

Flucht von Cash und Brain

GASTKOMMENTAR – Der Landtag hat kürzlich die **Deckelung des Tourismus** beschlossen. Dieser wird weitreichende Folgen für Familienbetriebe genauso wie für Handwerksbetriebe haben. **Schlimmstenfalls droht eine Flucht von Unternehmern und Arbeitskräften.**

Vorausgeschickt: Südtirol hat sich vor 20 Jahren beklagt, dass die Qualität bzw. der Durchschnittspreis unserer Beherbergungsstrukturen viel zu niedrig ausfällt für die Schönheit der Natur und das Angebot. Nun hat man es endlich geschafft, sich von den Nachbarregionen qualitativ so hochwertig zu unterscheiden und gleichzeitig noch als familiengeführt zu etablieren, dass man eigentlich auf das Erreichte stolz sein könnte. Anscheinend ist so eine Qualitätsoffensive aber von vielen nicht gern gesehen und man will nicht verstehen, dass Qualität ein gesundes Wachstum braucht. Man stelle sich vor, man würde einem Tischler vorschreiben, wieviel Tische er mit einer bestimmten Fläche seiner Halle in der Handwerkerzone produzieren darf – das wäre dann ordentliche Marktverzerrung.

Verheerende Auswirkungen auf Familienbetriebe

Jungunternehmer werden dem Land fernbleiben. Wurden vor Jahren noch Unterstützungen für Brain-Return gewährt, werden sie mit der aktuellen

Entwicklung regelrecht zur Flucht gezwungen. Ihnen fehlt jeglicher Ausblick. Top ausgebildet mit Studien- und Berufserfahrung im Ausland werden die Wenigsten 25 Betten der Eltern weiterführen wollen, weder mit dem vorgelebten Arbeitsaufwand und schon gar nicht mit den konzeptionellen Inhalten, die sie vorfinden. Sie wollen eigene Ideen einbringen und ein zielgruppengerechtes Konzept erarbeiten und dann umsetzen. Dabei reicht in den meisten Fällen aber die Anzahl der Gästebetten nicht aus, um eine Investition in diese Richtung zu stemmen.

Außerdem kann sich ein Unternehmer erst ab einer bestimmten Betriebsgröße und einer höheren Sternepositionierung auch Stabstellen leisten, wie etwa eine Rezeptionsleitung, welche den Kundenkontakt abdeckt, eine Küchenbrigade, die kreativ sein kann, eine Gouvernante, welche die Zimmerordnung professionell abdeckt, Marketingmitarbeiter, die weiterhin am Produkt arbeiten und auf allen Kanälen präsent sind usw.

Heißt: Die jungen Absolventen von guten Tourismusschulen könnten zu Unternehmern werden, sie könnten sich dem Gast widmen und sie könn-

ten am Urlaubserlebnis arbeiten, vielleicht sogar an dessen gesteuerter Mobilität und Verkehrsbewegung.

Versäumnisse der Politik

Nunmehr gab es so viel negative Stimmung dem Tourismus gegenüber, dass sich die Politik veranlasst sah, gegenzusteuern bzw. dem lauten Aufschrei nachzugeben, ohne auf die Konsequenzen zu achten. Der zunehmende Verkehr wird ausschließlich dem Tourismus zugeschrieben, wobei auch die Ansässigen, Handwerker-Pendler-Familien, zunehmend für kleine Wegfahrten ihr Auto nutzen. Außerdem stellt sich die Frage, warum man nicht endlich den Zugang zu Hotspots und Bergpässen den Einheimischen kostenlos zu Verfügung stellen kann und den Gästen und Motorradfahrern zu Preisen wie in Amerika. Dadurch würde eine Zugangshürde geschaffen und man könnte die Tourismusgesinnung positiv steuern, da so der Lokalbevölkerung eine Vorzugsbehandlung greifbar gemacht wird. Den Erlös könnte man in die Verbesserung der Mobilität und die Verkehrsberuhigung investieren.

