

Wasser ohne Kraft

Wirtschaftsfaktor See. Zerstrittene Gemeinden, zersplitterte Kompetenzen, fehlendes Standort-Management – Österreichs Seen lassen gewaltige wirtschaftliche Chancen liegen, wie eine aktuelle Studie zeigt.

Wenn Peter Untersperger, CEO des weltweit tätigen Faserherstellers Lenzing, Besuch von Geschäftspartnern aus dem Ausland bekommt, hat er eine große Sorge: Wo die Gäste angemessen unterbringen? Zwar liegt Lenzing unweit des beliebten Attersees, doch dort gibt es kein einziges Fünf-Sterne-Hotel und kein hochwertiges, ganzjährig geöffnetes Restaurant. „Für uns ist das ein echtes Problem“, sagt Untersperger, „der Attersee ist touristisch leider immer noch sehr verschlafen und wartet seit 30 Jahren darauf, wachgeküsst zu werden.“

Wer als Urlauber zum Millstätter See in Kärnten möchte, muss an der Bahnstation Spittal / Millstätter See aussteigen – und ist dort doch falsch. Denn zum nahen See gibt es weder einen Radweg noch einen akzeptablen Fußweg, sondern nur eine enge, kurvige Straße, auf der es für nicht motorisierte Verkehrsteilnehmer

lebensgefährlich ist. „Leider ist es bisher nicht gelungen, die Stadt Spittal und den Millstätter See touristisch zu verbinden“, klagt der örtliche Immobilienentwickler Peter Kleinfurter. „Da wird eher gegeneinander gearbeitet.“

Um einen Radweg um den Millstätter See zu verwirklichen, mittlerweile ein Highlight der Region, dauerte es drei zähe Jahre. Mit insgesamt fünf Gemeinden und einer Hand voll privaten Waldbesitzern musste verhandelt werden. Bei einer Gesamtlänge von 27 Kilometern kam das Projekt rein rechnerisch 24,65 Meter pro Tag vorwärts – zu wenig, um eine Region voranzubringen. Dabei wäre ein Schub bitter nötig. Seit 2001 ging rund um den Millstätter See jeder 20. Arbeitsplatz verloren, was den letzten Platz im Seen-Job-Ranking bedeutet (siehe rechts). Größter Schlag war die Schließung der Gabor-Schuhfabrik, wo zu Spitzenzeiten Ende der Neunzigerjahre noch 1.300 Mitarbeiter beschäftigt waren.

Wenn jetzt die aktuellen Nächtigungszahlen für Österreichs Tourismusorte vorgelegt werden, geht es vor allem um die Frage „Sonne oder nicht Sonne?“. Die Bilanz-Erstellung könnte also den Meteorologen überlassen werden: Bei Sommerwetter sind die Betten voll, bei vielen Regentagen leer – so betrachtet ist der Tourismus ein recht simples Geschäftsmodell. Dass dem nicht so ist, illustrieren die beiden oben geschilderten Beispiele. Und dass Österreichs Seen ihr Potenzial bei weitem nicht ausschöpfen, belegt eine aktuelle Studie der Strategieberatung Hoeflinger Solutions über den „Wirtschaftsfaktor See“. Deren zentrale These: Die Seen und die Regionen drum herum sind ein weitgehend ungenutztes Reservoir, eine Quelle ohne Kraft.

Wettbewerbsvorteil See. „Neben der Betrachtung als Tourismus-Destination kann der Faktor ‚Wasser‘ auch als Wettbewerbsvorteil für die Ansiedlung von Unter- >>

Seen-Ranking: Wer rund ums Wasser die meisten Jobs schafft



Entwicklung Erwerbstätige 2001 bis 2008.
Quelle: Hoeflinger Solutions, Statistik Austria.



KRITIKER. Für Lenzing-Chef Peter Untersperger ist der Attersee „touristisch verschlafen“.



VORBILD. Oliver Reitz vermarktet den Tegernsee als Gesamtpaket und gleicht Interessen aus.



EXPERTE. Stefan Höffinger sieht für Österreichs Seen als Wirtschaftsstandort ungenutzte Chancen.

>> nehmen und für die Entwicklung der gesamten Region genutzt werden“, sagt Studienleiter Stefan Höffinger. Eine attraktive Verbindung von Arbeit und Freizeit, ein ideales Umfeld für die Familien von Top-Mitarbeitern, kurze Arbeitswege ohne Stau – all das können See-Regionen bieten. „Doch dafür bedarf es eines integrierten Standort-Managements, das Tourismus, Infrastrukturentwicklung und Wirtschaftsansiedlung unter einen Hut bringt“, sagt Höffinger. Oder eines eigenwilligen Unternehmers wie Red-Bull-Milliardär Dietrich Mateschitz. Der hat den emotionalen Faktor „See“ und den hohen Freizeitwert früh erkannt und seine Zentrale bewusst am Fuschlseer errichtet.

