

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Der Nationalpark Donau-Auen – Segen für die lokalen Betriebe und Chance für die Regionalentwicklung im Marchfeld?“

verfasst von / submitted by

Daniel Wagner

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 190 456 313

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Lehramtsstudium UF Geographie und
Wirtschaftskunde und UF Geschichte, Sozialkunde
und Politische Bildung

Betreut von / Supervisor:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Norbert Weixlbaumer

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich,

- dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubter Hilfe bedient habe,
- dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe
- und dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit vollständig übereinstimmt.

.....

Wien, am.....

Abstract – Deutsch

Im Rahmen eines Wandels der zentralen Paradigmen der Schutzgebietspolitik spielt der Einfluss von Schutzgebieten auf lokale und regionale, soziale, politische und ökonomische Gegebenheiten eine zunehmend wichtige Rolle in der Forschung. Der Nationalpark Donau-Auen stellt aufgrund seiner geographischen Lage zwischen der österreichischen und der slowakischen Bundeshauptstadt, Wien beziehungsweise Bratislava, eine anziehende Attraktion für Tagesausflügler und Naherholungssuchende dar. Speziell in den Frühlings- und Sommermonaten – in erster Linie natürlich an den Wochenenden – ist das Gästeaufkommen an den „Hotspots“ des Schutzgebietes sehr deutlich zu merken. Auch Angebote, wie etwa Führungen oder Bootstouren werden verstärkt nachgefragt. Daraus ergibt sich die Frage, welchen Einfluss dieses Schutzgebiet samt seinen Einrichtungen auf die lokalen Betriebe im Marchfeld ausübt und wie es die Entwicklung der Region beeinflusst. Um diese Aspekte zu untersuchen, werden einerseits Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der größten Nationalparkgemeinden analysiert, andererseits liegt ein noch wesentlich stärkerer Fokus auf qualitativen Interviews mit den GeschäftsführerInnen von lokalen Betrieben, wie etwa Gasthäusern, Pensionen oder Bauernläden, anhand derer die Bedeutung des Nationalparks für ihre Geschäfte herausgearbeitet werden. Der Einfluss des Schutzgebietes auf die Regionalentwicklung ergibt sich einerseits aus der starken BesucherInnenfrequenz und der damit einhergehenden Bedeutung für die lokalen Betriebe. Er wird andererseits durch ExpertInneninterviews mit Verantwortlichen aus der Politik und verschiedener regionaler Institutionen bestätigt. Hierbei stehen beispielsweise größere Projekte im Mittelpunkt der Betrachtung. Darüber hinaus werden Ideen gesammelt, wie man die Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten Akteuren intensivieren könnte, um die Wertschöpfung sowohl auf lokaler als auch auf regionaler Ebene noch weiter zu steigern. Die Ergebnisse können folgendermaßen beschrieben werden: Wirklich nennenswerter saisonaler Einfluss ist lediglich auf zwei bis drei Gasthäuser begrenzt, die von einer strategisch günstigen Lage profitieren. Für alle anderen der untersuchten Betriebe ist der Einfluss des Nationalparks auf ihre Geschäfte absolut nebensächlich. Trotz einiger positiver Effekte ist auch die Bedeutung des Schutzgebietes für die Regionalentwicklung im Marchfeld eine untergeordnete. Engere Verbindungen zwischen der Landwirtschaft, den regionalen Produkten und dem Nationalpark sind einige Vorschläge zur besseren Vernetzung der regionalen Akteure.

Abstract – English

According to central paradigm changes of protection area politics, the influence of these areas on local and regional, social, political and economic conditions rise in their importance for research. The Nationalpark Donau-Auen is because of his geographical position between the capitals of Austria and Slovakia, Vienna and Bratislava, very attractive for people who search for day trips and local recreation. Especially in the months of spring and summer – primarily on the weekend – the numbers of visitors at the „hotspots“ of this protection area are significantly noticed. But also offers, like guidances or boat trips, are used intensified. According to this, the question appears, which influence this protection area has on local businesses in the Marchfeld, such as restaurants, guesthouses and farmer-shops, and in which way it affects the development of this region. In order to research these aspects, on the one hand statistics about arrivals and overnight stays of the biggest townships in this national park are analysed. On the other hand even a bigger focus is on qualitative interviews with the managers of local restaurants, guesthouses and farmer-shops to deduce the influence of the national park on their businesses. The effects of this protection area on the regional development rely on the one side on the visitor frequency and its influence on local businesses. On the other side these effects are approved in interviews with experts, such as responsible persons from politics and various regional institutions. According to this the focus is for example on bigger projects. Beside the influence on local businesses and the regional development of the Marchfeld, there are some ideas collected, which may improve cooperation between all participants in order to raise local and regional adding value in the future. These are some of the results: Really considerable seasonal influence is limited on two to three restaurants, which benefit from their advantageous location. For all of the other examined businesses the effects of the national park are absolutely incidental. Though there are some positive effects, the influence of this protection area on the regional development of the Marchfeld is also limited. Some ideas for better conjunctions between regional players are closer connections between agriculture, regional products and the Nationalpark Donau-Auen.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Einführung und Problemstellung	1
1.2 Forschungsfragen	2
1.3 Struktur und Ziele der Arbeit	2
2. Großschutzgebiete und Regionalentwicklung.....	5
2.1 Historische Entwicklung der europäischen Schutzgebietspolitik	5
2.2 Neue Paradigmen in der Gebietsschutzpolitik	7
2.3 Kategorien von Großschutzgebieten	9
2.4 Multifunktionalität von Schutzgebieten	12
2.5 Bedeutung von Schutzgebieten für die Entwicklung von Regionen	13
2.6 Einflussmöglichkeiten von Nationalparks auf die Regionalentwicklung.....	16
3. Theoretische Perspektive auf zentrale Tourismusarten	19
3.1 Tagesausflügler und Naherholungssuchende	19
3.2 Naturnaher Tourismus und Ökotourismus	21
4. Das Marchfeld.....	24
4.1 Räumliche Beschreibung	25
4.2 Wichtige Komponenten der Regionalentwicklung	28
5. Der Nationalpark Donau-Auen.....	32
5.1 Gesetzliche Implementierung und Entwicklung der Nationalparks in Österreich	32
5.2 Geschichte und Entwicklung des Nationalparks Donau-Auen	34
5.3 Organisation.....	41
5.4 Naturräumliche Beschreibung	43
5.5 Angebote für BesucherInnen	45
6. Methoden	48

6.1 Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistik	48
6.2 Qualitative Interviews	49
7. Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe und die Regionalentwicklung im Marchfeld.....	55
7.1 Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken	55
7.2 Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe	65
7.2.1 Der Einfluss auf Bauernläden	65
7.2.2 Die Bedeutung für Pensionen.....	68
7.2.3 Der Einfluss auf Gasthäuser.....	71
7.3 Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die Regionalentwicklung im Marchfeld	76
7.4 Einige Überlegungen zur verbesserten Kooperation zwischen lokalen und regionalen Akteuren für die Zukunft	82
7.5 Exkurs: Die Zusammenarbeit des Nationalparks Donau-Auen und der Gemeinde Orth an der Donau als Vorbild für die Gemeinde Marchegg und die March-Auen?	86
8. Conclusio und Ausblick.....	88
9. Quellenverzeichnis.....	96
9.1 Literaturverzeichnis	96
9.2 Internetquellen	99
9.3 Abbildungsverzeichnis	102
9.4 Tabellenverzeichnis	103
9.5 Abkürzungsverzeichnis	103
10. Anhang.....	104

1. Einleitung

1.1 Einführung und Problemstellung

Ich schreibe diese Zeilen nachdem ich gerade erfahren habe, dass das Marchfeld soeben den Zuschlag für die niederösterreichische Landesausstellung im Jahre 2022 erhalten hat. Aufgrund der Erfolge der bisherigen Landesausstellungen kann man hier durchaus sehr positive Impulse für die Regionalentwicklung erwarten, die unter anderem durch Investitionen in die Infrastruktur und einer Intensivierung des Tourismus hervorgerufen werden dürften. Umso sinnvoller erscheint es mir in diesem Moment, mich in meiner Diplomarbeit mit einem anderen, meiner Ansicht nach sehr wichtigen Aspekt der Regionalentwicklung im Marchfeld auseinanderzusetzen.

Konkret möchte ich mich in dieser Schrift mit den Fragen beschäftigen, welche Bedeutung der Nationalpark Donau-Auen für die lokalen Betriebe und in weiterer Folge auch für die Regionalentwicklung im gesamten Marchfeld hat. Dies ist insofern für mich von großem Interesse, als dass die Verbindungen zwischen Großschutzgebieten und Regionalentwicklung in der Forschung in den letzten Jahren zunehmend in den Fokus der Betrachtungen gerückt sind und die Großschutzgebiete im Rahmen ihrer Multifunktionalität auch eine Entwicklungsfunktion aufweisen sollen. (vgl.: HAMMER 2007: 21f., MOSE und WEIXLBAUMER 2003: 35f.) Die Problemstellung liegt dabei auf der Hand: Der Nationalpark Donau-Auen ist ein Großschutzgebiet, welches 1996 ausgerufen wurde und sich geographisch gesehen zwischen der österreichischen Hauptstadt Wien und der slowakischen Hauptstadt Bratislava befindet. Aus der Anzahl der EinwohnerInnen der beiden Hauptstädte und auch der dazwischen liegenden Gemeinden und Städte bildet sich ein Ballungsraum, der deutlich mehr als 2 Millionen Menschen beheimatet (vgl. Citypopulation o.J.). Es ist also ohne jeden Zweifel ein enormes Potenzial an BesucherInnen aus dem näheren Umfeld für den Nationalpark Donau-Auen vorhanden. Dies ist umso interessanter, wenn man zusätzlich bedenkt, dass Tagesauflüge beziehungsweise Naherholung eine zunehmend bedeutende Rolle im Tourismus spielen. (vgl. SCHNELL 2007: 280-282) Mich selbst beschäftigen die Fragen nach der Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für lokale und regionale Gegebenheiten in meinem Alltag sehr stark, da ich aktuell in Orth an der Donau – in dieser Gemeinde befindet sich das

Nationalparkzentrum – lebe, dadurch sehr häufig Zeit im Nationalpark verbringe und die touristischen Aktivitäten im Frühjahr und Sommer als sehr intensiv wahrnehme.

1.2 Forschungsfragen

Im Rahmen dieser Diplomarbeit möchte ich in Anlehnung an die vorherigen Ausführungen versuchen, Antworten auf folgende zentrale Fragestellungen zu finden:

- Welche Bedeutung hat der Nationalpark Donau-Auen samt seinen Einrichtungen und BesucherInnen für lokale Betriebe?
- Welchen Einfluss hat der Nationalpark Donau-Auen auf die Regionalentwicklung im Marchfeld insgesamt?
- Welche Überlegungen gibt es, um die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure weiter zu verbessern und dadurch die Wertschöpfung sowohl für die lokalen Betriebe als auch für die Region Marchfeld insgesamt zu erhöhen?

1.3 Struktur und Ziele der Arbeit

Um Ergebnisse im Kontext meiner Forschungsfragen entwickeln zu können, möchte ich in Gesprächen mit einigen GeschäftsführerInnen von lokalen Betrieben, wie etwa Gasthäusern, Pensionen oder Bauernläden, und anderen ExpertInnen, aus der Politik, der LEADER-Region, der Tourismusdestination und dem Nationalpark selbst, nicht nur dem vergangenen und aktuellen Einfluss des Nationalparks Donau-Auen und seiner BesucherInnen auf die Wertschöpfung der lokalen Geschäfte und der gesamten Region nachgehen, sondern auch einige Ideen sammeln und daraus Konzepte entwickeln, wie man die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Akteuren in Zukunft noch weiter intensivieren könnte, um noch mehr vom Nationalpark zu profitieren und die Wertschöpfung in der Region weiter zu steigern. Dabei stehen nicht nur etwaige Impulse für den Tourismus im Vordergrund, sondern auch beispielsweise die Frage nach Kooperationen zwischen dem Nationalpark Donau-Auen und diversen lokalen und regionalen Betrieben sowie eventuelle Förderungen von (Infrastruktur-)Projekten durch verschiedenste politische Ebenen –

sei es nun durch das Land, den Bund oder die EU. Neben der Analyse der qualitativen Interviews mit den bereits angesprochenen Playern werde ich die Entwicklung der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken in ausgewählten, am Nationalpark angrenzenden Gemeinden seit der Jahrtausendwende betrachten. Ebenso möchte ich zentrale Erkenntnisse aus der Fachliteratur zu den einzelnen Subthemen herausarbeiten und mich mit verschiedensten Arten von Publikationen der relevanten Institutionen auseinandersetzen.

Meinen Intentionen möchte ich nachkommen, indem ich die Arbeit folgendermaßen gliedere:

Nach dieser Einleitung werden im zweiten und dritten Kapitel die theoretischen Grundlagen der Arbeit genauer betrachtet. So wird unter anderem auf die Geschichte, die Multifunktionalität und die verschiedenen Formen von Großschutzgebieten eingegangen. In diesem Kontext werden auch Meinungen aus der Fachliteratur zur Bedeutung von Schutzgebieten für die Entwicklung von Regionen konsultiert. Ebenso werden in diesem Abschnitt auch die für den Nationalpark Donau-Auen zentralen Formen von Tourismus betrachtet. Diese sind in einem Schutzgebiet, welches innerhalb eines so bevölkerungsreichen Ballungsraums liegt, zumeist Tagesausflüge und Naherholung sowie Naturnaher Tourismus und Ökotourismus.

Anschließend möchte ich in den Kapiteln vier und fünf auf die beiden zentralen räumlichen Komponenten ein wenig näher eingehen. So werden einerseits kurz das Marchfeld, seine Geschichte, die besonderen Charakteristika und seine zentralen Akteure der Regionalentwicklung behandelt. Andererseits erfolgt im Anschluss daran eine Auseinandersetzung mit der gesetzlichen Implementierung und der Entwicklung der Nationalparks in Österreich, ein kurzer Abriss der Geschichte des Nationalparks Donau-Auen, sowie eine naturräumliche Beschreibung dieses Schutzgebietes, kurze Darstellungen der Organisation des Nationalparks und der zahlreichen Angebote für die BesucherInnen.

Im sechsten Kapitel werden die in dieser Arbeit verwendeten Arbeitsmethoden betrachtet. Damit soll die Analyse der Tourismusstatistiken und vor allem der Fokus auf die Aussagen in den qualitativen Interviews mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe und den anderen ExpertInnen legitimiert werden.

Das siebente Kapitel behandelt den eigentlichen Schwerpunkt der Arbeit. Hierbei werden zum einen Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken ausgewählter, am Nationalpark anliegender, Marchfeldgemeinden betrachtet und ein Vergleich zu anderen Gemeinden und Städten der Region durchgeführt, um eine Vorstellung über die Auswirkungen des Nationalparks auf den regionalen Tourismus zu bekommen. Zum anderen – und dies bildet den Kern dieses Abschnittes – werden die Aussagen der GeschäftsführerInnen der bereits angesprochenen lokalen Betriebe in Bezug auf die Bedeutung des Nationalparks für ihre Unternehmen, sowie jene Einschätzungen der Personen, die eine übergeordnete Perspektive einnehmen, nämlich der LEADER-Manager, die Regionalbetreuerin der Tourismusdestination, die Verantwortliche des Nationalparks für den Bereich Besucher und Kommunikation und der Bürgermeister der Nationalparkzentrumsgemeinde Orth an der Donau, analysiert. Ebenso sollen in diesem Kontext, wie bereits erwähnt, einige Vorschläge und Ideen zu verbesserten Kooperationen zwischen allen beteiligten Akteuren gesammelt werden, um in Zukunft möglicherweise eine noch höhere Wertschöpfung für die Region generieren zu können. Das siebente Kapitel schließt mit einem kurzen Exkurs zur erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Gemeinde und Schutzgebiet.

Im achten Kapitel folgt noch eine Conclusio der zentralen Erkenntnisse dieser Arbeit, wobei auch nochmals eine kleine Brücke zwischen der literaturgestützten Theorie und der empirischen Praxis geschlagen werden soll, um die erhaltenen Erkenntnisse in einen gewissen wissenschaftlichen Rahmen einordnen zu können.

Die Arbeit endet mit dem Quellenverzeichnis im neunten Kapitel sowie mit den transkribierten vierzehn Interviews im zehnten Kapitel, die im Rahmen der Erhebungen für die Beantwortung der Forschungsfragen geführt wurden.

Die Einleitung möchte ich damit schließen, indem ich nochmals die zentralen angestrebten Ziele dieser Diplomarbeit heraushebe: Einerseits möchte ich anhand der vorher erwähnten Methoden Erkenntnisse über die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe und die Regionalentwicklung im gesamten Marchfeld sammeln, die auch für die relevanten Akteure – vor allem für die LEADER-Region und den Nationalpark – von Bedeutung sind. Andererseits sollen in weiterer Folge von allen beteiligten Akteuren einige Ideen skizziert werden, wie man die Kooperationen zwischen den angesprochenen übergeordneten Institutionen und den lokalen Betrieben auf verschiedensten Ebenen weiter verbessern könnte.

2. Großschutzgebiete und Regionalentwicklung

In den einzelnen Subkapiteln dieses Teils sollen die theoretischen Perspektiven und Denkansätze zu den Verbindungen zwischen Schutzgebieten und Regionalentwicklung erörtert werden.

2.1 Historische Entwicklung der europäischen Schutzgebietspolitik

Zunächst erfolgt ein kurzer Abriss der Historie der europäischen Schutzgebietspolitik.

Obwohl Natur-, Gebiets- und Umweltschutz im heutigen Sinne zumeist mit dem Jahr 1872 in Verbindung gebracht werden, als die Gründung des Yellowstone-Nationalparks in den USA erfolgte, liegen deren Ausgangspunkte schon wesentlich weiter in der Vergangenheit zurück. Bereits im achten und neunten Jahrhundert nach Christus kam es durch die hoheitlichen Ansprüche von Landesherren zum Schutz großflächiger Waldgebiete, um die Ressourcen für Jagd und die Holznutzung auch längerfristig aufrecht erhalten zu können. Diese Entwicklung dauerte bis zu den Anfängen des modernen Naturschutzes im 18. und 19. Jahrhundert an, wobei viele der mittelalterlichen Bannwälder gegenwärtig auch den Kern heutiger Schutzgebiete bilden. Zu dieser Zeit erfuhr die Natur im Zuge der Industriellen Revolution eine ganz neue Bedeutung und wurde vor allem von Intellektuellen und Künstlern als Gegenpol zu den mit der tiefgreifenden Revolution einhergehenden Phänomenen fokussiert und idealisiert. Dies führte in weiterer Folge auch dazu, dass Naturschutz ab dem Ende des 19. Jahrhunderts immer mehr im Gesetz verankert wurde.

Nachdem in den USA bereits im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts einige Schutzgebiete entstanden waren, wurden 1910 im Norden Schwedens die ersten europäischen Nationalparks ins Leben gerufen. In Deutschland wurde 1921 der große Naturschutzpark Lüneburger Heide eingerichtet, der damals etwa 20.000 ha umfasste, jedoch erfolgte die mit dem Gebietsschutz im Zusammenhang gesetzliche Implementierung in Deutschland erst im Jahre 1935 im „Reichsnaturschutzgesetz“. In der Folge wurden vor allem viele kleinere Schutzgebiete, oftmals mit relativ geringen Schutzaufgaben, gegründet. Erst in den 1970er Jahren wurde der Gebietsschutz auch politisch deutlich aufgewertet und es kam zu den Gründungen der ersten

Nationalparks in Deutschland (1970 Bayrischer Wald) und in Österreich (Hohe Tauern 1981/1984/1991). Die Folge davon ist ein bis heute andauernder regelrechter Boom in der Ausweisung von Schutzgebieten aller Art. (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER 2003: 36-39, MOSE und WEIXLBAUMER 2007: 7-10, WEIXLBAUMER 2010: 14-16) Diese extensive Einrichtung aller möglichen Formen von Schutzgebieten dauert bis in die Gegenwart an, wie HAMMER et al. (2016: 17) festhalten:

„In 2014 there were 96,500 nationally approved areas in Europe¹ covering 21% i.e. over a fifth of the European continent including inland waters (EEA 2015c). Of these parks 56% of the protected area has been classified as IUCN Category V (Protected Landscapes) and 17% as Category II (National Parks).“

Nachstehend ist eine Übersicht über die Entwicklung der Schutzgebietspolitik in Europa innerhalb der letzten 100 Jahre angeführt:

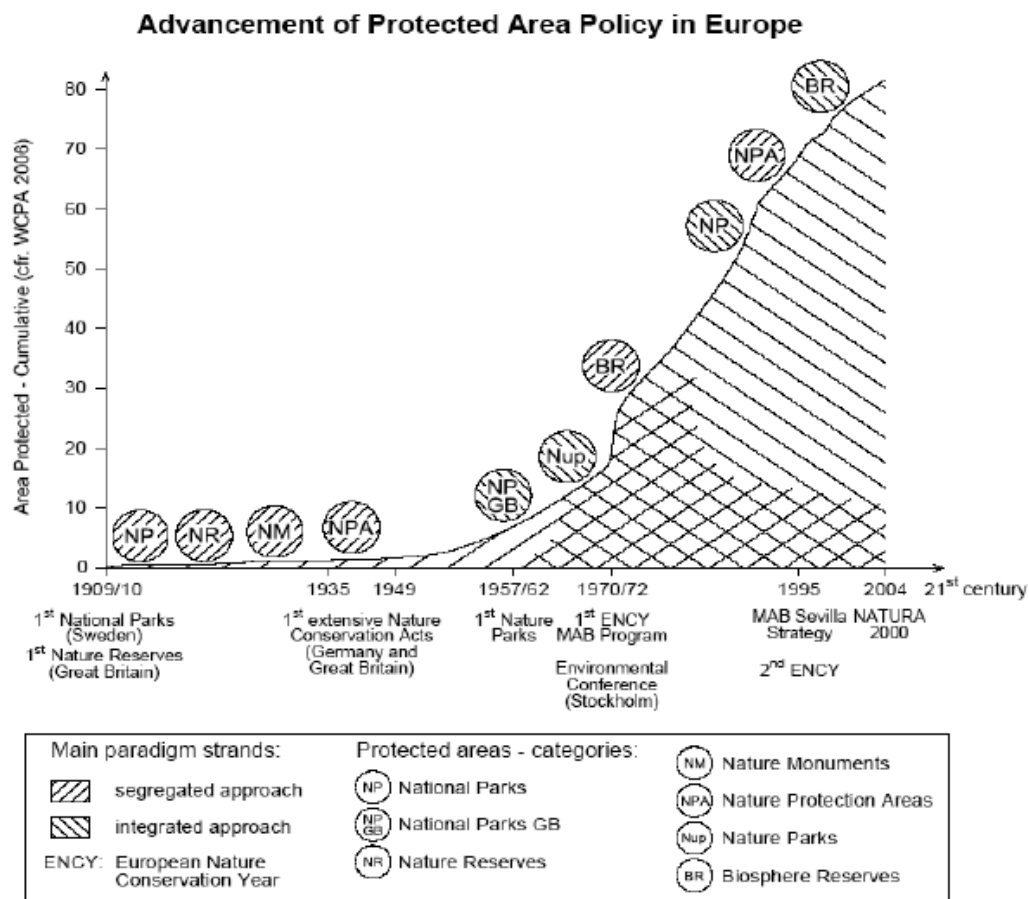


Abbildung 1: Übersicht über die Entwicklung der Schutzgebietspolitik in Europa (MOSE und WEIXLBAUMER 2007 – Zitiert nach: WEIXLBAUMER 2010: 16).

¹ Europe: The 28 member states of the European Union together with Albania, Bosnia and Herzegovina, Iceland, Kosovo, Liechtenstein, Norway, Switzerland, Macedonia and Turkey.

2.2 Neue Paradigmen in der Gebietsschutzpolitik

Eine zentrale Komponente in den gegenwärtigen Schutzgebietsdiskussionen bildet ein Paradigmenwechsel in der europäischen Schutzgebietspolitik: Während vor allem gegen Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts mit zunehmender Industrialisierung und dem Aufkommen von Massentourismus die Konzepte von Mensch und Natur als miteinander unvereinbar angesehen wurden und die Natur der geschützten Landschaften deshalb als segregiert betrachtet wurde, änderte sich dies gegen Ende des 20. Jahrhunderts. Man begann, den Mensch und seine Handlungen in Schutzgebiete zu integrieren und die beiden Konzepte zu vereinen, da man den Menschen und die Natur zunehmend als eine Einheit betrachtete. Mit anderen Worten: Die Ziele und Aufgaben von Schutzgebieten veränderten sich, sodass man allmählich den Bogen vom klassischen „Reservatsschutz“ hin zu integrierten Schutz- und Entwicklungszielen spannte, weshalb Schutzgebiete auch zunehmend als Instrumente der Regionalentwicklung und Modellgebiete für nachhaltige Entwicklung angesehen wurden. MOSE und WEIXLBAUMER (2006: 20) fassen diese Entwicklung kurz und prägnant zusammen, indem sie diesen Paradigmenwechsel mit „Vom Schützen zum Nützen“ titulieren, wobei der Terminus „Nützen“ hierbei aufgrund des substanziellen Anspruches von Schutzgebieten klarerweise mit nachhaltiger Nutzung zu assoziieren ist. Festzuhalten ist an dieser Stelle auf Basis des vorher Beschriebenen, dass es in diesem Kontext in Ergänzung zum sogenannten statisch-konservierenden Ansatz, der von einer Dichotomie zwischen „protection- and pollution area“ ausging, zur Entwicklung des dynamisch-innovativen Ansatzes kam, der dadurch gekennzeichnet ist, dass sich der Mensch als Bestandteil der Natur ansieht. (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER 2007: 11-14, MOSE 2009. 9)

Das Herauskristallisieren des dynamisch-innovativen Ansatzes bildete also – wie bereits im vorherigen Absatz angesprochen – auch die Grundlage für den Konnex zwischen Naturschutzgebieten und Regionalentwicklung und ist daher für die nachfolgenden Ausführungen von Bedeutung. Dies sehen auch HAMMER et al. (2016: 265) so:

„These priorities have been particularly derived from the paradigm change related to the landscapes of protected areas that has gradually affected both theory and practice since the beginning of the 21st century. Park policies are today no longer understood merely as nature protection tools. It is rather possible to detect a move towards park policies being seen as instruments of regional development.“

Zum Abschluss dieses Unterkapitels zum Paradigmenwechsel in der Schutzgebietspolitik sind in Abbildung 2 die zentralen Charakteristika der beiden Ansätze angeführt:

Statisch-konservativer Ansatz	Dynamisch-innovativer Ansatz
Grundprinzipien • Naturschutz- und Wirtschaftsflächen räumlich getrennt • sektoraler Schutz • vorwiegend Flächenschutz • Schutz durch Management: Nebenrolle	• Naturschutz ist räumlich und zeitlich übergreifendes Grundprinzip • ganzheitliche, nachhaltige Entwicklung • Flächen- und Prozessschutz • Lenkung durch Management: Hauptrolle
Eigenschaften • hoheitlich („von oben“) • stark regelnd-normativ • Akzeptanz bei Betroffenen wird kaum hinterfragt	• gesellschaftliche Aufgabe („von oben“ und „von unten“) • baut auf Freiwilligkeit auf • Akzeptanz bei Betroffenen wird erarbeitet
Hintergrund-Philosophie • Natur und Mensch sind Gegensatzpaar (Umweltdenken)	• Mensch und Umwelt sind eine Einheit (Mitweltdenken)

Abbildung 2: Gegenüberstellung der zentralen Charakteristika der beiden Ansätze (MOSE und WEIXLBAUMER 2003: 42).

Anhand der Gegenüberstellung der beiden zentralen Paradigmen in Abbildung 2 erkennt man deutlich einen Wandel der Grundprinzipien von einer segregierten Beziehung zwischen Mensch und Natur zur Integration der beiden zentralen Komponenten. Damit gehen ebenso unterschiedliche Handlungsstrategien einher, die vermehrt auf Kooperation zwischen allen betroffenen Akteuren setzen und bei denen auch zunehmend das sogenannte „Bottom-up-Prinzip“ an Bedeutung gewinnt. Auch die veränderte Rolle des Managements, welche im statisch-konservativen Ansatz nur eine nebensächliche war, rückt verstärkt in den Fokus der Betrachtungen.

2.3 Kategorien von Großschutzgebieten

Großschutzgebiete sind gemäß der International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) großflächige Schutzgebiete, die mindestens 1.000 ha bzw. 10 km² umfassen, eine übergeordnete funktionale Zielsetzung, wie etwa Ökosystemerhalt und Ressourcenschutz, haben und national anerkannt sind. Durch die häufig variierenden Definitionen auf nationaler Ebene sind internationale Vergleiche von Schutzgebietskategorien jedoch nicht immer sehr einfach. (vgl. HAMMER 2003: 11, MOSE und WEIXLBAUMER 2007: 5-7, MOSE 2009:11)

Einen Ansatz dazu bieten die IUCN-Kategorien der Schutzgebiete, welche an dieser Stelle angeführt sind:

„Category Ia: Strict Nature Reserve

Protected areas that are strictly set aside to protect biodiversity and also possibly geological/geomorphological features, where human visitation, use and impacts are strictly controlled and limited to ensure protection of the conservation values. Such protected areas can serve as indispensable reference areas for scientific research and monitoring.

Category Ib: Wilderness Area

Protected areas that are usually large unmodified or slightly modified areas, retaining their natural character and influence, without permanent or significant human habitation, which are protected and managed so as to preserve their natural condition.

Category II: National Park

Large natural or near natural areas set aside to protect large-scale ecological processes, along with the complement of species and ecosystems characteristic of the area, which also provide a foundation for environmentally and culturally compatible spiritual, scientific, educational, recreational and visitor opportunities.

Category III: Natural Monument or Feature

Protected areas set aside to protect a specific natural monument, which can be a landform, sea mount, submarine cavern, geological feature such as a cave or even a living feature such as an ancient grove. They are generally quite small protected areas and often have high visitor value.

Category IV: Habitat/Species Management Area

Protected areas aiming to protect particular species or habitats and management reflects this priority. Many category IV protected areas will need regular, active interventions to address the requirements of particular species or to maintain habitats, but this is not a requirement of the category.

Category V: Protected Landscape/Seascape

A protected area where the interaction of people and nature over time has produced an area of distinct character with significant ecological, biological, cultural and scenic value: and where safeguarding the integrity of this interaction is vital to protecting and sustaining the area and its associated nature conservation and other values.

Category VI: Protected area with sustainable use of natural resources

Protected areas that conserve ecosystems and habitats, together with associated cultural values and traditional natural resource management systems. They are generally large, with most of the area in a natural condition, where a proportion is under sustainable natural resource management and where low-level non-industrial use of natural resources compatible with nature conservation is seen as one of the main aims of the area.“ (IUCN o.J.)

Da der Nationalpark Donau-Auen in Kategorie II der oben angeführten Auflistung zu lokalisieren ist, ist in erster Linie dieser Schutzgebietstypus für diese Arbeit von Relevanz. (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.a) Laut IUCN-Definition hat er deshalb mitunter folgende Aufgaben: „environmentally and culturally compatible spiritual, scientific, educational, recreational and visitor opportunities“. (IUCN o.J.)

MOSE und WEIXLBAUMER (2003:12f.) schreiben in Ergänzung zu dieser Kategorisierung, dass die Zuordnung von Schutzgebieten in diese Muster oft sehr schwierig ist. Die weit verbreiteten Natur- und Regionalparks fehlen in dieser Kategorisierung zur Gänze, werden aber meist zum Typ 5 „Protected Landscape/Seascape“ (=geschützte Landschaft) zugeordnet. Selbst innerhalb der von den einzelnen Staaten definierten Nationalparks ist die Kategorisierung nicht immer eindeutig, da sie von den konkret formulierten Zielen der einzelnen Schutzgebiete abhängt. So kommt es, dass die Nationalparks je nach Ausrichtung etwa als Typ 1 „Strict Nature Reserve“ (=strenges Naturreservat und Wildnisgebiet), Typ 2 „National Park“ oder Typ 5 „Protected Landscape/Seascape“ definiert werden können. Im Kontext dieser differenzierten Zielformulierungen der einzelnen Schutzgebietskategorien ist auch festzuhalten, dass die einzelnen Typen über unterschiedliche Potenziale für die Regionalentwicklung verfügen.

Nun ist eine Grafik der European Environment Agency (EEA) angeführt, die einen Überblick über die Anzahl und die Flächen der verschiedenen Schutzgebietskategorien in Europa gibt:

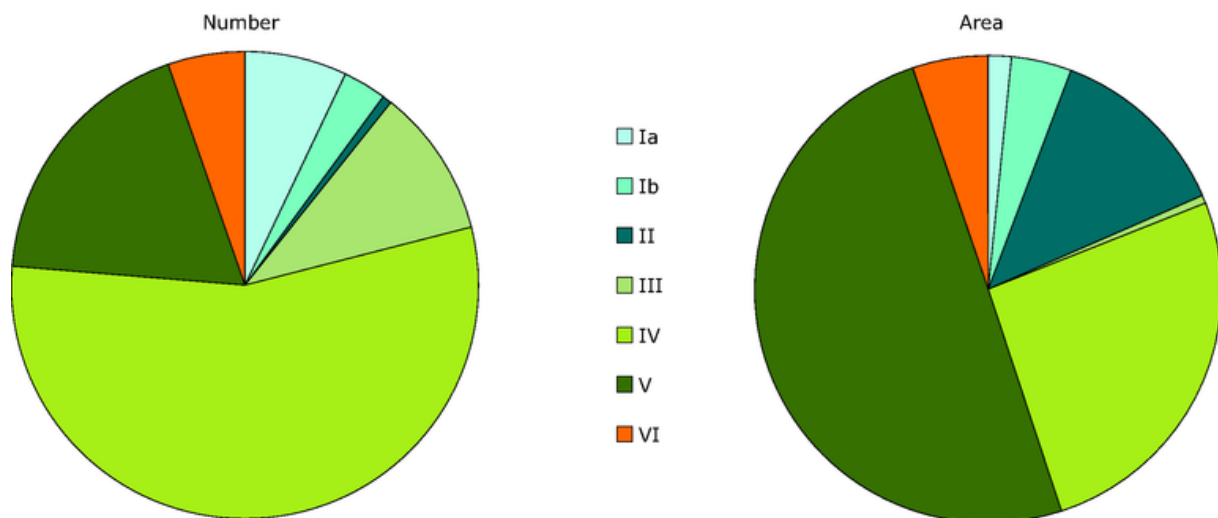


Abbildung 3: Anzahl und Fläche der einzelnen Schutzgebietskategorien in Europa (European Environment Agency (EEA) (Hrsg.) (2017): IUCN management categories; <https://www.eea.europa.eu/themes/biodiversity/protected-areas/facts-and-figures/IUCN-management-categories> (12.07.2018)).

Man erkennt in dieser Abbildung, dass sowohl in Bezug auf die Anzahl als auch auf die Fläche in Europa vor allem die IUCN-Kategorien IV, „Habitat/Species Management Area“, und V, „Protected Landscape/Seascape“ dominieren. An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass die Daten mancher Staaten oder Regionen zum Teil fehlerhaft und/oder unvollständig sind. Dennoch vermitteln diese Diagramme eine grobe Vorstellung über die Anzahl und Flächen der einzelnen Schutzgebietskategorien.

Die nächste Seite enthält eine weitere Übersicht der EEA über die IUCN-Schutzgebietskategorien in Europa, die die Verteilung der einzelnen Typen in den europäischen Staaten zeigt. Obwohl auch hier manche Daten fehlerhaft oder unvollständig sind, lässt sich gut erkennen, dass vor allem die Kategorien IV und V dominieren. Während Schutzgebiete des Typus IV vor allem in Dänemark, Großbritannien und den Niederlanden ausgewiesen wurden, sind in Deutschland und Frankreich in erster Linie „geschützte Landschaften und Seelandschaften“ von Bedeutung.

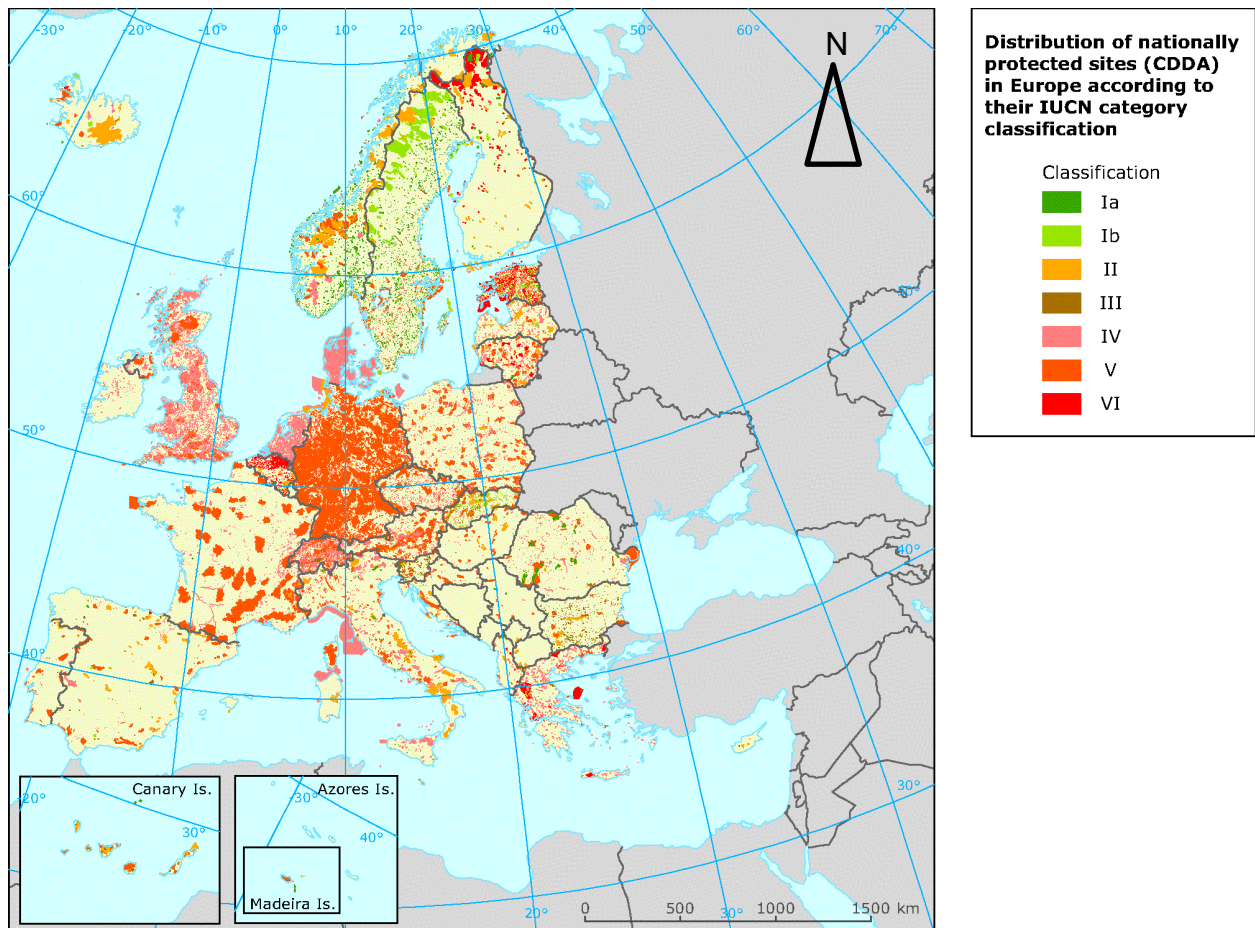


Abbildung 4: Verteilung der Schutzgebietskategorien in Europa (European Environment Agency (EEA) (Hrsg.) (2017): IUCN management categories; <https://www.eea.europa.eu/themes/biodiversity/protected-areas/facts-and-figures/IUCN-management-categories> (12.07.2018)).

2.4 Multifunktionalität von Schutzgebieten

An dieser Stelle wird kurz auf die möglichen Funktionen von Schutzgebieten eingegangen. Nach WEIXLBAUMER (2010: 19) muss festgehalten werden, dass alle modernen Schutzlandschaften grundsätzlich dieselben Funktionen haben, die Intensität der Ausrichtungen jedoch variiert, weshalb unterschiedliche Kategorien auch differenzierte Möglichkeiten für die Entwicklung von Regionen bieten. Konkret werden im Rahmen der Multifunktionalität von Schutzgebieten folgende Funktionen genannt:

- Regulation: Erhaltung und Entwicklung der Biodiversität.

- Lebensraum- und Trägerfunktion: Genpool und Naturkatastrophen-Vorsorge, regionale und überregionale Wohlfahrtswirkungen, Erholung.
- Entwicklung: Nachhaltige Regionalentwicklung, Tourismus
- Produktion: Bereitstellung von Nahrung und beispielsweise medizinischen Ressourcen.
- Information: Transdisziplinäre Forschung, Umweltbildung, Corporate Design.

Hier ist anzumerken, dass sich diese Multifunktionalität erst durch die Verbreitung eines integrierten Naturschutzdenkens beziehungsweise durch die Etablierung des dynamisch-innovativen Ansatzes als Gegenstand der Schutzgebietspolitik manifestiert hat.

MOSE (2009: 12f.) schreibt der Multifunktionalität von Großschutzgebieten in Anlehnung an den im vorherigen Subkapitel besprochenen Paradigmenwechsel in der Schutzgebietspolitik zentrale Bedeutung für den Konnex zwischen Großschutzgebieten und Regionalentwicklung zu. Gleichzeitig gibt er jedoch zu bedenken, dass durch dieses Bündel an möglichen Entwicklungen im Kontext der Schutzgebietspolitik auch großes Konfliktpotenzial zwischen der regionalen und lokalen Bevölkerung und den relevanten Akteuren vorhanden ist. Es bedarf also sehr guter Kommunikation und Moderation, um „konkurrierende Nutzungsinteressen bereits im Vorfeld zu identifizieren und zu begrenzen, womöglich sogar auszuschließen“.

2.5 Bedeutung von Schutzgebieten für die Entwicklung von Regionen

Nachdem auf den vorangegangenen Seiten die Entwicklung und die verschiedenen Kategorien der Schutzgebiete besprochen, sowie der Paradigmenwechsel thematisiert wurde, soll auf den nächsten Seiten noch auf die Bedeutung von Schutzgebieten als Motoren für die Regionalentwicklung eingegangen werden, da diese Verbindungen den Fragestellungen der Arbeit zugrunde liegen.

Grundsätzlich merkt MOSE (2009: 12) in Bezug auf den Konnex zwischen Schutzgebieten und Regionalentwicklung Folgendes an:

„Die Einrichtung von Großschutzgebieten wird ausdrücklich als regionalpolitisches Instrument angesehen, mit dem gezielt Prozesse der regionalen Entwicklung ausgelöst und befördert, Arbeitsplätze erhalten und geschaffen und Einkommen generiert werden können. Ökologische wie ökonomische und soziale Erfordernisse sollen dabei im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gleichermaßen Berücksichtigung finden.“

Auch HAMMER (2003: 29) interpretiert in seinem Beitrag Großschutzgebiete als „Hoffnungsträger“ und „Motoren“ nachhaltiger Regionalentwicklung.

Nach HAMMER (2003: 25-27 und 2007: 28f.) möchte ich nun – in Ergänzung zu der vorherigen Aussage – einige theoretische Zugänge aus der Regionalentwicklungsdiskussion anführen, die im Hintergrund der Frage nach den Beziehungen zwischen Schutzgebieten und Regionalentwicklung stehen:

Eine Konstellation theoretischer Ansätze, die auch für das im Verlauf dieser Arbeit untersuchte Beispiel des Nationalparks Donau-Auen von großer Relevanz ist, ist jene der *regionalen Netzwerke, regionalen Kooperationen und regionalen Partnerschaften*. Im Fokus stehen hierbei die Produktion von Gütern und Dienstleistungen durch lokal-regionale Akteure, wobei Kommunikation und Information zwischen allen Beteiligten zentral sind. Ziel dieser Ansätze ist es, die regionalen Wertschöpfungspotentiale besser zu nutzen.

Ebenso bedeutend ist die Theorie der *regionalen Kreisläufe*. Dies ist vor allem im sozio-kulturellen Sinn zu verstehen, da die Produktion von regionstypischen Gütern und Dienstleistungen auch gewisse regionale Werte und Identitäten vermittelt. Selbstverständlich schwingen hier jedoch auch eine ökologische Dimension in Form der Gewinnung regionaler Ressourcen und Rohstoffe und eine ökonomische Dimension in der Form eines regional gestalteten Wertschöpfungsprozesses mit.

Auch die *Ansätze endogener bzw. eigenständiger Regionalentwicklung* sind relevant. Im Zentrum stehen hierbei der Erhalt der regionalen Eigenständigkeit und die Förderung der endogenen ökonomischen, sozialen, kulturellen und ökologischen Potenziale, wobei dies natürlich stark im Zusammenhang mit den bereits erwähnten Ansätzen steht. Nach CHILLA et al. (2016: 188f.) ist in Ergänzung daran festzuhalten, dass vor allem der Fokus auf das regional Typische im Vordergrund stehen sollte, wobei es kein allgemeingültiges Standardkonzept für endogene Regionalentwicklung gibt, da jede Region ihre spezifischen Eigenschaften hat, die mit unterschiedlichen Entwicklungspotenzialen korrelieren.

Schließlich sind die *Ansätze der nachhaltigen Regionalentwicklung* zu nennen, die beim Konnex von Schutzgebieten und Regionalentwicklung aufgrund deren Funktionen und Aufgaben nicht wegzudenken sind. Einerseits steht hier die Langzeitperspektive im Vordergrund, die regionale Entwicklung dauerhaft möglich machen soll und andererseits sollen die drei Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung, nämlich Stärkung der Regionalwirtschaft, Stärkung der regionalen Kultur und Identität und Schonung der regionalen Natur und Umwelt, gleichermaßen berücksichtigt werden.

MOSE und WEIXLBAUMER (2003: 90) schreiben darüber hinaus, dass Großschutzgebiete generell immer auch Experimentierwerkstätten sind und demzufolge Vorbildcharakter für die Verbindung von Nicht-Schutzgebieten und regionalen Entwicklungsstrategien aufweisen sollen. MOSE (2009: 12) ergänzt hier, dass Großschutzgebiete damit sozusagen Modellgebiete für nachhaltige Entwicklung darstellen.

Trotz der zahlreichen potenziellen Einflussmöglichkeiten möchte ich zum Abschluss dieses Subkapitels nach MOSE und WEIXLBAUMER (2003: 89) anführen, dass Schutzgebiete nur einen Aspekt regionaler Entwicklungsstrategien darstellen, der auch nicht immer der zugkräftigste sein muss. Ebenso möchte ich noch ein Zitat von HAMMER (2003: 29f.) anfügen, um diesen Gedanken zu manifestieren:

„Der hohe Anspruch an Schutzgebiete, zur Regionalentwicklung substanziell beizutragen oder sogar als eigentliche Instrumente zu dienen – ist somit vielfach gerechtfertigt und zugleich gefährlich [...] Wenn die Erwartungen – u.a. zwecks Sicherung der Akzeptanz – hochgeschraubt werden, können diejenigen, die die Erwartungen nicht erfüllen, in die Verliererposition geraten. Schutzgebiete könnten so an Akzeptanz verlieren.“

2.6 Einflussmöglichkeiten von Nationalparks auf die Regionalentwicklung

Nach der allgemeinen Betrachtung des Einflusses von Schutzgebieten auf die Regionalentwicklung, soll nun die diesbezügliche Rolle der Nationalparks thematisiert werden.

Grundsätzlich haben Nationalparks in Österreich in erster Linie die Funktion des Naturschutzes. Der Erhalt wertvoller, durch den Menschen möglichst wenig beeinflusster Naturräume hat oberste Priorität. Die Natur soll sich hier weitestgehend ungestört entfalten, um auch für künftige Generationen erhalten zu bleiben. Außerdem ist der Verzicht auf eine wirtschaftliche Nutzung auf mindestens 75 Prozent der Fläche des Schutzgebietes eine Grundbedingung, um als IUCN Management-Kategorie II und damit als österreichischer Nationalpark anerkannt zu werden. (vgl. Nationalparks Austria o.J.a) Aufgrund dieser, dem Wesen der spezifischen Schutzgebietskategorie zugrunde liegenden Zielsetzungen sind die Möglichkeiten des Beitrages zur regionalen Entwicklung durch Nationalparks im Vergleich zu anderen Typen, wie etwa Biosphärenreservaten oder Naturparks, eher limitiert.

Dennoch haben auch Nationalparks „die Aufgabe eine Basis für geistig-seelische Erfahrungen sowie Forschungs-, Bildungs- und Erholungsangebote für BesucherInnen zu schaffen. Sie alle müssen umwelt- und kulturverträglich sein“ (Nationalparks Austria o.J.a). Das Potenzial des Nationalparks als Motor für die Entwicklung von Regionen beschreiben CHILLA et al. (2016: 229) in ihrem Lehrbuch zur Regionalentwicklung folgendermaßen:

„Das wesentliche Ziel von Nationalparks liegt darin, natürlichen Prozessen einen ungestörten Lauf zu lassen (Prozessschutz). Dies bedeutet, dass die menschlichen Einflüsse minimiert werden sollen [...] Entsprechend dieser Vorgaben sind innerhalb der Grenzen von Nationalparks die Möglichkeiten der Regionalentwicklung beschränkt. Gleichwohl ist die überregionale Sichtbarkeit von Nationalparks von beträchtlicher Bedeutung. Dies bietet erhebliche Chancen für die touristische Entwicklung der Regionen.“

Auf der nächsten Seite sind die auf der Homepage von „Nationalparks Austria“ dargestellten vier Ziele der österreichischen Nationalparks in Bezug auf Regionalentwicklung angeführt, da sie von Bedeutung für die nachfolgenden Ausführungen sind:

„Nationalparks - Modellregionen für nachhaltige Entwicklung

Ein deklariertes Ziel der Österreichischen Nationalpark-Strategie ist die starke Einbettung eines jeden Nationalparks in dessen Region. Damit einher geht die Zusammenarbeit der Nationalparks mit der lokalen Wirtschaft, der Bevölkerung und den Behörden in Form nachhaltiger Regionalinitiativen. Die Nationalparks bringen ihre Infrastruktur als Teil des Gesamtangebots in dieses Gefüge ein. Partnerschaftliche Kooperationen stiften Nutzen für beide Seiten und dienen der gemeinsamen Weiterentwicklung und der Wirtschaftsstärkung. Nachhaltigkeit stellt einen großen Schwerpunkt in der Entwicklungsstrategie von Nationalparkregionen dar. [...]

Chancen für regionalen und naturnahen Tourismus

Zu den Motiven für einen Besuch im Nationalpark zählen das steigende Bedürfnis nach authentischem Naturgenuss und Landschaftserleben sowie das wachsende Umwelt- und Naturbewusstsein der Bevölkerung. Nationalparks steigern somit die Wichtigkeit des regionalen Tourismus und die Entwicklung des Dienstleistungssektors. Das regionale Angebot setzt sich aus der gemeinsamen Vermarktung von Naturvermittlung und regionalen Besonderheiten zusammen. Voraussetzung für ein solches Zusammenspiel sind nominierte Nationalpark-Partnerbetriebe, die mithilfe professionellen Inputs aus den Nationalparks entsprechende Packages und Tagesangebote zur Verfügung stellen. [...]

Wertschöpfung aus regionalen Spezialitäten

Einen wichtigen Baustein der nachhaltigen Entwicklung stellt die Vermarktung regionaler Produkte [...] dar. In Österreich bestehen zahlreiche Partnerschaften zur Vermarktung von Produkten aus den Nationalparkregionen. Die Vermarktung regionaler Produkte kann außerdem durch das LEADER-Programm gestärkt werden.

Regionalentwicklung vereint Natur- und Kulturerbe

Die natürlichen Lebensräume in den Nationalparkregionen haben sich durch menschliche Nutzung über Jahrhunderte hinweg zu einmaligen und oft sehr artenreichen Kulturlandschaften entwickelt. Durch Erhalt traditioneller Bewirtschaftungsmethoden in den Außenzonen der Nationalparks, wie z. B. Beweidung, wird die Lebensgrundlage vieler seltener Arten und somit die Biodiversität gesichert. [...]“ (Nationalparks Austria o.J.b)

Nationalparks sind darüber hinaus in verschiedene Zonen mit unterschiedlicher Schutzintensität eingeteilt, die dementsprechend auch differenzierte Funktionen aufweisen. Als Beispiel hierfür wird die auf der Homepage des Nationalparks Donau-Auen dargestellte Zonierung angeführt:

In der **Naturzone** sind keine wirtschaftlichen Nutzungen erlaubt, ebenso wie Eingriffe in die Natur, den Naturhaushalt und das Landschaftsbild. Jedoch sind vorübergehende Managementmaßnahmen zur Förderung natürlicher Entwicklungen gestattet.

Auch in der **Naturzone mit Managementmaßnahmen** sind keine Eingriffe erlaubt, außer Maßnahmen im Dienste der Naturschutzziele, wie etwa das Mähen der Wiese.

Die **Außenzone** enthält Sonderbereiche wie Wasserstraßen, Äcker und den Hochwasserschutzdamm. Ebenso ist hier der Fremdenverkehrs- und Verwaltungsbereich angesiedelt. (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.a)

Wenn man bedenkt, dass laut Zonierung die wirtschaftliche Nutzung in einem Großteil des Nationalparks untersagt ist, wird – wie bereits erwähnt – deutlich, dass das Potenzial des Schutzgebietes zur regionalen Entwicklung begrenzt ist. Dennoch ist in der Außenzone per Definition ein Fremdenverkehrsbereich enthalten, in dem für den Tourismus relevante Unternehmen, wie etwa Nächtigungs-, Gastronomie- oder Einzelhandelsbetriebe angesiedelt sein können. Eine viel größere Attraktivität für die Gäste strahlen jedoch die geschützten Kernzonen aus, wobei hier klarerweise durch BesucherInnenlenkung und angepasste Managementmaßnahmen die Unversehrtheit der natürlichen Gegebenheiten gewährleistet sein muss.

3. Theoretische Perspektive auf zentrale Tourismusarten

Da MOSE und WEIXLBAUMER (2003: 51) in Anlehnung an bereits angeführte Konzepte nochmals grundsätzlich die potenzielle Bedeutung von Großschutzgebieten für den Tourismus hervorheben, werden in diesem Kapitel die Tourismusarten beleuchtet, die für den Nationalpark Donau-Auen von zentraler Bedeutung sind.

3.1 Tagesausflügler und Naherholungssuchende

Aufgrund der bereits angesprochenen geographischen Lage des Nationalparks Donau-Auen, nämlich zwischen den beiden Hauptstädten Wien und Bratislava, sind vor allem Tagesausflügler und Naherholungssuchende von größter Relevanz. Nach SCHNELL (2007a: 282) geht in diesem Kontext der Trend im Reiseverhalten auch generell verstärkt in Richtung kürzere Urlaubsreisen und Kurzreiseaktivitäten. Für den Terminus Naherholung gibt es in der Fachliteratur allerdings keine allgemeingültige Definition. WOLF und APPEL-KUMMER (2009: 6) versuchen, die Naherholung als eine Erholung in der Nähe von Wohnung und Wohnort, die maximal vier Übernachtungen außerhalb des Wohnortes beinhaltet, zu charakterisieren. Darüber hinaus grenzen sie den Tagesausflug davon ab, dass dieser – dem Namen entsprechend – mit keiner Übernachtung außerhalb des eigenen Wohnortes einhergeht.

