

# Dynamischer Regionaltourismus

*Hans-Werner Schmidt*

- ❑ **Badetourismus:** Starke Konzentration der Beherbergungseinrichtungen und Dominanz des Inlandtourismus
- ❑ **Stadtregionen:** Geschäftstourismus und umfassende Angebot an Attraktionen
- ❑ **Inseltourismus:** Starke Konzentration der Beherbergungseinrichtungen und lange Aufenthalte
- ❑ **Ländlicher Tourismus:** Suche nach Natur und Entwicklung alternativer Unterkunftsangebote
- ❑ **Gebirgstourismus:** ein stark saisonabhängiger Wirtschaftszweig

## EINFÜHRUNG

Die älteste Form des Tourismus ist die Pilgerfahrt; seit jeher ist der Tourismus abhängig von räumlichen Gegebenheiten. Er breitet sich nie regelmäßig im Raum aus. Die Faktoren, die diese Verbreitung beeinflussen, sind sowohl natürlicher (Meer, Gebirge, ländliche Region) als auch organisatorischer Art (Raumplanung, Verkehr, Unterbringung, touristische Attraktionen usw.). Diese beiden Faktoren sind komplementär; der Grad ihrer Komplementarität erklärt die zwischen den Fremdenverkehrsregionen Europas festgestellten Leistungsunterschiede.

Auf der Grundlage der wichtigsten genutzten Ressourcen und der Struktur von Angebot und Nachfrage im Bereich des Tourismus kann zwischen den Baderegionen, den Inselregionen, den Stadtregionen und den Gebirgsregionen unterschieden werden.

Die Bedeutung einer solchen Analyse wird jedoch durch einige Anmerkungen zur Methodik eingeschränkt. Die Gliederung der Regionen nach der Europäischen Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik (NUTS) hält sich nicht an die tatsächliche Raumtypologie, sondern an die in den einzelnen Staaten geltende Gliederung in Verwaltungseinheiten. In einigen Regionen finden sich daher mehrere Arten von Tourismus (Bade- und Stadttourismus, Stadt- und Landtourismus, Gebirgs- und Landtourismus usw.). Zweiter einschränkender Faktor ist der Mangel an Statistiken über Privatunterkünfte, die es ermöglichen hätten, einen Gesamtüberblick über die Tourismusaktivitäten in den Regionen außerhalb der Hotels und ähnlichen Betriebe zu erhalten. Diese Anmerkung ist umso wichtiger, als in jeder Region eine bestimmte Art von Unterkünften dominiert. Die Hotelaktivität hat jedoch den Vorteil, sich besser für Vergleiche zu eignen. Selbst wenn auf diese Einschränkungen hingewiesen werden muss, wird durch sie die Notwendigkeit eines regionalen Ansatzes im Bereich des Tourismus keineswegs in Frage gestellt.

Daten : J. Genatzy – Kommentar : M. Mballa

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL  
UND  
DIENSTLEISTUNGEN

THEMA 4 – 14/2002

## Inhalt

Einführung.....	1
Badetourismus.....	2
Stadtregionen: Geschäftstourismus und breite Angebotspalette.....	3
Inseltourismus .....	5
Ländlicher Tourismus .....	5
Gebirgstourismus.....	7



Manuskript abgeschlossen: 26.02.2002  
ISSN 1561-4832  
Katalognummer: KS-NP-02-014-DE-N  
© Europäische Gemeinschaften, 2002

## Badetourismus : Starke Konzentration der Beherbergungsbetriebe und Dominanz des Inlandstourismus

Eine klare Abgrenzung zwischen Badetourismus und Stadttourismus ist schwierig, da ihr Ursprung und ihre Entwicklung eng miteinander verknüpft sind. Ein Badeort kann sich zu einer Stadt entwickeln (wie z.B. Deauville in Frankreich); umgekehrt kann in einer Küstenstadt ein lebhafter Badetourismus entstehen (wie in Alicante, Spanien). Wesentliches Merkmal der Badeorte ist jedoch ihre Lage an der Meeresküste und die dadurch bedingten Zwänge bei der Raumplanung (diese Orte können sich nur um 180° statt wie die meisten anderen Städte um 360° ausdehnen).

Hotels und ähnliche Betriebe sind in den Badegebieten die am stärksten vertretenen Beherbergungseinrichtungen. Aufgrund der spezifischen Raumplanung und der hohen Anziehungskraft der Baderegionen ist die Konzentration solcher Beherbergungsbetriebe dort im allgemeinen sehr hoch. Die gilt besonders für die belgische Region West-Vlaanderen, die griechische Region Kentriki Makedonia, die spanische Region Cataluna usw. Die Konzentration variiert je nach der spezifischen Situation in den einzelnen Ländern; bestimmende Faktoren sind u.a. der Wettbewerb innerhalb des Sektors (Vorhandensein anderer Küstenregionen bzw. anderer Tourismusgebiete) oder aber der Wettbewerb zwischen verschiedenen Sektoren (Tourismus versus andere Industriezweige).

Charakteristisch für die Baderegionen sind Beherbergungseinrichtungen mittlerer Größe mit in der Regel weniger als hundert Betten. Die größten Betriebe sind in den Regionen zu finden, in denen Bade-

tourismus und Stadttourismus ineinander übergehen (z.B. in den großen Küstenstädten wie in Stockholm in Schweden und in Grande Lisboa in Portugal, wo die Beherbergungseinrichtungen im Durchschnitt über mehr als hundert Betten verfügen), oder in denen der Badetourismus der wichtigste Wirtschaftszweig ist (in der Algarve in Portugal liegt die durchschnittliche Größe der Betriebe bei über 200 Betten). Die kleinsten Beherbergungseinrichtungen befinden sich in den Regionen, in denen der Badetourismus nicht als Massentourismus betrieben wird (Dorset und Somerset, Vereinigtes Königreich).

