

Paulina KOSOWSKA

Uniwersytet Warszawski

POLITYKA TURYSTYCZNA WIEDNIA

1. Wstęp

Turystyka niezmiennie jest jednym z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki w Europie. Jest istotnym czynnikiem rozwoju ekonomicznego miast i regionów, stanowi ważny czynnik integracji ludzi różnych narodowości i kultur, co za tym idzie może być czynnikiem jednoczącym społeczeństwa. Te trzy aspekty sprawiają, że turystyka zajmuje jedną z kluczowych pozycji w strategiach rozwoju oraz znajduje odzwierciedlenie w planach budżetowych dotyczących inwestycji, marketingu i promocji turystyki, regulacjach prawnych dotyczących podmiotów funkcjonujących w turystyce oraz rozwijania partnerstwa publiczno-prywatnego (WALASEK 2009).

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie podejścia władz Wiednia do kształtowania polityki turystycznej w mieście, tym bardziej, że rozwój turystyki ma istotny wpływ na funkcjonowanie miast, a także na zmiany zachodzące w ich przestrzeni. Zarówno geografowie, jak również planiści traktują funkcję turystyczną miast jako jeden z istotniejszych czynników decydujących o przemianach funkcjonalno-fizjonomicznych miast (KOWALCZYK 2005). Znajduje ona dlatego coraz więcej miejsca w strategiach rozwoju miast oraz, co za tym idzie, w planach miejscowych. Zjawisko to można określić

jako miejską politykę turystyczną. Najogólniej zdefiniowane zostało jako wiele działań podejmowanych lub nie w zakresie turystyki przez rząd (HALL, JENKINS 1995). Uszczegółowiając, jednak polityka turystyczna rozumiana jest w niniejszej pracy jako całościowy plan zmierzający do wcześniej założonych celów poprzez konkretne procedury, wykorzystując odpowiednie narzędzia (SHURAIKI 2001). Podmioty realizujące tę politykę są różne na różnych poziomach.

Na potrzeby tego opracowania zdefiniowano pojęcie turystyki miejskiej, ponieważ na tej podstawie zostały przeanalizowane w dalszej części dokumenty strategiczne. Za turystykę miejską rozumie się przede wszystkim „turystykę, której celem jest odwiedzenie i poznanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego za niepodzielny element przestrzeni turystycznej” (KOWALCZYK 2005). Nie mniej jednak turystyka miejska uwzględnia wszystkie formy turystyki, które mogą się odbywać na terenach miejskich (turystyka biznesowa, handlowa, wypoczynkowa, kongresowa, sportowa itp.).

Wiedeń, największe miasto i jednocześnie stolica Austrii, leży w północno-zachodniej części kraju nad Dunajem. Malownicze położenie nad rzeką, duża liczba parków i naturalnych terenów zielonych decydują o jego wysokiej atrakcyjności przyrodniczo-krajobrazowej. Liczne zabytki architektury, imprezy kulturalne, bogate życie artystyczne miasta natomiast sprawiły, że udało mu się wypromować na świecie. Wspomniane walory przyrodnicze, antropogeniczne, liczne imprezy kulturalne i sportowe, a także fakt, że jest to istotny ośrodek administracyjny i gospodarczy w skali europejskiej, przyciągają corocznie rzeszę turystów. Po raz pierwszy w roku 2011 liczba osób odwiedzających miasto przekroczyła 5 mln (wzrost o 7,2%), a liczba noclegów wzrosła do ponad 11 mln, co stanowi o ponad 5% więcej, niż w roku poprzednim – 2010 (*Tourismusbilanz...* 2011).

Wiedeń charakteryzuje się małym przestrzennym zróżnicowaniem atrakcyjności turystycznej, przy czym należy podkreślić, że śródmieście (Innere Stadt, później określane jako City) ma największą wartość historyczną i jest najbardziej atrakcyjne. Przedmiotem opracowania jest przedstawienie polityki turystycznej miasta, jej głównych podmiotów oraz założeń, a także w dalszej części wskazanie i omówienie przestrzeni turystycznych miasta na podstawie istniejących dokumentów.