Auch SCHNELL (2007a: 273) übernimmt diese Abgrenzung und fokussiert sich in seiner Definition des Tagesausflugsverkehrs darüber hinaus auf den Verkehrsvorgang, der in diesem Kontext die zirkuläre Mobilität impliziert, wodurch er einen Konnex zur Sozialgeographie herstellt und die Daseinsgrundfunktion des „Sich Erholens“ hervorhebt, die der Wiederherstellung der körperlichen Leistungsfähigkeit dienen soll. Ebenso geht er jedoch auf die unklare Definition von Naherholung ein, die im Laufe der Forschungshistorie seit den späten 1950er Jahren beträchtlich – in erster Linie in Form der Komponenten Aufenthaltsdauer und Reisedistanz – variierte, weshalb längerfristige Analysen sehr problematisch und dadurch kaum vorhanden sind.

Die Naherholung hat durchaus das Potenzial, einen zentralen Faktor für die Regionalentwicklung zu spielen, wie im geographischen Lexikon „Spektrum“ angedeutet wird:

„Von Bedeutung ist der Koppelungseffekt, d.h. dass sehr häufig im Verlauf eines Ausfluges mehreren Aktivitäten nachgegangen wird, z.B. Koppelung von Spaziergang und Gastronomiebesuch oder von Radfahren und Besichtigungen. Diese Koppelungen sind besonders im Zusammenhang mit dem ökonomischen Effekt der Naherholung bedeutsam“ (vgl. Spektrum o.J.).

In Anlehnung an SCHNELL (2007a: 279-282) möchte ich festhalten, dass beim Tagesausflug und der Naherholung vor allem positive wirtschaftliche Effekte auf Restaurants, Bars und andere Geschäfte zu erwarten sind. Diese spielen auch in meinen Untersuchungen zur Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe eine zentrale Rolle. Jedoch ist anzumerken, dass die, sich aus dem Kurzzeittourismus ergebenden ökonomischen Effekte regional sehr unterschiedlich ausfallen. Darüber hinaus sind diese Effekte aufgrund der fehlenden allgemeingültigen Definitionen der angesprochenen Tourismusformen und dem daraus folgenden Mangel an aussagekräftigen Statistiken sehr schwer zu quantifizieren.

Zum Abschluss dieses Subkapitels über Tagesausflügler und Naherholungssuchende, soll auf den im Nationalpark Donau-Auen ebenfalls sehr bedeutenden Fahrradtourismus eingegangen werden. Ein Hauptgrund dafür ist der Radweg über den Donauschuttdamm entlang der Donau-Auen, über welchen man direkt von Wien in die Slowakei fahren kann. Dieser Radweg wird im Nationalpark durch ein ausgeprägtes Netz anderer Radwege ergänzt, weshalb das Gebiet auch sehr attraktiv für diese Tourismusform ist.

SCHNELL (2007b: 331-338) hebt die seit Jahrzehnten zunehmende Attraktivität des Radfahrens für den Tourismus hervor und unterscheidet dabei je nach Dauer der Reise zwischen „Kurzreiseradlern“ und „Reiseradlern“. In jedem Fall streicht er die positiven Aspekte heraus, indem er die verminderte Straßenbelastung durch PKWs und die Reduktion der CO₂-Menge anspricht. Allerdings ist die Attraktivität einer Region für Fahrradfahrerinnen und Fahrradfahrer stark von der zur Verfügung gestellten Infrastruktur abhängig. Hierfür sind nicht nur ausgedehnte Radwege, sondern auch ausreichende und übersichtliche Wegbeschilderungen essenziell. Ebenso stellen eine möglichst verkehrsarme Streckenführung sowie ein auf

Radfahrerinnen und Radfahrer angepasstes Angebot der Gastronomie und der Unterkünfte wichtige Grundlagen für ein erfolgreiches Fahrradtourismusgebiet dar.

KAGERMEIER (2016: 224) geht sogar so weit, dass er den Fahrradtourismus in den letzten zehn Jahren aufgrund der enorm hohen Wachstumsraten als „Star“ oder „Cash Cow“ bezeichnet. Allerdings gibt er zu bedenken, dass diese Tourismusform sich aktuell in der Reifephase befindet und mittelfristig mit stark erhöhten Anforderungen an die Gestaltung der einzelnen Regionen sowie mit zunehmender Konkurrenz durch andere fahrradtouristische Gebiete konfrontiert werden wird. Um auf diese veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren hebt er die Diversifizierungsnotwendigkeiten im Fahrradtourismus hervor. Besonders neue Management- und Marketingkonzepte werden ebenso in diesem Kontext von ihm gefordert, da die Angebote in jüngster Vergangenheit deutlich stärker als die Nachfrage gestiegen sind.

3.2 Naturnaher Tourismus und Ökotourismus

Neben seiner Attraktivität für Naherholungssuchende, Tagesausflügler und RadfahrerInnen hat der Nationalpark Donau-Auen als Großschutzgebiet selbstverständlich auch die Funktion eines Reservats für Naturnahen Tourismus und Ökotourismus.

SIEGRIST (2006: 107) beschreibt, dass die Implementierung der Diskussionen um Naturnahen Tourismus und Ökotourismus auf der Gegenüberstellung des „sanften Reisen“ zum „harten Reisen“ durch Robert Jungk aus dem Jahr 1980 fußt. Die zentralen Charakteristika dieser beiden Termini sind in der folgenden Abbildung 5 ersichtlich:

„hartes“ Reisen	„sanftes“ Reisen
- Massentourismus	- Einzel-, Familien- und Freundesreisen
- wenig Zeit	- viel Zeit
- schnelle Verkehrsmittel	- angemessene (auch langsame) Verkehrsmittel
- festes Programm	- spontane Entscheidungen
- außengelinkt	- innengelinkt
- importierter Lebensstil	- landesüblicher Lebensstil
- „Sehenswürdigkeiten“	- Erlebnisse
- bequem und passiv	- anstrengend und aktiv
- wenig oder keine geistige Vorbereitung	- vorhergehende Beschäftigung mit dem Urlaubsland
- keine Fremdsprache	- Sprachen lernen
- Überlegenheitsgefühl	- Lernfreude
- Einkaufen („Shopping“)	- Geschenke bringen
- Souvenirs	- Erinnerungen, Aufzeichnungen, neue Erkenntnis
- Knipsen und Ansichtskarten	
- Neugier	
- laut	

Abbildung 5: Gegenüberstellung „hartes“ Reisen und „sanftes“ Reisen (KAGERMEIER 2016: 170).

Naturnaher Tourismus setzt sich zum Ziel, die Natur und Landschaft zu schonen und die lokale Kultur und Wirtschaft des Ferienortes zu fördern. Damit stellt er auch ein bedeutendes Standbein des Binnentourismus in Österreich dar. Vor allem Aktivitäten wie Wandern oder – worauf oben eingegangen wurde – Radfahren gewinnen zunehmend an Bedeutung. Ebenso nehmen regionstypische Aspekte, die das Bild einer intakten Kulturlandschaft vermitteln – sowohl bei der Beherbergung als auch bei der Verpflegung – eine zentrale Rolle ein. Davon abgesehen bilden Gesetze, Strategien und Programme des Natur- und Landschaftsschutzes sowie der Regional- und Tourismuspolitik die Grundlagen eines funktionierenden naturnahen Tourismus. Ebenso ist diese Tourismusform auch zunehmend ein Bestandteil von Regionalentwicklungsstrategien auf verschiedensten politischen Ebenen und wird häufig durch Programme wie zum Beispiel „LEADER“ oder „Interreg“ gefördert. Großschutzgebiete jeglicher Art sind dabei oftmals konkrete Umsetzungen dieser Förderungsmaßnahmen. (vgl. SIEGRIST 2006: 108)

Die Arbeitsgruppe Ökotourismus (1995: 36) hält fest, dass „nature tourism“ und „ecotourism“ in der Literatur zwar häufig synonym verwendet werden, es allerdings auch Meinungen gibt, die sich dafür aussprechen, dass mit „nature tourism“ lediglich

das Zielgebiet der touristischen Aktivitäten beschrieben wird und der Faktor Nachhaltigkeit hier oft keine Beachtung findet. Naturtourismus kann also ebenfalls Aktivitäten beinhalten, die in naturnahen Gebieten oder Schutzgebieten stattfinden und unter Umständen auch negative Auswirkungen haben können. „Ecotourism“ hingegen ist per Definition eine „sorgfältig geplante Tourismusform mit minimalen ökologischen und sozialen sowie möglichst positiven wirtschaftlichen Auswirkungen“. In jedem Fall ist in diesem Kontext anzumerken, dass die Übergänge zwischen „ecotourism“ und „nature tourism“ fließend sind, da es sich um dieselben Zielgebiete und zum Teil sogar um die gleichen Aktivitäten handelt. Auch Reiseveranstalter werben häufig mit den beiden Begriffen, ohne diese Differenzierung zu beachten.

In Ergänzung dazu ist zu erwähnen, dass auch KAGERMEIER (2016: 174) den Ökotourismus dadurch vom naturorientierten Tourismus unterscheidet, dass neben dem Fokus auf die Natur auch Nachhaltigkeitsaspekte im Vordergrund stehen, was bei der letztgenannten Tourismusform nicht zwingend der Fall sein muss.

Nach BROGGI (2003: 192f.) zieht der Ökotourismus Menschen in Regionen abseits der touristischen Zentren. Dabei handelt es sich meist um höher gebildete Personen, die einen gewissen Komfort suchen, Erholung der Action vorziehen und sich außerdem gerne mit den naturkundlichen und kulturellen Gegebenheiten der Region auseinandersetzen. In Anlehnung an eine etwas ältere Definition von Ceballos-Lascurains verstehen ELLENBERG et al. (1997: 55) unter Ökotourismus

„[d]en Besuch eines relativ ungestörten natürlichen Gebietes mit dem Ziel, die Landschaft, Flora und Fauna zu sehen, zu bewundern und zu studieren – ebenso wie die kulturellen Aspekte der Vergangenheit und Gegenwart in dem betreffenden Gebiet. Ökotourismus bedeutet außerdem, daß [sic!] die lokale Bevölkerung in diesen Prozeß [sic!] mit einbezogen wird und daß sie ökonomischen Gewinn daraus zieht. Dies impliziert, daß strikte Richtlinien von den zuständigen Institutionen vorgegeben werden, um den negativen Einfluß [sic!] des Tourismus auf Natur und Kultur zu minimieren.“

Diese Motive sind auch bei den meisten Besucherinnen und Besuchern des Nationalparks Donau-Auen zu finden, weshalb der Ökotourismus derart relevant für dieses Schutzgebiet ist – aber natürlich auch für viele andere.

KREISEL (2007: 82) streicht zwar die Verbindung zwischen Umwelt und nachhaltigem Tourismus heraus und hebt damit auch die Rolle der Schutzgebiete hervor, gibt jedoch zu bedenken, dass es sich beim Ökotourismus lediglich um ein

Nischenprodukt handelt, das nur in kleinerem Rahmen umsetzungsfähig ist. Dieser Aspekt steht auch mit der Tatsache in Verbindung, dass man – wie bereits im Kapitel zur Bedeutung von Schutzgebieten für die Entwicklung von Regionen angesprochen – die Möglichkeiten eines Schutzgebietes nicht überschätzen sollte.

4. Das Marchfeld

Wie bereits in der Einleitung angekündigt, soll an dieser Stelle kurz auf die Region Marchfeld eingegangen werden. Dies erfolgt zunächst anhand knapper historischer und räumlicher Beschreibungen und anschließend im Kontext einer Betrachtung der zentralen Regionalentwicklungsakteure und -institutionen.

Zu Beginn ist kurz zu erwähnen, dass das Marchfeld aufgrund seiner Lage an der Donau, also des ehemaligen Limes des Römischen Reiches, immer wieder Schauplatz kriegerischer Auseinandersetzungen war. (vgl. MRVA 2013: 73-75) Aber nicht nur in der Antike fanden blutige Kämpfe in dieser ebenen Gegend statt. So kam es im Jahre 1260 beim Dorf Kressenbrunn, heute Groißenbrunn genannt, welches bei Marchegg, im Osten des österreichischen Teils des Marchfelds liegt, zu einer der größten Schlachten des Mittelalters zwischen dem böhmischen König Ottokar II. Přemysl und den Ungarn unter König Béla IV, welche der erstgenannte für sich entscheiden konnte. Durch zahlreiche blutige Kämpfe, in Schlachten oder durch herumziehende und plündernde Söldnerheere, kam es immer wieder zu bedeutenden Entvölkerungen in den Dörfern der Region, welche durch die forcierte Ansiedlung neuer BewohnerInnen ausgeglichen werden mussten. Ein Beispiel hierfür sind die Verwüstungen, die im Vorfeld der beiden Wiener Türkenbelagerungen, in den Jahren 1529 und 1683, stattfanden. Aber auch Epidemien, wie etwa die Pest in der ersten Hälfte des 16. Jahrhunderts, setzten den Menschen im Marchfeld stark zu. (vgl. ebd.: 111-115)

4.1 Räumliche Beschreibung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass die Region Marchfeld eigentlich sowohl westlich als auch östlich – hierfür hat sich seit dem 16. Jahrhundert der Name Záhorie etabliert – der March zu finden ist. Der Fluss bildet allerdings schon seit Jahrhunderten die Grenze zwischen Österreich und seinem Nachbarstaat – früher Ungarn, heute die Slowakei – und ist damit eine der ältesten Grenzen Europas. Im Grunde genommen waren die grenzübergreifenden Beziehungen in der Region stets sehr intensiv, wenn man von der absoluten Abschottung zur Zeit des Eisernen Vorhangs absieht. (vgl. ebd.: 59) In dieser Arbeit liegt der Fokus ausschließlich auf dem westlichen Teil, also dem österreichischen Marchfeld.

Abbildung 6 bietet eine Übersicht über das österreichische Marchfeld und seine Gemeinden:

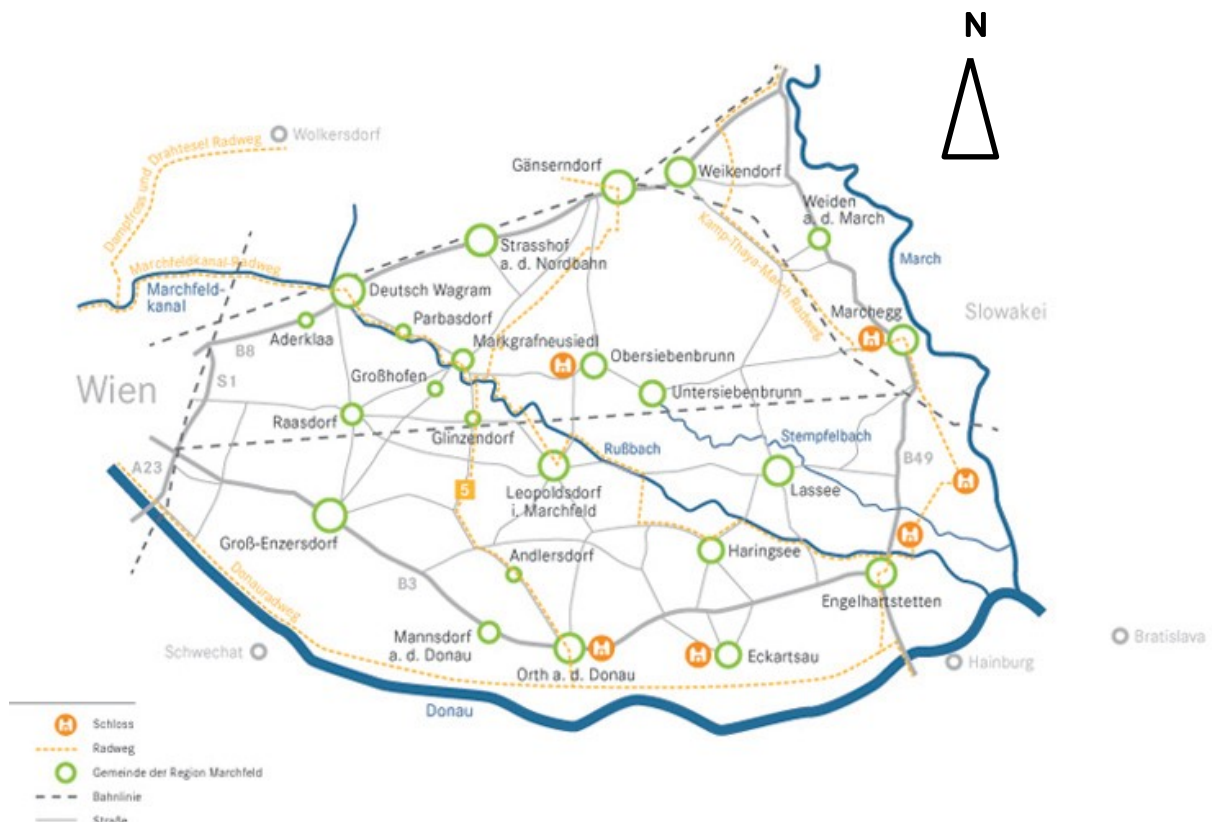


Abbildung 6: Übersicht über die Gemeinden im Marchfeld (Region Marchfeld (Hrsg.) (o.J.): Regionskarte Marchfeld; <https://www.regionmarchfeld.at/region-marchfeld/> (09.07.2018)).

Im Online-Lexikon „Austria Forum“ (o.J.) ist eine kurze räumliche Darstellung des Marchfelds angeführt:

„Das Marchfeld liegt in Niederösterreich und ist dort die größte Ebene. Geologisch gehört das Marchfeld zum Wiener Becken. Begrenzt wird es im Süden von der Donau, im Osten von der March, im Norden vom Hügelland des Weinviertels und im Westen vom Bisamberg. Es ist rund 45km lang und 30km breit und beherbergt die zirka 190km² wildreiche Donauauen, die 1996 zum Nationalpark erklärt wurden. Im Norden befinden sich diluviale Schotterflächen, die teilweise mit Löss bedeckt sind. Entlang der Linie Deutsch-Wagram- Marchegg teilt eine zirka 10m hohe Geländestufe (Wagram) das Gebiet in das untere und obere Marchfeld. Flugsandflächen wechseln mit Föhrenwäldern, Heiden mit fruchtbaren Getreide- und Zuckerrübenfeldern. Am Nordrand liegt in der Umgebung von Matzen bzw. Auersthal das größte geschlossene Erdöl- und Erdgasfeld Mitteleuropas (unterirdische Ausdehnung 120 km²).“

Wie schon angesprochen – und ohnehin hinlänglich bekannt – war das Marchfeld schon immer stark von Landwirtschaft geprägt. Die ebene Landschaft macht – neben den guten Böden und dem Klima – die Region gegenwärtig vor allem für die technisierte Landschaft enorm attraktiv und die Lage vor den Toren Wiens ist – und war es eigentlich auch immer – ideal für die Nahversorgung der Stadt. Neben Getreide, Kartoffeln, Mais und diversen Obstkulturen wie etwa Erdbeeren, wird vor allem sehr viel Gemüse angebaut, wie beispielsweise Erbsen, Karotten, verschiedenste Salatarten, Zwiebel und Spargel. Aufgrund des mittleren Jahresniederschlages in der Region, der nur bei etwa 550 mm liegt, ist die Bewässerung vieler Nutzpflanzen essenziell. Um dies bei steigendem Wasserverbrauch in der Landwirtschaft und des durch die Donauregulierung verursachten sinkenden Grundwasserspiegels auch gewährleisten zu können, wurde bis 1995 mit dem sogenannten „Marchfeldkanal“ aus verschiedensten kleineren Bächen und Kanälen ein insgesamt etwa 100 Kilometer langes Gewässernetzwerk geschaffen. Der Marchfeldkanal ist dementsprechend von zentraler Bedeutung für die Verteilung des Wassers aus der Donau und anderen Gewässern in der gesamten Region. (vgl. EITZINGER et al. 2009: 85-91) Abbildung 7 enthält eine Übersichtskarte des Marchfeldkanals:

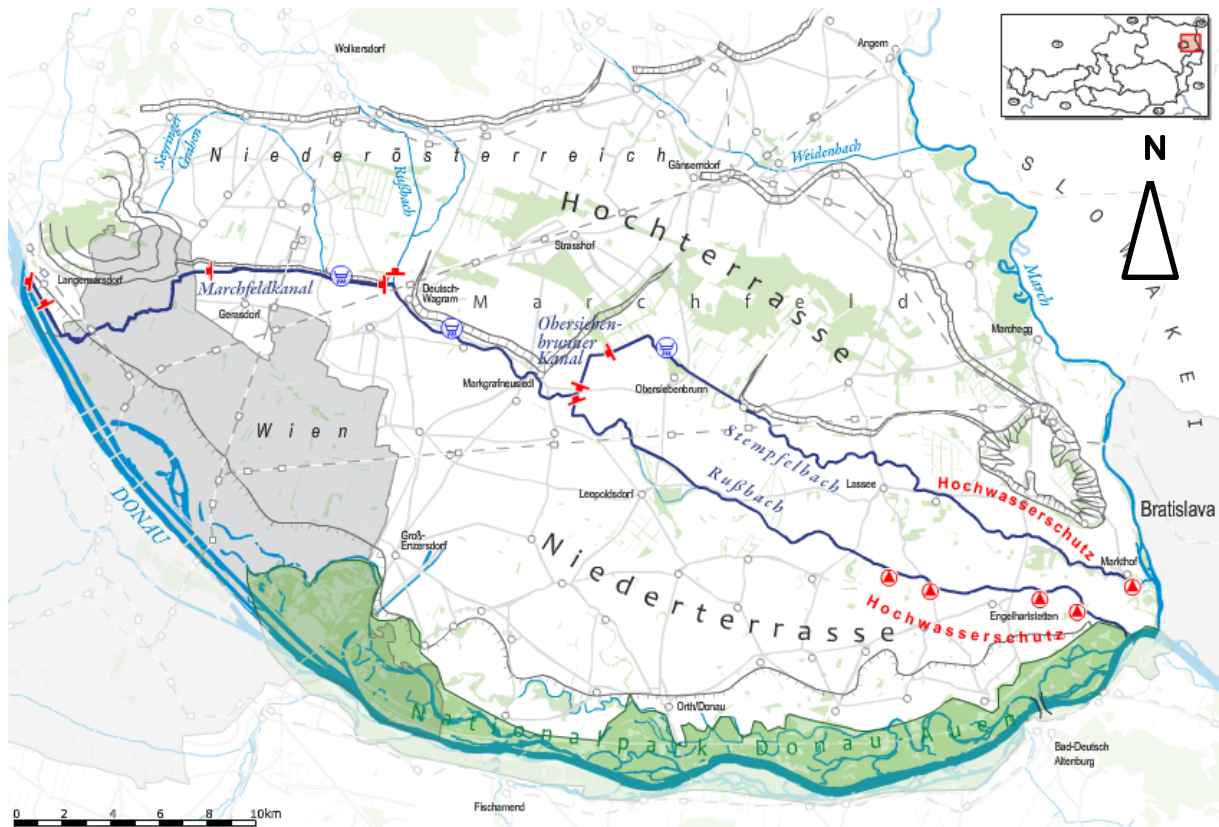


Abbildung 7: Übersichtskarte des Marchfeldkanals (Betriebsgesellschaft Marchfeldkanal (Hrsg.) (o.J.):
Übersichtskarte: <http://www.marchfeldkanal.at/00index230.htm> (16.07.2018)).

HUTTER (2009: 410) bringt in seinem Beitrag ebenso einige weitere zentrale Merkmale der Region auf den Punkt, indem er das Marchfeld folgendermaßen beschreibt:

„Das Marchfeld, über viele Jahrzehnte ‚totes Hinterland‘ von Wien und bis 1989 Grenzland zum ‚Eisernen Vorhang‘, geriet in den letzten Jahren verstärkt in den Fokus der Regional- und Verkehrsplanung des Landes Niederösterreich. Die zukünftige großräumige Nutzung dieses zwischen den Hauptstädten Wien und Bratislava gelegenen Gebiets sieht folgende Dreigliederung vor: im Süden die Erhaltung des Naturraums (Nationalpark), in der Mitte die Entwicklung des Ausflugstourismus (Inwertsetzung der ‚Marchfeldschlösser‘ Eckartsau, Orth, Hof und Niederweiden [*Anmerkung: Aus Vollständigkeitsgründen möchte ich an dieser Stelle auch das bis zur Landesausstellung 2022 sanierte Schloss Marchegg ergänzen*]) sowie die Nutzung des Potenzials nachwachsender Rohstoffe und im Norden die Verbesserung der Verkehrssituation sowie die Erweiterung der Siedlungsflächen der Gemeinden.“

Aus diesem Zitat geht hervor, dass sich die Bedeutung und die Struktur der Region seit dem Fall des Eisernen Vorhangs enorm gewandelt haben. Galt das Marchfeld früher noch als Peripherie zwischen Wien und der „anderen Welt“ im Osten, so profitiert die Region seit der Grenzöffnung von seiner Lage zwischen den beiden

Hauptstädten Wien und Bratislava. Eine Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung im Marchfeld unterstreicht diese Aussage. So zeigen die meisten Gemeinden der Region ein – zum Teil sehr deutliches – Bevölkerungswachstum über den Zeitraum von 2006 bis 2016, welches laut verschiedensten Prognosen auch anhalten wird. (vgl. SCHINDLER und WIENERITSCH 2017) Vor allem die Lage außerhalb von Wien mit einer sehr guten Verkehrsanbindung im Zusammenhang mit dem Wunsch nach Wohnen im Grünen vieler Menschen – vor allem von Wienerinnen und Wienern – dürften für dieses rasante Wachstum verantwortlich sein. Das Marchfeld als strukturschwache Region zu bezeichnen, wäre demnach falsch. Auch wenn ein negativer Pendlersaldo in der gesamten Region zu verzeichnen ist (Region Marchfeld 2017: 14), gibt es hier dennoch einige größere Betriebe, wie etwa die AGRANA Zuckerfabrik in Leopoldsdorf im Marchfelde, die Pharmaunternehmen Pfizer und Shire in Orth an der Donau oder auch die Firma Ardo (ehemals Iglo) in Groß-Enzersdorf, die sehr viele Personen in der Region beschäftigen.

4.2 Wichtige Komponenten der Regionalentwicklung

Zentraler Akteur in diesem Prozess ist die LEADER-Region Marchfeld, deren Geschäftsführer DI Markus Weindl auch im Rahmen dieser Arbeit konsultiert wird. LEADER ist ein seit 1991 bestehendes Förderprogramm der EU und die Abkürzung steht für das französische „Liason entre Actions de Developement de l'Economie Rurale“, was auf Deutsch übersetzt „Verbindung von Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“ bedeutet. Die Hauptaufgabe dieses Förderprogramms besteht darin, ländlichen Regionen neue Perspektiven zu ermöglichen, um eine eigenständige Entwicklung gewährleisten zu können. (vgl. Region Marchfeld o.J.a)

Die zentralen Ansätze des LEADER-Konzepts sollen an dieser Stelle angeführt werden:

„Der territoriale Ansatz: Darunter versteht man gebietsbezogene lokale Entwicklungsstrategien, die für genau umrissene ländliche Gebiete bestimmt sind. Die regionalen Besonderheiten bilden die Basis für eine langfristig angelegte Entwicklungsarbeit.

Der partnerschaftliche Ansatz: Lokale öffentlich-private Partnerschaften (so genannte Lokale Aktionsgruppen) agieren als Plattform und Motor der Entwicklung.

Der Bottom-up-Ansatz: Bottom-up bedeutet, dass die Strategien und die Projekte in den Regionen entwickelt und nicht von externen Planungsstellen und Organisationen aufgesetzt werden. Zudem gewährleistet dieser Ansatz eine Entscheidungsbefugnis für die lokalen Aktionsgruppen bei der Ausarbeitung und Umsetzung lokaler Entwicklungsstrategien und -projekte. Kurz: Die Lokale Aktionsgruppe bzw. die dafür vorgesehenen Gremien einer LAG entscheiden, ob ein Projekt, das ein regionaler Akteur oder eine regionale Organisation vorschlägt, der regionalen Entwicklungsstrategie entspricht und im Rahmen von LEADER umgesetzt werden soll oder nicht. Die endgültige Förderentscheidung trifft aber immer die zuständige Förderstelle.

Der multisektorale Ansatz: Damit ist eine sektorübergreifende Konzeption und Umsetzung der Strategie, die auf dem Zusammenwirken der AkteurlInnen und Projekte aus den verschiedenen Bereichen der lokalen Wirtschaft beruht, gemeint.

Der innovative Ansatz: Neues versuchen – gewohnte Wege verlassen. Mit Kreativität, Phantasie und Risikobereitschaft sollen für die Region neue Ideen und Projekte aufgegriffen, entwickelt und realisiert werden.

Kooperation: Entwicklung und Umsetzung nationaler und transnationaler Kooperationsprojekte

Vernetzung: Nationale und europäische Vernetzung und Erfahrungsaustausch“. (LEADER.at o.J.)

Für die aktuelle Förderperiode sind 23 Gemeinden Mitglieder der LEADER-Region Marchfeld und zwölf ihrer BürgermeisterInnen bilden den LAG-Vorstand. Obmann ist gegenwärtig der Bürgermeister von Gänserndorf, LAbg. René Lobner. Das Büro der von LEADER Marchfeld befindet sich in der Marktgemeinde Lassee. Insgesamt leben etwa 70.000 Menschen in den Städten und Gemeinden der LEADER-Region. (vgl. Region Marchfeld o.J.b)

Neben LEADER gibt es auch die Kleinregion Marchfeld, der ebenfalls 23 Gemeinden angehören. Sie zeichnet sich durch eine thematische Abgrenzung und einen getrennten Förderbereich aus, hat aber ähnliche Aufgaben wie das LEADER-Programm. Im Hintergrund der Kleinregion steht der Verein zur Förderung der Regionalentwicklung im Marchfeld (Marev). (vgl. ebd.)

Eines der größten Projekte, welches umgesetzt wurde, war die Etablierung des „Schlösserreiches Marchfeld“, wobei die fünf Marchfeldschlösser in Schlosshof, Orth an der Donau, Niederweiden, Eckartsau und Marchegg – letzteres wird erst für die Landesausstellung 2022 renoviert – mittels Sanierungen, aber auch durch diverse Projekte und Veranstaltungen, stärker in Wert gesetzt wurden und dies auch zukünftig noch werden. Dadurch konnten durchaus beachtenswerte Impulse für den

Tourismus in der Region gesetzt werden. Die fünf zuvor genannten Schlösser treten auch gemeinsam unter der Dachmarke „Marchfelder Schlösserreich“ auf und bilden noch vor dem Nationalpark Donau-Auen die mit Abstand wichtigsten Tourismusdestinationen der gesamten Region. Vor allem das prachtvolle Barockschloss in Schlosshof zieht mit seinen zahlreichen Veranstaltungen und Ausstellungen jährlich hunderttausende BesucherInnen an. (vgl. Schlösserreich o.J.)

Neben dem Fokus auf das österreichische Gebiet sind, aufgrund der Grenzlage des Marchfelds, vor allem auch Cross- Border Kooperationsprojekte mit der Slowakei von großer Bedeutung. So wurde beispielsweise die Burg Devin (Theben) in das regionale Tourismuskonzept des Marchfeldes integriert. Außerdem wurde auch im Zusammenspiel mit dem Wiener Volkskundemuseum und dem Nationalmuseum in Bratislava das Interreg-SK-AT Projekt „Treasure – Schätze Zentraleuropas“ ins Leben gerufen, um die Netzwerke noch weiter zu verdichten. Auch das erst kürzlich gestartete EU-Projekt „Bratislava Umland Management 2020“ (baum2020) ist an dieser Stelle zu nennen. (vgl. Region Marchfeld o.J.c)

Der Nationalpark Donau-Auen trägt als eine der bedeutendsten regionalen Tourismusdestinationen ebenfalls in gewisser Art und Weise zur Regionalentwicklung im Marchfeld bei. Die Ausmaße der Einflüsse dieses Schutzgebietes auf die Region werden allerdings im weiteren Verlauf dieser Arbeit noch genauer betrachtet, weshalb an dieser Stelle nicht näher darauf eingegangen wird.

Schließlich ist noch anzumerken, dass auch durch die niederösterreichische Landesausstellung im Jahr 2022 – den Zuschlag dafür erhielt das Marchfeld erst vor wenigen Wochen – mit dem zentralen Austragungsort im bis dahin sanierten Schloss Marchegg und dem Titel „Wunderwelt Natur“ zahlreiche Impulse für die Regionalentwicklung erwartet werden. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass die Landesausstellung ursprünglich eigentlich für 2021 geplant war, aufgrund des großen Aufwandes der Sanierung des Schloss Marchegg und einigen komplexen politischen Überlegungen wurde die Veranstaltung jedoch um ein Jahr verschoben. Die Landesausstellung – sie hat es bereits im Vorfeld und es ist auch ein Ziel des weiteren Vorhabens – soll die Beteiligung der Bevölkerung an regionalen Planungsprozessen weiter intensivieren. Neben dem Schloss Marchegg werden

auch andere Schauplätze mit ihren eigenen Themenschwerpunkten in das Konzept der Landesausstellung 2022 eingearbeitet:

- Die weiteren Schlösser im Marchfelder Schlösserreich
- Der Nationalpark Donau-Auen mit den unteren March-Auen
- Strasshof mit dem Eisenbahnmuseum Heizhaus Strasshof
- Obersiebenbrunn mit der Landwirtschaftlichen Fachschule
- Die Burg Theben am slowakischen Ufer von March und Donau

Ebenso wird es niederfrequentierte Angebote in allen 23 Mitgliedsgemeinden des LEADER-Projekts geben. Auch die Radwege entlang des Marchfeldkanals und des Donau-Schutzdamms werden über die Staatsverbindende Radfahrbrücke in Schlosshof („Fahrradbrücke der Freiheit“) mit den Radwegen in der Slowakei noch stärker vernetzt und in das Konzept der Landesausstellung 2022 integriert, wodurch auch die grenzüberschreitende Erreichbarkeit verbessert werden soll. (vgl. Region Marchfeld o.J.d)

5. Der Nationalpark Donau-Auen

In diesem Teil der Arbeit wird näher auf den Nationalpark Donau-Auen eingegangen. Wie bereits in der Einleitung erwähnt, erfolgt hierbei eine Thematisierung der Entwicklung des Nationalparkkonzepts in Österreich, der Geschichte des Nationalparks Donau-Auen, sowie den naturräumlichen Gegebenheiten dieses Schutzgebietes. Darüber hinaus werden auch die Organisation des Nationalparks und die zahlreichen Angebote für die BesucherInnen betrachtet.

5.1 Gesetzliche Implementierung und Entwicklung der Nationalparks in Österreich

Grundsätzlich fällt der Natur- und Landschaftsschutz in Österreich in den Kompetenzbereich der Bundesländer, weshalb auch jedes Bundesland eigene Natur- und Landschaftsschutzgesetze hat. In diesem Kontext sind auch die Länder für die Errichtung und den Betrieb von Nationalparks zuständig, wobei gerade bei dieser spezifischen Form von Schutzgebieten auch der Bund gewisse Einflussmöglichkeiten hat. (vgl. Umweltbundesamt o.J.a)

Die gesetzliche Implementierung des in dieser Arbeit behandelten Beispiels des Nationalparks Donau-Auen bezieht sich auf die „Vereinbarung gemäß Art. 15a B-VG zwischen dem Bund und den Ländern Niederösterreich und Wien zur Errichtung und Erhaltung eines Nationalparks Donau-Auen samt Anlagen BGBl. Nr. I 17/199“ (Nationalparks Austria o.J.c).

Im Vergleich zu anderen Schutzgebietskategorien hat im Nationalpark der Naturschutz absoluten Vorrang und der Erhalt der letzten Reste ursprünglicher Natur steht in diesem Kontext im Zentrum des Interesses. (vgl. Umweltbundesamt o.J.b)

Die Entwicklung der Nationalparks in Österreich nahm ihren Anfang im Jahre 1971 mit der „Vereinbarung von Heiligenblut“ zwischen den drei Bundesländern Kärnten, Salzburg und Tirol. Man entschied sich, den Nationalpark Hohe Tauern ins Leben zu rufen. Die schwierige Grundbesitzerstruktur und diverse Interessensgegensätze – wie etwa mit Skigebieten oder der Energiewirtschaft – in den Bundesländern führten jedoch zu langwierigen Verhandlungen, weshalb es bis 1991 dauerte, ehe mit Tirol

das letzte der drei Bundesländer die Nationalparkgebiete ausweisen konnte. Als formales Gründungsjahr gilt das Jahr 1981, in dem Kärnten seine Nationalparkgebiete nominierte. Mit einer Fläche von etwa 1857km² ist der Nationalpark Hohe Tauern nicht nur der älteste sondern auch der mit Abstand größte Nationalpark Österreichs. (vgl. Umweltbundesamt 2006: 37)

In den darauffolgenden Jahren wurden fünf weitere Nationalparks in Österreich eingerichtet, die der folgenden Abbildung 8 zu entnehmen sind:

Nationalparks in Österreich

Nationalpark	IUCN-Kategorie	Bundesländer	Fläche in km ² (gerundet)
Donau-Auen	II	Niederösterreich, Wien	93
Hohe Tauern	II	Kärnten, Salzburg, Tirol	1.857
Neusiedler See - Seewinkel	II	Burgenland	91
Thayatal	II	Niederösterreich	13
Kalkalpen	II	Oberösterreich	209
Gesäuse	II	Steiermark	110
Summe			2.373

Die österreichischen Nationalparks in chronologischer Reihenfolge ihrer Errichtung:

- Hohe Tauern (1981 Kärnter Anteil, 1984 Salzburger Anteil, 1991 Tiroler Anteil)
- Neusiedler See-Seewinkel (1993, grenzüberschreitend mit Ungarn)
- Donau-Auen (Wien 1996, Niederösterreich 1997)
- Oberösterreichische Kalkalpen (1997)
- Thayatal (2000, grenzüberschreitend mit Tschechien)
- Gesäuse (2002)

Abbildung 8: Auflistung von Daten über die Nationalparks Österreichs (Umweltbundesamt (Hrsg.) (o.J.): Nationalparks in Österreich; <http://www.umweltbundesamt.at/nationalparks> (12.07.2018)).

Die sechs Nationalparks vertreten gemeinsam unter der 2011 gegründeten Dachmarke „Nationalparks Austria“, die ihren Sitz im oberösterreichischen Molln hat, ihre Interessen. Koordinator und Initiator hierbei ist das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT). Die Organisation setzt sich unter anderem für folgende Dinge ein:

- „Wir schützen und erforschen die Natur, informieren und bieten Erholung.
- Wir erhalten den Lebensraum seltener, teilweise vom Aussterben bedrohter Tier- und Pflanzenarten.
- Wir investieren heute in kostbare Natur von morgen.
- Wir machen Natur zum Erlebnis und bieten Erholung auf höchstem Niveau.

- Wir schützen kleine Welten und beleben die Regionen.“ (Nationalpark Donau-Auen o.J.b)

Abbildung 9 beinhaltet eine Übersichtskarte mit den Nationalparks in Österreich:

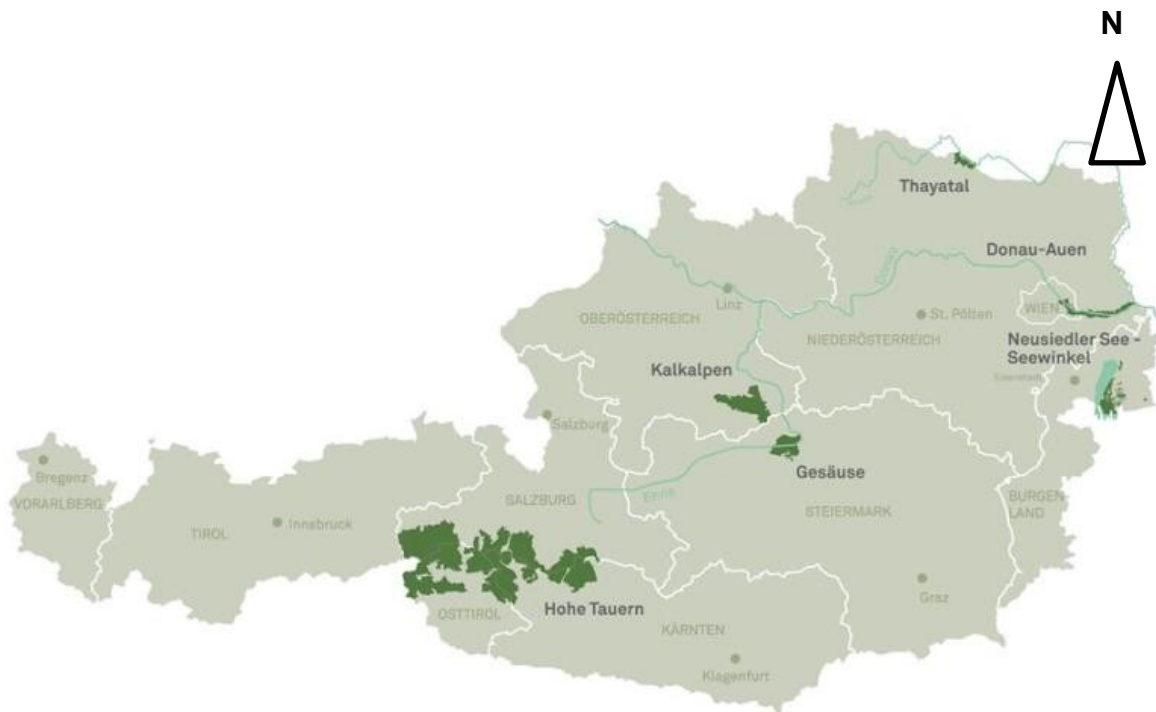


Abbildung 9: Übersicht über die Nationalparks in Österreich (Nationalparks Austria (Hrsg.) (o.J.d): About. General Information; <https://www.nationalparksaustria.at/en/pages/general-information-64.aspx> (12.07.2018)).

5.2 Geschichte und Entwicklung des Nationalparks Donau-Auen

Die Wälder am Donaustrom und der Fluss selbst wurden von den Menschen jahrhundertlang als bedrohliche Wildnis angesehen, die es zu zähmen galt. Für die Römer stellten der damals noch weit verzweigte Strom – die Donau ist nach der Wolga der zweitlängste Fluss Europas – und die ihn umgebenden Wälder eine natürlich Barriere an der Grenze ihres Reiches dar, die für ihre Feinde nur schwer zu überwinden war. Es dauerte bis zum Ende des 19. Jahrhunderts, ehe die Donau zwischen Hainburg und Wien reguliert werden konnte, um die häufigen Hochwasser – zumindest teilweise – vorzubeugen. Abbildung 10 veranschaulicht die Verzweigung

des ursprünglichen Donaustroms vor der Donau-Regulierung zwischen den Gemeinden Schönau an der Donau und Eckartsau:

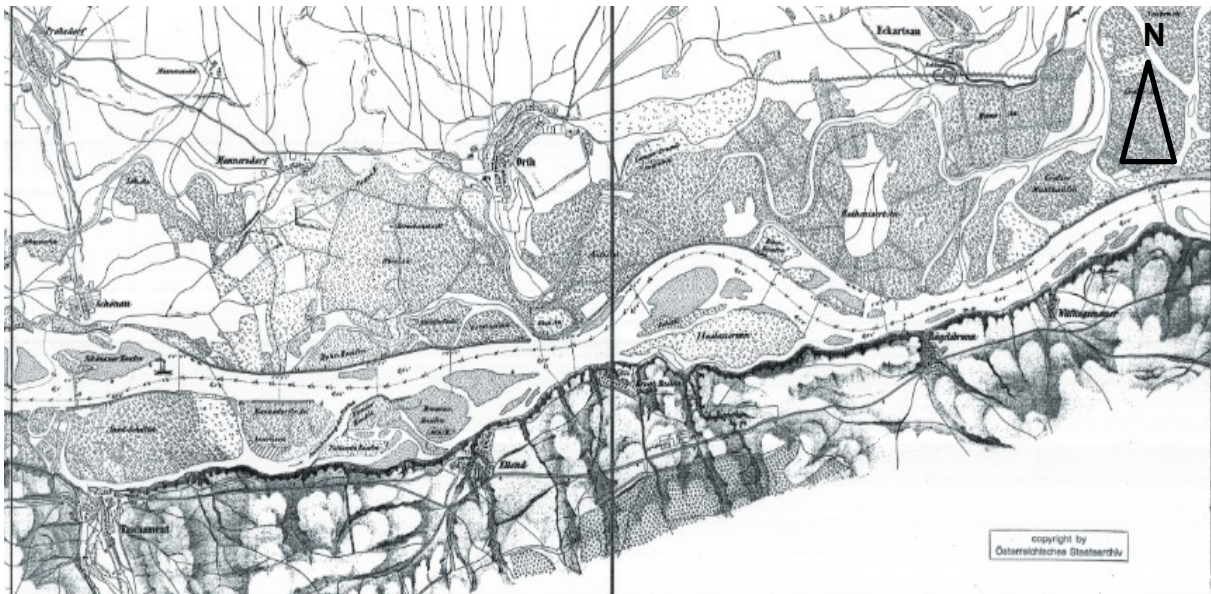


Abbildung 10: Übersicht über den Donaustrom zwischen Schönau an der Donau und Eckartsau vor der Donauregulierung (PASETTI F. (1859-1867): Karte des Donau-Stromes innerhalb der Gränzen [sic!] des Österreichischen Kaiserstaates, Blatt 14 (=Österreichisches Staatsarchiv); auch online unter: https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/4_RegionImKartenbild/41_HistorTopogrKartenNPDAReg/411_VorRegulier/4114_Pasetti_1859-1867/4_00678_Pasetti_14_Orth.pdf (16.07.2018)).

Trotz der Bedrohung, die von der Donau und ihren Auwäldern ausging, schätzten sie die BewohnerInnen der Region seit jeher aufgrund der vielfältigen und scheinbar unerschöpflichen Ressourcen, die sie ihnen brachten. So konnten sie hier Fische fangen, Holz schlagen und auch Jagd betreiben. Die Funktion der Donau-Auen als Jagdgebiet war in erster Linie für die Adeligen sehr bedeutend, was sich nicht zuletzt durch das eine oder andere Schloss der Region, welches als Jagdschloss genutzt wurde – wie etwa jenes in der Gemeinde Eckartsau – ausdrückt. Darüber hinaus war die Donau auch schon immer ein sehr wichtiger Verkehrsweg und ihr Strom trieb auch Schiffsmühlen an.

Ab dem 19. Jahrhundert spielten die Donau und ihre Auwälder auch eine bedeutende Rolle in Literatur, Musik und Kunst. Mit zunehmender Industrialisierung und damit einhergehenden Eingriffen in viele natürliche Auwälder kam man zu der Erkenntnis, dass dieser Naturraum geschützt werden müsse, was sich an den zahlreichen Planungen und vor allem an den ersten tatsächlichen

Schutzgebietsausweisungen im Gebiet des heutigen Nationalparks zeigt, die in der folgenden Abbildung angeführt sind (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.c):

1977	Aufnahme der „Unteren Lobau“ in Wien (1.037 ha) in die Liste der Biosphärenreservate im Rahmen des Man and the Biosphere Forschungsprogramms der UNESCO
22.08.1978	Erklärung des Gebiets „Lobau-Schüttelau-Schönauer Haufen“ (525 ha) zum Naturschutzgebiet durch die Niederösterreichische Landesregierung (Aufnahme in die Verordnung über die Naturschutzgebiete, NÖ LGBl. 5500/13-2).
06.10.1978	Erklärung des Wiener Teils der Lobau zum Vollnaturschutz-, Teilnaturschutz- bzw. Landschaftsschutzgebiet im Rahmen der so genannten „Lobauverordnung“ durch die Wiener Landesregierung (Verordnung betreffend den Schutz der Lobau, LGBl. für Wien Nr. 32/1978).
09.03.1982	Erklärung der „Donau-March-Thaya-Auen“ (20.500 ha) zum Landschaftsschutzgebiet durch die Niederösterreichische Landesregierung (Aufnahme in die Verordnung über die Landschaftsschutzgebiete, NÖ LGBl. 5500/35-2).
16.04.1983	Inkrafttreten des Übereinkommens über Feuchtgebiete, insbesondere als Lebensraum für Wasser- und Watvögel, von internationaler Bedeutung (Ramsar-Konvention), BGBl. Nr. 225/1983, für Österreich; die „Donau-March-Auen“ in Niederösterreich (36.090 ha) und die „Untere Lobau“ in Wien (915 ha) werden seither in der "Liste der österreichischen Feuchtgebiete von internationaler Bedeutung" geführt.

Abbildung 11: Übersicht über die Ausweisung von Schutzgebieten im Bereich des heutigen Nationalpark Donau-Auen (Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (o.J.d): Infothek. Erste Schutzgebietsausweisungen; <https://infothek.donauauen.at/infothek/folder/erste-schutzgebietsausweisungen-7.html> (13.07.2018)).

Für große innenpolitische Aufregung sorgte der Streit um den geplanten Bau eines Wasserkraftwerkes mitten im heutigen Nationalpark Donau-Auen in der Mitte der 1980er-Jahre. Alleine beim Bau dieses Kraftwerkes, welches von Regierung und Wirtschaft angedacht war und von der „Donaukraftwerke AG“ in Auftrag gegeben wurde, wären – trotz angekündigter „maximaler Schonung der Au“ – wohl hunderte Hektar Auwald geschädigt worden. In Kombination mit der für den Bau notwendigen Verschwenkung der Donau und dem Bau von zusätzlichen 25 Kilometer langen Dammsystemen – dies hätte lange Rodungsstreifen erfordert – wären wohl mehr als 1.000 Hektar Auwald verloren gegangen, deren Wiederaufforstung – sofern sie überhaupt gelinge – mindestens 150 Jahre dauern würde. Neben dem Aspekt, dass das Kraftwerk den Schiffsverkehr über die Donau begünstigen würde – auch die hierfür notwendigen Vertiefungen der Flusssohle hätten sich negativ auf die Au ausgewirkt – und der Notwendigkeit für die Energiewirtschaft, wurde seitens Kraftwerksbefürwortern stets mit den 8.000 Arbeitsplätzen argumentiert, die das Projekt bringen hätte sollen. (vgl. PAULI 1983: 5)

In jedem Fall lösten die Planungen dieses Kraftwerks – es gab mehrere Varianten für die Region – eine Bewegung für den Erhalt und verstärkten Schutz der Donau-Auen aus. Eine Karte mit der geplanten Umleitung des Donautromes zum Bau und Betrieb eines Wasserkraftwerkes in Hainburg enthält Abbildung 12:

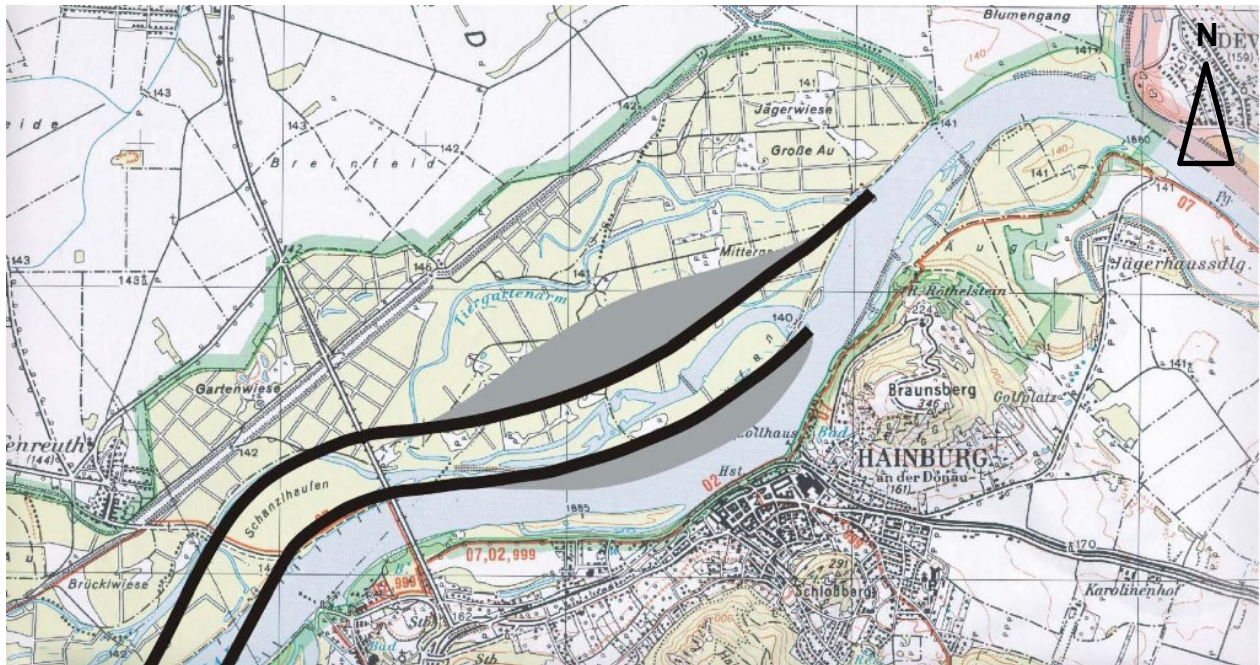


Abbildung 12: Übersichtskarte zur geplanten Umleitung des Donautromes im Zuge eines möglichen Baus des Wasserkraftwerks bei Hainburg im Jahr 1984 (Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (2004): Infothek. Kraftwerksplanungen; <https://infothek.donauauen.at/infothek/folder/kraftwerksplanungen-7.html> (15.07.2018)).

Gegen das Kraftwerk bildeten sich, wie bereits erwähnt, sehr rasch zahlreiche Gemeinschaften und Initiativen, aus dem In- und Ausland, darunter auch eine der Österreichischen HochschülerInnenschaft. Außerdem kam es, vor allem in Wien, immer wieder zu gutbesuchten Kundgebungen. Der von der Wirtschaft angegebenen Zahl an Arbeitsplätzen wurde von Gegnern des Kraftwerks kein Glauben geschenkt. Auch die durch das Kraftwerk erzeugte Menge an Strom wurde nicht als essenziell erachtet. Ebenso wurden an den Folgen des Kraftwerkbaus in Altenwörth, wodurch es sowohl zu einem Trockenschaden als auch zum Verlust von hunderten Hektar Auwald kam, mögliche Schäden in der Umgebung Hainburgs abgeleitet. Mit dem Verlust dieser Flächen wären wohl auch viele Arten von Flora und Fauna ernsthaft bedroht worden. Darüber hinaus wurde mit einem Verstoß gegen diverse Naturschutzgesetze argumentiert. Auch mögliche negative Folgen für den Grundwasserspiegel im Marchfeld und die Trinkwasserversorgung der Region gaben

den Menschen zu bedenken. Statt eines Kraftwerks war von vielen Gegnern die Errichtung eines Nationalparks Ost in den Bundesländern Wien, Niederösterreich und Burgenland angedacht, der die Donau in Wien und dem östlichen Niederösterreich sowie den Neusiedlersee umfassen sollte. (vgl. GREGORITSCH und ROSENBERGER 1984)

1984 wurde auch ein Volksbegehren gegen den Bau des Wasserkraftwerks in Hainburg und andere, die Natur belastende, Kraftwerke in Österreich ins Leben gerufen, das nach seinem wohl berühmtesten Unterzeichner, dem Zoologen und Nobelpreisträger Konrad Lorenz benannt wurde. Das Kernziel dieses demokratiepolitischen Instruments „liegt in einer verfassungsgesetzlichen Verankerung des Grundrechtes der Bürger auf gesunde und lebenswerte Umwelt und umfaßt [sic!] eine reiche Palette von Forderungen des Umweltschutzes von der Schaffung von Nationalparks (Hainburg, Hohe Tauern, Hintergebirge, Seewinkel etc.) über das Verbot von Großkraftwerken wie Hainburg und Zwentendorf, die Rettung des Trinkwassers, die Erhaltung der Wälder etc. bis zum Einsatz einer großen Anzahl von Arbeitsplätzen für Umweltschutzmaßnahmen“. (Interessensverband „Arbeitsgemeinschaft Nein zu Zwentendorf“ 1984: 1)

Das angekündigte Volksbegehren, welches in seiner Unterzeichnungsphase vom 4. bis 11. März 1985 von insgesamt fast 354.000 Personen unterschrieben wurde, sorgte für Gegeninitiativen seitens der Wirtschaft und Politik, die sich beispielsweise auf die zunehmende energiewirtschaftliche Abhängigkeit Österreichs von anderen Staaten stützte.

