organisation) (1994): Asia Pazifik 1995, Syresham.
- PEARCE, D. (1987): Tourism Today. A Geographical Analysis, New York.
- SALES, P. H. (1959): Travel and Tourism Encyclopaedia, London.
- SHAW, G., WILLIAMS, A. M. (1994): Critical Issues in Tourism, Cambridge (USA).
- STH Schweizerisches Tourismus Handbuch (1995/96): Hg. Urs Meierhofer, Bern.

