
Vorwort

Die Stunde der Unternehmer

Der Tourismus ist unbestritten eine Leitwirtschaft des Alpenraums. In Tirol sorgen die Investitionen in das Tourismusprodukt für einen bedeutenden Arbeitsplatz- und Wertschöpfungseffekt – vor allem in den Tälern und peripheren Regionen. Der Erfolg des Tiroler Tourismus steht und fällt jedoch mit dem Mut, dem Innovationsgeist und dem hohen persönlichen Einsatz seiner Unternehmer! Denn gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten zählen unternehmerische Tugenden wie Führungsstärke, Konsequenz, Entschlossenheit, Flexibilität sowie Mut zur Innovation und zur Veränderung!

In nahezu allen Tourismusbereichen wächst die Zahl jener Menschen, die besonders innovativ sind und weit über die Landesgrenzen hinaus Standards setzen. Es ist ein erklärtes Ziel im Rahmen des „Tiroler Wegs – Strategie für den Tiroler Tourismus 2008–2012“, verstärkt auf diese Marktführer und „Zugpferde“ zu setzen. Sie tragen ganz wesentlich das Tourismusprodukt, prägen das Image, punkten im Wettbewerb, öffnen Türen zu Märkten und schaffen alpine Benchmarks. Um diese ausgesprochen positive Entwicklung zu fördern, braucht es zum einen weitere Verbesserungen bei den Rahmenbedingungen für das Unternehmertum. Mittelfristige und landesweit angelegte Projekte wie der „Tiroler Weg“ oder die „Standortstrategie Tirol“ leisten hierzu einen wesentlichen Beitrag. Zudem ist Tirol intensiv in die aktuelle Überarbeitung der österreichischen Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“ eingebunden, wo beispielsweise über Förderungen oder betriebliche Kooperationen und Innovationen ebenfalls wichtige Weichen für das künftige Arbeiten der Touristiker gestellt werden können. Zum anderen gilt es – und das scheint mir im Kontext des hiermit vorliegenden Buches „Entrepreneurship & Tourismus“ besonders erwähnenswert – das Aus- und Weiterbildungsangebot für Unternehmer im Tourismus weiter auszubauen und ihnen fachlich qualifizierte Hilfestellung bei der Umsetzung ihrer unternehmerischen Ziele, beispielsweise durch Coaching, anzubieten. Und nicht zuletzt müssen wir zum Wohle unseres Tourismus heute Überlegungen anstellen, wie wir qualifizierte Mitarbeiter im Land halten und die Motivation, selbstständig oder unselbstständig im Tourismus tätig zu werden, stärken können.

Der Tiroler Tourismus steht und fällt mit dem Pioniergeist und der Innovationskraft seiner Unternehmer. Wir brauchen Wirte, die bei den Gästen sitzen, während im Hintergrund ein hochprofessioneller und topmoderner Betrieb läuft. Wir brauchen Seilbahner, die die wirtschaftliche Gratwanderung des Sommerbetriebes wagen und laufend in Technik, Sicherheit und Qualität investieren. Wir brauchen Projektentwickler, Tourismusberater, Sportartikelhändler, Skilehrer, Animateure, Verkehrsunternehmer, Reiseführer, Gastronomen, Betreiber von Freizeitanlagen und viele, viele andere Unternehmer, um unsere Visionen rund um den Berg zu realisieren. Tirol hat hervorragende Leitbetriebe, vom Arlberg bis nach Kitzbühel, vom Außerfern bis nach Osttirol. Doch es ist noch genug

Platz für viele weitere mehr. Die Branche verträgt keinen Stillstand. Je mehr Unternehmer sich auf touristisches Neuland wagen desto besser.

In meiner ganz persönlichen Vision lenkt eine neue Unternehmergegeneration die Geschicke des Tiroler Tourismus. Sie ist fundiert ausgebildet und international vernetzt, kooperiert regional und hat dabei Mut zu Eigendynamik und innovativen Geschäftsideen. Der Vermittlung von Wissen kommt hier besondere Bedeutung zu. Einen Beitrag wird dieses Buch dazu leisten.

