

COVID-19 und Tourismus: ein Mehrebenen-Überblick

Marius Mayer, Bernhard Bichler, Mike Peters

Universität Innsbruck, Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus, KMU und Tourismus, Karl-Rahner-Platz 3, A-6020 Innsbruck

marius.mayer@uibk.ac.at

Einführung: Krisen und Katastrophen im Tourismus

Die Tourismus-Branche ist von den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie sehr stark betroffen (Gössling et al., 2020; Hall et al., 2020). Krisen und Katastrophen sind jedoch für den weltweiten Tourismus an sich nichts Neues (vgl. 9-11, Tsunami im Indischen Ozean, SARS, globale Finanz- und Wirtschaftskrise etc.). Während Katastrophen verstanden werden können als unerwartete, unvermeidbare Ereignissen, die Effekte auf mehreren Ebenen zeitigen, physische Schäden, soziale oder langfristige ökologische Veränderungen verursachen und damit globale Effekte über große Distanzen, längere Zeiträume aufweisen (Haggett, 2000), gilt für Krisen, „dass sie den ordnungsgemäßen Betrieb der Tourismusbranche stören“ (Laws & Prideaux, 2005, S.2). Sowohl Katastrophen als auch Krisen im Tourismus können beherrschbare, aber auch nicht beherrschbare Auslöser haben, können exogen oder endogen verursacht werden und negative, aber auch durchaus ambivalente Auswirkungen haben. Epi-/Pandemien wie COVID-19 gehören nach Peters und Pikkemaat (2005) zu den (für die Tourismusbranche) nicht beherrschbaren Auslösern, deren Auftreten im Alpentourismus aber für sehr unwahrscheinlich gehalten wurde: „Aufgrund der politischen und geographischen Lage der europäischen Alpen ist der Alpentourismus nicht von Kriegen, Terrorismus oder Epidemien betroffen“ (Peters/Pikkemaat 2005: 10).

Dieser Text gibt zunächst einen kurzen Überblick der Beiträge des Tourismus zur COVID-19 Verbreitung und der allgemeinen Effekte von COVID-19 auf den Tourismus auf verschiedenen Maßstabsebenen. Im Speziellen gehen wir auf das Framing der deutschsprachigen Printmedien-Diskurse über die Rolle von Ischgl in der COVID-19-Krise ein und thematisieren im Rahmen eines laufenden Forschungsvorhabens wie Ischgl – aller lokalen Fehlleistungen unbenommen - gewissermaßen zum medialen „Sündenbock“ stellvertretend für viele andere Destinationen gemacht wird und mit welchen weiterreichenden tourismuskritischen Diskursen dies verknüpft wird. Ein mit Handlungsempfehlungen versehenes Fazit schließt den Beitrag ab.

Wechselwirkungen von Tourismus und Covid-19 auf unterschiedlichen Maßstabsebenen

Im Gegensatz zu anderen Branchen trägt der Tourismus nicht nur die Folgen der COVID-19 Pandemie, sondern hat auch deutlich zur raschen globalen Verbreitung der Krankheit beigetragen. Die Effekte des weitgehenden Lock-Downs zur Eindämmung der Pandemie auf den Tourismus sind auf unterschiedlichen Maßstabsebenen massiv. Auf globaler Ebene ist der interkontinentale Reiseverkehr weitgehend zum Erliegen gekommen, fast alle Staaten der Erde (96%) haben/hatten teilweise weitreichende Einreisebeschränkungen erlassen. Im Gegensatz zu früheren Krisen in den letzten beiden Jahrzehnten (bspw. 9-11, SARS-Epidemie, globalen

Finanz- und Wirtschaftskrise), könnte COVID-19 zu einem erstmaligen Abreißen des seit Ende des Zweiten Weltkriegs quasi ununterbrochenen Wachstumstrend des weltweiten Tourismus führen.

Auf nationaler Ebene treffen die Reiseeinschränkungen im Zuge der COVID-19 Pandemie insbesondere stark vom Tourismus abhängige Volkswirtschaften. So stieg etwa in Österreich die Arbeitslosigkeit im Juni 2020 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 43% (AMS, 2020).

