

Familienbetriebe prägen die Identität Tirols

92 Prozent der Tourismusbetriebe im Land sind Familienunternehmen, die von den Gästen wegen ihrer Gastfreundschaft und Authentizität besonders geschätzt werden. Doch immer öfter gestalten sich Betriebsübergaben problematisch, warnt Anita Zehrer vom MCI.

Gäste suchen in Tirol Gastfreundschaft, Tradition, Authentizität und Herzblut – und damit genau jene Werte, die der kleinteilig strukturierte Tourismussektor vermittelt. 17.400 oder 85 Prozent aller Tiroler Unternehmen sind Familienbetriebe – das bestätigt die KMU-Forschung. Wenn man den Tourismus allein betrachtet, ist der Prozentsatz noch höher. 92 Prozent der Betriebe sind in diesem Bereich familiengeführt.

Teil sind es ja Kleinbetriebe, die alle unternehmerischen Tätigkeiten selbst abdecken müssen. Zeit für strategische Planung bleibt nur wenig.“

Zusätzlich, so Zehrer, sei die besondere Konstellation oftmals belastend: „Familie und Unternehmen sind im Familienbetrieb untrennbar miteinander verbunden. Die emotionale Ebene trifft täglich auf die wirtschaftlichen Notwendigkeiten.“ Insbesondere bei Übergaben, vor der in naher Zukunft rund 2600 Betriebe in Tirol stehen, verschärft sich diese Problematik: „Die junge Generation ist bestens ausgebildet, möchte ihre Vorstellungen einbringen, für die anderen heißt es Macht abgeben. Und durch gute Ausbildungen haben die ‚Jungen‘ oft Alternativen und überlegen, ob sie diese Herausforderung annehmen.“

Dies bestätigt auch Tourismusberater Jakob Edinger: „Die nächste Generation zögert aufgrund der Belastungen. Vom Brandschutz bis hin zu strengeren Sicherheitsbestimmungen kommen bei der Übergabe Vorschriften zum Tragen, die oft hohe Investitionen erfordern. Und hier sprechen wir noch nicht



Familienbetriebe stehen für Gastfreundschaft. Doch immer öfter gestaltet sich die Betriebsübergabe an die junge Generation schwierig. Foto: Arlberg Hospiz Hotel

von Investitionen, die zur Verbesserung bzw. Modernisierung des Angebotes nötig sind.“

Mit Blick auf die Kommunen fordert Edinger auch, dass das Klima für Betriebe verbessert wird. „Hier verschlechtern Gebührenerhöhungen und langwierige Verhandlungswege für Investitionsprozesse die Situation.“

Es braucht mehr Kooperation

Folgen hat dies aber nicht nur für den einzelnen Betrieb, sondern vor allem

auch für die Destinationen: „Touristische Familienbetriebe prägen die Identität der Destination. Sie sind im Ort verwurzelt, engagieren sich für die Entwicklung. Für die Unternehmer ist die Region Wirtschafts- und Lebensraum, sie tragen viel für die positive Tourismusgesinnung bei“, so Zehrer.

Deshalb setzt die Expertin am Zentrum für Familienunternehmen am MCI auch konkrete Schritte, um Hilfestellungen in der Praxis zu bieten. Mit dem Zertifikatslehrgang „Family Business“ wurde ein Weiterbildungsan-

gebot geschaffen, das genau hier ansetzt. In diesem Rahmen werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, sich aktiv mit der wichtigen Aufgabe der systematischen Planung und Zukunftsgestaltung eines Familienunternehmens zu beschäftigen.

Den Tiroler Tourismusbetrieben rät Zehrer zur Kooperation: „Auf informeller und freundschaftlicher Basis gibt es Kooperationen und Zusammenarbeiten, das sehen wir. Jetzt gilt es diese zu strukturieren und auf möglichst viele Bereiche auszuweiten.“

„Bürokratische Hürden und immer neue Vorschriften belasten Familienbetriebe ganz besonders.“



Anita Zehrer

Genau diese Betriebe geraten aber immer häufiger unter Druck, weiß Anita Zehrer vom Zentrum Familienunternehmen am MCI Innsbruck: „Bürokratische Hürden und immer neue Vorschriften belasten hier ganz besonders, denn zu einem großen



Tirols Hütten haben kulinarisch einiges zu bieten. Foto: Tirol Werbung

Kulinarisch hoch hinaus

Der erste Gault&Millau Hüttenguide hat mehr als 70 Tiroler Hütten im Sommer wie auch im Winterbetrieb unter die Lupe genommen. Einhelliger Tenor: Auch in den Bergen wird frisch, regional und saisonal aufgekocht. Alte Rezepte werden adaptiert, neue Geschmacksvarianten integriert – und so Kulinarik auf sehr hohem Niveau geboten. Im Guide findet man in unterschiedlichen Kategorien (Gourmet, Familie, Sommer, Winter) die jeweiligen Top-Betriebe. „Wir wollen nicht verhehlen, dass wir mit unserem Gault&Millau Hüttenguide Tirol das frische Feuer weiter anfachen wollen und hoffen, dass dieser positive Trend zu hochqualitativem Essen anhält“, freuen sich die Gault&Millau-Herausgeber Karl und Martina Hohenlohe. Der Guide ist Teil des Gault&Millau-Führers (39 Euro) oder separat erhältlich (7,90 Euro).