Mit Ausnahme der international bekannten Bade- regionen leben die meisten Badegebiete im wesentlichen vom Inlandstourismus. So zieht z.B. Schleswig-Holstein (Deutschland) vorwiegend inländische Gäste an (etwa 96 %). Das gleiche Phänomen ist an den englischen und skandinavischen Küsten zu beobachten, wo die einheimischen Gäste nicht selten 90% der Übernachtungen ausmachen. Eine Ausnahme bilden jedoch die Algarve in Portugal (24% Übernachtungen von Inländern), Cataluna in Spanien (37,3 %), Andalusia in Spanien (42,4 %) und Veneto in Italien (39,6 %), alles international sehr bekannte Regionen.

Die Aufenthaltsdauer in den Baderegionen liegt im Durchschnitt bei zwei bis drei Tagen. Dieser Wert ist höher als der Durchschnitt in den vom Stadttourismus geprägten Regionen, jedoch niedriger als in den Inselregionen.

Tabella 1: Zahl der Übernachtungen inländischer Gäste im Vergleich zur Gesamtzahl der Übernachtungen in den Hotels und ähnlichen Betrieben, 1999

### Inlandstourismus

Land	Nationaler Durchschnitt	Inlandstourismus			
		Regionen mit niedrigeren Zahlen		Regionen mit höheren Zahlen	
<b>Belgium</b>	46,0%	Région Bruxelles-capitale/ Brussels hoofdstad gewest	7,8%	Namur	67,3%
<b>Denmark</b>	60,5%				
<b>Germany</b>	86,5%	Trier	63,7%	Mecklenburg-Vorpommern	97,7%
<b>Greece</b>	24,3%	Kriti	6,6%	Anatoliki Makedonia, Thraki	68,9%
<b>Spain<sup>1</sup></b>	31,9%	Baleares	9,3%	Principado de Asturias	90,1%
<b>France</b>	62,4%	Île de France	38,3%	Poitou-Charentes	84,8%
<b>Ireland</b>	33,4%				
<b>Italy</b>	58,9%	Veneto	39,6%	Molise	88,1%
<b>Luxembourg</b>	9,4%				
<b>Netherlands<sup>1</sup></b>	66,8%	Noord-Holland	35,5%	Gelderland	90,1%
<b>Austria</b>	28,5%	Tirol	7,9%	Burgenland	75,4%
<b>Portugal</b>	39,3%	Madeira	13,8%	Centro	81,8%
<b>Finland</b>	75,8%	Åland	46,2%	Itä-Suomi	89,2%
<b>Sweden</b>	78,4%	Stockholm	67,1%	Östra Mellansverige	85,2%
<b>United Kingdom</b>	70,8%	London	18,1%	East Riding and North Lincolnshire	95,8%

<sup>1</sup> = Jahr 2000

## Stadtregionen: Geschäftstourismus und breite Angebotspalette

Da es bei den Stadtregionen sehr große Unterschiede gibt, werden hier nur die großen Hauptstädte wie Paris, London, Berlin, Madrid, Brüssel usw. berücksichtigt.

Spezifisches Merkmal des Stadttourismus ist die Kombination einer Vielfalt von Angeboten. Klassische Attraktionen sind Museen, Kasinos, Vergnügungsparks, Festivals, Monumente, Architektur usw. Dazu kommen immaterielle Aspekte wie die "Atmosphäre" und das Nachtleben verschiedener Großstädte. Daneben sind diese Großstädte auch wichtige Verwaltungs- und Handelszentren, die umfangreiche Touristenströme anziehen.

Hotels und ähnliche Betriebe sind die am häufigsten vertretenen Beherbergungseinrichtungen in den Stadtregionen. Der Konzentrationsgrad dieser Art von Einrichtungen in den Stadtregionen wird bei Betrachtung auf nationaler Ebene noch deutlicher, da in der Peripherie der Großstädte stets Gewerbegebiete mit reger Wirtschaftstätigkeit entstehen. In Paris (Frankreich) befinden sich beispielsweise 7,7 % der Beherbergungseinrichtungen des Landes, während die Ile de France, deren Zentrum Paris ist, auf 11,3 % kommt. Berlin (Deutschland) zählt 1,1% der Einrichtungen des Landes, Brüssel (Belgien) 8,5 %, London (Vereinigtes Königreich) 2,2 %, Athen (Griechenland) 9,6 %, Madrid (Spanien) 7,7 % usw. Die Übernachtungszahlen liegen in diesen Regionen manchmal höher: 19,4 % für die Ile de France, 4,1 % für

Berlin, 15 % für Brüssel, 11,9 % für Athen, 4,1 % für Madrid und 16,7 % für London.

Im Vergleich zum nationalen Durchschnitt sind die Beherbergungseinrichtungen der Stadtregionen außergewöhnlich groß. Während die mittlere Bettenzahl von Hotels im Vereinigtes Königreich bei rund zwanzig liegt, erreicht sie in London 134 Betten. In Brüssel und Berlin erreicht die Bettenzahl fast das Dreifache des nationalen Durchschnitts.