Auf regionaler und lokaler Ebene sind touristische Destinationen und Unternehmende ebenfalls betroffen: Zum einen fallen hier die eigentlichen ökonomischen Verluste aufgrund ausbleibender Gäste an, mit je nach Abhängigkeit von der Tourismusbranche variierenden Folgen für die Wirtschaftsstruktur bzw. je nach finanzieller Situation der touristischen Betriebe und möglichen staatlichen Unterstützungsmaßnahmen abweichenden individuellen Konsequenzen für Betriebe und Akteure. Zum anderen gibt es gerade auf lokaler/regionaler (und möglicherweise auch nationaler) Ebene aber etwaige negative Image-Effekte aufgrund der verstärkten Ausbreitung des COVID-19-Virus durch einige touristische „superspreader“-Standorte, wie etwa die Tiroler Skidestination Ischgl (Falk & Hagsten, 2020).

Die Rolle der Medienberichterstattung – der Fall Ischgl

Grundsätzlich ist für den Tourismusort Ischgl die mediale Aufmerksamkeit rund um Events oder die kritische Berichterstattung aufgrund von feierfreudigen Urlaubern nichts Neues. Im Zuge der COVID-19 Pandemie, in der Ischgl in den internationalen Medien und der Forschung als eines der ersten Beispiele für einen „superspreader“ bekannt wurde (Gössling et al., 2020), hat diese aber nochmals massiv an Intensität zugenommen. Binnen kürzester Zeit war Ischgl in den deutschsprachigen und internationalen Medien vertreten, oftmals als Negativbeispiel für den sorglosen Umgang mit der Krise, befeuert von unternehmerischer Gier und politischer Einflussnahme. Bisher wenig beachtet wurde aber die zeitliche und inhaltliche Entwicklung der Diskussion innerhalb der Printmedien rund um COVID-19 in Ischgl. Somit ergibt sich die Forschungsfrage „Welchen Beitrag liefert die Medienberichterstattung zum Framing von Tourismus Destinationen am Beispiel Ischgl?“

Um diese Frage zu beantworten, wird mittels einer kritischen Mediendiskursanalyse (Li et al., 2018) versucht, die Trends und Entwicklungen innerhalb der Berichterstattung aufzuzeigen. Für diesen Zweck wurden 862 Zeitungsbeiträge und 114 Pressemeldungen der APA Österreich mittels Suchworten (Ischgl* und COVID* und CORONA*) ausgewählt, untersucht und in vier Beobachtungsperioden eingeteilt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Ischgl im Vergleich zu anderen Destinationen wie Arlberg oder Ötztal/Sölden überdurchschnittlich stark in den Fokus der Berichterstattung geraten ist. Empirisch lässt sich aufzeigen, dass hier insbesondere Pressemeldungen einen wesentlichen Treiber für die Berichterstattung darstellen ($r=.929^{**}$, Phase 1: 06.03.-13.03.2020). Während Überschriften wie „Ground Zero“ oder „Gau statt Gaudi“ die anfängliche Berichterstattung dominiert haben, so hat sich im späteren Verlauf der Krise ein kritischer Diskurs hinsichtlich Lock-in Effekte und dem Verantwortungsbewusstsein der lokalen Akteure entwickelt. Relativ wenig beachtet wurden innerhalb der Berichterstattungen die Auswirkungen des vorzeitigen Saisonendes für die lokalen Unternehmer, die Bevölkerung oder die Mitarbeitenden im Tourismus (die als Saisonkräfte oftmals ebenfalls direkt betroffen waren). In Summe lassen sich über die verschiedenen Phasen hinweg sechs Hauptthemen der Berichterstattung identifizieren: Lock-in Effekte, Reputation/Glaubwürdigkeit, Scape Goating, Verantwortung, Folgeschäden und alles bleibt anders.

Fazit und Thesen

Als Fazit ergeben sich somit drei Thesen, die als Basis für eine zukünftige Strategieentwicklung herangezogen werden können. Diese werden nun vorgestellt und diskutiert.