Die Auseinandersetzungen um den Bau eines Kraftwerks in Hainburg gipfelten Ende des Jahres 1984 in der Besetzung der Donau-Auen nahe der kleinen Marchfeldgemeinde Stopfenreuth. Bis dahin kam es jedoch schon zu einigen flächenmäßig kleineren Rodungen in den Auen. Als am 26. November 1984 der niederösterreichische Landesrat Ernest Brezovsky (SPÖ) im Naturschutzverfahren für den Bau des Kraftwerkes entschied, war die Empörung der Bevölkerung enorm und es kam zur Mobilisierung der KraftwerksgegnerInnen durch hochrangige VertreterInnen des Konrad-Lorenz-Volksbegehrens und der Österreichischen HochschülerInnenschaft. So wurde am 8. Dezember 1984 ein Sternmarsch von etwa 5.000 Umweltschützerinnen und Umweltschützern zur „Adventfeier“ in die Stopfenreuther Auen organisiert. Zwei Tage später kam es durch mehrere hundert

UmweltschützerInnen zur besagten Besetzung der Auen, wobei diese mehrere Wochen andauernde Aktion immer wieder von tausenden Demonstrantinnen und Demonstranten unterstützt wurde. Währenddessen wurden von verschiedensten Organisationen Anreisen aus dem In- und Ausland organisiert, um die Vorhaben der UmweltschützerInnen zu unterstützen. Auch in diesem Zeitraum kam es zu einigen kleinflächigen Rodungen, aber vor allem ebenso zu diversen Auseinandersetzungen zwischen KraftwerksgegnerInnen und BeamtenInnen der Exekutive, wobei dutzende Menschen verletzt wurden. Die österreichische Innenpolitik geriet schwer in Bedrängnis, weshalb der damalige SPÖ-Bundeskanzler Sinowatz am 4. Jänner 1985 eine Nachdenkpause für das Projekt anordnete, ehe der Wasserrechtsbescheid für das Kraftwerk in Hainburg am 1. Juli 1986 vom Verwaltungsgerichtshof als gesetzeswidrig aufgehoben wurde. (vgl. Kleine Zeitung 2014) Der Widerstand gegen das geplante Kraftwerk in Hainburg und die damit verbundene Besetzung der Auen waren gewissermaßen Startschuss für intensivierte gesellschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema Naturschutz in Österreich und wird in diesem Kontext auch häufig als wichtiger Meilenstein zahlreicher „grüner“ Bewegungen in unserem Staat angesehen. (vgl. MATTUSCHKA 1985)

Bereits vor der Aufhebung des Wasserrechtsbescheids für das Kraftwerk in Hainburg wurde von der Bundesregierung eine aus hochrangigen ExpertInnen bestehende Ökologiekommision eingesetzt, um über mögliche Planungen eines Nationalparks „Donau-March-Thaya-Auen“ zu diskutieren. Die Kommission konnte sich auf ein wenige Jahre zuvor erstelltes Gutachten der „Planungsgemeinschaft Ost“ beziehen und kam zu folgendem Ergebnis:

„Die Erhaltung der Au hat gegenüber anderen Interessen Vorrang, die frei fließende Donau von Wien bis zur Marchmündung ist zu erhalten und das Konzept eines Nationalparks unverzüglich umzusetzen“ (FRAISSL 2014: 1).

In der Folge wurde offiziell ein Verein zur Förderung und Planung des Nationalparks Donau-Auen ins Leben gerufen. Obwohl es gegen Ende der 1980er Jahre immer wieder kurze Vorstöße von einzelnen PolitikerInnen zum Bau eines Kraftwerkes an anderen Standorten in dieser Region gab, wurden unter reger Beteiligung der Menschen aus dem In- und Ausland Gelder zum Kauf von Donau-Auen-Flächen lukriert. Letztlich setzte sich aber der Gedanke des Naturschutzes endgültig durch und nach langwierigen Verhandlungen und Planungen erfolgte am 27. Oktober 1996 die feierliche Unterzeichnung der Vereinbarung gemäß Artikel 15a B-VG zwischen

dem Bund und den Ländern Niederösterreich und Wien zur Errichtung und Erhaltung eines Nationalparks Donau-Auen durch die Landeshauptmänner Erwin Pröll und Michael Häupl, sowie Umweltminister Martin Bartenstein im Burghof auf dem Hainburger Schlossberg. Am 29.11.1996 wurde das Bundesgesetz über die Gründung und Beteiligung an der Nationalparkgesellschaft Donau-Auen GmbH verabschiedet. In den darauffolgenden Tagen kam es unter anderem zu einer Konkretisierung der Fläche des Schutzgebietes und am 20.12.1996 zur Einsetzung Carl Manzanos – er hat dieses Amt noch immer inne – als Geschäftsführer der Nationalpark Donau-Auen GmbH. Am 2. Jänner 1997 nahm die Nationalpark Donau-Auen GmbH schließlich ihre Tätigkeiten in den Büroräumen der Stadt Wien am Friedrich-Schmidt-Platz auf. (vgl. ebd.: 2-5)

In den darauffolgenden Wochen und Monaten wurden erste Angebote für die BesucherInnen erstellt und Wanderungen und Exkursionen konzipiert. Außerdem konnten in Hainburg und Eckartsau die ersten Infostellen des Nationalparks geschaffen werden und im Juli 1997 erfolgte der Umzug der Nationalpark Donau-Auen GmbH nach Orth an der Donau. 1998 wurde die „Arge Regionalmarketing“ – später auch als „Auland-Touristik“ bezeichnet – mit dem Nationalpark, dem Archäologiepark Carnuntum und den Marchfeldschlössern gegründet und das erste Kooperationsabkommen mit einem ausländischen Schutzgebiet, nämlich mit dem neugeschaffenen ungarischen Nationalpark Duna-Dráva (=Donau-Drau), getroffen. Außerdem wurden im Herbst dieses Jahres die Gesamtkonzepte für BesucherInneneinrichtungen und Forschungsvorhaben im Nationalpark präsentiert. 1999 wurde die Homepage (www.donauauen.at) ins Netz gestellt. Das erste größere BesucherInnenmonitoring im Jahre 2002 kam zu dem Ergebnis, dass jährlich insgesamt etwa eine Million Menschen den Nationalpark besuchen. Im Juni 2005 konnte schließlich das Nationalparkzentrum im sanierten Schloss in Orth an der Donau feierlich eröffnet werden. Als Standort war eigentlich Hainburg vorgesehen, doch die Politik und die Bevölkerung konnte sich bei diesem Projekt nicht einig werden, weshalb Orth an der Donau den Zuschlag dafür erhielt. Im Mai 2007 wurden das Nationalpark-Haus in der Lobau sowie die Au-Terrasse in Stopfenreuth eröffnet. Außerdem wurde in diesem Jahr auch mit dem Projekt „Danubeparks“ ein internationales Netzwerk aller Donauschutzgebiete ins Leben gerufen.

Während dieser gesamten Periode – es wurden hier nur einige zentrale Eckpunkte der äußerst detailliert dokumentierten Historie dieses Schutzgebietes angerissen – und bis in die Gegenwart kam und kommt es ständig zu Erweiterungen des Angebotes für die BesucherInnen und auch zu unzähligen weiteren Kooperationen mit Unternehmen und anderen Schutzgebieten. Die Einrichtungen des Nationalparks werden ständig erweitert, um einen noch größeren Beitrag zum Natur- und Artenschutz, aber auch zur Umweltbildung zu leisten. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2016: 1-7)

Auch die Forschung spielt im Nationalpark natürlich eine zentrale Rolle. Aus diesem Grund ist die Nationalpark-Gesellschaft ständig bemüht, ihre Forschungsnetzwerke zu erweitern. Damit gehen auch vertiefte Kooperationen mit Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen im Rahmen wichtiger Fragestellungen einher. Dies geschieht sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene und manifestiert sich nicht zuletzt an Projekten, Fachexkursionen, speziellen Lehrveranstaltungen und der Unterstützung für Studierende, beispielsweise im Rahmen von Diplomarbeiten, wie es bei dieser Arbeit der Fall ist. Ebenso werden jährlich zahlreiche PraktikantInnen im Nationalpark beschäftigt. (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.e)

5.3 Organisation

Die Verwaltung des Nationalparks Donau-Auen obliegt – wie bereits erwähnt – der Nationalpark Donau-Auen GmbH, deren Geschäftsführer der Nationalparkdirektor Mag. Carl Manzano ist. Dieser tagt in den Generalversammlungen regelmäßig mit den Gesellschafter-VertreterInnen aus dem Bund und den Ländern Niederösterreich und Wien.

Der Nationalparkbetrieb Donau-Auen der Österreichischen Bundesforste AG mit Sitz in Eckartsau und die Nationalpark-Forstverwaltung Lobau der Magistratsabteilung 49 – Forst- und Landwirtschaftsbetrieb der Stadt Wien sind als Teileinheiten mit der Durchführung von Managementmaßnahmen auf Flächen im Eigentum des Bundes, in Form der Österreichischen Bundesforste oder der Stadt Wien, betraut. Gemeinsam mit dem Nationalparkdirektor bilden die Leiter der beiden

Forstverwaltungen Eckartsau und Lobau den „Geschäftsführenden Ausschuss“. Dieser stimmt in regelmäßigen Sitzungen Jahresprogramme, Projekte und Aktivitäten ab.

Zur Sicherung der regionalen Interessen sieht das Nationalparkgesetz einen Niederösterreichischen und einen Wiener Nationalpark-Beirat vor. Dieses Gremium setzt sich in Niederösterreich aus VertreterInnen der Nationalparkgemeinden und den Delegierten von Institutionen, wie der Wirtschafts- oder der Landwirtschaftskammer zusammen. Auch in Wien bilden die VertreterInnen dieser diversen Landesinstitutionen den Nationalpark-Beirat. Der Geschäftsführende Ausschuss muss den beiden Beiräten die Jahresplanungen vorlegen. Ebenso werden in diesen Gremien gemeinsam nationalparkrelevante Themen und Problemstellungen diskutiert.

Darüber hinaus gibt es noch den Örtlichen Beirat, welcher sich aus VertreterInnen der Nationalparkgemeinden, Grundeigentümern, Nutzungsberechtigten und der Nationalpark-Verwaltung zusammensetzt. Hier werden Empfehlungen zu lokal bedeutsamen Angelegenheiten ausgearbeitet und an den NÖ-Nationalpark-Beirat oder an die Nationalpark-Verwaltung abgegeben.

Schließlich ist natürlich der Wissenschaftliche Beirat in einem Nationalpark von Bedeutung, dem Fachleute aus den Bereichen Zoologie, Botanik, Limnologie, Land- und Forstwirtschaft, Raum- und Landschaftsplanung und der Wasserwirtschaft angehören. Dieser hat die Aufgabe einer fachlichen Beratung der Nationalpark-Verwaltung und stellt wie die anderen Beiräte auch eine ehrenamtliche Tätigkeit dar. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2017b: 63-71)

Abbildung 13 enthält ein Organigramm aus dem Nationalpark-Leistungsbericht der Nationalpark-Organisation von 2012 bis 2016:



Abbildung 13: Übersicht der Organisationsstruktur des Nationalparks Donau-Auen (Nationalpark Donau-Auen 2017b: 63).

5.4 Naturräumliche Beschreibung

Die derzeitige Gesamtfläche des Nationalparks Donau-Auen beträgt mehr als 9.300 Hektar, bei einer Länge von etwa 38 Kilometern und einer maximalen Breite von zirka 4 Kilometern, wovon etwa 65% Auwald-, 15% Wiesen- und 20% Wasserflächen sind. Erweiterungen der Fläche des Schutzgebietes sind im bei der Gründung geschlossenen Staatsvertrag vorgesehen.

Die Lebensräume im Nationalpark sind äußerst vielfältig. Neben dem Donaustrom, der sich auf einer Länge von etwa 36 Kilometern durch den Nationalpark erstreckt, gibt es viele Alt- und Seitenarme, Tümpel und weitere Gewässer verschiedenster Art. Was die Ufer der Gewässer betrifft, gibt es neben Schotterbänken auch Flachufer und steile Uferkanten. Ebenso machen – wie bereits oben angeführt – Auwälder und Wiesen einen Großteil der Lebensräume für Flora und Fauna aus.

In diesem Kontext soll in Anlehnung an die Homepage (Nationalpark Donau-Auen o.J.e) kurz auf die Donau als zentraler Bestandteil der Donau-Auen eingegangen werden: Die Donau entspricht in ihrem Charakter in Österreich einem Gebirgsfluss. Das durchschnittliche Gefälle liegt bei 40 Zentimeter pro Kilometer und die

Strömungsgeschwindigkeit bei 1 bis 3 Metern pro Sekunde. Die Schneeschmelze im Gebirge verursacht Hochwässer vom späten Frühjahr bis in den Hochsommer, niederschlagsbedingte Hochwässer können das ganze Jahr über auftreten. Darüber hinaus sind Pegelschwankungen von bis zu 7 Metern möglich, die die Umgebung des Flusses dementsprechend stark prägen.

Diese verschiedenen Lebensräume sorgen für eine enorme Artenvielfalt im Nationalpark Donau-Auen. So gibt es mehr als 800 Arten höherer Pflanzen. Außerdem kommen in dem Schutzgebiet mehr als 30 Säugetier- und 100 Brutvogelarten, sowie 8 Reptilien-, 13 Amphibien- und 60 Fischarten vor. Darüber hinaus gibt es eine reiche Fauna land- und wasserlebender wirbelloser Tiere. (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.a)

Als Exempel für typische Bewohner des Nationalparks könnte man den ehemals ausgestorbenen Seeadler, den Eurasischen Biber, den Hirschkäfer oder die in Österreich ausschließlich im Nationalpark Donau-Auen vorkommende Europäische Sumpfschildkröte nennen. Für das Schutzgebiet typische Floraarten sind beispielsweise die Schwarzpappel, die Purpurweide oder das Schneeglöckchen. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2017a: 9-12)

Aufgrund der räumlichen Gegebenheiten im Nationalpark Donau-Auen hat das Schutzgebiet eine Vielzahl an Funktionen. Einerseits bildet die größte zusammenhängende, ökologisch weitgehend intakte und naturnahe Auenlandschaft dieser Art in Mitteleuropa ein "grünes Band" zwischen den Ballungsräumen Wien und Bratislava. Andererseits ist der Nationalpark geprägt von der fast freien Abflussdynamik der Donau, die hier noch den Charakter eines Gebirgsflusses hat. Dass dieser Komplex von Ökosystemen eine Vielfalt an Lebensräumen aufweist und damit auch zahlreiche Tier- und Pflanzenarten beheimatet, wurde bereits erwähnt. In diesem Kontext bildet der Nationalpark Donau-Auen auch einigen gefährdeten Tier- und Pflanzenarten eine Heimat. Neben der eindrucksvollen landschaftlichen Schönheit bildet das Schutzgebiet auch einen natürlichen Rückhalteraum für Hochwässer, ist Garant hochwertiger Trinkwasserressourcen und stellt die "Grüne Lunge" und den Klimaregulator der Region dar. All diese Funktionen machen den Nationalpark Donau-Auen auch zu einem Erholungsraum für die Menschen. (vgl. Nationalpark Donau-Auen o.J.a)

Zum Abschluss dieses Subkapitels findet sich in Abbildung 14 noch eine Übersichtskarte des Nationalparks:



Abbildung 14: Übersichtskarte Nationalpark Donau-Auen (Stadt Wien (Hrsg.) (o.J.): Nationalpark Donau-Auen; <https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/projekte/landschaft-freiraum/landschaft/wachsende-stadt/umland/nationalpark.html> (13.07.2018)).

5.5 Angebote für BesucherInnen

Zentrale Anlaufstelle für die BesucherInnen des Nationalparks Donau-Auen ist das Nationalpark-Zentrum im Schloss von Orth an der Donau. Dieses ist jährlich von 21. März bis 1. November geöffnet und hier können beispielsweise diverse Führungen gebucht werden. Außerdem gibt es hier auch immer wieder themenbezogene Ausstellungen sowie eine 2016 eingerichtete Nationalpark-Lounge, in der sich interessierte Personen einen ersten Überblick über den Nationalpark verschaffen können. Im Hof des Schlosses, dem sogenannten Turnierhof, gibt es immer wieder Workshops, die von MitarbeiterInnen des Nationalparks geleitet werden. Daneben findet man hier beispielsweise auch ein kleines Flusslabor, in dem die BesucherInnen die Strömungsverhältnisse der Donau erforschen können. Darüber hinaus gibt es im Schloss auch die Möglichkeit, einen Aussichtsturm zu begehen oder im Shop des Nationalparks einzukaufen.

Über eine 2007 angelegte Brücke gelangt man vom Schloss fußläufig unmittelbar zur Schlossinsel. Hier werden vor allem für Gruppen und Schulklassen eigene

Programme angeboten, wo es um die Auseinandersetzung mit Tieren und Pflanzen des Nationalparks sowie deren Lebensräume geht.

Am westlichsten Eingang des Nationalparks, in der Lobau, befindet sich das „nationalparkhaus wien-lobAU“, wo diverse naturpädagogische Programme und Exkursionen angeboten werden. Auch hier finden immer wieder themenbezogene Ausstellungen statt. Insgesamt besuchen seit 2007 jährlich – abgesehen von einem Rückgang um zirka 25 Prozent in den Jahren von 2008-2010 – in Wien und Niederösterreich gemeinsam etwa 20.000 Menschen eine der zahlreichen Freiland-Exkursionen des Nationalparks. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2012: 38 und Nationalpark Donau-Auen 2017b: 39)

Darüber hinaus gibt es in der Nähe von Groß-Enzersdorf das „NationalparkCamp Lobau“, im Haus der Jugend in Petronell-Carnuntum das Nationalparkinstitut Donau-Auen (NPI)“ und in Eckartsau das „Nationalpark-Camp Meierhof“. In diesen Camps werden vielfältige mehrtägige Programme für BesucherInnen zwischen 3 und 99 Jahren angeboten. Durchschnittlich nehmen die Angebote dieser Camps jährlich insgesamt etwa 12.000 Personen wahr.

Da die Verantwortlichen des Nationalparks es sich zu einer ihrer Hauptaufgaben gemacht haben, Kinder und Jugendliche für einen verstärkten Schutz der Donau-Auen zu sensibilisieren, wurden zahlreiche Kooperationen mit Schulen eingegangen. Im Rahmen dieser Kooperationen werden immer wieder gemeinsame Exkursionen, Projekte und Aktionen ins Leben gerufen, die das Verhältnis von jungen Menschen zur Natur verbessern und Interesse wecken sollen. Diese Kooperationen sind darüber hinaus für Kinder und Jugendliche häufig kostenlos. Beispiele für Partnerschulen sind die Neuen Mittelschulen in Hainburg und Orth an der Donau sowie die Bundesgymnasien und Bundesrealgymnasien in Groß-Enzersdorf und Schwechat. Neben den regulären Angeboten für Schulen gibt es in den Sommerferien auch jeden Donnerstag von 14-17 Uhr ein abwechslungsreiches Kinderprogramm im Turnierhof des Schloss Orth.

Für die Betreuung der BesucherInnen und Besucher der Angebote des Nationalparks sind zumeist die fachlich und pädagogisch ausgebildeten Nationalpark-RangerInnen zuständig. Seit 2010 gibt es im Nationalpark die Möglichkeit, diesen modularen Zertifikationslehrgang zu absolvieren. Die RangerInnen, die sich auch jährlich

weiterbilden müssen, agieren im Rahmen ihrer Tätigkeiten als VermittlerInnen zwischen dem Nationalpark und seinen BesucherInnen. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2017b: 39-43)

Aufgrund der zahlreichen gut beschilderten Radwege und des Donauschutzdamms ist der Nationalpark – wie schon erwähnt – vor allem für RadfahrerInnen sehr attraktiv. Dieses Angebot wird bei gutem Wetter aus eigener Erfahrung auch sehr intensiv wahrgenommen.

Daneben gibt es noch die Möglichkeit, an verschiedensten Bootstouren auf der Donau und ihren Seitenarmen teilzunehmen. Das Angebot hierbei reicht vom Schlauchboot über das Kanu bis hin zu einer Tschaike, einem etwa 20 Meter langen Nachbau eines Donauschiffs aus dem 16. Jahrhundert. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2018)

6. Methoden

In diesem Kapitel wird auf die, für die Beantwortung der zentralen Forschungsfragen, angewendeten Methoden eingegangen, um die Herangehensweise an die Thematik dadurch zu legitimieren.

6.1 Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistik

Zur Beantwortung der Forschungsfrage nach dem Einfluss des Nationalparks Donau-Auen auf die lokalen Betriebe und die Regionalentwicklung im Marchfeld werden neben der Analyse der nur äußerst rar vorhandenen Publikationen dazu auch – in Anlehnung an die im theoretischen Teil dieser Arbeit dargestellten Verbindungen zwischen Schutzgebieten und Tourismus – die Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken ausgewählter Marchfeldgemeinden, die an den Nationalpark angrenzen, betrachtet. Dabei liegt der Fokus auf den Gemeinden Eckartsau, Groß-Enzersdorf und Orth an der Donau. An dieser Stelle ist unbedingt anzumerken, dass es einerseits schwierig ist, diese Daten über einen Zeitraum von 18 Jahren – mir liegen diese Statistiken seit der Jahrtausendwende vor – zu betrachten, da sich die Strukturen des Fremdenwesens, also beispielsweise die Anzahl der verfügbaren Betten, in dieser Zeit zum Teil stark verändert haben. Außerdem – und dies ist noch als wesentlich problematischer anzusehen – handelt es sich bei diesen Statistiken um absolute Zahlen, die nicht zwischen den Intentionen der ankommenden und nächtigenden Personen differenzieren. So lässt sich beispielsweise in Bezug auf die Gemeinde Orth an der Donau festhalten, dass hier mit den Firmen Shire und Pfizer zwei große Pharmaunternehmen mit mehreren hundert MitarbeiterInnen ihren Standort haben, die sehr häufig Fremdfirmen für diverse Tätigkeiten beschäftigen. Die MitarbeiterInnen dieser Fremdfirmen legen oftmals einen langen Weg nach Orth an der Donau zurück und beziehen in den Pensionen der Gemeinde – manchmal nur eine Nacht, manchmal gar für mehrere Monate – ihre Betten. Dies wirkt sich natürlich auf die mir vorliegenden Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken aus, hat aber klarerweise kaum einen Bezug zum Nationalpark. Darüber hinaus sind auch viele Personen in den Zimmern in Orth an der Donau einquartiert, die vorübergehend in anderen größeren Firmen der Region oder auch in der Bundeshauptstadt Wien

arbeiten. Wie groß dieser Anteil an ArbeiterInnen an der gesamten Datenmenge ist, werde ich versuchen, in den Interviews mit den GeschäftsführerInnen der Pensionen herauszufinden. Ähnlich verhält es sich mit der Stadt Groß-Enzersdorf, wo es mit dem „Hotel am Sachsengang“ samt seiner über einhundert Doppelzimmer eine, für regionale Verhältnisse, enorm große Unterkunft gibt. Vor allem dieses Hotel dürfte starken Einfluss auf die Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der Stadt haben. Allerdings hat mir Herr DI Weindl von LEADER Marchfeld mitgeteilt, dass in diesem Hotel sehr häufig große BesucherInnengruppen – oftmals aus dem asiatischen Raum – untergebracht werden, die ausschließlich die nahegelegene Bundeshauptstadt Wien besuchen und – außer der Nächtigung im Hotel – nichts zur regionalen Wertschöpfung im Marchfeld beitragen. Außerdem ist hier natürlich ebenfalls kein Konnex zum Nationalpark vorhanden.

Aufgrund der vorangegangenen Ausführungen ist festzuhalten, dass die Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der ausgewählten Gemeinden – die durchaus eine gewisse Tendenz aufweisen – zwar in Kapitel 7.1 analysiert werden, den Ergebnissen dieser Analysen allerdings aufgrund der bereits dargestellten Problematiken und der damit einhergehenden geringeren Aussagekraft nicht zu viel Augenmerk geschenkt wird. Darüber hinaus – und das sollte auch keinesfalls vergessen werden – ist der Nationalpark Donau-Auen aufgrund seiner Lage zwischen den beiden Bundeshauptstädten Bratislava und Wien in erster Linie ein Naherholungs- und Tagesausflugsziel, weshalb nur ein geringer Prozentsatz der Besucherinnen und Besucher hier nächtigen.

6.2 Qualitative Interviews

Wesentlich stärker als die Betrachtung dieser Statistiken stehen bei den Forschungen im Rahmen dieser Arbeit qualitative Interviews mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe und den VertreterInnen aus Politik, der Tourismusdestination, der LEADER-Region und des Nationalparks im Fokus.

Grundsätzlich hängt die Wahl der Form des Interviews immer in erster Linie von der angestrebten Interviewbreite und Interviewtiefe ab. Im nächsten Schritt spielen

Aspekte wie Strukturierung, Standardisierung und der Grad der Offenheit der Fragen eine zentrale Rolle. (vgl. MEIER-KRUKER und RAUH 2005: 64)

Qualitative Interviews eignen sich zur Erforschung der in dieser Arbeit zentralen Problemstellungen aus meiner Sicht dadurch besonders gut, da es lediglich eine kleine Gruppe an Personen gibt, die auf Basis ihrer Erfahrungen sehr subjektive Einschätzungen über die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für ihre Betriebe beziehungsweise für die Regionalentwicklung im Marchfeld haben. Diese Art des Interviews macht es laut MATTISSEK et al. (2013: 35) möglich, die wenigen Einzelfälle intensiv zu erfassen und dadurch differenzierte Untersuchungen dieser Ergebnisse über deren Besonderheiten, Meinungen und Einstellungen anzustellen, es kommt also zur Individualisierung der Fälle. Die Auswertung der kaum strukturierten Daten erfolgt dabei mittels interpretativ-verstehender Verfahren. Außerdem ist für die interviewten Personen die Möglichkeit einer „nuancenreiche[n], lebendige[n] und ausführliche[n] Auskunft möglich“, was zu einem positiven Gesprächsklima beitragen sollte. Dennoch muss klar sein, dass durch die wenigen Fallstudien keine Repräsentativität im statistischen Sinne erreicht wird. Zentrales Gütekriterium der qualitativen Interviews ist vielmehr jenes der „Nachvollziehbarkeit“ der Erhebungen und der daraus geschlossenen Erkenntnisse.

Dieser hermeneutische Zugang wird deshalb gewählt, weil die Betriebe keine oder kaum Aufzeichnungen über den Anteil der BesucherInnen des Nationalpark Donau-Auen an ihrem gesamten KundInnenstock führen und auch der Einfluss des Nationalparks auf die Regionalentwicklung im Marchfeld zahlenmäßig sehr schwer zu erfassen ist. Aufgrund dieser nicht vorhandenen Daten bleibt aus meiner Sicht nur noch die Möglichkeit, die eingebundenen Akteure – also die GeschäftsführerInnen der Betriebe und die auf einer übergeordneten Ebene handelnden Personen – aufgrund ihrer alltäglichen Erfahrungen nach ihren subjektiven Empfindungen zu dieser Thematik zu befragen. Es handelt sich hierbei nach MATTISSEK et al. (2013: 137) also selbstverständlich um keine „absolute Wahrheit, sondern bestenfalls [um] eine [möglichst gute] Annäherung an die soziale Wirklichkeit“. In diesem Kontext bilden „nicht objektive Sachverhalte die empirische Basis, sondern subjektive Deutungen des Geschehens durch die Akteure“, wobei die „spezifischen Sichtweisen der beschriebenen Zusammenhänge“ im Fokus stehen (vgl. ebd.). Dies macht es möglich, bisher noch nicht erforschte Verbindungen aufzudecken.

Auch KROMREY (2009: 387) hebt hervor, dass Interviews als eine qualitativ-interpretative Methode darauf abzielen, die subjektiven Erfahrungen der Befragten zu dokumentieren. Wichtig hierbei ist die Minimierung des gesprächsleitenden Einflusses durch die interviewende Person. Darüber hinaus geht es im Rahmen dieser Methode um das Besondere der Erlebnisperspektive der/des Befragten.

Bei allen im Rahmen dieser Forschungsarbeit geführten Interviews handelt es sich um teilstrukturierte Befragungen anhand von vorher formulierten Leitfragen, was eine sorgfältige Schulung der interviewenden Person notwendig macht, da sie sich nicht nur inhaltlich vorbereiten muss, sondern auch auf den Verlauf des Gesprächs zu achten hat. Der Ablauf der gestellten Fragen hängt hierbei vom Verlauf des Interviews und der sich dadurch ergebenden jeweiligen thematischen Schwerpunkte ab. (vgl. ATTESLANDER 2010: 135)

Die Interviews mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe folgen dabei allesamt einem sehr ähnlichen Leitfaden, dies erlaubt im Rahmen dieser doch einigermaßen offenen Befragung eine relativ große Vergleichbarkeit der Ergebnisse der einzelnen Interviews und damit die beste Möglichkeit der Beantwortung der Forschungsfragen. Lediglich ein Teil der Fragen sind jeweils auf den spezifischen Typus des Betriebs, also auf Bauernläden, Gasthäuser oder Pensionen, ausgerichtet, weshalb es sich um teilstandardisierte Interviews handelt. (vgl. MEIER-KRUKER und RAUH 2005: 64f.) Die genaue Struktur eines Leitfadens ist in diesem Kontext jedoch nicht durch die Literatur vorgegeben und variiert bei verschiedenen AutorInnen. Ebenso hängen der Aufbau und die Formulierung des Leitfadens auch immer wieder von dem erwarteten und tatsächlichen Verlauf des Interviews ab. Wichtig ist jedoch zu beachten, dass der Leitfaden lediglich als Hilfestellung in einer Interviewsituation dienen sollte, wobei dennoch die Fragen und Themenkomplexe des Gesprächs in einer vernünftigen Reihenfolge angeführt werden sollten, um den Fokus auf die zentralen Fragestellungen des Forschungsinteresses nicht zu verlieren. (vgl. MATTISSEK et al. 2013: 168)

Eine Sonderform des Leitfadeninterviews stellt das ExpertInneninterview dar, welches sich von den übrigen qualitativen Interviews durch das spezifische Vorwissen oder die strukturelle Position der befragten Personen unterscheidet. Die Meinungen von ExpertInnen sind also aufgrund ihrer Kenntnisse in einem bestimmten Handlungsfeld, „durch ihre berufliche Erfahrung, als Repräsentanten

einer Gruppe oder als MitarbeiterInnen einer Organisation“ von besonders großer Relevanz. (vgl. MATTISSEK et al. 2013: 175) KROMREY (2009: 388) beschreibt in diesem Kontext das ExpertInneninterview als Interviewform, „die nicht subjektive Perspektiven der Handlungsbeteiligten, sondern Wissen externer Experten über den Untersuchungsbereich abfragen“. Im Zuge dieser Arbeit werden ExpertInneninterviews mit den bereits erwähnten VertreterInnen aus der Politik – der Bürgermeister von Orth an der Donau, Johann Mayer – , der LEADER-Region – Geschäftsführer DI Markus Weindl – , der Tourismusdestination, in Person von Margit Neubauer, sowie einer Verantwortlichen des Nationalpark Donau-Auen – hier handelt es sich um die Leiterin der Bereichs „Besucher und Kommunikation“, Mag^a. Ursula Grabner – geführt, auf die diese Charakteristika einer Expertin oder eines Experten allesamt zutreffen. Hierbei wird natürlich im Gegensatz zu den teilstandardisierten Interviews mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe für jede Expertin und jeden Experten ein eigener Leitfaden entwickelt, der sich speziell auf ihr oder sein Tätigkeitsfeld und die damit einhergehenden Erfahrungen bezieht.

ExpertInneninterviews bringen einige Herausforderungen mit sich, so stellt das richtige Gesprächsklima – wie auch bei allen anderen Interviewformen – eine wichtige die Grundlage dar. Außerdem finden sie häufig unter Zeitdruck statt und bedingen sehr gute inhaltliche und methodische Vorbereitungen durch die interviewende Person, also sozusagen das richtige Maß an „Kompetenz und Wissensbedarf“. Gerade für diese Interviewform kann die Erstellung eines Leitfadens im Vorfeld sehr hilfreich sein. So verhindert dieser, dass sich die ExpertInnen aufgrund ihres ausgedehnten Wissens zu sehr in einer Thematik verlieren und lässt damit die Interviewsituation steuern. Außerdem erleichtert diese Strukturierung die spätere Transkription und Auswertung durch die forschende Person und stellt somit einen wesentlichen Vorteil dieser Interviewform dar. (vgl. MATTISSEK et al. 2013: 176)

Die bei den Interviews verwendeten Leitfäden sowie die transkribierten Gespräche sind im Anhang dieser Diplomarbeit angeführt.

Zum Abschluss dieses Subkapitels sind auf der nächsten Seite noch zwei Tabellen und eine Karte angeführt, in denen die interviewten Personen nach ihrem Tätigkeitsfeld und nach der örtlichen Zugehörigkeit aufgelistet und in der Karte lokalisiert sind:

Nr.	Name	Betrieb	Art	Ort
1	Johann Kianek	„Marchfelder Pension“	Pension	Orth an der Donau
2	Roland Taibl	„Zum Schauhuber“ (bis zum Frühjahr 2018)	Gasthaus, Café, Pension	Orth an der Donau
3	Maria Kianek	„Frühstückspension Maria“	Pension	Orth an der Donau
4	Christian Radl	„Radls Genussparadies“	Bauernladen	Probstdorf
5	Karin Unger	„Bauernspeis“	Bauernladen	Wagram an der Donau
6	Karin Braun	„Gasthaus Binder“	Gasthaus	Orth an der Donau
7	Werner Magoschitz	„Solo Select Magoschitz GmbH“	Bauernladen	Mannsdorf an der Donau
8	Walter Paulesits	„Gasthaus Paulesits“	Gasthaus	Mannsdorf an der Donau
9	Siegfried Kramreiter	„Gasthof Kramreiter“	Gasthaus, Pension	Eckartsau
10	Georg Humer	„Uferhaus“	Gasthaus	Orth an der Donau

Tabelle 1: Übersicht über die interviewten GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe.



Abbildung 15: Übersicht über die Lage der lokalen Betriebe. Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Google maps.

Name	Institution	Funktion	Ort
Mag ^a . Ursula Grabner	Nationalpark Donau-Auen	Verantwortliche für den Bereich „Besucher und Kommunikation“	Orth an der Donau
Johann Mayer	Gemeinde Orth an der Donau	Bürgermeister	Orth an der Donau
Margit Neubauer	Tourismusdestination Donau-Niederösterreich: Römerland Carnuntum – Marchfeld	Büroleitung und Regionalbetreuung	Petronell-Carnuntum
DI Markus Weindl	LEADER Marchfeld	LEADER-Manager	Lassee

Tabelle 2: Übersicht über die interviewten ExpertInnen.

7. Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe und die Regionalentwicklung im Marchfeld

Im nun folgenden Teil der Arbeit wird den Hauptfragestellungen dieser Schrift nachgegangen. Es geht also in diesem Kontext um den Einfluss des Nationalparks Donau-Auen auf die lokalen Betriebe, die Entwicklung für die gesamte Region und um die Sammlung einiger Konzepte zur verstärkten Kooperation zwischen allen beteiligten Akteuren. Dabei möchte ich in Kapitel 7.1 zunächst die Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der letzten Jahre der drei größten Nationalparkgemeinden im Marchfeld, nämlich Eckartsau, Groß-Enzersdorf und Orth an der Donau analysieren. Anschließend gehe ich im zweiten Subkapitel auf Basis der Interviews mit den GeschäftsführerInnen der Unternehmen auf die Bedeutung des Nationalparks für die lokalen Betriebe ein. Im nächsten Schritt werden die daraus gewonnenen Erkenntnisse mit den Ergebnissen ExpertInneninterviews zum Einfluss des Nationalparks auf die Region kombiniert, um hier Antworten auf die Fragestellungen entwickeln zu können. Das Kapitel endet mit der Sammlung von Denkansätzen aller interviewten Personen zu einer intensivierten zukünftigen Zusammenarbeit zwischen lokalen und regionalen Akteuren mit dem Nationalpark sowie mit einem kurzen Exkurs, der aus ausgewählten Interviews einige Faktoren erarbeitet, die entscheidend für die Kooperation zwischen einer Gemeinde und einem an sie angrenzenden Schutzgebiet sind.

7.1 Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken

Dieses Subkapitel beinhaltet, wie bereits erwähnt, eine Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken von Eckartsau (Abb. 16 und 17), Groß-Enzersdorf (Abb. 18 und 19) und Orth an der Donau (Abb. 20 und 21). Die dazugehörigen Daten wurden freundlicherweise von der Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld zur Verfügung gestellt und liegen seit dem Jahr 2000 vor. Hier sei nochmals angemerkt, dass eine Betrachtung dieser Statistiken sehr problematisch ist, da sich einerseits innerörtliche Tourismusstrukturen und die Dokumentation der Daten in

diesem Zeitraum zum Teil stark verändert haben und andererseits die Gründe für den Aufenthalt der Personen in den Gemeinden und Städten nirgends festgehalten werden. Dies bedeutet konkret, dass man die Intentionen der Menschen nicht kennt und daher auch nicht sagen kann, ob die Veränderungen der Ankunfts- und Nächtigungszahlen den BesucherInnen-Zuwachs des Nationalparks Donau-Auen als Grundlage haben oder eben nicht. Aus diesem Grund sollte man den nachfolgenden Ausführungen nicht zu viel Augenmerk schenken. Dennoch werden diese Zahlen in die Arbeit integriert, da sie zum Teil gewisse Tendenzen erkennen lassen, die auch zentrale Rollen für das Marketing der Tourismusregion spielen.

Eckartsau

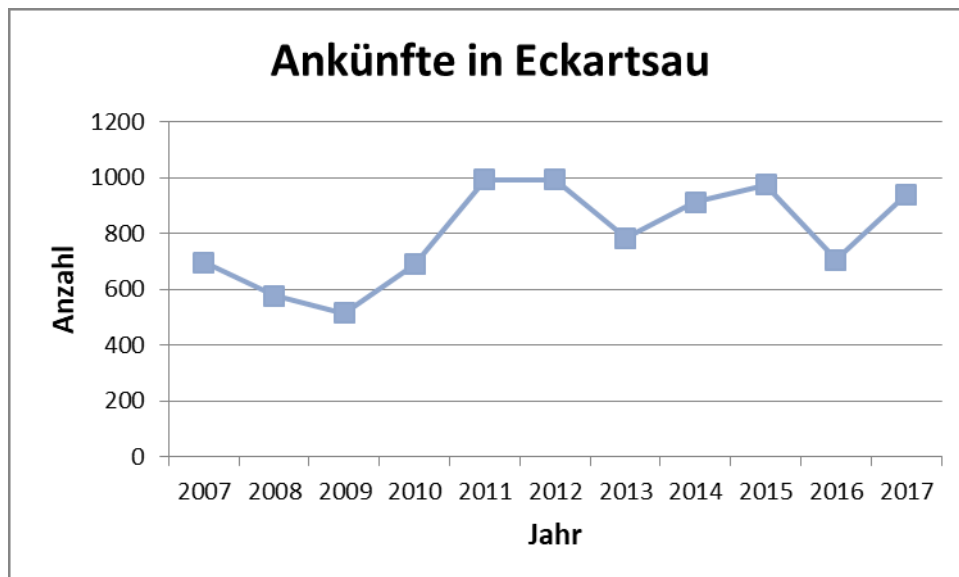


Abbildung 16: Anzahl der Ankünfte in Eckartsau von 2007 bis 2017. Eigene Darstellung. Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Für die Gemeinde Eckartsau liegen die Ankunfts- und Nächtigungszahlen erst seit dem Jahr 2007 vor. Zu den Ankünften ist zu sagen, dass diese von 696 im Jahr 2007 zwischenzeitlich – in den Jahren 2011, 2012 und 2015 – fast auf 1.000 angestiegen sind und sich im Jahr 2017 immerhin noch bei 939 befanden.

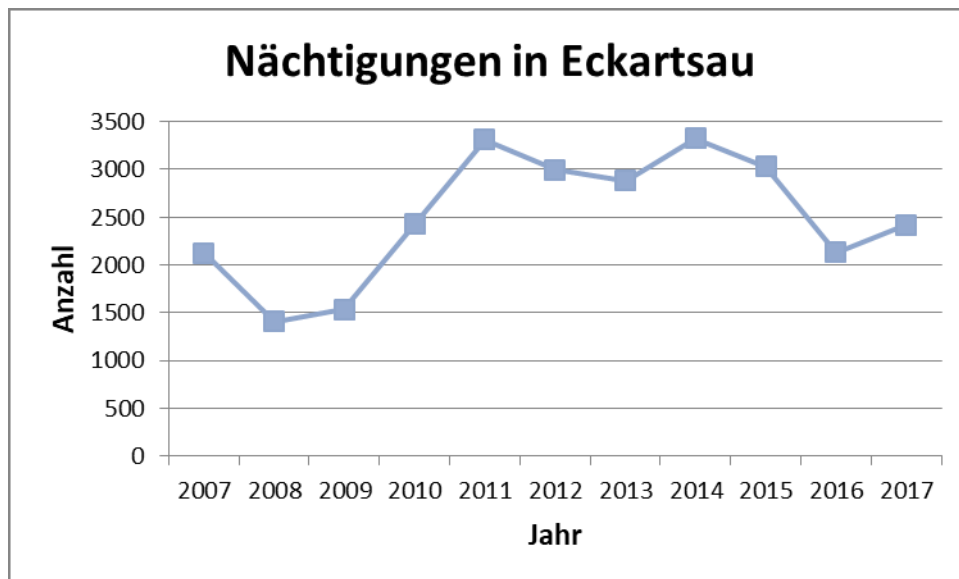


Abbildung 17: Anzahl der Nächtigungen in Eckartsau von 2007 bis 2017. Eigene Darstellung. Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Die Nächtigungen entwickelten sich vom ersten Jahreswert 2.123, nach einem Einbruch in den Jahren 2008 und 2009, dreimal gar bis über 3.000 pro Jahr, nämlich in den Jahren 2011, 2014 und 2015. In den letzten beiden Jahren sind die Nächtigungszahlen jedoch wieder deutlich zurückgegangen.

Groß-Enzersdorf

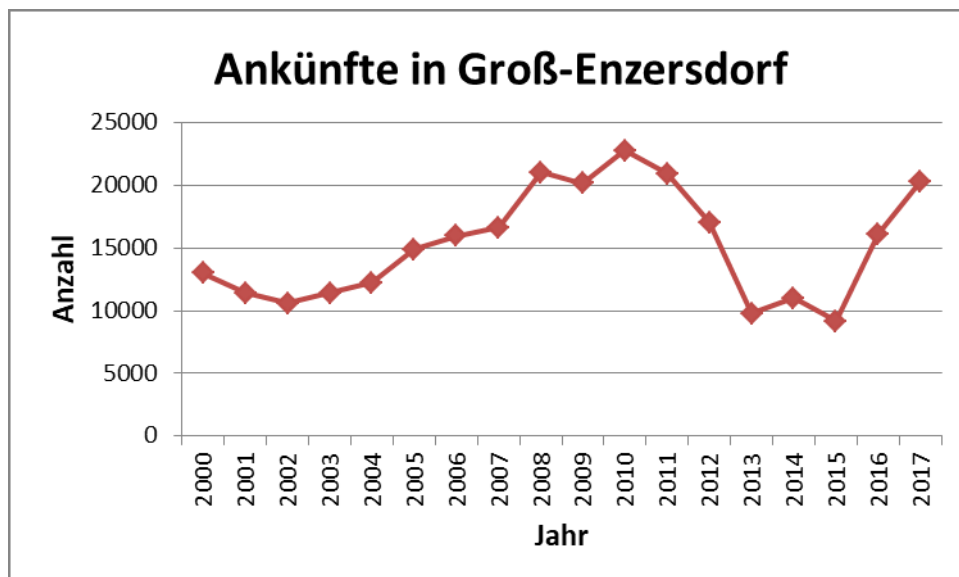


Abbildung 18: Anzahl der Ankünfte in Groß-Enzersdorf von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung. Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Die Zahlen der Ankünfte und Nächtigungen in Groß-Enzersdorf befinden sich in anderen Sphären als jene von Eckartsau und Orth an der Donau, was auch nicht

verwunderlich ist, wenn man bedenkt, dass diese Stadt nach der Bezirkshauptstadt Gänserndorf die bevölkerungsmäßig zweitgrößte Siedlung des Bezirks darstellt und im Jahr 2017 10.825 EinwohnerInnen hatte. Damit war sie bedeutend größer als Eckartsau (1.271) und Orth an der Donau (2.067) gemeinsam (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017: 54). Nachdem man im Jahre 2000 knapp 13.000 Ankünfte verzeichnete, ging die Tendenz dieser Zahlen zu Beginn des neuen Jahrtausends ein wenig nach unten und man erreichte im Jahr 2002 einen vorläufigen Tiefpunkt mit 10.608 Ankünften. Danach stiegen diese Zahlen jedoch wieder sehr rasch an und in den Jahren von 2008 bis 2011 konnten stets über 20.000 Ankünfte jährlich verzeichnet werden. Im Jahr 2012 erfolgte ein Rückgang auf etwa 17.000 Ankünfte, bevor der Einbruch im Jahr 2013 geschah, wo gerade einmal 9.797 Ankünfte verzeichnet werden konnten. Der Hauptgrund für diesen signifikanten Rückgang und auch die ähnlich niedrigen Zahlen in den Jahren 2014 und 2015 könnte, meiner Einschätzung nach, eine vorübergehende Schließung des „Hotel am Sachsengang“ sein, welche aus finanziellen Problemen der damaligen Eigentümerin resultierte. Ebenso dürfte das Hotel in den Jahren davor einige behördliche Auflagen nicht erfüllt haben, weshalb scheinbar nur noch ein Bruchteil der Zimmer vermietet werden konnte. In der Folge gestaltete sich die Suche nach einer Käuferin oder einem Käufer beziehungsweise nach einer Pächterin oder einem Pächter scheinbar als recht schwierig. (vgl. Niederösterreichische Nachrichten (NÖN) 2015) Durch die Neuübernahme des Hotels in den letzten Jahren haben sich die Ankunftsahlen von Groß-Enzersdorf allerdings enorm schnell erholt, sodass im Jahr 2017 bereits wieder mehr als 20.000 Ankünfte verzeichnet wurden.

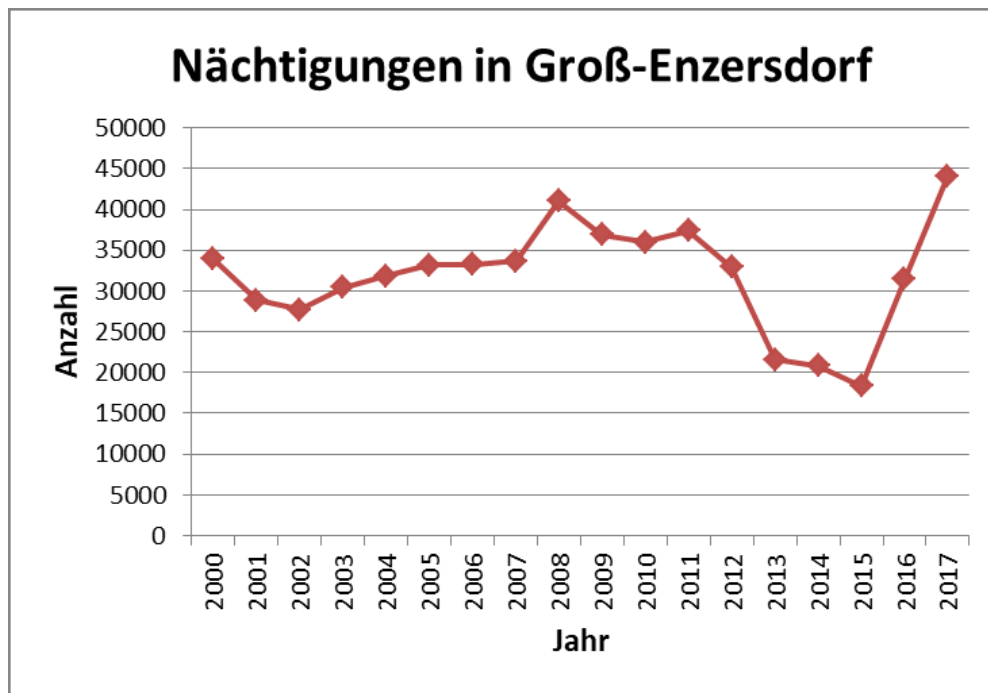


Abbildung 19: Anzahl der Nächtigungen in Groß-Enzersdorf von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung.
Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Auch der Verlauf der Nächtigungszahlen von Groß-Enzersdorf weist eine ähnliche Struktur auf: Nachdem im Jahr 2000 knappe 34.000 Übernachtungen verzeichnet worden waren, erfolgte zunächst ein Rückgang, der 2002 seinen vorläufigen Tiefpunkt erreichte, als 27.699 Nächtigungen erzielt wurden. Danach folgten ein langsamer Aufschwung auf 33.691 Nächtigungen im Jahr 2007 und anschließend noch ein Sprung auf 41.041 Übernachtungen im nächsten Jahr. 2009 bis 2011 konnte man jeweils um die 36.000 bis 37.000 Nächtigungen verzeichnen, ehe in den Folgejahren ein Absturz der Nächtigungszahlen in Groß-Enzersdorf erfolgte, welcher im Jahr 2015 mit gerade einmal 18.351 dokumentierten Übernachtungen seinen Tiefpunkt erreichte. Da diese Zahlen – auch in Hinsicht auf den betrachteten Verlauf – stark positiv mit den Ankunftsahlen der Stadt korrelieren, vermute ich, dass die behördlichen und finanziellen Probleme des „Hotel am Sachsengang“, welches, wie bereits erwähnt, essenziell für die Stabilität der Tourismuszahlen in Groß-Enzersdorf ist, ebenso der Hauptgrund für diesen rasanten Absturz der betrachteten Aufzeichnungen war. In diesem Kontext könnten auch die Wiederaufnahme des regulären Betriebs des Hotels und verstärkte Management- und Marketingmaßnahmen Gründe für den enormen Anstieg der Nächtigungszahlen in den beiden Jahren 2016 und 2017 sein.

Orth an der Donau

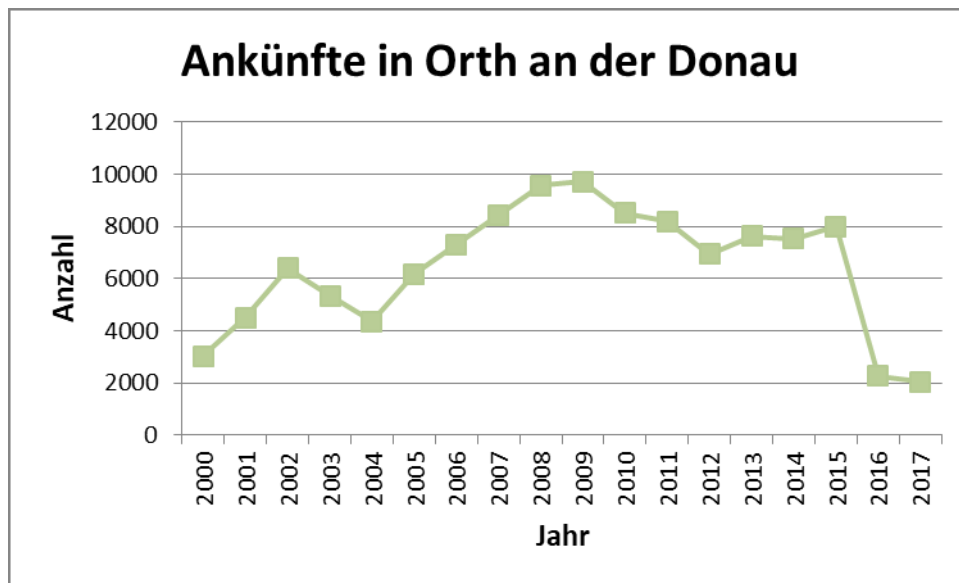


Abbildung 20: Anzahl der Ankünfte in Orth an der Donau von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung.

Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Die Zahl der Ankünfte in der Nationalparkzentrumsgemeinde Orth an der Donau verdoppelte sich zunächst in den Jahren von 2000 bis 2002 auf mehr als 6.300. Nach signifikanten Rückgängen in den Jahren 2003 und 2004 wurden nur noch 4.350 Ankünfte pro Jahr verzeichnet. Anschließend gab es bis zum Jahr 2009 einen massiven Anstieg der Ankünfte in der Gemeinde und so konnte der bisherige Höchstwert von 9.710 erreicht werden. Im Anschluss daran kam es bis zum Jahr 2012 zu einem erneuten Rückgang, als nur noch 6.931 Ankünfte verzeichnet wurden. Daraufhin erholten sich die Ankunftsahlen bis 2015 wieder einigermaßen und erreichten beinahe wieder die 8.000er Marke. In den letzten beiden Jahren der Aufzeichnungen, also 2016 und 2017 kam es zu einem massiven Absturz bis auf etwa 2.000 Ankünfte pro Jahr. Im Rahmen meines Interviews mit Johann Mayer, dem Bürgermeister von Orth an der Donau, erklärte er mir, dass dieser eklatante Rückgang der Ankunfts- und Nächtigungszahlen auf den Konkurs des Gasthauses „Danubius“ in der Gemeinde zurückzuführen sei. Hier wurden mit großem Abstand die meisten Nächtigungen in Orth an der Donau verzeichnet, wobei man laut Bürgermeister jedoch beachten muss, dass es sich in erster Linie um Gruppen von BesucherInnen handelte, die oftmals mit Bussen aus osteuropäischen Staaten anreisten und entweder Wien oder Bratislava besuchten. Diese nächtigten lediglich aufgrund der billigeren Preise im Marchfeld, trugen jedoch ansonsten nicht viel zur regionalen Wertschöpfung bei.

