

Ganzjahres-Programm sichert die Existenz

Der Wolfgangsee hat sich im Tourismus als Ganzjahres-Marke etabliert. Entgegen dem bundesweiten Trend legten die Nüchternungen im Winter kontinuierlich zu.

Wirtschaftsfaktor SEEN



St. Wolfgang. „Die Tourismusbetriebe in der Region haben es verstanden, dass sie investieren müssen“, sagt Hotelier Hellmut Peter. „Das Weiße Rössl schon vor drei Jahrzehnten, die anderen halt ein bisschen später.“ Geld muss laut Peter laufend in Qualität und Ausstattung fließen. Nur von der Sommersaison kann ein Tourismusbetrieb schwer leben.

Das ist auch den drei Gemeinden am Wolfgangsee bewusst. St. Wolfgang, St. Gilgen und Strobl haben ihre Tourismusverbände vor mehr als zehn Jahren zusammengelegt, um die Aktivitäten zu steuern. „Der Wolfgangsee ist als Marke etabliert“, sagt Peter. Die touristischen Wurzeln reichen bis ins Mittelalter: „St. Wolfgang war damals der wichtigste Wallfahrtsort Mitteleuropas“, sagt Studienleiter Stefan Höffinger. Als eine der wenigen Regionen haben die Gemeinden um den See in den vergangenen fünf Jahren ein Plus im Wintertourismus geschafft. Gelungen ist das laut Hotelier Peter, weil „wir gemäß dem Motto ‚Winterferien‘ gezeigt haben, dass man tausend andere Sachen außer Skifahren machen kann“. Mit Angeboten wie Rodeln, Winterwandern und Pferdeschlitten konnten abgewanderte Gäste kompensiert werden. „Veran-



Stefan, Beigestellt

Der **Wolfgangsee** zeichnet sich durch ideale Schiffsverbindungen aus



„Wir haben schon vor 30 Jahren verstanden, dass man investieren muss“

Hellmut Peter
Hotelier

staltungen wie der Wolfgangsee Advent sorgen für zusätzliche Attraktivität im Winter“, ergänzt Höffinger.

Trotz der gelungenen Positionierung im Fremdenver-

kehr gehen kontinuierlich Jobs verloren. In den vergangenen zehn Jahren ist die Zahl der Erwerbstätigen um 0,8 Prozent auf 4700 gesunken. Mit ein Grund sind die stark stei-

genden Personalaufwendungen. „Die Leute kosten zu viel und verdienen viel zu wenig“, sagt Peter in Anspielung auf die Belastungen durch Lohnnebenkosten. Dass sich daran etwas ändert, sei angesichts des mangelnden Einsatzes der Regierung auszuschließen.

Wenig Immo-Deals

Politik hat am Wolfgangsee traditionell immer eine wichtige Rolle gespielt. Ex-Kanzler Schüssel hat ein Ferienhaus in der Region. Besonders dynamisch hat sich der Immo-standort aber nicht entwickelt,

WOLFGANGSEE

Bekannte Gemeinden: St. Gilgen, St. Wolfgang, Strobl

Wirtschaftsstandort



Immobilienmanagement



Tourismusmanagement



Infrastrukturmanagement



Umweltmanagement



Erwerbstätige	4741
Preis/m ²	132 €
Pacht/m ² /Jahr	10,90 €
Nüchternungen Sommer	421.674
Nüchternungen Winter	93.504

Quelle: Hoeffinger Solutions

Wolfgangsee



geht aus der Studie von Hoeffinger Solutions hervor. Es gibt kaum Transaktionen und das Angebot spricht nur eine sehr spezifische Zielgruppe an.

Umso besser läuft es mit der Infrastruktur rund um den See. Es gibt gute Schiffsverbindungen und Radwege – beides lässt sich auch optimal kombinieren. Das rund 13 Quadratkilometer große Gewässer im Haupteigentum der Österreichischen Bundesforste hat zudem einen vielfältigen Fischbestand.

ROBERT LECHNER

robert.lechner@wirtschaftsblatt.at