

Spannender Auftakt zum ÖHV-Hoteliertag 2011

Mayrhofen (TP/OTS) - Mit einer prominent besetzten Podiumsdiskussion sowie dem Besuch von Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner setzte die ÖHV ein starkes Zeichen für die Branche.

Zum Auftakt des heurigen ÖHV-Hoteliertages in Mayrhofen im Zillertal präsentierte der ehemalige Direktor von Wien Tourismus, Mag. Karl Seitlinger, sein neues Buch. Unter dem durchaus provokanten Titel "Die Gästebuhler - wie Tourismusorganisationen ticken" durchleuchtete Seitlinger den Status Quo der Tourismusorganisationen in Österreich anhand von Wien Tourismus, Tirol Werbung und Österreich Werbung.

Vor dem Hintergrund der in der Österreichischen Tourismusstrategie geforderten stärkeren Kooperation zwischen Bund, Ländern und Destinationen leitete Seitlinger einige grundsätzliche Kernforderungen zur Neugestaltung der Tourismusorganisationen in Österreich ab. So kritisierte er beispielsweise, dass sich ÖW und LTOs 10 verschiedene Wege und Lösungen im Marketing "leisteten". Es fehlten quantitative Zielvorgaben. "Das halte ich für wirklich schädlich, so unbestimmt unsere Ziele sind, so unbestimmt ist auch unsere Diskussion", so Seitlingers Resümee. Und mehr noch: es brauche einen rundum erneuerten Marketingbeirat für die Österreich Werbung. "Eine ÖW ohne Bundesländer ist wie Würstel ohne Senf", sieht Seitlinger im früheren Hinauswurf der Bundesländer aus der ÖW einen großen Schaden für den österreichischen Tourismus. Sein Fazit: "Dass man Vertreter der Bundesländer und der Destinationen nicht zumindest beratend ins Präsidium der ÖW aufnimmt, halte ich persönlich für einen großen Schaden!"

Quo vadis, Tourismusorganisationen?

In der anschließenden Podiumsdiskussion unter der bewährten Moderation von Ronald Barazon diskutierten Petra Stolba (Österreich Werbung), Norbert Kettner (Wien Tourismus), Josef Margreiter (Tirol Werbung), Oliver Schwarz (Ötztal Tourismus), Gernot Paesold (Zillertal Tourismus), Seitlinger, der Hotelier Karl Reiter und Franz Schmidt (Destinations Monitor Austria) über die Zukunft der Tourismusorganisationen. Einig waren sich die Tourismusmanager dahingehend, dass es eine Neuorientierung der Tourismusorganisationen

in Österreich braucht. Es müsse aber zunächst eine gemeinsame Strategiediskussion geben, auf Basis derer man die bestehenden Strukturen auf Handlungsbedarf hin durchleuchten müsse.

Kongressauftakt mit Bundesminister und ÖHV-Präsidenten

Die beiden Präsidenten der ÖHV, Sepp Schellhorn und Peter Peer, hoben in ihren Ansprachen die Bedeutung des Tourismus - nicht nur in Zeiten der Hochkonjunktur, sondern auch in Zeiten der Krise - hervor. Gleichzeitig wiesen sie aber darauf hin, dass die Tourismusbranche mit schwierigeren Rahmenbedingungen zu kämpfen habe. Mineralölsteuer, Wertpapier-KESt und vor allem die Streichung der Energieabgaben-Rückvergütung würden große Belastungen mit sich bringen. Peer: "Wir müssen weiterhin darauf schauen, dass wir beim Aufschwung nicht draufzahlen!" Und Schellhorn ergänzte: "Den Tourismus zu forcieren, das ist das Gebot der Stunde für uns." Dem Wunsch der beiden Präsidenten, klare Worte zur Zukunft der Österreich Werbung zu finden, kam Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner in seiner Rede nach: "Auch nach 2011 wird es eine Österreich Werbung - mit oder ohne Wirtschaftskammer - geben. Wie auch immer die Entscheidung fällt, die Budgetmittel werden nicht weniger, dafür garantiert der Bund!" Es dürfe keine Schwächung geben, daher müsse die Zusammenarbeit verbreitert werden.

Mitterlehner: "Wichtig ist die Reform des ÖW-Marketingbeirats: es braucht einen ständigen Ausschuss für operatives Marketing sowie einen neuen Strategiebeirat, in dem neben Branchenvertretern auch die Länder sitzen." Die Botschaft des Bundesministers an den voll besetzten Saal beim ÖHV-Kongress in Mayrhofen: "Österreich ist zu klein für zu viele Strategien. Wir brauchen eine starke Tourismuswerbung im Ausland, Österreich muss unter einer Dachmarke auftreten."

Fotos von Bundesminister Dr. Mitterlehner auf dem ÖHV-Hotelierkongress finden Sie hier zum kostenlosen Abdruck unter: <http://www.ots.at/redirect/oehv19>
Personen: Bundesminister Dr. Mitterlehner, ÖHV-Präsidenten Peter Peer und Sepp Schellhorn. Credits: Florian Lechner

O-Töne aus der Podiumsdiskussion am 17. Januar 2011

Josef Margreiter räumte Fehlentwicklungen in der Marketingkoordination zwischen den Ebenen ein. Die Ursache liege

darin, dass man in Österreich eben keine gemeinsamen Zielsetzungen hätte. "In der Allianz der 10 haben wir begonnen so einen gemeinsamen Plan zu erarbeiten", erklärte Margreiter, "zunächst für Deutschland, andere Märkte werden folgen!"