Ein Hauptmerkmal des Stadttourismus ist der niedrige Anteil inländischer Gäste bei der Zahl der Übernachtungen. Bei der Analyse dieses Anteils sind die durchschnittlichen Touristenströme der jeweiligen Länder zu berücksichtigen. In Berlin beispielsweise liegt der Inlandtourismus unter dem nationalen Durchschnittswert (72,6 % gegenüber 85,8 % im Jahre 2000). In Brüssel machten Gäste aus dem Inland 1999 nur 7,8 % der Übernachtungen aus. In London lag dieser Anteil 1999 bei 18,1 %. In Paris und in Athen ist die Lage vergleichbar; nur in Madrid übersteigt die Zahl der einheimischen Touristen diejenigen der ausländischen Gäste. Diese atypischen Zahlen erklären sich zum Teil durch die Wintersporteinrichtungen in der Sierra de Guadarrama.

Die mittlere Dauer der Aufenthalte in den Stadtregionen liegt in der Regel unter den nationalen Durchschnittswerten; dies ist wahrscheinlich auf die hohen Preise in Großstädten zurückzuführen.

Tabelle 2: Konzentration der Hotels und ähnlichen Betriebe in den Hauptstadtregionen in Jahr 1999

Land	Regionen	Zahl der Hotels und ähnlichen Betriebe	Anteil in % am nationalen Gesamtwert
<b>Belgium</b>	Région Bruxelles-capitale/Brussels hoofdstad gewest	172	8,5%
<b>Denmark</b>	København	85	94,4%
<b>Germany</b>	Berlin	445	1,1%
<b>Greece</b>	Attiki	788	9,6%
<b>Spain</b>	Comunidad de Madrid	1.242	7,7%
<b>France</b>	Île de France	2.230	11,3%
<b>Ireland</b>	Dublin	604	10,4%
<b>Italy</b>	Lazio	1.712	5,1%
<b>Luxembourg</b>	Luxembourg Centre	99	30,5%
<b>Netherlands</b>	Noord-Holland*	669	51,0%
<b>Austria</b>	Wien	344	18,0%
<b>Portugal</b>	Lisboa e Vale do Tejo	412	26,4%
<b>Finland</b>	Uusimaa (suuralue)	140	14,4%
<b>Sweden</b>	Stockholm	241	12,7%
<b>United Kingdom</b>	London	1.134	2,2%

