universität wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Die Rolle des Tages- und Wochenendtourismus in der LEADER Region Triestingtal als Faktor der Regionalentwicklung“

verfasst von / submitted by

Florian Kolbe, BSc

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

Master of Arts (MA)

Wien, 2020 / Vienna, 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	A 066 857
Studienrichtung lt. Studienblatt / degree programme as it appears on the student record sheet:	Masterstudium Raumforschung und Raumordnung
Betreut von / Supervisor:	ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich,

- dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubter Hilfe bedient habe,
- dass ich dieses Masterarbeitsthema 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, Juni 2020

Danksagung

Ich möchte an dieser Stelle die Gelegenheit nutzen, um mich bei all jenen zu bedanken, die mich während meines Studiums und dem Verfassen der Masterarbeit unterstützt haben. Ein großer Dank gilt hierbei meinem Betreuer ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel, der mir bei Fragestellungen stets rasch zur Verfügung stand und mir laufend wertvolle Tipps gegeben hat.

Ein besonderer Dank gilt meinen Eltern sowie meinem Bruder Sebastian, die mich das ganze Studium über unterstützend begleitet haben. Hervorheben möchte ich insbesondere meine Mama, die mich stets in meinem Tun bestärkt hat und mir jederzeit zur Seite stand. Weiters will ich mich bei all meinen InterviewpartnerInnen herzlichst bedanken, die sich allesamt Zeit für meine Fragen genommen und mit deren Informationen einen wesentlichen Beitrag für das Zustandekommen dieser Arbeit geleistet haben. Ein besonderes Dankeschön gilt LEADER-Regionsmanagerin DI Anette Schawerda, die mir von Beginn an wichtige Tipps bezüglich Arbeitsthema und GesprächspartnerInnen gab.

Außerdem möchte ich meinen Mitbewohnern und zugleich engen Freunden Fabian Eder und Andreas Grübl danken, die während des Verfassens der Arbeit stets motivierend und mit hilfreichen Inputs auf mich einwirkten. Zuletzt will ich auch noch all meinen StudienkollegInnen danken, die meine Studienzeit zu einem großartigen Lebensabschnitt gemacht haben.

Kurzfassung

Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Österreichs und vor allem für ländliche Gebiete oftmals eine signifikante Komponente für die regionale Wertschöpfung. In den vergangenen zwei, drei Jahrzehnten hat sich das Reiseverhalten innerhalb der Gesellschaft massiv gewandelt, wobei speziell ein Trend in Richtung Kurzreisen sowie veränderte Reisemotive erkennbar sind. Dem klassischen Badeurlaub werden gehäuft Aktivreisen und Erholungsurlaube in der Natur vorgezogen. Die LEADER Region Triestingtal in Niederösterreich hat daher in den letzten Jahren begonnen, sämtliche touristische Aktivitäten und Projekte zu initiieren, um die Zahl an Tagesausflüglern und Wochenend-Urlaubern zu steigern. Das touristische Potenzial liegt neben einer außergewöhnlichen Naturkulisse sowie einer Vielzahl an Sportmöglichkeiten und kulturhistorischen Stätten speziell in der Nähe zum Großraum Wien begriffen. Ziel der Arbeit ist es, anhand der regionalen Gegebenheiten Empfehlungen für einen langfristig profitablen Tourismus im Sinne einer positiven gesamtregionalen Entwicklung abzugeben. Mithilfe von Literaturrecherche, Dokumentenanalysen sowie Experteninterviews wurde dabei der touristische Status quo in der Region samt Problemfeldern und Aufwertungs-Chancen eruiert. Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen wurden Handlungsempfehlungen formuliert, welche sich insbesondere auf die Bereiche Angebotsentwicklung, touristische Zusammenarbeit und Vermarktung beziehen.

