

Erik F. J. Eybl

pack die badehose ein

Ausstellung von österreichischen Sommertourismus-Plakaten

1900 bis 1975

aus der Sammlung Erik Eybl

Nach Ende des Zweiten Weltkrieges nahm das „Bundesministerium für Handel und Wiederaufbau“ bereits 1946 die Fremdenverkehrspolitik und Werbung wieder auf. Die bis 1938 wichtigsten Gästegruppen fielen allerdings aus: die Deutschen litten noch zu sehr unter Kriegsfolgen und Restriktionen, für die Tschechoslowaken und Ungarn sollte bald der „Eiserne Vorhang“ niedergehen. Somit konzentrierte man sich wieder auf Gäste aus West- und Nordeuropa sowie den USA. 1955 übernahm der heute unter „Österreich Werbung“ bekannte Verein das Marketing für Österreich als Tourismusziel im Ausland. Die Reklame für die jeweiligen Bundesländer blieb Ländersache und wandte sich ursprünglich hauptsächlich an die Inländer.

In den Nachkriegsjahren konnten sich nur wenige Österreicher Urlaub außerhalb der eigenen „vier Wände“ leisten. Wenn doch, dann war es oft nur eine bescheidene „Sommerfrische“ bei Bauern am Land. Erst das anhaltende Wirtschaftswunder ab Mitte der 1950er-Jahre ermöglichte auch einer breiteren Bevölkerungsschicht Ferienreisen. Immerhin bekam man ab 1965 drei und ab 1977 vier Wochen bezahlten Mindesturlaub. Nachdem sich die Deutschen von den ärgsten Kriegsfolgen erholt hatten und 1951 die Grenzformalitäten bei der Einreise in Besatzungszonen der Westalliierten erleichtert wurden, stellten sie ab 1952 wiederum die weitaus größte Gruppe der Ausländer unter den Österreichurlaubern.

Die fortschreitende Motorisierung erlaubte erstmals auch eine weitgehend individuelle Reisegestaltung. Das verspürte vor allem das Umland von Wien. Die Nachfrage nach der klassischen „Sommerfrische“ vor den Toren der Stadt ging zurück zugunsten der Seen Oberösterreichs und Kärntens oder der Wälder und Berge der Steiermark, Salzburgs, Tirols und Vorarlbergs. Niederösterreich reagierte in den 1960er Jahren auf diesen Negativtrend mit intensiver Plakatwerbung, nimmt aber heute mit knapp 7 Mio Nächtigungen vor dem

Burgenland nur den vorletzten Platz unter den österreichischen Bundesländern ein. Das bis 1938 wichtigste Fremdenverkehrszentrum Semmering wurde vom Donauraum zwischen Pöchlarn und Krems abgelöst.

1955 gab es erstmals mehr Nächtigungen von Ausländern als von Inländern, seit dem Jahr 2000 übersteigen die Umsätze aus dem Winterfremdenverkehr diejenigen vom Sommer. Dazwischen gab es in Zusammenhang mit Wirtschaftskrisen immer wieder empfindliche Einbußen. Ab 1970 geriet die europäische Industrie in große Ertragsschwierigkeiten was zu Produktionsverlagerungen in Billiglohnländer führte. Gab es bis dahin Arbeitskräftemangel, der durch Gastarbeiter aus Jugoslawien oder der Türkei behoben wurde, so gab es nun zu wenige Arbeitsplätze. Arbeitslosigkeit sollte zu einem dauernden Problem Mittel- und Westeuropas werden. Die Entwicklung wurde durch den ersten „Ölpreisschock“ von 1973 noch verstärkt. Gleichzeitig drängten die Mittelmeer-Anrainerländer massiv auf den Fremdenverkehrsmarkt. Stabiles Sommerwetter und günstige Preise lockten auch die Österreicher immer öfter zu den neuen Destinationen. Das führte zu regelmäßigen Einbrüchen in den Nächtigungszahlen. Nicht zuletzt durch konsequente Werbung konnte die österreichische Fremdenverkehrswirtschaft solche Rückschläge regelmäßig überwinden, wenngleich die Zuwachsraten nie mehr das Niveau der Jahre vor 1971 erreichen sollten.

Überhaupt ist der Erfolg des Tourismuslandes Österreich nach dem Zweiten Weltkrieg kaum besser darstellbar, als durch die Nächtigungszahlen. Parallel zur Beseitigung der Kriegsfolgen stiegen sie von 14 Millionen im Jahr 1950, was dem Niveau von 1926 entsprach, auf den bisherigen Höchstwert von 135 Millionen im Jahr 2015. Damit lag Österreich nach der Zahl der Gästeankünfte weltweit auf dem 12. Platz.

www.plakatmuseum.at, erik.eybl@aon.at