

Und jetzt? Tourismus mit Verantwortung

**Bis Jänner war China der Wachstumsmarkt
für den weltweiten Tourismus schlechthin.**

Emanuel Lehner-Telič, Germanistik- und Romanistik-Absolvent der Universität Salzburg, leitet das Büro der Österreich Werbung in Peking und das Tourismus-Marketing für Asien.

JOSEF LEYER

BILD: SN/ÖSTERREICH WERBUNG



Deutlich über 30 Milliarden Euro, das sind rund zehn Prozent der österreichischen Wirtschaftsleistung, wurden zuletzt durch den Tourismus erbracht. Nach den vergangenen Monaten, in denen der Fremdenverkehr und damit zusammenhängende Erwerbszweige komplett zum Erliegen gekommen sind und zahlreiche Betriebe ums Überleben kämpfen, steht die Branche vor dem Neustart. Die Österreich Werbung unterstützt diesen in einem ersten Schritt mit einer Kommunikationsoffensive im Inland und in Deutschland: „Auf dich wartet ein guter Sommer“ lautet das Sujet. Österreich als Urlaubsland zu bewerben ist seit 1955 die Aufgabe der Österreich Werbung, ein Verein, der vom zuständigen Ministerium, zur Zeit das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus, und der Wirtschaftskammer getragen wird. 200 Mitarbeiter sind in 21 Auslandsvertretungen und Wien im Einsatz. Ihre Aufgabe ist die „Bearbeitung der international vielversprechendsten Märkte“, wie es in den Statuten heißt. Dazu gehört auch, laufend fundiertes Wissen über Gäste und Märkte zu erwerben und dieses an die heimische Tourismusbranche weiterzugeben.

Bis Jänner galt China weltweit und auch für die Österreich Werbung als der Wachstumsmarkt schlechthin. Allein von 2010 bis 2019 verfünfachte sich das Volumen chinesischer Touristen in Österreich auf rund eine Million. Seit 2016 leitet Emanuel Lehner-Telič das Büro der Österreich Werbung in Peking und das Marketing für die Region

Asien. Über den jetzigen Alltag mit Corona in Peking sagt er: „Oberflächlich ist in China mittlerweile wieder vieles zur Alltagsroutine zurückgekehrt. Allerdings merkt man vielerorts, dass die Krise noch lange nicht vorüber ist. Ich hoffe nicht, dass das schon die endgültige neue Normalität ist, sondern nur eine vorübergehende Normalität.“ An jedem Haus- und Restauranteingang wird Fieber gemessen. Am öffentlichen Leben kann nur teilnehmen, wer in der Gesundheits-App, also einem digitalen Ausweis am Handy, grün markiert ist. Statistisch gesehen ist die Wahrscheinlichkeit, in Peking am Virus zu erkranken, mittlerweile gering. Das wurde mit drastischen Methoden, wie sie in westlichen Gesellschaften nicht umsetzbar wären, erreicht. „Die chinesische Gesellschaft ist kollektivistisch geprägt, Ordnung ein hohes Gut. Und so ist die Bevölkerung ihrer Führung und dem Staat gegenüber loyal, auch was den Umgang mit der Corona-Krise betrifft. Kritik gibt es – wenn überhaupt – nur sehr versteckt in den sozialen Medien“ sagt Lehner-Telič.

Vor der Krise wurden die direkten Flugverbindungen zwischen Österreich und Shanghai, Peking sowie Südkorea noch ausgebaut. Auch digitale Zahlungsmöglichkeiten sollten in heimischen Tourismusbetrieben verstärkt angeboten werden, empfahl die Österreich Werbung. Denn die Chinesen sind „Heavy Digital User“, die am liebsten via Handy statt mit Karte oder Bargeld bezahlen. Besondere Erwartungen waren an die olympischen Winterspiele geknüpft, die für 2022 in Peking geplant sind: In Folge soll es dort Millionen neuer Schifahrer geben, ein Wachstumspotential auch für die Wintersportorte und Schischulen in Österreich.

Zugleich schwand bei vielen Österrei-

chern die Akzeptanz des Tourismus. Oft genanntes Beispiel war die Salzburger Innenstadt, die, schon teilweise unbewohnt, einen Strukturwandel in Richtung rein touristischer Nutzung mitmachte. Noch vor einem Jahr wurde in der Politik das Problem des so genannten Overtourismus diskutiert, und Medien berichteten gar über Konflikte, die zwischen Einheimischen, Touristen und Fremdenführern offen zu Tage traten. „Der Overtourismus ist eine reale Gefahr für Salzburg. Es macht mir große Sorgen. Wir dürfen nicht zuschauen, sondern müssen den Fremdenverkehr gestalten“, sagte auch Festspielpräsidentin Helga Rabl-Stadler vergangenen Juni im Handelsblatt. Ganz anders als erwartet ist nun die Gelegenheit dazu gekommen.

