

Auf Nachhaltigkeit gesetzt

Das Urlaubsland Österreich muss auf Qualität statt auf Masse setzen, um die Wertschöpfung auch in Zukunft zu sichern. Dabei spielt nachhaltiger Tourismus in unterschiedlichen Ausprägungen eine tragende Rolle.

Text: Sabina König

„Die Großen schaffen das Große,
die Guten das Dauerhafte.“

Marie von Ebner-Eschenbach (1830–1916),
österreichische Schriftstellerin

Schneller, höher, weiter – wie lange lässt sich quantitatives Wachstum fortsetzen? Gerade in einem kleinen Land wie Österreich mit beschränkten Ressourcen kann sich Wachstum nicht über eine unendliche Fortsetzung steigender Nächtigungs- und Ankunfts-zahlen definieren, da schon natürliche Grenzen dem Massentourismus Einhalt gebieten. Um dennoch die Umsätze langfristig abzusichern oder gar zu steigern, muss Urlaub in Österreich auf Qualität setzen.

Daher empfiehlt der Expertenbeirat „Tourismusstrategie“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) in seinem Bericht aus 2011 eine umfassende Qualitätsstrategie, um die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Tourismusbetriebe für die Zukunft zu sichern. Im Zentrum dieser Orientierung steht neben der Sicherung und Verbesserung der Infrastruktur sowie der Serviceleistungen der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen.

Qualitätstourismus in seiner nachhaltigen Ausprägung liegt voll im Trend: Konsumenten suchen verstärkt nach Verankerung und Erdung, worin auch der Wunsch nach Nachhaltigkeit mit-



schwingt. Am Urlaubsort wollen sie einen Beitrag zur Erhaltung der Umwelt in den bereisten Ländern leisten, aber auch die lokalen Traditionen fördern. „Grünes“ Reisen heißt weniger, für ökologisch wertvolle Standards mehr zu bezahlen, sondern eher auf die eine oder andere Bequemlichkeit zu verzichten, wenn es der Umwelt nützt. Im Zusammenhang mit der gefragten „Sustainability“ punktet auch eine ursprüngliche Natur- und Kulturlandschaft, vor deren Kulisse sich die regionale Küche richtig genießen lässt.

Dass Österreichs intakte Natur schon heute bei den Gästen hoch im Kurs steht, beweisen in regelmäßigen Abständen die Ergebnisse von T-MONA, der Gästebefragung der Österreich Werbung (ÖW). Danach gilt „in der Natur sein“ als das über die Jahre meistgenannte Motiv für einen Urlaub in Österreich.

Intakte Natur punktet

Nachhaltige Urlaubsangebote, zu denen die unberührte Natur ebenso wie authentische Kulturexperiences oder regionaltypische Kulinarik zählen, gelten (noch) als Wettbewerbsvorteil: „Nachhaltigkeit wird zwar nach und nach zur Voraussetzung im Tourismus – derzeit bringt sie Vorteile in der Werbung, langfristig hilft sie aber auch dabei, effizienter zu werden und Kosten zu sparen“, ist Martin Lohmann, Leiter des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T.) und Mitglied des Expertenbeirats, überzeugt.