

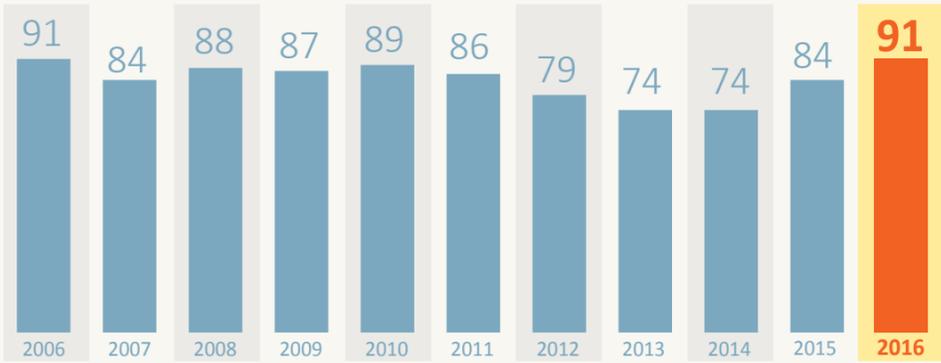


„Die steuerliche und bürokratische Belastung ist immer noch sehr hoch und vor allem kleinere Gastbetriebe leiden darunter. Hier sind Interventionen seitens der Politik gefordert.“

Michl Ebner, Handelskammer-Präsident

### Ertragslage im Gastgewerbe

Anteil der Unternehmen mit positiven Ertrags einschätzungen, in Prozent



Dolomiten-Infografik: Ch. Staffler

Quelle: WIFO

# Tourismus im Hoch

**WIFO-BAROMETER: 9 von 10 Unternehmern erwarten gute Erträge**

**BOZEN.** Die Stimmung im Südtiroler Tourismus ist gut. Ganze 9 von 10 Unternehmen haben positive Ertragsersparungen. Die steigenden Kosten bereiten aber weiterhin Sorgen. Dies geht aus dem jüngsten Wifo-Barometer hervor.

Mit fast 29,5 Millionen Nächtigungen war 2015 ein Rekordjahr für den heimischen Tourismus. Das Wachstum gegenüber 2014 betrug 3,6 Prozent und ist vor allem dem leichten Wirtschaftsaufschwung in Italien zu verdanken, heißt es vom Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) der Handelskammer Bozen. Die Nächtigungen der italienischen Gäste legten demnach sogar um 7 Prozent zu. Darüber hinaus stiegen auch die Nächtigungen der ausländischen Gäste an – wenn auch in geringerem Ausmaß.

Die Ertragslage der Unternehmen in der Tourismusbranche hat sich dementsprechend gebessert: 84 Prozent bewerteten laut Wifo-Barometer die im Jahr 2015

erwirtschafteten Erträge als zufriedenstellend.

Die Touristiker sind aber auch in Bezug auf das laufende Jahr optimistisch: Trotz schlechter Schneeverhältnisse verlief der Anfang der Wintersaison positiv. Die weitere Erholung der italienischen Konjunktur lasse wieder ein leichtes Umsatzplus erwarten, heißt es vom Wifo. Wichtige Rahmenbedingungen wie die Zahlungsmoral der Kunden und der Zugang zum Kredit werden derzeit besser bewertet als in den vergangenen Jahren. Aus diesen Gründen gehen 91 Prozent der Unternehmen von einer zufriedenstellenden bis guten Ertragslage im Jahr 2016 aus.

#### Café-Betreiber weniger optimistisch

Sorgen bereitet hingegen die Kostensituation: Die Kundschaft werde zunehmend anspruchsvoll und dies verlange hohe Investitionen in den Betrieben.

Vor allem in der Beherbergung ist das Geschäftsklima sehr positiv. Die Stimmung bei den Betrei-

bern von Bars und Cafés ist hingegen etwas verhaltener. Sie erwarten heuer keine Steigerung der Umsätze und somit keine wachsende, sondern lediglich eine stabile Ertragslage.