2. Polityka turystyczna Wiednia

Politykę turystyczną Wiednia należy rozważać na dwóch poziomach: centralnym oraz lokalnym (Wiedeń jest miastem na prawach Landu, przez co poziom regionalny jest równy poziomowi lokalnemu). Podmiotem uczestniczącym w polityce turystycznej na poziomie centralnym jest Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (Ministerstwo ds. Gospodarki, Rodziny i Młodzieży), które współpracuje z wieloma instytucjami (m.in. z lotniskiem, koleją). Dział ministerstwa zajmujący się turystyką podzielony jest na cztery oddziały: polityka turystyczna, międzynarodowe relacje turystyczne, turystyczne punkty usługowe oraz dotacje w dziedzinie turystyki. Do najważniejszych zadań ministerstwa należy przygotowywanie strategii rozwoju turystyki kraju, zawieranie umów międzynarodowych, prowadzenie statystyk itp.

Obecnie obowiązuje Strategia rozwoju turystyki „Neue Wege im Tourismus” (Nowe ścieżki w turystyce). Koncentruje się ona na trzech tematach: Alpy, Dunaj oraz Miasta i Kultura. Ostatni z nich oparty jest na promocji dziedzictwa kulturowego w miastach austriackich, w tym Wiednia (*Tourismusstrategie* 2010). Należy zaznaczyć, że poziom krajowy koncentruje się na promocji marki, nie ingeruje natomiast w zmiany zachodzące w strukturze przestrzennej miasta.

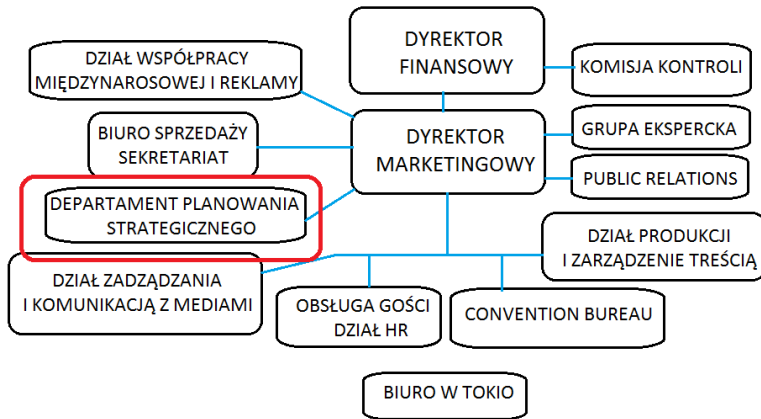
Na poziomie lokalnym istnieją dwa podmioty uczestniczące w polityce turystycznej Wiednia: Urząd Miasta oraz WienTourismus.

Urząd Miasta ma bardzo jasną strukturę, jednak żadna z komórek nie jest odpowiedzialna bezpośrednio za turystykę. Uczestnictwo w planowaniu turystyki przejawia się poprzez planowanie przestrzenne. Komórka odpowiedzialna za rozwój miasta, tworzenie planów miejscowych i uwzględniająca projekty wynikające z koncepcji rozwoju turystyki to resorty: rozwój miasta, ruch drogowy, ochrona klimatu, planowanie energetyczne i wsparcie dla obywateli miasta. W skład tego resortu wchodzi dwanaście wydziałów. W tej jednostce spoczywają kompetencje stworzenia strategii przestrzennego rozwoju miasta.

Drugim podmiotem odpowiedzialnym za turystykę w Wiedniu jest WienTourismus (rys. 1).

Jest to jedyna jednostka, która jest odpowiedzialna za turystykę w każdym jej aspekcie. Do jej głównych celów należy:

- zbieranie informacji i danych dotyczących rynku turystycznego;



Rys. 1. Struktura organizacyjna WienTourismus.

Źródło: opracowanie własne na podstawie strony internetowej [www. wien.info](http://www.wien.info)

- promocja miasta na rynkach zagranicznych;
- reprezentowanie Wiednia na targach i w warsztatach;
- współpraca z przedstawicielami innych miast oraz partnerami z branży turystycznej;
- tworzenie dokumentów strategicznych i raportów (koncepcja rozwoju turystyki, koncepcja marketingowa itp.);
- współpraca z mediami.