Abstract

Tourism is one of the most important economic sectors in Austria and often, especially for rural areas, a significant component for regional added value. In the past two or three decades, travel behaviour has changed massively within society, with a trend towards short trips and changing travel motifs in particular. Active holidays as well as relaxing holidays in nature are often preferred to classic seaside holidays. The LEADER Region Triestingtal in Lower Austria has therefore begun to initiate all tourist activities and projects in recent years in order to increase the number of day trippers and weekend holidaymakers. In addition to an exceptional natural backdrop and a multitude of sports opportunities and cultural-historical sites, the tourist potential is particularly close to the greater Vienna area. The aim of the master thesis is to make recommendations for long-term profitable tourism in terms of positive overall regional development based on regional conditions. With the help of literary research, document analyzes and expert interviews, the tourist status quo in the region including problematic areas and opportunities for upgrading was determined. Based on the knowledge gained, recommendations for action were formulated, which relate in particular to the areas of offer development, cooperation and marketing.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung und Problemstellung 1
1.1 Forschungsfragen 2
1.2 Struktur der Arbeit 2
1.3 Methodik 3
2. Ansätze und Begrifflichkeiten aus der Regionalentwicklung 5
2.1 Regionalentwicklung 5
2.1.1 Ländliche Räume 8
2.1.2 Integrierte und nachhaltige Regionalentwicklung 10
2.1.3 Regional Governance 12
2.2 LEADER 13
3. LEADER Region Triestingtal 18
3.1 Abgrenzung und Gebietscharakteristik 18
3.2 Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur 20
3.3 Historisches 22
3.4 Die Geschichte des Tourismus im Triestingtal 23
3.5 Beherbergungsstruktur und Nächtigungszahlen 26
3.6 Lokale Entwicklungsstrategie der LEADER Region Triestingtal 28
3.6.1 Der Tourismus in der Lokalen Entwicklungsstrategie 29
3.7 Das touristische Angebot in der LEADER Region Triestingtal 31
3.7.1 Aktivtourismus 31
3.7.2 Kulturtourismus 34
3.7.3 Tourismus in Berndorf 36
3.7.4 Pilgertourismus 38
3.7.5 Sonstige touristische Attraktionen 40
3.7.6 Vernetzung Landwirtschaft-Handwerk-Tourismus 41
4. Tourismus 43

4.1 Definition von Tourismus 43
4.2 Tagestourismus 44
4.3 Wochenendtourismus 45
4.4 Der Tages- und Kurzurlaubstourismus in Niederösterreich 46
4.5 Die Bedeutung des Tourismus für ländliche Räume 48
4.6 Aktuelle touristische Trends in Österreich 50
4.7 Das Konzept des „Sanften" Tourismus 52
4.8 Nachhaltiger Tourismus 55
4.9 Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus 58
4.9.1 Nachhaltiger Tourismus im Biosphärenpark Wienerwald 59
4.9.2 Best Practice Beispiel: Sanfter Tourismus im Pielachtal (NÖ) 60
5. Übergeordnete Konzepte und Strategiepapiere im touristischen Kontext 62
5.1 Das österreichische Programm für ländliche Entwicklung 62
5.2 Niederösterreichisches Landesentwicklungskonzept 2004 63
5.3 Tourismusstrategie Niederösterreich 2020 65
5.4 Hauptregionsstrategie 2024 - Region Industrieviertel 66
5.5 Kleinregionaler Strategieplan 2018-2022 der Kleinregion Triestingtal 67
5.6 Das Österreichische Raumentwicklungskonzept 2011 68
5.7 Naturschutzkonzept Niederösterreich 2011 69
6. Zwischenfazit der gewonnenen Erkenntnisse aus Konzepten, Strategiepapieren und touristischen Trends 71
6.1 Touristische Entwicklungen im Triestingtal im Vergleich zu Niederösterreich und Österreich 72
7. Qualitative empirische Analyse 76
7.1 Experteninterviews 76
7.2 Leitfadengestützte Experteninterviews 77
7.3 Durchführung der Interviews 78
7.4 Auswertung der Interviews 78

7.5 Kategorien zur Auswertung 80
7.6 Die empirischen Ergebnisse im theoretischen Diskurs 100
8. Handlungsempfehlungen 107
9. Beantwortung der Forschungsfragen 116
10. Zusammenfassung und Ausblick 119
11. Literaturverzeichnis 122
12. Anhang 140

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: LEADER Regionen in Österreich 2014-2020 (Quelle: ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.; https://www.zukunftsraumland.at/seiten/15 (08.06.2020)) 15
Abbildung 2: LEADER Region Triestingtal (Quelle: LEADER Region Triestingtal; https://www.triestingtal.at/ (08.06.2020)) 19
Abbildung 3: Relative Bevölkerungsveränderung in der LEADER Region Triestingtal 2004-2019 (Datengrundlage: Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a (08.06.2020); eigene Darstellung) 20
Abbildung 4: Beherbergungsbetriebe in der LEADER Region Triestingtal 2018 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA o.J.a (08.06.2020); eigene Darstellung) ... 26
Abbildung 5: Gästebetten in der LEADER Region Triestingtal 2018 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA o.J.a (08.06.2020); eigene Darstellung) 27
Abbildung 6: Nächtigungszahlen in der LEADER Region Triestingtal 2007-2019 (Datengrundlage: Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung) 28
Abbildung 7: Tagesgäste am Peilsteinhaus 2013-2019 (Datengrundlage: Österreichischer Alpenverein, Sektion Österreichischer Gebirgsverein 2020; eigene Darstellung) 32
Abbildung 8: Nächtigungen am Peilsteinhaus 2013-2019 (Datengrundlage: Österreichischer Alpenverein, Sektion Österreichischer Gebirgsverein 2020; eigene Darstellung) 33
Abbildung 9: Triestingtaler Hofgenüsse Guide (Quelle: ISSUU 2019; https://issuu.com/raxmoritz/docs/triestingtaher_hofgenu_sse_broschu_re_final_02 (08.06.2020)) 42
Abbildung 10: Ausflugs-Motive von Tagestouristen in Niederösterreich 2016/17 (Quelle: MANOVA GmbH 2018: 6) 47
Abbildung 11: Entwicklung der Haupturlaubsreisen in Österreich (Quelle: STATISTIK AUSTRIA 2019; https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/index.html (08.06.2020)) 51
Abbildung 12: Kontrasttabelle Hartes Reisen - Sanftes Reisen (Quelle: JUNGK 1980: 156 zitiert in FREYER 2015: 647) 53

