

KRAMPF DER KULTUREN

—*Herkunftsmärkte: Die gegenwärtige Debatte um das Urlaubsverhalten russischer Gäste verdeckt in Wirklichkeit den tiefgreifenden Wandel der Gästestruktur im heimischen Tourismus.*

Von Rainer Hammerle

Die Russen meinen, ihnen gehört einfach alles, [...] schmeißen so mit ihrem Geld um sich, aber dass die damit die ganzen Preise kaputt machen, ist denen doch egal.“ Postings deutscher Urlauber dieser Art (siehe Info, S. 22) finden sich gegenwärtig genügend im Internet. Johannes Köll vom Reisebüro Alpin Holiday, das vorwiegend russische Gäste nach Tirol vermittelt, weist die Vorurteile, die gegenwärtig durch die Medien geistern, entschieden zurück: „Meine persönlichen Erfahrungen aus Zusammentreffen mit russischen Gästen waren durchaus positiv. Wir sprechen laufend mit unseren Partnern aus der Hotellerie. Im Großen und Ganzen gibt es nicht mehr oder nicht weniger Probleme als mit anderen Nationen.“

Fakten gegen Mythen. 214.000 Übernachtungen russischer Gäste zählte die Tirol Werbung im Tourismusjahr 2004/05, in Wirklichkeit ein Bruchteil (0,5 Prozent) der insgesamt 42 Mio. Nächtigungen in Tirol. Josef Margreiter, Chef der Tirol Werbung: „Von den 214.000 Nächtigungen wurden 200.000 im Winter registriert. Erfreulich für Tirols Tourismuswirtschaft ist aber die Tatsache, dass unser Land im Bundesländervergleich an der absoluten Spitze liegt: Ein Drittel aller Russen, die ihren Urlaub in Österreich verbringen, fahren nach Tirol.“ In so manchem Tiroler Ort wie etwa in Mayrhofen (55.860 Nächtigungen), Sölden (44.980) oder in Ischgl (35.410) haben sich Russen längst im Gästemix etabliert. Und während Medien derzeit gerne den angeblichen Urlaubskrampf der Kulturen propagieren, beschreiben die Touristiker von Kitzbühel bis Ischgl ein anderes Bild. Allerorten sind die Russen gern gesehene Gäste. Vorurteile wurden offensiv angegangen, Mentalitätsunterschiede angesprochen und diskutiert. Carmen Fender, TVB Ötztal, sagt dazu: „Es gibt keine Vorurteile mehr. Die russischen Gäste gehören dazu. Dessen ist sich jeder bewusst – vom Taxifahrer angefangen über den Handel, die Gastronomie bis hin zur Unterkunft. Sie sind gern gesehene und ausgabefreudige Gäste in der gesamten Dienstleistungskette. Bevor wir offensiv auf den russischen Markt gegangen sind, haben wir hier in Sölden eine Aufklärungskampagne



Johannes Köll vom Reisespezialisten Alpin Holiday lässt seine Affinität zum russischen Markt durchaus erkennen

Fotos: Lechner (2)



Andreas Steibl:
„Russen sind eine
kaufkräftige Kunden-
schicht, die gerne
zeigt, was sie hat.“

gestartet. Wir haben mit unseren Betrieben Informationsveranstaltungen durchgeführt, bei dem Vertreter der ÖW Moskau genaueste Informationen über Mentalität und Kultur russischer Gäste eingeholt. Wir haben dabei viel über die Lebenseinstellung und das Reiseverhalten gelernt. Dadurch wurden viele Vorurteile aus dem Weg geräumt.“ Für Ischgl sieht Andreas Steibl, Geschäftsführer des TVB Paznaun, langfristig ein Potenzial von 15 Prozent russischer Gäste als möglich. Konflikte mit anderen Nationalitäten würden keine auftreten. „Besonders in den russischen Weihnachtswochen (02. bis