Weltcup-Auftakt Sölden: Der Countdown läuft

Am 28. und 29. Oktober ist es so weit: Der Alpine Ski-Weltcup wird traditionell in Sölden eröffnet. Mit den weltbesten Damen und Herren startet nicht nur die Rennsaison. Denn die Bilder aus dem Ötztal sind wichtige Tourismuswerbung.

Mehr als 30.000 Zuschauer werden am Gletscher hoch über Sölden erwartet, rund 20 TV-Stationen liefern Ski-

bilder an ein Millionenpublikum und machen so Lust auf den Winter.

Im Ötztal laufen die Vorbereitungen dazu schon seit Wochen auf Hochtouren. Pistenchef Isidor „Isi“ Grüner ist derzeit rund um die Uhr im Einsatz. Denn die Piste muss bereits einen Monat vor dem Rennen bereit sein: „Die Spitzenteams sind alle schon vor Ort und brauchen natürlich für ihre Trainings

optimale Bedingungen – und dafür sorgen wir.“

Grüner ist auch für die ausgefeilten Zeitpläne verantwortlich: „Vormittags und nachmittags stehen jeweils vier Läufe auf dem Programm, innerhalb einer Woche absolvieren die einzelnen Teams rund drei Trainingstage. Das reicht, denn die Höhe ist auch für die Sportler eine zusätzliche Herausforderung. Das hat mir vor einigen Ta-

gen gerade Ted Ligety persönlich bestätigt“, erzählt der ehemalige Freestyle-Skier schmunzelnd.

Aber auch für die FIS und die TV-Stationen ist er erster Ansprechpartner: „Für die Pistensicherung verbauen wir 7000 Meter Absperrzaun und 5500 Meter Sicherheitsnetze und wir legen auch die optimalen Kameraplätze fest. Für die Zeitnehmung und TV-Übertragung müssen wir zudem über 13.000 Meter Kabel verlegen.“

Grüners Team wächst derzeit von Tag zu Tag. An den beiden Renntagen selbst koordiniert er mit seinen Teamleitern über 200 Helfer „zwischen Start und Ziel“. Und natürlich werden nicht nur auf der Piste, sondern auch im Ort die letzten Vorbereitungen getroffen: „Rund 20.000 Nächtigungen werden an den zwei Renntagen und am Tag davor verzeichnet. Vor allem die Fanclubs schätzen unser Angebot sehr, und darauf sind wir natürlich stolz“, so Oliver Schwarz, Geschäftsführer Ötztal Tourismus.

Infos: skiweltcup.soelden.com/weltcup-programm



Riesigen Werbewert haben die Bilder, die von Sölden aus in die Welt gehen werden. Foto: Ötztal Tourismus

Dreharbeiten für „Der Geldmacher“

Im Oktober wurde der Spielfilm „Der Geldmacher“ an mehreren Tiroler Drehorten (u. a. in Hall, Ampass, Inzing und Sautens) realisiert. Inhalt des Films, der u. a. mit Karl Markovics prominent besetzt ist, ist ein wenig bekanntes Thema der Tiroler Wirtschaftsgeschichte: das „Schwundgeld“ von Wörgl. „Wir freuen uns sehr über die Dreharbeiten mit hohem Tirol-Bezug“, so Cine-Tirol-Leiter Johannes Köck.



Schauspieler Aaron Friesz, Verena Altenberger und Karl Markovics mit Cine-Tirol-Chef Johannes Köck (v.l.). Foto: Cine Tirol

Tiroler Bergwelt in China

Anlässlich der internationalen chinesischen Gartenschau in Zhengzhou wurde Ende September der „Tirol/Innsbruck Alpine Garden“ eröffnet. Gestaltet wurde das Gemeinschaftsprojekt von Tirol Werbung und Innsbruck Tourismus vom Tiroler Architektenteam Christian Dummer und Hannes Erharter (studio 41) sowie der Tiroler Gartenarchitektin Elisabeth Oberthanner (florart). Neben der Tiroler Bergwelt lernen chinesische Besucher in einem Medienraum auch Innsbruck, die Swarovski Kristallwelten sowie Kitzbühel, das Ötztal, Kufstein und St. Anton filmisch kennen.



Der Tiroler Beitrag auf der Gartenschau. Foto: Tirol Werbung

Treffpunkt für Bergsportler

Die Alpinmesse Innsbruck öffnet am 11. und 12. November ihre Tore. Neben der Produktschau mit mehr als 200 Ausstellern zählen vor allem die Workshops bei der Alpinmesse Innsbruck zu den Publikumsmagneten. In 19 verschiedenen Kursen und Übungen an 70 Terminen werden über 1000 Plätze angeboten. Die Teilnahme ist im Eintrittspreis inkludiert: Jeder Messebesucher kann zweimal pro Tag mit Profis sein Wissen und Können erweitern. Weitere Infos und Programm: www.alpinmesse.info

Tourismus

24. Oktober 2017

Sonderthema

Herausgeber und Medieninhaber: Schlüsselverlag J. S. Moser GmbH; Sonderpublikationen, Leitung: Frank Tschoener; Redaktion: Michael Riedler, Verkauf: verkauf@tt.com, Anschrift für alle: 6020 Innsbruck, Brunecker Straße 3, Postfach 578, Tel. 050403-1543.