\* Jahr 2000

# Durchschnittsgröße der Hotels und ähnlicher Betriebe

Durchschnittszahl der  
Betten per Einrichtung

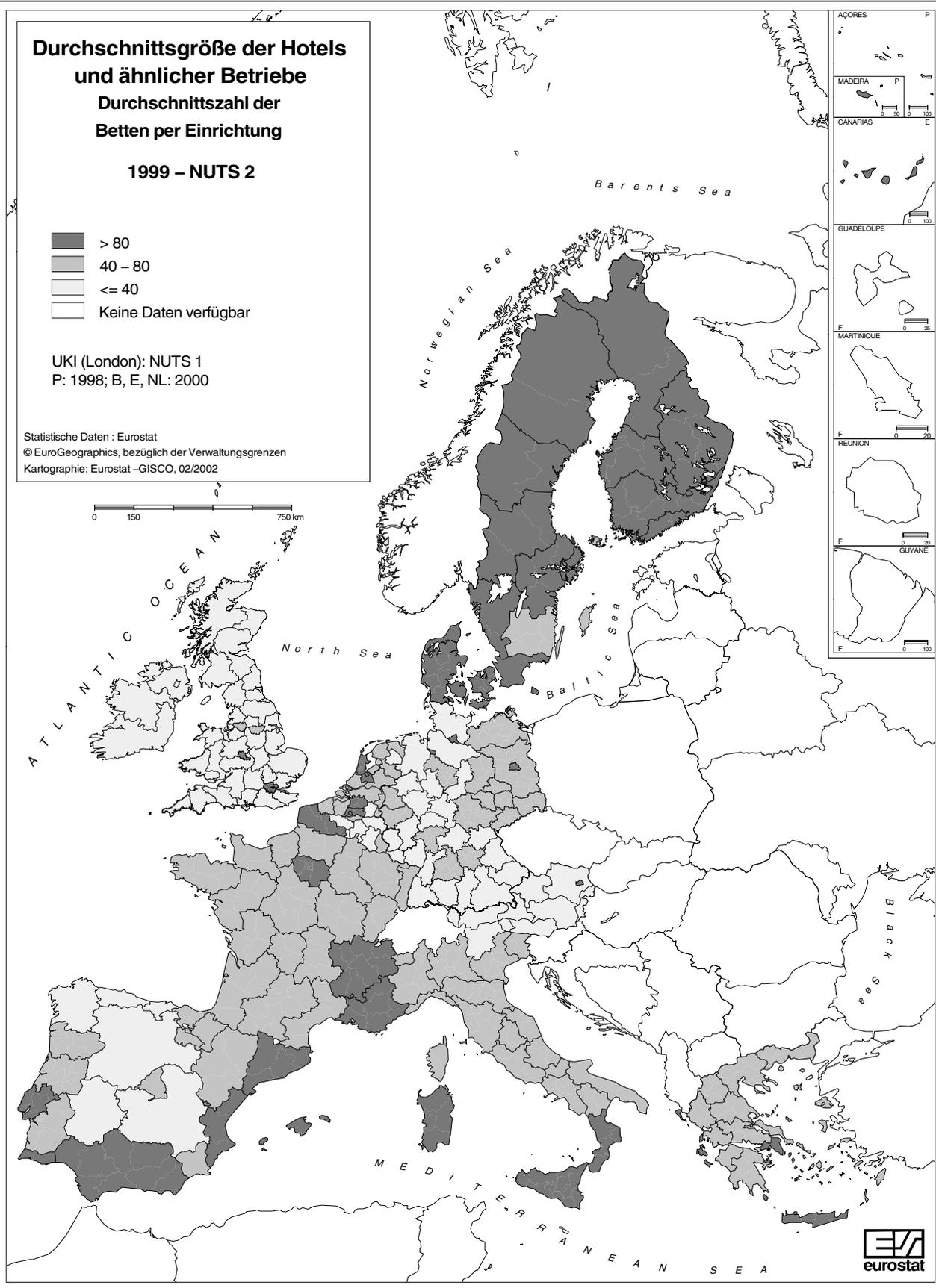
1999 – NUTS 2

-  > 80
-  40 – 80
-  <= 40
-  Keine Daten verfügbar

UKI (London): NUTS 1  
P: 1998; B, E, NL: 2000

Statistische Daten : Eurostat  
© EuroGeographics, bezüglich der Verwaltungsgrenzen  
Kartographie: Eurostat – GISCO, 02/2002

0 150 750 km



---

## Inseltourismus: Starke Konzentration der Beherbergungseinrichtungen und Langzeitaufenthalte

---

Wichtigstes Merkmal der Inselregionen ist die Knappheit des verfügbaren Raums. Sie ist häufig Grund für die wenig ausgeprägte Diversifizierung der touristischen Ressourcen, bei der der Schwerpunkt auf der Kombination Strand-Meer liegt, zu der in den südlichen Regionen noch die Sonne hinzukommt. Andere Attraktionen wie Kasinos, Festivals, kulturelle Sehenswürdigkeiten usw. sind zwar teilweise vorhanden, jedoch nur von nebensächlicher Bedeutung.

Bis auf einige Ausnahmen (Kanarische Inseln, Korsika) sind Hotels und ähnliche Betriebe die am häufigsten vertretenen Beherbergungseinrichtungen in den Inselregionen. Im Verhältnis zur geringen Fläche der Inselgebiete ist die Konzentration der Beherbergungseinrichtungen höher als in den Stadtregionen. In Griechenland z.B. konzentrierten sich 1999 auf den Inseln der Ägäis und Kreta insgesamt 43,7 % der Hotelbetriebe. Auf Madeira und den Azoren (Portugal) lag diese Zahl 1999 bei 11,9 %. Dasselbe gilt in geringerem Maße für die französischen Inseln in Übersee (1,6 % im Jahre 2000), während Sizilien und Sardinien im Jahre 1999 2,6 % bzw. 2 % der italienischen Hotelbetriebe zählten.

In den meisten Fällen äußert sich diese große Hotelkapazität auch in hohen Übernachtungszahlen. In Griechenland verzeichneten Kreta und die Inseln der Ägäis 1999 53,9 % der landesweiten Übernachtungen, die kanarischen Inseln 26,5 %, Madeira 11,7 %, Sizilien und Sardinien 6,9 %.

Die Durchschnittsgröße der Beherbergungsbetriebe der

Inselregionen ist mit derjenigen der Stadtregionen vergleichbar. Auf den französischen Inseln in Übersee entspricht sie derjenigen der Betriebe in der Ile de France (111 Betten gegenüber 114,9 im Jahre 2000). Die Kanarischen Inseln zeichnen sich durch besonders hohe Durchschnittswerte aus (290,7 Betten im Jahre 2000). Die Durchschnittsgröße der Beherbergungsbetriebe auf den Inseln der Ägäis und auf Kreta entspricht den Normen (79,1 Betten). Ihr hoher Anteil an den Übernachtungszahlen wird dadurch umso bemerkenswerter. Zum Teil ist dies darauf zurückzuführen, dass die touristische Aktivität in diesen Regionen geringeren saisonalen Schwankungen unterworfen ist, da die Sonnenscheindauer in Griechenland mit etwa 3 000 Stunden pro Jahr sehr hoch und regelmäßig ist.

Da die Nachfrage gebietsansässiger Kunden gering ist, wird der Inseltourismus im wesentlichen von einer externen Kundschaft, ob einheimisch oder ausländisch, getragen. Einige Inseln werden besonders von den Inländern geschätzt (Sizilien, Sardinien, Nordirland, Korsika), während auf den griechischen Inseln, den Kanaren, den Balearen und auf Madeira der Einreiseverkehr dominiert.

Die Aufenthaltszahlen der Inselregionen, in denen der Inlandstourismus vorherrscht, entsprechen den nationalen Durchschnittswerten. In den Regionen hingegen, in denen der Einreiseverkehr überwiegt, werden die höchsten Durchschnittswerte aller Regionen verzeichnet.

---

## Ländlicher Tourismus: Suche nach intakter Natur und Entwicklung alternativer Beherbergungsmöglichkeiten

---

Hauptanziehungspunkte des Landtourismus sind die intakte Natur und der ländliche Charakter der Umwelt. Die Statistik definiert die ländliche Region in der Regel als Region, die unter keine der Kategorien Stadtregion, Baderegion, Inselregion oder Bergregion fällt. Unsere Definition der Regionen mit vorwiegend ländlichem Tourismus basiert auf zwei Elementen: Hauptanziehungspunkt müssen die Natur bzw. der ländliche Charakter der Region sein, und die Hotelaktivität darf nicht dominieren. Aufgrund dieser Definition werden Regionen wie Drenthe, Flevoland oder Overijssel in Holland, Limburg in Belgien, die Regionen Cumbria und Northumberland im Vereinigtes Königreich usw. als ländliche Regionen eingestuft.

