



CARMEN HEINRICH

Carmen Heinrich verantwortet die Marketing- und Kommunikationsthemen bei grischconsulta und leitet das Branchenforum TFA TourismusForum Alpenregionen. Die ausgebildete Hotelfachfrau und Wirtschaftswissenschaftlerin arbeitete zuvor in verschiedenen Managementpositionen und Märkten in Europa und Indien. Für einige Jahre in Delhi als Verkaufsleiterin eines Schweizer 5-Sterne-Resorts stationiert, hat sie besonders viel Erfahrung im indischen Markt sowie in der interkulturellen Geschäftsgestaltung im Tourismus.

BergANSICHTEN

Viribus unitis im Tourismus

18. MÄRZ 2020: Der touristische „shut down“ praktisch über Nacht. Die positiven Meldungen rekordhoher Umsätze noch von Anfang des Jahres sind geschmolzen wie der Schnee unter der Frühlingssonne: Die freudige Meldung einer gelungenen Wende im alpinen Tourismus – weg. Nach acht Jahren Abwärtstrend steigen die Gästezahlen in der Schweiz – weg. Bei der Österreich Werbung freute man sich über ein Nächtigungsplus von November 2019 bis Januar 2020 von 5,2 % gegenüber Vorjahr – weg. Das SBS Saison-Monitoring verzeichnete plus 10,6 % in den Ersteintritten – weg. Und wir selbst mussten schmerzhaft erleben – 30. TFA weg.

Das Jahr 2020 reißt Lücken und zieht krakenartig alles aus der Normalität. Auch wenn wir uns auf den Kopf stellen, alles reduziert sich nur auf das eine: das Coronavirus. Unsere Gesellschaft, und damit auch unsere alpine Tourismusbranche, wurde ohne Vorlaufzeit voll getroffen. Die Belastungsprobe für unser Miteinander ist groß – privat wie auch wirtschaftlich.

Wie massiv und anhaltend die Folgen des Coronavirus für den Tourismus sein werden, ist im Moment für WTO, WKÖ, STV, VDS und viele andere Tourismusverbände schwer abzuschätzen. Die Coronavirus-Situation ist für viele Unternehmen aus dem Tourismus nun eine existentielle Gefahr geworden. Die Wetterkapriolen zu Beginn des Jahres wirken dagegen plötzlich so klein. Betriebe zu, Gäste verboten. Kein Quellmarkt, keine Aufenthaltsform, die nicht betroffen ist: Inländer mit Tagesgast- und Ausflugs-Potenzial müssen zuhause bleiben, Ausländer als Rundreisende oder mit längeren Aufhalten dürfen längere Zeit nun gar nicht mehr einreisen. Es liegt Berg-, City- wie auch Geschäftstourismus lahm. Kein Feriengast, kein Business-Reisender. So viel wie sich alle nun äußerlich abschotten müssen, um die dynamische Ansteckungswelle zu unterbrechen, so sollten diese unsicheren Zeiten vielleicht auch einen Blick nach „innen“ und einen neuen Blick „zueinander“ bewirken. Auf touristische Destinationen bezogen heißt das, im Wettbewerb um Gäste und Umsatz egoistische Alleingänge zu überdenken, dafür eine Wiedererstarkung, Wachstum, Kapazitäten und Gewinne durch vernetzte Konzepte und ausbalancierte Partnerschaften in der Region breiter zu streuen. Wäre eine neue Chancen- wie auch Risikoverteilung in Investiti-

onsgemeinschaften, Konsortien oder Kooperationen für die Aufrechterhaltung oder sogar Weiterentwicklung einer touristischen Region zu überdenken? Wäre eine konsequent gelebte vertikale Wertschöpfungskette ein zukunftsweisender Weg in der strategischen Ausrichtung eines Tales? Einem neuen Nachdenken über die eigenen Stärken und vielleicht neue Prioritäten in der Angebotsgestaltung könnte Platz geboten werden. 2018 erzielte der Schweizer Tourismus 2,9 % der gesamtwirtschaftlichen direkten Bruttowertschöpfung. Im gleichen Jahr betrug in Österreich die direkte und indirekte Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitindustrie 15,3 % des BIP. Jeder dritte Euro in Tirol wird im Tourismus verdient. Graubünden generiert durch den Tourismus über 50 % seines Exports. Werte, die man beliebig über den alpinen Raum multiplizieren kann. Werte, die es zu schützen gilt.

Die hoffentlich bald wieder mögliche Nachfragestimulierung muss zwingend mit staatlichen Sonderprogrammen gestützt und gefördert werden, damit die Branche die Gäste aus den Fernmärkten, Europa und dem Binnenmarkt schnell zurückgewinnt. Doch für den Blick in die Zukunft gilt es auch, als Gemeinschaft zusammenzustehen. Die sofortige Solidarität der touristischen Akteure untereinander ist gefragt. Noch bevor Bund, Länder und Kantone Maßnahmen wie beispielsweise unkomplizierte Gewährung von Kurzarbeit, großzügige Amortisationsstichtungen oder Zahlungsaufschübe bei Bundesabgaben wie der Mehrwertsteuer starten, müssen sich Wirtschaftspartner unter die Arme greifen. Gegenseitige Aushilfe, Großzügigkeit, Flexibilität, Nachsicht, Transparenz und Ehrlichkeit in Liefer- und Geschäftsbeziehungen könnten neu entdeckt und verstärkt werden. Zum sofortigen und auch langfristigen Nutzen beider Seiten. Vor Jahren ihrerseits in der Krise gestützt, könnten auch Banken temporär zinslose Darlehen oder langfristige Zinszahlungen für gebeutelte Tourismusbetriebe anbieten.

Viribus unitis, lateinisch „mit vereinten Kräften“, soll für uns alle, insbesondere für unsere alpine Tourismusbranche, ein Wahlpruch der Gemeinschaft und eine Kampfansage an diese harte, fordernde Zeit sein.

Carmen Heinrich

Dieser Artikel gibt die persönliche Meinung des Autors wieder.