

19. Januar 2012

»5-PUNKTE-ERKLÄRUNG« TOURISMUS & WISSENSCHAFT

PROLOG

Freizeit und Tourismus zählen zu den wichtigsten Wachstums- und Zukunftsmärkten. Es sind jedoch vorausschauende und differenzierte Blicke auf neue Produkte, den gesellschaftlichen Wandel sowie die globalen Herausforderungen geboten. Dazu bedarf es einer effizienten Tourismusforschung, die Probleme identifiziert und zu ihrer Lösung beiträgt.

Auf Einladung des TUI Think Tanks haben sich Wissenschaftler aus der Tourismusforschung mit dem Verhältnis von Tourismuswirtschaft und -wissenschaft auseinandergesetzt. Sie skizzieren Herausforderungen und benennen Strategien in den Unternehmen der Branche ebenso wie in der Tourismusforschung und Tourismuslehre. Die folgende Erklärung ist das Ergebnis dieser Gespräche.

1. DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT MUSS WISSENSCHAFTLICHER WERDEN!

Nach wie vor wird in Deutschland eine allgemeine Wissenschaftsferne des Tourismus beklagt. Im Vergleich zur gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung der Tourismusbranche ist die wissenschaftliche Betrachtung der Grundlagen des Tourismus unterrepräsentiert. Die für den wirtschaftlichen Erfolg notwendigen Innovationen und Strategien kann die Branche vor allem auch durch valide Forschungsergebnisse generieren. Der Grad ihrer Akademisierung, eine der Voraussetzungen für das Erkennen und Bewerten von wirtschaftlichen Zusammenhängen oder das Erschließen von Marktlücken, hat sich zwar im Laufe der letzten Jahre erhöht, hier bietet sich aber noch ein deutliches Entwicklungspotential an.

2. TOURISMUSFORSCHUNG UND -LEHRE MÜSSEN GESTÄRKT WERDEN!

Die Herausforderungen an das Thema Tourismus steigen, und es bedarf zukünftig intensiverer wissenschaftlicher Auseinandersetzung. Eine einst relativ eigenständige universitäre Tourismusforschung wird jedoch aus hochschulpolitischen Bewertungen heraus entweder zurückgefahren oder anderen wissenschaftlichen Disziplinen zugeordnet und verliert so ihr wissenschaftliches Alleinstellungsmerkmal. Die Hochschulen können diesen Abbau strukturell, aus Zeit- und Kapazitätsgründen, (noch) nicht auffangen. Die sich auch für Fachhochschulen, Duale Hochschulen und Berufsakademien abzeichnende Lücke in der Ausbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses muss geschlossen werden, damit Forschungskapazitäten, Forschungskompetenz und Grundlagenforschung sichergestellt sind. Forschungsvorhaben benötigen eine solide Finanzierung – nur so können auch langfristige Projekte verfolgt werden.

3. TOURISMUSFORSCHUNG IST UND MUSS MULTIDISZIPLINÄR SEIN!

Tourismuswissenschaft fungiert in erster Linie als Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre oder der Geographie in einem inter- und multidisziplinären Forschungsfeld, das aus den Fächern Geographie, Wirtschaftswissenschaften, Soziologie, Psychologie, Pädagogik, Kulturanthropologie, Rechtswissenschaft, Informationstechnologie, Architektur und Landschaftsökologie u. ä. besteht. Daraus ergeben sich zahlreiche Schnittstellen zwischen den Disziplinen. Diese Schnittstellen müssen genutzt werden, u.a. durch die Übertragung von Erkenntnissen aus anderen Disziplinen auf den Tourismus und der Akzeptanz der Tourismusforschung in der akademischen Community.

Die internationale Zustimmung ist stark geprägt durch Zählkriterien wie das Ranking von Veröffentlichungen in internationalen Fachzeitschriften oder die Quoten bei Zitationen der Publikationen. Das Augenmerk sollte wieder verstärkt auf die Qualität und Relevanz der Forschung und nicht nur die Quantität der Veröffentlichungen gerichtet werden.

4. DIE TOURISMUSBRANCHE BRAUCHT DEN ADLERBLICK!

Das Geschäftsfeld der Tourismusbranche wird immer komplexer. Daher wird in Zukunft ein besonderer Blick gefragt sein: Neben konkreten Anwendungen, pragmatischen Lösungen, laufenden Optimierungen und schnellen Effekten wird es für die Branche unabdingbar sein, Entwicklungen langfristig zu beobachten. Dies setzt die Bereitschaft der Unternehmen voraus, einen „grundsätzlichen“ Blick auf Entwicklungen, Megatrends, Nachhaltigkeit, Kundenverhalten, Wertschöpfungskonzepte, Prognosemodelle oder gesellschaftliche Entwicklungen zu werfen, der durch die Wissenschaft unterstützt wird.

5. NEUE PARTNERSCHAFT ZWISCHEN TOURISMUSWIRTSCHAFT UND -WISSENSCHAFT!

Globale und gesellschaftliche Entwicklungen stellen die Tourismusbranche ebenso wie die Tourismuswissenschaft vor neue Herausforderungen. Daraus sollte eine neue Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Wissenschaft entstehen: multidisziplinär und mit internationaler Ausrichtung, gestützt auf neue Netzwerke und Gesprächsplattformen, die einen dauerhaften Austausch zwischen Tourismuswirtschaft und Wissenschaft jenseits einer reinen Marktforschung möglich machen.