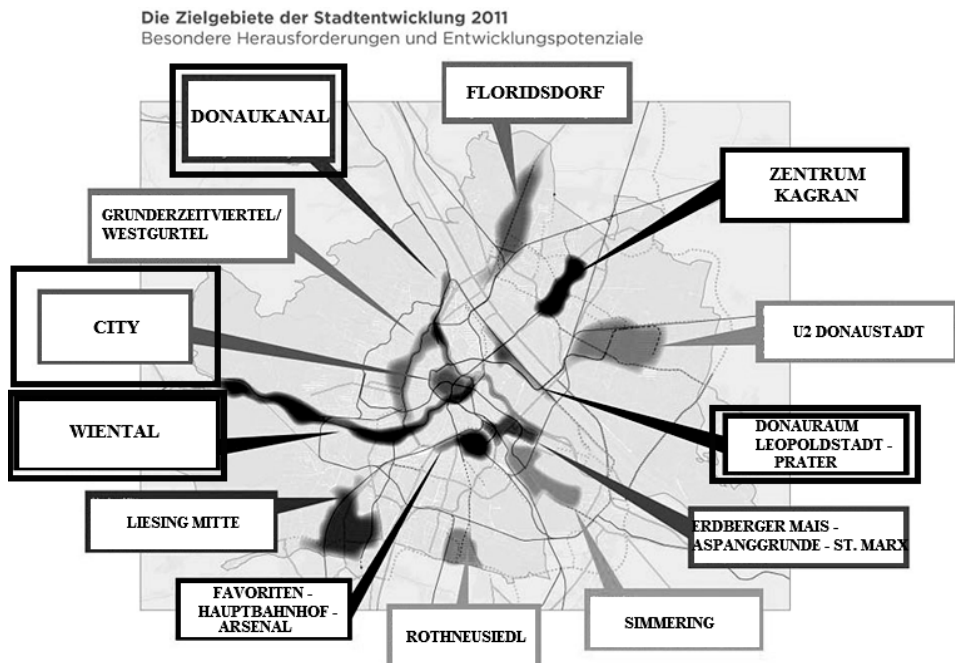
3. Analiza dokumentów strategicznych

Analizie poddano obowiązującą koncepcję turystyki – *Tourismuskonzept 2015: Wien, jetzt oder nie* (Wiedeń, teraz albo nigdy) oraz „Strategię przestrzennego rozwoju miasta”.

Koncepcja Turystyki Wien 2015 składa się z dziewięciu celów priorytetowych:

1. „Willkommen und Auf Wiedersehen” – czyli dostępność komunikacyjna miasta.
2. „Hauben und Sterne” – hotele i gastronomia.
3. „Unterwegs in der Stadt” – polepszenie jakości informacji turystycznej, oznakowania miasta oraz dostępności komunikacyjnej zabytkowych obiektów.

4. „Stadtbild, Design und Ästhetik” – wyeksponowanie architektury oraz zwrot miasta ku wodzie.
5. „Kultur hat immer Saison” – współpraca różnych placówek związanych z kulturą.
6. Meeting (in) Vienna” – zwrot ku turystyce targowej i kongresowej.
7. „Von Kohlmarkt bis Naschmarkt” – turystyka zakupowa i kulinarna.
8. „Auslüften” – parki i ogrody.
9. „Hinter den Kulissen” – wzmocnienie pozycji Wiednia na rynku międzynarodowym.



Rys. 2. Trzynaście obszarów rozwojowych Wiednia
Źródło: www.wien.at

W „Strategii przestrzennego rozwoju miasta” zostało natomiast wyodrębnione 13 obszarów rozwojowych miasta (rys. 2). Cztery z nich bezpośrednio dotyczą projektów związanych z turystyką (zaznaczone są na rys. 2 przez podwójne obramowanie), natomiast pozostałe poruszają problem pośrednio (np. poprzez poprawę infrastruktury kolejowej – obszar Favoriten-Hauptbahnhof – Arsenal). Te drugie nie zostaną tutaj omówione.