kyrillischen Songtexten. In Restaurants und Läden spricht das Personal bereits russisch. Nur ein einziger Klomann sagt noch ‚Danke‘ auf Deutsch. Wie ein Foto beweist, steht am Strand auf mehrsprachigen Verbotsschildern der russische Text sogar schon an zweiter Stelle, noch vor dem deutschen.“ (Stern 33/2005). Mit großer Lust zelebrieren Medien derzeit die stereotypen Bilder vom „knausrigen und meckernden Deutschen“ und des „ausgabe- und trinkfreudigen Russen“. Mancherorts keimt gar die Diskussion auf, die Nationen zu trennen, wie dies in Spanien oder der Türkei bereits umgesetzt

*„Die Russen sind gern gesehene und ausgabe-
freudige Gäste in der gesamten Dienstleistungskette.“*

Carmen Fender, TVB Ötztal

15.01.2006) nehmen viele Hotels bei uns nur russische Gäste. Die Russen sind eine kaufkräftige Kundenschicht, die gerne zeigt, was sie hat.“ Fritz Kraft, Geschäftsführer Innsbruck Tourismus, bewertet den russischen Markt hingegen noch recht nüchtern: „Wirklich spürbar war das bisher nur in den ersten beiden Jänner-Wochen und dann auch nur in einigen wenigen Orten/Regionen Tirols. Wir werden den Markt weiterhin mit begrenzten Mitteln als Winter-Sekundärmarkt bewerben, vorerst ist keine Erhöhung der Budgets vorgesehen.“

Ende der deutschen Vorherrschaft?

Wie einst die Deutschen beginnen die Russen heute an die Mittelmeerstrände und in die Alpen zu strömen. Die von den Medien gehypte „Invasion der Russen“ stellt immer wieder einen angeblichen Klassenkampf während der Urlaubswochen zwischen den Nationalitäten in den Mittelpunkt. Das deutsche Magazin Stern bringt in einer seiner aktuellen Ausgaben unter dem Titel „Die Russen kommen“ die Vorurteile über russische Gäste während eines Urlaubsaufenthaltes in der Türkei auf den Punkt: „Wenn einer Geburtstag hat, schieben sie im Speisesaal Tische und Stühle zusammen, bis für unsereinen kein Platz mehr ist. Viele haben Frauen, die aussehen wie ihre Töchter. Diese ihrerseits singen traurige Lieder nach

wurde. Gängiges Vorurteil dabei: Deutsche Gäste wollen gerne ihre über Jahrzehnte „erworbenen Urlauber-Rechte“ verteidigen und reagieren empfindlich, wenn es darum geht, ihre Urlaubs-Enklaven mit anderen zu teilen. Johannes Köll kann mit einem Blick in die Praxis diese Einschätzung nicht teilen: „Probleme tauchen kaum auf. Auch der russische Gast wird immer reiseerfahrener. Von unseren Partnern bekommen wir durchwegs positive Rückmeldungen. Es kommt immer öfter vor, dass uns Partner sogar bitten, ‚noch mehr Russen‘ zu schicken. Dass man uns sagt: ‚Wir nehmen keine Russen!‘, passiert eher selten.“ Ähnlich sieht dies Renate Danler, Geschäftsführerin des TVB Kitzbühel: „Solange ein bestimmter Prozentanteil in einem Hotel wohnt, geht es gut. Gewisse kulturelle Unterschiede gibt es sehr wohl, aber von Auswüchsen hört man kaum.“

Was Russen mögen. Der russische Gast gibt im Schnitt pro Tag fast das Doppelte aus wie Gäste anderer Nationalitäten. Danler: „Russen schätzen die hohe Qualität in der Unterkunft, Shopping und gutes Essen. Sie wollen Abwechslung auch in den Lokalen, Stadtambiente und ein umfassendes Wintersport-Angebot.“ Dazu zählen auch gutes Service, kurze Wartezeiten bei den Liften, moderne Liftanlagen, großzügige Skigebiete sowie Kinderbetreuung.