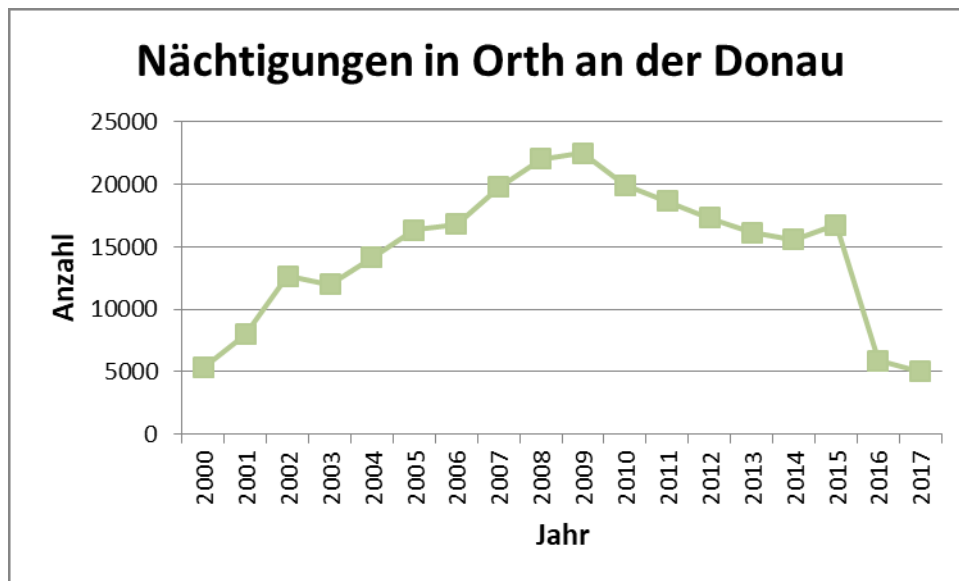


Abbildung 21: Anzahl der Nächtigungen in Orth an der Donau von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung.
Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei den Nächtigungsstatistiken der Gemeinde Orth an der Donau ab: Auch hier kam es in den Jahren von 2000 bis 2002 zunächst zu einer beachtlichen Steigerung von etwa 5.300 auf mehr als 12.600, ehe im Jahr 2003 ein leichter Rückgang auf 11.960 Nächtigungen folgte. Im Anschluss daran setzte ein bis zum Jahr 2009 andauernder Aufschwung ein, der mit 22.464 Übernachtungen seinen Höhepunkt erreichte. In den Jahren von 2010 bis 2014 kam es wieder zu einem Abschwung auf 15.567 Nächtigungen pro Jahr. Danach erfolgte im Jahr 2015 ein kleiner Aufschwung um etwas mehr als 1.000 Übernachtungen, ehe in den Jahren 2016 und 2017 wieder ein massiver Absturz bis auf 5.024 Nächtigungen pro Jahr erfolgte, was ebenso auf den Konkurs des angesprochen Gasthauses „Danubius“ zurückzuführen ist.

Prinzipiell ist durchaus ein leichter Trend in Richtung eines höheren Niveaus der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken in allen drei betrachteten Siedlungen zu erkennen, sieht man von einigen – zum Teil sehr markanten – Rückgängen, wie etwa jene zwischen 2012 und 2015 in Groß-Enzersdorf, oder in den letzten beiden Jahren in Orth an der Donau, ab. Inwiefern diese leichte Steigerung der betrachteten Variablen auf die Ausweitung der Angebote des Nationalparks Donau-Auen zurückzuführen ist, lässt sich jedoch kaum bestimmen. Hierfür müssten die Motive der Anreise bei den ankommenden und nächtigenden Personen dokumentiert werden, was aktuell nicht geschieht.

Im Folgenden wird ein kurzer Vergleich der Verläufe dieser Statistiken in den Nationalparkgemeinden mit jenen Zahlen der nördlicher liegenden Siedlungen Deutsch-Wagram (Abb. 22 und 23) und Untersiebenbrunn (Abb. 24 und 25) durchgeführt. Lediglich für diese beiden räumlichen Einheiten liegen die Daten über einen ähnlich langen Zeitraum vor, was der Hauptgrund für die Auswahl derselben ist. Bevor allerdings die Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken von Deutsch-Wagram und Untersiebenbrunn betrachtet werden, sollen zur Kontextualisierung die Bevölkerungszahlen dieser beiden Orte angeführt werden: Im Jahr 2017 hatte Deutsch-Wagram etwa 8.500 EinwohnerInnen und war damit die viert bevölkerungsreichste Ortschaft des Bezirks Gänserndorf. Im Gegensatz dazu befand sich Untersiebenbrunn in Bezug auf diese Kennzahl mit etwa 1.700 EinwohnerInnen zwischen Orth an der Donau und Eckartsau (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017: 54).

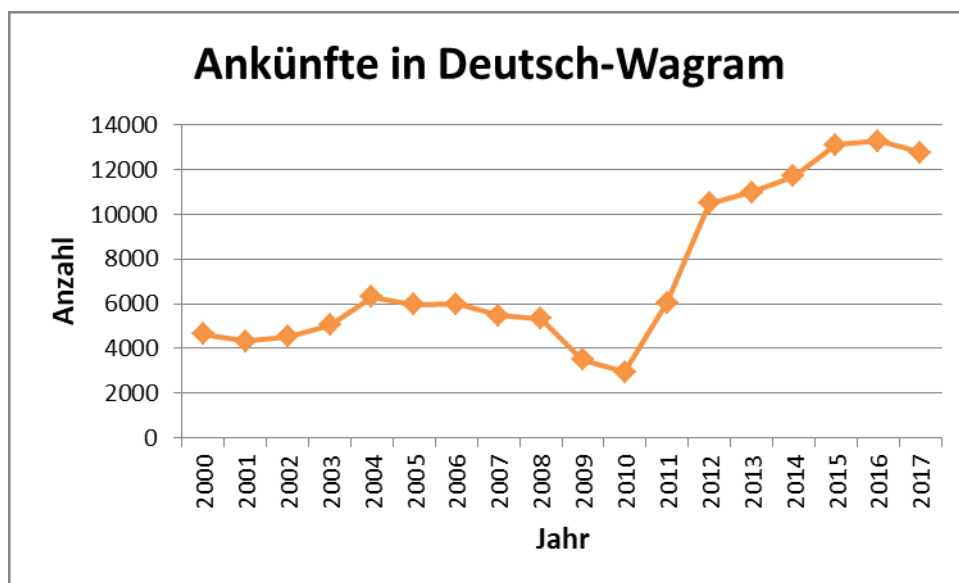


Abbildung 22: Anzahl der Ankünfte in Deutsch-Wagram von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung.

Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

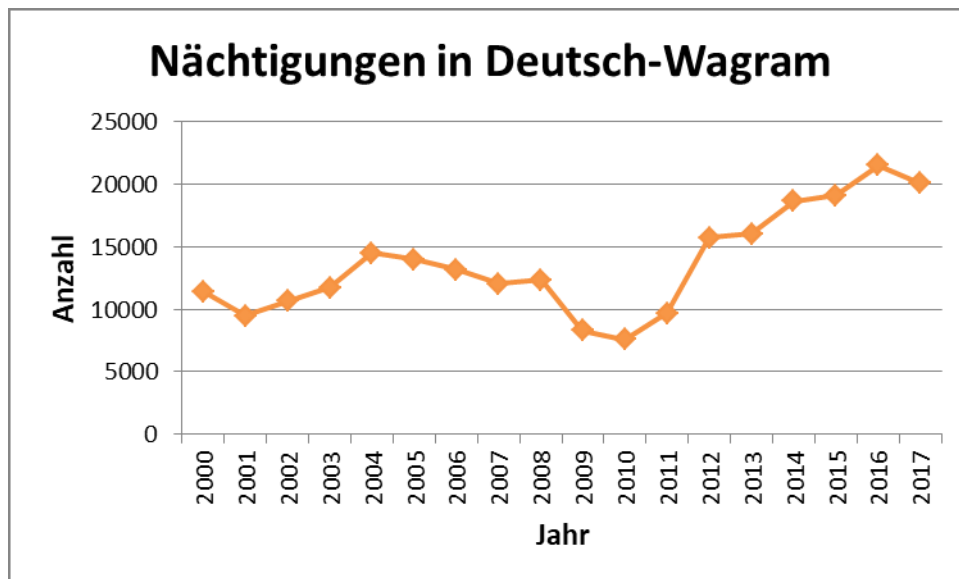


Abbildung 23: Anzahl der Nächtigungen in Deutsch-Wagram von 2000 bis 2017. Eigene Darstellung.
 Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

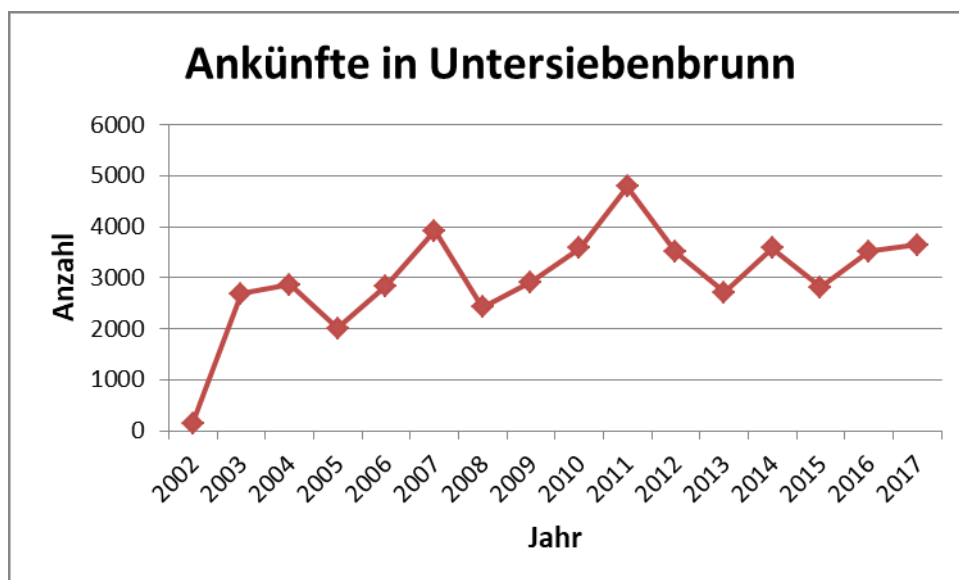


Abbildung 24: Anzahl der Ankünfte in Untersiebenbrunn von 2002 bis 2017. Eigene Darstellung.
 Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

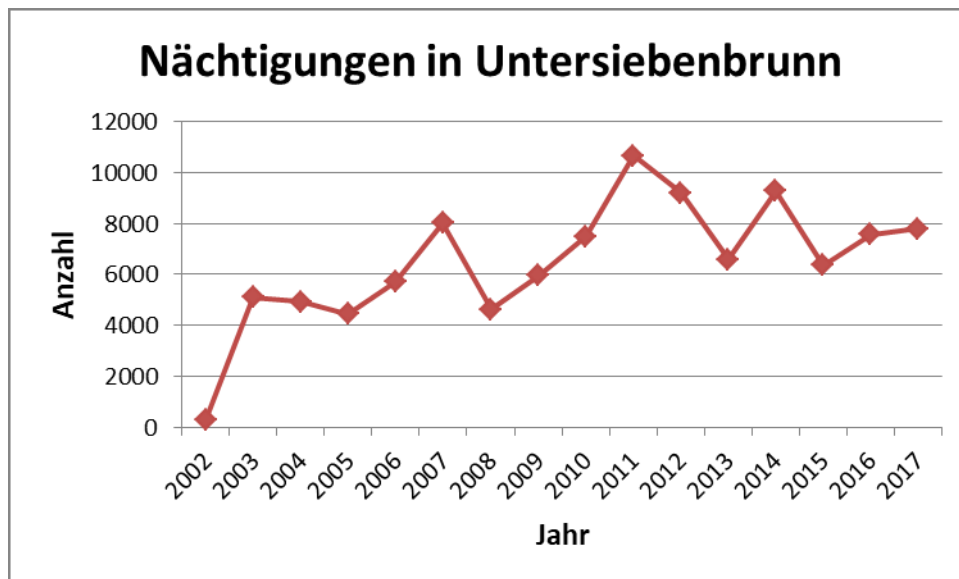


Abbildung 25: Anzahl der Nächtigungen in Untersiebenbrunn von 2002 bis 2017. Eigene Darstellung.
Quelle: Tourismusdestination Römerland Carnuntum-Marchfeld.

Vergleicht man die Trends in der Entwicklung der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der Nationalparkgemeinden Eckartsau, Groß-Enzersdorf und Orth an der Donau mit jenen der Gemeinde Untersiebenbrunn und der Stadt Deutsch-Wagram, so wird sehr deutlich, dass diese langfristig überall recht deutlich steigen. Keinesfalls weisen die am Nationalpark angrenzenden Siedlungen einen deutlicheren Anstieg der betrachteten Variablen auf. Aufgrund der nicht erfassten Motive der BesucherInnen lässt sich allerdings – dies habe ich schon mehrmals erwähnt – nicht sagen, ob die positiven Entwicklungen auf verbesserte touristische Angebote in der Region Marchfeld und/oder des Nationalparks Donau-Auen zurückzuführen sind, oder ob andere Faktoren, wie etwa ein Anstieg der in der Region beruflich verweilenden Personen, dafür verantwortlich sind. In jedem Fall sind jedoch durch die zunehmende Bedeutung des Tourismus in der Region auch positive Effekte für die regionale Wirtschaft zu erwarten, da diese beiden Faktoren aneinandergekoppelt sind. Dies dürfte jedoch – das habe ich ebenfalls schon erwähnt – nahezu im gesamten Marchfeld der Fall sein und ist daher kaum vom Nationalpark Donau-Auen abhängig.

7.2 Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die lokalen Betriebe

Im Folgenden werden die Erkenntnisse, die in den Gesprächen mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Unternehmen gewonnen wurden präsentiert und erläutert.

7.2.1 Der Einfluss auf Bauernläden

Vorweg ist zu erwähnen, dass die in dieser Arbeit betrachteten Bauernläden kleine Betriebe darstellen, die in erster Linie durch die betreibende Familie geführt werden. Der Hofladen der Familie Magoschitz stellt in diesem Kontext mit vier MitarbeiterInnen in der für sie so zentralen Spargelsaison den größten der Betriebe dar, während die „Bauernspeis“ drei geringfügig Beschäftigte hat und „Radls Genussparadies“ ganz ohne familienexterne Hilfe auskommt. Hierbei ist auch festzuhalten, dass die Bauernläden für die betreibenden Familien lediglich Nebengeschäfte darstellen, obwohl sie durchaus zu den größeren und bekannteren ihrer Art in der Region zählen. Dennoch sind sie aus meiner Sicht wichtig, da sie gerade die Werte vermitteln, die auch im gesamten Marchfeld anzustreben sind, nämlich die selbstbewusste Positionierung als Gemüsebauregion. Damit gehen natürlich auch der verstärkte Fokus auf andere regionale Produkte und eine Intensivierung der Vermarktung derselben einher. Auch darf man gespannt sein, wie sich diese Betriebe weiterentwickeln, da mir alle drei interviewten Personen durchaus ambitionierte langfristige Expansionsvorhaben mitgeteilt haben. Möglicherweise können sie in den nächsten Jahren einen größeren wirtschaftlichen Faktor für die Region darstellen, als dies momentan der Fall ist.

Die Bauernläden haben auch insofern eine gewisse Bedeutung für die regionale Wirtschaft, als dass sie nicht nur eigene Produkte anbieten, sondern auch jene von anderen regionalen Betrieben. Frau Unger von der „Bauernspeis“ bietet darüber hinaus auch in erster Linie kleinen, nichtgewerblichen Betrieben die Möglichkeit zum Vertrieb ihrer Produkte über den Bauernladen. Neben typisch regionalen Produkten, wie etwa diversen Obst- und Gemüsesorten, Fleischwaren und Eiern werden in den Geschäften auch etwas „exotischere“ Waren, wie etwa Safran, angeboten, die mittlerweile ebenfalls in der Region angebaut werden (vgl. IP 5: Z 56-59). Auch Dinge, die im Marchfeld häufig kaum mehr produziert werden, wie etwa Milch, Käse

oder Wein finden zum Teil ihren Platz in den Sortimenten der betrachteten Läden. Christian Radl von „Radls Genussparadies“ erklärt die Vorgangsweise folgendermaßen:

„Da müssen wir dann weiter schauen und mit Betrieben aus anderen Teilen Niederösterreichs, wie etwa aus der Sankt Pöltner Gegend oder dem Waldviertel, zusammenarbeiten. Das sind sozusagen die nächsten Betriebe, die so etwas machen. Wein haben wir beispielsweise aus Ollersdorf. Aber prinzipiell schauen wir, so regional wie möglich zu sein“ (IP 4: Z 15-20).

Auch die Familie Magoschitz setzt auf regionale Kooperationen mit anderen Unternehmen:

„Zusätzlich haben wir das Sortiment erweitert durch Kooperationen mit anderen Bauern beziehungsweise für eine Regalbenützungsgebühr können gewisse Betriebe die Möglichkeit nutzen, Produkte bei uns zu verkaufen“ (IP 7: Z 17-19).

Auch wenn – wie vorhin angesprochen – die wirtschaftliche Bedeutung der Bauernläden für die Region – noch – eine untergeordnete Rolle spielt, wird anhand der Kooperationen zwischen ihnen und anderen regionalen Betrieben deutlich, dass vor allem sie die theoretischen Zugänge der Regionalentwicklungsdiskussion in die Praxis umsetzen. Konkret manifestieren sich daran die Theorien der *regionalen Netzwerke*, *regionalen Kooperationen* und *regionalen Partnerschaften*, sowie die Theorie der *regionalen Kreisläufe*.

Doch welchen Einfluss hat nun der Nationalpark auf diese Betriebe?

Christian Radl meint, dass er kaum KundInnen aus dem Nationalpark hat. Dies könnte seiner Meinung nach einerseits daran liegen, dass sich Probstdorf zwar direkt entlang der Donaustraße befindet, die Orth an der Donau und Wien verbindet, aber kaum jemand bei der Heimfahrt nochmal extra stehen bleiben würde, um bei ihnen einzukaufen. Seiner Ansicht nach wäre der Einfluss wesentlich größer, wenn sich das Geschäft direkt in Orth an der Donau, am Besten in der Nähe des Nationalparkzentrums, befinden würde. Darüber hinaus vermutet er, dass auch die Öffnungszeiten nicht gerade ideal für die Touristen des Nationalparks sind, da lediglich Freitag am Nachmittag und Samstag am Vormittag geöffnet ist. Er geht davon aus, dass die meisten BesucherInnen des Nationalparks diesen am Samstagnachmittag oder Sonntag aufsuchen, also außerhalb der Öffnungszeiten von „Radls Genussparadies“. Weiteres gibt es auch keine Kooperationen zwischen ihm und dem Nationalpark, obwohl er dafür durchaus gesprächsbereit wäre (vgl. IP 4: Z

22-46). Aus diesen Gründen ist der Einfluss von BesucherInnen des Nationalparks auf diesen Bauernladen minimal.

Karin Unger von der „Bauernspeis“ beschreibt den direkten Einfluss von BesucherInnen des Nationalparks auf ihr Geschäft ebenfalls als nebensächlich. Was sie jedoch hervorhebt ist das Ferienhaus, welches sie zusätzlich vermietet, was jedoch nur den wenigsten Menschen in der Region bekannt ist:

„Das ist im 70er Jahre-Stil eingerichtet. Dann habe ich das über eine Online-Plattform vermietet. Alleine im Juli hatte ich Gäste mit fünf verschiedenen Nationalitäten. Ich bin bis Ende September dort ausgebucht. Man darf hier einen Hund mitnehmen und das kommt gut an. Manche haben ein Programm, andere nicht, die schicke ich dann nach Orth in den Nationalpark, dann zum Binder Essen, nach Eckartsau ins Schloss, nach Schlosshof. Viele fahren auch nach Wien. Aber die Nachfrage ist schon sehr groß. Am Anfang der Vermietung bin ich belächelt worden, weil sich niemand vorstellen konnte, dass jemand nach Wagram in den Urlaub fahren möchte. Es ist aber sicher billiger hier, mit Hund sowieso ideal, weil es einen Hof gibt. Die Lage ist super, mit dem Auto ist man gleich in Wien oder Bratislava. Die beleben aber auch die regionale Wirtschaft. Kaufen bei mir im Laden ein, gehen zum Bäcker, ins Gasthaus essen“ (IP 5: Z 63-74).

Die Gäste des Ferienhauses haben also teilweise auch eine Verbindung zum Nationalpark, da sie ihn häufig in ihr Urlaubsprogramm integrieren. Darüber hinaus werden aber auch noch andere regionale Attraktionen besucht und auch die regionale Wirtschaft ein wenig gestärkt. Davon abgesehen kooperiert Frau Unger auch gelegentlich mit dem Nationalpark, indem sie ihre Produkte bei diversen Veranstaltungen, wie etwa dem jährlichen Familienfest im April, anbietet. Dies kommt bei den BesucherInnen durchaus gut an (vgl. IP 5: Z 111-113). Beinahe dauerhaft arbeitet Frau Unger mit dem Schloss Eckartsau zusammen, das ebenfalls häufig in die Arbeit des Nationalparks integriert ist. Hier werden regelmäßig gewisse Produkte von ihr, wie etwa Marillen- oder Erdbeernektar, angeboten (vgl. IP 5: Z 166-168).

Trotz des aus meiner Sicht günstigsten Standortes aller betrachteten Bauernläden und des überregionalen Bekanntheitsgrades des Hofladens der Familie Magoschitz, ist laut Werner Magoschitz auch hier der Einfluss von BesucherInnen des Nationalparks nicht allzu bedeutend:

„Ich glaube, die Nationalparksbesucher machen nicht einen so hohen Prozentsatz bei uns aus. Es sind aber vor allem Mitarbeiter des Nationalparks, die sehr oft einkaufen kommen. Die sehe ich öfters. Aber vom Besucherstrom merken wir nicht sehr viel. Das ist aber natürlich auch nicht immer einfach zu sagen, weil das ja nicht offensichtlich ist, wer Gast im Nationalpark ist. Wir haben einfach im Laufe der Jahre

einen Kundenstock aus der Region aufgebaut, die kommen in erster Linie. Wir machen aber jetzt auch nicht besonders viel Werbung für unseren Hofladen, das ist eher Mundpropaganda der Leute. Das ist eher eine langsame Strategie, ein langsames Wachstum“ (IP 7: Z 25-32).

In diesem Fall – und das liegt an der erwähnten überregionalen Bekanntheit des Hofladens der Familie Magoschitz – hat der Nationalpark doch auch einen gewissen Einfluss auf selbigen. Auch, wenn die Besucherinnen und Besucher nicht so bedeutend für das Geschäft sind, kaufen viele MitarbeiterInnen des Nationalparks sehr häufig in diesem Bauernladen ein und sind StammkundInnen. Der Hofladen der Familie Magoschitz profitiert daher also noch am ehesten vom Nationalpark Donau-Auen, auch wenn der absolute Einfluss auf das Geschäft begrenzt ist.

7.2.2 Die Bedeutung für Pensionen

Auch hier sei zunächst erwähnt, dass die beiden ausschließlich als Pensionen geführten Betriebe, nämlich die „Marchfelder Pension“ und die „Frühstückspension Maria“ komplett durch die Familie betrieben werden. Im Gegensatz dazu bieten oder baten die beiden an Gasthäuser angegliederten Pensionen, nämlich die des „Gasthof Kramreiter“ und des „Gasthaus Zum Schauhuber“ doch in Kombination ein paar Arbeitsplätze für Familienexterne.

Die Funktion des Nationalparks Donau-Auen als überwiegendes Tagesausflugsziel manifestiert sich an den Ergebnissen der Interviews sehr deutlich: Die Bedeutung von BesucherInnen dieses Schutzgebietes wird von den BetreiberInnen der Pensionen als minimal beschrieben. Johann Kianek von der „Marchfelder Pension“ meint dazu beispielsweise Folgendes:

„In Orth und den anderen kleinen Pensionen ist Tourismus kaum relevant. In Groß-Enzersdorf, im „Sachsengang“, gibt es wegen des Preises fast nur Touristen. Die reisen dann zwar hauptsächlich nach Wien und bleiben nicht da, aber es sind Touristen. Von allen Gästen zusammen habe ich zirka 80 Prozent Monteure, 20 Prozent ist das restliche. Hier kommt auch das Schloss für die Hochzeit dazu. Es werden oft Zimmer für weiter weg wohnende Verwandte gebucht. Das kann man auch zum Nationalpark zählen, wenn in den Schlössern Orth oder Eckartsau eine Hochzeit stattfindet. Man kann die Schlösser über den Nationalpark mieten. [...] Schaden tut der Nationalpark uns nicht, aber er hilft auch nicht so wirklich. Wenn ich der einzige in Orth wäre, wäre ich wahrscheinlich nicht einmal die vier bis fünf Monate in der Hauptsaison voll. Aber es ist immerhin ein bisschen etwas“ (IP 1: Z 51-73).

Auch Maria Kianek, die langjährige Geschäftsführerin der „Frühstückspension Maria“ stellt die Situation ähnlich dar:

„Wir haben zirka 80 Prozent Monteure. Momentan ist es wegen des Damms so, dass weniger Radfahrer sind. Wo die schlafen, weiß ich nicht. Das werden wir auch verkraften. Ich sage immer: Zwanzig Betten im Jahre weniger haben und einen sicheren Damm, als in zwei Jahren zu schwimmen. Aber wir haben auch Städtetouristen, die schauen Wien an. Man kann sagen: die restlichen 20 Prozent teilen sich auch auf Nationalparktouristen, Städtetouristen und Radfahrer auf. Der Rest (80 Prozent) sind Arbeiter“ (IP 3: Z 30-37).

Auch RadfahrerInnen, die nicht immer einen Bezug zum Nationalpark aufweisen müssen, für das tagestouristische Geschäft der lokalen Betriebe jedoch von großer Relevanz sind, spielen aktuell eine nicht so bedeutende Rolle:

„Ich habe früher jeden Tag im Sommer in der Hochsaison 20 Radfahrer weggeschickt. Das ist nicht mehr so. Das ist viel weniger geworden. Das hat aber wie gesagt Nichts mit dem Nationalpark zu tun – ich glaube, dass sogar noch mehr Leute Rad fahren als früher – aber früher hat es weniger Quartiere gegeben. Diese waren voll und viele haben kein Quartier bekommen. Heutzutage schreibt das jeder in das Internet und ich glaube, das hat sich rum gesprochen. Ich glaube auch dadurch, dass es eben früher weniger Quartiere gab, werden heute eher andere Radwege gefahren. Ist mir aber auch recht, schicke ich weniger weg“ (IP 1: Z 41-48).

Siegfried Kramreiter stößt bei dieser Frage in dasselbe Horn:

„Meistens haben wir aber auch längerfristige Gäste und hätten zum Beispiel unter der Woche kaum Platz für Touristen“ (IP 9: Z 12f.).

Lediglich Roland Taibl, der ehemalige Betreiber des „Gasthaus Zum Schauhuber“ beschreibt den Einfluss als positiv, was womöglich an dem sehr günstigen Standort des Betriebs, nämlich genau gegenüber dem Nationalparkzentrum, lag:

„In der Sommersaison hatte ich sehr viele Radfahrer in der Pension. Ich hatte viele kurzfristige Gäste, die den Nationalpark besuchen wollten“ (IP 2: Z 16f.).

Ich denke, anhand der oben angeführten Ausschnitte aus den Interviews wird sehr deutlich, dass die Bedeutung von BesucherInnen des Nationalparks für die lokalen Pensionen insgesamt doch eine untergeordnete ist. Viel wichtiger sind ArbeiterInnen, die in diverse Projekte – sei es nun in Wien oder in den großen Betrieben der Region – involviert sind und in den lokalen Pensionen für längere Zeit nächtigen.

Es ist allerdings auch so, dass – wie auch in der Aussage von Herrn Kramreiter schon angedeutet wurde – sich die BetreiberInnen der Pensionen nicht unbedingt

einen markanten Anstieg der in der Region übernachtenden Touristen wünschen würden, wie Johann Kianek festhält:

„Ich habe eigentlich für Wochentouristen keinen Platz. Wochenendtourismus wäre mir lieber als Wochentourismus. Weil die Monteure sind doch das Hauptgeschäft. Das sind Firmen, die über lange Zeiten immer wieder dieselben Zimmer für dieselben Leute buchen. Ich kann unter der Woche gar keinen aufnehmen. Arbeiter sind das Wichtigste. Unter der Woche – wenn ich wirklich etwas frei habe – gebe ich maximal ein Zimmer an Touristen her“ (IP 1: Z 84-89).

Doch auch wenn der Einfluss von Touristen des Nationalparks auf die lokalen Pensionen begrenzt ist, hängen mit dem Vorhandensein des Schutzgebietes doch auch noch andere Aspekte zusammen, die diese Betriebe einigermaßen beeinflussen. Johann Kianek spricht beispielsweise davon, dass er häufig Filmteams beherberge, die im Nationalpark drehen (vgl. IP 1: Z 25-28). Darüber hinaus zählen auch oftmals Gäste von Hochzeiten, die entweder in Orth an der Donau oder in Eckartsau stattfinden, zu seinen KundInnen. Diesen Typus eines Gastes könnte man ebenso zum Nationalpark zählen, da es enge Verflechtungen zwischen dem „Marchfelder Schlösserreich“ und dem Nationalpark gibt (vgl. IP 1: Z 56-60).

Auch Maria Kianek spricht in diesem Kontext zwei Gruppen an, die für ihr Geschäft durchaus ein wenig relevant sind:

„Aber auch einige Arbeiter kommen irgendwann im Jahr vielleicht mit ihrer Familie hierher und verbringen ein Wochenende hier. Da sind sie auch Touristen. Wenn es ihm in Orth gefällt, dann kommt er vielleicht auch mal mit Frau und Kind her. Das sind oft Leute, die sind drei oder vier Monate hier. Wir haben genug, die auch wieder in der Freizeit herkommen. Man kann von den Arbeitern oft viel mehr profitieren, als von einzelnen Touristen. Wenn er lange da ist und sich wohl fühlt, kommt er immer wieder. [...]

Wir haben vom Nationalpark aber nicht nur Touristen sondern auch Personen in der Ausbildung, ich sage immer ‚Nationalpark-Studenten‘ (lacht). Die haben wir auch oft da zum Schlafen. Jetzt gerade haben wir auch zwei. Das ist schon auch eine Form der Zusammenarbeit“ (IP 3: Z 37-73).

Nach dem Stichwort „Zusammenarbeit“ soll noch ein wenig näher auf die Kooperationen zwischen dem Nationalpark und den Pensionen eingegangen werden. In erster Linie ist hier die Vermittlung von im Nationalparkzentrum ankommenden BesucherInnen, die eine Nächtigung wünschen, zu nennen, wie Herr Kianek es darstellt:

„Einmal haben wir mit ihnen eine Bootstour auf der Donau gemacht, mit dem Chef selber, mit dem Manzano. War eine super Sache. Ganz am Anfang haben wir für die

Eröffnung des Infozentrums eine Ehrenkarte bekommen. Aber sonst gibt es eigentlich nicht viel. Sie haben einfach im Infozentrum unsere Nummer und wenn Leute hinkommen – die Radfahrer glauben, hier ist ein Infozentrum für den Tourismus – dann rufen uns die Damen beim Infoschalter an und fragen, ob wir ein Zimmer frei haben. Da werden sie aber alle Pensionen in Orth anrufen. Außerdem hängt im Nationalparkzentrum eine Tafel mit allen Tourismusbetrieben in Orth – also Gasthäuser und Pensionen – wo auch die Nummern dabei stehen. Hierfür haben sie mich aber gar nicht gefragt, sondern es einfach aufgestellt“ (IP 1: Z 104-113).

Davon abgesehen beschränken sich die Kooperationen mit dem Nationalpark im Wesentlichen auf das Verteilen von Werbung an die diversen Pensionen:

„Wie gesagt, sie rufen uns an, wenn Gäste bei ihnen stehen und fragen nach Zimmern. Dann werfen sie uns oft Prospekte hinein, die wir für die Gäste auflegen sollen, aber das war es eigentlich. Dass man zum Beispiel gemeinsam ein Projekt entwickelt kommt gar nicht vor“ (IP 3: Z 76-79).

An dieser Stelle ist noch zu erwähnen, dass Maria und Johann Kianek mit der Praxis der Tourismuszahlerhebung unzufrieden sind, da sie oftmals instrumentalisiert werden, aber eigentlich keine Aussagekraft besitzen:

„Ich glaube, dass auf den Tourismus-Meldezettel, die wir ausfüllen und bei der Gemeinde abgeben müssen, absichtlich nicht der Grund des Aufenthalts oben steht. Sonst steht alles Oben, aber das nicht. Das wäre aber wichtig für Tourismuszahlen. Das wollen sie aber nicht, weil man dadurch sagen kann, dass man mehr Touristen hat. Viele sind aber keine Touristen, sondern arbeiten hier. Das wäre meiner Meinung nach wichtig, dass man den Grund des Aufenthalts auf die Meldezettel schreibt, aber ich glaube, das wollen sie nicht“ (IP 1: Z 74-80).

„Wenn Orth an der Donau behauptet, sie sind eine Tourismusregion, dann ist das falsch. Dann ist es nicht in Ordnung. Sie bekommen zwar Tourismusgeld, 1,60€ für jeden Gast. Das ist aber kein Tourismus. Da sollte man meiner Ansicht nach trennen, dass das die Region ist und kein Tourismus. Mir ist es egal, wer hier schläft. Ein Monteur zahlt genauso gutes Geld wie ein Tourist, aber vom Nationalpark sind wir vielleicht im Bereich von 10 bis 15 Prozent, aber nicht mehr“ (IP 3: Z 50-55).

7.2.3 Der Einfluss auf Gasthäuser

Die Gasthäuser sind jene Betriebe, die die meisten Arbeitsplätze der betrachteten Unternehmen bieten und damit in regionaler Perspektive die wichtigste Form der betrachteten Einrichtungen darstellen.

Roland Taibl, der ehemalige Geschäftsführer des „Gasthaus Zum Schauhuber“ – daran waren, wie bereits erwähnt, auch ein Café und eine Pension angegliedert – ,welches sich direkt gegenüber dem Nationalparkzentrum befindet, streicht in seinem

Interview den positiven Einfluss der Gäste des Nationalparks auf sein Geschäft während der Frühjahrs- und Sommermonate heraus:

„An den Wochenenden hatte ich im Café und dem Gasthaus in der Sommersaison schon zirka 50 Prozent Anteil an Kunden, die entweder mit dem Rad kamen oder im Nationalpark spazierten. Viele nutzten auch Angebote des Nationalparks und kamen davor oder danach zu mir hinüber. Unter der Woche war es natürlich weniger. An den Wochenenden habe ich sicherlich vom Nationalpark profitiert, auch, weil die Lage sehr gut war“ (IP 2: Z 17-22).

Auch Karin Braun und ihr Gatte Andreas, die für das „Gasthaus Binder“ – dieses ist ebenso durch eine hervorragende Lage gleich neben dem Schloss Orth gekennzeichnet – verantwortlich sind, bestätigen den positiven Einfluss des Nationalparks:

„Die Gäste des Nationalparks sind schon sehr relevant für unser Geschäft. [...] Man kann sagen, dass bei uns auch früher immer schon mittags viel los war, aber dieses Nachmittagsgeschäft, wo die Ausflugsgäste viel konsumieren, das ist schon enorm gestiegen. Sogar im Winter, obwohl das Schloss zu hat, merkt man schon, dass die Werbungen für Winterwanderungen funktionieren. Einen Anteil der Touristen an den gesamten Gästen auszumachen ist sehr schwierig. Manche, vor allem Kinder, haben diese ‚Pickerl‘ oben, das ist dann eindeutig. Aber auch bei manchen älteren Menschen sieht man es sofort. Das ist insgesamt stark tagesabhängig, manchmal ist es sehr viel, manchmal weniger. Man merkt halt, dass es gerade mit Kindern sehr interessant ist. Überhaupt jetzt in der Ferienzeit, da machen viele halt keinen Urlaub sondern eben einen Tagesausflug hierher“ (IP 6: Z 12-26).

Siegfried Kramreiter bestätigt ebenfalls die Bedeutung des Schutzgebietes für sein Geschäft:

„Es ist im Sommer auf jeden Fall ein nettes Nebengeschäft. Ich glaube, dass vor allem die Wiederbelebung des Schlosses wichtig war. Das betreiben zwar die Bundesforste, aber die arbeiten ja mit dem Nationalpark zusammen. Diese Belebung ist sehr wichtig. In Eckartsau ist fast ausschließlich das Schloss zentral. Der Nationalpark ist da zwar beteiligt, aber es fokussiert sich hauptsächlich aufs Schloss. Daneben ist für uns natürlich das Jugendcamp wichtig. Aber auch von anderen Veranstaltungen im Schloss, wie etwa dem Sommerfest, können wir profitieren. Ich glaube, dass es auch für die Region etwas bringt, weil wir haben ja sonst nichts hier“ (IP 9: Z 22-29).

Walter Paulesits, dessen Gasthaus in Mannsdorf und damit fußläufig etwas abseits des Nationalparkzentrums liegt, sich aber immerhin direkt entlang der Donaubundesstraße befindet, gibt ebenfalls an, dass es sich bei den Gästen des Nationalparks um ein willkommenes Zusatzgeschäft handelt, das jedoch keineswegs ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg ist:

„Sie kommen schon, das ist keine Frage. Man nimmt das Geschäft gern mit, das sind zusätzliche Gäste. Aber ausschlaggebend sind sie nicht. Wir haben schon jahrelang einen guten Ruf. Die Leute sind auch ohne Nationalpark gekommen und kommen jetzt auch nicht wirklich wegen des Nationalparks. Für Radfahrer bin ich ein wenig abseits, da merke ich kaum etwas. Auch die Umleitung hat sich nicht wirklich bemerkbar gemacht. Ab und zu kommen Partien nach einer Bootsfahrt zu mir“ (IP 8: Z 24-30).

Darüber hinaus ergänzt er, dass BesucherInnen des Nationalparks nur etwa fünf Prozent seines Tagesgeschäftes ausmachen, er aber sehr wohl von manchen Veranstaltungen im Schloss Orth profitiert, da die Leute danach regelmäßig zu ihm essen kommen. Vor allem das jährlich Ende April stattfindende Familienfest nennt er an dieser Stelle. (vgl. IP 8: Z 11-17)

In seinem E-Mail, indem er mir die Fragen für diese Diplomarbeit beantwortete, schrieb Herr Humer vom „Uferhaus“ in Bezug auf den Einfluss des Nationalparks auf sein Geschäft Folgendes:

„In aller Bescheidenheit möchte ich anführen, dass dieser „magische“ Ort beim Uferhaus inmitten der Donauauen nicht nur in den 82 Jahren seit das Restaurant von der Familie Humer geführt wird, sondern auch schon davor bei „Eingeweihten“ wie Einheimischen einen besonderen Ruf erworben hatte. Da kommt der Nationalpark mit seinem jünglingshaften 20jährigen Bestehen nur etwas spät daher“ (IP 10: 29-34).

Er merkt also an, dass das „Uferhaus“ schon lange vor der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen überregionale Bekanntheit erworben hatte und auch stets sehr gut besucht war. Abgesehen davon, macht er den positiven Einfluss des Schutzgebietes in erster Linie an dem Gewinn neuer Gäste fest:

„Die Veränderung seit Errichtung des Nationalparks betrifft für uns vor allem die Erschließung neuer Gästegruppen, welche unser Haus noch nicht kannten, bzw. auf eine Süßwasserfischküche nicht erpicht waren und nun doch von unserem Angebot positiv überrascht sind. Aber auch, abgesehen vom Restaurantbesuch, wirkt das von uns gepflegte Ambiente am Donauufer (Spielplatz, Lagerwiese, großer Parkplatz auf Eigengrund!) äußerst ansprechend auf die Gäste des Nationalparks. Und viele sehen sich zu einem Wiederkommen angeleitet“ (IP 10: Z 17-24).

Anschließend wird auf die Kooperationen zwischen dem Nationalpark und den lokalen Gasthäusern eingegangen, die als Indikatoren für die Einbettung des Schutzgebietes in die lokale und regionale Wirtschaftsstruktur angesehen werden können.

Roland Taibl kooperierte einige Jahre intensiv mit dem Nationalpark und betrieb sogar zusätzlich zu seinem Geschäft noch ein kleines Café im Schloss Orth. Jedoch streicht er in seinem Interview heraus, dass die Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen dieser Einrichtung nicht immer einfach war, weshalb er sie auch beendet hat:

„Ich habe auch ein Café im Hof des Nationalparks betrieben, etwa drei oder vier Saisonen lang. Im Rahmen dessen habe ich auch das Catering für ein jährlich stattfindendes Familienfest des Nationalparks gemacht. Das Café im Hof des Schlosses zu führen war allerdings schwierig, weil es vom Nationalpark kaum beworben wurde und daher wenig Geschäft war. Deshalb habe ich es dann auch aufgegeben. Ansonsten gab es keine Zusammenarbeit. Die Verantwortlichen des Nationalparks gehen meiner Ansicht nach eher weniger auf die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung ein, was ich für einen schlechten Punkt halte. Das ist ihre Art. Ich würde eher mit der Region arbeiten und nicht gegen sie. Sie haben einfach gewisse Ansichten und rücken von den Standpunkten nicht ab, zeigen also kaum Kompromissbereitschaft“ (IP 2: Z 25-34).

Die Meinung, dass der Nationalpark gegen die Region arbeitet, hat Roland Taibl allerdings ziemlich exklusiv. Karin und Andreas Braun sind im Gegensatz zu den Aussagen von ihm sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit mit dem Nationalpark:

„Der Start war damals, dass sie gesagt haben, wir sollen unbedingt ein Gericht auf die Karte geben, das die Leute mit Orth verbinden. Wir haben uns dann für den ‚Orther Schlossteller‘ *[Anmerkung: Hier handelt es sich um eine Platte mit verschiedenen Fischarten]* entschieden. Der kommt auch gut an. Da verbinden die Leute unser Gasthaus gleich mit der Donau. Ansonsten arbeiten wir gut zusammen. Sie stellen Aufsteller bei uns auf, fragen wegen Gruppen an, vermitteln uns Gruppen. Das machen sie aber natürlich bei den anderen auch. Sie kommen dann aber natürlich auch mit Gruppen. Essen dann hier, machen auch den Tagesabschluss oft hier. Sie gehen schon auf uns ein“ (IP 6: Z 46-54).

Auch Siegfried Kramreiter vom „Gasthof Kramreiter“ kooperiert häufig mit dem Nationalpark beziehungsweise mit Einrichtungen desselben, indem er für das bereits erwähnte Jugendcamp in Eckartsau das Frühstück und Abendessen zubereitet (vgl. IP 9: Z 18f.). Diese und andere Formen von Kooperationen beschreibt er auf Nachfrage auch ein wenig näher:

„Eben das Jugendlager. Außerdem fragen sie bei verschiedenen Festivitäten an, ob wir etwas zum Essen machen könnten. Das ist fast ausschließlich im Schloss in Eckartsau. Das hat sich in den letzten Jahren von der Struktur her aber gewandelt. Früher waren es hauptsächlich Wochencamps, heute verbringen die Kinder dort meistens nur zwei bis drei Tage. Außer jetzt im Sommer, da gibt es Englischcamps, Rangercamps und so. Die dauern eine Woche. Aber man merkt schon, dass dadurch auch in den Ferien mehr los ist im Lager, das war früher nicht so. Manchmal mieten auch verschiedene Gruppen Teile des Schlosses, da vermitteln sie mir auch oft das

Catering. Das kommt schon öfters vor. Auch Plakate und andere Werbungen bekommen wir manchmal“ (IP 9: Z 38-46).

Georg Humer hingegen zählt zwar häufig Gruppen von BesucherInnen des Nationalparks zu seinen Gästen, arbeitet aber prinzipiell nicht sehr eng mit dieser Institution zusammen, obwohl er von einem guten Verhältnis zwischen ihm und den Verantwortlichen spricht:

„Eine direkte Kooperation mit dem Nationalpark besteht nicht, allerdings wird seit Neuestem zu Saisonbeginn von Seiten der Nationalparkverwaltung das Gespräch über anstehende Probleme, Herausforderungen und Absichten mit mir gesucht. Es besteht grundsätzlich ein gutes Einvernehmen und eine gute Gesprächsbasis mit dem Direktor und den meisten Mitarbeitern im Nationalpark-Team“ (IP 10: Z 45-49).

Auch das „Gasthaus Paulesits“ profitiert vor allem im Rahmen von Veranstaltungen von dem verstärkten Verkehrsaufkommen in Richtung Nationalpark und einem damit einhergehenden punktuellen Anstieg des Gästeaufkommens, kann aber ebenso keine tiefergehenden Kooperationen mit dem Nationalpark aufweisen. VertreterInnen der Institution legen zwar immer wieder Broschüren und Plakate auf, prinzipiell sind laut Walter Paulesits jedoch eher die Orther Gasthäuser in die Tätigkeiten des Nationalparks involviert (vgl. IP 9: Z 33-37).

Anhand der Analyse der Interviewprotokolle wird recht deutlich, dass die Gasthäuser von den lokalen Betrieben am Stärksten vom Nationalpark und seinen Einrichtungen profitieren. Allerdings ist wirklich nennenswerter saisonaler Einfluss auf zwei bis drei Gasthäuser beschränkt, die durch eine hervorragende Lage – das „Gasthaus Binder“ befindet sich gleich neben dem Schloss Orth und das Café und „Gasthaus Zum Schauhuber“ liegt direkt gegenüber dem Nationalparkzentrum – oder durch günstige Umstände – der „Gasthof Kramreiter“ profitiert in erster Linie vom Schloss Eckartsau und dem Jugendcamp im selben Ort, da es das einzige Gasthaus der Gemeinde ist – gekennzeichnet sind. Diese sind es auch, die die umfassendsten Kooperationen mit dem Nationalpark aufweisen. Andere noch existierende lokale Gasthäuser, wie etwa das „Uferhaus“ oder das Gasthaus „Paulesits“ arbeiten dagegen nicht so intensiv mit dem Nationalpark zusammen, profitieren aber durchaus punktuell von einzelnen Veranstaltungen oder Angeboten des Nationalparks, wie etwa das Familienfest oder Bootstouren. Prinzipiell soll nach den Eindrücken, die im Rahmen der Interviews erhalten wurden festgehalten werden, dass die bestehenden lokalen Gasthäuser schon vor der Errichtung des Nationalparks sehr gut besucht waren. Die Gemeinden

entlang der Donau – allen voran natürlich Orth an der Donau – genießen seit vielen Jahrzehnten einen sehr guten Ruf bei den – vor allem aus Wien stammenden – Gästen. Wirklich signifikanter saisonaler Einfluss beschränkt sich jedoch auf die bereits genannten Gasthäuser, die durch eine hervorragende Lage oder durch andere günstige Umstände gekennzeichnet sind. Andere Betriebe dieser Art, wie das „Uferhaus“ oder das „Gasthaus Paulesits“ sind dennoch sehr zufrieden mit der Auslastung ihrer Kapazitäten, nehmen das phasenweise verstärkte und auf den Nationalpark zurückzuführende Gästeaufkommen jedoch selbstverständlich gerne als „zusätzliches Geschäft“ mit.

7.3 Die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für die Regionalentwicklung im Marchfeld

Schon vor Beginn der Arbeit war mir bewusst, dass der Einfluss des Nationalparks Donau-Auen für die Regionalentwicklung im Marchfeld aufgrund bislangfehlender Studien äußerst schwer in Zahlen zu fassen ist. Aus diesem Grund wird im Folgenden versucht, die Bedeutung für die Region anhand folgender Indikatoren abzuleiten:

- Wie profitieren die untersuchten lokalen Betriebe vom Nationalpark Donau-Auen?
- Gibt es Infrastrukturinvestitionen, die auf den Nationalpark zurückzuführen sind und von denen nun weitere Teile der Region profitieren?
- Existieren größere Projekte, die – zumindest teilweise – auf den Nationalpark Donau-Auen zurückzuführen sind und von denen auch andere Teile der Region profitieren?
- Welche Bedeutung hat der Nationalpark Donau-Auen als regionaler Arbeitgeber?
- Wie beschreiben die interviewten Personen die Bedeutung des Nationalparks für die Region?

Wie profitieren die untersuchten lokalen Betriebe vom Nationalpark Donau-Auen?

Die Bedeutung des Nationalparks für die lokalen Gasthäuser, Pensionen und Bauernläden wurde im vorherigen Kapitel ausführlich erläutert, dennoch möchte ich nochmals ganz kurz die zentralen Erkenntnisse anführen, um sie in Kontext mit den anderen Indikatoren zu bringen: Der Einfluss des Nationalparks auf Pensionen und Bauernläden ist nebensächlich, wobei auch diese Betriebe natürlich gerne ein punktuell verstärktes, auf den Nationalpark zurückzuführendes, Tagesgeschäft mitnehmen, was auch gelegentlich vorkommt. Mit Abstand am Stärksten profitieren jedoch die lokalen Gasthäuser vom Nationalpark, wobei es zwei bis drei Betriebe dieser Art gibt, die auch über verstärkte Kooperationen mit dem Schutzgebiet verfügen und deshalb in den Frühjahrs- und Sommermonaten schon durchaus beachtlich von dem Treiben im Nationalpark beeinflusst werden. In diesem Zusammenhang kann an schönen Wochenenden das auf den Nationalpark zurückzuführende Geschäft bis zu 50 Prozent des Tagesumsatzes ausmachen, was einen nicht zu vernachlässigenden ökonomischen Faktor darstellt. Dies hat natürlich in weiterer Folge auch positive Effekte auf den regionalen Arbeitsmarkt und auf regionale Zulieferbetriebe.

Gibt es Infrastrukturinvestitionen, die auf den Nationalpark zurückzuführen sind und von denen nun weitere Teile der Region profitieren?

Zur Beantwortung dieser Frage dient das Interview mit Frau Mag^a. Ursula Grabner vom Nationalpark Donau-Auen. Sie merkt an, dass es durchaus einige Infrastrukturprojekte gab und auch immer wieder gibt, die sich zum Großteil auf die Renaturierung der Donauufer oder Gewässervernetzungen konzentrieren. Hier arbeitet der Nationalpark gemeinsam mit der Via donau zusammen. Teilweise sind für derartige Arbeiten auch regionale (Bau-)Firmen im Einsatz, wobei der Nationalpark aufgrund der Finanzierung durch die öffentliche Hand jedoch daran gebunden ist, den Auftrag an jenes Unternehmen vergeben, welches den günstigsten Preis hierfür bietet, weshalb nicht immer auf die Regionalität geachtet werden kann. Prinzipiell versucht man laut der Leiterin des Bereichs „Besucher und Kommunikation“ jedoch schon regionale Betriebe so gut wie möglich in diese Arbeiten einzubinden. Abgesehen von den Investitionen in die Flussinfrastruktur wurden im Marchfeld auch die Au-Terrasse, eine BesucherInnenplattform in

Stopfenreuth, errichtet, sowie andere kleinere Infostellen geschaffen, ebenso wie die Infrastruktur für die BesucherInnenlenkung, wie etwa Wegweiser. Auch für diese Objekte wurden teilweise regionale Unternehmen herangezogen, wobei auch hier wieder berücksichtigt werden muss, dass der Nationalpark an den Bestbieter gebunden ist. (vgl. IP 12: Z 184-202)

Insgesamt sind die Infrastrukturinvestitionen stark auf den Nationalpark bezogen und haben wenig Einfluss auf weitere Teile der Region, wenn man von gelegentlichen Aufträgen für regionale Betriebe absieht.

Existieren größere Projekte, die – zumindest teilweise – auf den Nationalpark Donau-Auen zurückzuführen sind und von denen auch andere Teile der Region profitieren?

Alle interviewten ExpertInnen waren sich einig, dass wohl das wichtigste Projekt, an dem der Nationalpark beteiligt war, die Sanierung des Schlosses in Orth an der Donau, wo sich seit 2005 das Nationalparkzentrum befindet, war. Der Bürgermeister von Orth an der Donau, Johann Mayer, stellt dies folgendermaßen dar:

„[W]enn das Nationalparkzentrum nicht nach Orth gekommen wäre, dann hätte es keine Schlosssanierung gegeben, das muss man ganz deutlich sagen. Vielleicht wäre es jetzt im Zuge der Schlösserstraße dazu gekommen. Aber zum damaligen Zeitpunkt war von einer Außensanierung des Schlosses absolut keine Rede. Das ist erst durch das Nationalparkzentrum ins Rollen gekommen. Diese Generalsanierung war erst dadurch möglich. Wir sind damals aber auch mit Schloss Hof und Niederweiden mitgeschwommen. Orth war eigentlich nicht im Sanierungsplan, wie ich später herausgefunden habe. Aber da hat man dann bei Schloss Hof ein Stück weggelassen – das haben die kaum gemerkt bei den Summen, die dort investiert wurden – und hat gesagt, dass man eben damit Schloss Orth saniert. Auslöser hierfür war das Nationalparkzentrum. Auch wir als Gemeinde haben hier Einiges investiert, der Nationalpark und die Burghauptmannschaft aber natürlich ebenso“ (IP 13: Z 93-195).

Dieses Schloss dient jedoch nicht nur als Nationalparkzentrum, es wird neben dem Nationalpark auch von der Gemeinde betrieben, weshalb auch diese dort Einrichtungen etabliert hat, wie Frau Mag^a. Ursula Grabner in ihrem Interview erzählt:

„Wir betreiben schließlich auch das Schloss Orth gemeinsam. Ich denke, dass durch das Nationalparkzentrum die Gemeinde erst viele Dinge im Schloss gemacht hat, die sie sonst nicht gemacht hätten. Sie haben zum Beispiel einen Veranstaltungssaal oder ein Museum dort gemacht. Das Schloss wurde schon irgendwie durch den Nationalpark zu neuem Leben erweckt“ (IP 12: Z 31-35).

Doch nicht nur das Schloss in Orth an der Donau profitierte von der Errichtung des Nationalparks. Das Eckartsauer Schloss wird ebenso positiv davon beeinflusst, auch wenn hier mit den Bundesforsten in erster Linie ein Partner des Nationalparks Donau-Auen federführend ist. Die Bedeutung des Nationalparks für die Sanierung der Marchfeldschlösser bestätigt auch LEADER-Manager DI Markus Weindl:

„Da gibt es sicher einige Projekte, ich denke vor allem an die Sanierung der Marchfeldschlösser. Diese waren davor baufällig, aber durch das Engagement des Bundes wurden vor allem Schloss Hof und Schloss Niederweiden super hergerichtet. In Eckartsau sind die Bundesforste sehr wichtig dafür. Schloss Orth ist sicher auch wegen des Nationalparkzentrums so schön. Man sieht es auch beim Schloss Marchegg. Das gehört der Gemeinde und da nimmt man eben nicht so leicht 20-30 Millionen Euro für eine Renovierung in die Hand, deshalb ist es auch noch so sanierungsbedürftig. Jetzt haben wir aber zum Glück die Landesausstellung dann dort, da wird das dann auch hergerichtet. Also alleine die Sanierung von Schlössern ist sicher ein großer Verdienst des Nationalparks“ (IP 11: Z 85-95).

Abgesehen von der Beteiligung an der Sanierung der Marchfelder Schlösser, die dem Tourismus der gesamten Region zugutekommen, nennt Mag^a. Ursula Grabner auch ein paar kleinere Projekte wie Radwege an der slowakischen Grenze oder einen eben erschienenen Naturreiseführer, der sich auf die gesamte Region bezieht. (vgl. IP 12: Z 175-181)

Auch Margit Neubauer von der Tourismusdestination Donau Niederösterreich nennt als kleinere Projekte einige Rad- und Wanderwege, die den Nationalpark miteinbeziehen (vgl. IP 14: 134-136).

