

ERFOLG TROTZ FEHLENDER BUSINESS-GÄSTE

Woher rühren die Erfolgszahlen des Wiener Tourismus? Sind die Gründe in der Tourismusedwicklung zu finden oder ist das Angebot, das durch Immobilienentwickler geschaffen wird, ausschlaggebend? Eine Expertendiskussion auf Initiative von mrp Hotels geht dem Henne-Ei-Problem auf den Grund und fragt sich, was in Zukunft getan werden muss, um das Erfolgsniveau zu halten.



60 % der Passagiere
am Flughafen Wien sind
Leisure-Touristen.

Wien vermeldete für 2012 mit 12,3 Millionen Nächtigungen abermals einen Rekordwert. Wer darf den Erfolg für sich verbuchen?

Kettner: Es gibt ganz wenige Hotels auf dieser Welt, in die man nur des Hotels wegen und nicht wegen der Destination fährt. Man besucht eine Stadt und ihr Angebot, nicht ein Haus. In Wien heißt das Angebot vor allem Kultur – sie ist die DNA der Stadt. Darauf muss man achten, und die Politik ist gefordert, dieses Bekenntnis immer wieder neu zu bekräftigen. Es ist allerdings sehr verlockend zu sagen, dass der Erfolg der Leistung einem Einzigen zuzuschreiben wäre. Tatsächlich sind es viele Mosaiksteinchen, die ein ganzes Bild ergeben. Die einzelnen Beteiligten müssen miteinander kooperieren – auch das klappt in Wien hervorragend.

Jurkowitsch: Dem kann ich nur beipflichten. In anderen Städten wie Prag fehlen viele dieser einzelnen Steinchen. Zur für Wien wichtigen Kultur kommen im

Tourismus noch weitere Faktoren hinzu. Shopping sollte man bei diesen Überlegungen nicht vernachlässigen. Menschen verlangen von einer hochwertigen Destination ein ebensolches Einkaufserlebnis – die Entwicklung im goldenen Quartier z. B. ist daher zu begrüßen.

Reitterer: Dazu ist allerdings noch eines anzumerken: Irgendwann werden wir erkennen, dass Chinesen, wenn sie in Wien sind, sehr wohl am Sonntag einkaufen wollen. Dann wird es allerdings wieder zu spät sein und es wird unglücklich viel Geld dafür aufgewendet, die Chinesen doch hierher zu bringen. In diesen Fällen reagieren wir nur und agieren zu wenig.

Den Zahlen nach muss es den Hoteliers dennoch prächtig gehen, egal ob die Geschäfte sonntags offen haben oder nicht ...

Reitterer: Die Nächtigungskurve steigt, aber die Auslastung sinkt. Selbst die Erfolgsverwöhnten klagen. Im letzten

Jahr gab es, mit Ausnahme eines Monats, eine sinkende Auslastung bei 5-Sterne-Häusern. Wir beobachten: Entweder halten Hotels die Auslastung oder den Preis – aber nicht beides. Und in der Sekunde, in der ein 5-Sterne-Hotel seine Zimmer zu 4-Sterne-Preisen verkauft, geht die Todesspirale los.

Sie sprechen den RevPar an – also eine Kenngröße, die den Umsatz pro verfügbaren Zimmern misst und somit eine wichtige Benchmark in der Branche darstellt.

Reitterer: Ja, und der sinkt bei allen durchgehend, und das ist unser Problem. Es gibt immer mehr Betten in Wien und zugleich steigen die Abgaben und die Löhne. Wenn der Erlös sinkt und die Kosten steigen, ist das katastrophal, nicht nur für die Hoteliers, auch für die Gäste und für die Stadt.

Kettner: Die Gesamtzahlen sprechen eine andere Sprache: Über ganz Wien gesehen



DIE DISKUTANTEN

NORBERT KETTNER
Geschäftsführer Wien Tourismus

WERNER HACKENBERG
Direktor Immobilienmanagement
Flughafen Wien AG

FRANZ JURKOWITSCH
Vorstandsvorsitzender des Immobilienentwicklers
und Hotelbetreibers Warimpex

MICHAELA REITTERER
Hotelière und Präsidentin der Österreichischen
Hotelierversammlung
(v.l.n.r.)



halten wir eine Auslastung von rund 70 Prozent, und auch der RevPar sinkt nicht, aber er steigt weniger stark als in anderen Städten. Angestammte Häuser, vor allem jene, die kein starkes Profil haben, kommen unter Druck, ja. Aber die Nächtigungszahlen und Ankunftsahlen sind eindeutig. Viele Betriebe gäbe es schon nicht mehr, wenn diese Zahlen nicht so gut wären. Nächtigungen sind auch ein Gradmesser! Aber es ist doch verdächtig: Nach und nach machen neue 5-Sterne-Brands ihre Wien-Dependance auf. Das kann doch nicht gut sein. Verträgt das der Markt?

