

Schwerpunkt. Tourismus

„Kein Anlass für den Jubel“

APA/Ritschel, OTS Tourismuspresse Lechner, APA/Teich



Vor allem im **Sommertourismus** sieht die Zukunft für marketingschwache, wenig profilierte Tourismusregionen in Österreich alles andere als rosig aus

Tourismusberater Jakob Edinger hält nichts vom jüngsten Jubel über Nächtigungszuwächse im Sommer: Es gebe negative Trends, wenig profilierte Regionen würden verlieren.

Österreichs Tourismus zog dieser Tage eine positive Tourismusbilanz des Sommers 2013: Die Zahl der Urlauber stieg um 1,4 Prozent auf den neuen Rekordwert von 29,64 Millionen, meldete die Statistik Austria. Die Zahl der Nächtigungen kletterte um 0,7 Prozent auf 110,87 Millionen.

Auch Tirol freute sich über Rekordzahlen: Im tourismusintensivsten Bundesland erhöhten sich die Gästeankünfte um 4,1 Prozent auf knapp 4,3 Millionen und die Nächtigungen um 1,8 Prozent auf 16,8 Millionen.

Der Innsbrucker Tourismusberater Jakob Edinger warnt nun aber vor allzu großem Jubel: „Der reine Nächtigungsfetischismus ist zu relativieren, er spiegelt nicht die wirkliche Situation wider, etwa die negative Preis- oder Kostenentwicklung“, sagt er.

Nicht nur die Ertragsträchtigkeit der Nächtigungen sei zu hinterfragen, sondern auch schon die quantitativen Zahlen: „Es nützt ja nichts, wenn wir immer mehr Betten bauen und dann über Nächtigungszuwächse jubeln, gleichzeitig aber die Auslastung sinkt. Das ist eine oberflächliche Betrachtungsweise.“

Preisverfall drückt

In Wirklichkeit leide ein Gutteil der alpinen Beherberger im Sommer unter deutlichem Preisverfall, sagt Edinger. Immer mehr Nächtigungen kämen über den Weg von Diskontreisen und die Beherberger lassen sich auf Tiefpreise ein – in der Hoffnung, so ihre Auslastung zu halten.

Seit den 60er-Jahren habe der heimische Tourismus „enorme Überkapazitäten“

aufgebaut, das sei ein Grund für den Preisverfall. Ein zweiter Grund sei der Konkurrenzdruck neuer weltweiter Anbieter. Edinger: „Es war noch nie so billig, zu fliegen. Es sind heute riesige neue Wettbewerber auf dem Markt, mit denen wir preislich nicht mithalten können.“

Erfolgreich seien in dieser Situation jene heimischen Top-Betriebe und Regionen, die sich gut positionieren und im Dumpingpreiswettbewerb nicht mitmachen. Das Ötztal (*Anm.: heuer im Sommer mit erstmals einer Million Nächtigungen, was einem Plus von 4,8 Prozent entspricht*) sei etwa eine Region, der dies gelungen sei: „Die Ötztaler werden immer mehr als Synonym für alpinen Tourismus gesehen.“

Jahrelange Arbeit

Das Tiroler Tal ist für Edinger aber auch ein Beleg dafür, dass derzeit die großen und mit viel Marketingkraft ausgestatteten Regionen gewinnen, während die mittleren Regionen verlieren werden.

Blitzrezepte für Tourismusregionen gebe es keine, meint Edinger. Der Erfolg sei letzten Endes das Ergebnis von geduldiger, jahrelanger Arbeit.

MICHAEL RIEDLER

michael.riedler@wirtschaftsblatt.at



”

Der reine Nächtigungsfetischismus ist zu relativieren, er spiegelt nicht die wirkliche Lage wider

JAKOB EDINGER
TOURISMUSBERATER