Abbildung 13: Fünfeck-Pyramide einer nachhaltigen Tourismusentwicklung (Quelle: DIEPOLDER und FEIGE 2000: 300 zitiert in REVERMANN und PETERMANN 2003: 139) 57
Abbildung 14: Nachhaltigkeitspyramide der österreichischen Tourismusentwicklung (Quelle: Österreich Werbung 2012: 4) 58
Abbildung 15: Nächtigungs-Zuwächse in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich 2007-2019 in % (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung) 73
Abbildung 16: Jährliche prozentuale Wachstumsrate der Nächtigungen in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich 2007-2019 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung) 74
Abbildung 17: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Gästen in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b, o.J.a; eigene Darstellung) 75

Abkürzungsverzeichnis

EU = Europäische Union

LAG = Lokale Aktionsgruppe

LE = Ländliche Entwicklung

LEADER = Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale

LEK = Landesentwicklungskonzept

LES = Lokale Entwicklungsstrategie

NÖ = Niederösterreich

ÖREK = Österreichisches Raumentwicklungskonzept

ÖROK = Österreichische Raumordnungskonferenz

ÖTK = Österreichischer Touristenklub

UN = United Nations (Vereinte Nationen)

UNWTO = Welttourismusorganisation

VOR = Verkehrsverbund Ost-Region

Gender-Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Masterarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewandt. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

1. Einleitung und Problemstellung

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema Tourismus in der LEADER Region Triestingtal. Das vorrangige Ziel besteht darin, die jüngeren Entwicklungen des Tourismus bzw. den touristischen Status quo in der LEADER Region im Hinblick auf eine positive gesamtregionale Entwicklung zu untersuchen und dabei mögliche Optimierungsmaßnahmen für einen langfristigen touristischen Mehrwert herauszuarbeiten. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse des Tages- sowie des Wochenend- bzw. Kurzurlaubstourismus. Hintergrund der Themenwahl war, dass Tages- und Wochenendtouristen in der „Lokalen Entwicklungsstrategie" des Triestingtals als großer Potenzialfaktor für eine Steigerung der Wertschöpfung dargestellt werden (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 9).

Die in etwa 45 Kilometer südwestlich von Wien gelegene Region war einst eine Hochburg des Sommerfrische-Tourismus, welcher jedoch durch die Folgen der Tertiärisierung und wegen eines veränderten Reiseverhaltens im Laufe des 20. Jahrhunderts zugrunde ging. In den letzten Jahren stieg allerdings zum einen der Trend in Richtung Kurzurlaube und zum anderen die Nachfrage hinsichtlich alternativer Tourismusformen. Insbesondere naturverträgliche Formen wie Radfahren oder Wandern gewannen in der jüngeren Vergangenheit ebenso wie die Erholung im Naturraum kontinuierlich an touristischer Bedeutung. Mit einer vielfältigen Naturlandschaft, einem reichen Kulturerbe sowie den sportlichen Betätigungsmöglichkeiten bietet die LEADER Region prinzipiell attraktive Voraussetzungen für Ausflügler und Kurzurlauber, was durch die Nähe zum Ballungsraum Wien zusätzlich verstärkt wird. Durch das Vorhandensein von ländlich geprägten Gemeinden auf der einen und urban anmutenden, industriestarken Kommunen auf der anderen Seite sind allerdings auch bedeutende strukturelle Unterschiede gegeben.

Im Rahmen dieser Arbeit gilt es, unter Berücksichtigung sämtlicher regionaler Entwicklungen und Gegebenheiten zu eruieren, inwieweit die regionale Wertschöpfung in der LEADER Region Triestingtal durch den Tages- und Wochenendtourismus anhand gewonnener Erkenntnisse langfristig gesteigert werden kann.

1.1 Forschungsfragen

Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit sollen die nachfolgenden vier Forschungsfragen bearbeitet werden:

a) Inwiefern kann der Tages- und Wochenendtourismus in der LEADER Region Triestingtal als bedeutsamer Faktor der Regionalentwicklung angesehen werden? Sind hierbei innerregionale Unterschiede in der Wertigkeit des Tourismus auszumachen?

b) Inwiefern korreliert die touristische Entwicklung der LEADER Region mit den in der LES formulierten Zielen sowie relevanten, übergeordneten Konzepten der Raumentwicklung bzw. aktuellen touristischen Trends?

c) Wo liegen die Chancen und Potenziale für eine (weitere) Attraktivitätssteigerung des regionalen Tages- und Wochenendtourismus?

d) Welche Maßnahmen können seitens der regionalen Akteure getroffen werden, um den Tourismus im Allgemeinen in der LEADER Region Triestingtal langfristig ankurbeln zu können?