Eine wesentliche Frage im Zusammenhang mit dem ländlichen Tourismus besteht darin, den Entwicklungsgrad festzulegen, den eine Region nicht überschreiten darf, damit der spezifische Charakter erhalten bleibt. Es ist daher interessant, zu analysieren, in welchem Maße die einzelnen Regionen von der Hotelinfrastruktur abhängen.

In der Region Limburg (Belgien) z.B. machten die Hotels und ähnlichen Betriebe 1999 12,1 % der Gesamtübernachtungszahlen aus. In der Region Drenthe (Holland) lag dieser Anteil 2000 bei 20,7 %. Aufgrund ihres spezifischen Charakters erreichen die Übernachtungen in den ländlichen Regionen auf nationaler Ebene im allgemeinen nur einen geringen Anteil. Drenthe z.B. verzeichnete 2000 nur 6,6 % der Übernachtungen in Holland.

Landtourismus wird im allgemeinen von einheimischen Kunden aus nahegelegenen Regionen betrieben. Der Anteil der Übernachtungen der Inländer erreicht bzw. überschreitet 90 % in Regionen wie Northumberland, Dorset und Somerset oder Cornwall.

In den Regionen, die Landtourismus und Badetourismus kombinieren, ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aufgrund der höheren Attraktivität am längsten. In den meisten Regionen jedoch entspricht diese Dauer den nationalen Durchschnittswerten.

**Konzentration des Inlandstourismus**  
 % der Übernachtungen inländischer Gäste im  
 Vergleich zur Gesamtzahl der Übernachtungen  
 in den Hotels und ähnlichen Betrieben

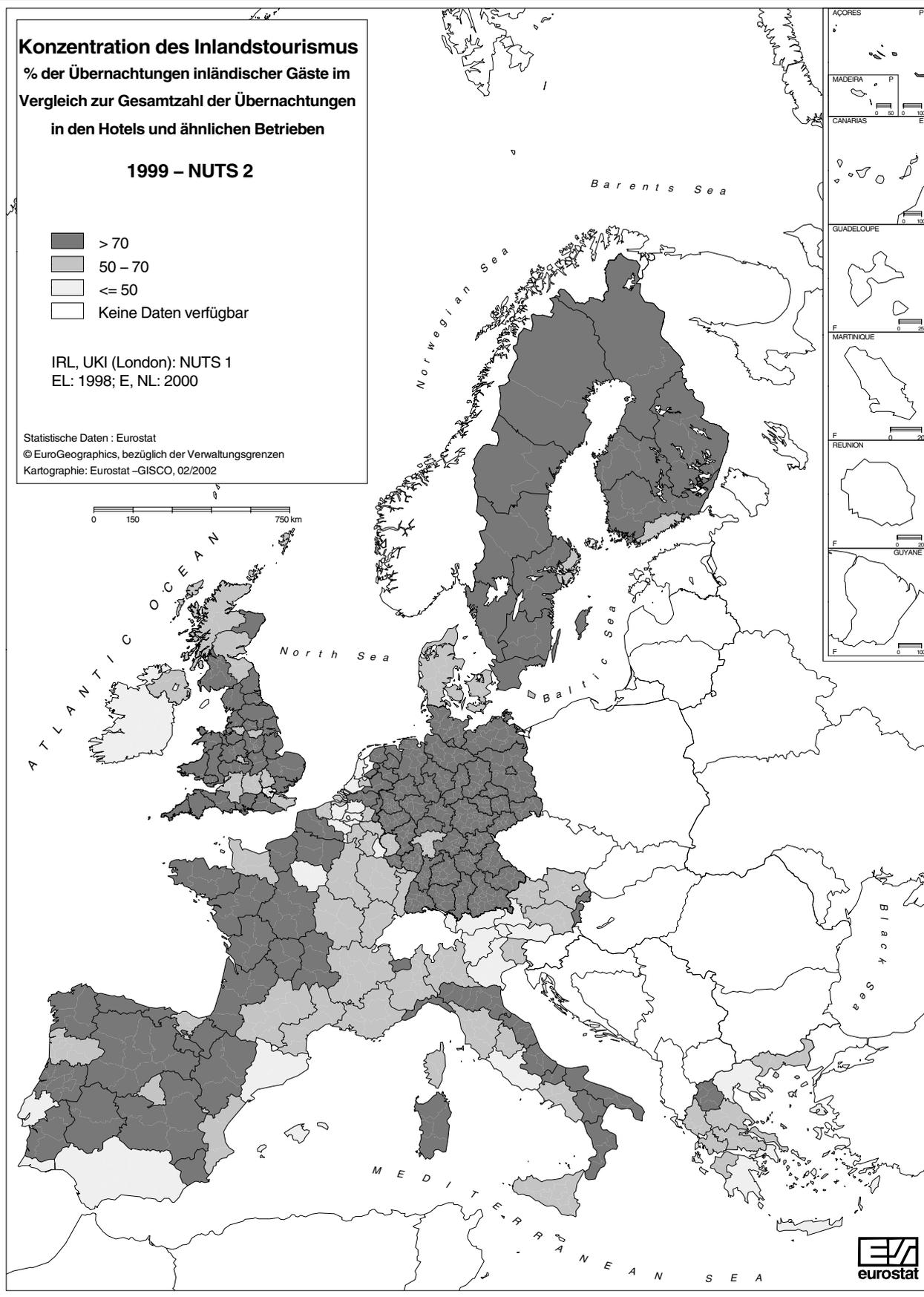
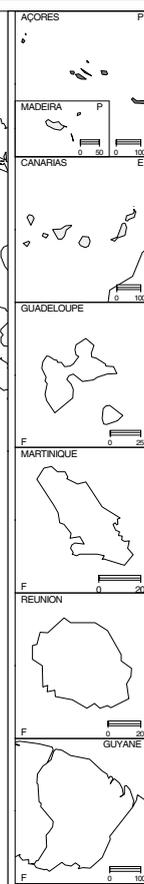
1999 – NUTS 2

