

Wirtschaft

Osteuropäer bleiben den Bergen fern

Trotz weltweit starker Wachstumsraten stagniert die Zahl der Nächtigungen im österreichischen Tourismus auf hohem Niveau. Die Osteuropäer haben sich nicht wie erhofft nach Westen orientiert.

Rainer Hämmerle

17 Jahre nach Öffnung des Eisernen Vorhangs und mittlerweile bestehender EU-Mitgliedschaft sorgen die Gäste aus Ost- und Zentraleuropa bisher nur für rund drei Prozent von österreichweit 119 Mio. Nächtigungen.

Zwischen 850.000 und einer Mio. Nächtigungen entfielen 2005 jeweils auf Tschechien, Ungarn und die Slowakei. Von Russland kamen 530.000 Gäste. Trotz regionaler Bedeutung wie im Mostviertel, wo die Ungarn mit etwa 49.000 Nächtigungen die zweitwichtigste Gruppe nach den Deutschen sind, liegen die Osteuropäer noch weit hinter den Italienern (drei Mio.), den Briten (3,2 Mio.), den Schweizern (3,5 Mio.), den Niederländern (8,5 Mio.) oder den Deutschen (52,8 Mio.). Österreichs Regionen gelten dort als attraktiv, wo wie in Niederösterreich die Liftpreise (Tageskarten ab 18 Euro, im Westen oft an die 35 Euro) niedrig oder die Erreichbarkeit wie Semmering oder Kreischberg günstig sind.

Lockruf der Karibik

Österreichs Berge stellen zwar nach wie vor eine Verlockung für unsere Nachbarn dar, der Ruf der Wärme aus der Ferne sollte aber nicht überhört werden. Bei den aktuellen Kos-

ten für einen Skiurlaub werben längst Karibik oder Thailand um die Gunst reiselustiger Osteuropäer. 120 Mio. Nächtigungen definieren seit über zehn Jahren die Schallmauer, die vom österreichischen Tourismus nicht überschritten werden konnte. Mit der Saison 2004/05 übertrafen die Winternächtigungen erstmals den gegenwärtig schwächelnden Sommer.

Während die Prognosen der Welttourismusorganisation (WTO) von 1995 auf 2010 weltweit eine Verdoppelung der Ankünfte prognostizieren, setzt der heimische Tourismus auf Verbesserung des Angebots. Ulrich Schuh, Wirtschafts- und Tourismusexperte am Institut für Höhere Studien (IHS): „In den letzten zehn Jahren hatte Österreich keinen Zuwachs an Nächtigungen, aber einen kräftigen an Wertschöpfung zu verzeichnen. Der Tourismus hat die Qualität seines Angebots erhöht.“

Auch im Tourismus gilt, dass die höchste Wertschöpfung in den hochqualitativen Bereichen zu erwarten ist. Die Österreich Werbung unter Direktor Artur Oberascher setzt seit heuer auf die „Best of“-Strategie: Das bedeutet nicht „Hochpreis“, sondern Qualität auf allen Ebenen. „Die ungebremste Nachfrage in der Vier- und Fünf-Stern-Hotelriele wird sich mit hoher Wahr-



Nur wenige Skifahrer aus Russland wedeln auf Österreichs Pisten. Das mehrere Wochen dauernde Prozedere alleine für den Antrag eines Touristenvisums behindert die Mobilität der zahlungskräftigen Klientel aus Osteuropa. Viele Osteuropäer lockt zudem die Karibik. Foto: TVB Obergurgl

scheinlichkeit auch auf unseren Zukunftsmärkten fortsetzen“, hofft Oberascher. „Die Entwicklung der Reisetätigkeit und Urlaubskompetenz in den frühen Phasen der Markterschließung wird meist von den Eliten getragen.“

Das Warten auf die Russen

Durch die Visumpflicht ist vor allem Russland ein Veranstalter-Markt. Incomer übernehmen mit ihrer Einladung die volle Haftung für den russischen Gast. Die Einreisebestimmungen behindern aber die Mobilität der Russen massiv: Bis zur Erteilung eines Touristenvisums vergehen mitunter mehrere Wochen. Dabei fallen Kosten von 200 Euro pro Visum an. „Der Verwaltungs- und finanzielle Aufwand sowohl bei

uns als auch bei unseren Partnern ist stark gestiegen. Kurzfristige Buchungen wurden erheblich erschwert oder sogar unmöglich“, erklärt Johannes Köll von Alpin Holiday. Im Winter 2004/05 zählte alleine die Tirol Werbung 200.000 Übernachtungen russischer Gäste.