3.1. Obszar 1: Die City

Jest to najważniejsza część miasta z punktu widzenia nie tylko turysty (rys. 3). Historyczne i kulturalne centrum Wiednia jest niewątpliwie administracyjno-politycznym centrum Austrii. 1,1% ludności i 20% miejsc pracy przypada właśnie na tę część miasta. Obszar ten ma czytelną budowę centrum, dobrze rozwiniętą sieć transportu publicznego w centrum miasta, jak również centrum z terenami podmiejskimi. Liczne obszary dla pieszych i pasáže tworzą przestrzeń przyjazną spacerowiczom. W tej tylko dzielnicy są obszary zieleni o znaczeniu historycznym: Stadtpark, Rathausgarten, Volksgarten, Burggarten. Cała dzielnica wpisana jest na światową listę dziedzictwa kulturowego UNESCO.

Do wyzwań związanych z turystyką należą:

- utrzymanie tej części Wiednia jako centrum o znaczeniu krajowym i międzynarodowym;
- uzupełnienie i wzmocnienie „interakcji” pomiędzy tą częścią miasta a lewym brzegiem kanału dunajskiego;
- zachowanie wielofunkcyjności centrum jako z jednej strony dziedzictwa kulturowego, a z drugiej miejsca funkcjonalnego oraz centrum gospodarczego;
- zachowanie cennych historycznie układów urbanistycznych jednocześnie wprowadzając nowe funkcje.

Miasto podejmuje wiele działań by zrealizować wymienione cele. Obecnie najważniejszymi są: konserwacja zabytkowych parków, by spełniały funkcję rekreacyjną, budowa parkingów podziemnych, by całkowicie wyeliminować ruch samochodowy, promocja istniejącej już oferty.

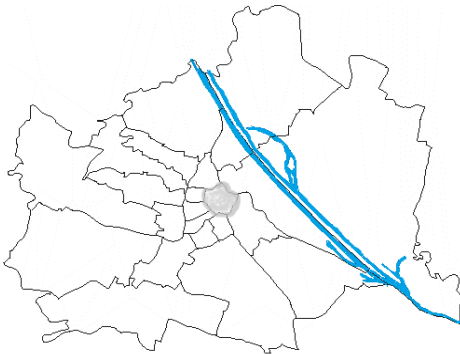
Założenia te zgodne są z 4, 5 oraz 8 celem priorytetowym „Strategii rozwoju turystyki”.

3.2. Obszar 2: Waterfront

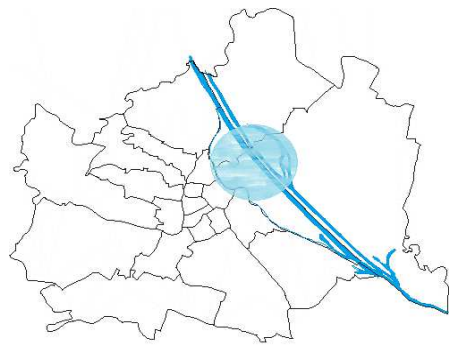
Jest to obszar, który nie został zaznaczony na głównym rysunku, ponieważ dotyczy fragmentów aż trzech dzielnic (1, 2, 22) i części te objęte są również innymi projektami. Zlokalizowany jest pomiędzy kanałem Dunaju, Dunajem, Nowym i Starym Dynajem (rys. 4). Należy obecnie do najbardziej dynamicznej, najszybciej rozwijającej się części Wiednia. Tereny położone w pobliżu wody w mieście zawsze uważane są za najbardziej atrakcyjne. Z tego

powodu środek ciężkości rozwoju Wiednia i przestrzeni przeznaczonych dla turystów przypada na Waterfront. Podmioty odpowiedzialne za politykę rozwoju skoncentrowane są na wzmocnieniu układów wzdłuż wspomnianych cieków wodnych, wprowadzenie większej liczby rejsów pasażerskich, jednak najważniejszy jest rozwój Donau City, które w przyszłości ma stać się kompleksowym centrum sportowym, *spa & wellness* oraz centrum kongresowym. Rozwój tej części Wiednia doprowadzić ma do wydłużenia pobytu turystów.