-  > 70
-  50 – 70
-  <= 50
-  Keine Daten verfügbar

IRL, UKI (London): NUTS 1  
 EL: 1998; E, NL: 2000

Statistische Daten : Eurostat  
 © EuroGeographics, bezüglich der Verwaltungsgrenzen  
 Kartographie: Eurostat –GISCO, 02/2002

0 150 750 km



## Gebirgstourismus: ein sehr saisonabhängiger Wirtschaftszweig

Selbst wenn die Angebotspalette erweitert wurde, um die Abhängigkeit des Gebirgstourismus vom Wintersport zu verringern, bleibt dieser doch die Hauptattraktion; die meisten Übernachtungen werden in der Wintersaison verzeichnet.

Die Hotels und ähnlichen Betriebe stellen in diesen Regionen die häufigste Art der Unterbringung dar. In den vom Massentourismus dominierten Regionen ist oft eine starke Konzentration der Hotelbetriebe zu verzeichnen. So macht z.B. der Hotelbestand im Tirol etwa 30 % der nationalen Kapazitäten aus, im Trentino-Alto Adige (Italien) sind es 18 %. Der saisonale Charakter des Tourismus in diesen Regionen bewirkt jedoch oft, dass die Zahl der Übernachtungen nicht im Verhältnis zu den großen Hotelkapazitäten steht. Tirol verzeichnet z.B. weniger als 17 % der Übernachtungen

in Österreich, im Trentino-Alto Adige sind es 7,5 % der Übernachtungen in Italien. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Merkmale dieses Alpengebiets, das sich von Garmisch (Deutschland) bis Cortina d'Ampezzo (Italien) erstreckt, nicht auf alle Gebirgsregionen übertragen werden können, da in vielen Regionen sowohl die Beherbergungskapazitäten als auch die Zahl der Übernachtungen in der Regel nicht sehr hoch sind.

Im allgemeinen dominiert in den Gebirgsregionen der Inlandstourismus, außer in dem vorgenannten Alpengebiet. Im Gegensatz zu den übrigen Gebirgsregionen zeichnet sich dieses Gebiet auch durch überdurchschnittlich lange Verweildauer der Gäste aus.

### ➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

#### NUTS

Die in dieser Studie definierten Typologien basieren auf der Europäischen Klassifikation der Gebietseinheiten für die Statistik (NUTS) von Eurostat. Da die NUTS auf der Gliederung in Verwaltungseinheiten basiert, ergibt sich eine funktionale Heterogenität der Regionen. Auf Ebene des Regionaltourismus äußert sich diese Heterogenität durch die Existenz mehrerer Formen von Tourismus in ein und demselben Gebiet. Eine genaue Erläuterung der Kriterien für die Zuweisung einer Region zu einer bestimmten Form des Tourismus ist daher unbedingt erforderlich.

Die NUTS ist eine hierarchische Systematik mit fünf Ebenen (drei regionale Ebenen, zwei lokale Ebenen). Sie unterteilt das Gebiet jedes Mitgliedstaates in eine bestimmte Zahl von Regionen der Ebene NUTS 1, von denen jede in Einheiten der Ebene NUTS 2 untergliedert wird, die wiederum in Einheiten der Ebene NUTS 3 unterteilt werden. Die Zuordnung einer Region zu einer bestimmten Art von Tourismus erfolgt auf der Grundlage einer Analyse der Attraktionen auf der NUTS 3-Ebene. Durch Zusammenlegung und Untersuchung der spezifischen Gewichte der touristischen Einrichtungen der einzelnen NUTS 3-Einheiten kann die funktionale Zuordnung ihrer NUTS 2-Einheiten bestimmt werden. Das gleiche Verfahren findet anschließend Anwendung für den Übergang der NUTS 2- zu den NUTS 1-Einheiten. Die funktionale Zuordnung der Regionen erfolgt also von der Ebene NUTS 3 zur Ebene NUTS 1.

Einige Mitgliedstaaten haben keine Untergliederung in die Ebenen NUTS 1 und NUTS 2 (Luxemburg, Irland, Dänemark); eine Untersuchung ihres Regionaltourismus ist daher unmöglich.

#### BEGRIFFE UND DEFINITIONEN

##### **Tourismus**

Tourismus ist definiert als die Aktivitäten von Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Lebensumfelds reisen und sich dort

maximal für die Dauer eines Jahres zu Urlaubs-, geschäftlichen oder sonstigen Zwecken aufhalten.

Zu unterscheiden sind drei grundlegende Formen des Tourismus, bezogen auf das jeweilige Gebiet (z. B. Region, Land, Ländergruppe):

- i) Binnenreiseverkehr: Dieser umfasst die Aktivitäten von Inländern eines bestimmten Gebiets, welche nur innerhalb dieses Gebiets, jedoch außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen.
- ii) Einreiseverkehr: Dieser umfasst die Aktivitäten von Nicht-Inländern, die in einem bestimmten Gebiet außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen.
- iii) Ausreiseverkehr: Dieser umfasst die Aktivitäten von Inländern eines bestimmten Gebiets, die an Orte außerhalb dieses Gebiets (und außerhalb ihrer gewohnten Umgebung) reisen und sich dort aufhalten.

