

Heute ist es nur noch Geschichte...

Nach dem Fall der Berliner Mauer und der Öffnung die ungarischer Grenzen, sowie Dank des auflebenden, internationalen Medieninteresses, hatten die Anfragen für Ungarn rasant zugenommen. Hunderttausende von Touristen strömten zu uns, um mit eigenen Augen zu verfolgen, was tatsächlich vom sogenannten "Gulaschkommunismus" noch übrig geblieben ist.

Zu Beginn der 1990er Jahre hatte sich der Tourismus in Ungarn grundlegend gewandelt. Der Einreiseverkehr hatte sich bedeutend umstrukturiert und der früher dominante, osteuropäische Gästeverkehr hat sich bedeutend verringert. Die Besucher unserer früher so wichtigen touristischen Herkunftsländer – aus dem ehemaligen, sozialistischen Block – haben ihre Reisen mehr in Richtung Westen orientiert, wogegen andere Märkte reges Interesse zeigten. Der Plattensee/Balaton wurde plötzlich nicht mehr zum Treffpunkt ehemals getrennt lebender, deutscher Familien, sondern die Nachfragetendenz zielte immer mehr auf Dienstleistungen, Unterkünfte und Programme höheren Niveaus ab. Infolge dieser Entwicklung haben sich auch Dienstleistungsbetriebe eine neue Anschauung angeeignet und auf die Realisierung eines gastorientierten Marketings wesentlich größeres Gewicht gelegt.

Die ungarischen Staatsbürger erhielten einen weltweit gültigen Reisepass und viele von ihnen suchten die Regionen des Mittelmeeres auf, während die finanziell besser gestellte Schicht in die USA oder nach Thailand, bzw. später in die Region der Karibik reiste.

Dem unglaublichen Aufschwung zu Beginn der 1990er Jahre folgte eine Entwicklung mit anderem Charakter und anderen Prioritäten. In der Führung des Tourismus wandelte sich dies ebenfalls. Anstelle des Massentourismus rückte Qualität in den Mittelpunkt und die Zielsetzung der Touristikbranche wurde die Steigerung der Aufenthaltsdauer und Ausgabebereitschaft der Gäste. Zahlreiche Investitionen wurden im Bereich des Gesundheits- und Konferenztourismus getätigt, zudem hatte der Kultur-, Gastronomie-, sowie Weintourismus einen neuen Stellenwert erhalten.

Das Angebot wurde durch die immer umfangreicher werdende Zahl an Großveranstaltungen abwechslungsreicher. Neben dem Budapester Frühlingsfestival und der Formel 1 Grosser Preis von Ungarn, zogen mehrere hundert kulturelle Programme und Sportveranstaltungen landesweit die Besucher an und beeinflussten die räumliche und zeitliche Konzentration im Tourismus.

Parallel zur Stabilisierung der ungarischen Wirtschaft stieg auch die Zahlungsfähige Nachfrage der Bevölkerung. Diesem Umstand ist zu verdanken, dass – durch die Rückgewinnung des früheren Prestiges – der Anteil des Inlandtourismus erfreulicherweise zu wachsen begann.

Ende der 1990-er Jahre setzte in Budapest ein riesiger Boom im Hotelbau ein, aber auch im Lande wurden laufend Vier- und Fünfsterne Hotels-, sowie Luxus- und Schlosshotels eröffnet. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus wurde von einem immer größer werdenden Kreis an Interessenten erkannt, was letztlich dazu führte, dass auch für Ausländer Investitionen in ungarische Touristikunternehmen immer attraktiver wurden. Im Verlauf der Privatisierung ging ein Teil unserer Hotels und Hotelketten in den Besitz internationaler Investoren über, was zur Folge hatte, dass plötzlich große, multinationale Firmen mit bekannten Namen auf dem Budapester Hotelmarkt und auch im Bereich der Reisebüros erschienen sind. Ab Ende der 1990-er Jahre wurden vorhandene Attraktionen laufend weiterentwickelt und neue Heiltouristik-, Wellness- und Konferenzeinrichtungen haben ihre Türe geöffnet.

Die Bildungsinstitutionen haben die Bedeutung und Notwendigkeit der Ausbildung von Fachleuten erkannt und landesweit in einem Teil der Hochschulen und Universitäten, Touristikfakultäten errichtet, postgraduelle Ausbildungsmöglichkeiten geschaffen und mit dem Unterricht begonnen. Hier konnten Studenten neben theoretischen Kenntnissen auch praktische Erfahrungen in der zum Zuständigkeitsbereich der Tourismusführung gehörenden Staatsverwaltung, oder in regionalen Marketingorganisationen, heimischen Hotels, oder Reisebüros sammeln.

Die Führung des Tourismus wurde mehrmals umorganisiert. Aus dem Landesfremdenverkehrsamt entstand der Ungarische Touristikdienst bzw. in 1996 dann das Ungarische Tourismusamt, bzw. die Sektion Tourismus des Industrie- und Handelsministeriums. Seit 1996 – als Folge der mehrfachen Umorganisation des Ministeriums – wurde der Zuständigkeitsbereich der Führung des Tourismus zahlreichen Änderungen unterzogen.

Seit Juli 2003 wird die staatliche Leitung des Tourismus vom touristischen Staatssekretariat des Wirtschafts- und Verkehrsministeriums durchgeführt. Der Wirtschaftsminister hatte unter der Bezeichnung Landesfremdenverkehrsausschuss eine Körperschaft als Ratgeber eingesetzt. Seit 1996 wird im Rahmen parlamentarisch Offener Tage, bzw. im Fremdenverkehrsausschuss des Parlaments, regelmäßig über aktuelle Fragen dieses Bereiches diskutiert.

Die Verwaltungsausschüsse für Touristik haben regionale Fremdenverkehrsausschüsse und regionale Marketingdirektionen, bzw. Projektbüros abgelöst. Die Zahl der Tourinformbüros ist auf mehr als 100 gestiegen.

Die Zahl der touristischen Auslandsvertretungen hat sich laufend erhöht. Gleichzeitig haben die von Ungarn meistbevorzugten Länder durch die Etablierung von Informationsbüros in Budapest das Reisepublikum unserer Heimat gezielt.

Unseren wichtigsten Touristen entsendenden Markt bildet weiterhin der deutschsprachige Raum und zwar mit den Ländern Deutschland und Österreich. Die Zahl einreisender Personen aus Italien, Holland, USA, Japan, Großbritannien, Spanien und Belgien ist bedeutend gestiegen. Die Entwicklung der ungarischen Nachfrage entwickelte sich parallel ebenso dynamisch.

Zu Beginn des XXI. Jahrhunderts wurde der Tourismus mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Dem Rekord an Besucherzahlen zur Jahrtausendwende folgten jedoch magere Jahre. Angst vor Terrorismus, wirtschaftliche Rezessionen und allgemeine Unsicherheiten hatten die Landkarte des Tourismus weltweit gründlich umgekrempelt! Doch durch eine entsprechende Behandlung des Problems können wir auch als Mitglied der Europäischen Union wettbewerbsfähig bleiben.

Heute müssen wir jedoch mit langfristigem Umdenken und der Neugestaltung strategischer Rahmenbedingungen, dem Tourismus planen. Dies ist jedoch vorerst noch Zukunftsmusik....

Dr. Gábor Galla
Generaldirektor
des Ungarischen Tourismusamtes