Tagungen | Führungen | Kultur | Gastronomie

www.binder-feuerwerk.com

Tagen
unter dem Zirbenhimmel

Führungen
durch das
BioMasseHeizKraftWerk

Kunst und Kultur
in der Galerie

SichtBAR
die Gastronomie im
FeuerWerk

FeuerWerk - Unternehmensgruppe BINDER HOLZ
Öffnungszeiten Dienstag bis Sonntag 10 - 18 Uhr



FeuerWerk
HolzErlebnisWelt

RUSSENWOLLENQUALITÄT

—*Interview:* Josef Margreiter, GF der Tirol Werbung, über die Gästestruktur und die derzeit aktuelle „Russenhysterie“.



Josef Margreiter: „Ein Drittel aller Russen, die ihren Urlaub in Österreich verbringen, fährt nach Tirol.“

tige Marken. Die Top-drei-Orte sind die international renommierten und etablierten Wintersporthochburgen Mayrhofen, Sölden und Ischgl, aber auch St. Anton, Kitzbühel, Seefeld, Innsbruck und Serfaus sind beliebte Destinationen. Die Hälfte aller russischen Gäste logiert in Betrieben der Vier- und Fünf-Sterne-Klasse.

SAISON: Was ist dran an der gegenwärtigen „Russenhysterie“?

Margreiter: Die aufgrund des niedrigen Ausgangsniveaus fast astronomisch anmutenden Zuwächse der Gäste aus Russland veranlassen vielleicht den einen oder anderen Touristiker zu allzu großer Euphorie. Wenn man allerdings die tatsächlichen Ankunfts- und Nächtigungszahlen betrachtet und diese in Relation zum Gesamt-Tiroler Tourismusvolumen setzt, stellt man schnell fest, dass dieses Thema vorwiegend durch die umfassende mediale Berichterstattung eine derart große Plattform findet. Von der Bedeutung für den Tiroler Tourismus liegen etwa die Gäste aus Dänemark oder den USA noch vor den Russen.

SAISON: Gibt es Konflikte angesichts der steigenden Internationalisierung beim Gästemix?

Margreiter: Neben solider Hardware und perfekten Dienstleistungsqualitäten stellt ein ausgewogener Nationenmix im Hotel einen entscheidenden Faktor für einen gelungenen Urlaub dar. Grundsätzlich wird die extreme Übermacht von Gästen aus einer Nation mit unterschiedlicher Kultur gegenüber Gästen aus anderen Ländern in den seltensten Fällen gutgeheißen. An dieser Stelle ist den Tiroler Gastgeber ein Kompliment auszusprechen: dem Großteil ist es in den vergangenen Jahren trotz steigender Internationalisierung unseres Tourismus gelungen, einen ausgewogenen Gästemix zu gewährleisten. Bezüglich der harmonischen Integration von russischen Gästen hören wir vorwiegend positive Reaktionen, Ausnahmen bestätigen jedoch die Regel – und das beschränkt sich nicht nur auf russische Gäste, sondern das gilt für Urlauber aus allen Nationen. —

SAISON: Welcher Anteil von russischen Gästen ist in Tirol langfristig möglich?

Josef Margreiter: Unsere Marktforschungsergebnisse zeigen, dass sich der Anteil der russischen Gäste wohl auch in den nächsten zehn Jahren nicht über einen einstelligen Prozentsatz hinausbewegen wird. Das heißt, der Tiroler Tourismus wird sein Hauptgeschäft auch im nächsten Jahrzehnt mit Gästen aus einem Umkreis von 1000 km oder zwei bis drei Flugstunden lukrieren. Acht Quellmärkte ergeben heute mehr als 90% des Tiroler Gästeaufkommens: Deutschland, Niederlande, Österreich, Schweiz, Großbritannien, Belgien, Italien und Frankreich – und das wird sich wohl auch in nächster Zukunft nicht dramatisch verändern.

SAISON: Wie wirken sich die neuen Visa-Bestimmungen in der Praxis aus?