Innsbruck, Oktober 2010

Josef Margreiter
Tirol Werbung

Vorwort der Herausgeber

Zum Inhalt und Aufbau

Die zunehmende Dynamik und Komplexität der Umweltveränderungen stellen Unternehmen und Institutionen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft vor eine Vielzahl unterschiedlicher Herausforderungen. Dazu zählen etwa die ausgeprägte Internationalisierung und die damit verbundene Wettbewerbsintensität im Tourismus, die rasanten Entwicklungen durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien und nicht zuletzt das sich laufend verändernde Kundenverhalten. Kaum eine andere Branche findet ein derart dynamisches Marktumfeld wie die Tourismus- und Freizeitwirtschaft vor. Diesen enormen Anforderungen versucht das Masterstudium „Entrepreneurship & Tourismus“ gerecht zu werden, und zielt auf die Heranbildung von unternehmerisch denkenden Führungskräften in touristischen und tourismusnahen Dienstleistungsunternehmen ab. Dabei handelt es sich vor allem um die sogenannten Schlüsselbranchen („key industries“) des Tourismus, wobei auf die Gegebenheiten und Besonderheiten des alpinen Tourismus (familiengeführte KMUs) ein spezieller Fokus gelegt wird. Unternehmerisches Denken und Handeln stehen im Zentrum dieser berufsfeldnahen Hochschulausbildung am Management Center Innsbruck (MCI).

Das vorliegende Herausgeberwerk „Entrepreneurship & Tourismus“ gliedert sich entsprechend der vier Schwerpunkte des gleichnamigen Masterstudiums am MCI Tourismus in folgende Teilbereiche:

- Unternehmertum und Führungskompetenzen
- Family Business Management
- Destination und Innovation
- Internationaler Tourismus und Märkte

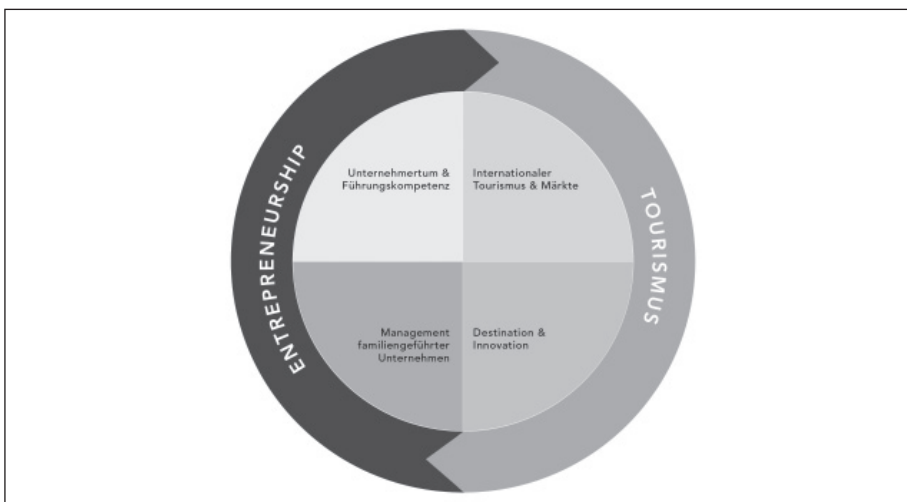


Abbildung 1: Aufbau des Buches entsprechend der Module im Master-Studium „Entrepreneurship & Tourismus“

Der gewählte modulare Aufbau des Studiums soll das integrative Zusammenspiel von fachlich-methodischen Kompetenzfeldern, d.h. Vertiefungen im Bereich der managementorientierten Betriebswirtschaftslehre in Verbindung mit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft sowie von Führungskompetenzen im Sinne von sozial-kommunikativen und personalen Fähigkeiten, zum Ausdruck bringen. In jedem Bereich verfassen Lektoren der jeweiligen Module bzw. Lehrveranstaltungen – aus Wissenschaft und Praxis – Beiträge zu aktuellen Themen und Fragestellungen, welche die Zukunft des Tourismus im jeweiligen Fachgebiet prägen. Im Speziellen ist jedes Kapitel wie folgt aufgebaut: Zunächst stellen die Herausgeber den Fachbereich kurz vor, dann folgen jeweils vier wissenschaftliche Beiträge, ein Praxisbeitrag und ein Best-Practice-Fallbeispiel, in welchem ein Interview mit einem Unternehmer eingearbeitet ist.

Ziel des Buches ist es, ein Werk für den Masterstudiengang zu schaffen, das den Studierenden neben den Inhalten der Lehrveranstaltungen als begleitende Literatur bzw. als Nachschlagewerk dient. Durch die teilweise praxis- bzw. fallstudienorientierten Beiträge sowie Interviews mit ausgewählten Top-Unternehmern und Best-Practice-Beispielen stellt die Veröffentlichung auch einen Mehrwert für die Tourismuspraxis dar.

Innsbruck, Oktober 2010

Hubert Siller und Anita Zehrer
Herausgeber