Der Nationalpark ist also in zahlreiche kleinere regionale Projekte eingebunden, die auch für den Tourismus in der Region wichtig sind, die einzigen wirklich größeren Projekte, die der Nationalpark – manche Objekte mehr, andere weniger – beeinflusste, waren jedoch die Sanierungen der Marchfeldschlösser. Diese stellen eine äußerst wichtige Komponente der Tourismusdestination Marchfeld dar.

Welche Bedeutung hat der Nationalpark Donau-Auen als regionaler Arbeitgeber?

Neben dem Einfluss des Schutzgebietes auf lokale Betriebe, der sich in weiterer Folge logischerweise auf den regionalen Arbeitsmarkt auswirkt, hat der Nationalpark selbst natürlich auch die Funktion eines Arbeitgebers inne. Frau Mag^a. erläutert die Situation in ihrem Interview folgendermaßen:

„Im Nationalparkzentrum bei uns sind 20 bis 22 Leute beschäftigt, wobei hier auch die dabei sind, die teilweise nur eine Saison beschäftigt sind. Das sind auch Projektmitarbeiter, weil wir auch viele internationale Projekte haben. Die zählen da auch dazu. Die Ranger sind hier aber nicht dabei, das sind freie Dienstnehmer, da haben wir einen Pool von zirka 25 bis 30 Leuten, auf die wir zurückgreifen können“ (IP 12: Z 150-154).

Zusätzlich zu den MitarbeiterInnen im Schloss Orth an der Donau sind bei den Bundesforsten, die als enger Partner des Nationalparks für die Pflege desselben verantwortlich sind und ihren Sitz im Schloss Eckartsau haben, auch einige Personen im Rahmen des Nationalparks beschäftigt, diese waren allerdings schon vorher für die Bewirtschaftung des Donau-Auen zuständig und haben wenig mit der Errichtung des Nationalparks selbst zu tun, wie mir der Geschäftsführer der österreichischen Bundesforste AG in Eckartsau, DI Gerald Oitzinger, per E-Mail mitteilte, nachdem mich Frau Grabner bat, mich auch kurz an ihn zu wenden:

„[D]irekt zum Nationalpark rechnen wir 9 VZÄ (aufgeteilt auf 12 Köpfe)! Alle anderen 13 Köpfe sind in anderen Sparte tätig (Tourismus, Immobilien, Dienstleistungen....)! Der NP hat bei uns bis dato keine neuen Arbeitsplätze geschaffen, wo neue Arbeitsplätze entstanden sind, sind die Bereiche Tourismus und div. Naturraum-Dienstleistungen für Dritte!“ (OITZINGER 2018)

Der Betrieb des Nationalparks, dazu zählen neben Verwaltungstätigkeiten beispielsweise die Betreuung der Gäste oder die Betreuung der Forstflächen, schafft also einigen Personen einen Arbeitsplatz in der Region, große Beschäftigungseffekte sind jedoch nicht vorhanden.

Wie beschreiben die interviewten Personen die Bedeutung des Nationalparks für die Region?

Johann Kianek hebt vor allem das Image hervor, welches der Nationalpark der Region durch die intensive Werbung verleiht. Auch wenn er öfters klar und deutlich sagt, dass Gästen des Nationalparks für sein Geschäft nebensächlich sind, so schlafen möglicherweise manche ArbeiterInnen aufgrund der Werbung des Nationalparks in der Region. (vgl. IP 1: Z 14-22)

Karin Braun, die Geschäftsführerin des „Gasthaus Binder“ sieht ebenfalls einen positiven Aspekt des Nationalparks in der Werbung für die Region. Dies trägt ihrer Meinung nach dazu bei, dass beispielsweise die Gemeinde Orth an der Donau, die seit vielen Jahren ein beliebtes Ausflugsziel für die Wienerinnen und Wiener darstellt, diese Stellung halten kann. Das Schutzgebiet hilft in diesem Kontext auch dabei,

neue, jüngere Gästegruppen anzusprechen und als regelmäßige Ausflugsgäste für die Region zu gewinnen:

„Ich denke schon, dass der Nationalpark der Region etwas bringt. Auch die Einstellung der Menschen hat sich geändert. Sie wollen etwas Regionales, auf die Umwelt achten. Das zieht die Menschen an. Sie wollen mehr in der Natur sein, viele machen das lieber als Städtereisen. Die Leute wollen mehr erfahren, was in ihrem Umfeld passiert. Ich glaube auch, dass der Nationalpark gut Werbung macht. Die können sich gut vermarkten. Das ist natürlich gut, wenn die Leute Orth mit dem Nationalpark und den Donau-Auen generell verbinden. Da konsumieren die Leute natürlich auch etwas, sie müssen ja essen, trinken und so. Ich glaube, Orth würde heute ohne Nationalpark anders aussehen. Früher waren die Gäste vielmehr ortsbezogen in ihren Reisen. Diese Gäste von früher, die immer nach Orth – auch ohne Nationalpark – gekommen sind, sind mittlerweile aber schon relativ alt. Die wären irgendwann weggefallen. Da ist der Nationalpark als Marke gut, um neue Gäste zu gewinnen. Die verschiedenen Angebote sind schon sehr gut. Das kommt auch bei den Jungen super an. Ich könnte mir Orth ohne den Nationalpark nicht mehr vorstellen“ (IP 6: Z 31-44).

Margit Neubauer betont die Bedeutung des Nationalparks Donau-Auen für den Tourismus in der Region Marchfeld. Das Schutzgebiet trägt in diesem Kontext maßgeblich zur Vielfältigkeit des touristischen Angebots dieser Region bei und ist auch einer der absoluten regionalen „Hotspots“ für BesucherInnen. (vgl. IP 14: Z 147-156)

Auch, wenn viele der interviewten Personen den positiven punktuellen Einfluss des Nationalparks für die Region hervorheben, so spricht LEADER-Manager DI Weindl aus, was sich auch mit den im Rahmen der Forschungen gewonnen Erkenntnissen deckt:

„Der Tourismus ist auch eher auf die direkt am Nationalpark anliegenden Gemeinden begrenzt. Die Strahlkraft ist begrenzt. Da wird auch deutlich, dass der Nationalpark eine Randlage im Bezirk hat“ (IP 11: Z 108-110).

Die Leiterin des Bereichs „Besucher und Kommunikation“ des Nationalparks Donau-Auen hält abseits von wirtschaftlichen Faktoren den Freizeitwert des Schutzgebietes für den wohl bedeutendsten Faktor für die Region:

„Ansonsten denke ich, dass der größte Nutzen des Nationalparks für die Bevölkerung selber ein hoher Freizeitwert ist. Wenn ich mir das Marchfeld anschau, dann wird immer mehr zugebaut und es gibt viele Großprojekte, das ist aber am Südufer wahrscheinlich noch intensiver. Die Region expandiert auf jeden Fall und ich glaube, dass man hier einen Rückzugsort hat, wo man die unverfälschte Natur genießen kann, das ist der große Wert des Nationalparks für die Bevölkerung. Ich glaube auch, dass das noch wichtiger wird. Man wird einfach merken, wie immer mehr verbaut

wird und dadurch wird der Wert des Nationalparks noch weiter steigen. Ich glaube auch, dass die Leute das zunehmend erkennen werden, auch wenn man diesen Wert natürlich nicht in Geld beziffern kann“ (IP 12: Z 137-147).

Johann Mayer, der Bürgermeister von Orth an der Donau, hebt die positiven Effekte des Nationalparks für die Umweltbildung in der Region hervor, vor allem für die jüngeren Menschen, wobei Umweltbildung ohnehin eine zentrale Aufgabe dieser Typen von Schutzgebieten darstellt:

„Ich glaube, dass die Kooperationen sehr gut funktionieren, vor allem mit Schulen. Gemeinsame Projekte gibt es ja auch einige. Es ist wichtig, dass gerade die jungen Leute mit dem Thema konfrontiert werden. Die gehen dann schon ganz anders damit um als wir Älteren“ (IP 13: Z 56-59).

7.4 Einige Überlegungen zur verbesserten Kooperation zwischen lokalen und regionalen Akteuren für die Zukunft

Frau Unger gibt in ihrem Interview immer wieder zu bedenken, dass der Verkauf von lokalen Produkten stark ausgeweitet werden könnte, wenn regionale Akteure ausschließlich darauf setzen und dabei auch etwas höhere Preise in Kauf nehmen würden:

„Meiner Meinung nach ist der springende Punkt, den Gedanken zu leben „Wünsche deinem Nachbarn Reichtum“. Wenn sich der Wirt denkt, ich kaufe einen regionalen Erdbeernektar oder Apfelsaft und der kostet eben 50 Cent mehr als ein Pago, wo die Erdbeeren aus Italien drin sind, dann gäbe es sicher auch genug Leute, die sagen würden, dass sie so etwas nehmen. Ich denke, da würden dann die Leute auch zum Beispiel 2,80€ für einen Apfelsaft oder Traubensaft zahlen als 2,50€ für einen Eistee. Aber das bleibt in der Region und das ist schließlich für uns alle gut. Das fehlt vielen. Aber viele sagen, man muss schauen, dass man billig einkauft“ (IP 5, Z 144-151).

Darüber hinaus meint sie, dass auch bei Veranstaltungen regionale Produkte bekannteren Markenprodukten vorgezogen werden sollten, um Bewusstsein für die Qualität der regionalen Produkte zu schaffen und dies auch zu vermitteln:

„Ich finde es schade, dass viele der Gastronomen regionale Produkte nicht wirklich annehmen. Sie verkaufen Pago, Cola, Almdudler, Fanta und Eistee. Auch auf den ganzen kleinen Festen in der Umgebung gingen sicher Erdbeerradler oder Erdbeerspritzer sehr gut, aber immer muss Cola verkauft werden. Warum MUSS das verkauft werden? Da nehme ich Apfelsaft aus der Region, aber dieses Umdenken findet nur sehr langsam statt“ (IP 5, Z 114-119).

Auch Werner Magoschitz ist der Meinung, dass man die Regionalität von Produkten vermehrt in das Zentrum der Betrachtung stellen sollte. Er spricht ein bereits in Ausarbeitung stehendes Konzept an und verweist dabei auf den Nationalpark als möglichen Werbeträger für andere regionale Angebote:

„Wir überlegen uns einige Dinge, um zwei Aspekte abzudecken: Das Erste ist, dem Konsumenten, der mit der Landwirtschaft nichts zu tun hat, Landwirtschaft näherzubringen. Dass die einen kleinen Einblick in die Betriebe bekommen. Und auch Kooperationen mit der Gastronomie, dass die auch zwei bis drei Tage in der Region verbringen, einige Betriebe besichtigen, am Abend einen Heurigen besuchen und in der Region nächtigen. Das sind Konzepte, die sind schon im Laufen. Das hat jetzt nicht direkt etwas mit dem Nationalpark zu tun, stellt aber für die Region etwas Wichtiges dar. Da gibt es schon auch Kooperationen, innerhalb derer man ein Dreitagesprogramm für den urbanen Bereich anbieten kann. Dass man sagt, man kann im Marchfeld und im Nationalparkgebiet landwirtschaftliche Betriebe besichtigen. Da könnte man dann auch vielleicht verstärkt den Nationalpark anbinden, der natürlich auch eine Informationsfunktion hat. Der heutige Mensch, speziell im urbanen Bereich, weiß viel zu wenig über Zusammenhänge, über die Natur. Hier sollte man verstärkt Informationen geben. Da sollte man auch verstärkt Kinder und junge Leute einbeziehen“ (IP 7: Z 51-65).

Maria Kianek meint ebenso, dass der Fokus auf der Schaffung von Bewusstsein für landwirtschaftliche Arbeit und deren Produkte liegen sollte, da die Region dafür prädestiniert ist. Auch sie meint, dass vor allem jüngere Leute aus dem urbanen Raum durchaus Interesse an dieser Thematik hätten und dies eine vielversprechende Möglichkeit für die Region bieten würde. Dabei schweben ihr einige Konzepte, wie etwa eine Ackerwanderung oder eine „Zwiebelstraße“ vor, wo kompetente Personen die Abläufe im Gemüsebau erläutern könnten. Dabei könnte man diese Führungen mit Fahrradtouren verbinden. Darüber hinaus schweben ihr auch außergewöhnlichere Ideen von einer Pension mit Betten aus Nationalparkheu oder von sogenannten „Fasslzimmern“ vor, die sich in anderen Teilen Österreichs angeblich großer Beliebtheit erfreuen. (vgl. IP 3: Z 83-112)

Auch Christian Radl setzt vermehrt auf eine stärkere Verbindung zwischen dem Nationalpark und regionalen Produkten. Er schlägt vor, die Überlegung anzustellen, einzelne Produkte – natürlich in ansprechender Weise und auch für die Mitnahme nach Hause entsprechend gestaltet – im Shop des Nationalparks, im Schloss Orth, anzubieten:

„Da wäre vielleicht eine Möglichkeit etwas zu machen. Hier hätten sie die Möglichkeit, regionale Produkte anzubieten, wenn die Leute ja eh schon da sind. Da

könnten die Besucher den Ausflug mit dem Kauf regionaler Produkte verbinden“ (IP 4: Z 51-54).

Neben dem Fokus auf den Vertrieb von regionalen Produkten hebt Frau Unger von der „Bauernspeis“ auch die Notwendigkeit verstärkter gegenseitiger Werbung der regionalen Betriebe hervor:

„Etwas anderes, was es auch in der Steiermark gibt, das könnten zum Beispiel die Wirte machen. Da steht beim Eingang eine riesen Tafel mit 25 Namen, von wem die einzelnen Produkte sind. Das gibt es da nicht, weil auch viele Produkte nicht von hier sind. Das gehört gemacht. Dann gibt es überall Ständer mit Karten, wo für BesucherInnen relevante Betriebe, wie Pensionen oder Gasthäuser angeführt sind. Das nehmen sie dann mit. Das gibt es in diesem Ausmaß hier auch nicht. Man müsste sich gegenseitig präsentieren. Man müsste gegenseitig stolz darauf sein, dass man das Brot vom Pestuka *[Anmerkung: Bäckerei in Haringsee]* verkauft und es sich nicht von irgendwo liefern lässt, nur weil es gemütlicher ist“ (vgl. IP 5: Z 170-178).

Christian Radl denkt ebenso in dieselbe Richtung, wenn er sagt, dass gerade bei größeren regionalen Veranstaltungen vermehrt die Gastronomie einsteigen sollte, wobei hier auch der Fokus ganz klar auf regionalen Produkten liegen muss. Die Landesausstellung 2022 bezieht er ebenfalls in seine Überlegungen mit ein:

„In Schlosshof gibt es manchmal Märkte, aber die meisten Stände, wo man etwas zum Mitnehmen kaufen kann interessieren kaum jemanden. Spannender sind die Läden, wo man etwas zum direkt vor Ort Essen oder Trinken kaufen kann. Mitnehmen möchte kaum einer etwas. Da wäre es interessant, wenn die Gastronomie ein bisschen einsteigen würde. Mit regionalen Produkten regionale Gerichte kochen und die dann dort für die Besucher anbieten. Vielleicht ähnlich der Kulinarischen Wochen in Wien. Oder wenn man nach dem Besuch der Landesausstellung in Marchegg oder wo auch immer ins Gasthaus geht, dann könnte es für die Landessaustellung spezielle Gerichte geben, wo auch aufgelistet ist, von welchem regionalen Unternehmen die einzelnen Zutaten kommen. Da hätte man dann auch als Besucher einen Bezug dazu und hätte etwas von der Region. Ich glaube, ein guter Abschluss für den Besuch der Landesausstellung ist wichtig und die Leute werden häufig danach die Gastronomie aufsuchen. Das sollte man verbinden“ (IP 4: Z 60-73).

Margit Neubauer von der Tourismusdestination Donau Niederösterreich sieht ebenfalls Chancen in einer Verbindung von Nationalpark und Kulinarik:

„Man könnte in Richtung Nationalpark-Küche denken, was jedoch ein sehr ambitioniertes Projekt ist. Das gibt es zum Teil in anderen Nationalparks schon, wo einfach nationalparknahe oder nationalparktypische Gerichte – das könnten hier zum Beispiel wilder Bärlauch, irgendwelche Kräuter oder Fischspezialitäten sein – angeboten werden. Solche Dinge wie den Nationalpark auch in die Kulinarik einfließen zu lassen ist natürlich immer schlau, weil der Gast ja mit allen Sinnen erleben will. [...] Wenn man solche Verbindungen schafft, dann ist das immer toll.

Hier wäre so etwas auch für den Nationalpark super, weil es nicht nur ein zusätzliches touristisches Angebot darstellt, sondern eben auch die Kooperationen stärkt. Diese Produkte müssten dann natürlich auch bei den kooperierenden Wirtshäusern angeboten werden“ (IP 14: Z 159-171).

In diesem Kontext erklärt sie aber auch, dass es schon einmal ein Projekt mit dem Nationalpark gab, das in diese Richtung ging. Dies wurde auch eigentlich sehr gut angenommen, es wurde aufgrund von Diskrepanzen zwischen Aufwand und potenziellem finanziellen Ertrag jedoch vorläufig wieder beendet. (vgl. IP 14: 171-185)

Georg Humer fokussiert sich in seinen Ideen für zukünftige Kooperationen eher auf Verkehrsaspekte. So schlägt er einerseits verstärkten öffentlichen Verkehr in den Nationalparkgemeinden an den Wochenenden vor. Andererseits stellt er die Möglichkeit eines Shuttledienstes zwischen den „highlights“ im Marchfeld, wie dem Nationalpark, diversen Schlössern und ausgesuchten landwirtschaftlichen Betrieben vor. Diese Maßnahmen sollen dazu dienen, den sehr präsenten Individualverkehr an den Wochenenden zu reduzieren. Jedoch gibt er zu bedenken, dass bereits viele solcher Initiativen in der Vergangenheit „an Partikularinteressen und mangelnder Standfestigkeit bei der Einsatzfreude“ scheiterten. Davon abgesehen ist er auch der Ansicht, dass es wohl wenig zielführend ist, die BesucherInnen und Besucher von einer Attraktion zur nächsten hetzen zu lassen, da der Charme des Marchfelds gerade durch „slow tourism“ am besten zur Geltung kommt. (vgl. IP 10: Z 56-81)

Mag^a. Ursula Grabner vom Nationalpark hebt eine notwendige Bewusstseinsänderung der regionalen Bevölkerung in Bezug auf den Nationalpark als einen entscheidenden Faktor für verbesserte Kooperationen der regionalen Akteure hervor:

„Ich würde mir wünschen, dass der Nationalpark auch vielmehr als das gesehen wird, was er ist. Er wird sozusagen oft übersehen. Da wird nur gesagt: „Ja, das ist eh nur die Natur, da ist eh der Wald da“. Aber ich wünsche mir, dass der Nationalpark als etwas Positives betrachtet wird, dass die Bevölkerung auch stolz ist, in der Nähe des Nationalparks zu leben. Ich glaube, im Westen ist das anders, auch wegen der anderen Tourismusstruktur, da sind sie stolzer. Bei uns müssten die Leute auch erkennen, dass ein Nationalpark etwas Besonderes ist, worauf man stolz sein kann. Immerhin gibt es nur sechs Nationalparks in Österreich“ (IP 12: Z 261-269).

Margit Neubauer sieht den wichtigsten Faktor zur weiteren Aktivierung des Tourismus im Marchfeld und damit einhergehenden Kooperationen zwischen

Betrieben und Ausflugsdestinationen in einem unbedingt notwendigen Umdenkprozess der regionalen Bevölkerung:

„Die Leute müssen stolzer sein auf die Dinge, die es hier gibt, dann würden die Besucherzahlen alleine schon durch Leute aus der Region steigen. Außerdem würde es aber auch den gesamten Tourismus ankurbeln, auch weil dann die Gastronomie, die Hotellerie von sich aus gewisse Konzepte überarbeiten, wie zum Beispiel ihr Auftreten oder ihre Angebote, wodurch die Qualität auch weiter steigen würde“ (IP 14: Z 242-247).

7.5 Exkurs: Die Zusammenarbeit des Nationalparks Donau-Auen und der Gemeinde Orth an der Donau als Vorbild für die Gemeinde Marchegg und die March-Auen?

Im Rahmen dieses Exkurses werden ein paar wichtige Faktoren angeführt, die Mag^a. Ursula Grabner, eine hochrangige Verantwortliche des Nationalparks Donau-Auen, und der Orther Bürgermeister, Johann Mayer, als unverzichtbar für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen einer Gemeinde, die das Zentrum eines Schutzgebietes bildet, und der Verwaltung dieses Schutzgebietes erachten. Anhand der Kooperationen zwischen der Gemeinde Orth an der Donau und des Nationalparks Donau-Auen sollen in aller Kürze ein paar Denkansätze für die Etablierung des Schutzgebietes der March-Auen in der Gemeinde Marchegg mitgegeben werden.

Aufgrund der Tatsache, dass in Orth an der Donau das Schloss gemeinsam von der Gemeinde und dem Nationalpark betrieben wird, herrscht hier eine enge Zusammenarbeit, sowohl was den täglichen Ablauf betrifft, als auch bei der Durchführung von Veranstaltungen. Dadurch entstehen laut Mag^a. Ursula Grabner vom Nationalpark auch einige Kooperationen mit Vereinen der Gemeinde. (vgl. IP 12: Z 29-40)

Auch Bürgermeister Johann Mayer hebt die Zusammenarbeit bei Veranstaltungen hervor und geht außerdem auf die geringeren Kosten für beide Akteure ein, die sich aus der gemeinsamen Nutzung des Schlosses ergeben. (vgl. IP 13: Z 43-53)

Abgesehen von dem örtlichen Nationalparkbeirat, der das wichtigste Gremium für die Besprechung größerer Projekte des Nationalparks darstellt und ohnehin durch die

Statuten des Schutzgebietes festgeschrieben ist, gibt es weitere Formen der Kooperationen zwischen der Gemeinde und den Verantwortlichen des Nationalparks:

„Es gibt auch ein Jour fixe, da bin ich zwar nicht dabei, das ist alle ein oder zwei Monate irgendwo in Orth, da sind Vertreter des Nationalparks und der Gemeinde anwesend und sie besprechen die aktuellen Probleme. Das ist auch schon sehr wichtig, dass man sich regelmäßig austauscht“ (IP 13: Z 45-49).

Darüber hinaus gibt es mit dem Nationalparkforum einmal jährlich die Möglichkeit, sich auch als Privatperson direkt im Rahmen der Präsentation aktueller Projekte an die Verantwortlichen des Nationalparks zu wenden, wobei man auch andere Themen in die Diskussionen einbringen kann (vgl. IP 12: Z 115-118).

Neben der Zusammenarbeit bei größeren Projekten nennt Frau Mag^a. Grabner noch ein paar wichtige Handlungsfelder von Gemeindeseite, die einem Schutzgebiet zugutekommen:

„Was von der Gemeindeseite wichtig ist, ist dass sie auch hinter dem Nationalpark steht und auch Informationen bietet. Das passiert aber bei uns in jeder Nationalparkgemeinde. Dass auf der Homepage von diesen Gemeinden auch der Nationalpark angeführt ist, ist ebenso wichtig. Es bezeichnen sich auch fast alle Gemeinden ausdrücklich auf den Ortsschildern als Nationalparkgemeinden. Das ist glaube ich auch wichtig. Gasthäuser und Restaurants sind natürlich wichtig, auch wenn da die Gemeinde de facto nicht wirklich einen Einfluss darauf hat. Ansonsten sind noch Parkplätze wichtig, auch wenn sich der Besucheransturm in Grenzen hält. Mit der Gemeinde arbeiten wir auch noch zusammen, wenn es darum geht, wo Mistkübel aufgestellt werden sollen“ (IP 12: Z 40-50).

Festzuhalten bleibt im Rahmen dieses kleinen Exkurses also, dass der wohl bedeutendste Faktor für eine gute Zusammenarbeit zwischen der Verwaltung eines Schutzgebietes und der Gemeinde, in dem sich das BesucherInnen- und Verwaltungszentrum dieses Schutzgebietes befindet, die Etablierung zumindest eines regelmäßig tagenden Organs ist, in welchem nicht nur zentrale Projekte, sondern auch täglich anfallende Probleme gemeinsam besprochen werden sollen. Dieses sollte klarerweise aus VertreterInnen der Gemeinde sowie der Verantwortlichen des Schutzgebietes und aus meiner Sicht idealerweise auch aus zumindest zwei EinwohnerInnen der Gemeinde bestehen, die weder im Dienste der Gemeinde noch des Schutzgebietes agieren. Darüber hinaus sollten auch andere Privatpersonen in regelmäßigen Abständen die Möglichkeit haben, gewisse Probleme oder Vorschläge in dieses Gremium einzubringen. Transparenz von allen Seiten und für alle Seiten ist in diesem Kontext ein absolutes Muss.

Abgesehen von dem Faktor Kommunikation ist eine enge Zusammenarbeit zwischen der Gemeinde und dem Schutzgebiet sehr hilfreich, da dies auch die Akzeptanz durch die lokale Bevölkerung erhöhen kann. Dabei spielen alltägliche Handlungen, die sich beispielsweise in Orth an der Donau durch den gemeinsamen Betrieb des Schlosses ergeben, eine wichtige Rolle, ebenso wie die Kooperationen bei diversen Veranstaltungen, auch mit Vereinen der Gemeinde.

Darüber hinaus ist es ebenso entscheidend, dass die Gemeinde sich klar und deutlich für dieses Schutzgebiet positioniert, da sie für die lokale Bevölkerung und in weiterer Folge auch für den Tourismus hier als Vorreiter agieren muss. Dies kann beispielsweise durch Internetauftritte oder auch durch klare Kennzeichnungen an den Ortsschildern erfolgen.

Schließlich ist auch das Vorhandensein einer gut ausgebauten BesucherInneninfrastruktur innerhalb der Gemeinde, wie etwa Gasthäuser, Pensionen, Cafés und Parkplätze, essenziell für eine attraktive Tourismusdestination, auch wenn selbstverständlich klar ist, dass die Gemeinde hier, vor allem in Bezug auf die Lokale nur bedingt Einfluss ausüben kann.

8. Conclusio und Ausblick

Die Zielsetzung dieser Arbeit bestand darin, den Einfluss des Nationalparks Donau-Auen auf die lokalen Betriebe im Marchfeld und die Bedeutung dieses Schutzgebietes für die Entwicklung derselben Region so gut wie möglich zu beschreiben. Auf Basis der Analyse von Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken, aber vor allem der Ergebnisse der qualitativen Interviews mit den GeschäftsführerInnen von zehn lokalen Betrieben und vier ExpertInnen, möchte ich in aller Deutlichkeit auf den nächsten Seiten nochmals die Antworten auf die drei eingangs angeführten, zentralen Fragestellungen festhalten, die die Bilanz meiner Forschungstätigkeiten im Rahmen dieser Diplomarbeit darstellen:

Welche Bedeutung hat der Nationalpark Donau-Auen samt seinen Einrichtungen und BesucherInnen für lokale Betriebe?

Die Analyse der Ankunfts- und Nächtigungsstatistiken der größten Nationalparkgemeinden, Eckartsau, Groß-Enzersdorf und Orth an der Donau, seit der Jahrtausendwende zeigt insgesamt einen leichten Anstieg dieser Zahlen. Allerdings ist dies auch bei anderen Ortschaften in der Region der Fall, was die Vermutung nahelegt, dass das gesamte Marchfeld in seiner Attraktivität als (Kurz-)Reisedestination wächst. Da bei den BesucherInnen der Region jedoch keine Intentionen für ihre Anreisen erhoben werden, lässt sich nicht sagen, worauf dieser Anstieg zurückzuführen ist. So ist es – auch wenn man sich die Interviews mit den GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe vor Augen führt – durchaus denkbar, dass es sich hierbei um Personen handelt, die dienstliche Gründe in das Marchfeld verschlagen haben. In jedem Fall ist der leichte Anstieg dieser Kennzahlen nicht – oder höchstens minimal – auf den Nationalpark Donau-Auen zurückzuführen, was dessen Stellung als Tagesausflugs- und Naherholungsziel manifestiert. Diese Tatsache bestätigen auch die Verantwortlichen der lokalen Pensionen: Sowohl Gäste des Nationalparks als auch andere (Radfahr-)Touristen – die nicht immer zwingend einen Bezug zu diesem Schutzgebiet aufweisen müssen – spielen eine untergeordnete Rolle in deren Gästestrukturen. Selbstverständlich begrüßen diese Betriebe das zeitweilige zusätzliche Gästeaufkommen, das in gewisser Art und Weise auf den Nationalpark zurückzuführen ist – dazu zählen auch diverse Veranstaltungen oder Hochzeiten in den Schlössern. In diesem Kontext ist auch zu erwähnen, dass die Verantwortlichen des Nationalparks mit den Beherbergungsbetrieben kooperieren und ihnen regelmäßig Gäste vermitteln. Die für die Pensionen mit Abstand bedeutendste Gruppe sind jedoch eindeutig ArbeiterInnen, die temporär entweder bei anderen Unternehmen im Marchfeld oder in der Bundeshauptstadt Wien beschäftigt sind. Aus diesem Grund hegen die BetreiberInnen der lokalen Pensionen auch gar nicht den Wunsch, den Anteil der in der Region übernachtenden Gäste unter der Woche zu erhöhen. Sie würden zwar einen leichten Anstieg der Wochenendgäste begrüßen, möchten aber von Montag bis Freitag kaum Zimmer an Touristen vergeben, wie es Johann Kianek auf den Punkt bringt:

„Die Firmen kommen nämlich und wollen genau ab dieser Woche ein Zimmer für die nächsten zwei Jahre, so kann man ein ordentliches Geschäft machen. Wenn du zur richtigen Zeit leer bist, kannst du die nächsten Jahre voll sein“ (IP 1: Z 94-97).

Der Einfluss des Nationalparks Donau-Auen auf die lokalen Bauernläden ist ebenso äußerst gering. Sowohl die „Bauernspeis“ in Wagram an der Donau, als auch „Radls Genussparadies“ – obwohl direkt an der Donaubundestraße liegend – befinden sich zu weit entfernt von den „Hotspots“ des Nationalparks, nämlich dem Nationalparkzentrum in Orth an der Donau, dem Jugendcamp in Eckartsau und den einzelnen Standorten des „Schlösserreichs“. „Die Bauernspeis“ verfügt zumindest über eine Kooperation mit dem Schloss Eckartsau, indem dieses temporär einige Produkte des Bauernladens vertreibt. Auf Basis der Interviews lässt sich sagen, dass der Hofladen der Familie Magoschitz, welcher in Mannsdorf, also der Nachbarortschaft von Orth an der Donau, die nur etwa einen Kilometer entfernt ist, liegt, am ehesten vom Nationalpark profitiert. Hier sind es aber nach Aussage des Geschäftsführers, Werner Magoschitz, weniger die BesucherInnen des Nationalparks – diese sind natürlich nicht immer leicht erkennbar – als die MitarbeiterInnen desselben – sie sind wegen ihrer Kleidung wesentlich simpler zu identifizieren –, die häufiger den Betrieb aufsuchen. Wenn man die Tatsache miteinbezieht, dass der Hofladen der Familie Magoschitz einen der größten dieser Art in der Region darstellt und sich gar überregionaler Bekanntheit erfreut, muss man den Einfluss der MitarbeiterInnen des Nationalparks auf den Geschäftsgang natürlich ein wenig relativieren. Den bedeutendsten Teil des KundInnenstocks machen hier – wie auch bei den beiden anderen betrachteten Bauernläden – immer noch Personen aus der Region aus, obwohl Familie Magoschitz auch häufig KundInnen aus Wien hat, die jedoch in seltensten Fällen einen Bezug zum Nationalpark aufweisen.

Schließlich profitiert die lokale Gastronomie am stärksten vom Nationalpark Donau-Auen, seinen Einrichtungen und seinen BesucherInnen. Diese haben unter ökonomischen Gesichtspunkten sowohl für den regionalen Arbeitsmarkt, als auch die dadurch entstehenden Kommunalsteuern die größte Bedeutung der in dieser Arbeit betrachteten Betriebstypen. Damit im Zusammenhang stehen ebenso regionale Produkte, an deren Produktion und Vertrieb selbstverständlich auch andere Betriebe der Region beteiligt sind und damit eine regionale Produktionskette bilden. In diesem Kontext gibt es einige wenige Gasthäuser, die entweder von einer günstigen Lage – wie das Gasthaus und Café „Zum Schauhuber“ oder das „Gasthaus Binder“, die

gegenüber dem Nationalparkzentrum respektive neben desselben liegen – oder von vorteilhaften Umständen – der „Gasthof Kramreiter“ ist der einzige Betrieb dieser Art in Eckartsau und daher für die meisten Verköstigungen im Schloss Eckartsau und dem Nationalparkcamp zuständig – profitieren. An den Wochenenden im Frühjahr und Sommer kann dieses zum Großteil auf den Nationalpark zurückzuführende Geschäft laut Aussagen der GeschäftsführerInnen dieser Betriebe bis zu 50 Prozent des Tagesumsatzes ausmachen. Dazu kommt, dass der Nationalpark regelmäßig Gruppen von Gästen an die Gasthäuser vermittelt, was diesen ebenso zugutekommt. Auch das Nachmittagsgeschäft in der Sommersaison, welches traditionell eher schwach war, ist durch den Nationalpark teilweise belebt worden. Abgesehen von diesen drei Gasthäusern, die temporär doch sehr stark von den Gästen des Nationalparks profitieren, gibt es mit dem „Uferhaus“ ein Lokal, welches bereits vor der Errichtung des Nationalparks überregional bekannt war. Auf Grund dieses Bekanntheitsgrades sind BesucherInnen des Schutzgebietes – auch im Frühjahr und Sommer – nicht essenziell für das Tagesgeschäft. Jedoch hat der Nationalpark auch hier positive Effekte, die sich einerseits durch regelmäßig vom Nationalpark angebotene Bootsfahrten mit anschließendem Besuch dieses Lokals ergeben. Andererseits brachte die Einrichtung des Schutzgebietes das „Uferhaus“ auch neuen Gruppen von BesucherInnen nah. Schließlich liegt das „Gasthaus Paulesits“ zwar verkehrstechnisch recht günstig, fußläufig jedoch zu weit vom Nationalparkzentrum und anderen Einrichtungen entfernt, was die These stützt, dass der Nationalpark eine relativ ortsbezogene Anziehungskraft ausübt, die nicht sehr weit ausstrahlt, worauf gleich noch ein wenig näher eingegangen wird. In jedem Fall ist der Einfluss von BesucherInnen des Nationalparks auf dieses Gasthaus sehr gering. Lediglich von eher selten stattfindenden größeren Veranstaltungen im Nationalparkzentrum kann man an bestimmten Tagen profitieren.

Welchen Einfluss hat der Nationalpark Donau-Auen auf die Regionalentwicklung im Marchfeld insgesamt?

Seit der Fertigstellung des Nationalparkzentrums in Orth an der Donau besuchen dieses jährlich etwa 45.000 Personen, wobei etwa 26.000 davon auch Eintrittskarten für Ausstellungen oder die Schlossinsel lösen, die übrigen 19.000 diesen Besuch jedoch oftmals mit dem Angebot der lokaler Betriebe verbinden und so ebenfalls zur regionalen Wertschöpfung beitragen. Darüber hinaus besuchten im

niederösterreichischen Teil des Nationalparks in den Jahren von 2012 bis 2016 jährlich etwa 10.000 bis 12.000 Personen eine der thematischen Freiland-Exkursionen. Das Nationalpark-Camp im Meierhof von Eckartsau, welches der Nationalpark gemeinsam mit den Bundesforsten betreibt, wird immerhin pro Jahr etwa 1.100 Mal gebucht. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2012: 34 und Nationalpark Donau-Auen 2017b: 39f.)

Aufgrund des überragenden Anteils von etwa 90 Prozent an Tagesausflüglern und Naherholungssuchenden an den oben genannten Gästen ist der Beitrag des Nationalparks Donau-Auen zur Wertschöpfung der Region naturgemäß wesentlich geringer als bei Schutzgebieten, die einen höheren Nächtigungsanteil der BesucherInnen aufweisen. Insgesamt ist die Bedeutung des Nationalparks für die lokalen Betriebe sehr stark auf zwei bis drei Gasthäuser konzentriert und strahlt kaum in weitere Gegenden der Region aus. Damit positiv korreliert auch ein geringer Einfluss auf den regionalen Arbeitsmarkt und regionale Zulieferbetriebe, auch wenn der Nationalpark selbst in Orth an der Donau beziehungsweise die mit ihm zusammenarbeitenden Bundesforste in Eckartsau insgesamt etwa 60 Arbeitsplätze bieten, wobei hier auch bereits Teilzeitstellen und freie Dienstverträge miteingerechnet sind. Obwohl eine Hand voll Personen aus den jeweiligen Gemeinden bei den beiden genannten Institutionen beschäftigt sind, stellt dies keinen bedeutenden Faktor für die regionale Beschäftigung dar.

Neben den Kooperationen des Nationalparks Donau-Auen mit einigen lokalen Betrieben, die sich im Wesentlichen auf die gelegentliche Vermittlung von Gästegruppen beschränken, erfolgt temporär auch eine Zusammenarbeit mit regionalen (Bau-)Firmen im Rahmen diverser Projekte, wie etwa der Schlosssanierung in Orth an der Donau.

Auch, wenn es zahlreiche kleinere (Infrastruktur-)Projekte in der Region gab und auch regelmäßig gibt, sind diese von eher geringerer Bedeutung und haben wenig Einfluss auf die Frequenz an Besucherinnen und Besuchern im Marchfeld, obwohl sie immerhin das regionale Tourismusangebot ein wenig diversifizieren. Lediglich der bereits angesprochene Einsatz des Nationalparks für die Sanierung der Marchfeldschlösser – besonders der Schlösser in Orth an der Donau und Eckartsau – war ein größerer, für den Tourismus der Region auch wirklich entscheidender Schritt. Im Rahmen eines LEADER-Projektes wurde im Jahr 2012 auch ein

gemeinsames Marketingkonzept mit den Schlössern der Region eingereicht, welches den Titel „Marchfelder Schlösserreich“ trägt. (vgl. Nationalpark Donau-Auen 2017b: 54)

Festzuhalten bleibt, dass der Nationalpark Donau-Auen zwar einige Impulse für den regionalen Tourismus und in weiterer Folge auch für den regionalen Arbeitsmarkt geben kann, wirklich nennenswerter Einfluss jedoch auf wenige Unternehmen in den Nationalparkgemeinden begrenzt ist. Dennoch stellt er eine absolut zentrale Komponente des regionalen Tourismus dar und kann eine wichtige Rolle für den Aufbau des noch rudimentär ausgebildeten Fremdenwesens im Marchfeld spielen, bietet also für die Zukunft durchaus eine Chance. Trotzdem wird vor zu großen Erwartungen an den zukünftigen Einfluss auf die Regionalentwicklung abgeraten – ein Nationalpark hat schließlich primär Ökosystemschutz-, Forschungs- und Bildungsfunktionen – und dieser Gedanke mit einem schon erwähnten Zitat von HAMMER (2003: 29f.) geschlossen:

„Der hohe Anspruch an Schutzgebiete, zur Regionalentwicklung substanziell beizutragen oder sogar als eigentliche Instrumente zu dienen – ist somit vielfach gerechtfertigt und zugleich gefährlich [...] Wenn die Erwartungen – u.a. zwecks Sicherung der Akzeptanz – hochgeschraubt werden, können diejenigen, die die Erwartungen nicht erfüllen, in die Verliererposition geraten. Schutzgebiete könnten so an Akzeptanz verlieren.“

Welche Überlegungen gibt es, um die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure weiter zu verbessern und dadurch die Wertschöpfung sowohl für die lokalen Betriebe als auch für die Region Marchfeld insgesamt zu erhöhen?

Ein, für die künftige Ausrichtung des Marchfeldes als Tourismusregion absolut bedeutender Faktor liegt in der selbstbewussten Positionierung als solche durch die regionale Bevölkerung, aber auch durch die für den Tourismus relevanten Betriebe. Nur, wenn die Menschen selbst stolz auf die Region sind und sich deren zweifellos vorhandenen Natur- und Kulturschätzen, wie beispielsweise der Marchfeldschlösser oder des Nationalparks Donau-Auen, bewusst sind, können sie diese Ansichten auch den Gästen vermitteln.

Eine, diesen Umdenkprozessen der regionalen Bevölkerung nachgelagerte Idee zur Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen verschiedensten regionalen Akteuren fußt auf dem Gedanken, dass die Menschen aus dem Marchfeld nicht nur stolz auf ihre Region sind, sondern auch auf die Produkte, die aus der Region stammen.

Auch, wenn diese möglicherweise ein wenig teurer sind als bekannte Markenprodukte liegt hier ein Ansatz, um die gesamte Region wirtschaftlich besser zu vernetzen. Gerade bei regionalen Veranstaltungen sollte man nach Meinungen einiger befragter Personen überwiegend oder ausschließlich regionale Produkte anbieten. Auch die Gastronomie sollte verstärkt auf diese Produktgruppe setzen. Dies bietet auch eine Möglichkeit, um regionale Betriebe besser an die Effekte des Nationalparks Donau-Auen zu koppeln, indem man beispielsweise ausgewählte Marchfelder Lebensmittel – die Region ist schließlich in ganz Österreich für ihre landwirtschaftlichen Produkte bekannt – im Shop des Nationalparks anbietet. In diesem Kontext könnte man auch die regionale Küche in Angebote des Nationalparks oder anderer größerer Destinationen im Marchfeld integrieren, was zwar aktuell schon teilweise geschieht, jedoch nicht in dieser Intensität, wie es aus meiner Sicht wünschenswert wäre.

Schließlich – und auch dies ließe sich meines Erachtens gut mit den regionalen touristischen Flaggschiffen verbinden – könnte man versuchen, die Region abseits der touristischen Destinationen besser zu vermarkten. Wie bereits erwähnt – und ohnehin hinlänglich bekannt – wird das Marchfeld mit der Landwirtschaft zumindest national – wenn nicht auch international – assoziiert. Aus diesem Grund sollte man diesen Konnex auch verstärkt in den Fokus rücken, was konkret bedeutet, dass man den Gästen in der Region landwirtschaftliche Prozesse ein wenig näherbringen sollte. Man könnte beispielsweise Radtouren organisieren, wo den Gästen gezeigt wird, wie man gewisse Produkte erntet und anschließend in den Betrieben verarbeitet. Immerhin kennen gegenwärtig sehr viele Menschen – vor allem aus dem urbanen Raum, woher auch die meisten Gäste der Region Marchfeld stammen – nicht den Ursprung der Produkte, die sie konsumieren. Gerade wenn man bedenkt, dass das Umweltbewusstsein generell und die Regionalität von Produkten gesellschaftlich zunehmend an Bedeutung gewinnen, wäre es sehr klug, diese Faktoren verstärkt in den Vordergrund zu stellen.

Ausblick

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurde versucht, einige Denkanstöße zur gegenwärtigen und zukünftigen Regionalentwicklung im Marchfeld mitzugeben, wobei der Fokus in erster Linie auf den Nationalpark Donau-Auen und seiner Bedeutung für lokale und regionale ökonomische Gegebenheiten gerichtet war. Auch

wenn der gegenwärtige Einfluss dieses Schutzgebietes auf die Entwicklung der Region begrenzt ist, so kann es doch für die künftige Positionierung als Tourismusregion zwischen Wien und Bratislava eine wichtige Rolle spielen, wobei man einen Besuch des Nationalparks in Zukunft auch noch stärker mit anderen Angeboten aus der Region verknüpfen könnte.

In jedem Fall darf man gespannt sein, wie sich der Tourismus in der Region Marchfeld – dieser ist aktuell noch sehr stark von Naherholungssuchenden und Tagesausflüglern dominiert – in den nächsten Jahren weiterentwickelt und ob es durch Koppelungen der bereits vorhandenen Angebote gelingt, den Anteil der in der Region nächtigenden Personen und damit die Wertschöpfung pro BesucherIn, zu erhöhen. Immerhin werden in naher Zukunft durch den Ausbau der Eisenbahnlinie von Wien nach Bratislava sowie durch die geplante Schnellstraße zwischen diesen beiden Bundeshauptstädten verstärkte Verbindungen dieser Agglomerationen erwartet, die durch die Region Marchfeld hindurchführen. Darüber hinaus handelt es sich beim Marchfeld um eine dynamische Wachstumsregion, die wohl in Zukunft weiterhin von großem Zuzug geprägt werden wird. Auch die Rolle der Marchfelder Landwirtschaft im nationalen und internationalen Wettbewerb wird man möglicherweise irgendwann ein wenig neu bewerten müssen. All dies sind Herausforderungen, die auf die Region zukommen und auf die die für die Regionalentwicklung verantwortlichen Akteure künftig reagieren werden müssen, wobei in diesem Zusammenhang auch die Landesausstellung 2022 ein wichtiger Faktor sein kann. Möglicherweise rückt hier – wie bereits erwähnt – der Tourismus stärker in den Vordergrund und man muss in diesem Kontext die zentralen Komponenten der Regionalentwicklung im Marchfeld und den Einfluss des Nationalparks Donau-Auen auf diese in einigen Jahren – im Rahmen weiterer, umfangreicherer Studien – nochmals neu beurteilen.

9. Quellenverzeichnis

9.1 Literaturverzeichnis

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2017): Statistisches Handbuch des Landes Niederösterreich. 41. Jahrgang 2017. – Schönau i.M..

Arbeitsgruppe Ökotourismus (1995): Ökotourismus als Instrument des Naturschutzes? Möglichkeiten zur Erhöhung der Attraktivität von Naturschutzvorhaben. – Köln. (= Forschungsberichte des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 116).

ATTESLANDER P. (2010¹³): Methoden der empirischen Sozialforschung. – Berlin.

BROGGI M. (2003): Grossschutzgebiete [sic!] – Schutz durch Entwicklung? – In: HAMMER T. (Hrsg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München, 185-196.

CHILLA T., KÜHNE O. und NEUFELD M. (2016): Regionalentwicklung. – Stuttgart.

EITZINGER J., KUBU G. und HOLAWÉ F. (2009): Wasserhaushalt und landwirtschaftliche Nutzung im Marchfeld. – In: HITZ H. und WOHLSCHLÄGL H. (Hrsg.): Das östliche Österreich und benachbarte Regionen. Ein geographischer Exkursionsführer. – Wien u.a., 85-92.

ELLENBERG L., BEIER B. und SCHOLZ M. (1997): Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie. – Heidelberg u.a.

HAMMER T. (2003): Grossschutzgebiete [sic!] neu interpretiert als Instrumente nachhaltiger Regionalentwicklung. – In: HAMMER T. (Hrsg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München, 9-34.

HAMMER T. (2007): Protected Areas and Regional Development. Conflicts and Opportunities. – In: MOSE I. (Hrsg.): Protected Areas and Regional Development in Europe. Towards a New Model for the 21st Century. – Aldershot u.a., 21-36.

HAMMER T., MOSE I., SIEGRIST D. und WEIXLBAUMER N. (2016): Parks of the future – Which future for parks in Europe? – In: HAMMER T., MOSE I., SIEGRIST D. und

WEIXLBAUMER N. (Hrsg.): Parks of the Future. Protected Areas in Europe Challenging Regional and Global Change. – München, 13-22.

HAMMER T., MOSE I., SIEGRIST D. und WEIXLBAUMER N. (2016): Parks challenging regional and global change – An attempt at a synthesis. – In: HAMMER T., MOSE I., SIEGRIST D. und WEIXLBAUMER N. (Hrsg.): Parks of the Future. Protected Areas in Europe Challenging Regional and Global Change. – München, 265-272.

HUTTER M. (2009): Bratislava. Boomtown ante portas? – In: HITZ H. und WOHLSCHLÄGL H. (Hrsg.): Das östliche Österreich und benachbarte Regionen. Ein geographischer Exkursionsführer. – Wien u.a., 409-420.

KAGERMEIER A. (2016): Tourismusgeographie. Einführung. – Konstanz und München.

KREISEL W. (2007³): Trends in der Entwicklung von Freizeit und Tourismus. – In: BECKER C., HOPFINGER H. und STEINECKE A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. – München, 74-85.

KROMREY H. (2009¹²): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. – Stuttgart.

MATTISSEK A., PFAFFENBACH C. und REUBER P. (Hrsg.) (2013): Methoden der empirischen Humangeographie. – Braunschweig. (=Das Geographische Seminar).

MEIER-KRUKER V. und RAUH J. (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie. – Darmstadt.

MOSE I. und WEIXLBAUMER N. (2003): Grossschutzgebiete [sic!] als Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung? Erfahrungen mit ausgewählten Schutzgebieten in Europa. – In: HAMMER T. (Hrsg.): Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München, 35-95.

MOSE I. und WEIXLBAUMER N. (2006): Gebietsschutz in Europa: Vom Schützen zum Nützen – ein Paradigmenwechsel. – In: Raum 63, 20-23.

MOSE I. und WEIXLBAUMER N. (2007): A new Paradigm for Protected Areas in Europe? – In: MOSE I. (Hrsg.): Protected Areas and Regional Development in Europe. Towards a New Model for the 21st Century. – Aldershot u.a., 3-19.

MOSE I. (2009): Akzeptanz, Einstellung und Image als Einflussgrößen von Großschutzgebieten. Einige theoretische Vorüberlegungen. – In: MOSE I. (Hrsg.): Wahrnehmung und Akzeptanz von Großschutzgebieten. – Oldenburg. (=Wahrnehmungsgeographische Studien 25), 9-35.

MRVA I. (2013): Za Mostom. Hinter der Brücke. – Bratislava. (=Projekt im Rahmen der Cross-Border Cooperation zwischen Österreich und der Slowakei 2007 bis 2013).

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (2012): Nationalpark Donau-Auen. Leistungsbericht 2007-2011. – Orth an der Donau.

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (2017a): Land am Strome. Nationalpark Donau-Auen. – Orth an der Donau. (=Imagefolder).

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (2017b): Nationalpark Donau-Auen. Leistungsbericht 2012-2016. – Orth an der Donau.

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (2018): Programm 2018 für Schulen, Kindergruppen, Erwachsene & Familien. Nationalpark Donau-Auen. – Orth an der Donau. (=Programmfolder).

SCHNELL P. (2007^{3a}): Tagesausflugsverkehr. – In: BECKER C., HOPFINGER H. und STEINECKE A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. – München, 273-284.

SCHNELL P. (2007^{3b}): Fahrradtourismus. – In: BECKER C., HOPFINGER H. und STEINECKE A. (Hrsg.): Geographie der Freizeit und des Tourismus. Bilanz und Ausblick. – München, 331-344.

SIEGRIST D. (2006): Naturnaher Tourismus im Spannungsfeld zwischen Regionalwirtschaft und Alpenschutz. – In: Jahrbuch des Vereins zum Schutz der Bergwelt (VzSB) 71. – München, 105-124; auch online unter: http://www.zobodat.at/pdf/Jb-Verein-Schutz-Bergwelt_71_2006_0105-0124.pdf (26.06.2018).

WEIXLBAUMER N. (2010): Großschutzgebiete in Europa – Ansprüche, Entwicklungen und Erfolgsfaktoren. – In: Verband der Naturparke Österreichs (VNÖ) (Hrsg.): Neue Modelle des Natur- und Kulturlandschaftsschutzes in den österreichischen Naturparks. – Graz, 14-23.

WOLF A. und APPEL-KUMMER E. (Hrsg.) (2009): Naherholung in Stadt und Land. – Norderstedt.

9.2 Internetquellen

Austria-Forum (Hrsg.) (o.J.): AEIOU. Das Lexikon aus Österreich. Marchfeld; <https://austria-forum.org/af/AEIOU/Marchfeld> (12.06.2018)

Citypopulation (Hrsg.) (o.J.): Citypopulation. Bevölkerungsstatistiken für Staaten, Verwaltungsgebiete, Städte, Agglomerationen – interaktive Karten, Diagramme und Tabellen; http://www.citypopulation.de/index_d.html (05.06.2018).

FRAISSEL C. (2014): Geschichte des Nationalpark Donau-Auen. Ausklang der Aubesetzung Hainburg Anfang 1985 bis Errichtung des Nationalpark Donau-Auen Ende 1996 und Aufnahme der Tätigkeit der Nationalpark Donau-Auen GmbH am 02.01.1997. Chronologie; https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/PDF/NPDACHron1985-1997_Fraissl2014.pdf (16.07.2018).

GREGORITSCH J. und ROSENBERGER M. (1984): Altenwörth: Wie von einer Dampfwalze überrollt. – In: Besser Leben, Sondernummer Initiative „Rettet die Auen“, 2b/1984 (=Aktionsgemeinschaft gegen das Kraftwerk Hainburg); auch online unter: https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/3_GeschichteNPDA/31_GeschichteNPDAbisErricht/313_AuseinandersetzungKWHaibu/3131_Vorphaseab1983/31312_KontraKW/313122_AGgegenKWHaibu/00117_Altenwoerth-Dampfwalze_84.pdf (16.07.2018).

Interessensverband „Arbeitsgemeinschaft Nein zu Zwentendorf (1984): Jetzt das Konrad-Lorenz-Volksbegehren unterschreiben und unterstützen. – In: Neue Argumente, Juni 1984, 5.Jahrgang, Folge 20; auch online unter: https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/3_GeschichteNPDA/31_GeschichteNPDAbisErricht/313_AuseinandersetzungKWHaibu/3131_Vorphaseab1983/31312_KontraKW/313121_KLV/00195_JetztKLVunterschr_NeueArgumente_84.pdf (16.07.2018).

IUCN (Hrsg.) (o.J.): Protected Area Categories. IUCN Protected Areas Categories System; <https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about/protected-area-categories> (07.06.2018)

Kleine Zeitung (2014): Au-Besetzung 1984:Chronologie eines Aufstandes. 30 Jahre Hainburg, 05.12.2014, https://www.kleinezeitung.at/oesterreich/4612360/30-Jahre-Hainburg_Chronologie-eines-Aufstands (16.07.2018).

LEADER.at (Hrsg.) (o.J.): Was ist LEADER? LEADER Methode; <http://www.leader.at/leader%20methode.htm> (09.07.2018).

MATTUSCHKA M. (1985): Lorenz-Volksbegehren: Die Au ist nur ein Anfang....-In: Kurier, 04.01.1985, 14; auch online unter: https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/3_GeschichteNPDA/31_GeschichteNPDAbisErricht/313_AuseinandersetzungKWHaibu/3131_Vorphaseab1983/31312_KontAKW/313121_KLV/00162_AuerstAnfangKLV_Kurier_4Jan85.pdf (16.07.2018).

Nationalparks Austria (Hrsg.) (o.J.a): Nationalparks. Was ist ein Nationalpark?; <https://www.nationalparksaustria.at/de/pages/allgemeines-1.aspx> (07.06.2018).

Nationalparks Austria (Hrsg.) (o.J.b): Nationalparks. Allgemeines; <https://www.nationalparksaustria.at/de/pages/allgemeines-55.aspx> (07.06.2018).

Nationalparks Austria (Hrsg.) (o.J.c): Nationalparks. Rechtliche Grundlagen; <https://www.nationalparksaustria.at/de/pages/allgemeines-1.aspx> (12.07.2018).

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (2016): 20 Jahre Nationalpark Donau-Auen: 1996 – 2016; https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/3_GeschichteNPDA/32_GeschichteNPDAabErricht/Chronologie20JahreNPDA.pdf (16.07.2018).

Nationalpark Donau-Auen (Hrsg.) (o.J.a): Der Nationalpark. Zahlen, Daten, Fakten; <https://www.donauauen.at/der-nationalpark/zahlen-daten-fakten/> (14.06.2018).

Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (o.J.b): Österreichs Nationalparks; <https://www.donauauen.at/nationalparks-austria/> (12.07.2018).

Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (o.J.c): Infothek. Frühe Wertschätzung;
<https://infothek.donauauen.at/infothek/folder/fruehe-wertschaetzungen-9.html>
(13.07.2018).

Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (o.J.d): Natur, Wissenschaft. Naturschutz.
Forschung; <https://www.donauauen.at/natur-wissenschaft/naturschutz/> (19.07.2018).

Nationalpark Donau-Auen(Hrsg.) (o.J.e): Natur, Wissenschaft. Die Donau;
<https://www.donauauen.at/natur-wissenschaft/die-donau/> (17.07.2018).

Niederösterreichische Nachrichten (NÖN) (Hrsg.) (2015): „Hotel am Sachsengang“
ist pleite, 18.03.2015; <https://www.noen.at/gaenserndorf/gross-enzersdorf-hotel-am-sachsengang-ist-pleite-top-4221009> (26.07.2018).

ÖITZINGER G. (2018): Persönliche schriftliche Information per E-Mail vom 18.09.2018.

PAULI R. (1983): Das sind die vier Projekte für ein Kraftwerk in der Au. – In: Kurier,
30.07.1983, 5; auch online unter:
https://infothek.donauauen.at/fileadmin/Infothek/3_GeschichteNPDA/31_GeschichteNPDAbisErricht/313_AuseinandersetzungKWHaibu/3131_Vorphaseab1983/31311_ProKW/313112_KWPlanungen/00293_DassindvierProjKWinAu_Kurier_300783.pdf
(15.07.2018).

Region Marchfeld (Hrsg.) (2017): Lokale Entwicklungsstrategie Marchfeld 2014-2020;
https://www.regionmarchfeld.at/wp-content/uploads/2018/02/LES-Marchfeld_Phase-2_V9-final_2017_neu.pdf (09.07.2018).

Region Marchfeld (Hrsg.) (o.J.a): Über Leader. Was ist Leader?;
<https://www.regionmarchfeld.at/regionleader/was-ist-leader/> (09.07.2018).

Region Marchfeld (Hrsg.) (o.J.b): Über Uns. LAG-Vorstand;
<https://www.regionmarchfeld.at/regionleader/lag-vorstand/> (09.07.2018).

Region Marchfeld (Hrsg.) (o.J.c): Startseite. Neue Kooperation mit Bratislava;
<https://www.regionmarchfeld.at/kooperation-bratislava/> (09.07.2018).

Region Marchfeld (Hrsg.) (o.J.d): Niederösterreichische Landesausstellung 2022 in
der Region Marchfeld; <https://www.regionmarchfeld.at/region-marchfeld/bewerbung-zur-landesausstellung-2021/> (15.07.2018).

SCHINDLER T. und WIENERITSCH N. (2017): Süden wächst, der Norden schrumpft. Einwohnerzahl-Entwicklung. – In: Niederösterreichische Nachrichten (NÖN), 26.04.2017; auch online unter: <https://www.noen.at/gaenserndorf/einwohnerzahl-entwicklung-sueden-waechst-der-norden-schrumpft-einwohnerzahl-entwicklung-bewohner-46236089> (09.07.2018).

Schlösserreich (Hrsg.) (o.J.): Schloss Hof; <http://www.schloesserreich.at/schloss-hof.html> (15.07.2018).

Spektrum (Hrsg.) (o.J.): Lexika. Lexikon der Geographie. Naherholung; <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/naherholung/5331> (22.06.2018).

Umweltbundesamt (Hrsg.) (2006): 25 Jahre Nationalparks in Österreich. Natur ist Zukunft; auch online unter: http://www.umweltbundesamt.at/fileadmin/site/umweltthemen/naturschutz/Broschuer_e_25_Jahre_Nationalparks.pdf (12.07.2018)

Umweltbundesamt (Hrsg.) (o.J.a): Gesetze, EU-Richtlinien und Konventionen; <http://www.umweltbundesamt.at/umweltsituation/naturschutz/naturrecht/> (12.07.2018).

Umweltbundesamt (Hrsg.) (o.J.b): Nationalparks in Österreich; <http://www.umweltbundesamt.at/nationalparks> (12.07.2018).

9.3 Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Übersicht über die Entwicklung der Schutzgebietspolitik in Europa.....</i>	<i>6</i>
<i>Abbildung 2: Gegenüberstellung der zentralen Charakteristika der beiden Ansätze ..</i>	<i>8</i>
<i>Abbildung 3: Anzahl und Fläche der einzelnen Schutzgebietskategorien in Europa</i>	<i>11</i>
<i>Abbildung 4: Verteilung der Schutzgebietskategorien in Europa</i>	<i>12</i>
<i>Abbildung 5: Gegenüberstellung „hartes“ Reisen und „sanftes“ Reisen</i>	<i>22</i>
<i>Abbildung 6: Übersicht über die Gemeinden im Marchfeld.....</i>	<i>25</i>
<i>Abbildung 7: Übersichtskarte des Marchfeldkanals</i>	<i>27</i>
<i>Abbildung 8: Auflistung von Daten über die Nationalparks Österreichs.....</i>	<i>33</i>
<i>Abbildung 9: Übersicht über die Nationalparks in Österreich</i>	<i>34</i>

<i>Abbildung 10: Übersicht über den Donaustrom zwischen Schönau an der Donau und Eckartsau vor der Donauregulierung</i>	<i>35</i>
<i>Abbildung 11: Übersicht über die Ausweisung von Schutzgebieten im Bereich des heutigen Nationalparks Donau-Auen</i>	<i>36</i>
<i>Abbildung 12: Übersichtskarte zur geplanten Umleitung des Donaustromes im Zuge eines möglichen Baus des Wasserkraftwerks bei Hainburg im Jahr 1984.....</i>	<i>37</i>
<i>Abbildung 13: Übersicht der Organisationsstruktur des Nationalparks Donau-Auen.</i>	<i>43</i>
<i>Abbildung 14: Übersichtskarte Nationalpark Donau-Auen.....</i>	<i>45</i>
<i>Abbildung 15: Übersicht über die Lage der lokalen Betriebe</i>	<i>54</i>
<i>Abbildung 16: Anzahl der Ankünfte in Eckartsau von 2007 bis 2017.....</i>	<i>56</i>
<i>Abbildung 17: Anzahl der Nächtigungen in Eckartsau von 2007 bis 2017.....</i>	<i>57</i>
<i>Abbildung 18: Anzahl der Ankünfte in Groß-Enzersdorf von 2000 bis 2017.</i>	<i>57</i>
<i>Abbildung 19: Anzahl der Nächtigungen in Groß-Enzersdorf von 2000 bis 2017.</i>	<i>59</i>
<i>Abbildung 20: Anzahl der Ankünfte in Orth an der Donau von 2000 bis 2017.....</i>	<i>60</i>
<i>Abbildung 21: Anzahl der Nächtigungen in Orth an der Donau von 2000 bis 2017..</i>	<i>61</i>
<i>Abbildung 22: Anzahl der Ankünfte in Deutsch-Wagram von 2000 bis 2017.....</i>	<i>62</i>
<i>Abbildung 23: Anzahl der Nächtigungen in Deutsch-Wagram von 2000 bis 2017... </i>	<i>63</i>
<i>Abbildung 24: Anzahl der Ankünfte in Untersiebenbrunn von 2002 bis 2017.</i>	<i>63</i>
<i>Abbildung 25: Anzahl der Nächtigungen in Untersiebenbrunn von 2002 bis 2017. ..</i>	<i>64</i>

9.4 Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Übersicht über die interviewten GeschäftsführerInnen der lokalen Betriebe.</i>	<i>53</i>
<i>Tabelle 2: Übersicht über die interviewten ExpertInnen.</i>	<i>54</i>

9.5 Abkürzungsverzeichnis

Abb.: Abbildung

IP: Interviewprotokoll

Z: Zeile

10. Anhang

Interviewprotokoll 1, am 23.07.2018

Interviewpartner ist Johann Kianek, der Inhaber der „Marchfelder Pension“ in Orth an der Donau.

1) Seit wann besteht Ihr Unternehmen?

Seit 2002.

2) Wie viele Zimmer sind insgesamt vorhanden?

5 Ich habe in diesem Haus fünf Doppelzimmer und in einem anderen Haus fünf weitere Appartements.

3) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

Ich betreibe die Pension alleine.

4) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalpark Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

10 Ich bin in einer Frühstückspension aufgewachsen. Ich weiß, worum es früher ging oder worum es jetzt geht. Es sind nicht mehr Leute geworden, es sind nicht weniger geworden. Gerade jetzt habe ich zwei Leute, die vier Tage da sind wegen des Nationalparks, aber die Chance hast du selten bei mir, dass ich
15 wegen des Nationalparks Leute habe. Es kommen Leute dadurch nach Orth, weil der Nationalpark viel Werbung macht. Dadurch kennen die Leute aus anderen Gegenden, wie beispielsweise Deutschland, Orth. Es gibt schon Leute, die Wien besuchen und außerhalb schlafen möchten und die kommen manchmal nach Orth, weil es bekannt ist durch den Nationalpark, da dieser viel
20 Geld für die Werbung ausgibt. Das ist aber eher mit einem Wienbesuch verbunden. Das liegt daran, dass die Zimmer hier günstiger sind, man keine Probleme mit dem Auto wegen des Parkens hat und vielleicht doch noch auch einen Tag statt Wien der Nationalpark besucht wird. Aber das primäre Ziel bei diesen Leuten ist im Normalfall Wien.

25 5) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?

Ich habe schon oft Filmteams, die natürlich wegen des Nationalparks kommen, weil die hier einen Film drehen im Nationalpark. Das sind meistens Leute derselben Firma und einen Film zu drehen dauert oft Jahre. Die sind seit Jahren

30 bei mir und filmen alles was geht. Dann brauchen sie wieder eine Kleinigkeit und kommen wieder für drei Tage. Unter der Woche habe ich die Monteure und an den Wochenenden merke ich hauptsächlich die Radfahrer am Donauradweg. Die kommen zum Nationalparkzentrum und diese rufen mich an, ob ich ein
35 Zimmer frei habe. Sie fahren hauptsächlich bis nach Budapest den Schutzdamm entlang. Oder auch nach Bratislava. Viele fahren von Passau weg. Die kommen nicht wirklich wegen des Nationalparks, sondern einfach wegen des Donauradweges, der in der Nähe von Orth vorbei führt. Die fahren durch Wien und suchen sich dann entweder dort, oder eben draußen ein Quartier. Die wenigsten rufen vorher an, die meisten fahren auf gut Glück. Es werden immer
40 weniger Radfahrer. Das liegt nicht daran, dass keiner mehr Rad fährt, sondern, dass überall neue Radwege gebaut werden. Wie ich angefangen habe, musste man einmal am Donauradweg fahren. Mittlerweile hat jeder Fluss einen eigenen Radweg. Der Inn, die Enns. Überall wo mehr als drei Schlösser sind, gibt es jetzt einen Schlösserradweg. Es gibt überall hunderte Radwege. Ich habe früher
45 jeden Tag im Sommer in der Hochsaison 20 Radfahrer weggeschickt. Das ist nicht mehr so. Das ist viel weniger geworden. Das hat aber wie gesagt Nichts mit dem Nationalpark zu tun – ich glaube, dass sogar noch mehr Leute Rad fahren als früher – aber früher hat es weniger Quartiere gegeben. Diese waren voll und viele haben kein Quartier bekommen. Heutzutage schreibt das jeder ins
50 Internet und ich glaube, das hat sich rum gesprochen. Ich glaube auch dadurch, dass es eben früher weniger Quartiere gab, werden heute eher andere Radwege gefahren. Ist mir aber auch recht, schicke ich weniger weg. Unter der Woche habe ich sowieso die Arbeiter, die sind das Hauptgeschäft. Das liegt daran, dass die Pensionen hier im Vergleich zu den Quartieren in Wien günstiger sind. Je teurer die Unterkunft, umso größer ist der Anteil der Touristen.
55 In Orth und den anderen kleinen Pensionen ist Tourismus kaum relevant. In Groß-Enzersdorf, im Sachsengang, *[Anmerkung: Das Hotel „Am Sachsengang“ ist mit über hundert Zimmer eine der allergrößten Unterkünfte der Region]* gibt es wegen des Preises fast nur Touristen. Die reisen dann zwar hauptsächlich
60 nach Wien und bleiben nicht da, aber es sind Touristen. Von allen Gästen zusammen habe ich zirka 80 Prozent Monteure, 20 Prozent ist das Restliche. Hier kommt auch das Schloss für die Hochzeit dazu. Es werden oft Zimmer für weiter weg wohnende Verwandte gebucht. Das kann man auch

zum Nationalpark zählen, wenn in den Schlössern Orth oder Eckartsau eine
65 Hochzeit stattfindet. Man kann die Schlösser ja über den Nationalpark mieten.
Aber richtige Nationalparkbesucher sind so wenige, da könnte nicht einmal einer
in Orth davon leben.

Das Positivste am Nationalpark für mich ist, dass er genügend Mittel hat, um viel
Werbung für die Gemeinde Orth an der Donau zu machen. Er macht sehr viel
70 Werbung für die Gemeinde. Da schauen die Leute dann auf die Homepage der
Gemeinde und da stehe ich dann mit meiner Pension als Unterkunft. Die
Gemeinde könnte ohne Nationalpark niemals so viel Geld in die Werbung
stecken. Das Beste am Nationalpark ist, dass er Werbung für die ganze Region
und besonders für Orth macht. Das machen sie gut. Möglicherweise ist diese
75 Werbung oft sogar der ausschlaggebende Grund, dass Leute mich anrufen.
Schaden tut der Nationalpark uns nicht, aber er hilft auch nicht so wirklich. Wenn
ich der einzige in Orth wäre, wäre ich wahrscheinlich nicht einmal die vier bis
fünf Monate in der Hauptsaison voll. Aber es ist immerhin ein bisschen etwas.

Ich glaube, dass auf den Tourismus-Meldezettel, die wir ausfüllen und bei der
80 Gemeinde abgeben müssen, absichtlich nicht der Grund des Aufenthalts oben
steht. Sonst steht alles Oben, aber das nicht. Das wäre aber wichtig für
Tourismuszahlen. Das wollen sie aber nicht, weil man dadurch sagen kann,
dass man mehr Touristen hat. Viele sind aber keine Touristen, sondern arbeiten
hier. Das wäre meiner Meinung nach wichtig, dass man den Grund des
85 Aufenthalts auf die Meldezettel schreibt, aber ich glaube, das wollen sie nicht.

**6) Würden Sie sich wünschen, dass versucht wird, durch gezielte
Maßnahmen den Anteil der in der Region übernachtenden Personen an
den gesamten BesucherInnen zu erhöhen?**

Ich habe eigentlich für Wochentouristen keinen Platz. Wochenendtourismus
90 wäre mir lieber als Wochentourismus. Weil die Monteure sind doch das
Hauptgeschäft. Das sind Firmen, die über lange Zeiten immer wieder dieselben
Zimmer für dieselben Leute buchen. Ich kann unter der Woche gar keinen
aufnehmen. Arbeiter sind das Wichtigste. Unter der Woche – wenn ich wirklich
etwas frei habe – gebe ich maximal ein Zimmer an Touristen her.

95 7) Wo sind diese Arbeiter beschäftigt?

Entweder in Orth bei der Baxter *[Anmerkung: Die ehemalige Baxter ist heute in
die Firmen Shire und Pfizer]* aufgeteilt. Die waren aber schon einmal mehr. Die

meisten arbeiten aber in Wien bei einer Baufirma. Oder auch in der Zuckerfabrik in Leopoldsdorf. Vielleicht in Zukunft beim Lobautunnel, wenn der gegraben wird. Da muss man ein Glück haben und gerade in dieser Zeit leer sein. Die Firmen kommen nämlich und wollen genau ab dieser Woche ein Zimmer für die nächsten zwei Jahre, so kann man ein ordentliches Geschäft machen. Wenn du zur richtigen Zeit leer bist, kannst du die nächsten Jahre voll sein. Ich bin nicht so wie ein Hotel in Kitzbühel, wo die Leute eine Woche bleiben, bei mir bleiben sie ein Jahr. Das ist mein Hauptgeschäft, wenn am Wochenende mehr kommen würden, wäre ich aber auch nicht böse, weil man weiß ja nie wie es weitergehen wird.

8) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?

Einmal haben wir mit ihnen eine Bootstour auf der Donau gemacht, mit dem Chef selber, mit dem Manzano. War eine super Sache. Ganz am Anfang haben wir für die Eröffnung des Infozentrums eine Ehrenkarte bekommen. Aber sonst gibt es eigentlich nicht viel. Sie haben einfach im Infozentrum unsere Nummer und wenn Leute hinkommen – die Radfahrer glauben, hier ist ein Infozentrum für den Tourismus – dann rufen uns die Damen beim Infoschalter an und fragen, ob wir ein Zimmer frei haben. Da werden sie aber alle Pensionen in Orth anrufen. Außerdem hängt im Nationalparkzentrum eine Tafel mit allen Tourismusbetrieben in Orth – also Gasthäuser und Pensionen – wo auch die Nummern dabei stehen. Hierfür haben sie mich aber gar nicht gefragt, sondern es einfach aufgestellt. Sie teilen mir auch oft Folder aus. Die lege ich dann für meine Gäste auf, manche nützen dann das eine oder andere Angebot. Aber ich bekomme so viele Folder, die kann ich gar nicht alle auflegen. Die legen mir die *[Anmerkung: Mitarbeiter des Nationalparks]* einfach aufs Fensterbrett. Diese Angebote werden dann vielleicht auch von den Gästen daheim verbreitet. So spricht es sich doch herum.

9) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

Ideen habe ich keine. Ich habe auch nicht wirklich Zeit, um an einer Messe oder dergleichen teilzunehmen. Ich muss zu Hause sein, weil wenn jemand anläutet und er braucht ein Zimmer, muss ich da sein. Es gibt auch vom Land dieses

Projekt „Urlaub am Bauernhof“, die machen sehr viel, laden mich immer ein. Einmal war ich in Deutsch-Altenburg, weil es in der Nähe war, aber das meiste ist mir zu weit weg und ich brauche es auch nicht wirklich. Ich bin grundsätzlich
135 so zufrieden wie es ist, weil ich eh meistens ausgelastet bin. Sicher könnte es ab und zu ein wenig mehr sein, aber wenn das nicht ist, bin auch zufrieden. Bei uns ist Tourismus nicht das Hauptziel. Der Nationalpark hat schon viele Tagestouristen, das glaube ich schon. Auch der Binder *[Anmerkung: Gasthaus neben dem Nationalparkzentrum]* profitiert sicher stark von den Touristen. Und
140 das Caféhaus *[Anmerkung: Café „Zum Schauhuber“]* gegenüber profitiert sicher auch. Aber bei den Pensionen in Orth liegen Touristen des Nationalparks im einstelligen Prozentbereich.

10)Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken?

145 **Wenn ja, wie?**

Ich denke nicht, da ich immer zu Hause sein muss. Ich kann schwer am Wochenende wohin fahren und irgendwelche Strategien besprechen. Obwohl bei dieser Ausstellung in Petronell-Carnuntum *[Anmerkung: Es dürfte sich um die Landesausstellung des Jahres 2011 handeln]* vor ein paar Jahren habe ich
150 schon etwas gemerkt. Da waren schon Leute da. Da haben sich Leute zusammengetan in den einzelnen Ortschaften, da wurden viele Führungen gemacht und das ist glaube ich schon gut gegangen. Da haben mir viele Gäste erzählt, dass sie dahin fahren. Ich glaube schon, dass ich da profitieren kann. Bei irgendwelchen Inseraten, die für die Landesausstellung ausgegeben
155 werden, würde ich meine Pension aber natürlich schon auch anführen lassen.

Interviewprotokoll 2, am 26.07.2018

Roland Taibl betrieb ein Gasthaus, Café und eine Pension direkt gegenüber dem Nationalparkzentrum, alles stand – und steht auch noch – unter dem Namen „Zum Schauhuber“. Aufgrund von Differenzen mit dem Eigentümer der Lokale hat er diese Zusammenarbeit mit Ende des Jahres 2017 beendet. Seitdem führt er ein Café in Leopoldsdorf im Marchfeld sowie ein Gasthaus in Breitstetten. Aufgrund der Tatsache, dass das Café erst seit wenigen Wochen wieder betrieben wird, erscheint es mir wesentlich sinnvoller, ihn zu befragen, als mit dem neuen Geschäftsführer des

Cafés– er hat nur dieses in Betrieb und nicht die Pension und das Gasthaus – über den Einfluss des Nationalparks auf sein Geschäft zu sprechen.

1) Wie lange haben Sie das Gasthaus „Zum Schauhuber“ samt Café und Pension geführt?

Acht Jahre lang insgesamt.

2) Wie viele MitarbeiterInnen haben Sie beschäftigt?

5 Neun.

3) Wie viele Zimmer hatten Sie?

Sechs.

4) Würden Sie sich wünschen, dass versucht wird, durch gezielte Maßnahmen den Anteil der in der Region übernachtenden Personen an den gesamten BesucherInnen zu erhöhen?

10 Das hätte ich sehr begrüßt, wäre auch für die Region sicher nicht schlecht.

5) Spielten und Spielen regionale Zutaten bei Ihnen eine wichtige Rolle?

Vor allem frische Produkte waren und sind auch in meinen jetzigen Geschäften aus regionalen Betrieben.

15 6) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahr touristen) auf Ihren Betrieb hatten?

20 In der Sommersaison hatte ich sehr viele Radfahrer in der Pension. Ich hatte viele kurzfristige Gäste, die den Nationalpark besuchen wollten. An den Wochenenden hatte ich im Café und im Gasthaus in der Sommersaison schon zirka 50 Prozent Anteil an Kunden, die entweder mit dem Rad kamen oder im Nationalpark spazierten. Viele nutzten auch Angebote des Nationalparks und kamen davor oder danach zu mir hinüber. Unter der Woche war es natürlich weniger. An den Wochenenden habe ich sicherlich vom Nationalpark profitiert, auch, weil die Lage sehr gut war.

25 7) Gab es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?

30 Ich habe auch ein Café im Hof des Nationalparks betrieben, etwa drei oder vier Saisons lang. Im Rahmen dessen habe ich auch das Catering für ein jährlich stattfindendes Familienfest des Nationalparks gemacht. Das Café im Hof des Schlosses zu führen war allerdings schwierig, weil es vom Nationalpark kaum beworben wurde und daher wenig Geschäft war. Deshalb habe ich es dann auch aufgegeben. Ansonsten gab es keine Zusammenarbeit. Die

Verantwortlichen des Nationalparks gehen meiner Ansicht nach eher weniger auf die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung ein, was ich für einen schlechten Punkt halte. Das ist ihre Art. Ich würde eher mit der Region arbeiten und nicht gegen sie. Sie haben einfach gewisse Ansichten und rücken von den Standpunkten nicht ab, zeigen also kaum Kompromissbereitschaft.

8) Merken Sie an den neuen Standorten in Breitstetten und Leopoldsdorf im Marchfelde noch irgendeinen Einfluss des Nationalparks auf Ihr Geschäft?

Nein, hier merke ich Nichts vom Nationalpark. Vielleicht kommt das aber in den nächsten Jahren, wenn die Radwege im Marchfeld zusammengeschlossen werden. Das wäre interessant, dann könnten wir es dort auch spüren. Der Nationalpark ist eine begrenzte Sache, der nicht weit ausstrahlt. Das ist genauso wie bei Schlosshof, wo der Kopriva *[Anmerkung: hier handelt es sich um ein Gasthaus mit Hotel in der Gemeinde Untersiebenbrunn]* geglaubt hat, er kann davon profitieren, hat aber auch nicht wirklich funktioniert. Nationalpark ist sehr ortsbezogen.

9) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

Das ist sehr schwierig, weil jeder eine eigene Strategie fährt und keiner will nachgeben. Jeder möchte seinen Kopf durchsetzen. Es gibt wenig Miteinander, weil jeder feste Standpunkte hat, von denen er nicht abrückt. Das merkt man beispielsweise an Konflikten bei der Sanierung des Schutzdammes. *[Anmerkung: der Donauschutzdamm wird aktuell saniert, aufgrund von zahlreichen Tier- und Pflanzenschutzrichtlinien des Nationalparks verläuft diese Sanierung teilweise allerdings recht schleppend, was im Hinblick auf ein mögliches Hochwasser sehr ungünstig ist. Deshalb kommt es auch immer wieder zu Konflikten zwischen Nationalparkgemeinden und/oder deren BürgerInnen und der Nationalparkverwaltung]* Da darf ich mir nicht erhoffen, dass die Leute so stark für den Nationalpark sind, wenn ich so gegen die Leute bin. Der Nationalpark ist meiner Meinung nach nicht sehr zugänglich, deshalb habe ich auch aufgehört mit dem Café.

10) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken? Wenn ja, wie?

Ich glaube, man müsste vor allem auf Gemeindeebene agieren, weil man sonst zum Beispiel einen riesigen Folder hätte, wenn man einen für die ganze Region macht und jeder mitmachen will. Das ist dann schon wieder uninteressant. Ein
70 Folder sollte klein und präzise sein. Bei so etwas würde ich mitmachen und meine Geschäfte hineinschreiben lassen. Ansonsten habe ich eigentlich keine Idee.

Interviewprotokoll 3, am 30.07.2018

Mit Maria Kianek, der Mutter von Johann Kianek, langjährige Betreiberin der „Frühstückspension Maria“, welche sie 2016 an ihren anderen Sohn, Martin, übergeben hat.

1) Seit wann besteht Ihr Unternehmen?

Seit zirka 35 Jahren, seit Anfang der 1980er Jahre, ich glaube 1982. Da haben wir angefangen mit den ersten Zimmern und da es sich gut entwickelt hat, haben wir weiter ausgebaut. Ich war die Erste von Enzersdorf [Anmerkung:
5 *Groß-Enzersdorf*] bis Hainburg mit Privatzimmern. Damals gab es eigentlich keine Privatzimmer. Ich war sozusagen die Urheberin in der Region. Am Anfang waren die Leute kritisch und haben gefragt, was ich mit so vielen Zimmern will. Aber es hat sich gut entwickelt.

2) Wie viele Zimmer haben Sie?

10 Fünf Zimmer, wir dürfen ja als Privatzimmervermieter nicht mehr als zehn normale Betten plus ein paar Zusatzbetten anbieten. Das ist das Limit. Ansonsten heißt es Hotelbetrieb und da hat man andere Auflagen.

3) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

15 Ich habe es ganz alleine gemacht bis 2016, da habe ich an Martin [Anmerkung: *einer der Söhne*] übergeben und jetzt führt er den Betrieb weiter. Natürlich unterstützt man ihn irgendwo mit der Arbeit, ein bisschen bügeln und solche Dinge. Also wir haben keine Angestellten. Dürfen wir auch gar nicht als Privatpension.

20 **4) Würden Sie sich wünschen, dass versucht wird, durch gezielte Maßnahmen den Anteil der in der Region übernachtenden Personen an den gesamten BesucherInnen zu erhöhen?**

Es gibt Tage, wo man vielleicht sagt, es wäre super, wenn mehr kommen würden. Aber das gleicht sich auch wieder aus an Tagen, wo man Gäste wieder wegschickt. Es ist aber gut, wenn man viele Betten im Ort hat. Ich habe damals
25 selber viel Konkurrenz bekommen, aber die hat mir nicht geschadet. Gute Konkurrenz schadet nie. Das nehmen auch die Leute mit, die sagen, dass man in Orth gut schlafen kann. Weniger Zimmer schadet uns aber, weil da sagen die Leute: „Da brauchst du nicht hingehen, die haben keinen Platz“. Das spricht sich rum und schadet uns.

30 **5) Können Sie ihre Gästestruktur kurz beschreiben?**

Wir haben zirka 80 Prozent Monteure. Momentan ist es wegen des Damms
[Anmerkung: Die Sanierung des Donauschutzdammes führt zu einer Umleitung des Donauradweges] so, dass weniger Radfahrer sind. Wo die schlafen, weiß ich nicht. Das werden wir auch verkraften. Ich sage immer: Zwanzig Betten im
35 Jahre weniger haben und einen sicheren Damm, als in zwei Jahren zu schwimmen. Aber wir haben auch Städtetouristen, die schauen Wien an. Man kann sagen: die restlichen 20 Prozent teilen sich auch auf Nationalparktouristen, Städtetouristen und Radfahrer auf. Der Rest (80 Prozent) sind Arbeiter. Aber auch einige Arbeiter kommen irgendwann im Jahr vielleicht mit ihrer Familie
40 hierher und verbringen ein Wochenende hier. Da sind sie auch Touristen. Wenn es ihm in Orth gefällt, dann kommt er vielleicht auch mal mit Frau und Kind her. Das sind oft Leute, die sind drei oder vier Monate hier. Wir haben genug, die auch wieder in der Freizeit herkommen. Man kann von den Arbeitern oft viel mehr profitieren, als von einzelnen Touristen. Wenn er lange da ist und sich
45 wohl fühlt, kommt er immer wieder.

6) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalpark Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

Der Nationalpark ruft uns an und wir arbeiten mit ihnen. Das ist positiv. Aber
50 sonst hat es eigentlich nicht viel gegeben.

7) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?

Ich habe sehr viele Arbeiter. Wenn Orth an der Donau behauptet, sie sind eine Tourismusregion, dann ist das falsch. Dann ist es nicht in Ordnung. Sie
55 bekommen zwar Tourismusgeld, 1,60€ für jeden Gast. Das ist aber kein

Tourismus. Da sollte man meiner Ansicht nach trennen, dass das die Region ist und kein Tourismus. Mir ist es egal, wer hier schläft. Ein Monteur zahlt genauso gutes Geld wie ein Tourist, aber vom Nationalpark sind wir vielleicht im Bereich von zehn bis 15 Prozent, aber nicht mehr. Was es uns bringt, dem ganzen Ort, der ganzen Region, ist die Werbung. Es wird bekannter und so bewegt sich doch mehr. Auch bei den Gastgewerben. Wir Herbergebetriebe sind Motoren für das Gastgewerbe. Unsere Gäste gehen dorthin essen, weil sie bei uns nur Frühstück bekommen. Aber Tourismuszahlen sagen gar Nichts aus. Nächtigungszahlen sind keine Touristen. Manchmal ärgert es mich, wenn jemand behauptet, der Tourismus in Orth an der Donau sei gestiegen. Das stimmt überhaupt nicht. Wer Tourismus gehabt hat, das war der Danubius [Anmerkung: Hier handelt es sich um ein ehemaliges Orther Gasthaus mit dutzenden Zimmern, welches jedoch seit einigen Jahren geschlossen ist]. Der hat reinen Tourismus gehabt. Der hat keine Monteure gehabt, der hat nur Touristen gehabt. Die sind aus verschiedenen Ländern mit dem Autobus gekommen. Uns Betrieben schadet der Nationalpark aber überhaupt nicht. Auch wenn beispielsweise nur zehn Prozent der Gäste aus dem Nationalpark sind, ist das über das ganze Jahr gerechnet auch eine Summe. Da kann ich in einem kleinen Betrieb schon ein bisschen was machen. Manchmal ist es vielleicht auch mehr als zehn Prozent, aber so zirka ist es der Fall. Wir haben vom Nationalpark aber nicht nur Touristen sondern auch Personen in der Ausbildung, ich sage immer „Nationalpark-Studenten“ (lacht). Die haben wir auch oft da zum Schlafen. Jetzt gerade haben wir auch zwei. Das ist schon auch eine Form der Zusammenarbeit.

8) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?

Wie gesagt, sie rufen uns an, wenn Gäste bei ihnen stehen und fragen nach Zimmern. Dann werfen sie uns oft Prospekte hinein, die wir für die Gäste auflegen sollen, aber das war es eigentlich. Dass man zum Beispiel gemeinsam ein Projekt entwickelt kommt gar nicht vor.

9) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

Ich habe vor 30 Jahren einen guten Freund gehabt, das war der Chef vom
90 Sachsengang [Anmerkung: „Hotel am Sachsengang“ in Groß-Enzersdorf]. Mit
dem bin ich regelmäßig zu Seminaren gefahren. Von dem habe ich sehr viel
gelernt. Der hatte so viele Visionen, war damals aber schon über 70, wie ich
jetzt (lacht). Er hat gesagt, er hätte sich vorgestellt, Autobusse ins Marchfeld zu
bringen von Frankreich, weil Frankreich zum Teil sehr ähnlich wie Österreich ist.
95 Man könnte zum Beispiel im Marchfeld auf den Feldern eine Zwiebelstraße für
die Touristen machen. Man müsse nicht immer Bergwandern sagte er, sondern
man kann Räder zur Verfügung stellen und durch die Felder fahren und denen
das erklären. Beispielsweise die Gemüsezüchter. Vieles, was die Leute, vor
allem die jungen Leute, heute interessiert. Die wissen oft gar nicht, woher eine
100 Zwiebel kommt oder wie sie entsteht. Solche Dinge, habe ich gesagt, vielleicht
erreiche ich einmal das Alter, wo ich nicht mehr arbeite und mich mit solchen
Dingen beschäftigen kann. Ich hätte da ein paar Sachen im Kopf. Eben die
Zwiebelstraße zum Beispiel oder eine Ackerwanderung. Das wäre sicher keine
schlechte Sache, besonders im Frühjahr oder Herbst, wenn die Frucht
105 hereingebracht wird. Das wäre sicher interessant. Das könnte man ja zum
Beispiel mit den Schlössern verbinden. Früher waren das ja alles staubige
Felder, aber heute ist viel asphaltiert, heute gibt es Wege, da können sie sicher
drei bis vier Kilometer wandern. Das könnten Zwei-Stunden-Wanderungen sein,
wo sich die Leute, glaube ich, geistig ernähren können. Ich glaube nicht, dass
110 das langweilig wäre. Natürlich muss man jemanden haben, der das gut erklären
kann. Wenn ich das Nächste sage, dann glauben wieder alle, dass ich spinne
(lacht). Ich würde auch gerne die „Schupfn“ zu Hause umbauen auf Heubetten.
Da würde ich mir das schönste Heu aus dem Nationalpark holen, trocknen und
Heubetten machen. Wo man genügsam schlafen kann. Warum soll man so was
115 nicht machen? Mit einer Dusche und WC, mehr braucht man nicht. Das ist
einfach Natur, ein einfaches, natürliches Leben führen. Keinen Sieben-Sterne-
Tourismus. Da könnte man auch mit dem Nationalpark zusammenarbeiten.
Wenn mein Sohn das machen würde, dann wäre ich sofort dabei. Was auch
boomt, sind momentan die Fasslzimmer. Das hätte mich auch fasziniert. Das
120 wäre für unsere Region, für den Nationalpark – Thema Holz – super. Ich bin so
was von begeistert von diesen Fasslzimmern. Ich wäre für vieles, was
außergewöhnlich ist.

10) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken?

125 **Wenn ja, wie?**

Ich hätte schon Zeit dafür, ab und zu an Seminaren oder ähnliches teilzunehmen, weil ich nicht mehr so an den Betrieb gebunden bin. Da wäre ich dabei. Früher wäre es das nicht möglich gewesen, aber heute hätte ich Zeit. Oja, ganz früher war ich schon manchmal bei Seminaren oder so. Da hat die
130 Oma noch gelebt und mir im Betrieb geholfen, da ist das gegangen. Da waren wir oft in Deutsch Altenburg. Natürlich wäre ich auch bei einem regionalen Folder für Betriebe oder dergleichen dabei.

Interviewprotokoll 4, am 08.07.2018

Mit Christian Radl, Geschäftsführer von „Radls Genussparadies“, einem Hofladen, der an einen landwirtschaftlichen Betrieb angeschlossen ist. Der Betrieb befindet sich in dem kleinen Ort Probstdorf, der entlang der Donau Straße B3 zwischen Groß-Enzersdorf und Orth an der Donau liegt.

1) Seit wann betreiben Sie diesen (zusätzlichen) Hofladen?

Seit fast fünf Jahren, im Herbst 2013 haben wir eröffnet.

**2) Stellt der Hofladen einen wichtigen Teil Ihrer Arbeit dar oder sind sowohl die Tätigkeiten als auch die dadurch erzeugten Einkünfte für Sie eher
5 nebensächlich?**

Im Vergleich zum restlichen Betrieb ist es kein großer Teil, dadurch, dass wir nur am Freitag und am Samstag am Vormittag offen haben. Ich meine, ein Ausbau ist schon geplant, aber momentan ist es eher im kleineren Bereich.

3) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

10 Wir sind ein absoluter Familienbetrieb und machen den Hofladen alleine. Es stellt sich sozusagen immer jemand hinein, der an diesem Tag gerade Zeit hat.

4) Welche Produkte bieten Sie an? Ausschließlich eigene oder auch welche von Partnerbetrieben aus der Region?

Wir bieten neben eigenen Produkten auch Waren von Partnerbetrieben an.
15 Dabei versuchen wir, so regional wie möglich zu bleiben. Bei Dingen wie Milch oder Käse wird das allerdings recht schwer, das macht bei uns keiner mehr. Da

müssen wir dann weiter schauen und mit Betrieben aus anderen Teilen Niederösterreichs, wie etwa aus der Sankt Pöltner Gegend oder dem Waldviertel zusammenarbeiten. Das sind sozusagen die nächsten Betriebe, die so etwas machen. Wein haben wir beispielsweise aus Ollersdorf *[Anmerkung: Liegt im südlichen Weinviertel]*. Aber prinzipiell schauen wir, so regional wie möglich zu sein. Gemüse bieten wir natürlich von uns selbst an. Die Eier sind zum Beispiel von einem anderen Betrieb aus Probstdorf.

5) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?

Vielleicht kommt hin und wieder jemand, aber viel wäre mir nicht aufgefallen. Ich glaube, wenn wir direkt in Orth wären, dann würden wir das wesentlich stärker merken. Aber wenn die Leute einmal im Auto sitzen und von Orth wieder nach Hause, nach Wien oder so, fahren, dann ist es etwas anderes. Ich glaube zu diesem Schmankerlmarkt *[Anmerkung: Dieser findet jeden zweiten Samstag im Frühjahr und Sommer gegenüber dem Nationalparkzentrum in Orth an der Donau statt und dauert von etwa 8 Uhr bis 13 Uhr]* kommen die Leute eher am Ende. Aber, dass jemand auf dem Heimweg vom Nationalpark noch extra zu uns fährt und aus dem Auto aussteigt, um etwas zu kaufen, das kommt kaum vor. Ich würde es aber natürlich schon sehr begrüßen, wenn vermehrt Touristen des Nationalparks bei uns einkaufen. Es sind aber auch unsere Öffnungszeiten *[Anmerkung: Freitag von 13-18 Uhr und Samstag von 8-12 Uhr]* dafür wohl nicht optimal. Ich glaube, der wichtigste Tag für den Nationalpark ist der Sonntag, aber da haben wir zu. Oder vielleicht Samstag am Nachmittag. Wir sind aber prinzipiell schon mit unseren Kunden aus der Region zufrieden. Dafür, dass wir es nur innerhalb der Familie betreiben können wir auch nicht jeden Tag im Hofladen stehen. Unsere offenen Tage sind mit den Kunden aus der Region eigentlich gut ausgelastet. Natürlich würden wir zu zusätzlichem Geschäft nicht nein sagen. Angefangen haben wir eigentlich damals immer am Freitag von 15-18 Uhr. Dann haben wir es auf Samstag ausgeweitet und schließlich auch am Freitag verlängert. Also ein Ausbau ist schon geplant, aber wir sind grundsätzlich momentan eigentlich zufrieden.

6) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?

Eigentlich gar nicht. Es wäre aber sicher interessant, wenn es da etwas gäbe.

7) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

Puh, schwierige Frage, darüber habe ich noch kaum nachgedacht. Ich weiß gar nicht, was es in diesem Shop *[Anmerkung: Der Nationalparkshop im Schloss Orth]* gibt. Da wäre vielleicht eine Möglichkeit etwas zu machen. Hier hätten sie die Möglichkeit, regionale Produkte anzubieten, wenn die Leute ja eh schon da sind. Da könnten die Besucher den Ausflug mit dem Kauf regionaler Produkte verbinden.

8) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken? Wenn ja, wie? Evtl. im Zuge regionaler „Genussmessen“ oder „Genussfolder“?

Wenn man dabei wäre, wäre das schon gut, aber genaue Vorstellungen habe ich keine dazu. Eine Messe oder so wäre interessant, von Genussfoldern halte ich nicht viel, die legt man auf, die Leute nehmen sie mit, aber das schaut dann keiner an. In Schlosshof gibt es manchmal Märkte, aber die meisten Stände, wo man etwas zum Mitnehmen kaufen kann interessieren kaum jemanden. Spannender sind die Läden, wo man etwas zum direkt vor Ort Essen oder Trinken kaufen kann. Mitnehmen möchte kaum einer etwas. Da wäre es interessant, wenn die Gastronomie ein bisschen einsteigen würde. Mit regionalen Produkten regionale Gerichte kochen und die dann dort für die Besucher anbieten. Vielleicht ähnlich der Kulinarischen Wochen in Wien. Oder wenn man nach dem Besuch der Landesausstellung in Marchegg oder wo auch immer ins Gasthaus geht, dann könnte es für die Landessaustellung spezielle Gerichte geben, wo auch aufgelistet ist, von welchem regionalen Unternehmen die einzelnen Zutaten kommen. Da hätte man dann auch als Besucher einen Bezug dazu und hätte etwas von der Region. Ich glaube, ein guter Abschluss für den Besuch der Landesausstellung ist wichtig und die Leute werden häufig danach die Gastronomie aufsuchen. Das sollte man verbinden.

Interviewprotokoll 5, am 13.08.2018

Mit Karin Unger, der Geschäftsführerin der „Bauernspeis“ mit Standort in Wagram an der Donau. Der Bauernladen ist jedoch auch bei vielen Veranstaltungen in der Region sehr präsent und vertreibt einige Produkte auch im Schloss Eckartsau.

1) Seit wann betreiben Sie diesen (zusätzlichen) Hofladen?

Also, es ist so, wir haben eine kleine Landwirtschaft von meinen Eltern übernommen und auch ein Transportunternehmen. Die Landwirtschaft war immer nebenbei. Mein Vater hatte nur Getreide, Zuckerrüben und so angebaut.

5 Und ich habe den Unger Christian von Franzensdorf *[Anmerkung: kleine Nachbarortschaft von Wagram]* geheiratet. Sein Bruder hatte Spargel und Erdbeeren. Die Erdbeeren verkaufte er daheim in Franzensdorf nicht. Da haben wir gesagt, wir stellen hier einen Tisch hin und verkaufen sie Erdbeeren. So hat alles angefangen. Am Anfang haben wir nur Erdbeeren in der Saison verkauft.

10 Mittlerweile haben wir eine ehemalige PKW-Garage umgebaut und verkaufen hier unsere Produkte. Seit zirka 26 Jahren verkaufen wir die Erdbeeren Ab Hof. Er *[Anmerkung: Der Bruder ihres Mannes]* hat dann aufgehört, die Erdbeeren anzubauen, das haben wir dann selbst gemacht. Alles, was wir hier selbst anbauen haben wir dann verkauft. Es hat sich aber schon auch so entwickelt,

15 dass wir Produkte auch anderswo, zum Beispiel beim Magoschitz oder in Hainburg verkauft haben. Da habe ich lange nur unter der Saison die Garage ausgeräumt und von dort verkauft. Dann kam es so – ich habe drei Söhne, die waren in der Volksschule in Orth – dass es dort keine Schulmilch gab. Da habe ich den aus Wolfsthal Kramer *[Anmerkung: Milchbetrieb südlich der Donau, bei Hainburg]* kennengelernt und da habe ich dann während meine Söhne in der

20 Schule waren insgesamt fünf Jahre lang die Schulmilch bestellt. Da habe ich dann unter der Erdbeersaison angefangen, auch einen Kühlschrank mit Milch dazuzustellen. Da habe ich aber auch schon ein paar andere Dinge aus der Region gehabt, wie Milch, Honig und so. Das wurde von den Leuten total gut

25 angenommen. Da haben wir uns nach der Erdbeersaison gefragt, was machen wir jetzt? Wir haben uns entschieden, den Hofladen offen zu lassen. Damals haben wir Dienstag und Freitag offen gehabt und dann anschließend den Samstag dazu genommen. So wie es jetzt ist, betreibe ich es seit 2011. Das bekommt dann die Eigendynamik. Da habe ich dann auch Heurigen, Knoblauch

30 und so weiter dazubekommen aus der Region. Wir sind eigentlich eine
Greißlerei. Das hat meine Mutter immer gesagt. Wenn das ganze Jahr
Erdbeeren wären, unser eigenes Produkt, dann wär das in Ordnung. Aber der
Rest den wir verkaufen ist Liebhaberei. Meine Mutter ist 2015 gestorben und
hatte COPD. Die letzten Jahre ist sie oft hier gesessen und hat dann auch mit
35 den Verkäuferinnen gegessen, das war schön. Da hat dann auch eine soziale
Komponente mitgespielt. Ich mache den Hofladen so gerne. Da entwickelt man
eine ganz andere Beziehung zu den Leuten. Man lebt mit. Diese Wertschätzung,
diese Liebe fürs Detail kommt hier ganz stark zum Ausdruck. Dann habe ich vor
drei Jahren einen Direktvermarkterlehrgang in St. Pölten gemacht, der hat fast
40 ein halbes Jahr gedauert. Da hat man alles Mögliche gemacht, Steuerrecht,
Verkaufstechnik, Marketing, etc. Ein Tag hieß „Produktphilosophie“, da hatten
wir einen Vortragenden aus der Steiermark, der das „Vulkanland“ mitkreiert hat.
Der hat uns den Slogan „Wünsche deinem Nachbarn Reichtum“ ans Herz
gelegt. Man soll in der Region einkaufen und uns gegenseitig in die Höhe
45 ziehen. Diese Wertschätzung der Arbeit ist mir besonders wichtig. Davon soll
jeder in der Region gut leben können. Dafür kosten die Produkte etwas mehr,
aber der Kunde hat gute Qualität und schätzt sie dann auch dementsprechend.
Das war mir ein großes Anliegen. Das ist eigentlich auch so der Grund, warum
ich das hier so

50 **2) Stellt der Hofladen einen wichtigen Teil Ihrer Arbeit dar oder sind sowohl
die Tätigkeiten als auch die dadurch erzeugten Einkünfte für Sie eher
nebensächlich?**

Wir leben vom Transportunternehmen, da sitze ich im Büro, mache die
Buchhaltung und die Lohnverrechnung. Nebenbei haben wir auch noch eine
55 kleine Landwirtschaft. Der Hofladen ist mein Hobby. Es ist aber schon
manchmal viel Arbeit und ich habe auch einige geringfügige Helferinnen dafür.
Es steckt ja viel Arbeit im Hintergrund. Mittlerweile ist aber der Bauernladen so
etwas wie ein zusätzliches Standbein für uns.

3) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

60 Drei Verkäuferinnen, geringfügig angestellt. Die Hintergrundarbeit mache ich
selbst.

**4) Welche Produkte bieten Sie an? Ausschließlich eigene oder auch welche
von Partnerbetrieben aus der Region?**

Natürlich unsere eigenen Produkte. Wir machen sehr viel aus den Erdbeeren: Nektar, Frizzante usw. Aber auch Produkte von anderen regionalen Betrieben, aber hauptsächlich nichtgewerblichen. Zum Beispiel Schafskäse, Würsteln, Knoblauch, Safran, Gemüse, Obst.

5) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

Ich bin ein totaler Verfechter, dass man den Tourismus belebt. Der Laden ist nicht wirklich betroffen, aber wir haben ein Bauernhaus in Wagram gekauft und saniert. Das ist im 70er Jahre Stil eingerichtet. Dann habe ich das über eine Online-Plattform vermietet. Alleine im Juli hatte ich Gäste mit fünf verschiedenen Nationalitäten. Ich bin bis Ende September dort ausgebucht. Man darf hier einen Hund mitnehmen und das kommt gut an. Manche haben ein Programm, andere nicht, die schicke ich dann nach Orth in den Nationalpark, dann zum Binder Essen, nach Eckartsau ins Schloss, nach Schlosshof. Viele fahren auch nach Wien. Aber die Nachfrage ist schon sehr groß. Am Anfang der Vermietung bin ich belächelt worden, weil sich niemand vorstellen konnte, dass jemand nach Wagram in den Urlaub fahren möchte. Es ist aber sicher billiger hier, mit Hund sowieso ideal, weil es einen Hof gibt. Die Lage ist super, mit dem Auto ist man gleich in Wien oder Bratislava. Die beleben aber auch die regionale Wirtschaft. Kaufen bei mir im Laden ein, gehen zum Bäcker und ins Gasthaus essen. Leider gehen sie auch manchmal zum Billa, das lässt sich nicht vermeiden (lacht). Da ist viel Potenzial vorhanden, die Leute glauben das gar nicht. Die Leute lassen dann auch viel Geld da. Ich schicke sie sehr viel in der Region herum. Aber die Einheimischen stehen dem auch leider ein wenig skeptisch gegenüber und meinen: „Wir brauchen niemanden Fremden hier“. Die Vermietung haben wir seit 2012, zuerst waren Dauermieter drin, jetzt aber Touristen, die ein paar Tage bis eine Woche hier verbringen. Das weiß aber keiner, dass es so was überhaupt in Wagram gibt. Dabei gäbe es so viele leerstehende Häuser. Man macht so viele tolle Erfahrungen. Für mich ist es eine Bereicherung. Ich glaube auch für die Region. Sie wurde natürlich durch den Nationalpark aufgewertet. Ich finde Orth ist sehr schön. Mit dem Nationalparkzentrum und dem Platz mit der Mariensäule davor. Das hat fast etwas von Urlaub (lacht).

6) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben? (Insgesamt und im Hofladen)

100 Siehe zusätzlich Frage 5

Radfahrer haben wir kaum. Liegt auch daran, dass viele spontan vor Ort eine Unterkunft buchen und wir nur über eine Plattform erreichbar sind. Die bleiben aber auch nur maximal ein bis zwei Nächte. Da sind mir andere Touristen ein wenig lieber, weil das dann viel mehr Arbeit wäre mit Bettwäsche wechseln und putzen. Durch die Umleitung des Schutzdammes sieht man erst, wie viele Radfahrer hier verkehren. Da wäre großes Potenzial vorhanden. Wir haben auch schon überlegt, auf einem unserer Äcker in der Au einen Stand aufzustellen, weil eben so viele vorbeikommen (lacht).

105 Ich denke, der Nationalpark ist absolut eine Bereicherung. Bei der Gründung des Nationalparks war die Allgemeine Meinung, dass man ihn hier nicht braucht. Ich denke, es braucht eine Generation, also so 25 Jahre, bis die Leute umdenken. Ich denke, dass Orth und natürlich auch das Schloss dadurch enorm bereichert wurden. Ich finde auch die Schlossinsel sehr toll. Der Nationalpark ist absolut ein Gewinn für die Region, auch wenn das früher oft nicht so gesehen wurde und auch von Einigen heute noch nicht. Für mich ist Rücksichtnahme auf die Natur schon wichtig. Aber wenn auf dem Schutzdamm irgendwelche Orchideen wachsen und sich die Sanierung dadurch verzögert, möchte ich nicht ertrinken. Da sind sie mir manchmal zu weltfremd. Der Schutzdamm ist schließlich selbst nicht natürlich. Bei aller Liebe zum Nationalpark, das sollte nicht sein. Natürlich kann der Nationalpark eine Menge Geld für Werbung zur Verfügung. Aber auch die Marchfeldschlösser sind hier enorm wichtig, weil sie wohl noch bekannter sind.

7) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?

125 Wir waren heuer beim Familienfest in Orth. Das ging sehr gut. Wir waren schon auf einigen Festen in Orth. Da waren schon viele, die beim Heimgehen etwas mitgenommen haben. Auf diese Veranstaltungen nehme ich nur unsere eigenen Erdbeersachen mit. Ich finde es schade, dass viele der Gastronomen regionale Produkte nicht wirklich annehmen. Sie verkaufen Pago, Cola, Almdudler, Fanta und Eistee. Auch auf den ganzen kleinen Festen in der Umgebung gingen sicher

Erdbeerradler oder Erdbeerspritzer sehr gut, aber immer muss Cola verkauft werden. Warum MUSS das verkauft werden? Da nehme ich Apfelsaft aus der Region, aber dieses Umdenken findet nur sehr langsam statt. Auch bei unserer Feuerwehr: Denen schenke ich bei ihrem jährlichen Heuriger unseren Erdbeernektar und bitte sie nur darum, ihn auch auf die Karte zu schreiben. Ich wünsche mir einmal ein Fest, wo es kein Coca-Cola und so gibt. Das geht aber auch nur, wenn man das wirklich ansehnlich zubereitet und dahintersteht, dass es verkauft wird. Ich möchte auch gerne ein wenig ausbauen, einen Lagerraum und Präsentationsraum. Da würde ich dann Busse einladen, um Verkostungen zu machen oder auch über regionale Gegebenheiten zu sprechen. Ich bin schon motiviert, auch wenn ich in neun Jahren in Pension gehen könnte. Aber man ist ja auch ein gewisser Motor, weil sich beispielsweise viele kleine Betriebe dadurch schon Einiges dazuverdienen können, wenn sie ihre Produkte bei mir verkaufen. Die lassen aber das Geld dann auch in der Region, weil sie ja wieder in ihren Betrieb investieren. Es ist aber enorm mühsam mit dieser Bürokratie: Lebensmittelinspektor, Hygieneplan. Diese Schikane der Kleinen ist manchmal sehr lästig. Manche Vorschriften sind sinnlos, wie die Schriftgröße auf dem Marmeladenglas. Da will man etwas tun und wird mit so viel Bürokratie geärgert. Mit der Frau Neubauer vom Regionalbüro in Carnuntum haben wir mit der „Genuss-Initiative“ erst etwas Tolles gemacht. Aber so einen Folder kann man nicht jedes Jahr machen. Da sind viele regionale Betriebe drin. Das war einmal wenigstens etwas, das man dann auch physisch in der Hand halten konnte. Manchmal fehlt mir wirklich auch von den öffentlichen Stellen das Engagement für die Region ein wenig. Ich glaube, man sollte die Landwirtschaft mehr fokussieren, was für viele ein wenig ein Zubrot sein kann.

8) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

Meiner Meinung nach ist der springende Punkt, den Gedanken zu leben „Wünsche deinem Nachbarn Reichtum“. Wenn sich der Wirt denkt, ich kaufe einen regionalen Erdbeernektar oder Apfelsaft und der kostet eben 50 Cent mehr als ein Pago, wo die Erdbeeren aus Italien drin sind, dann gäbe es sicher auch genug Leute, die sagen würden, dass sie so etwas nehmen. Ich denke, da würden dann die Leute auch zum Beispiel 2,80€ für einen Apfelsaft oder

165 Traubensaft zahlen als 2,50€ für einen Eistee. Aber das bleibt in der Region und das ist schließlich für uns alle gut. Das fehlt vielen. Aber viele sagen, man muss schauen, dass man billig einkauft. Auch die Bauern müssen umdenken, man muss sich gegenseitig etwas vergönnen. Auf den ganzen Festen gibt es irgendwelche Käsekrainer vom Metro, da gehe ich doch zum Neumayer

170 *[Anmerkung: Fleischerei in Orth an der Donau]* und kaufe das dort. Was hat das Tier vom Kotelett beim Hofer bitte für ein Leben gehabt? Da mache ich bei den Festen doch etwas mit Zwiebeln oder Erdäpfeln. Da muss ich immer zuerst schauen, was ich produziere oder was ein Kollege aus der Region produziert und das bieten wir an, bevor wir etwas von irgendwo kaufen. So könnten wir uns

175 gegenseitig ein bisschen stärken. Aber das fehlt. Das fehlt total. Wenn man so denkt, dann tut man sich viel leichter. Das Gedankengut ist noch nicht vorhanden. Das dauert wohl zirka 25 Jahre, also eine Generation. Ich glaube, den Marchfeldern geht es zu gut, um so zu denken. In der Steiermark gibt es fast in jedem Dorf einen Hofladen. Die hatten den Druck, weil sie früher die

180 Viehwirtschaft hatten und das war dann aber immer weniger wert. Da mussten sie etwas tun, weil sie von nichts mehr leben konnten. Hier bei uns ist es noch nicht so schlimm.

