

Heiße Diskussion um Tourismusthemen auf der WWT

Utl.: Merkl: Zauberworte "bitte, danke u. gerne" besser als jeder
Trend - NÖ Tourismus-Profi setzt auf Rückbesinnung =

Wien (PWK) - Den Gastgebern aus Niederösterreich war der letzte Halbtage der Werbewirtschaftlichen Tagung 97 gewidmet, den Fachgruppenvorsteher Prof. Erwin Kessler eröffnete. Zum Thema "aktuelle Tourismustrends" hielt Klaus Merkl, Leiter der NÖ Tourismuswerbung, ein pointiertes Plädoyer für eine Abkehr vom "Schnick-Schnack-Tourismus" und eine Rückkehr zur Kernkompetenz ohne Scheu vor Klischees. "Machen wir endlich Schluß mit der Trend- und Trittbrettfahrerei und machen wir lieber das, was wir können, aber besser". Denn die drei Hauptgründe, weswegen ein deutscher Tourist nach Österreich komme, seien die Landschaft, die Gemütlichkeit sowie Nähe und Vertrautheit zu Österreich (Bandbreite 87-53 Prozent). Mehr "fun & aktion" wollten hingegen nur fünf Prozent aller Deutschen bzw. 12 Prozent der ehemaligen Österreich-Urlauber, berichtete Merkl. ****

"Man kann das Erlebnis karibischer all-inclusive-Clubs nicht 1:1 nach Österreich transferieren. Denn mit einmal wöchentlich Ziegenmelken wird es nicht getan sein", erheiterte Merkl das Publikum. Das Preis-Leistungsverhältnis müsse stimmen und die Werbelinie konsequent eingehalten werden. Nach der Trendumkehr vor zehn Jahren, "als Erholungsurlaub out und statt Entspannung Anspannung angesagt war und so mancher Ort mehr Discos als Kühe hatte", sei jetzt eine Rückbesinnung erfolgt, von der er hoffe, daß sie "länger als einen Sommer" andauere. Im übrigen seien die Zauberworte "bitte, danke und gerne" stärker als jeder Trend.

Anders Prof. Peter Zellmann, Leiter des Ludwig Boltzmann Instituts für angewandte Sportpsychologie und Freizeitpädagogik: Österreich habe auf den Trend "Erlebnisgesellschaft" zu spät reagiert. Der Urlaub müsse im Kontrast zum Alltag stehen, denn "der Tourismus kann im 21. Jahrhundert alles ertragen, nur keine Langeweile. Gemütlichkeit ist kein Zugpferd". Der Urlauber sei ein "Aussteiger auf Zeit". Nach Zellmanns Meinung müßten künftige Marketingstrategien des heimischen Fremdenverkehrs Erlebnisphilosophien gleichen. Aber Österreich mangle es an "echten Urlaubserlebnissen" und werde zudem als kalt und teuer kritisiert, was auch die Gründe der Tourismuskrise seien. Generell würden die Stammurlauber "aussterben", Kurzurlaube

und Events seien gefragt (Städte-, Kultur- und Sportevents). Die gesamte Tourismusqualität müsse neu definiert werden, "nicht mehr nur in Kategorien und Sternen", sagte Zellmann.

(Schluß) hp

Rückfragehinweis: Rudolf Pasquali

WIFI Österreich

50105/3122

*****ORIGINALTEXT-SERVICE UNTER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS*****

OTS0184 1997-11-07/13:55

071355 Nov 97

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_19971107_OTS0184