Jurkowsch: Wir kommen in Wien nicht ins Hochpreissegment, nicht einmal wochenweise. Nehmen wir als Vergleich München: Dort gibt es fünf bis sechs Mal im Jahr Veranstaltungen, während denen die Zimmerpreise in einem guten 4-Sterne-Hotel zumindest ein paar Tage lang auf 400 bis 450 Euro steigen.

Fehlen die Geschäftskunden? Fehlen große Kongresse?
Hackenberg: Zurzeit liegt der Anteil von Business-Passagieren am Flughafen Wien bei rund 40 Prozent, 60 Prozent sind Leisure-Passagiere. Das zeigt, dass Wien sehr stark freizeittouristisch geprägt ist.

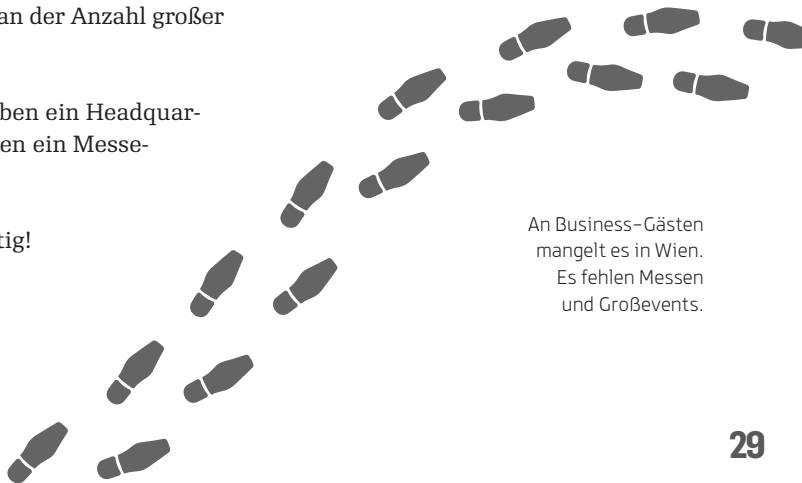
Kettner: An Kongressen mangelt es sicher nicht, wir hatten 2012 das beste Kongressjahr. 2013 wird nicht so stark, aber wir sind nach wie vor Nummer eins weltweit, gemessen an der Anzahl großer Kongresse.

Jurkowsch: Wir haben ein Headquarterproblem, wir haben ein Messeproblem.

Reitterer: Völlig richtig! Wir haben in Wien keine konstante Business-Auslastung unter der

Woche. Am Wochenende funktioniert es mit dem Tourismus gut, aber es fehlen die Business-Gäste unter der Woche. Dazu braucht es internationale Messen und Headquarters. Rundherum müssen dabei auch solche Themen wie das Ausstellen eines Visums geklärt werden. Leider haben andere Städte dieses bürokratische Manko Österreichs schon erkannt und >

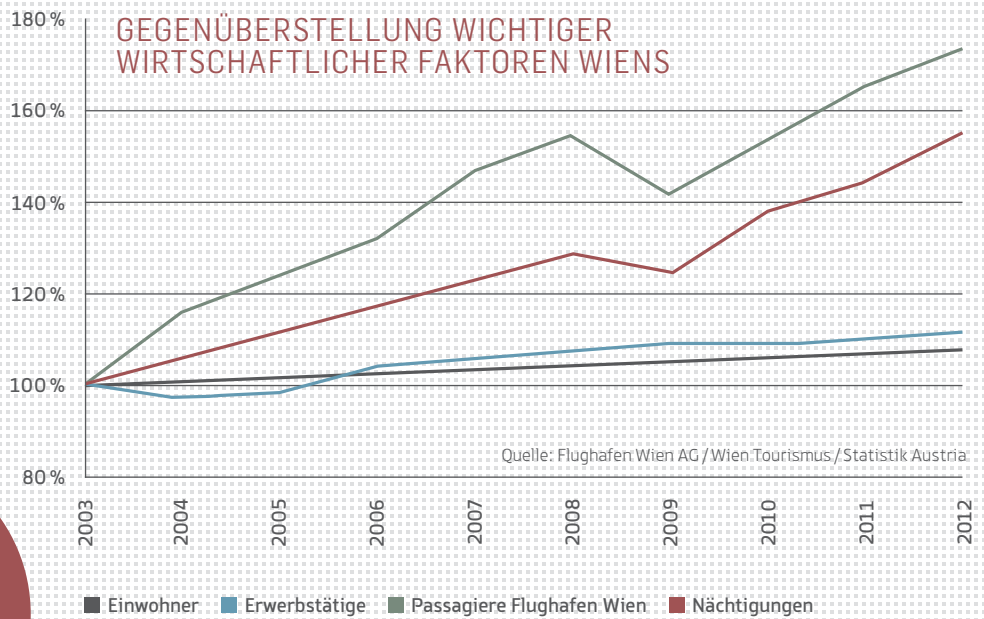
An Business-Gästen mangelt es in Wien. Es fehlen Messen und Großevents.