Margreiter: Bislang war die Einreichung per Fax ausreichend, ab sofort verlangt die Konsularabteilung der Botschaft in Moskau das schriftliche Originaldokument. Dies ist für die Reisewilligen nicht nur mit mehr Kosten verbunden, sondern vor allem mit einem erheblich höheren Zeitaufwand. Alle beteiligten Institutionen wie Außenministerium, Wirtschaftskammer oder Österreich Werbung versuchen diesbezüglich zu intervenieren und es bleibt zu hoffen, dass eine Regelung zugunsten der Reisenden getroffen wird.

SAISON: Welche Orte und Kategorien buchen russische Gäste vornehmlich?

Margreiter: Die russischen Gäste sind sehr qualitäts- und trendbewusst. Demzufolge kaufen sie auch vorwiegend prestigeträch-



Fritz Kraft: Der Geschäftsführer von Innsbruck Tourismus bewertet den russischen Markt nüchtern

Russischsprachige Skilehrer sind Voraussetzung, zählen aber noch längst nicht in allen Regionen zum Standard. Und auch die neue Visaregelung erschwert die Einreise nach Österreich massiv (siehe Interview mit Josef Margreiter). Köll von Alpin Holiday bestätigt: „Der Verwaltungs- und finanzielle Aufwand sowohl bei uns als auch bei unseren Partnern ist stark gestiegen. Kurzfristige Buchungen wurden erheblich erschwert bzw. unmöglich. Natürlich muss man die Behörden verstehen, dass sie ihr Bestmögliches unternehmen, um illegale Einreisen nach Österreich zu verhindern. In der Praxis ist die derzeitige

Lösung aber sehr umständlich und dem Image Österreichs als Urlaubsziel sicherlich nicht dienlich. Der Werbeslogan ‚Endlich Österreich‘ bekommt in diesem Zusammenhang eine weitere, sicherlich nicht beabsichtigte, Interpretationsmöglichkeit.“

Austausch der Gästeschichten. Deutsche Gäste, aber auch heimische Touristiker, werden sich auf geändertes Reise- und Konsumverhalten einstellen müssen, wollen sie langfristig am Markt reüssieren. Die Chancen stehen gut, dass die Nächtigungszahlen in Österreich von

Urlaubern aus den GUS-Staaten bis 2010 aufgrund einer Million steigen werden. Aus einer Marktanalyse der Österreich Werbung geht hervor, dass Skifahren neben dem Städtebesuch eines der wichtigsten Urlaubsmotive der Russen ist. Und auch wenn die russischen Gäste heute noch eine kleine Minderheit sind, so stellen sie ein Paradebeispiel für den Aufbau neuer Herkunftsmärkte dar. Denn Chinesen und Inder werden – nicht zuletzt wegen ihres kulturellen Hintergrundes – noch wesentlich anspruchsvollere Kundengruppen sein, als es die russischen Gäste der Gegenwart sind. —

www.gutmann.cc

Staatspreisträger prüft Esso-Optiplus und vergibt Bestnoten



ERFINDER GEORG PLETZER
Staatspreisträger für Energieforschung

Zukunftsweisende Heizölqualität garantiert bessere Energieausnutzung.

Der Erfinder Georg Pletzer hat Esso-Optiplus eingehend geprüft und empfiehlt es seither für den Betrieb seiner Warmluftheizgeräte. PULSAIR-GERÄTE beheizen Werkstätten, Schirmbars, Veranstaltungszelte etc. in ganz Europa.

Nähere Infos unter www.pulsair.at

ESSO-OPTIPLUS IN TIROL exklusiv bei Fa. Gutmann:

NIEDERLASSUNGEN:

Innsbruck · Kitzbühel · Landeck

... sowie in Kooperation mit Firma Schretter in Reutte

Unser modernstes Heizöl



Die Vorteile von ESSO OPTIPLUS:

- SPARSAMKEIT
- SICHERHEIT
- SAUBERKEIT



☎ 0512/22 777 oder ☎ 0810 / 222 777
ZUM ORTSTARIF!