Założenia i projekty zgodne są z 2, 3, 4, 5, 6 i 7 celem priorytetowym zawartym w „Strategii rozwoju turystyki”.



Rys. 3. Obszar 1: City



Rys. 4. Obszar 2: Waterfront

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Stadtentwicklung Wien STEP 2005 – Masterplan”

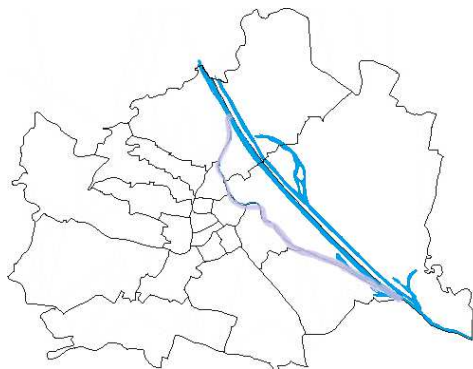
3.3. Obszar 3: Wiental

Część miasta wzdłuż rzeki Wiedenki. Obejmuje niedużo ponad 14,5-kilometrowy odcinek, rozpoczynający się od historycznego centrum Wiednia i prowadzi w kierunku zachodnim do lasu Wiener Wald (rys. 5). Obszar z punktu widzenia turysty jest bardzo interesujący, ponieważ pokazuje cały przekrój miasta: od zabytkowego centrum, zabytków architektury, przez obszary biurowe i dzielnice mieszkalne, aż po obszar dziedzictwa kulturowego (Schoenbrunn) i lasu. Obecnie trwają prace nad projektem zwiększającym atrakcyjność tego terenu jako przestrzeni czasu wolnego (ścieżki rowerowe, deptaki) oraz umożliwiającym łatwiejsze przekraczanie Wiedenki już na obszarze lasu.

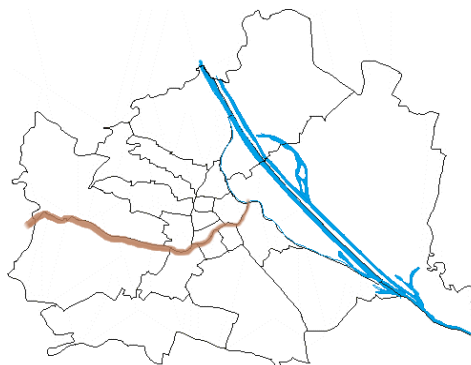
Projekty przewidziane na tym obszarze są zgodne z 1, 3, 4 i 8 celem priorytetowym „Strategii rozwoju turystyki”.

3.4. Obszar 4: Donaukanal

Kanał ma 17 km długości (rys. 6). W ostatnich latach zostało zrealizowanych wzdłuż niego wiele projektów, które podkreślają charakter Wiednia, a jednocześnie nadają mu nowoczesny wygląd. Należą do nich Media-Tower, Uniqa-Gebäude czy Kaipalast. W dalszym ciągu obszar ten jest traktowany jako miejsce wypoczynku, rekreacji oraz letniej sceny kulturowej miasta. Pomimo różnorodnej infrastruktury gastronomicznej w planach jest jej polepszenie. Władze miasta pracują nad polepszeniem dostępności, w szczególności dla osób niepełnosprawnych, nad wprowadzeniem jednolitego oświetlenia, stworzeniem dłuższych stref pieszych i rowerowych i, co najważniejsze, niedopuszczeniem do redukcji brzegu.



Rys. 5. Obszar 3: Wiental



Rys. 6. Obszar 4: Donaukanal

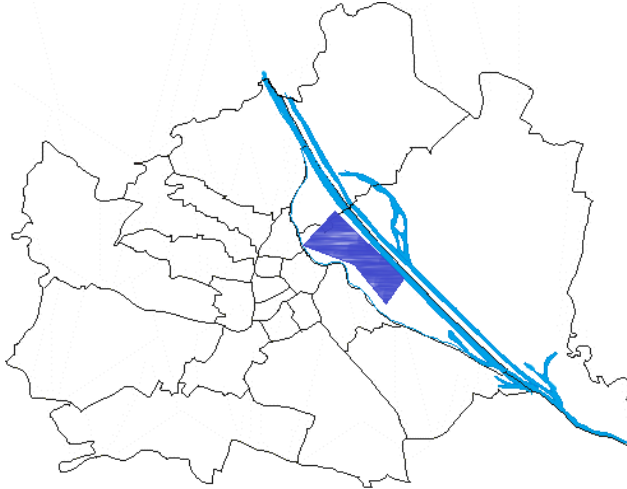
Źródło: Stadtentwicklung Wien STEP 2005 – Masterplan

Założenia przewidziane na tym obszarze odpowiadają 1,3,4,5 i 8 celem priorytetowym „Strategii rozwoju turystyki”.

