

**Gastkommentar im Mitgliedermagazin „die lobby“ der
Österreichischen Hoteliervereinigung
erschienen September 2008**

Mit nahezu 9 % am Bruttonationalprodukt ist der Tourismus eine starke Säule der österreichischen Wirtschaft, nach wie vor sind die Pro-Kopf-Tourismus-Einnahmen in keinem vergleichbaren Land höher als in Österreich. Rund hunderttausend Betriebe beherbergen 30 Millionen Gäste im Jahr, der Umsatz im Tourismus liegt über 20 Milliarden Euro. Der Sommer 2008 verspricht eine neue Rekordauslastung. Laut UNO-Tourismusorganisation UNWTO zählt Österreich zu den Besten in einer Branche, die Weltdienstleister Nr.1 und auch größter Exportmarkt ist.

Alles paletti in der heimischen Tourismusbranche könnte man meinen. Es gibt saisonbedingt immer wieder ups and downs, die wenig steuerbar sind, die aber durch geschickte Weiterentwicklungen wie rechtzeitiges Investieren in Qualität, Ausbau der Angebote außerhalb der Kernzeiten, also saisonstretching, verbessertes und koordiniertes Marketing, professionelle Öffentlichkeitsarbeit oder rasches Reagieren auf Zukunftsmärkte abgedeckt werden können.

Entscheidend sind aber die Rahmenbedingungen für die Betriebe und deren Mitarbeiter. Lange Jahre hat hier der Kantönligeist das Denken und Handeln beherrscht. Schrebergartenmentalität und unkoordinierte Eigeninteressen bringen aber letztlich keinen Erfolg. Gemeinsames Vorgehen, Entwickeln von überregionalen Gesamtstrategien, gezielter Markenaufbau, Interessenpartnerschaften mit verwandten Bereichen, offensive Medienarbeit und politische Überzeugungsarbeit sind die Eckpunkte dafür, dass öffentliche Förderungen dorthin gelenkt werden, wo sie gebraucht werden. Damit zum Beispiel Arbeitsmarktregelungen nicht zu Behinderungsparagrafen mutieren.

Es ist schon einiges passiert zur Verbesserung der Rahmenbedingungen in den letzten Jahren, auch durch die aktive Arbeit der Hotelierversammlung vor und hinter den Kulissen der Öffentlichkeit. Die Einrichtung eines eigenen Tourismusausschusses im Parlament war ein wesentlicher Schritt, der jedenfalls auch von einer neuen Regierung eingefordert werden muss.

Breites Vernetzen und Mitreden in allen Entscheidungsgremien, die für die Zukunft des Tourismus in Österreich relevant sind, muss die Devise lauten. Dazu muss im Tourismusparadeland Österreich endlich das Verständnis der Entscheidungsträger für die eminente und in Zukunft noch wachsende Bedeutung der Gäste- und Freizeitwirtschaft geweckt und vertieft werden.

Denn verglichen mit Bereichen von durchaus geringerer Relevanz fristet der Fremdenverkehr als eine politische Zentralaufgabe in Österreich immer noch ein Schattendasein. Daran zu arbeiten, das zu ändern, ist eine Herausforderung die sich lohnen wird.