Ich glaube, der Nationalpark und auch die Vertretungen der Region müssten viel stärker unsere Produkte anbieten. Schloss Eckartsau macht das gut. Die

185 verkaufen unseren Erdbeernektar und Marillennektar. Die dürften einfach kein Cola und kein Fanta anbieten. Auch im Nationalparkzentrum könnte man so was anbieten.

Etwas anderes, was es auch in der Steiermark gibt, das könnten zum Beispiel die Wirten machen. Da steht beim Eingang eine riesen Tafel mit 25 Namen, von

190 wem die einzelnen Produkte sind. Das gibt es da nicht, weil auch viele Produkte nicht von hier sind. Das gehört gemacht. Dann gibt es überall Ständer mit Karten, wo für BesucherInnen relevante Betriebe, wie Pensionen oder Gasthäuser angeführt sind. Das nehmen sie dann mit. Das gibt es in diesem Ausmaß hier auch nicht. Man müsste sich gegenseitig präsentieren. Man

195 müsste gegenseitig stolz darauf sein, dass man das Brot vom Pestuka *[Anmerkung: Bäckerei in Haringsee]* verkauft und es sich nicht von irgendwo liefern lässt, nur weil es gemütlicher ist. Ich finde, die Gemütlichkeit ist auch sehr schlimm. Da fahre ich zum Windisch *[Anmerkung: Getränkehandel in*

200 *Mannsdorf]* und kaufe die Glasflaschen, aber alle holen vom Billa diese
Plastikflaschen. Wir müssen damit anfangen umzudenken. Da müssten diese
Zentren *[Anmerkung: LEADER, Nationalpark und die Marchfeldschlösser]*
unsere Produkte auch verstärkt anbieten. Aber auch die Gastronomen. Auf
Veranstaltungen sollten auch vermehrt solche Produkte angeboten werden. Das
ist dann halt vielleicht ein wenig teurer, aber dafür hegen die Leute eine
205 Wertschätzung für das Produkt. Das ist von hier und nicht von irgendwo. Das
muss es mir einfach wert sein, solange ich es mir leisten kann. Aber das
unterstützen die Leute nicht wirklich. Oft fehlt wirklich auch bei regionalen
Veranstaltungen der Blick fürs Detail, wenn Apfelsaft aus dem Tetrapack oder
Lachsbrötchen vom Billa genommen werden, anstatt auf regionale Produkte
210 zurückzugreifen. Auch hier müsste man umdenken und gerade bei so
Regionsveranstaltungen vielmehr auf regionale Produkte zurückgreifen und
auch stolz darauf sein. Auch die Gemeinden müssten ihre Betriebe verstärkt auf
regionale Produkte hinleiten. Natürlich kann man denen das nicht vorschreiben.
Aber die regionalen Produkte sollten überall mit Stolz präsentiert werden. Aber
215 ich glaube, das wird schon. Es dauert halt noch.

**9) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des
Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken?
Wenn ja, wie?**

220 Auch für die Landesausstellung sind solche Dinge wichtig. Ich bin absolut dabei,
wenn es um solche Dinge geht. Da bin ich immer dabei.

Interviewprotokoll 6, am 16.08.2018

Mit Karin Braun und ,der Geschäftsführerin des „Gasthaus Binder“ und ihrem Gatten
Andreas. Das Gasthaus befindet sich direkt neben dem Schloss Orth.

A: Andreas Braun

K: Karin Braun

1) Seit wann besteht Ihr Unternehmen?

K: Seit 1987.

2) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

K: 15.

5 **3) Spielen regionale Zutaten bei Ihnen eine wichtige Rolle?**

K: Ja, das ist ganz wichtig für uns.

4) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

10 K: Ja, es hat sich schon Einiges verändert.

5) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?

15 K: Die Gäste des Nationalparks sind schon sehr relevant für unser Geschäft. Ich glaube, dass generell in Orth nicht so viel gemacht worden wäre, wenn der Nationalpark nicht da wäre. Das fängt schon an bei der Erhaltung des Schlosses, das früher nicht so besonders nett ausgehen hat. Man kann sagen, dass bei uns auch früher immer schon mittags viel los war, aber dieses Nachmittagsgeschäft, wo die Ausflugsgäste viel konsumieren, das ist schon enorm gestiegen. Sogar im Winter, obwohl das Schloss zu hat, merkt man schon, dass die Werbungen für Winterwanderungen funktionieren. Da kommen dann die Leute erst auf die Idee, im Winter durch die Au zu spazieren, was auch einen Reiz hat.

20 A: Einen Anteil der Touristen an den gesamten Gästen auszumachen ist sehr schwierig. Manche, vor allem Kinder, haben diese Pickerl oben, das ist dann eindeutig. Aber auch bei manchen älteren Menschen sieht man es sofort. Das ist insgesamt stark tagesabhängig, manchmal ist es sehr viel, manchmal weniger. Man merkt halt, dass es gerade mit Kindern sehr interessant ist. Überhaupt jetzt in der Ferienzeit, da machen viele halt keinen Urlaub sondern eben einen Tagesausflug hierher.

25 Für die ist das interessant, die nehmen das schon an. Da merkt man schon, dass der Trend in Richtung Kurzausflüge geht. Aber Orth war immer belebt. Man hat gesehen, wie viel Gasthäuser waren. Früher haben wir fünf bis sechs Gasthäuser gehabt, jetzt sind wir zwei.

30 K: Ich denke schon, dass der Nationalpark der Region etwas bringt. Auch die Einstellung der Menschen hat sich geändert. Sie wollen etwas Regionales, auf die Umwelt achten. Das zieht die Menschen an. Sie wollen mehr in der Natur sein, viele machen das lieber als Städtereisen. Die Leute wollen mehr erfahren, was in ihrem Umfeld passiert. Ich glaube auch, dass der Nationalpark gut

Werbung macht. Die können sich gut vermarkten. Das ist natürlich gut, wenn die
40 Leute Orth mit dem Nationalpark und den Donau-Auen generell verbinden. Da
konsumieren die Leute natürlich auch etwas, sie müssen ja essen, trinken und
so. Ich glaube, Orth würde heute ohne Nationalpark anders aussehen. Früher
waren die Gäste vielmehr ortsbezogen in ihren Reisen. Diese Gäste von früher,
die immer nach Orth – auch ohne Nationalpark – gekommen sind, sind
45 mittlerweile aber schon relativ alt. Die wären irgendwann weggefallen. Da ist der
Nationalpark als Marke gut, um neue Gäste zu gewinnen. Die verschiedenen
Angebote sind schon sehr gut. Das kommt auch bei den Jungen super an. Ich
könnte mir Orth ohne den Nationalpark nicht mehr vorstellen.

6) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb?

50 **Wenn ja, welche?**

K: Der Start war damals, dass sie gesagt haben, wir sollen unbedingt ein
Gericht auf die Karte geben, das die Leute mit Orth verbinden. Wir haben uns
dann für den „Orther Schlossteller“ *[Anmerkung: Hier handelt es sich um eine
Platte mit verschiedenen Fischarten]* entschieden. Der kommt auch gut an. Da
55 verbinden die Leute unser Gasthaus gleich mit der Donau. Ansonsten arbeiten
wir gut zusammen. Sie stellen Aufsteller bei uns auf, fragen wegen Gruppen an,
vermitteln uns Gruppen. Das machen sie aber natürlich bei den anderen auch.

A: Sie kommen dann aber natürlich auch mit Gruppen. Essen dann hier,
machen auch den Tagesabschluss oft hier. Sie gehen schon auf uns ein.

60 **K:** Man merkt auch, dass diese ablehnende Haltung der Bevölkerung schon
erschläft. Früher haben die Leute so viel über den Nationalpark geschimpft.
Jetzt ist es generell mehr Miteinander. Klar, sie haben auch ihre Vorschriften,
aber oft wird auch ein Auge zugedrückt, wenn etwas mal nicht so ist. Man kennt
sich auch einfach nach der Zeit. Es dauert, bis man sich aneinander gewöhnt.
65 Aber mittlerweile funktioniert es gut. Der Nationalpark ist wichtig. Es ist gut, dass
Regeln aufgestellt werden, wie man sich dort zu verhalten hat. Wir selbst waren
damals auch nicht wirklich erfreut über den Nationalpark, da wir auch selbst
nicht wirklich wussten, was uns erwartet. Man hatte auch Angst, dass einem
jetzt fast Alles verboten wird. Aber so ist es ja jetzt nicht. Es wird schon auf
70 vieles geschaut.

A: Für die Region bringt der Nationalpark sicher Etwas. Es kommen viele
Wiener mit den Kindern zur Schlossinsel. Es gibt Leute, die gehen in die Au

Schildkröten anschauen, oder Kröten. Einer, der am Land wohnt, den interessiert es nicht so, weil er das eh schon hundertmal gesehen hat. Aber
75 einer, der in Wien sitzt – und wir haben ja 90 Prozent Wiener – der findet das spannend. Die kommen dann an den Wochenenden aus den Wohnungen und wollen an die frische Luft. Heute kommen die Leute wirklich in die Au und schauen sich Kröten an. Bei uns interessiert das die Leute nicht so, weil sie ja eh zumindest teilweise mit der Natur aufwachsen. Als Einheimischer bekommt
80 man trotzdem aber auch viel mit. Irgendwo liest man einen Folder, da erfährt man schon auch viel Neues.

K: Ich habe vor einiger Zeit mit einem Hainburger gesprochen, hier hätte ja das Nationalparkzentrum hinkommen sollen. Damals wollten sie es nicht und heute weinen sie dem nach. Das ist eine Katastrophe, was da vor sich geht. Hainburg
85 ist im Prinzip gestorben. Der Tourismus ist kaputt, die ganzen Lokale – alle tot. Die wären froh, wenn sie solche Zahlen aufweisen könnten wie wir.

A: Gerade auf dem Land braucht man etwas. Was gibt es denn da? Ja, Radfahren und Essen gehen. Aber das ist auf Dauer zu wenig. Auch, wenn es nur das Schloss ist und man kann sich irgendetwas anschauen. Das reicht oft
90 schon in so Regionen.

Sie machen es eigentlich schon spannend. Die Bootstouren und so sind toll. Die Leute, die das machen sind begeistert. Das sind oft Familien- oder Firmenausflüge. Die buchen so etwas und fahren dann mit dem Boot. Nach Hainburg zum Beispiel. Das ist wirklich okay. Ich meine, ja, sie bieten ihnen halt
95 etwas. Für die Region, was willst du ihnen sonst bieten? Das sind noch so Sachen, die man in so einer Region anbieten kann, die noch am Meisten ziehen. Ich glaube, dass das wirklich zum Großteil funktioniert. Auf lange Sicht rentiert sich das schon in dieser Region, für alle.

K: Du siehst auch, an den Wochenenden sind die Parkplätze schon in der Früh voll. Also die Leute gehen hier. Auch, wenn sie jetzt nicht unbedingt eine Führung mitmachen, aber sie gehen diese Wege ab.
100

A: Das sind sie früher auch. Wiener sind immer hinausgekommen. Radfahrer waren auch immer da. Aber die Leute wollen immer mehr Abwechslung und neue Angebote. Und das macht der Nationalpark gut, das zieht. Die brauchen
105 einfach eine Beschäftigung. Da gibt's halt wirklich etwas. Das ganze

Gesamtpaket passt. Ich glaube, dass das schon förderlich war für die Region. Orth war immer sehr beliebt. Aber der Ortskern ist trotzdem heute ausgestorben.

7) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

K: Wir arbeiten viel mit dem Tourismusverband Römerland Carnuntum-Marchfeld zusammen. Die bieten eben Nationalparkführungen an und auch die Schlössertouren. Die haben relativ viel am Programm. Das funktioniert gut. Was man noch anders machen könnte, ist schwierig.

A: Wie gesagt, die Schlössertouren bieten sie an, da haben wir auch definitiv Anfragen für Gruppen zum Essen. Das funktioniert unproblematisch. Das sind im Prinzip Gruppen, die dann reservieren. Das ist dann für uns auch gleich eine Werbung, weil die Leute dann außerhalb der Touren auch so zu uns kommen. Das sind oft Pensionisten, aber auch Firmen mit jungen Leuten, die so etwas buchen. Einmal ist es mehr, einmal weniger.

K: Ich finde, wir sollten uns in Orth auch noch besser als Nationalparkgemeinde vermarkten. Da muss schon die Ortseinfahrt besser aussehen. Da muss ich explizit hinschreiben: „Willkommen in der Nationalparkgemeinde Orth an der Donau“. Da könnte man etwas in die Hand nehmen und solche Dinge attraktiver gestalten.

A: Aber ich glaube, Orth hätte das gar nicht notwendig. Die Ortschaft ist schon immer gut da gestanden. Als wir die Baxter gehabt haben, ging es uns super. Das ist jetzt zum Teil weggefallen. Aber die Gäste in der Ortschaft bringen schon viel. Auch die Kommunalsteuern sind nicht zu unterschätzen. Natürlich könnte man immer alles schöner und besser machen, aber das ist halt schwierig. Sie versuchen es eh. Irgendwo fehlt es halt immer ein wenig an Geld. Man kann nicht 70 Sachen machen, wenn man nur für 20 Geld hat. Das ist aber überall so.

K: Der Nationalpark bewirbt das aber eigentlich eh super. Die haben viel Geld. Wenn ich bedenke, wie das Schloss vorher ausgesehen hat.

8) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken? Wenn ja, wie?

140 **K:** Das wäre sicher nicht uninteressant. Die stecken ja alle sehr viel Hoffnung in diese Landesausstellung. Da könnte man schon etwas machen.

Interviewprotokoll 7, am 20.08.2018

Mit Werner Magoschitz, Geschäftsführer von „Solo Select Magoschitz GmbH“. Der landwirtschaftliche Betrieb ist in erster Linie für seinen Spargel bekannt und stellt eines der größten Unternehmen dieser Form in der Region dar. Der angegliederte Hofladen ist der größte der in dieser Arbeit betrachteten Betriebe dieser Art.

1) Seit wann betreiben Sie diesen (zusätzlichen) Hofladen?

5 Das Ganze hat sich entwickelt: 1975 haben wir mit dem Hofladen begonnen. Früher war das in kleinerem Stil. Das ist natürlich gewachsen, auch das Sortiment ist natürlich größer geworden, weil der heutige Konsument nicht nur mehr ein Produkt kaufen möchte. Sondern er möchte auch gleich mehr kaufen und sich regional versorgen. Die Regionalität der Produkte würde ich fast über die Bioprodukte stellen.

2) Stellt der Hofladen einen wichtigen Teil Ihrer Arbeit dar oder sind sowohl die Tätigkeiten als auch die dadurch erzeugten Einkünfte für Sie eher nebensächlich?

10

Naja, ich kann es nur von der Spargelmenge her beschreiben. Wir setzten so zehn Prozent unserer Spargelproduktion im Hof ab. Das ist für unsere Betriebsgröße relativ viel.

3) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

15 Das ist saisonal unterschiedlich. In der Spargelzeit haben wir vier Personen. Jetzt macht das eine, teilweise hilft am Wochenende eine zweite Person aus.

4) Welche Produkte bieten Sie an? Ausschließlich eigene oder auch welche von Partnerbetrieben aus der Region?

20 Eigene natürlich. Zusätzlich haben wir das Sortiment erweitert durch Kooperationen mit anderen Bauern beziehungsweise für eine Regalbenützungsgebühr können gewisse Betriebe die Möglichkeit nutzen, Produkte bei uns zu verkaufen.

5) **Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?**

Siehe Frage 6

6) **Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?**

Ich glaube, die Nationalparksbesucher machen nicht einen so hohen Prozentsatz bei uns aus. Es sind aber vor allem Mitarbeiter des Nationalparks, die sehr oft einkaufen kommen. Die sehe ich öfters. Aber vom Besucherstrom merken wir nicht sehr viel. Das ist aber natürlich auch nicht immer einfach zu sagen, weil das ja nicht offensichtlich ist, wer Gast im Nationalpark ist. Wir haben einfach im Laufe der Jahre einen Kundenstock aus der Region aufgebaut, die kommen in erster Linie. Wir machen aber jetzt auch nicht besonders viel Werbung für unseren Hofladen, das ist eher Mundpropaganda der Leute. Das ist eher eine langsame Strategie, ein langsames Wachstum.

Für mich ist aber der Naturschutz irgendwie unvereinbar mit der Vermarktung der Region. Ich habe den Eindruck, dass dadurch Natur verkauft wird. Man versucht, den Leuten Natur näherzubringen, aber jedes Näherbringen ist eigentlich auch eine Naturbelastung oder Naturzerstörung. Ich weiß nicht, ob da wirklich Nachhaltigkeit so im Vordergrund steht. Dinge wie gewisse Viehbewirtschaftungen oder auch der Umgang mit Totholz halte ich in der jetzigen Form nicht immer für sinnvoll.

Ich denke aber generell, dass durch die Tagesausflügler des Nationalparks in erster Linie die lokale Gastronomie profitiert. Die machen einen Ausflug und gehen dann Mittagessen. Dafür ist der Nationalpark sicherlich förderlich.

7) **Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?**

Nein, eigentlich nicht. Vom Schloss Eckartsau bekommen wir oft Plakate, wenn Veranstaltungen sind. Das bringen manchmal Mitarbeiter, die bei uns einkaufen. Hin und wieder haben wir auch Plakate von Veranstaltungen vom Nationalpark.

8) **Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?**

Wir haben jetzt jüngst mit dem Tourismusverband Römerland Carnuntum-Marchfeld gesprochen. Wir überlegen uns einige Dinge, um zwei Aspekte abzudecken: Das Erste ist, dem Konsumenten, der mit der Landwirtschaft nichts zu tun hat, Landwirtschaft näherzubringen. Dass die einen kleinen Einblick in die Betriebe bekommen. Und auch Kooperationen mit der Gastronomie, dass die auch zwei bis drei Tage in der Region verbringen, einige Betriebe besichtigen, am Abend einen Heurigen besuchen und in der Region nächtigen. Das sind Konzepte, die sind schon im Laufen. Das hat jetzt nicht direkt etwas mit dem Nationalpark zu tun, stellt aber für die Region etwas Wichtiges dar. Da gibt es schon auch Kooperationen, innerhalb derer man ein Dreitagesprogramm für den urbanen Bereich anbieten kann. Dass man sagt, man kann im Marchfeld und im Nationalparkgebiet landwirtschaftliche Betriebe besichtigen. Da könnte man dann auch vielleicht verstärkt den Nationalpark anbinden, der natürlich auch eine Informationsfunktion hat. Der heutige Mensch, speziell im urbanen Bereich, weiß viel zu wenig über Zusammenhänge, über die Natur. Hier sollte man verstärkt Informationen geben. Da sollte man auch verstärkt Kinder und junge Leute einbeziehen.

9) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken?

Wenn ja, wie?

Ja, da werden wir uns einbringen. Das ist sicher wichtig. Das Marchfeld ist bekannt als die große Produktionsstätte. Wir haben durch die Klimaverhältnisse, durch das pannonische Klima und die Beregnungsmöglichkeit, in Europa einen Standort, wo man Qualität und Quantität relativ gesichert produzieren kann. Ich denke an Saatmais oder die Tiefkühlindustrie. Die kommen nicht umsonst zu uns, obwohl wir ja relativ hohe Lohnkosten haben. Aber wir können gesichert Qualitäten liefern, die es nicht in jeder Region gibt. Das sind zum einen die Beregnungsmöglichkeit und zum anderen das Grundwasser. Hierfür sind die Donau und der Marchfeldkanal wichtige Bestandteile. Aber in den letzten zwei Jahren haben wir kaum einen Niederschlag gehabt, der mehr als 100 Liter Wasser auf einmal gebracht hat. Dadurch ist das Grundwasser nicht gestiegen. Im Gegenteil, wir haben in den letzten Jahren eine Absenkung des Grundwassers. Das ist ein Problem. Den wieder ansteigen zu lassen, ist nicht so einfach, weil in vielen Teilen der Region Bausünden aufgestellt wurden, die sich

90 in Bereichen befinden, wo normalerweise das Grundwasser ist. Auf der anderen Seite vertrocknen wir. Wir haben so eine hohe Absenkung des Grundwassers, dass wir in vielen Bereichen nur mehr eingeschränkt bewässern können. Das Wasser ist natürlich die wichtigste Grundlage für die Landwirtschaft. Grundsätzlich soll es aber schon in Richtung Landwirtschaft gehen. Wir haben in 95 der Region immer gelernt zu produzieren, aber nicht zu vermarkten. Das muss die gesamte Region erlernen.

Interviewprotokoll 8, am 21.08.2018

Mit Walter Paulesits, Geschäftsführer des „Gasthaus Paulesits“ in Mannsdorf an der Donau. Das Gasthaus befindet sich direkt an der Donaustraße und grenzt auch an einen Radweg.

1) Seit wann besteht Ihr Unternehmen?

Seit 22 Jahren sind wir hier in Mannsdorf, davor waren wir 23 Jahre in Orth an der Donau, also zum Großteil war mein Vater dort.

2) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

5 Derzeit sieben plus zwei Lehrlinge.

3) Spielen regionale Zutaten bei Ihnen eine wichtige Rolle?

Ja, vor allem saisonbedingt. Also zum Beispiel Spargel und Wild.

4) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

10 Nicht wirklich. Werbematerial wurde aufgelegt. Zu mir ist allerdings keiner gekommen und das Geschäft hat sich auch kaum verändert. In Orth war immer viel los. Vor allem Veranstaltungen des Nationalparks merke ich aber. Da kommen schon davor oder danach Leute essen. Aber bei den vielen 15 Rucksacktouristen, die von weiter her mit dem Bus anreisen, um in der Au spazieren zu gehen, merke ich nichts. Sie haben meistens etwas Eigenes zu essen mit. Der Nationalpark bringt der Gegend meiner Meinung nach in erster Linie einen gewissen Bekanntheitsgrad, aber von meinem Geschäft machen die Besucher vielleicht fünf Prozent aus. Meiner Erfahrung nach essen Besucher, 20 die mit dem Bus von weiter weg anreisen, kaum hier. Sie wollen schnell weiter und bleiben irgendwo unterwegs stehen, oft in 30 oder 40 Kilometern

Entfernung. Da machen sie halt bei uns eine Nationalparkbesichtigungen und gehen aber anderswo essen. Das sind meiner Erfahrung nach geringe Mengen, die dann auch bei uns essen.

25 **5) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?**

Sie kommen schon, das ist keine Frage. Man nimmt das Geschäft gern mit, das sind zusätzliche Gäste. Aber ausschlaggebend sind sie nicht. Wir haben schon jahrelang einen guten Ruf. Die Leute sind auch ohne Nationalpark gekommen
30 und kommen jetzt auch nicht wirklich wegen des Nationalparks. Für Radfahrer bin ich ein wenig abseits, da merke ich kaum etwas. Auch die Umleitung *[Anmerkung: der Donauradweg wurde aufgrund der Dammsanierungen umgeleitet]* hat sich nicht wirklich bemerkbar gemacht. Ab und zu kommen Partien nach einer Bootsfahrt zu mir.

35 **6) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? Wenn ja, welche?**

Nein, eigentlich nicht. Sie legen Broschüren auf oder hängen Plakate für Veranstaltungen auf. Ich glaube, da arbeiten sie eher mit den Einheimischen
40 *[Anmerkung: Die Betriebe in Orth an der Donau]* zusammen. Also ein Binder wird da zum Beispiel sicher mehr merken als ich. Auch das „Uferhaus“ ist sicher gut besucht wegen der Kanufahrten und so.

7) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

45 Nun ja, ich weiß, dass es hier Bestrebungen in Richtung regionales Marketing gibt. Ideen dazu habe ich keine, ich denke aber, dass uns Nationalparkveranstaltungen schon zugutekommen. Inwieweit man sich da als Gastronom einbinden kann, um auch zusätzliche Werbung zu erhalten, das könnte man überdenken. Wenn sie es groß anlegen würden und an die
50 einzelnen Betriebe Aufgaben verteilen würden, wäre das zum Beispiel nicht schlecht. Auch der Familientag *[Anmerkung: jährliche Veranstaltung im Schloss Orth, die jeweils Ende April stattfindet]* ist nicht schlecht. An diesem Sonntag merkt man schon sehr viel. Es ist zwar wetterbedingt, aber da merkt man schon, dass viele Familien danach sagen: „Gehen wir jetzt noch essen“. Auch, wenn sie

55 dort schon eine Kleinigkeit bekommen haben. Also speziell solche Feste sind gut für uns, das wird auch sehr gut von ihnen beworben.

8) Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken? Wenn ja, wie?

60 Ja, das ist selbstverständlich, dass man sich da als regionaler Betrieb da präsentieren sollte. Man könnte da durchaus einmal ein Treffen organisieren und ein gemeinsames Konzept erarbeiten.

Interviewprotokoll 9, am 27.08.2018

Mit Siegfried Kramreiter, Geschäftsführer des „Gasthof Kramreiter“ in Eckartsau.

1) Seit wann besteht Ihr Unternehmen?

Wir sind ein Familienunternehmen und haben das Gasthaus seit 99 Jahren, ich selbst mache das jetzt auch schon ein paar Jahre lang.

2) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie?

5 Zwei.

3) Wie viele Zimmer haben Sie?

Drei.

4) Würden Sie sich wünschen, dass versucht wird, durch gezielte Maßnahmen den Anteil der in der Region übernachtenden Personen an den gesamten BesucherInnen zu erhöhen?

10

Gerade bei Zimmern ist es ganz schwierig, entweder sie sind leer oder man könnte sie dreimal verkaufen. Meistens haben wir aber auch längerfristige Gäste und hätten zum Beispiel unter der Woche kaum Platz für Touristen.

5) Spielen regionale Zutaten bei Ihnen eine wichtige Rolle? Beispiele

15 Ja, vor allem saisonale Gerichte.

6) Wenn das Unternehmen schon länger besteht: Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt?

20

Die größte Veränderung war das Jugendlager in Eckartsau. Da machen wir das Catering, also Frühstück und Abendessen.

7) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben?

Es ist im Sommer auf jeden Fall ein nettes Nebengeschäft. Ich glaube, dass vor allem die Wiederbelebung des Schlosses wichtig war. Das betreiben zwar die Bundesforste, aber die arbeiten ja mit dem Nationalpark zusammen. Diese Belegung ist sehr wichtig. In Eckartsau ist fast ausschließlich das Schloss zentral. Der Nationalpark ist da zwar beteiligt, aber es fokussiert sich hauptsächlich aufs Schloss. Daneben ist für uns natürlich das Jugendcamp wichtig. Aber auch von anderen Veranstaltungen im Schloss, wie etwa dem Sommerfest, können wir profitieren. Ich glaube, dass es auch für die Region etwas bringt, weil wir haben ja sonst Nichts hier. Allerdings gibt es auch gewisse Dinge, die einem sauer aufstoßen, wie etwa die Holzwirtschaft. Man muss auch sagen, dass uns nie wer gefragt hat, ob wir den Nationalpark wollen. Als damals das mit dem Kraftwerk in Hainburg war, haben wir uns dagegen entschieden. Das hieß für die Leute aber nicht automatisch, dass wir im Umkehrschloss den Nationalpark wollten. Da wurden wir nie gefragt. Aber insgesamt ist es schon nicht schlecht, weil sonst wären wir nach wie vor die vergessene Gesellschaft da unten (lacht).

8) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb?

Wenn ja, welche?

Eben das Jugendlager. Außerdem fragen sie bei verschiedenen Festivitäten an, ob wir etwas zum Essen machen könnten. Das ist fast ausschließlich im Schloss in Eckartsau. Das Camp hat sich in den letzten Jahren von der Struktur her aber gewandelt. Früher waren es hauptsächlich Wochencamps, heute verbringen die Kinder dort meistens nur zwei bis drei Tage. Außer jetzt im Sommer, da gibt es Englischcamps, Rangercamps und so. Die dauern eine Woche. Aber man merkt schon, dass dadurch auch in den Ferien mehr los ist im Lager, das war früher nicht so. Manchmal mieten auch verschiedene Gruppen Teile des Schlosses, da vermitteln sie mir auch oft das Catering. Das kommt schon öfters vor. Auch Plakate und andere Werbungen bekommen wir manchmal.

9) Gibt es Ihrerseits Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? Welche?

55 Eigentlich nicht. Wir richten uns da ganz nach dem Nationalpark. Der kennt die Gegebenheiten und richtet dann die Anfrage an den seiner Meinung nach am besten geeigneten Betrieb. Das funktioniert aus meiner Sicht ganz gut. Das nimmt meistens diesen Weg.

10) **Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 mitzuwirken?**
60 **Wenn ja, wie?**

Ja, man könnte sich schon einmal zusammensetzen. Das wäre sicher kein Nachteil.

Interviewprotokoll 10 (per E-Mail, am 22.08.2018)

Georg Humer, der Geschäftsführer des bekannten „Uferhaus“ in Orth an der Donau, zog es aufgrund des aktuell regen Geschäftsgangs vor, meine Fragen per Mail zu beantworten.

1) Wie viele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie? (Gehen Sie auch bitte kurz auf die Unterschiede zwischen den Saisonen ein)

Das Uferhaus ist seit einigen Jahren ein Saisonbetrieb mit einer dreimonatigen Wintersperre (November/Dezember/Januar) Im Frühjahr wie im Herbst (ab Ende
5 September) stehen durchschnittlich 25 Vollzeit-Mitarbeiter unter Vertrag. Von Mai bis Ende September –kein Ruhetag- und somit Hochsaison erhöht sich der Personalstand auf etwa 33 Personen, wobei sich stets drei bis vier Mitarbeiter mit nur 20 bis 30 Wochenstunden sowie ein bis zwei Pflichtpraktikanten auf unserer „payroll“ finden.

10 2) Spielen regionale Zutaten bei Ihnen eine wichtige Rolle? (Falls ja, nennen Sie bitte ein bis zwei Beispiele hierfür)

Ja, regionale Zutaten spielen eine gewichtige Rolle in unserem Angebot. Da ist natürlich der Spargel ab Anfang Mai von Sulzmann in Mannsdorf zu nennen oder der Kürbis von Zehetbauer in Orth. Die Beilagenkartoffeln/Salatkartoffeln
15 kommen von Mayer/Mannsdorf und Saisonsalate von Gerhard Schön im 22. Bezirk.

3) Haben Sie seit der Errichtung des Nationalparks Donau-Auen Veränderungen für Ihre Geschäfte erlebt? (Sollte dies so sein, nennen Sie bitte ebenso mindestens die ein bis zwei markantesten Beispiele hierfür)

20 Die Veränderung seit Errichtung des Nationalparks betrifft für uns vor allem die Erschließung neuer Gästegruppen, welche unser Haus noch nicht kannten, bzw. auf eine Süßwasserfischküche nicht erpicht waren und nun doch von unserem Angebot positiv überrascht sind. Aber auch, abgesehen vom Restaurantbesuch, wirkt das von uns gepflegte Ambiente am Donauufer (Spielplatz, Lagerwiese, 25 großer Parkplatz auf Eigengrund!) äußerst ansprechend auf die Gäste des Nationalparks. Und viele sehen sich zu einem Wiederkommen angeleitet.

4) Welchen Einfluss glauben Sie, dass die BesucherInnen des Nationalparks (oder auch andere Radfahrtouristen) auf Ihren Betrieb haben? (Beschreiben Sie diesen bitte so detailliert wie möglich)

30 Tja, welcher Einfluss könnte der Nationalpark/Rad-Tourismus auf unseren Betrieb haben? In aller Bescheidenheit möchte ich anführen, dass dieser „magische“ Ort beim Uferhaus inmitten der Donauauen nicht nur in den 82 Jahren seit das Restaurant von der Familie Humer geführt wird, sondern auch schon davor bei „Eingeweihten“ wie Einheimischen einen 35 besonderen Ruf erworben hatte. Da kommt der Nationalpark mit seinem jünglingshaften 20jährigen Bestehen nur etwas spät daher.....Also merkbar ist die Bequemlichkeit der Nationalpark- und Radfahrgäste, welche mit einer Selbstverständlichkeit erwarten, dass auch schon vor offizieller Öffnung des Restaurants eine WC-Benutzung zur Verfügung gestellt wird. Und wo ein E-Bike 40 ‚geritten‘ wird, soll natürlich auch eine Lademöglichkeit gratis zur Verfügung stehen. W-lan ist schon länger „*de rigueur*“ und dass wir Touristen davon abhalten, ihre Wasserflaschen mit lauwarmen Handwaschwasser auf unserer Toiletanlage gratis und etwas verschämt nachzufüllen, sondern ermuntern, dies kostenlos an der Schank mit kaltem Trinkwasser zu befüllen, ist nur ein kleines 45 Service-Extra des Hauses.

5) Gibt es Kooperationen zwischen dem Nationalpark und Ihrem Betrieb? (Wenn ja, welche?)

Eine direkte Kooperation mit dem Nationalpark besteht nicht, allerdings wird seit 50 Neuestem zu Saisonbeginn von Seiten der Nationalparkverwaltung das Gespräch über anstehende Probleme, Herausforderungen und Absichten mit

mir gesucht. Es besteht grundsätzlich ein gutes Einvernehmen und eine gute Gesprächsbasis mit dem Direktor und den meisten Mitarbeitern im Nationalpark-Team. Ich habe mich auch schon sehr frühzeitig und –damals- ziemlich singulär mit meiner grundsätzlich positiven Einstellung zur Errichtung des Nationalparks deklariert!

6) Gibt es Ihrerseits – auch ganz assoziativ – grundsätzliche Ideen, wie man die Zusammenarbeit zwischen der Region Marchfeld, dem Nationalpark und den lokalen Betrieben verbessern könnte? (Wenn ja, welche?)

Verbesserungspotential:

Also da muss ich ein wenig passen. Spontan fällt mir ein, dass die Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln, vor allem an Wochenenden und Feiertagen ziemlich trist ist und verbesserungsfähig wäre (Bus-Fahrplan und Frequenz, Zubringer zur Schnellbahn in Haslau/Donau nach Überfahrt mit der Fähre Wiesbauer). Noch herrscht der Individual-PKW-Verkehr vor. Gruppen frequentieren den Nationalpark mit gecharterten Autobussen. Ein Shuttledienst zwischen den „*highlights*“ des Marchfeldes (z.B. Schloss Hof, Schloss Eckartsau, ausgesuchte landwirtschaftliche Betriebe wie etwa Adamah-Biobauernhof etc . usw.) wäre durchaus ‚an‘denkenswert. Aus meiner, mittlerweile 30 jährigen Erfahrung muss ich aber gestehen, dass die meisten Initiativen in Richtung Kooperation (sei es ‚Auland‘, „Marchfelder Schlösserverein“ und dergleichen mehr) zumeist an Partikularinteressen und mangelnder Standfestigkeit bei der Einsatzfreude, relativ ergebnislos im Sande verliefen. Erst mit dem großen Auftrag (und dem großen Geld von Regierung und EU) wurde Schloss Hof, Niederweiden und Eckartsau „auf Vordermann gebracht“! Schloss Marchegg und andere Juwelen des Marchfeldes müssen diesbezüglich noch wachgeküsst werden. Einige wenige spektakuläre Publikumsprogramme an Sonn- und Feiertagen (Drachen-, Pferde-, Barock-*halligallis* auf Schloss Hof bringen zwar die Massen aber auch die Überforderung aller Beteiligten. Die ‚*Niederösterreich Card*‘ z.B. hat den unliebsamen Effekt, dass sich viele Card-Besitzer einen Stress machen, nur um möglichst viele Angebote auszunutzen, auf ihre ‚Rechnung‘ zu kommen und deshalb schnell ‚absolvieren‘ müssen. Die Gegend hier ist aber für einen „*slow tourism*“ prädestiniert. Sich die Zeit nehmen zum Entdecken sollte meines Erachtens die Devise lauten. Von den Sandbergen Oberweidens über die

- 85 Muschelstrände bei Niedersulz, vom Marchfeldkanal-Radweg bis zur
einzigartigen Flora des Spitzerbergs, vom Kreuttal bis zum Braunsberg, da gibt
es landschaftlich sehr viel zu finden (... und man kann gerne unsere
Bezirkshauptstadt Gänserndorf links liegen lassen.....)
- 7) **Hätten Sie Interesse, an regionalen Projekten im Zuge des**
90 **Tourismusmarketings oder der Landesausstellung 2022 im Marchfeld**
mitzuwirken? (Wenn ja, wie?) (Dies kann von der aktiven Teilnahme bei
Diskussionen um Strategien für die Region bis hin zur bloßen Bereitschaft,
das Geschäft in einen regionalen „Genussfolder“ eintragen zu lassen
reichen)
- 95 **Interesse?** Nun ja, schau‘ ma‘ mal. In die Genusslandkarte unserer Gegend –
denke ich- ist Humers Uferhaus schon sehr prominent eingeschrieben. Da
werde ich wohl -und nicht übel- mit dabei sein wollen. Strategische
Diskussionsrunden habe ich schon (siehe oben „Auland“) zur Genüge hinter mir,
auf Nachfrage wird mir sicherlich der eine oder andere Hinweis auf mir bekannte
100 und von mir geschätzte Betriebe entkommen. Die Landesausstellung 1986
„Prinz Eugen und das barocke Österreich“ übrigens, war für die gesamte Region
ein Segen und ein Fluch, sicherlich auch für die Gastronomie eine gewaltige
Herausforderung. Im Jahre 2022 sollte es wiederum gelingen, allerdings mit
mehr Segen und weniger Fluch, dem allgemeinen Zuspruch besser gewappnet
105 zu begegnen.

Interviewprotokoll 11, am 30.08.2018

Mit dem LEADER-Manager der Region Marchfeld, DI Markus Weindl, dessen Büro
sich in Lassee befindet.

1) Seit wann haben Sie die Funktion des LEADER-Managers inne?

Seit April 2017.

2) Könnten Sie Ihre berufliche Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Donau-Auen ein wenig beschreiben?

- 5 Grundsätzlich ist der Nationalpark Donau-Auen mit Schloss Orth Teil des
Schlösserreichs. Gemeinsam mit Schloss Hof, Niederweiden, Eckartsau und
Marchegg. Es ist ein Marketingzusammenschluss der Schlösser im Marchfeld,

die gerade ein LEADER-Projekt durchführen und eine Arbeitsgemeinschaft als Rechtsträger haben. Da machen wir gerade ein LEADER-gefördertes Projekt, das noch bis zum Ende der Förderperiode läuft. In diesem Projekt arbeiten wir als LEADER-Region auch mit. Wir haben zum Beispiel bei der Erstellung geholfen, also meine Vorgängerin. Dazu machen sie im Oktober eine Exkursion nach Luxemburg, wo sich mich auch eingeladen haben, ich aber leider keine Zeit habe. Beziehungsweise gibt es am 3. Oktober das „Marchfelder-Schlössergespräch“, da bin ich auch bei der Podiumsdiskussion dabei. Ich habe eben mit allen Schlössern immer intensiven Kontakt, vor allem was Räumlichkeiten für Veranstaltungen betrifft. Wir haben letztens einen Imagefilm zur Region gedreht, da haben wir auch viel in den Schlössern gedreht und im Nationalpark beziehungsweise auf der Schlossinsel. Ich habe auch intensiven Kontakt mit Frau Grabner, die uns auch sehr Vieles organisiert. Beziehungsweise sind wir gern bereit, uns bei Veranstaltungen gegenseitig zu unterstützen. Gerade die Zusammenarbeit mit den Schlössern ist hier von unserem Büro von Anfang an begleitet worden. Das heißt, mit diesen gibt es intensiven Kontakt. Gerade bei dem Thema Natur gibt es mit den Donau-Auen und den March-Auen natürlich auch genug Anknüpfungspunkte in Richtung Naturtourismus. An der Schnittstelle zum Tourismus sind wir auch immer dabei. Da wird dann auch natürlich oft der Nationalpark mit seinen schönen Landschaften einfließen. Überhaupt nutzen wir oft Bilder aus dem Nationalpark. Es hat vor 20 Jahren eine Untersuchung zu den Werten und Potenzialen der Landschaft im Marchfeld gegeben und da ist herausgekommen, dass sich das Marchfeld schon sehr stark über seine Ränder definiert. Mit den Grünräumen an der Donau und der March, den ersten Erhebungen im Norden, wo man über das Marchfeld sehen kann und der dicht bebauten Wiener Stadtgrenze. Da spielt also der Nationalpark überhaupt bei der Definition des Marchfelds eine große Rolle.

3) Denken Sie, dass lokale und regionale Kooperationen mit dem Nationalpark gut funktionieren? Warum?

Ich denke schon, dass es Veranstaltungen gibt, wo lokale Betriebe involviert sind. Außerdem gibt es Übersichten, die im Nationalparkshop aufliegen, wo man sich informieren kann, was es noch in der Region gibt. In erster Linie sind hier wieder die Schlösser zu nennen, also der Hinweis auf Ausflugsziele. Es

gibt aber auch vom Nationalpark das Jugendcamp, welches aber auch für die Kinder aus den Anrainergemeinden gedacht ist. Auch da spielen lokale Betriebe eine wichtige Rolle, meiner Meinung nach. Sicher kann man immer die Informationen für die Direktvermarkter verstärken, wo ich aber eher das Gefühl habe, dass diese das nicht immer machen wollen. Es gäbe sicher die Möglichkeit, im Eingangsbereich einen kleinen Verkostungsstand der Direktvermarkter zu machen, wo man dann auch auf die Standorte der Betriebe hinweisen kann. Ich glaube eher, dass da die Initiative schon von den Direktvermarktern ausgehen muss. Gastronomisch gesehen glaube ich schon, dass vor allem die Orther Betriebe sehr stark von den Besuchern des Nationalparks profitieren, also das „Uferhaus“ oder der „Binder“ zum Beispiel.

4) Wie sehr glauben Sie, dass lokale Betriebe wie Gasthäuser, Pensionen und Bauernläden vom Nationalpark profitieren?

Der Großteil der Region sind Tagesausflugsgäste, vor allem aus Wien und Bratislava. Darüber hinaus sind relative wenige nationale und internationale Gäste. Deshalb hält sich der Einfluss für die Pensionen in Grenzen. Obwohl man schon sagen muss, dass in der Region letzts zwei bis drei Beherbergungen aufgemacht haben, die voll sind und zufrieden sind. Ich glaube schon, dass hier Potenzial vorhanden ist. Auch das Thema Radtourismus ist ein großes. Entlang der Donau ist sicher sehr viel los. Ich kenne jetzt nicht die Zahlen zwischen Wien und Bratislava, aber zwischen Wien und Passau ist sehr viel los, das wird hier auch ähnlich sein. Auch, wenn es sehr viele Tagesausflügler sind, die beispielsweise mit dem Rad von Wien nach Bratislava fahren und dann mit dem Zug zurück. Da muss man dann wahrscheinlich diese Menschen gezielt ansteuern und für die regionalen Angebote anwerben. Da kommt es dann aber natürlich auch wieder auf das Engagement der Betriebe an, sich zum Beispiel in die gerade im Aufbau befindliche Freizeitkarte eintragen zu lassen und so zu partizipieren. Gerade zum Thema Landesausstellung – das ist natürlich schon ein Thema – da kommen viele Gäste, von denen laut Statistik ein Drittel noch nie in der Region waren. Da haben wir dann die Chance, neue Gäste anzusprechen. Da werden wir dann auch versuchen, die Betriebe zusammenzufassen, um dann auch so etwas wie Qualitätspartnerbetriebe zur Landesausstellung präsentieren zu können, die diesen Namen dann auch verdienen.

5) Wissen Sie von umfangreicheren Kooperationen zwischen regionalen Unternehmen und dem Nationalpark? Beispiele?

Im Detail kenne ich mich mit der Veranstaltungsstruktur des Nationalparks nicht aus und weiß nicht, wo die immer das Buffet hernehmen oder die Lichttechnik. Ich denke schon, dass die Basisdienstleistungen in der näheren Umgebung eingekauft werden. Es gibt vor allem marketingtechnisch genug Kooperationen mit regionalen Unternehmen, aber da fällt mir jetzt kein Beispiel ein. Kooperationen gibt es – wie gesagt – mit den Schlössern, die ich auch als Unternehmen betrachten würde. Da gibt es schon gemeinsame Projekte, wo ein paar Arbeitsplätze geschaffen wurden, die sind zum Teil LEADER-gefördert. Außerdem ist auch die Frau Grabner als Vertreterin des Nationalparks im Projektauswahlgremium der Region vertreten. Es werden also alle Projekte auch aus deren Sicht beleuchtet.

6) Gibt es lokale oder regionale Projekte, die ohne den Nationalpark kaum umgesetzt werden hätten können und von denen nun auch etwas weitere Teile der Region profitieren? Welche?

Da gibt es sicher einige Projekte, ich denke vor allem an die Sanierung der Marchfeldschlösser. Diese waren davor baufällig, aber durch das Engagement des Bundes wurden vor allem Schloss Hof und Schloss Niederweiden super hergerichtet. In Eckartsau sind die Bundesforste sehr wichtig dafür. Schloss Orth ist sicher auch wegen des Nationalparkzentrums so schön. Man sieht es auch beim Schloss Marchegg. Das gehört der Gemeinde und da nimmt man eben nicht so leicht 20-30 Millionen Euro für eine Renovierung in die Hand, deshalb ist es auch noch so sanierungsbedürftig. Jetzt haben wir aber zum Glück die Landesausstellung dann dort, da wird das dann auch hergerichtet. Also alleine die Sanierung von Schlössern ist sicher ein großer Verdienst des Nationalparks. Dass überhaupt die Exkursionen des Nationalparks bespielt werden, das ist sicher auch ein Vorteil, den es gibt. Auch die Bewusstseinsbildung der Bevölkerung zum Thema Naturraum ist sicher ein wichtiger Verdienst des Nationalparks. Es gibt mit dem Nationalpark umfangreiche Kooperationen, beispielsweise in Richtung Naturschutz oder Sanierung des Marchfelddamms. Da sind dann auch die Gemeinden gefordert. Auch Besucherlenkung im Nationalpark ist natürlich immer ein wichtiges Thema.

110 **7) In welchem Ausmaß wird die gesamte Region Marchfeld vom Nationalpark und seinen Angeboten beeinflusst?**

Naja, es gibt schon Aussagen der Schlösser, die sagen, dass es ab Gänserndorf Richtung Norden eher weniger Besucher gibt. Die meisten kommen aus Wien, also Tagesausflugstouristen. Ich zum Beispiel wohne 10
115 Kilometer nördlich von Gänserndorf, da ist es jetzt nicht so attraktiv, regelmäßig in den Nationalpark zu fahren, weil es doch zirka 60 Kilometer sind. Der Tourismus ist auch eher auf die direkt am Nationalpark anliegenden Gemeinden begrenzt. Die Strahlkraft ist begrenzt. Da wird auch deutlich, dass der Nationalpark eine Randlage im Bezirk hat, aber von Wien aus gesehen ist
120 die Lage optimal. Vor allem der 21. und 22. Wiener Bezirk, in denen zum Teil starker Zuzug herrscht, sind für das Marchfeld interessant. Dort wollen wir die Menschen verstärkt über unsere Region informieren, über Freizeitangebote und so weiter. Ich glaube, da ist riesiges Potenzial vorhanden. Man versucht schon, den Wiener Markt sehr stark zu bespielen. Ich weiß aber auch gar
125 nicht, ob der Nationalpark überhaupt noch so viel mehr Besucher möchte, weil ich glaube, dass Teile des Naturraums beispielsweise keine 300.000 Besucher im Jahr verkraften würde. Dieses Problem haben wir gerade in Marchegg. Wenn wirklich 300.000 Besucher zur Landesausstellung kommen, dann wird sicher die Hälfte davon sagen: „Jetzt gehe ich einmal in die Au und schaue mir einen Storch an“. Ich glaube, wenn da 100.000 Menschen
130 durchgehen, dann muss man auch schon ganz genau planen, wo die durchgehen sollen. Da muss man immer auch schauen, wie viele Besucher der Nationalpark möchte. Vielleicht sind sie eh bald zufrieden. Weil grundsätzlich hat ein Nationalpark ja einen Bildungsauftrag. Den führen sie
135 sehr gut aus mit den Exkursionen und den Angeboten für Kinder und Jugendlicht. Aber der Massentourismus darf sich dort ja auch gar nicht abspielen. Da stellt sich immer auch die Frage, wie viel so ein Schutzgebiet trägt.

140 **8) Wo sehen Sie Potenzial für weitere Kooperationen zwischen der Region und dem Nationalpark Donau-Auen?**

Jetzt machen wir gerade eine Freizeitkarte, wo wir die Bevölkerung über Angebote aus der Region informieren wollen. Dann wollen wir uns auch als Ausflugsregion zwischen Wien und Bratislava positionieren. Man ist immerhin

145 in einer Stunde mit dem Auto im gesamten Marchfeld unterwegs, zum Teil
auch mit dem Rad. Wir sind auch öffentlich gut erreichbar. Von Leopoldsdorf
nach Orth an der Donau machen wir geraden einen Radweg auf einer alten
Bahnlinie. Also man soll künftig auch noch besser von Wien mit dem Rad zu
uns fahren können und sich dann in der Region damit bewegen können. Dafür
150 ist der Nationalpark dann auch so etwas wie ein Infozentrum oder ein
Verpflegungszentrum. Wenn ich also von Wien hinausfahre, dann komme ich
eigentlich kaum um den Nationalpark herum. Da ist der Nationalpark auch
sicher ein Big Player in Zukunft. Auch in Bezug auf die Landesausstellung.
Das Schlösserreich ist dabei ebenso integriert. Auch das Thema Naturschutz
spielt sicher in Zukunft eine noch bedeutendere Rolle, die den Nationalpark in
155 seiner Vermittlungsfunktion betrifft.

9) Wie könnte man Ihrer Meinung nach die positiven Effekte des Nationalparks sowohl auf Gemeindeebene als auch auf Regionsebene noch weiter verstärken? Ideen? Projekte?

160 Ich finde Kooperationen wie Beweidungsprojekte ganz spannend. Dass man
Schafe dann auch beispielsweise am Damm grasen lassen kann, was eine
Menge Kosten sparen kann, weil eben nicht zweimal im Jahr dort gemäht
werden muss. Prinzipiell ist aber auch die Initiative von regionalen Betrieben
wichtig und auch der Kooperationswille der Gemeinden. Wichtig ist es eben,
165 dass man sich ganz klar als Ausflugsregion zwischen Wien und Bratislava zu
positionieren und dabei eben verstärkt die Wiener anzusprechen. Auf der
Karte sieht man, dass es in Wien ein sehr verzweigtes Radnetz gibt, das nach
außen wesentlich dünner wird. Da haben wir mit dem Donauradweg und dem
Marchfeldkanalradweg zwar auch zwei große Radwege, aber dazwischen gibt
es kaum etwas. Da müssen bessere Verbindungen geschaffen werden, auch
170 um regionale Angebote besser miteinander zu vernetzen. Die Wiener sollen
animiert werden, mit dem Rad zu uns zu fahren und nicht immer mit dem
Auto. Man soll schon versuchen, Radwegverbindungen zu schaffen.

10) Hätten Sie generell Wünsche, die die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalpark und anderen lokalen und regionalen Akteuren betreffen?

175 Ich finde, dass die Kooperationen eigentlich gut funktionieren, das sollte so
bleiben. Der Nationalpark ist auch weiterhin in den regionalen
Projektauswahlgremien vertreten und arbeitet viel mit dem Schlösserreich

zusammen. Das passt gut. Auch der Naturraum-Schwerpunkt sollte weiter intensiviert werden. Wir versuchen auch, die Schlösser und den Nationalpark verstärkt als Veranstaltungslocation zu nutzen. Vor allem Schloss Orth bietet sich da oft gut an. Für die Landesausstellung müssen wir noch intensiver zusammenarbeiten. Da müssen wir aber noch zusammensetzen und genaue Strategien besprechen. Auch das Thema „Regionale Produkte“ sollte besser integriert werden. Es gibt schon die Idee des Nationalparks, den Shop ein wenig auszubauen, aber da habe ich gehört, dass dies platzmäßig nicht so einfach ist. Das ist aber ihr Geschäftszweig, da solltest du besser die Frau Grabner fragen.

Interviewprotokoll 12, am 11.09.2018

Mit Mag^a. Ursula Grabner, der Verantwortlichen des Nationalparks Donau-Auen für den Bereich „Besucher und Kommunikation“.

1) Seit wann bekleiden Sie die Position der Verantwortlichen für den Bereich „Besucher und Kommunikation“?

Ich bin im Nationalpark seit Mai 2007. Meine Vorgängerin hatte das Amt seit der Nationalparkgründung am 27. Oktober 1996 inne.

5 2) Wie schätzen Sie die Akzeptanz des Nationalparks durch die örtliche Bevölkerung ein?

Es ist so, dass der Nationalpark in Orth an der Donau eigentlich gegen den Willen der Bevölkerung errichtet wurde. Da waren diverse Befürchtungen seitens der Menschen da, dass man bestimmte Dinge im Nationalpark nicht mehr dürfe. Ich denke, mittlerweile hat es sich gewandelt. Auch, weil die Leute mitbekommen, dass der Nationalpark einen Wert hat, dass er geschützt wird für die Freizeitaktivitäten. Ich glaube auch, dass sich viele Befürchtungen, die da vorhanden waren, wie etwa, dass nun Massen von Besuchern nach Orth kommen und es überrennen, mittlerweile aus den Köpfen der Leute sind. Sie bekommen schon auch mit, dass es hier um eine andere Art von Tourismus geht, um den sanften Tourismus. Es kommen Besucher her, wir haben alleine im Schloss Orth, dem Nationalparkzentrum, jährlich um die 40.000 Besucher da. Es sind ungefähr 100.000 Besucher, die im gesamten Nationalpark an

Exkursionen teilnehmen. Das ist schon eine ordentliche Zahl und ich glaube, das bekommen die Leute schon auch mit. Ich glaube schon, dass es sich gewandelt hat und die Leute schon mitbekommen, welchen Wert der Nationalpark hat. Das hat einfach einen Wert, dass man hier in der Natur Rad fahren, spazieren oder mit dem Hund gehen kann und das merken die Leute. Wir wissen aber natürlich auch, dass wir nicht 100 prozentig akzeptiert werden, aber das ist wahrscheinlich in keinem Nationalpark so. Es gibt immer Leute, die meinen, dass die Dinge, die wir tun, nicht immer so gut sind. Das gilt jetzt für Orth an der Donau, aber ich glaube, dass das auch in den anderen Gemeinden sehr ähnlich ist.

3) Welche Unterstützungen von Gemeindeseite erachten Sie als unverzichtbar für einen gut funktionierenden Naturtourismus?

