

Mehr als nur baden gehen

Standorte am Wasser haben einen besonderen Reiz. Weltkonzerne wie Nestlé haben schon vor Jahrzehnten die Vorteile einer Zentrale direkt am See entdeckt. Auch angesehene Business Schools wie das IMD Lausanne oder die IEDC im slowenischen Bled bieten direkten Blick aufs Wasser. Pharmakonzerne wie Novartis schätzen wiederum die Nähe zum Tegernsee in Bayern – und haben kürzlich den Standort in Deutschland auf Kosten der Niederlassung in Wien gestärkt. Derartige Verlagerungen sind kaum zu verhindern, aber die österreichischen Entscheidungsträger könnten sich einen Teil des Erfolgsrezeptes der Deutschen abschauen.

Dazu gehört ein aktives Standort-Management für jedes größere heimische Gewässer. Was das bringen kann, haben die Experten von Hoeffinger Solutions untersucht. Gemessen am Zuzug von Erwerbstätigen liegen jene Seen voran, die sich aktiv um Unternehmen bemühen.



Österreich braucht ein Standort- Konzept für seine Seen

ROBERT
LECHNER

robert.lechner@
wirtschaftsblatt.at

Betrachtet über einen Zeitraum von rund zehn Jahren stieg die Zahl der Jobs dank aktivem Marketing rund um den Tegernsee um zehn Prozent. Ein Standort-Manager achtet auch noch auf den optimalen Branchenmix, der sich im Fall des Tegernsees durch einen hohen Anteil im Innovations- und Kreativbereich auszeichnet. Ein See weckt eben immer Emotionen. In Österreich kommt da lediglich die Region rund um den Mondsee mit, freilich eher aus Zufall denn aufgrund einer ausgeklügelten Strategie. Viele andere heimische Seen müssen sich sogar mit einem Abzug von Erwerbstätigen herumschlagen, darunter auch so prominente Beispiele wie Millstätter See und Wörthersee. Die Rechnung zahlt letztlich die Region. Weniger Jobs bedeuten nicht zu-

letzt Löcher in den Gemeindekassen.

Die Hoeffinger-Studie bringt auch Erstaunliches in Sachen Tourismus hervor. Es gibt – auf de facto keiner Verwaltungsebene – auch nur ansatzweise Ideen für eine abgestimmte Vermarktung. Ins Bild passt dabei, dass die heimischen Seen auch in der „nationalen Tourismusstrategie“ kaum eine Erwähnung finden. Die Auswirkungen dieser Versäumnisse sind krass: Die zehn wichtigsten heimischen Seen liegen bei der Bettenauslastung im Sommer nie über 51 Prozent und kommen im Winter auf höchstens 14 Prozent. In vielen Fällen liegen die Seen-Gebiete unter der Durchschnittsauslastung des jeweiligen Bundeslandes. Jeder Industriebetrieb müsste bei einer solchen Unterauslastung sofort dichtmachen.

Angesichts dieser Tatsachen sollte wohl auch den heimischen Entscheidungsträgern bewusst werden, dass es neue Impulse für den Wirtschaftsfaktor See geben muss.