„Der Tourismus ist in Österreich aufgrund seiner Bedeutung und Tradition in ökonomischer Hinsicht genauso relevant wie für ökologische und soziale Aspekte“, sagt auch Lehner-Telič. „Ich denke schon, dass der Grundkonsens im österreichischen Tourismus darin liegt, dass dieser nur in Kombination mit Nachhaltigkeit – in all ihren Dimensionen – erfolgreich sein kann. Wir sind in Österreich mit vielen Plätzen gesegnet, die offenbar die halbe Welt sehen will. Im touristischen Alltag geht es heutzutage im Wesentlichen darum, dass man eine Balance findet zwischen den Bedürfnissen der Einwohner und den Möglichkeiten für Gäste, eine Destination zu besuchen und diese als attraktiv und inspirierend wahrzunehmen. Wir subsumieren dies unter dem Thema ‚verantwortungsvoller Tourismus‘.“

Die Tourismuswirtschaft lernte Emanuel Lehner-Telič schon als Student an der Universität Salzburg, wo er Germanistik, Französisch und Spanisch für das Lehramt be-

legt hatte, kennen, und zwar von der Pike auf: Er war Reiseleiter für Natur- und Kulturreisen nach Frankreich, die mit Bus, Zelt und Feldküche durchgeführt wurden und unterrichtete für ein Sprachreiseunternehmen jugendliche Gäste in Salzburg. „An die Studienzeit denke ich überhaupt sehr gerne, waren das doch auch die Jahre, in denen bleibende Freundschaften entstanden sind. Einprägsam waren gerade zu Beginn die strikten Sprachseminare in Französisch, wo von rund 80 Anfängern gerade 25 übrig geblieben sind.“ Nach Abschluss des Studiums, während er auf den Beginn des Unterrichtspraktikums wartete, begann Lehner-Telič, sich in Themen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre sowie Internationale Beziehungen einzulesen und machte die Aufnahmeprüfung für die Diplomatische Akademie Wien. Von dort führte sein Weg zur Österreich Werbung mit bisherigen Stationen in Berlin, Moskau, Budapest und Peking.

Dass an seiner Universität heute in bestimmten Sprachstudien auch wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse vermittelt werden, bewertet er aufgrund seines eigenen Werdegangs besonders positiv. Seinen jungen Kolleginnen und Kollegen, die jetzt an der Universität Salzburg studieren rät er, das breite Angebot an der Uni auszunützen: „Im Nachhinein finde ich es schade, dass ich nicht auch noch zum Beispiel in Portugiesisch oder Politikwissenschaft hineingeschnuppert habe.“ Wichtig wäre, so Lehner-Telič auch durchzuhalten, wenn es mal nicht so gut läuft oder eine Prüfung nicht auf Anhieb wie gewünscht klappt. Und bei all dem Studienstress solle man niemals vergessen, dass man in Salzburg in einer der lebenswertesten Städte weltweit studiert.

SPONSIONS- UND PROMOTIONSJUBILÄUM: ABSOLVENTENJAHRGÄNGE 1970, 80 UND 90 BITTE MELDEN!

Im Rahmen eines Empfanges im Herbst wollen Rektor Hendrik Lehnert und Konsul Rudolf Aichinger, Präsident des Alumni Clubs, Absolventinnen und Absolventen ehren, die heuer ein rundes Jubiläum ihres Studienabschlusses begehen. Auch goldene

Promotionen gibt es zu feiern. Doch haben sich bei den meisten Absolventen Adressen und durch Heirat vielfach auch Namen geändert. Viele der Jubilare konnten bereits recherchiert werden, aber der Alumni Club bittet die Absolventen auch, sich selbst zu mel-

den, damit die persönliche Einladung zum Jubiläumsempfang übermittelt werden kann. Der Alumni Club Universität Salzburg ist eine Plattform für alle Absolventinnen und Absolventen, um beruflich und privat in Kontakt zu bleiben und neue Kontakte

zu knüpfen. Ziel ist es, die gemeinsame Verbundenheit zur „Alma Mater“ auf verschiedenen Ebenen zu fördern. Das Veranstaltungsangebot, das den Mitgliedern zur persönlichen Fortbildung und Erweiterung des eigenen Netzwerks zur Verfügung

steht, musste dieses Jahr reduziert werden. Der traditionelle Jubiläumsempfang soll stattfinden, diesmal in etwas kleinerem Rahmen.

Informationen zum Alumni Club:
WWW.UNI-SALZBURG.AT/ALUMNI
Kontakt: JOSEF.LEYER@SBG.AC.AT