

# Der Attersee wird unter seinem Wert geschlagen

Als Standort für Leitbetriebe ist der Attersee beliebt, als Urlaubsziel hingegen noch viel zu wenig. Dies zeigen die Ergebnisse der Studie „Wirtschaftsfaktor See“.

## S WIRTSCHAFTSFAKTOR SEE

ATTERSEE. Es handelt sich um den größten österreichischen Binnensee und einen See, „der alle Chancen hat“, sagt Studienautor Stefan Höffinger. Neben landschaftlicher Schönheit sei das zum Beispiel die gute Anbindung. Der Attersee im oberösterreichischen Seengebiet ist schließlich auch der von Wien aus am schnellsten erreichbare Alpensee. In einigen Kategorien aber wird er unter seinem Wert geschlagen: Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Wirtschaftsfaktor See“ von Höffinger Solutions, die dem WirtschaftsBlatt exklusiv vorliegt. Sie hat zehn österreichische Seen unter die Lupe genommen.

Konkret kommt der Attersee nicht gut weg, was seine touristische Nutzung angeht. Mit knapp 500.000 Nächtigungen im vergangenen Sommer reicht der Attersee nicht nur bei Weitem nicht an den Wörthersee heran (rund 1,7 Millionen Nächtigungen). Vielmehr ist die Zahl der Nächtigungen sogar rückläufig: In den vergangenen fünf Jahren ging sie im Sommerhalbjahr um drei und im Winterhalbjahr um vier Prozent zurück. Höffinger: „Es fehlt ein klares Profil, wie es etwa der Wörthersee hat.“

### Kaum Top-Gastronomie

Ein Grund dafür ist auch, dass in den 13 Gemeinden rund um den Attersee wenig Spitzen-gastronomie zu finden ist. Pro Einwohner gerechnet hat die Attersee-Region sogar die niedrigste Zahl an Top-Gastronomen aller untersuchten



Die Nächtigungszahlen am **Attersee** sind rückläufig – entgegen dem Oberösterreich-Trend

Seen. Laut Höffinger haben Betriebe wie Lenzing oder Sandoz dadurch „mitunter Probleme, ihre Business-Gäste zu bewirten“.

Denn im Bereich der in der Seenregion angesiedelten Leitbetriebe und der generellen Wirtschaftskraft erzielt der Attersee in der Studie eindeutige Pluspunkte. In Summe sind 27,1 Prozent der Arbeitnehmer in der Region in der Industrie beschäftigt und nur 4,6 Prozent im Tourismus.

### Kaufkräftige Kunden

„Für uns ist der Attersee ein sehr attraktiver Standort“, sagt daher Karl Michael Sulzbacher von Private Banking Attersee. Und das nicht nur, „weil wir in einer der schönsten Regionen Österreichs sind“: Vielmehr gebe es auch eine finanzkräftige Mittelschicht und zugleich wenig Wettbewerb in der Region.

Wie finanzkräftig viele Bewohner und Eigentümer von Zweitwohnsitzen sind, zeigt ein Blick auf die Immobilienpreise: Laut Marktstudie von Max Huber Immobilien findet sich Seewalchen am Attersee bei den Grundstückspreisen unter den zehn teuersten Gemeinden Österreichs.

DANIELA FRIEDINGER  
daniela.friedinger@wirtschaftsblatt.at

## ATTERSEE

**Gemeinden:** Attersee, Aurach, Nußdorf, Lenzing, Regau, Schörfling, Seewalchen, Steinach, St. Georgen, Timelkam, Unterach, Vöcklabruck, Weyregg

### Wirtschaftsstandort



### Immobilienmanagement



### Tourismusmanagement



### Infrastrukturmanagement



### Umweltmanagement



Erwerbstätige	23.114
Grundstückspreis/m <sup>2</sup>	119 €
Seegrund/m <sup>2</sup>	1400 €
Nächtigungen Sommer	496.841
Nächtigungen Winter	131.976

Quellen: Hoeffinger Solutions, Statistik Austria

### Attersee



## Tourismus. Marke Tirol wird stark ausgebaut

INNSBRUCK. Das Land Tirol will die Marke Tirol, die bisher vor allem von der Tirol Werbung bearbeitet und gepflegt wurde, auf die Bereiche Sport und Kultur ausdehnen. Die Idee dahinter: Auch Sport- und Kulturveranstaltungen sollen dazu beitragen, den Markenwert zu steigern. Landeshauptmann Günther Platter wird dazu ein „Marke Tirol Board“ installieren. Es soll im Rahmen des „Tirol Tourism Board“, arbeiten, das in der Tiroler Werbung angesiedelt ist und das – mit führenden Touristikern sowie Tourismusverbänden besetzt – als Strategiegremium tätig ist.

Das „Marke Tirol Board“ soll auch Sport- und Kulturvertreter ins Boot holen, kündigte Platter beim Tiroler Tourismusforum der Tirol Werbung in Igls an. (mr)