These 1: Der Massentourismus in den Alpen findet ein Ende

Die Covid-19 Krise hat dazu geführt, dass sich Touristiker in Orten wie Ischgl in kürzester Zeit mit ihrem bisher gut funktionierenden Geschäftsmodell kritisch auseinandersetzen müssen. Nach anfänglichem Schock und einem ad-hoc Krisenmanagement wurde deutlich, dass der Wachstumstrend vorläufig gestoppt wurde. Die Frage bleibt, ob es sich um eine kurze Unterbrechung oder um eine langfristige Neuorientierung handeln wird und inwiefern neue partizipativ organisierte Initiativen der Tourismusstrategieentwicklung (Neuformulierung Strategiepaper „Tiroler Weg“) den Tourismus verändern werden.

These 2: Der mediale Diskurs trägt zur Nachhaltigkeit bei

Skepsis ist angebracht, ob die Covid-19-Krise zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus führt. Zur Hochzeit der Krise werden Veränderungen oftmals gefordert, beim Abklingen ist von diesen Veränderungen aber keine Rede mehr. Verstärkt wird das Ganze aber auch von der Overtourism-Diskussion, die bereits im Vorfeld stattgefunden hat. Die Forderung nach einer Neuorientierung im Tourismus hat sich somit nur noch stärker manifestiert und kann mit Hilfe eines breit angelegten und partizipativen Prozesses genutzt werden, um langfristig tiefgreifende Veränderungen hin zu einem nachhaltigeren Tourismus zu initiieren.

These 3: Resilienz lässt sich im Tourismus nur vernetzt gestalten.

Die Krise hat die Bedeutung von Kommunikation und die Folgen ihres Ausbleibens auf regionaler, Landes- und Bundesebene in Österreich aufgezeigt. Oftmals waren aber auch Zuständigkeiten undurchsichtig oder nicht nachvollziehbar. Deutlich wird etwa durch die Diskursanalyse, dass sich die Destinationsverantwortlichen zu Beginn der Krise abwartend verhielten und auf Direktiven seitens des Landes Tirol warteten. Letzteres wiederum wartete auf Abstimmung mit der Bundesregierung. In der Phase des „Scapegoating“ werden dann diese Verantwortlichkeiten im Mediendiskurs aus allen Blickwinkeln beleuchtet.

Somit zeigt die COVID-19 Krise nicht nur die Bedeutung von Kommunikation und Vernetzung, sondern auch von destinationsweiter Widerstandsfähigkeit auf: Eine globale Krise dieses geographischen und wirtschaftlichen Ausmaßes ist neu für die alpine Tourismuswirtschaft und so bedarf es einer weiteren Entwicklung der Resilienz im Tourismus. Insbesondere die Abstimmung der Akteure und die Kriseninterventionen in der ersten Phase muss hier angedacht werden: Gegenseitige Soforthilfen in den Regionen sind hier ein erster Schritt bevor man zu den politisch Verantwortlichen in Land und Bund blickt.

Literaturverzeichnis

- Arbeitsmarktservice (AMS) (2020). Arbeitsmarkt – Daten, Forschung sowie Medieninformationen. URL: <https://www.ams.at/arbeitsmarktdaten-und-medien>
- Falk, M. T., & Hagsten, E. (2020). The unwanted free rider: Covid-19. Current Issues in Tourism, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1769575>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

- Haggett, P. (2000). *Geographie – eine globale Synthese*. UTB: Stuttgart.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, doi:10.1080/14616688.2020.1759131
- Laws, E. & Prideaux, B. (Eds.) (2005). *Tourism crises: Management responses and theoretical insight*. Routledge: London/New York.
- Li, J., Pearce, P. L., & Low, D. (2018). Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis. *Tourism Management*, 69, 317-329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.027>
- Peters, M., & Pikkemaat, B. (2005). Crisis Management in Alpine Winter Sports Resorts—The 1999 Avalanche Disaster in Tyrol. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 19 (2-3), 9-20. http://dx.doi.org/10.1300/J073v19n02_02