Die ersten Aufgaben für ein gezieltes Standort-Management: die verschiedenen Angebote der Region zu vernetzen, widerstrebende Interessen von Gemeinden, Hoteliers, Industriebetrieben und Zweitwohnungsbesitzern unter einen Hut zu bringen und gleichzeitig nach Ergänzungen für

den Tourismus zu suchen. Denn auch wenn die späte August-Sonne diesen Sommer noch retten mag, langfristig weisen die Nächtigungszahlen in vielen See-Regionen nach unten: Seit 2005 ist die Zahl der Gäste-Nächte am Attersee um drei Prozent gesunken, Fuschl- und Traunsee haben jeweils zwei Prozent verloren. Oberösterreich als Bundesland insgesamt konnte im selben Zeitraum ein Plus von vier Prozent erzielen.

Auch der Wörthersee hat seit 2005 gegen den Kärnten-Trend zwei Prozent Nächtigungen verloren. Und das, obwohl nirgends anders so viel publikumsträchtige Events stattfinden wie am Wörthersee, vom Beachvolleyball über das ATP-Tennisturnier bis zum GTI-Treffen. Jetzt droht Kärntens Promi-Gewässer sogar größeres Ungemach: Aufgrund ausgeprägter Ufer-Bebauung und einer Flut von Motorboot-Lizenzen erwarten Experten für 2013 eine Herabstufung der offiziellen Wasserqualität von „Gut“ auf „Befriedigend“.

Christian Schirlbauer, Tourismus-Direktor des Attersees, begründet die schwache Bilanz mit dem sinkenden Betten-Angebot: „Immer mehr Tourismusbetriebe sperren zu, weil die junge Generation nicht weitermachen will. Zudem fehlen uns große Leitbetriebe.“ Doch die Ansiedlung neuer Hotels geht über die Technologie- und Marketinggesellschaft TMG in Linz. „Wir wissen vor Ort nicht, wo Grundstücke zu haben sind und zu welchen Preisen“, kritisiert Schirlbauer.

Vorbild Tegernsee. Am Tegernsee im benachbarten Bayern hat man das Problem erkannt. Dort betreibt der See-Manager Oliver Reitz aktives Standort-Management. „Dabei geht es nicht nur um Betriebsansiedlung, sondern wir verstehen uns auch als neutraler Moderator zwischen Unternehmen, kommunalen Behörden und politischen Gremien“, so Reitz. Finanziert wird die Standortmarketing-Gesellschaft (SMG) hauptsächlich von der Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee mit jährlich 224.000 Euro – auch für deutsche Verhältnisse eine Besonderheit.

Als die Tegernseer Brauerei ihr Gelände in bester Seelage erweitern wollte, besorgte Reitz dem Unternehmen ein passendes Grundstück in größerer Entfernung, um den kostbaren Seegrund für touristische Nutzung zu erhalten. Der Discounter Lidl bekam einen Baugrund nur mit der Auflage, auf einem benachbarten Grundstück leistbare Wohnungen zu schaffen, damit die Einheimischen nicht komplett von wohlhabenden Münchnern verdrängt werden.

„Der Tegernsee ist im Bereich des Seen-Managements ein Vorbild“, lobt auch Experte Stefan Höffinger, „Vergleichbares gibt es in Österreich nur in Ansätzen.“

ARNE JOHANNSEN

EVENT-SEE. Trotz Großveranstaltungen wie dem Beachvolleyball verliert der Wörthersee seit Jahren im Sommer Übernachtungen. Jetzt droht auch noch eine Herabstufung der Wasserqualität.



tourismusbilanz

Kalt-warm im Sommer 2011: Nur wer Alternativen zu Baden und Sonnen anbietet, bilanziert positiv

Die Wetterkapriolen im Sommer 2011 zeigen die Schwachstellen des heimischen Tourismus knallhart auf. Punkten können nur Regionen mit breitem Angebot.

Das Tropenwetter im August kam für viele heimische Tourismusregionen keinen Tag zu spät. Nach dem vergnügten Juli und teilweise dramatischen Umsatzeinbrüchen könnte sich dank 37 Grad im Schatten in der Sommerbilanz 2011 „eine schwarze Null ausgehen“, so Thomas Reizenhahn, Geschäftsführer der Österreichischen Hoteliersvereinigung. Eine halbwegs ausgeglichene Bilanz für den Sommer sieht auch Gernot Riedel, Geschäftsführer des Wörtherseetourismus: „Wir rechnen heuer im Sommer mit einem minimalen Minus von 0,1 Prozent.“ Und das, obwohl die Zahl der Ankünfte von Mai bis Juli am Wörthersee um 3,7 Prozent gestiegen ist. Die Gäste bleiben aber heuer deutlich kürzer als in den Vorjahren.