Die Nächtigungen der Russen sind aber nur ein Bruchteil (0,5 Prozent) der 25 Mio. Winternächtigungen in Tirol. „Die aufgrund des niedrigen Ausgangsniveaus astronomisch anmutenden Zuwächse veranlassen vielleicht den einen oder anderen Touristiker zu allzu großer Euphorie. Von der Bedeutung liegen Gäste aus Dänemark oder den USA noch vor den Russen“, erklärt Josef Margreiter, Chef der Tirol Werbung. „Allerdings sorgen die Russen

mit Designerkleidern und Pelzmänteln für Aufsehen und sind beliebtes Thema für mediale Inszenierung.“

Für Ischgl sieht Andreas Steibl, Geschäftsführer des TVB Ischgl, langfristig ein Potenzial von 15 Prozent russischen Gästen. In den russischen Weihnachtswochen (2. bis 15. Jänner) „nehmen viele Hotels meist nur die kaufkräftigen Russen, die gerne zeigen, was sie haben“. Auch der Trend zu hochqualitativen Kurzurlauben wird anhalten. „Die Abhängigkeit von der Wetter- oder Schneelage muss reduziert werden“, meint IHS-Forscher Schuh. Steigende Mobilität der Gäste bedeute Potenzial für Zuwachs an Wertschöpfung, impliziert aber die Gefahr, rasch Marktanteile zu verlieren.

Panzerknacker treiben Geldtransporteur in Ruin

Weil Mitarbeiter 300 Millionen Euro unterschlagen haben sollen, musste der deutsche Geldtransport-Riese Heros Insolvenz anmelden. Zu den Opfern zählen auch die großen deutschen Handelskonzerne.

Beim deutschen Geldtransporteur Heros haben die Panzerknacker zugeschlagen. Die enorme Schadenssumme in diesem beispiellosen Betrugsfall von 300 Mio. Euro hat die größte deutsche Geldtransportfirma in den Ruin getrieben. Mitarbeiter des Unternehmens sollen in den vergangenen Jahren die Kundengelder unterschlagen haben. Die Firma, die rund die Hälfte aller Geldtransporte in Deutschland durchführte, meldete nach Bekanntwerden der Vorwürfe für alle

23 Tochterfirmen Insolvenz an. Wegen des Verdachts der schweren Untreue und des bandenmäßigen Betrugs sind nach Angaben des Landeskriminalamtes Düsseldorf vier Mitarbeiter der Heros-Tochter Nordcash verhaftet worden.

Nordcash hat sich darauf spezialisiert, die Tageseinnahmen von Supermärkten und Warenhäusern abzuholen, zu zählen und auf die Konten der Unternehmen einzuzahlen. Außerdem versorgte das Unternehmen auch Geldautomaten von

Banken mit frischen Scheinen. Nach Angaben aus Handelskreisen transportierte Heros täglich rund 600 Mio. Euro. Dabei sollen die Mitarbeiter im Laufe mehrerer Jahre Kundengelder in dreistelliger Millionenhöhe entnommen haben.

Das Geld sollen sie teils in die eigene Tasche gesteckt und „in ganz erheblichem Umfang“ auch für die eigene Firma ausgegeben haben, um den Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten. Bei einer kürzlich erfolgten Razzia ist in den nieder-

rheinischen Städten Viersen und Frechen sowie in Hamburg und Hannover in 25 Firmen und Privatwohnungen umfangreiches Beweismaterial sichergestellt worden.

Zu den Opfern des Betrugsfalls gehören Deutschlands große Handelskonzerne wie Metro und Karstadt ebenso wie die großen Banken. Der Metro-Konzern hat umgehend jede Zusammenarbeit mit Heros eingestellt. Das Unternehmen habe für derartige Situationen Notfallpläne in den Schubladen. Der Schaden sei also gering.

Keine Engpässe

Der Schaden bei der Commerzbank belaufe sich auf 40 Mio. Euro, hat die deutsche Wirtschaftszeitung *Handelsblatt* in ihrer Internet-Ausgabe unter Berufung auf Unternehmenskreise berichtet. Auch die Deutsche Bank habe bei der Versorgung von Geldautomaten mit der Heros-Tochter Securitas zusammengearbeitet.

Trotz der Pleite des größten deutschen Geldtransportunternehmens Heros fließt das Bargeld bundesweit weiter reibungslos. Nach Angaben der Deutschen Bundesbank besteht „überhaupt kein Grund zur Panik“. Engpässe seien nicht zu befürchten. „Die Verbraucher müssen keineswegs schnell zur Bank“, sagte ein Bundesbank-Sprecher. „Die Automaten sind gut gefüllt, das Bargeld ist nicht auf einen Schlag weg.“

Sorgen, der Zusammenbruch von Heros könnte die Bargeldversorgung in ganz Deutschland beeinträchtigen, versucht die Bundesbank zu zerstreuen. Auslöser für die Besorgnis waren offenbar die Anweisungen der Notenbank an ihre Landes-zweigstellen, alles zu tun, um eine stabile Bargeldversorgung zu sichern. „Alle Filialen wurden aufgefordert, ihre Öffnungszeiten flexibel je nach lokalem Bedarf auszuweiten, sofern dies notwendig werden sollte“, hieß es bei der Bundesbank. *rose*