1.2 Struktur der Arbeit

Die vorliegende Arbeit besteht grob aus einem theoretischen und einem empirischen Teil, welche miteinander verwoben sind. Zu Beginn dieser Arbeit wird nach verschiedensten Begriffserklärungen Bezug auf die Ansätze zur eigenständigen und integrierten Regionalentwicklung genommen, auf denen auch das LEADER-Programm basiert. Nach einer allgemeinen Beschreibung der LEADER Region Triestingtal wird auf das dortige touristische Angebot eingegangen. Darauffolgend werden verschiedene Ansätze und Konzepte aus der Tourismus-Literatur dargebracht. Diese umfassen neben allgemeinen Definitionen des Tages- und Wochenendtourismus auch Bezugnahmen auf den Tourismus in ländlichen Räumen sowie den Sanften bzw. Nachhaltigen Tourismus. Ebenfalls werden aktuelle touristische Trends in Niederösterreich und Gesamt-Österreich erörtert. Weiters werden ausgewählte Konzepte und Strategiepapiere der Raumentwicklung des

Landes Niederösterreich als auch vom Bund im touristischen Kontext analysiert. Die gesammelten Inhalte der theoretischen Grundlagen fließen in den späteren Diskurs ein.

Der zweite Teil setzt sich aus den empirischen Erhebungen zusammen, mit welchen auf Basis der Theorie-Inhalte die touristische Entwicklung des Triestingtals sowie die dortige Rolle des Tages- und Wochenendtourismus - mit Schwerpunkt auf die noch laufende LEADER-Periode 2014 bis 2020 - untersucht wird. Hierfür wurden leitfadengestützte Experteninterviews mit regionalen Handlungsträgern sowie vereinzelt mit Akteuren überregionaler Organisationen geführt, welche in die touristische Entwicklung der Region eingebunden sind. Die Experten wurden vorwiegend zu deren Sichtweisen bezüglich touristischer Prozesse, dem Stellenwert des Tages- und Wochenendtourismus sowie touristisch relevanter Projekte im Triestingtal befragt.

Nach Auswertung der empirischen Ergebnisse und deren Einbettung in den theoretischen Kontext werden konkrete Handlungsempfehlungen gegeben. Am Ende der Arbeit wird eine Zusammenfassung als auch ein kurzer Ausblick vorgenommen.

1.3 Methodik

Die Basis der methodischen Vorgehensweise bildete eine intensive Literaturrecherche von fachspezifischer Literatur zur Raum- bzw. Regionalentwicklung. Bei der Beschreibung der LEADER Region Triestingtal wurden ausgewählte quantitative Daten herangezogen und zum Teil in Form von Abbildungen aufbereitet. Außerdem wurde eine Recherche von einschlägiger Tourismusliteratur wie auch die Analyse touristischer Trends durchgeführt. In weiterer Folge wurde auf ausgewählte, tourismusrelevante Konzepte und Strategiepapiere aus den Bereichen Raumordnung und Regionalentwicklung zurückgegriffen. Ein Hauptaugenmerk lag dabei auf dem Landesentwicklungskonzept und der Tourismusstrategie des Landes Niederösterreich. Die Bearbeitung aller Konzepte bzw. Strategiepapiere erfolgte in Form einer Dokumentenanalyse.

Die Erhebung der empirischen Daten geschah in Form von selbst durchgeführten Experteninterviews. Für die Interviews wurden Leitfäden verwendet, welche aufgrund der Vielfalt an tourismusrelevanten Themen an den jeweiligen Gesprächspartner angepasst wurden. Die Fragen waren stets auf das Forschungsthema der Arbeit ausgerichtet. Die Auswertung der Experteninterviews orientierte sich an der Methode nach MEUSER und NAGEL, da bei dieser Form mehrere Interviews anhand von Kategoriebildungen thematisch gegenübergestellt werden können. Nach Gegenüberstellung der aus den Gesprächen gewonnenen Erkenntnissen mit den theoretischen Grundlagen wurden Handlungsempfehlungen für die Zukunft abgegeben.

Mithilfe der durchgeführten Forschungsmethoden wurde die Rolle des Tages- sowie des Wochenendtourismus in der LEADER Region Triestingtal als Faktor der Regionalentwicklung kritisch bewertet sowie eine Mehrzahl von Empfehlungen für einen langfristig profitablen, regionalen Tourismus formuliert.

2. Ansätze und Begrifflichkeiten aus der Regionalentwicklung

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ansätze und Termini aus dem Bereich der Regional- bzw. Raumentwicklung, die mit dem Forschungsthema der Arbeit in Verbindung stehen, dargebracht. In diesem Kontext wird auch der titelgebende LEADER-Ansatz beleuchtet.