**MARTIN
SCHAFER**

Bei der Analyse des Wiener Marktes stellt Schaffer eine starke Parallelität zwischen Flughafen-Passagieren und Nächtigungen fest.



>

wissen es für sich zu nutzen. Maßnahmen wie das recht unbürokratische 72-Stunden-Visum für Russland sind da enorm hilfreich, das wird ja derzeit gerade verhandelt.

Ist Österreich stark genug in der Betriebsansiedlung?

Jurkowsch: Die Ansiedlung hängt von vielen Faktoren ab: Steuer, Lohnkostenbelastung, dem Faktor Arbeit und administrativen Fragen. Unternehmen gehen etwa nicht nach Luxemburg, weil sie dort niedrige Steuern zahlen, sondern weil sie innerhalb eines Tages hochprofessionell einen Fonds aufstellen können. Wir haben keine Kapitalmarkt-Kultur. Wir sind ein Produktionsstandort von tüchtigen mittelständischen Unternehmen. Es fehlen aber Investoren, die auf Zeit investieren und damit auch viel weiteres Geschäft auslösen, unter anderem auch bei Hotels. Bei einer Kapitalerhöhung oder einer Börseneinführung ist der Hotelzimmerpreis kaum interessant, es werden aber einige Hundert Hotelnächte konsumiert – von Anwälten, Beratern, Investmentbanken, allen, die bei einer Roadshow – die auch in Hotels stattfinden – beteiligt sind usw. Der letzte IPO in Wien war vor drei Jahren.

Der Flughafen Wien errichtet jetzt aber ein Budget Hotel – rechnen Sie nicht mit einer steigenden Anzahl an Geschäftsleuten?

Hackenberg: Das Budget Hotel am Flughafen sehe ich völlig losgelöst von der Hoteldiskussion in Wien. Der Flughafen Wien ist einer der wenigen, wenn nicht der einzige größere europäische Flughafen, an dessen Standort es nur ein Hotel gibt. Das ist historisch bedingt, und das wollen wir nun aufholen.

Welche Rolle spielen Langstreckenflüge für eine Tourismusdestination?

Hackenberg: Sie sind enorm wichtig, da es sich um Direktverbindungen handelt. Die Aufnahme der Chicago-Verbindung der Austrian Airlines ist z. B. sehr gut aufgenommen worden.

Kettner: Wir sind schon Monate vor der Einführung dieses Fluges gemeinsam mit Austrian Airlines und dem Flughafen Wien in Chicago unterwegs gewesen, um die Verbindung aktiv zu vermarkten. Das zeigt, wie gut die einzelnen Player zusammenarbeiten. Aus den USA kommen immer noch jene Gäste, die am meisten Geld ausgeben. Jede Langstrecke in die USA ist ein Geschenk für uns.

Und von wo werden in Zukunft die meisten Gäste kommen?

Hackenberg: Asien ist sicher ein Zukunftsmarkt. Aktuellen Prognosen zufolge wird der Verkehr in der Region Asien-Pazifik in den nächsten 20 Jahren jährlich um durchschnittlich 6 Prozent steigen, und das betrifft sehr stark jene Zielgruppe, die auch Wien interessiert.

Das heißt Infrastruktur schafft Nachfrage?

Jurkowsch: Ja, das war besonders gut in Prag zu beobachten, als es in den Jahren 2005 bis 2007 täglich 25 direkte Flugverbindungen nach Großbritannien, auch in Sekundär-Städte gab. Unsere 4- und 5-Sterne-Hotels in Tschechien profitierten davon, weil viele englische Geschäftsleute mit der Billigairline direkt fliegen und sich das mühsame Umsteigen in Heathrow ersparen wollten. Da verbrachten sie lieber eine Nacht in Prag.

Kettner: Wovon profitiert der Tourismus? Von Infrastruktur und von Kaufkraft. Es sind oft die besten Investitionen in den Tourismus, wenn man die Kaufkraft in der Bevölkerung oben hält. Es nützt alles nichts, wenn wir die tollsten Hotels, die Leute aber kein Geld haben. ■