

# Standortsfragen des Fremdenverkehrs

Autor(en): **Schwabe, E.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Geographica Helvetica : schweizerische Zeitschrift für Geographie = Swiss journal of geography = revue suisse de géographie = rivista svizzera di geografia**

Band (Jahr): **21 (1966)**

Heft 4

PDF erstellt am: **05.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-47085>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Standortsfragen des Fremdenverkehrs

E. Schwabe

Die diesjährige Zusammenkunft der wissenschaftlichen Fremdenverkehrsexperten, die im Rahmen des 17. Kongresses von deren internationalen Vereinigung [AIEST], unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Walter Hunziker [Bern] um die Septembermitte 1966 in Athen und auf der griechischen Insel Spetsai stattfand, galt einem nicht zuletzt auch die Geographen in hohem Maße interessierenden Thema: den «theoretischen und praktischen Standortsfragen des Fremdenverkehrs». In von Fall zu Fall verschieden gelagerter Form und Stärke tragen die Gegebenheiten des Angebotes und der Nachfrage zur Lokalisierung eines Fremdenplatzes bei. Sie wissenschaftlich zu erfassen, abzuwägen und wenn möglich zu messen, was allerdings angesichts der Existenz irrationaler Elemente zuweilen schwerfällt, bedarf des Mitwirkens verschiedener Disziplinen — neben der Geographie und den Wirtschaftswissenschaften etwa der Soziologie und der Psychologie —, setzt jedoch auch technische und praktische Erfahrungen der Experten voraus. Die Beratungen und sehr regen Diskussionen wickelten sich in zwei Arbeitsgruppen ab. Basis bildete ein ausgezeichnetes Referat des französischen Geographen Dr. Pierre Defert, das die wirtschaftlichen wie die geographischen Faktoren der Standortsbestimmung im einzelnen genau analysierte. Es gelangte zu den folgenden fünf Grund- und zwei ergänzenden Regeln, denen Defert freilich nicht die Kraft von Gesetzen zuzubilligen geneigt war:

1. Bei einer einheitlichen Marktzone inmitten eines regionalen Isotops ist die Bedeutung der peripheren touristischen Standorte umgekehrt proportional zu ihrer Entfernung, wobei sich die einzelnen Kristallisationspunkte je nach ihren verschiedenen Ausstattungen in konzentrischen Gürteln ordnen.
2. Bei mehreren Marktgebieten gleichen Gewichts und gleicher Distanz zu den touristischen Hilfsquellen  $R_1$ ,  $R_2$ ,  $R_3$  usw. ist die Bedeutung der zu bildenden touristischen Standorte Funktion des originären Wertes von  $R_1$ ,  $R_2$ ,  $R_3$  usw.
3. Liegen mehrere Touristenzonen gleichen Gewichtes in derselben Entfernung von mehreren Marktgebieten verschiedenen Gewichtes, so bestimmt sich die Bedeutung des Standortes in jeder Touristenzone nach dem in jedem Marktgebiet bestehenden Touristenpotential.

4. Bei Marktgebieten gleichen Gewichtes und gleicher Distanz in einem isotopen Raum hängt die Bedeutung der Standorte in Touristenzonen gleichen originären Wertes von der touristischen Ausrüstung, also vom Angebot ab.
5. Gleiche Bedingungen hinsichtlich Entfernung, Marktzone, Wert der Touristenregion und Ausstattung vorausgesetzt, wird die Entwicklung der touristischen Standorte durch die Bedeutung bestimmt, die eine Station bereits erworben hat.

Ergänzende Regel A: Bei einem heterogenen nationalen Raum sind die genannten Regeln durch die Regionalisierungskoeffizienten zu ergänzen, die den räumlichen Abweichungen der Variablen Rechnung tragen.

Ergänzende Regel B: Bei einem heterogenen internationalen Raum sind die genannten Regeln sowohl mit einem Nationalisierungskoeffizienten als mit einem Brechungskoeffizienten zur Berücksichtigung der räumlichen Verschiedenheiten zu versehen.

In einer Reihe von Resolutionen, die den Kongreß beschlossen, wurde einmal die Bedeutung des Mitwirkens wissenschaftlicher Experten an touristischen Entwicklungsprojekten, noch bevor Entscheidung über die Standortsfrage getroffen sind, hervorgehoben. Die Teilnehmer gaben sodann dem Wunsche Ausdruck, es möchten in allen Ländern systematisch grundsätzliche Untersuchungen zur exakteren Feststellung der Tatsachen durchgeführt werden, welche die Standortstheorie wie die Standortpraxis bestimmen. Dabei gilt es den Einfluß der folgenden drei Faktoren abzuklären: der Anziehungskraft des Angebotes — sie zu bewerten, können gerade die Geographen vieles beitragen —, des Einwirkungsgrades der Nachfrage und des Charakters der räumlichen und andern Beziehungen zwischen diesen beiden Marktelementen. Dabei soll auch der Bedeutung der Maßnahmen, die dem Naturschutz und dem Schutz der kulturellen Schätze dienen, in angemessener Weise Rechnung getragen werden.

Im Sinne dieser Entschlüsse wurde der Vorstand der Vereinigung beauftragt, eine Kommission ins Leben zu rufen, die in jedem Land und wenn möglich auf jedem der genannten Wissensgebiete Studien zu veranlassen und sie, um sie international zusammenzufassen, auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen hätte.