2.1 Regionalentwicklung

Dem Terminus „Regionalentwicklung" liegt grundsätzlich keine rechtlich wie fachlich eindeutige Definition zugrunde, da der Begriff je nach Zeit, Staat und Akteur unterschiedlich interpretiert und wirksam wird (vgl. HEINTEL 2018: 2008). Dennoch wird im Folgenden versucht werden, eine Begriffserklärung sowie die wichtigsten Charakteristika die Regionalentwicklung betreffend herauszuarbeiten.

Nach CHILLA, KÜHNE und NEUFELD bemüht sich Regionalentwicklung *„um eine Verbesserung im Sinne einer zielgerichteten Veränderung der sozio-ökonomischen und umweltbezogenen Situation innerhalb von (meist) subnationalen Raumeinheiten. Die zugrunde liegenden Ziele können dabei durchaus unterschiedlich sein"* (CHILLA, KÜHNE und NEUFELD 2016: 56).

Heute geschieht Regionalentwicklung im Kontext verschiedener politischer Ebenen (EU-, Staats-, Länder- und Gemeindeebene) sowie regionaler Akteure (z.B. regionale Wirtschaft, Vereine). *„Regionalentwicklung ist sowohl öffentliche Aufgabe, wenn es sich um die Verwaltung, Koordination und Abwicklung der EU-Kohäsionspolitik handelt, als auch Bestandteil der intermediären Dienstleistungsebene zwischen Staat, Markt und Zivilgesellschaft sowie Inhalt selbstorganisierter Bottom-up-Prozesse einer eigenständigen oder endogenen Steuerung"* (HEINTEL 2018: 2008). (vgl. ebd.)

Oftmals treffen hierbei verschiedenste Interessen und strategische Ausrichtungen aufeinander. Trotz unterschiedlicher Definitionen wird Regionalentwicklung als eine Querschnittsmaterie verstanden, die zum Ziel hat, verschiedene gesellschaftliche Aktivitäten und Fachpolitiken bzw. -planungen - welche sich grundsätzlich auf ein

bestimmtes Gebiet beziehen - so gut wie möglich aufeinander abzustimmen. Erreicht werden soll schlussendlich eine positive bzw. als wünschenswert angesehene Ordnung bzw. Veränderung. Dies kann ökologische, ästhetische oder gesellschaftliche Entwicklungen betreffen, aber vor allem die Wirtschafts- und Lebensbedingungen bzw. deren Verbesserung. Eine konstante Abstimmung zwischen den einzelnen Ebenen bzw. Akteuren ist somit essenziell, um die gesteckten Ziele zu erreichen. (vgl. HEINTEL 2018: 2008-2009) Um ein besseres Verständnis für die dargebrachten Begriffserklärungen zu erlangen, bedarf es zunächst einer Betrachtung der Historie der Regionalentwicklung in Österreich.

Die Regionalentwicklung war in den vergangenen vier Jahrzehnten großen Veränderungen unterworfen. In Österreich wurden bereits Ende der 1960er Jahre Maßnahmen einer aktiven Regionalpolitik angewandt, was sich beispielsweise in der Förderung von Bergbaugebieten, welche von Grubenschließungen betroffen waren, zeigte. Bis in die späten 1970er Jahre lag das Hauptaugenmerk der Wirtschafts- und Regionalpolitik indes auf Kostensenkungen von Unternehmen, der infrastrukturellen Ausrüstung von Standorten, der Forcierung von Investitionen sowie der Neuansiedelung von Betrieben. In den 1980er Jahren trat die sog. **eigenständige Regionalentwicklung** in den Vordergrund, welche - eng verbunden mit dem Dezentralisationsgedanken und der Forderung nach größeren regionalen Entscheidungskompetenzen - als Reaktion auf die Probleme der bisherigen Regionalpolitik entstand. (vgl. BAUER-WOLF, PAYER und SCHEER 2008: 1-2; MOSE 1989: 155, 158)

Eigenständige Regionalentwicklung ist kein ausformuliertes, theoretisches Konzept, sondern eine Bündelung von Leitideen und Wertvorstellungen, welche die bestehenden Disparitäten (räumliche Ungleichentwicklungen) und sozialen Problematiken konterkarieren sollen. Das Ziel liegt darin, in einzelnen Regionen durch ein hohes Maß an Selbststeuerung die Aktivierung endogener Potenziale zu ermöglichen. Dazu zählen u.a. natürliche, wirtschaftliche und soziokulturelle Ressourcen ebenso wie menschliche Fähigkeiten. Zentrales Umsetzungsinstrument dabei sind lokale Initiativen, worunter kooperative und innovative Aktivitäten der lokalen Bevölkerung zur Verbesserung der Lebens-, Arbeits- und Umweltsituation zu verstehen sind. Die endogenen Akteure (u.a. die Bevölkerung) werden somit in