##### **Hotels und ähnliche Betriebe**

###### Hotels

Hotels, Apartment-Hotels, Motels, Gasthöfe, Strandhotels und ähnliche Einrichtungen mit Hotelservice, der mehr umfasst als tägliches Bettenmachen und Reinigung der Zimmer und Sanitäreinrichtungen.

##### **Übernachtungen von Inländern und Nichtinländern**

Als Übernachtung gilt jede Nacht, die ein Gast in einem Beherbergungsbetrieb oder einer privaten Touristenunterkunft verbringt bzw. für die er dort gemeldet ist; die tatsächliche Anwesenheit ist dabei nicht von Belang. Die Übernachtungen von nicht-Touristen soweit möglich, separat erfasst werden.

# Weitere Informationsquellen:

## ➤ Veröffentlichungen

Titel Tourism in Europe  
 Katalognummer CA-23-99-031-EN-C Preis EUR 7

## ➤ Datenbanken

NewCronos, Domain Tourismus

Wenn Sie weitere Auskünfte wünschen oder an unseren Veröffentlichungen, Datenbanken oder Auszügen daraus interessiert sind, wenden Sie sich bitte an einen unserer **Data Shops**:

BELGIQUE/BELGIË	DANMARK	DEUTSCHLAND	ESPAÑA	FRANCE	ITALIA – Roma
<b>Eurostat Data Shop Bruxelles/Brussel</b> <b>Planistat Belgique</b> Rue du Commerce 124 Handelsstraat 124 B-1000 BRUXELLES / BRUSSEL Tel. (32-2) 234 67 50 Fax (32-2) 234 67 51 E-mail: datashop@planistat.be URL: http://www.datashop.org/	<b>DANMARKS STATISTIK</b> <b>Bibliotek og Information</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Sejrogade 11 DK-2100 KØBENHAVN Ø Tlf. (45) 39 17 30 30 Fax (45) 39 17 30 03 E-mail: <a href="mailto:bib@dst.dk">bib@dst.dk</a> Internet: http://www.dst.dk/bibliotek	<b>STATISTISCHES BUNDESAMT</b> <b>Eurostat Data Shop Berlin</b> Otto-Braun-Straße 70-72 (Eingang: Karl-Marx-Allee) D-10178 BERLIN Tel. (49) 1888 644 94 27/28 Fax (49) 1888-644 94 30 E-Mail: datashop@destatis.de URL: http://www.eu-datashop.de/	<b>INE Eurostat Data Shop</b> Paseo de la Castellana, 183 Oficina 011 Entrada por Estébanez Calderón E-28046 MADRID Tel. (34) 91 583 91 67 Fax (34) 91 579 71 20 E-mail: datashop.eurostat@ine.es URL: http://www.datashop.org/	<b>INSEE Info Service</b> <b>Eurostat Data Shop</b> 195, rue de Bercy Tour Gamma A F-75582 PARIS CEDEX 12 Tél. (33) 1 53 17 88 44 Fax (33) 1 53 17 88 22 E-mail: datashop@insee.fr	<b>ISTAT</b> <b>Centro di Informazione Statistica</b> <b>Sede di Roma, Eurostat Data Shop</b> Via Cesare Balbo, 11a I-00184 ROMA Tel. (39) 06 46 73 31 02/06 Fax (39) 06 46 73 31 01/07 E-mail: dipdiff@istat.it
ITALIA – Milano	LUXEMBOURG	NEDERLAND	NORGE	PORTUGAL	SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA
<b>ISTAT</b> <b>Ufficio Regionale per la Lombardia</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Via Fieno 3 I-20123 MILANO Tel. (39) 02 80 61 32 460 Fax (39) 02 80 61 32 304 E-mail: mileuro@tin.it	<b>Eurostat Data Shop Luxembourg</b> BP 1452 L-1014 LUXEMBOURG Tél. (352) 43 35-2251 Fax (352) 43 35-22221 E-mail: dslux@eurostat.datashop.lu URL: http://www.datashop.org/	<b>STATISTICS NETHERLANDS</b> <b>Eurostat Data Shop-Voorburg</b> Postbus 4000 2270 JM VOORBURG Nederland Tel. (31-70) 337 49 00 Fax (31-70) 337 59 84 E-mail: datashop@cbs.nl	<b>Statistics Norway</b> <b>Library and Information Centre</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Kongens gate 6 Boks 8131 Dep. N-0033 OSLO Tel. (47) 21 09 46 42/43 Fax (47) 21 09 45 04 E-mail: Datashop@ssb.no	<b>Eurostat Data Shop Lisboa</b> <b>INE/Serviço de Difusão</b> Av. António José de Almeida, 2 P-1000-043 LISBOA Tel. (351) 21 842 61 00 Fax (351) 21 842 63 64 E-mail: data.shop@ine.pt	<b>Statistisches Amt des Kantons</b> <b>Zürich, Eurostat Data Shop</b> Bleicherweg 5 CH-8090 Zürich Tel. (41) 1 225 12 12 Fax (41) 1 225 12 99 E-mail: datashop@statistik.zh.ch Internet: http://www.statistik.zh.ch
SUOMI/FINLAND	SVERIGE	UNITED KINGDOM	UNITED STATES OF AMERICA		
<b>STATISTICS FINLAND</b> <b>Eurostat Data Shop Helsinki</b> Tilastokirjasto PL 2B FIN-00022 Tilastokeskus Työpajakatu 13 B, 2.Kerros, Helsinki P. (358-9) 17 34 22 21 F. (358-9) 17 34 22 79 Sähköposti: datashop@stat.fi URL: http://www.tilastokeskus.fi/tk/wk/datashop	<b>STATISTICS SWEDEN</b> <b>Information service</b> <b>Eurostat Data Shop</b> Karlavägen 100 - Box 24 300 S-104 51 STOCKHOLM Tfn (46-8) 50 69 48 01 Fax (46-8) 50 69 48 99 E-post: infoservice@scb.se Internet: http://www.scb.se/info/datashop/eurdatashop.asp	<b>Eurostat Data Shop</b> <b>Office for National Statistics</b> Room 1.015 Cardiff Road Newport South Wales NP10 8XG United Kingdom Tel. (44-1633) 81 33 69 Fax (44-1633) 81 33 33 E-mail: eurostat.datashop@ons.gov.uk	<b>HAVER ANALYTICS</b> <b>Eurostat Data Shop</b> 60 East 42nd Street Suite 3310 NEW YORK, NY 10165 USA Tel. (1-212) 986 93 00 Fax (1-212) 986 69 81 E-mail: eurodata@haver.com		