Handelskammer-Präsident Michl Ebner freut sich über die positive Stimmung, spricht sich aber auch für Entlastungen der Betriebe aus: „Die steuerliche und bürokratische Belastung ist immer noch sehr hoch und vor allem kleinere Gastbetriebe leiden darunter. Hier sind Interventionen seitens der Politik gefordert.“

Gerade in einer positiven Stimmungslage dürfe man sich nicht zurücklehnen, sondern sollte innovative Ideen zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit entwickeln, sagt der Präsident des Hoteliers- und Gastwirteverbandes (HGV), Manfred Pinzger. „Der Vertrieb unseres touristischen Angebotes und die Verbesserung der Erreichbarkeit auch über den Luftweg sollten bei allen zuständigen Organisationen noch stärker in den Mittelpunkt rücken.“

© Alle Rechte vorbehalten

# Vom richtigen Scheitern

**VERANSTALTUNG: 5. Südtiroler Führungsforum über die Kunst des Scheiterns**

**BOZEN.** Wer scheitert, gilt heutzutage als Verlierer – vor allem in der Wirtschaft. Warum das nicht so sein muss und welche Chancen Misserfolg beinhalten kann, erklärt Mirko Udovich, Personalberater und Organisator des 5. Südtiroler Führungsforums, das am 27. Mai in Bozen stattfindet. Thema: Die Kunst des Scheiterns.



Mirko Udovich, Organisator des Südtiroler Führungsforums

„Scheitern gehört zum Leben dazu und zur Wirtschaft. Wer gewinnen will, muss auch verlieren können und ausprobieren, was geht.“

Udovich: Sportjournalisten verwenden das Wort „scheitern“ recht routiniert in ihren Artikeln: Im Jahr 2015 ist beispielsweise der FC Bayern München in der Champions League an Barcelona „gescheitert“. Na und? Hat dieses „gescheiterte“ Spiel den FC Bayern München in die Knie gezwungen? Das „gescheiterte“ Spiel wurde analysiert, die Fehler wurden erkannt. Der FC Bayern München zählt auch nach diesem „gescheiterten“ Spiel zu der erfolgreichsten Mannschaft

ten weltweit. Damit will ich sagen, dass Scheitern ganz einfach zum Leben gehört und zur Wirtschaft. Und es bedeutet schon lange nicht mehr den Untergang. Wer gewinnen will, muss auch verlieren können und ausprobieren, was geht.

#### „D“: Gibt es Beispiele für Gescheiterte, die wieder erfolgreich wurden?

Udovich: Zur Genüge. Henry Ford etwa gründete 2 Mal zusammen mit Investoren ein Unternehmen. Innerhalb kürzester Zeit sind diese Unternehmen aber gescheitert. In seinem dritten Anlauf gründete er die Ford Motor Company – und was daraus wurde, wissen wir alle. Ein Beispiel aus jüngster Zeit ist Max Levchin, Mitgründer von PayPal, eines der erfolgreichsten Internet-Unternehmen. Er selbst erzählt von seinen Misserfolgen so: „Das erste Unternehmen, das ich gegründet habe, ist mit einem großen Knall gescheitert. Das zweite Unternehmen ist ein bisschen weniger schlimm gescheitert, das dritte ist auch ständig gescheitert, aber das war irgendwie okay. Ich habe mich rasch erholt, und das vierte Unternehmen überlebte bereits. Nummer 5 war dann PayPal.“

© Alle Rechte vorbehalten

#### „Dolomiten“: Herr Udovich, fehlt uns Südtirolern eine Kultur des Scheiterns?

Mirko Udovich: Nicht nur uns Südtirolern, uns Europäern. Wir leben eine Perfektionismus-Kultur, in der es nicht erlaubt ist, Fehler zu machen. Andere Länder wie die USA oder Großbritannien haben hiermit keine Berührungsängste. Es ist aber nicht so sehr das Scheitern an sich, das die Menschen verunsichert, sondern das freimütige Reden darüber, dass private, berufliche oder beziehungsmaßige Vorstellungen falsch waren, dass man sich geirrt hat, gescheitert ist und jetzt etwas Neues probiert. Niemand möchte offen einen Fehler zugeben – aus Angst in der Gesellschaft als Versager dazustehen.

#### „D“: Sie sagen also, Scheitern sei durchaus erlaubt?

**MAGAZIN FÜR DIE EUROPAREGION TIROL**

# Radius

**Südtiroler Segelevents**

erscheint am **9. Juni**

**Ihre Werbung**  
**108.000 x**  
**gelesen**

**Redaktion Radius**  
Tel. 0471 081 561  
info@mediaradius.it  
www.mediaradius.it