Entscheidungs- und Umsetzungsprozesse eingebunden und zu einem wesentlichen Bestandteil regionaler Entwicklungspolitik. (vgl. MOSE 1989: 155-159; MÜHLINGHAUS 2002: 128-129) Auch die Einbindung regionaler Institutionen gilt als wichtige Voraussetzung. Erreicht werden soll dadurch die Stärkung der regionalen Wirtschaft sowie die politische und kulturelle Eigenständigkeit der Regionen unter Berücksichtigung von deren Besonderheiten. (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 144-145) Wesentliche Elemente einer eigenständigen Regionalentwicklung sind:

- Der Rückgriff auf die eigenen Fähigkeiten und Ressourcen → Wiederbelebung regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Die Entwicklung von Produktbesonderheiten
- Die Stärkung der Landwirtschaft (z.B. Diversifizierung landwirtschaftlicher Aktivitäten)
- Eine allgemeine Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur durch innovative Ideen und Produkte
- Die Vernetzung mehrerer Wirtschaftsbereiche
- Die Förderung von regionaler Eigenständigkeit und Selbstverwaltung sowie Angebote zur Einbindung der Bevölkerung

(vgl. ebd.: 145)

In Österreich wurde 1979 die **Förderungsaktion für eigenständige Regionalentwicklung** (FER) als Entwicklungsprogramm für strukturschwache bzw. periphere ländliche Gebiete eingerichtet. Als erstes westeuropäisches Förderprogramm, das sich an einer eigenständigen Regionalentwicklung orientierte, unterstützte es zunächst Vorhaben in Problemregionen des Berggebiets, wobei die Gebietskulisse kontinuierlich ausgeweitet wurde. Die FER hatte eine Signalwirkung auf die konzeptionelle Weiterentwicklung der Regionalentwicklung und setzte zahlreiche Impulse, beispielsweise im Bereich der erneuerbaren Energien oder auch des Tourismus (u.a. durch regionsangepasste Angebotsformen). (vgl. DAX 2009: 7; MOSE 1989: 160-161)

Das Jahrzehnt der 1990er Jahre brachte in der Folge einen Bedeutungsgewinn der sog. „weichen" Instrumente und Kooperationen sowie eine Verstärkung der regionalen Identität. So wurden folglich die Beziehungen zwischen den einzelnen Akteuren auf regionaler Ebene immer wichtiger. Nicht zuletzt durch die Einrichtung von Regionalberatungen und -Managements sowie neuen Förderprogrammen (z.B. LEADER) erlangten die Regionen eine signifikante Aufwertung. (vgl. BAUER-WOLF, PAYER und SCHEER 2008: 1-2; DAX 2009: 9, 11; HEINTEL 2018: 2009) Gegenwärtig orientiert sich die Regionalentwicklung in Europa stark an den Vorgaben der Europäischen Kommission, wodurch nationale Maßnahmen sukzessive abnahmen und die regionalpolitischen Ziele der EU bzw. deren Kohäsionspolitik in den Mittelpunkt rückten. Deren Finanzierung erfolgt durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), den Europäischen Sozialfonds (ESF) sowie den Kohäsionsfonds. (vgl. HEINTEL 2018: 2010)

2.1.1 Ländliche Räume

Ländliche Räume nehmen im regionalentwicklerischen Diskurs eine bedeutsame Rolle ein, was anhand verschiedenster Förderprogramme deutlich wird. In der Literatur gehen die Definitionen „ländlicher Räume" zum Teil stark auseinander. Dies hat vor allem damit zu tun, dass sich diese seit einigen Jahrzehnten in einem stetigen Veränderungsprozess befinden. (vgl. MOSE 2018: 1324, 1326) Nach HENKEL ist der ländliche Raum *„ein naturnaher, von der Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bevölkerungs- und Bebauungsdichte sowie niedriger Wirtschaftskraft und Zentralität der Orte, aber höherer Dichte der zwischenmenschlichen Bindungen"* (HENKEL 2004: 33).

Bis heute werden ländliche Räume also oftmals als Gebiete, in welchen der Primärsektor dominierend sowie dörfliche bis kleinstädtische Siedlungsstrukturen vorherrschen, klassifiziert. Nicht selten werden den genannten Teilräumen zudem Attribute wie strukturschwach, förderungsbedürftig oder rückständig attestiert. Dieses lange Zeit einheitliche Bild kann gegenwärtig jedoch als nicht mehr zutreffend gesehen werden, da heute von einer ausgesprochenen Heterogenität ländlicher Räume auszugehen ist. Zum einen ist eine fortschreitende Angleichung von städtischen und ländlichen Lebensweisen festzustellen und zum anderen wird mittlerweile zwischen vielen verschiedenen Typen ländlicher Räume differenziert.