Auftragsnot für Handwerksbetriebe

In Zeiten, in denen der Kostendruck nicht nur im Tourismusgewerbe sondern auch im Handwerksbereich gestiegen ist und auch dort sowohl die Arbeitersituation als auch die gestiegenen Einkaufspreise erstmal dem Kunden erklärt werden müssen, sind Auswirkungen wie der Energiebonus und die Steuerbegünstigungen auf Baumaßnahmen in den letzten Jahren sehr zum Vorteil von Kleinstbetrieben ausgefallen. In Zukunft, wenn wieder weniger Baustellen ersichtlich sein werden, wird folgendes passieren: die größeren Handwerksbetriebe werden gezwungen sein, auch kleinere Aufträge zu übernehmen und es wird sich ein Konkurrenzkampf zwischen Groß und Klein ergeben, den meist der Große gewinnt, es sei denn, man hat eine besondere Nische oder eine besonders herausragende Qualität an Ausführung und Mitarbeitern.

Profilierung und Spezialisierung auf ein Nischenprodukt

Wenn zukünftig nicht mehr als eine bestimmte Bettenanzahl erreicht werden kann, die eine professionelle Un-

ternehmensführung rentabel macht, wird es für Hoteliers notwendig sein, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und ganz gezielt eine Zielgruppe zu definieren.

Großbetriebe können mehrere Gäste-schichten ansprechen, wie z.B. Wellness und Familien, Gay-friendly und adults only, da ausreichend Flächen zu Verfügung stehen und eine gewisse Großzügigkeit an Bewegungsfreiheiten im Hotel besteht. Kleinere Betriebe werden sich noch intensiver auf eine Sparte konzentrieren und darin so gut sein müssen, dass der Gast bereit ist, den dafür errechneten Preis zu zahlen, auch wenn dieser höher sein sollte als jener der Großbetriebe.

Auch werden sicherlich viele kleine Familienbetriebe aufgrund des Kostendrucks und der fehlenden Mitarbeiter ihr Unternehmen schließen müssen. Dasselbe Schicksal wird auch gar einige Handwerksbetriebe ereilen. Überleben werden nur mehr jene, die eine Qualitätsoffensive im Zielgruppenbereich meistern können oder ihre Kleinststrukturiertheit als Vorteil herausheben. Dafür wird es aber Investitionen brauchen, denn auch Mitarbeiter arbeiten lieber in einem innovativen Betrieb. Einige Unternehmer werden aufgrund der aktuellen Gesetzeslage sogar gezwungen sein, sich in den Nachbarregionen umzuschauen und werden dort investieren. Es wird also zukünftig zur Flucht von Cash und Brain kommen.

Arnold Harrasser



DER AUTOR arbeitet seit 25 Jahren bei Michaeler & Partner im Projektmanagement und der Projektentwicklung.

Kernkompetenz „Familienunternehmen“

PR-INFO – Weissman-International unterstützt seit mehr als 30 Jahren Familienunternehmen und Unternehmerfamilien **bei allen unternehmerischen und familiären Herausforderungen.**



Weissman International
Family Business Excellence.

www.weissman-international.com

Familienunternehmen sind für uns ein ganzheitliches System, in welchem alle Eigenheiten von Unternehmen und Familie aufeinandertreffen. Es ist eine der wichtigsten Aufgaben, Familienunternehmen bei ihren unternehmerischen und familiären Herausforderungen zu unterstützen. Die Beratung, die Begleitung und das Training von Familienunternehmen und Unternehmerfamilien in den Bereichen Strategie, Geschäftsmodell, Organisation, Führung, Nachfolge und Family-Corporate Governance sind nicht nur unsere Mission, sondern unsere ausgewiesene Kern-

kompetenz. Mit jedem Projekt entwickeln wir seit mehr als 30 Jahren Wissen und Methoden weiter und festigen dadurch diese Kernkompetenz, die wir Kunden lokal, national und international zur Verfügung stellen. Auch unsere digitalen Beratungsformate kommen immer häufiger zum Einsatz, wie unsere Onlineschulungen und das Online-Tool zur Selbstoptimierung für Familienunternehmen.

Wir begleiten Sie gerne, wenn die Nachfolge ansteht, die Strategie zu entwickeln ist, das Geschäftsmodell überprüft oder das Führungsverständnis gefestigt werden soll und die Family-Corporate Governance anzupassen ist.