3.5. Obszar 5: Prater – Messe – Krieau – Stadion

Z punktu widzenia rozwoju turystyki w Wiedniu obszar ten jest bardzo ważny. Położony jest zaledwie w promieniu 4 km od historycznego centrum, w otoczeniu dużych terenów rekreacyjnych i sportowych po prawej strony Dunaju (rys. 7). Przestrzeń rekreacji w sezonie letnim są dużą zaletą, jednak w sezonie zimowym są one określane jako obszary „martwe”. Celem

podmiotów odpowiedzialnych zarówno za rozwój miasta, jak i turystykę jest zagospodarowanie tego terenu. Niewątpliwie główną atrakcją tego fragmentu Wiednia jest park rozrywki, który jest marką miasta. Dlatego w niedalekiej przyszłości ma zostać zrealizowane przeprojektowanie wejścia i stworzenie nowego centrum rozrywki. Dodatkowo w planach jest zwiększenie atrakcyjności poprzez lepsze zarządzanie systemem mostów.



Rys. 7. Obszar 5: Prater – Messe – Krieau – Stadion
Źródło: Stadtentwicklung Wien STEP 2005 – Masterplan

Założenia zgodne są z 2, 3, 5, 6 i 8 celem priorytetowym „Strategii rozwoju turystyki”.

4. Zakończenie

Wiedeń to miasto, które pełni funkcje centrum komunikacji międzynarodowej, nauki, kultury, administracji i turystyki. Miasto, które stale ulega przemianom przestrzennym i społecznym. Dlatego tak ważnym elementem jest długoterminowa polityka ich rozwoju, w tym polityka turystyczna. Wydaje się, że w stolicy Austrii polityka ta funkcjonuje bardzo dobrze. Oddanie kompetencji jednemu podmiotowi koordynującemu wszystkie aspekty roz-

woju turystyki przynosi wymierne efekty. Dodatkowo zgodność obowiązujących dokumentów przyczynia się do ich łatwiejszej realizacji, co w tym przypadku wróży powodzenie. Widać, że kształtowanie miast w aspekcie turystycznym jest zaplanowane, posiada odpowiednie regulacje i narzędzia. Tworzy jednolitą całość, którą łatwiej wypromować, a następnie „sprzedać” turystom.

BIBLIOGRAFIA

- HALL C.M., JENKINS J., 1995, *Tourism and Public Policy*, Routledge, London.
- KOWALCZYK A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, „Prace i Studia Geograficzne ” 35, Warszawa, s. 155–197.
- SHURAIKI T., 2001–2002, *Tourism policy*, „Polityka Gospodarcza” 5–276, 6, s. 274–283.
- Tourismusbilanz 2011*, Wien, jetzt oder nie, Wiener Tourismusverband.
- Tourismuskonzept 2015*, Wien, jetzt oder nie, Wiener Tourismusverband (<http://www.tourismus-konzept2015.wien.info/book.html>).
- Tourismusstrategie 2010*, Wien, jetzt oder nie, Wiener Tourismusverband.
- 50 Jahre & die Zukunft 1955–2005 Wien Tourismus*, Wiener Tourismusverband (<http://b2b.wien.info/media/files-b2b/50-jahre-wientourismus.pdf>).
- WALASEK J., 2009, *Turystyka w Unii Europejskiej*, Wyd. Akademickie Wyższej Szkoły Społeczno-Przyrodniczej im. W. Pola w Lublinie, Lublin.
- www.wien.info.
- www.wien.at.
- <http://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/projekte/zielgebiete/>.