Media Support Eurostat (nur für Journalisten)  
 Bech Gebäude Büro A3/48 • L-2920 Luxembourg • Tel. (352) 4301 33408 • Fax (352) 4301 32649 • e-mail: media.support@cec.eu.int

### Auskünfte zur Methodik:

Hans-Werner Schmidt, Eurostat/D1, L-2920 Luxembourg, Tel. (352) 4301 34087, Fax (352) 4301 33899,  
 E-mail: [hanswerner.schmidt@cec.eu.int](mailto:hanswerner.schmidt@cec.eu.int)  
 ORIGINAL: Französisch

Unsere Internet-Adresse: [www.europa.eu.int/comm/eurostat/](http://www.europa.eu.int/comm/eurostat/) Dort finden Sie weitere Informationen.

### Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim **Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften**

2 rue Mercier – L-2985 Luxembourg  
 Tel. (352) 2929 42118 Fax (352) 2929 42709  
 Internet-Adresse: <http://eur-op.eu.int/fr/generals-ad.htm>  
 E-mail: info-info-opoce@cec.eu.int

BELGIQUE/BELGIË – DANMARK – DEUTSCHLAND – GREECE/ELLADA – ESPAÑA – FRANCE – IRELAND – ITALIA – LUXEMBOURG – NEDERLAND – ÖSTERREICH  
 PORTUGAL – SUOMI/FINLAND – SVERIGE – UNITED KINGDOM – ISLAND – NORGE – SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA – BULGARIJA – ČESKÁ REPUBLIKA – CYPRUS  
 EESTI – HRVATSKA – MAGYARORSZÁG – MALTA – POLSKA – ROMÂNIA – RUSSIA – SLOVAKIA – SLOVENIA – TÜRKIYE – AUSTRALIA – CANADA – EGYPT – INDIA  
 ISRAËL – JAPAN – MALAYSIA – PHILIPPINES – SOUTH KOREA – THAILAND – UNITED STATES OF AMERICA

## Bestellschein

Ich möchte „Statistik kurz gefasst“ abonnieren (vom 1.1.2002 bis 31.12.2002):  
 (Anschriften der Data Shops und Verkaufsstellen siehe oben)

**Paket 1:** Alle 9 Themenkreise (etwa 180 Ausgaben)

Papier: 360 EUR  
 Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

**Paket 2:** 1 oder mehrere der folgenden 9 Themenkreise:

- Themenkreis 1 „Allgemeine Statistik“
- Themenkreis 6 „Außenhandel“
- Themenkreis 7 „Vehrkkehr“
- Themenkreis 9 „Wissenschaft und Technologie“
- Papier: 42 EUR
- Themenkreis 2 „Wirtschaft und Finanzen“
- Themenkreis 3 „Bevölkerung und soziale Bedingungen“
- Themenkreis 4 „Industrie, Handel und Dienstleistungen“
- Themenkreis 5 „Landwirtschaft, Fischerei“
- Themenkreis 8 „Umwelt und Energie“
- Papier: 84 EUR
- Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Statistik kurz gefasst kann von der Eurostat Web-Seite kostenlos als pdf-Datei heruntergeladen werden. Sie müssen sich lediglich dort eintragen.  
 Für andere Lösungen wenden Sie sich bitte an Ihren Data Shop.

Bitte schicken Sie mir ein Gratisexemplar des „Eurostat Minikatalogs“ (er enthält eine Auswahl der Produkte und Dienste von Eurostat)  
 Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Ich möchte das Gratisabonnement von „Statistische Referenzen“ (Kurzinformationen zu den Produkten und Diensten von Eurostat)  
 Gewünschte Sprache:  DE  EN  FR

Herr  Frau  
 (bitte in Großbuchstaben)

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_ Abteilung: \_\_\_\_\_

Funktion: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Stadt: \_\_\_\_\_

Land: \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

### Zahlung nach Erhalt der Rechnung vorzugsweise:

- durch Banküberweisung
- Visa  Eurocard

Karten-Nr.: \_\_\_\_\_ gültig bis: \_\_\_\_/\_\_\_\_

Ihre MwSt.-Nr. f.d. innergemeinschaftlichen Handel:

Fehlt diese Angabe, wird die MwSt. berechnet. Eine Rückerstattung ist nicht möglich.