IHRE ANSPRECHPARTNER
Armin Rainer & Markus Weishaupt
Tel. 333 84 15 655
info@weissman-international.com

WAHLWERBUNG in der SWZ

Die Südtiroler Wirtschaftszeitung SWZ teilt mit, dass sie Wahlwerbung und Wahlpropaganda im Vorfeld der Wahl des italienischen Parlaments am 25. September 2022 annimmt. Laut Gesetz und den Bestimmungen des Garanten für Kommunikation (AGCOM) hält sie sich dabei an Verhaltensregeln für Wahlpropaganda/Wahlwerbung, die allen werwerbenden Parteien und Organisationen die gleichen Bedingungen bieten. Ein entsprechender Verhaltenskodex liegt in der Redaktion auf und kann eingesehen oder angefordert werden: SWZ, Innsbrucker Straße 23, 39100 Bozen, Tel. 0471-973 341, E-Mail: info@swz.it.

BEDINGUNGEN FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG VON WERBEFLÄCHEN UND PROSPEKTBEILAGEN IN DER WOCHENZEITUNG SWZ IM ZUGE DER PARLAMENTSWAHLEN 2022:

PREISE

Es gilt die Preisliste 2022, digital abrufbar unter www.swz.it. Die gedruckte Preisliste 2022 kann in den SWZ-Büros angefordert werden (Tel. 0471-309730, E-Mail: insetate@swz.it)

BESTELLUNGEN

Die Reservierung muss per E-Mail an insetate@swz.it jeweils spätestens eine Woche (Freitag bis 17 Uhr) vor Erscheinungstermin erfolgen. Stornos müssen 14 Tage vor Erscheinungstermin erfolgen. Bei mehreren Anfragen um die gleiche Platzierung werden die Reservierungen nach Eingangsdatum und Uhrzeit vorgenommen. Die Druckunterlagen müssen ebenfalls eine Woche vor dem Erscheinungstermin am Sitz der SWZ, Innsbrucker Straße 23, eintreffen.

DIE WERBUNGEN MÜSSEN DIE AUFSCHRIFT „WAHLWERBUNG“ UND DIE ANGABE DES AUFTRAGGEBERS ENTHALTEN.

Bei der SWZ liegt das Reglement für die Veröffentlichung von Wahlpropaganda/Wahlwerbung auf, das sowohl die verfügbaren Werbeflächen als auch die allgemeinen Zulassungsbedingungen enthält.

WEITERE INFORMATIONEN: Claudia Mahlknecht, Tel. 0471-309 730, E-Mail: insetate@swz.it

Last und Lust der Nachhaltigkeit



Bozen – Fünf Minuten für die Nachhaltigkeit: Mit Blick auf das diesjährige Global Forum Südtirol (GFS), das am 16. September in der Eurac in Bozen neue Sichtweisen auf das allgegenwärtige Thema Nachhaltigkeit eröffnen möchte, führen die Tagungsorganisatoren in Zusammenarbeit mit der Agentur zukünftig eine Onlinebefragung durch. Dabei soll unter anderem erhoben werden, ob die Befragten die Nachhaltigkeit eher mit positiven Begriffen (z. B. Einfachheit) oder mit negativen Begriffen (z. B. Verzicht) verbinden, wie nachhaltig Südtirols Wirtschaft und Gesellschaft in verschiedenen Bereichen wahrgenommen wird und welche Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit als sinnvoll erachtet würden. Die Ergebnisse der (nicht repräsentativen) Umfrage werden beim GFS am 16. September präsentiert.

GFS-Ideator Christian Girardi sagt: „Eine Woche nach den Sustainability Days des Landes hinterfragen wir den Umgang mit dem Begriff Nachhaltigkeit – nicht nur, weil er inflationär verwendet wird, sondern weil er zunehmend zum Synonym für Verzicht und Reduktion wird, auch in Südtirol.“ Girardi fordert „positive und ehrliche Ziele“ sowie eine „positive Haltung“ zum Thema. Diesbezüglich könne man von der Natur viel lernen. Die Umfrage geht in ebendiese Richtung.

INFO Hier geht's zur Umfrage: nature-positive.globalforum-suedtirol.com