Alternativen gesucht. Ein Blick auf die touristische Sommerbilanz in Österreich zeigt klar: Wer zu Baden und Sonnen keine Alternativen anzubieten hat, sinkt in der Gästegunst. Viele heimische Fremdenverkehrsregionen und Hoteliers haben bereits vor zehn Jahren begonnen, hier gegenzusteuern. Reizenhahn: „Die Investitionen in Wellnessbereiche, Thermenanlagen und den Gesundheitstourismus waren in den letzten Jahren im Vier- und Fünf-Sterne-Bereich überdurchschnittlich hoch.“ Diese Betriebe verzeichnen daher deutlich geringere saisonale Schwankungen als jene, bei denen sich das Urlaubsangebot auf einen Liegestuhl in der grünen Wiese beschränkt. Ronald Felder, Geschäftsführer des Salzkammergut Tourismus: „Das Schlechtwetter spielt bei uns keine entscheidende Rolle mehr, es gibt genügend Alternativen.“ So wurden in den letzten Jahren zwei neue Thermen in der

Region in Betrieb genommen. Die Wellness- und Kureinrichtungen in Bad Mitterndorf und Bad Ischl runden das Badeangebot ebenso ab wie Kulturevents in Bad Ischl oder Gmunden am Traunsee. „Der Gesundheitstourismus sorgt vor allem in Regionen, die nur über eine Tourismussaison verfügen, für eine deutliche Saisonverlängerung“, sagt Reizenhahn. Die ist für das wirtschaftliche Überleben der Tourismusbetriebe inzwischen entscheidend geworden. Reizenhahn: „Bei Regionen mit nur einer Saison sind die Erhöhung der Belegtage und eine Verlängerung der Saison überlebenswichtig.“ Das kann Heidi Schaller, Direktorin des Vier-Sterne-Hotels „Werzer's“ in Velden, nur bestätigen: „Der Österreicher wird im Urlaub immer wettersensibler, daher muss man vorbeugend in Familienaktivitäten, den Wellnessbereich und auch in den Gesundheitstourismus investieren.“ Den heuri-

gen Sommer hat das „Werzer's“ dank dieser Philosophie auch nahezu ohne Einbrüche überstanden.

Kultur als Reisealternative. Wellness alleine rettet aber noch nicht vor witterungsbedingtem Ungemach. Ludwig Staller, Direktor des „Seehotels Rust“ am Neusiedler See: „Bei schlechtem Wetter kommt einfach niemand ins Burgenland, obwohl der Wellnessbereich bestens abgedeckt ist.“ Dem eindimensionalen Sonnenland-Image versucht die Region mit kulinarischen Genüssen und einem jährlich breiter werdenden Kulturangebot entgegenzuwirken. Erste Erfolge konnte man im Haydn-Jahr bereits feiern, das heurige Liszt-Jahr hat allerdings nicht ganz die Zugkraft des Komponisten der „Kaiserhymne“.

Kultur ist auch das wichtigste Asset am anderen Ende Österreichs. In der Bodensee-Region konnte man sich heuer trotz reichlich Regens, dank Bregenzer Festspiele und einem jungen Kulturangebot, vom Kunsthaus Bregenz bis zur Poolbar in Feldkirch, um sieben Prozent steigern. Birgit Sauter, Geschäftsführerin des Vorarlberg Tourismus: „Die Ausstellung des chinesischen Künstlers Ai Weiwei und die Festspiele ziehen Touristen an, egal wie das Wetter gerade ist.“

CH. NEUHOLD, L. SCHWAIGHOFER



KURZ-URLAUB. Gernot Riedel, Geschäftsführer des Wörtherseetourismus, ortet in seiner Region eine steigende Zahl von Kurzurlaubern.

SEEN-BILANZ. Die ersten Sommermonate waren an Österreichs beliebtesten Seen sehr durchwachsen. Am Bodensee feiert man ein starkes Plus, am Wörthersee gibt es ein kleines Minus.

	Nächtigungen Mai – Juli '11	Veränderung ggü. 2010	Tendenz
Bodensee	215.569	+7,5%*	↗
Weißensee	151.775	+1,8%	↗
Salzkammergut	1.482.810	+0,17%	→
Wörthersee	765.540	-0,2%	↘

*Mai bis Juni