

„Potenzial der Seen wird nicht ausgeschöpft“



Consulter **Stefan Höffinger** empfiehlt Vermarktung der Gesamtregion statt Tourismusverbände in einzelnen Orten

WIEN. In Ansätzen funktioniert es am Bodensee, aber ansonsten werde das Potenzial der österreichischen Seen bei Weitem nicht ausgeschöpft. Dieses Resümee zieht Consultant Stefan Höffinger in der Studie „Wirtschaftsfaktor See“, in der er zehn Seen nach verschiedenen Kriterien analysierte (das WirtschaftsBlatt berichtete). Eine Empfehlung lautet daher: „Es braucht ein Destinationsmanagement, das nicht eindimensional denkt, sondern die Bereiche Tourismus, Immobilien, Umweltmanagement und Wirtschaft vereint.“

Derzeit freilich gibt es in Österreich oft nicht einmal Tourismusverbände, die einen See als Ganzen vermarkten, sondern nur Verbände für eine einzelne Gemeinde. Am Tegernsee in Deutschland hingegen existiert ein Destinationsmanagement – mit „durchaus herzeigbaren Erfolgen“: Zum Beispiel gelang es, das Sandoz-Headquarter, das zuvor in Wien war, für sich zu gewinnen.

S WIRTSCHAFTSFAKTOR SEE

Seenregionen seien schließlich nicht nur touristisch zu sehen, ist Höffinger überzeugt. „Es geht darum, einen See auch für die Bewohner und Arbeitenden attraktiv zu halten.“ Das heißt einerseits, nicht ausschließlich auf finanzkräftige Zweitwohnsitzer zu setzen, sondern genug öffentlich zugängliche Uferstellen zu bieten. Andererseits aber auch, Leitbetriebe anzuwerben.

Keine Software-Firmen

Höffinger zufolge ist das zum Beispiel bei der Hafencity Hamburg gelungen, ebenso habe der Medienhafen Düsseldorf das Potenzial der Lage am Wasser optimal genutzt. „In Kärnten haben sich hingegen noch keine Software-Schmieden im Lakesidepark am Wörthersee eingefunden“, so Höffinger.

Gerade auch die Unterschiede zwischen den einzel-

nen untersuchten Seen zeigen, dass mancherorts noch einiges zu holen ist. Höffinger: „Wenn der Mondsee bei den Beschäftigtenzahlen stark zulegen, der Millstätter See aber enorm verliert, dann muss man sich da etwas überlegen.“ Aber auch wenn die Entwicklung der Nächtigungszahlen unter dem Bundesschnitt liegt, wie am Attersee, sei das ein Alarmsignal. (df)

■ Ende der Serie

VORBILDER

■ **Im Tourismus** gelingt es manchen vergleichsweise benachteiligten Regionen wie dem Mühl- und dem Waldviertel besser als vielen Seen, sich zu Ganzjahresdestinationen zu entwickeln. Sie setzen auf neue Zielgruppen wie Nordic Walking oder Bogenschießen.

Ein Vorbild ist für Höffinger zudem Südtirol: Dieses positioniert sich klar als moderner Lebensraum, der für Besucher, Bewohner und Beschäftigte gleichermaßen attraktiv ist.