Gründe hierfür sind ein vielerorts unterschiedlich ablaufender Strukturwandel, ein verschärfter regionaler Wettbewerb auf europäischer Ebene oder auch die Folgen der Globalisierung. (vgl. MOSE 2018: 1324, 1326)

Aufgrund der wachsenden Inhomogenität ist es deshalb sinnvoll, ländliche Räume nur noch ausschließlich im Plural anzuführen, da „der ländliche Raum" in der Realität nicht existiert. Ihre Vielfalt bezieht sich beispielsweise auf deren Unterschiede hinsichtlich Geschichte, demographische Entwicklung, Art der Landbewirtschaftung, außeragrarische Wirtschaftsstruktur, Pendlerverflechtungen oder Traditionen. (vgl. WEBER 2002: 6) In diesem Zusammenhang wird auch von der „Multifunktionalität ländlicher Räume" gesprochen. Dabei erfüllen ländliche Räume je nach Raumtyp unterschiedliche Funktionen, z.B. Produktions- und Versorgungsfunktion, Wirtschaftskraftfunktion oder Freizeit- und Erholungsfunktion. (vgl. WEBER 2010: 7) Raumordnung und Regionalpolitik sind gefragt, den ländlichen Räumen bei der Bewältigung derer Herausforderungen zu unterstützen. Im Fokus stehen dabei die Ansätze einer integrierten ländlichen Entwicklung, welche *„die ländlichen Räume in ihrer Gesamtheit als Wohn-, Wirtschafts-, Freizeit- und Ausgleichsräume"* (MOSE 2018: 1332) ansprechen sollen. (vgl. ebd.)

Eine Herausforderung für viele ländliche Räume ist der Strukturwandel, der die Disparitäten weiter verstärkt. Die Industrialisierung der Landwirtschaft verschärfte die Kluft der betrieblichen Strukturen und Nutzungsgebiete. Auch die Entwicklung nicht-landwirtschaftlicher Erwerbsalternativen verläuft differenziert. Während sich mancherorts mittelständische Betriebe auf dem Weltmarkt behaupten können, fehlt es in vielen Peripherien an Einkommensalternativen, wodurch die Arbeitslosigkeit ebenda steigt. Zahlreiche ländliche Gemeinden mit einer annehmbaren Pendlerdistanz zu Ballungsräumen erfahren ein anhaltendes Wachstum an städtischen Zuwanderern. Demgegenüber stehen Peripherie-Regionen, die von Abwanderung und Überalterung betroffen sind. Zudem ist die infrastrukturelle Ausstattung - beispielsweise bezüglich öffentlichem Personennahverkehr, Einzelhandel oder sozialer Versorgung - sehr unterschiedlich ausgeprägt. Viele ländliche Regionen verwandelten sich außerdem in Naherholungs- und Tourismusgebiete, wobei andere nicht die Voraussetzungen hierfür bieten. (vgl. MOSE 2018: 1324-1326) Der Strukturwandel bedeutet also einerseits neue

Entwicklungschancen für ländliche Räume. Andererseits werden oftmals bestehende Problemlagen verstärkt oder neue Herausforderungen generiert. (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 144)

2.1.2 Integrierte und nachhaltige Regionalentwicklung

Im Zusammenhang mit LEADER Regionen fallen häufig die Begriffe „endogen", „integriert" oder „nachhaltig". Dem liegt zugrunde, dass das LEADER-Konzept den Vorstellungen einer „integrierten Regionalentwicklung" bzw. einer „integrierten ländlichen Entwicklung" oder auch einer „ländlichen Regionalentwicklung von unten" folgt (vgl. BAUER 2018: 53; DEHNE und NEUBAUER 2018: 1052). Die integrierte Regionalentwicklung basiert darauf, die Stärken und Schwächen einer Region sowie deren Potenziale gemeinschaftlich zu erkennen und infolgedessen eine Entwicklungsstrategie zu erarbeiten bzw. umzusetzen. Dies bedeutet gleichzeitig, dass Politik, Verwaltung, relevante Interessensgruppen (z.B. Landwirtschaft, Tourismus) und auch die Bevölkerung im jeweiligen Gebiet partnerschaftlich agieren müssen. Ziel ist es, die initiierten regionalen Entwicklungsprozesse mit konkreten Projekten auszugestalten, was im Idealfall sektorübergreifend und langfristig verläuft. (vgl. BÖCHER, KROTT und TRÄNKNER 2008: 14; DEHNE und NEUBAUER 2018: 1052) Es wird ein raumbezogener Ansatz verfolgt, welcher anstelle einzelner Sektoren alle Handlungsfelder einer Region betrachtet (vgl. DEHNE und NEUBAUER 2018: 1052).