Petra Stolbas Credo zum Thema: "Wir müssen eine neue Form der Zusammenarbeit finden; durch die gegenseitige Einsitznahme in den Gremien ist es mit der Zusammenarbeit noch nicht getan, es geht nicht nur um die ÖW, es geht um alle, auch um die Betriebe, hier dürfen wir das Pferd nicht von hinten aufzäumen!"

Norbert Kettner brachte seinen Ansatz wie folgt auf den Punkt: "Wir müssen uns fragen, wo wir gesamtstrategisch hinwollen und danach unsere Struktur ausrichten - und nicht umgekehrt; wir sehen aber beispielsweise auch, wie schwierig es im Ausland wird, wenn kein ÖW-Büro vor Ort ist, wie beispielsweise in Brasilien!" Um die öffentliche Diskussion, wie mit Steuergeldern umgegangen werde, komme man jedenfalls nicht herum. Doch derzeit hätte man in der Öffentlichkeit lediglich den Eindruck, dass man im Tourismus wegen der Organisation streite, was ausgesprochen kontraproduktiv für die gesamte Branche sei.

Gernot Paesold vertrat die Ansicht, dass Österreich die Know-how-Träger brauche, um die Marktbearbeitung rasch und effizient durchführen zu können. "Wenn wir hier nicht rasch eine Lösung finden, werden uns diese Know-how-Träger abhanden kommen und das wird dem österreichischen Tourismus schaden", so Paesold.

Auch Oliver Schwarz von Ötztal Tourismus ist überzeugt, dass es dringend Handlungsbedarf in Form eines "Finetuning" geben und sich die einzelnen Ebenen besser koordinieren müssen.

Hotelier Karl Reiter ließ keinen Zweifel aufkommen, was er als Unternehmer von der Organisation des österreichischen Tourismus erwarte: "Wir stellen als Hoteliers ein tolles Produkt zur Verfügung, das mit unglaublichen Umwelt- und Sozialstandards versehen ist, genauso sollte es auch im Tourismusmarketing sein, auch hier braucht es die Besten und die höchsten Standards!"

Martha Schultz, Vizepräsidentin der WK Österreich, meldete sich aus dem Publikum zu Wort. Sie betonte, dass die WK auch weiterhin gesprächsbereit bleibe, was das finanzielle Engagement im österreichischen Tourismus betreffe. "Es gehört vieles geändert, es

gehört alles unter ein Dach", so Schultz, "betreffend die AWO gibt es noch einige Details, die wir besprechen müssen, aber das sind wir offen."

Sepp Schellhorn, ÖHV-Präsident, brachte seine Kritik wie folgt auf den Punkt: "Die ÖHV ist zeitweise fassungslos gewesen, wie man vom Kündigungskrieg erfahren hat; wir können es uns ja nicht aussuchen, wie die Kammer rund um unsere Mitgliedsbeiträge entscheidet." Auf seine Frage, was die WK mit den 8 Mio. Euro, die sie nicht mehr der ÖW zur Verfügung stellen wolle, machen werde, bestätigte Martha Schultz, dass dieses Geld (und womöglich mehr) weiterhin dem österreichischen Tourismus zur Verfügung gestellt werde.

Seitlinger forderte die Anwesenden zu noch mehr Abstimmung und Kooperation auf. "Wir müssen zuerst eine Strategie finden und dann die Struktur schaffen; wir müssen aber auch noch stärker der Frage der Internationalisierung nachgehen, zwischen Vorarlberg und dem Bodensee sollte hierzu eine einheitliche Meinung herrschen, da sind wir noch meilenweit davon entfernt!"

Abschließend fasste Franz Schmidt die jüngsten Erkenntnisse des Projekts Destinationsmonitor Austria zusammen. "Wir machen sehr viel Marktforschung und versuchen, aus dieser Marktsicht die Strategien für die Destinationen abzuleiten", so Schmidt, "es muss uns gelingen mehr Produkte als Leitprodukte zu gestalten, weil wir sonst nicht aus dem Wust der Kommunikation herausragen, diese Leitprodukte müssen aber markenkonform und durchgängig zum Markt hin buchbar sein!" Schmidt regte zudem an, auch das System selbst einmal zu diskutieren: "Da könnte man draufkommen, dass es flexiblere Strukturen auf Länder- und Destinationsebene braucht, die eher in Richtung Netzwerk gehen!"

Die ÖHV vertritt die Interessen von 1.200 Betrieben der führenden Ferien-, Konzern- und Stadthotellerie. Das ist der höchste Mitgliederstand seit der Gründung der ÖHV. Die Bettenkapazität der ÖHV-Mitgliedsbetriebe entspricht damit über 63% der Betten in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie. Diese Betriebe zeichnen sich durch ausgeprägte Servicequalität, Spezialisierung und/oder nachhaltige Innovationskraft aus. Die Mitgliedsbetriebe der ÖHV beschäftigen rund 30.000 Mitarbeiter, das sind 30 % aller Mitarbeiter in der Beherbergung. Der Logisumsatz der ÖHV-Mitglieder beträgt ca. 900 Mio. Euro.

Weitere Pressemeldungen und Infos unter www.oehv.at

Rückfragehinweis:

Österreichische Hoteliervereinigung
Hofburg, A-1010 Wien
Martin Stanits,
Leiter Public Affairs & Public Relations
Handy: +43(664) 516 08 31
Tel.: +43(1) 533 09 52
Email: presse@oehv.at, www.oehv.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5473/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0011 2011-01-18/13:53

181353 Jän 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110118_TPT0011