Orth an der Donau ist aufgrund des Nationalparkzentrums eine Sondersituation. Ich muss sagen, dass wir ein sehr gutes Verhältnis mit der Gemeinde haben, mit dem Bürgermeister und auch mit der ganzen Verwaltung. Wir betreiben schließlich auch das Schloss Orth gemeinsam. Ich denke, dass durch das Nationalparkzentrum die Gemeinde erst viele Dinge im Schloss gemacht hat, die sie sonst nicht gemacht hätten. Sie haben zum Beispiel einen Veranstaltungssaal oder ein Museum dort gemacht. Das Schloss wurde schon irgendwie durch den Nationalpark zu neuem Leben erweckt. Gerade in Orth an der Donau arbeiten wir also deshalb sehr gut zusammen und sprechen uns immer wieder ab, auch was zum Beispiel Veranstaltungen betrifft. Das funktioniert eigentlich recht gut. Da spielt dann zum Beispiel die Theatergruppe bei uns im Schloss oder wir arbeiten auch mit anderen Vereinen zusammen. Wir arbeiten schon immer wieder mit den Gemeinden im Rahmen von Projekten zusammen. Was von der Gemeindeseite wichtig ist, ist dass sie auch hinter dem Nationalpark steht und auch Informationen bietet. Das passiert aber bei uns in jeder Nationalparkgemeinde. Dass auf der Homepage von diesen Gemeinden auch der Nationalpark angeführt ist, ist ebenso wichtig. Es bezeichnen sich auch fast alle Gemeinden ausdrücklich auf den Ortsschildern als Nationalparkgemeinden. Das ist glaube ich auch wichtig. Gasthäuser und Restaurants sind natürlich wichtig, auch wenn da die Gemeinde de facto nicht wirklich einen Einfluss darauf hat. Ansonsten sind noch Parkplätze wichtig,

auch wenn sich der Besucheransturm in Grenzen hält. Mit der Gemeinde arbeiten wir auch noch zusammen, wenn es darum geht, wo Mistkübel aufgestellt werden sollen. Wir haben im Nationalpark selbst die Philosophie, dass es keine Mistkübel gibt, weil die Besucher ihren Müll wieder nach Hause nehmen sollen, was auch gut funktioniert. Außerhalb des Nationalparks selbst sind aber schon Mistkübel aufgestellt. Ansonsten machen wir das eben nicht.

4) Denken Sie, dass lokale und regionale Kooperationen mit dem Nationalpark gut funktionieren? (Betriebe, Vereine, etc.)

Naja, in Orth funktioniert alles, was mit dem Schloss zu tun hat sehr gut. Eben die Theatergruppe spielt zum Beispiel öfters im Schloss. Wir machen auch bei anderen Veranstaltungen mit den Vereinen manchmal gemeinsame Dinge. Außerdem machen wir auch immer wieder Feste, wo wir dann immer auch Vereine einladen. Wir versuchen schon, sie damit hineinzunehmen. Ich glaube nicht, dass es hier Konflikte gibt. Da schauen wir schon, dass wir ihnen entgegenkommen. Es ist halt in Orth an der Donau ein wenig anders, weil wir hier eben das Zentrum haben. Aber auch in Hainburg oder Haslau funktioniert das eigentlich ganz gut. Auch mit den Betrieben funktioniert es ganz gut. Aber man muss schon sagen, dass wir hier in erster Linie Ausflugstouristen haben. Deshalb übernachten die Leute auch weniger hier. Wenn wir selber internationale Delegationen hier haben, dann haben wir schon zum Teil Kooperationen mit den Pensionen. Manchmal in Orth an der Donau, wenn es hier stattfindet. Oder wir haben auch schon ein paar Mal internationale Kongresse in der „Kulturfabrik“ in Hainburg gemacht, wo dort auch dann die Gäste untergebracht sind. Ansonsten sind die Pensionen hier ja eher auf Arbeiter fokussiert, das wissen wir. Es ist aber so, dass wir im Nationalparkzentrum auch eine Infostelle sind. Wenn dann manchmal Menschen nach einer Unterkunft dort fragen, dann rufen wir schon die Pensionen an. Das Problem ist dann hierbei oft, dass wir manchmal nur sehr schwer ein freies Zimmer finden. Die sind dann oft belegt, aber so ist halt die Struktur. Auch wenn wir selbst im Schloss Orth keine Gastronomie mehr haben, reservieren wir schon auch oft für Gruppen, die länger als nur für eine Führung da sind, einen Tisch in einem Orther Gasthaus, entweder beim „Binder“ oder im „Uferhaus“. Da haben wir schon auch Kooperationen mit denen. Sie legen auch oft unsere Prospekte auf. Generell vermitteln wir oft die

Leute weiter an Lokale. Aber man muss schon sagen, dass wir so richtige Packages mit Bootstour, Mittagessen und dann vielleicht mit einer Besichtigung von Schloss Hof hier nicht machen. Dafür ist dann der Tourismusverband mit dem Büro in Petronell zuständig. Wir machen auch fünf bis sechs Mal im Jahr eine Regionstour. Da fahren dann Ranger alle Betriebe in der Nationalparkregion bis Wien an und teilen dort Prospekte und Plakate aus und geben Informationen. Das machen wir gemeinsam mit Schloss Hof und der Römerstadt Carnuntum, das funktioniert eigentlich ganz gut. Es gibt auch ein Ausstellungssystem, das ist so eine Holzswelle, das steht zum Beispiel im Infobüro in Hainburg oder in Groß-Enzersdorf, im „Sachsengang“. Das ist so eine Tafel, da stehen mehrere Informationen über den Nationalpark oben. Das wollen wir in den nächsten Jahren im Rahmen eines größeren Projektes erneuern. Da sind wir gerade bei der Konzeption. Da geht es darum, die Präsenz und die Verankerung des Nationalparks in den Betrieben der Region zu steigern. Wir wollen uns da etwas überlegen, dass man vielleicht kleine Ausstellungselemente mit Prospekten füllen und vielleicht etwas für Kinder anbieten, wie etwa Rätselhefte. Also da sind wir gerade dran, es ist jedoch noch sehr vage, da befinden wir uns noch in der Konzeptionsphase. Das wollte ich eigentlich schon länger machen, aber man muss dann halt schauen, wie man das mit der Finanzierung hinkommt.

5) Wie würden Sie das Ausmaß der Intensität der Verflechtungen zwischen Gemeinde und Nationalpark beschreiben? (Gemeinsame Ansprechpartner, Aufgabenverteilung, etc.)

Man muss prinzipiell sagen, dass es einen Nationalpark-Beirat gibt, der drei bis vier Mal im Jahr tagt. Da sind Vertreter der Gemeinde drinnen und es werden hier größere Projekte immer wieder besprochen. Bei der nächsten Sitzung wird zum Beispiel das Jahresprogramm für 2019 vorgestellt. Da sitzt dann auch jemand vom Tourismusverband. Also die Vertreter der Gemeinde wissen dann immer, welche Projekte wir im nächsten Jahr im Sinn haben. Auch unter dem Jahr gibt es immer wieder Besprechungen, wo dann die aktuellsten Projekte besprochen werden, wo man aber auch andere aktuelle Sachen besprechen kann. Das ist das wichtigste Gremium, wo die größten Dinge besprochen werden. Ansonsten gibt es meistens bilaterale Sachen für kleinere Dinge. Orth ist halt ein wegen des Nationalparkzentrum ein

Sonderfall. Es gibt auch ein Jour fix, wo zum Beispiel der Amtsleiter, die Vizebürgermeisterin oder Gemeinderäte dabei sind. Da geht es dann auch um den gemeinsamen Betrieb des Zentrums. Wir arbeiten mit den Gemeinden aber auch im Rahmen größerer Projekte zusammen, oftmals Naturschutzprojekte, wie etwa Gewässervernetzungen, die die Gemeinden ja auch betreffen. Einmal im Jahr haben wir auch ein Nationalparkforum, wo aktuelle Projekte vorgestellt werden, wo wir uns direkt an die Leute der Region wenden. Diese können aber auch ganz andere Themen in die Diskussion einbringen.

6) Wie schätzen Sie den wirtschaftlichen Einfluss des Nationalparks auf die Gemeinde Orth an der Donau ein?

Das ist immer die Frage, was man mit hineinnimmt. Ich kann das nicht in Zahlen ausdrücken, weil wir hierzu noch keine Studie gemacht haben. Wir haben eben diese Besucherzahlen, wobei rund 90 Prozent der Besucher aus Wien und Niederösterreich kommen, neun Prozent kommen aus der Slowakei und das restliche ein Prozent wird von anderen internationalen Gästen gebildet. Die kommen dann eben ins Schloss Orth und konsumieren dann etwas, für die Gastronomie spielt es schon eine Rolle, denke ich. Beherbergungen sind in unserem Nationalpark eher zweitrangig. Wenn man das weitersieht, sind auch einige Mitarbeiter aus Orth an der Donau oder anderen Gemeinden der Region bei uns beschäftigt. Es sind also auch Arbeitsplätze, die wir bieten. Auch ein paar Ranger kommen aus der Region. Wenn wir jetzt Investitionen planen, dann müssen wir immer mehrere Angebote einholen, weil wir ja bei der öffentlichen Hand finanziert werden. Da schauen wir schon auch immer, dass wir auch Firmen aus der Region hineinnehmen, aber prinzipiell müssen wir natürlich die Aufträge an die günstigsten Firmen vergeben, das sind aber eben schon auch oft welche aus der Region. Ich weiß auch, dass bei der Sanierung des Schlosses und der damit einhergehenden Errichtung des Nationalparkzentrums einige Firmen aus der Region beschäftigt waren, also auch Baufirmen zum Beispiel. Ansonsten denke ich, dass der größte Nutzen des Nationalparks für die Bevölkerung selber ein hoher Freizeitwert ist. Wenn ich mir das Marchfeld anschau, dann wird immer mehr zugebaut und es gibt viele Großprojekte, das ist aber am Südufer wahrscheinlich noch intensiver. Die Region

155 expandiert auf jeden Fall und ich glaube, dass man hier einen Rückzugsort
hat, wo man die unverfälschte Natur genießen kann, das ist der große Wert
des Nationalparks für die Bevölkerung. Ich glaube auch, dass das noch
wichtiger wird. Man wird einfach merken, wie immer mehr verbaut wird und
dadurch wird der Wert des Nationalparks noch weiter steigen. Ich glaube
160 auch, dass die Leute das zunehmend erkennen werden, auch wenn man
diesen Wert natürlich nicht in Geld beziffern kann.

7) Wie viele MitarbeiterInnen sind im Schloss Orth beziehungsweise im Nationalpark selbst beschäftigt?

Im Nationalparkzentrum bei uns sind 20 bis 22 Leute beschäftigt, wobei hier
165 auch die dabei sind, die teilweise nur eine Saison beschäftigt sind. Das sind
auch Projektmitarbeiter, weil wir auch viele internationale Projekte haben. Die
zählen da auch dazu. Die Ranger sind hier aber nicht dabei, das sind freie
Dienstnehmer, da haben wir einen Pool von zirka 25 bis 30 Leuten, auf die wir
zurückgreifen können. Man muss allerdings sagen, dass manche davon sehr
170 spezielle Ausbildungen haben, wie etwa zum Beispiel eine vogelkundliche.
Die machen dann vielleicht nur fünf Touren pro Jahr. Aber es sind doch
einige, die für alle möglichen Touren eingesetzt werden. Das ist aber alles nur
auf Orth an der Donau bezogen, da ist das Nationalparkhaus in der Lobau
nicht dabei.

175 **8) Gibt es lokale oder regionale Projekte, die zum Teil auf den Nationalpark Donau-Auen zurückzuführen sind und von denen die Region nun profitiert? Welche?**

Ja, es gibt dieses Marchfelder Schlösserreich, das war ein LEADER-Projekt,
wo die Schlösser Schloss Hof, Niederweiden, Eckartsau, Marchegg und Orth
180 an der Donau dabei sind. Da geht es eben darum, gemeinsames Marketing zu
betreiben oder gemeinsame Veranstaltungen zu machen. Das ist über das
Schloss Orth gegangen, wobei der Nationalpark natürlich auch ein Partner
davon ist. In Haslau gibt es einen Themenweg, der teilweise auch außerhalb
des Nationalparks ist, das war auch ein LEADER-Projekt, wo wir beteiligt
185 waren. Ansonsten sind es hauptsächlich Kooperationen, zum Beispiel mit den
Schlössern oder der Römerstadt Carnuntum. Im Bereich Naturtourismus
arbeiten wir oft mit Marchegg oder dem „Auring“ in Hohenau zusammen
[Anmerkung: Dies ist ein Verein, der sich dem Naturschutz widmet und seinen

190 *Sitz in Hohenau an der March, im südlichen Weinviertel, hat].* Mit denen
haben wir schon Abstimmungstreffen gemacht, weil wir gegenseitig auch
unsere Veranstaltungen besuchen. Da haben wir eben Kooperationen. Wir
waren auch beim Alpen-Karpaten-Korridor, wo unter anderem in
Niederösterreich und der Slowakei Radwege und Grünbrücken über die
Autobahn gemacht wurden. Wir machen natürlich auch sehr viel mit Schulen
195 gemeinsam, das ist ganz wichtig. Wir haben gerade auch eben einen
Naturreiseführer herausgegeben, wo wir auch die ganze Region
hineingenommen haben, weil wir eben wissen, dass es außerhalb des
Nationalparks auch andere schützenswerte Flächen und interessante
Gegenden in der Region gibt.

200 **9) In welchem Ausmaß kann die gesamte Region Marchfeld vom
Nationalpark und seinen Angeboten profitieren? (Projekte,
Infrastrukturinvestitionen, etc.)**

Im Nationalpark selber gab und gibt es einige große Infrastrukturprojekte in
Form von Flussbauprojekten, die gemeinsam mit der Via donau durchgeführt
205 wurden und werden. Dazu zählen beispielsweise die Renaturierung von
Donauufern sowie Gewässervernetzungen. Man möchte wieder naturnahe
Flusslandschaften schaffen. Da sind Baufirmen beteiligt, wobei auch wieder
Ausschreibungen durchgeführt werden müssen. Welche genau da beteiligt
sind, das weiß ich nicht. Im Prinzip wurde der Nationalpark aber außer
210 Nutzung gestellt, deshalb gibt es dort abgesehen von Investitionen in die
Flussinfrastruktur auch keine Investitionen in die Infrastruktur. Wir haben
außerdem neben dem Nationalparkzentrum auch zum Beispiel das
Nationalparkhaus in der Lobau, in Wien errichtet, ebenso wie die Au-Terrasse
in Stopfenreuth. Das ist so eine Plattform, wo früher ein Kiosk war, heute sind
215 dort alle möglichen Informationen zu internationalen Projekten zu finde. Man
kann dort auch übernachten. Es gibt auch Infostellen in Schönau, Bad
Deutsch Altenburg oder Haslau. Im Nationalpark selbst machen wir noch die
Besucherinfrastruktur, also zum Beispiel Wegweiser, die wir dann auch
warten. Das haben wir gemeinsam mit den Bundesforsten gemacht und auch
220 hier war eine Ausschreibung notwendig, wer die Tafeln gemacht hat, weiß ich
jetzt gar nicht. Wir schauen schon immer, dass wir für so etwas regionale
Unternehmen beauftragen, sind aber schon an den Bestbieter gebunden.

10) Welcher Nationalpark Österreichs ist für Sie das positivste Beispiel für gute Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten lokalen und regionalen Akteuren und auch für die Regionalentwicklung durch ein solches Schutzgebiet? Warum?

Das Problem ist, dass man die Nationalparks und die Tourismusstrukturen nicht vergleichen kann. In den westlichen Nationalparks herrscht eine andere Besucherstruktur vor, also den Kalkalpen, im Gesäuse und den Hohen Tauern. Die haben hauptsächlich Aufenthaltstouristen. Die machen dort eine Woche Urlaub und schauen auch den Nationalpark an oder kommen nur deswegen. Bei uns ist das anders, das kann man am ehesten noch mit dem Nationalpark Neusiedlersee vergleichen, dort ist es ähnlich, auch, wenn dort etwas mehr Aufenthalt ist. Aber bei uns ist der Großteil Ausflugstourismus, deshalb ist es so schwer vergleichbar. In den Hohen Tauern und auch im Gesäuse haben sie ein tolles System mit Partnerbetrieben des Nationalparks gemacht, das sind Beherberger oder Gastronomiebetriebe, die nach bestimmten Kriterien ausgewählt werden. Das ist bei uns halt schwierig, wir könnten das schon mit der Gastronomie machen, bei den Beherbergern passt das hier nicht wirklich. Dort liegen dann auch Informationen über den Nationalpark vor, wie bei uns. Die arbeiten eng zusammen. Das ist aber in den anderen Nationalparks aber auch so, nicht nur beim Gesäuse und den Hohen Tauern.

11) Wie könnte man Ihrer Meinung nach die positiven Effekte des Nationalparks sowohl auf Gemeindeebene als auch auf Regionsebene noch weiter verstärken? Ideen? Projekte?

Also wir versuchen doch immer wieder mit Gemeinden und der Region zusammenzuarbeiten, ebenso wie mit diversen NGOs und anderen Organisationen. Es wäre aber doch sehr schön, wenn wir von den Gemeinden verstärkt wahrgenommen werden würden. Wenn zum Beispiel eine naturschutzfachliche Frage auftaucht, die sich auf ein Gebiet außerhalb des Nationalparks bezieht, dann wäre es vielleicht nicht schlecht, wenn man uns dazu befragen würde, ob dort vielleicht irgendeine seltene Wiese ist oder ob dort möglicherweise ein seltenes Tier leben könnte. Da wäre es nicht schlecht, wenn man unsere Kompetenzen auch wahrnimmt, bevor man dort gleich

etwas baut, aber das ist wahrscheinlich eher der Wunsch ans Christkind (lacht). Das passiert schon auch, aber nicht wirklich intensiv.

12) Wie viele BesucherInnen „verträgt“ der Nationalpark überhaupt? Welche Zahlen werden von Ihrer Seite angestrebt?

260 Es ist – wie gesagt – so, dass wir im Jahr zirka 100.000 geführte BesucherInnen haben, die an einer Führung oder einer Tour zum Beispiel teilnehmen. Insgesamt sind es wohl 1,5 Millionen, die im Nationalpark pro Jahr zu Gast sind, auch ohne eben diese Angebote zu nutzen. Es kommt darauf an, wo im Nationalpark ein Gästezuwachs wünschenswert wäre. Ich

265 denke, dass in unseren Einrichtungen, also dem Nationalparkhaus in der Lobau, dem Schloss Eckartsau, dem Nationalparkzentrum in Orth und der Au-Terrasse in Stopfenreuth wahrscheinlich insgesamt doppelt so viele Besucher möglich wären. Aber bei den Bootstouren zum Beispiel, da könnten wir wohl gar nicht mehr so viele Steigerungen vertragen, weil wir uns da auch selbst

270 limitieren. Wir sagen, dass wir zum Beispiel in den Altarmen nur mit maximal drei Booten fahren, weil man hat sonst kein Naturerlebnis, das macht keinen Sinn. Da beschränken wir uns selbst, weil wir den Leuten eben ein Naturerlebnis bieten wollen, was man nicht hat, wenn man dort mit fünf bis sechs Booten unterwegs ist. Also der Nationalpark wird nie ein Ort für den

275 Massentourismus sein. Ich glaube, dass wir eben in den Besucherzentren noch mehr Gäste vertragen würden, anderswo aber kaum. In den nächsten Jahren werden die Zahlen wohl ziemlich gleich bleiben, ein paar Schwankungen sind immer dabei, weil das auch stark vom Wetter abhängig ist. Ich denke aber, dass langfristig insgesamt mehr Leute den Nationalpark

280 betreten werden, weil auch die Orte wachsen. Wien wächst und gerade die Lobau wird eine Herausforderung. Das ist schön, wenn viele Menschen dort am Wochenende spazieren gehen, aber da muss man natürlich umso mehr schauen, dass diese Leute sich dann auch an die Regeln halten. Da wissen wir, dass immer mehr Leute kommen werden in Zukunft.

13) Hätten Sie generell Wünsche, die die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalpark und lokalen und regionalen Akteuren betreffen?

Ich glaube, dass die Zusammenarbeit mit den Gemeinden nicht so schlecht ist. Ich würde mir wünschen, dass der Nationalpark auch vielmehr als das gesehen wird, was er ist. Er wird sozusagen oft übersehen. Da wird nur

290 gesagt: „Ja, das ist eh nur die Natur, da ist eh der Wald da“. Aber ich wünsche
mir, dass der Nationalpark als etwas Positives betrachtet wird, dass die
Bevölkerung auch stolz ist, in der Nähe des Nationalparks zu leben. Ich
glaube, im Westen ist das anders, auch wegen der anderen
Tourismusstruktur, da sind sie stolzer. Bei uns müssten die Leute auch
295 erkennen, dass ein Nationalpark etwas Besonderes ist, worauf man stolz sein
kann. Immerhin gibt es nur sechs Nationalparks in Österreich. Da kann man
schon stolz sein. Das Bewusstsein müsste geschärft werden. Ich denke aber,
dass die Kooperationen gut funktionieren, beispielsweise mit dem
Fischereiverband. Natürlich gibt es ab und zu unterschiedliche Ansichten,
300 aber da müssen wir als Nationalpark dann auch manchmal sagen: „Nein, das
geht so nicht!“ Dafür sind wir als Nationalpark schließlich auch da. Aber
prinzipiell ist die Zusammenarbeit mit den regionalen Betrieben, Vereinen und
Verbänden eine gute, auch wenn es manchmal andere Ansichten gibt. Aber
ich fände es eben schön, wenn sich das Bewusstsein ändern würde, das
305 versuchen wir in erster Linie mit Schulprogrammen zu schaffen. Dass man
den Kindern schon in der Schule vermittelt, dass der Nationalpark etwas
Besonderes ist. Es gibt zum Beispiel Kinder, die die Mittelschule in Hainburg
besuchen und noch nie an der Donau waren. Da kann ja nicht sein, wie kann
man da noch nie an der Donau gewesen sein?! Da sollte man ihnen dann
310 auch klar machen, dass der Nationalpark etwas Schützenswertes ist und man
dort deshalb auch nicht alles machen darf.

Interviewprotokoll 13, am 11.09.2018

Mit dem Bürgermeister von Orth an der Donau, Johann Mayer.

1) Seit wann haben Sie das Amt des Bürgermeisters inne?

Seit dem 26. April 2000.

2) Wie haben Sie die Errichtung des Nationalparks Donau-Auen und des Nationalparkzentrums in Orth an der Donau erlebt?

5 Die allgemeine Stimmung war damals noch sehr wohl gegen den
Nationalpark, das muss man schon so sagen. Sogar bei der Eröffnung des
Nationalparks hat mir so ein Scherzbold auf die Bäume plakatiert: „84 Prozent

der Orther stimmen gegen den Nationalpark“. Das hat nämlich damals eine Umfrage ergeben, dass 84 Prozent dagegen waren. Ich habe die Plakate zum Glück noch runterreißen können, weil das wäre eine Blamage gewesen, wenn da hochrangige Politiker vom Land kommen und da hängt so ein Schmarrn oben. Die Stimmung war gegen den Nationalpark. Wir haben als Gemeinde versucht, für den Nationalpark zu argumentieren, immerhin bringt er etwas für den Tourismus und schafft dadurch auch Arbeitsplätze.

3) Wie schätzen Sie die Akzeptanz des Nationalparks durch die örtliche Bevölkerung ein?

Ich glaube, dass die Akzeptanz ständig steigt. Ich denke, dass es für die nächste Generation schon selbstverständlich sein wird, den Nationalpark hier zu haben. Obwohl man schon sagen muss, dass es manchmal Dinge gibt, die einem als Durchschnittsbürger nicht einleuchten, wo man mit Naturschutz und dergleichen über das Ziel hinausschießt. Das ist dann immer Ansichtssache. Generell ist die Akzeptanz aber ständig im Steigen, was auch ein Verdienst von Carl Manzano ist, der hier sehr stark auf die Bedürfnisse der Bevölkerung eingeht.

4) Was waren Ihrer Meinung nach die wichtigsten Schritte, um die Gemeinde Orth an der Donau auf die BesucherInnen des Nationalparks vorzubereiten? Was erachten Sie als unverzichtbar für einen gut funktionierenden Tourismus?

Die Zusammenarbeit mit dem Nationalpark hat schon damit angefangen, dass es erst durch die Errichtung des Nationalparkzentrums möglich war, dass wir als Gemeinde im Schloss unseren Veranstaltungsaal errichten konnten und das Schloss überhaupt erst wieder beleben konnten. Alle vorhergegangenen Institutionen, wie das Museum, waren da bereits geschlossen. Das war also für uns die Möglichkeit, das Schloss zu sanieren und, was dann auch durch die Burghauptmannschaft erfolgt ist. Dadurch ist erst wieder neues Leben ins Schloss ins Schloss gekommen, sonst hätten wir hier wahrscheinlich in ein paar Jahrzehnten eine Ruine gehabt. Da hat die Zusammenarbeit schon angefangen, das war sozusagen keine Liebesheirat sondern eine Zweckhochzeit. Aber wir haben gesagt, beide profitierten davon und deshalb machen wir das. Nachdem die ursprüngliche Idee eines Nationalparkzentrums in Hainburg gestorben war, haben sich insgesamt vier Standorte um den

Zuschlag für das Nationalparkzentrum beworben. Orth wurde von der Kommission deshalb ausgewählt, weil hier schon vorher immer viele Besucher waren, also als Tagestouristen. Außerdem liegt Orth relativ zentral im Nationalparkgebiet und sie haben gewusst, dass sie in Orth mit der Gemeinde zusammen arbeiten würden. Dadurch war das Risiko einer erneuten Gegenbewegung relativ gering, wenn schon die Gemeinde dahinter steht. Wir haben auch gemeinsame Aktionen, wie etwa das Familienfest im Schloss, wo sowohl Gemeinde als auch Nationalpark einen Beitrag leisten. Das sind so gemeinsame Aktionen, die auch Besucher herbringen. Es gibt auch ein Jour fixe, da bin ich zwar nicht dabei, das ist alle ein oder zwei Monate irgendwo in Orth, da sind Vertreter des Nationalparks und der Gemeinde anwesend und sie besprechen die aktuellen Probleme. Das ist auch schon sehr wichtig, dass man sich regelmäßig austauscht. Infrastrukturmäßig haben wir nicht speziell etwas für den Nationalpark vorbereitet. Wir haben das gemeinsam mit ihnen erschlossen. Den Eingangsbereich zum Schloss zum Beispiel, da haben wir uns auch die Kosten geteilt, weil er ja auch von Beiden benutzt wird. Sehr viele Teile des Schlosses werden von Beiden benutzt, was natürlich auch von den Kosten her erträglicher ist.

5) Denken Sie, dass lokale und regionale Kooperationen mit dem Nationalpark gut funktionieren? (Betriebe, Vereine, etc.)

Ich glaube, dass die Kooperationen sehr gut funktionieren, vor allem mit Schulen. Gemeinsame Projekte gibt es ja auch einige. Es ist wichtig, dass gerade die jungen Leute mit dem Thema konfrontiert werden. Die gehen dann schon ganz anders damit um als wir Älteren. Auch für die umliegende Gastronomie bringt der Nationalpark natürlich Besucher, wenn 40.000 im Jahr herkommen, das ist gar keine Frage.

6) Wie sehr glauben Sie, dass lokale Betriebe wie Gasthäuser, Pensionen und Bauernläden vom Nationalpark profitieren?

Nationalparkbesucher sind meistens Tagestouristen. Ich denke, dass die, aber auch andere Radfahrer, die nach Orth kommen, auch hier bei einem Billa, einem Penny oder einem Bäcker einkaufen gehen. Wir merken es auch, wenn wir Markttag haben und dann sitzen hier auch Gruppen von Radfahrern. Da profitieren wir auf alle Fälle davon. Das sind jetzt nicht die großen Umsätze,

75 aber ich sage immer: „Zu jedem Mosaik gehören sehr viele Steine“ und das ist
so ein Stein. Wir am Land sagen: „Es regnet ned, aber es tröpfelt“ (lacht).

**7) Wie würden Sie das Ausmaß der Intensität der Verflechtungen zwischen
Gemeinde und Nationalpark beschreiben? (Gemeinsame
Ansprechpartner, Aufgabenverteilung, etc.)**

80 Es gibt den örtlichen Nationalparkbeirat, da sind Vertreter aus
verschiedensten Interessensgruppen enthalten, die sich dann mit Vertretern
des Nationalparks treffen. Von Seite der Gemeinde haben wir eben auch
zusätzlich dieses Jour fixe. Natürlich gibt es auch projekt- oder
anlassbezogene Besprechungen.

**8) Wie schätzen Sie den wirtschaftlichen Einfluss des Nationalparks auf die
Gemeinde Orth an der Donau ein?**

Es sind auf alle Fälle ein paar Arbeitsplätze, die Kommunalsteuern bringen.
Es haben Orther dort die Möglichkeit, hier einen Arbeitsplatz zu finden. Es
arbeiten auch ein paar Leute aus meinem Bekanntenkreis dort, das ist schon
90 sehr von Vorteil, wenn es diese Möglichkeit in der eigenen Gemeinde gibt. Die
sind natürlich froh, dass sie nicht nach Wien oder so fahren müssen. Generell
hilft der Nationalpark auch, die Infrastruktur aufrecht zu erhalten. Mittlerweile
kommen immer mehr Leute auf ein Geschäft, wenn ich hier aber eben auch
die Nationalparkbesucher habe, denn helfen die den Umsätzen der Geschäft
95 auch. Die Saison des Nationalparks, von März bis November, merken die
Betriebe schon.

**9) Gibt es lokale oder regionale Projekte, die zum Teil auf den Nationalpark
Donau-Auen zurückzuführen sind und von denen die Region nun
profitiert? Welche?**

100 Auf alle Fälle ist der Nationalpark selbst eine wichtige Tourismusdestination
für die Region, da gibt es mittlerweile so viele Angebote, das geht sich fast an
einem Tag nicht aus. Davon abgesehen muss ich sagen, dass wenn das
Nationalparkzentrum nicht nach Orth gekommen wäre, dann hätte es keine
Schlosssanierung gegeben, das muss man ganz deutlich sagen. Vielleicht
105 wäre es jetzt im Zuge der Schlösserstraße dazu gekommen. Aber zum
damaligen Zeitpunkt war von einer Außensanierung des Schlosses absolut
keine Rede. Das ist erst durch das Nationalparkzentrum ins Rollen
gekommen. Diese Generalsanierung war erst dadurch möglich. Wir sind

damals aber auch mit Schloss Hof und Niederweiden mitgeschwommen. Orth war eigentlich nicht im Sanierungsplan, wie ich später herausgefunden habe. Aber da hat man dann bei Schloss Hof ein Stück weggelassen – das haben die kaum gemerkt bei den Summen, die dort investiert wurden – und hat gesagt, dass man eben damit Schloss Orth saniert. Auslöser hierfür war das Nationalparkzentrum. Auch wir als Gemeinde haben hier Einiges investiert, der Nationalpark und die Burghauptmannschaft aber natürlich ebenso.

10) In welchem Ausmaß kann die gesamte Region Marchfeld vom Nationalpark und seinen Angeboten profitieren?

Die Bedeutung kann man nicht in Zahlen fassen, aber ich habe auf jeden Fall eine wichtige Attraktion in der Region. Wenn ich also die Region Marchfeld bewerbe, kann ich den Nationalpark als ein Highlight anführen. Ich habe die Schlösser, ich habe den Nationalpark, ich habe große Kulturdenkmäler. Das ist wieder so ein Baustein in einem Mosaik. Je mehr ich davon habe, umso eher bringe ich die Touristen hier her, weil die haben ja verschiedene Interessen und je mehr verschiedene Dinge ich anbieten kann, umso eher bringe ich sie her. Man muss bedenken, dass unsere Region touristisch erst im Aufbau ist, aber trotzdem regelmäßig touristische Zuwächse bringt. Wir sind natürlich in dem Zusammenhang auch froh, dass wir die Landesausstellung bekommen haben, wodurch Schloss Marchegg endlich renoviert werden kann.

11) Wie könnte man Ihrer Meinung nach die positiven Effekte des Nationalparks sowohl auf Gemeindeebene als auch auf Regionsebene noch weiter verstärken? Ideen? Projekte?

Wir versuchen, dass der Twin-City-Liner, der ja Wien und Bratislava verbindet, in Orth des Öfteren stehen bleibt. Das ist aber noch in Ausarbeitung. Da gibt es dann ein „kulinarisches Ticket“, wo die Leute in Orth aussteigen, im „Uferhaus“ essen gehen und nach ein paar Stunden wieder weiter fahren. Dann soll es noch ein „Kulinarik Plus Ticket“ geben, da sollen sie dann vor dem Essen auch eine Führung im Schloss Orth machen, auch um ihnen die regionale Kultur näher zu bringen. Wir wollen da halt noch zusätzliche Dinge anbieten. Vielleicht bringen wir dadurch ja noch mehr Leute ins Schloss, das erhöht auch wieder die Wertschöpfung. Das wird bei uns nicht die großen Umsätze bringen, aber je mehr Besucher ich habe, umso größer ist auch die

Bereitschaft, die Infrastruktur zu erhalten oder auszubauen. Darum geht es immer. Weil wenn wir sinkende Besucherzahlen haben, dann heißt es immer:
145 „Wenn es nicht angenommen wird, warum sollen wir da noch mehr Geld investieren?“. Für uns ist das eh nicht gewinnbringend zu nutzen, aber wir wollen es wenigstens erhalten.

12)Hätten Sie generell Wünsche, die die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalpark und lokalen und regionalen Akteuren betreffen?

150 Ich glaube, dass der Nationalpark jederzeit ansprechbar sind, aber auch umgekehrt. Ich glaube, da gehen alle Beteiligten sehr offen miteinander um. Da gibt es keine Vorbehalte mehr, ich glaube, aus der Zeit sind wir draußen.

Interviewprotokoll 14, am 19.09.2018

Mit der Büroleiterin und Regionalbetreuerin Margit Neubauer von der Tourismusdestination Donau Niederösterreich Römerland Carnuntum – Marchfeld

1) Seit wann arbeiten Sie für den Tourismusverband Römerland Carnuntum – Marchfeld?

Ich bin nicht nur für den Tourismusverband tätig, auch, aber nicht nur. Ich bin seit 2000 im regionalen Tourismus tätig. Zu Beginn war das ein
5 grenzüberschreitendes Projekt, so wie es heute zum Beispiel LEADER-Projekte gibt. Dabei wurde meine Position geschaffen als vernetzende Stelle zusätzlich zum existierenden Tourismusverband. Es war damals meine Aufgabe, die Ausflugsziele, Infrastruktur, Gastronomie und so weiter zusammenzubringen, um touristische Angebote zu schnüren. Das existierte
10 also zuerst parallel zur übrigen Tourismusstruktur. Dann gab es von 2003 bis 2005 einen Prozess, in dem das Land Niederösterreich gesagt hat, dass man größere Tourismusverbände braucht, keine so kleinteilige Struktur. Das war bei einigen einfacher, weil man konnte kleine Verbände zum Beispiel in den Tourismusverband Waldviertel oder Weinviertel eingliedern, das waren
15 gewachsene geographische Begriffe, da war die Integration einfacher. Bei uns war das schwieriger, da wir zwischen Wien und Bratislava einen kleinen Tourismusverband hatten, der ans Burgenland, an Wien und an die Slowakei stößt, wohin gehörte er nun? Es gab auch andere kleine Verbände, die

20 ähnliche Probleme hatten wie zum Beispiel die Wachau, die sich auch nicht
wirklich als Teil des Waldviertels sahen. Dazu war bei uns der Begriff
Industrieviertel nicht gerade ein toller Begriff um touristisch zu arbeiten. Daher
hat man sich nach langen Prozessen überlegt, was meiner Meinung nach
auch sehr wichtig war, dass man sich auf die Donau konzentriert, die ja der
wichtigste Fluss in Österreich ist. Da hat man sich dann angesehen, welche
25 kleinen Verbände entlang der Donau es gibt, die vielleicht auch nicht wissen,
wo sie hin sollen. Da gab es dann eben die Regionen Wachau-
Nibelungengau, Tullner Donaauraum und unsere Region Römerland
Carnuntum – Marchfeld. Die hat man dann eben zusammengeschlossen zur
Tourismusdestination Donau Niederösterreich, die wichtigste und größte
30 Tourismusdestination in Niederösterreich, mit den meisten Nächtigungszahlen
und so weiter, auch international bekannt, gerade die Wachau, unser
Flaggschiff. Da kommen wir dann auch schon zum Nationalpark, der hier eben
eine wichtige Rolle spielt in diesem Konvolut. Das nur so als Hintergrund. Ich
bin angestellt bei der Tourismusdestination Donau Niederösterreich, wir
35 arbeiten natürlich ganz eng mit dem Tourismusverband Römerland
Carnuntum – Marchfeld zusammen, mit allen Verbänden entlang der Donau in
Niederösterreich. Das sind eben Vereine und Verbände, die alle Obmänner
haben. Natürlich sind die für uns wichtig, weil das alle unsere Gesellschafter
sind. Die Donau Niederösterreich ist nämlich eine GesmbH, da sind natürlich
40 auch das Land Niederösterreich, Städtevereine, Tourismusverbände und so
weiter beteiligt, alle haben da so ein paar Prozent, nur um das Konstrukt zu
verstehen.

**2) Könnten Sie Ihre berufliche Zusammenarbeit mit dem Nationalpark
Donau-Auen ein wenig beschreiben?**

45 Wir haben in unserer Tourismusregion drei Top-Ausflugsziele, die diese
Kriterien auch erfüllen, da geht es nach ,Besucherzahlen, Infrastruktur und so
weiter. Das sind der archäologische Park Carnuntum, Schloss Hof und der
Nationalpark Donau-Auen mit dem Besucherzentrum und so weiter.
Dementsprechend ist natürlich die Zusammenarbeit mit einem meiner Top-
50 Ausflugsziele sehr wichtig, daneben gibt es noch einige Museen, sportliche
Attraktionen wie Wandern oder Radfahren, Genusserlebnisse, Gastronomie,
Hotellerie und vieles mehr. Aber der Nationalpark ist als eines unserer

Flaggschiffe hier natürlich besonders wichtig. Ich arbeite sehr eng mit ihnen zusammen, wobei die wichtigste Rolle die jährlich zielgruppenspezifische Aufarbeitung des Angebots spielt. Das muss immer aktuell sein und in die richtigen Kanäle gebracht werden. Das heißt zum Beispiel, dass Schulangebote des Nationalparks in unseren Schulfolder und auf die Homepage kommen. Da werden eben oft touristische Angebote gebündelt und zu Projektwochen verknüpft. Außerhalb der touristischen Seite ist der Nationalpark jedoch auch mit Vertretern in den Gremien der Donau Niederösterreich und des Tourismusverbandes vertreten, weil es uns ganz wichtig war, dass wir nicht nur Gemeinden und Bürgermeister an Bord haben, sondern wir brauchen auch die Tourismuspartner, um da gemeinsame Strategien zu entwickeln. Dementsprechend nah und eng ist dieses Verhältnis. Wir haben immer wieder Projekte miteinander, oft LEADER-Projekte. Jetzt zum Beispiel gibt es das Projekt der Donaugärten, da werden alle wichtigen Gartenanlage entlang der Donau – wobei der Begriff Garten hier sehr weit gestreut ist – zusammengefasst und gemeinsam vermarktet. Da komme ich eh gerade von einer Pressereise, wo wir dieses Projekt den Journalisten vorgestellt haben. Also wir arbeiten immer wieder, wo es halt passt, mit ihnen in neuen Projekten zusammen. Das ergänzt auch die klassische Tourismusthemenlandschaft sehr gut durch Aspekte wie Naturschutz, Au-Besetzung und so weiter. Geht also ein wenig weg vom klassischen Museum oder Schloss. Das ist eine ganz andere touristische Annäherung, die aber genauso wichtig ist und unsere Angebotspalette bereichert, mit einem anderen Thema.

3) Denken Sie, dass lokale und regionale Kooperationen mit dem Nationalpark im Marchfeld gut funktionieren? Warum?

Das ist eine Frage, die in erster Linie mal der Nationalpark beantworten muss, da habe ich auch nicht in jedes kleine spezifische Projekt einen Einblick. Generell ist es aber nicht so einfach, betriebliche Kooperationen einzugehen mit beispielsweise Gastronomie oder Hotellerie. Es hat jeder seinen eigenen Arbeitsbereich, das Geschäft ist eh sehr schwer. Wir sind keine klassische Urlaubsdestination, wir sind eine Ausflugsregion. Wir haben viele Familienbetriebe, die wirklich extrem eingebunden sind, dass diese überhaupt laufen, das ist alles nicht leicht. Das ist eine Saisongeschichte, wo man in

kurzer Zeit etwas verdienen muss, das ist dann auch wieder stark vom Wetter abhängig. Viele leben vom Geschäftstourismus, von Baustellen. Viele leben von Arbeitern. Ist eine Baustelle erledigt, dann haben die oftmals ein Problem.

90 Was ich damit sagen will ist, dass die keine Marketingabteilungen haben und sich weiß Gott wie einbringen können. Es geht, wir machen es auch immer wieder, aber es ist nicht leicht. Ich bin überzeugt, dass auch der Nationalpark immer wieder versucht, mit den örtlichen Betrieben zu kooperieren, wie wir es machen. Wir machen es halt noch intensiver, weil wir auch noch in Richtung
95 Wochenendpackages gehen, in die Angebotsentwicklung, was der Nationalpark ja nur als Randerscheinung gerne mitmacht, wenn es gefragt ist. Aber die ursächliche Aufgabe vom Nationalpark ist das nicht, von uns schon, wir müssen uns da schon etwas überlegen. Aber wenn man als Betrieb im Umkreis eines Nationalparks lebt und man macht das gut, dann wird sich das
100 vielleicht auch auf der Speisekarte oder der Haltung zeigen. Das muss man dann eben bewerben, dann kann man auch davon profitieren. Dass dann eben eine wechselseitige Befruchtung stattfindet, das liegt in der Natur der Sache.

4) Wie sehr glauben Sie, dass lokale Betriebe wie Gasthäuser, Pensionen und Bauernläden im Marchfeld vom Nationalpark profitieren?

105 Ich bin überzeugt davon, dass sie profitieren. Wir nennen das Imagetransfer, wenn eine Region – durch was auch immer – einen gewissen Stempel bekommt. In den Medien kennt man das, Nationalparks sind überhaupt etwas sehr Positives, etwas Besonderes, etwas Schützenswertes. Auch, wenn die
110 Entstehung des Nationalparks Donau-Auen sicher problematisch war und manche Rechte vielleicht dadurch geschmälert wurden, ist er jetzt etabliert und bekannt. Er gibt der Region sicher einen positiven Touch, überhaupt einer Region zwischen zwei Weltstädten mit Industrie und so weiter. Da einen Nationalpark zu haben, das ist etwas unglaublich Seltenes. Hier einen
115 Nationalpark bekommen zu haben, mit der ganzen Geschichte der Au-Besetzung, das hat sich Österreich ja hart erkämpft. Das ist schon eine wertvolle Sache, die der Region die Möglichkeit gibt, damit zu werben. Alleine im Gebiet des Nationalparks zu sein ist bestimmt positiv.

5) Wissen Sie von umfangreicheren Kooperationen zwischen regionalen Unternehmen und dem Nationalpark im Marchfeld? Beispiele?

120

Das kann sicher auch der Nationalpark besser beantworten als ich. Wenn man uns als Projekt nehmen will, dann sind wir so eines. Wir haben damals als „ARGE Regionalmarketing“ begonnen, wo man versucht hat, in dieser Region endlich mal so etwas wie eine Zusammenarbeit zu schaffen, davor gab es keinerlei Koordination zwischen den Veranstaltungen. Dieses Miteinander, da war auch der Nationalpark sehr schnell dabei, das ist bestimmt ein langes Projekt, das man hier nennen könnte. Man muss auch sagen, dass als ich hier zu arbeiten begonnen habe, der Nationalpark zwar schon ein paar tolle Führungen hatte, aber das fand alles noch auf der grünen Wiese statt. Mittlerweile hat man ja mit dem Nationalparkzentrum eine Heimat, wo die Ranger ihren Standort haben, die Buchung und so weiter ist. Dort trifft man einfach jemanden. Das hat sich alles auch aus dieser Zusammenarbeit zwischen dem Tourismus und dem Nationalpark ergeben. Ganz am Anfang war der Nationalpark nicht sehr aktiv in der Angebotsentwicklung für Besucher, um damit der Region Geld zu bringen. Das wurde zwar nicht abgelehnt, war aber auch nicht eines der wichtigsten Dinge. Aber durch diese Zusammenarbeit mit dem Tourismus, den Bau des Nationalparkzentrums, die Renovierung von Schloss Hof, davor der Fall des Eisernen Vorhangs, danach die Landesausstellung in Carnuntum. Das alles hat diese Region ein wenig in den Mittelpunkt gerückt. Da sind dann auch –vor allem für die Renovierung der Schlösser – riesige Summen in die Region investiert worden.

6) Gibt es lokale oder regionale Projekte, die ohne den Nationalpark kaum umgesetzt werden hätten können und von denen nun auch etwas weitere Teile der Region Marchfeld profitieren? Welche?

Mir fallen auf Anhieb viele Projekte ein, wo der Nationalpark eine wichtige Rolle spielte, aber jetzt nicht unbedingt etwas, wo ich sage, dass wurde wegen des Nationalparks ins Leben gerufen. Der Nationalpark ist natürlich als Thema ganz wichtig, wenn darum geht, Rad- oder Wanderweg auszuschildern. Da gibt es einige wichtige Wege in der Region, die den Nationalpark natürlich miteinbeziehen. Oder auch dieses schon angesprochene Projekt der Donaugärten, wobei es hier um die Geschichten geht, die die Donau erzählt. Da kann man zum Beispiel den Donaugarten in Eckartsau nennen und das mit dem letzten Kaiser verbinden, der ja seine letzten Tage im Schloss in Eckartsau verbrachte, um nur eines zu nennen.

155 Der Nationalpark gemeinsam mit einem Schloss ist eine super Kombination, diese Geschichten, die da auch geschrieben wurden sorgen für eine extra Würze. Da kann ich nicht nur eine Schlossführung machen sondern werde auch an die Au-Besetzung zum Beispiel erinnert.

160 **7) In welchem Ausmaß wird die gesamte Region Marchfeld vom Nationalpark und seinen Angeboten beeinflusst?**

Es ist eben einer der „Hotspots“, wobei das Thema Natur eine zentrale Rolle spielt. Das hat Erlebnischarakter, was zum Beispiel in den Schulen oder bei Betriebsausflügen sehr beliebt ist. Der Nationalpark bereichert natürlich das touristische Angebot in der Region um ein ganz anderes Segment. Auch die
165 Verbindung mit Wasser ist sehr spannend, das kommt immer gut an, das hat immer auch ein wenig Expeditions- und Erlebnischarakter. Da steht auch eine andere Ideologie dahinter, weil man mit Faktoren wie Umweltschutz und Historie konfrontiert wird. Da stehen viel mehr Dinge im Hintergrund als beispielsweise bei einem Museumsbesuch. Wenn man Glück hat, trifft man
170 auf einen Ranger, der damals wirklich auch bei der Au-Besetzung dabei war.

8) Wo sehen Sie Potenzial für weitere Kooperationen zwischen der Region und dem Nationalpark Donau-Auen?

Man könnte in Richtung Nationalpark-Küche denken, was jedoch ein sehr ambitioniertes Projekt ist. Das gibt es zum Teil in anderen Nationalparks
175 schon, wo einfach nationalparknahe oder nationalparktypische Gerichte – das könnten hier zum Beispiel wilder Bärlauch, irgendwelche Kräuter oder Fischspezialitäten sein – angeboten werden. Solche Dinge wie den Nationalpark auch in die Kulinarik einfließen zu lassen ist natürlich immer schlau, weil der Gast ja mit allen Sinnen erleben will. Das gibt es zum Beispiel
180 in der Region schon zum Teil in Schloss Hof mit einer barocken Mahlzeit nach alten Rezepten oder auch in Carnuntum mit alten römischen Gerichten. Wenn man solche Verbindungen schafft, dann ist das immer toll. Hier wäre so etwas auch für den Nationalpark super, weil es nicht nur ein zusätzliches touristisches Angebot darstellt, sondern eben auch die Kooperationen stärkt.
185 Diese Produkte müssten dann natürlich auch bei den kooperierenden Wirtshäusern angeboten werden. Wir haben vor Jahren schon einmal so etwas versucht. Da haben wir eine Kräuterwanderung mit Journalisten gemacht und da gab es eine Kräuterspezialistin, die das erklärt hat, wir haben

190 dann diese Kräuter, die man essen kann, gepflückt und anschließend Gerichte
damit verkostet. Da wurden dann so Dinge wie Bärlauchaufstrich und
Spitzwegerichsüppchen schon vorher vorbereitet und dann eben verkostet.
Das kam wirklich sehr gut an, bei Allen. Das wäre so in diese Richtung
gegangen. Es ist aber dann leider vorerst gescheitert, weil das für eine Person
195 so enorm viel Arbeit war und der Nationalpark für diese Aufgabe nicht mehr
Personal hatte. Die sind eben nicht so ein touristischer Anbieter wie Schloss
Hof, die einen so hohen Personalstand haben, dass sie gefühlte 100.000
Führungen anbieten können (lacht). Aber wer weiß wie das weiter geht, wenn
das letztlich – auch finanziell – zu einem guten Erfolg führen würde, dann
könnte man sich schon überlegen, ob man so etwas weiter macht. Es gibt
200 natürlich jetzt aber auch schon zahlreiche regionale Kooperationen des
Nationalparks, zum Beispiel mit Bäckereien aus der Region.

**9) Würden Sie sich wünschen, dass der Anteil der in der Region
nächtigen BesucherInnen des Nationalparks erhöht wird? Wie
könnte man das erreichen?**

205 Dazu ein klares Ja, das ist eine meiner Hauptaufgaben, den Anteil der in der
Region nächtigen Personen zu erhöhen, weil dadurch in Summe auch
eine viel höhere Wertschöpfung in der Region lukriert wird. Wir haben aber
aufgrund unserer geographischen Position zwischen Wien und Bratislava in
erster Linie Ausflugstourismus. Das liegt eben auch daran, dass man mit dem
210 Auto in relativ kurzer Zeit – das kann man positiv oder negativ sehen – von
Wien – ein sehr wichtiger Markt für uns – überall in der Region sein kann. Der
Aufenthaltstourismus ist bei uns daher auch sehr schwierig zu etablieren,
auch, weil er bei uns über Jahrzehnte auch nicht gewachsen ist, auch von der
Infrastruktur her. Natürlich herrschen in klassischen See- oder Kurorten, wo
215 vielleicht schon um 1850 das erste große Hotel errichtet wurde, andere
Strukturen vor. Noch dazu meinte die Geschichte es nicht so gut mit uns, als
wir am Ende Österreichs, direkt vorm Eisernen Vorhang lagen. Diese beiden
Dinge muss man einfach mal als gegeben voraussetzen. Man versucht nun,
das vorhandene Angebot – es gibt kaum eine Gegend, wo es so viele
220 verschiedene Dinge, wie Schlösser, Naturerlebnisse oder auch die
Ausgrabungen in Carnuntum – in Packages zu koppeln. Je besser das gelingt,
desto größer sind die Distanzen, die Gäste zurücklegen werden, um hier her

zu kommen oder desto eher sind auch Leute bereit, die in der Nähe wohnen, auch mal eine oder zwei Nächte hier zu schlafen. Die Wahrscheinlichkeit ist
225 zwar oft gering in Bezug auf WienerInnen, aber wir haben manchmal Weinveranstaltungen, wo die Leute ja eh Nichts trinken können, wenn sie mit dem Auto heimfahren, da übernachten dann doch auch einige in der Region. Aber es geht ja eben auch darum, Gäste von weiter weg anzusprechen, das lässt sich dann auch sicher gut mit Ausflügen nach Wien und Bratislava
230 kombinieren, da ist die Lage hier perfekt. Da haben wir auch schon einige Dinge anzubieten, je weiter die Leute von uns weg wohnen, umso eher schlafen sie dann natürlich auch hier. Da ist aber noch Entwicklungsbedarf, weil wir eben noch eine Ausflugsregion sind. Aber wenn ich das vergleiche, wie es hier vor 20 Jahren ausgesehen hat, da muss ich schon sagen, dass
235 sich seitdem schon sehr viel getan hat. Auch die Landesausstellung 2022 wird hier natürlich ein wichtiger Faktor sein, weil da nochmal eine ganz andere wirtschaftliche Kraft dahinter steht.

10)Wie könnte man Ihrer Meinung nach die positiven Effekte des Nationalparks sowohl auf Gemeindeebene als auch auf Regionsebene noch weiter verstärken? Ideen? Projekte?

240 Durch Publikationen in regionalen Medien und diverse Veranstaltungen versucht der Nationalpark bereits seit einiger Zeit auch so manche Konflikte und fehlendes Verständnis der regionalen Bevölkerung zu beenden. Da geht es beispielsweise darum, dass es Leute gibt, die nicht wahrhaben wollen, dass ein natürlicher Wald nun einmal eine Menge an totem Holz enthält, was
245 Lebensraum für diverse Insektenarten beispielsweise bietet. Ich glaube aber dennoch, dass der Nationalpark heute insgesamt schon sehr gut in der Region angenommen wird. Man könnte auch zum Beispiel Tage der offenen Tür machen oder Rundreisen durch die Region organisieren. Da geht es auch
250 dann darum, die Akzeptanz der regionalen Bevölkerung für die Gegebenheiten in der Gegend weiter zu erhöhen. Gerade auch vor der Landesausstellung ist es wichtig, dass die ansässigen Menschen mit den regionalen Angeboten vertraut werden und diese dann selbst auch vertreten. Sie müssen dann eben vor allem im Kontext der Landesausstellung als
255 Botschafter agieren, weil man so natürlich auch eher die Gäste für die Region

begeistern können. Speziell im Marchfeld ist aber die Tourismusgesinnung noch sehr rudimentär ausgebildet.

11)Hätten Sie generell Wünsche, die die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalpark und anderen lokalen und regionalen Akteuren betreffen?

260 Das A und O ist definitiv, dass man die touristische Gesinnung im Marchfeld hebt. Man muss die Leute einfach auch davon überzeugen, dass man hier einen touristischen Schatz hat – der ist mit den Marchfeldschlössern, dem Nationalpark und vielen anderen Sachen definitiv vorhanden – und der ist auch Wert, besucht zu werden. Die Leute müssen stolzer sein auf die Dinge,
265 die es hier gibt, dann würden die Besucherzahlen alleine schon durch Leute aus der Region steigen. Außerdem würde es aber auch den gesamten Tourismus ankurbeln, auch weil dann die Gastronomie, die Hotellerie von sich aus gewisse Konzepte überarbeiten, wie zum Beispiel ihr Auftreten oder ihre Angebote, wodurch die Qualität auch weiter steigen würde. Hier hinken wir –
270 nicht nur im Marchfeld sondern in unserer ganzen Tourismusregion – noch weit hinter dem Westen hinterher. Bei uns habe ich oft den Eindruck, dass viel Leute aus der Region noch selbst sagen: „Naja, wir ham ja hier Nichts, es ist doch egal, ob ich da beworben werde“. Aber das ist falsch! Unsere Zahlen sind jetzt schon nicht so schlecht, wir haben hunderttausende Ausflugsgäste
275 in der Region, auch wenn viele Leute das nicht sehen wollen, aber die lassen alle ihre Spuren hier. Manche gehen Essen, Andere kaufen vielleicht etwas ein, aber sie bringen uns etwas.