In Verbindung mit der integrierten Entwicklung ländlicher Räume steht zudem die **nachhaltige Regionalentwicklung**, welche *„eine Inwertsetzung der vielfältigen ökologischen Ressourcen des ländlichen Raums als Entwicklungspotenziale begreift und diese nicht länger als Wirtschaftshemmnisse ansieht"* (BÖCHER 2009: 127-128). Dabei wird speziell die Wichtigkeit der Nutzung endogener und ökologischer Potenziale betont. Es gilt dabei, natürliche Ressourcen wie eine intakte Umwelt oder eine hohe Artenvielfalt in die ländliche Entwicklung mit einzuschließen und gleichzeitig neue Einkommensquellen zu erschließen. So kann beispielsweise die Vermarktung der Naturqualität in einer Region positive Effekte auf andere Wirtschaftszweige haben. (vgl. ebd.: 127-129) Die nachhaltige Regionalentwicklung verknüpft die Prinzipien einer eigenständigen Regionalentwicklung mit dem Konzept der Nachhaltigkeit. Prägend sind hierbei folgende Charakteristika:

- Der Aufbau einer zirkulären Ökonomie: Reduktion des Ressourcen-Verbrauchs und des Schadstoff-Ausstoßes (in der Landwirtschaft, im Gewerbe, in Haushalten etc.)
- Die Bildung regionaler ökonomischer Netzwerke zur nachhaltigen Steigerung der regionalen Wertschöpfung, beispielsweise durch Produktionsnetze (z.B. Landwirtschaft - Tourismus - Handwerk)
- Eine verstärkte Einbindung der regionalen Bevölkerung bei Planungsprozessen der Gestaltung ihrer Lebensumwelt

(vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 146)

Der sog. **Bottom-up-Ansatz** zählt zu den wichtigsten Merkmalen der integrierten ländlichen Entwicklung und somit in weiterer Folge auch von LEADER. Dieser verfolgt das Konzept, dass lokale Akteure in ihrer Region in Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden und die regionalen Entwicklungsziele aktiv mitgestalten. Mit einzuschließen sind die Bürger selbst, wirtschaftliche und soziale Interessengruppierungen ebenso wie repräsentative öffentliche und private Institutionen. Zugleich soll diese Strategie durch die übergeordneten politischen Ebenen (speziell Bund und EU) unterstützt werden. Dies kann zum Beispiel durch entsprechende Fördermittel für die Verwirklichung konkreter (übergeordneter) Ziele geschehen. Dieses Miteinander kann gegenwärtig gar als wichtigstes Kennzeichen moderner Politik zur ländlichen Entwicklung betrachtet werden. (vgl. BÖCHER 2009: 129; Europäische Gemeinschaften 2006: 9)

Im wissenschaftlichen Diskurs regionaler Entwicklungsprozesse nehmen heutzutage vor allem Netzwerke und Kooperationen Schlüsselrollen ein. Diese zeichnen sich grundsätzlich durch sektorübergreifende Strukturen aus. Die integrierte ländliche Entwicklung gilt als informelles Planungsinstrument, welches in Netzwerken und in Eigenverantwortung umgesetzt werden soll. Eine Kooperation bezeichnet das gemeinsame Handeln mindestens zweier Akteure, wobei durch das Einbringen derer Fähigkeiten die gemeinsame Leistungsfähigkeit erhöht und somit eine bessere Zielerreichung - ein sog. Synergieeffekt - erlangt werden soll. Um Kooperationen zu fördern, sind Win-Win-Konstellationen in regionalen Entwicklungsprozessen essenziell. Diese Partnerschaften bilden nämlich die Basis für Netzwerke und

regionale Wertschöpfungsketten. Innerhalb eines Netzwerks hat kein Akteur die alleinige Kontrolle, wodurch eine Notwendigkeit zu kollektivem Handeln besteht. Im Gegensatz zu Kooperationen besteht in Netzwerken im Regelfall keine formal zu beschließende Mitgliedschaft, wodurch eine Grenzziehung schwieriger ist. In diesen steht die Möglichkeit, andere Akteure zu erreichen, im Fokus. Des Weiteren sind an Netzwerken mehr Personen beteiligt und diese längerfristig angelegt. Regionale Netzwerke sollen alle für das Gebiet relevanten Interessen präsentieren und keine ausgeprägte Hierarchie aufweisen. (vgl. BAUER-WOLF, PAYER und SCHEER 2008: 6-7, 11, 14; BÖCHER 2009: 129; BÖCHER, KROTT und TRÄNKNER 2008: 12-13; DANIELZYK und SONDERMANN 2018: 964; DEHNE und NEUBAUER 2018: 1052)

2.1.3 Regional Governance

Ähnlich wie der Bottom-up-Ansatz ist auch das Konzept von „Regional Governance" eng mit einer integrierten ländlichen Entwicklung verwoben. Dieses beschreibt *„netzwerkartige Kooperationen zwischen Akteuren des staatlichen, privatwirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Bereichs zur Bearbeitung von Problemen der regionalen Entwicklung"* (FÜRST 2004: 45 zitiert in GIESSEN 2010: 6). Anstelle von hierarchischen Systemen kommt es zu gleichberechtigten Aushandlungsprozessen zwischen Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft. Ausgangspunkt für den Bedeutungsgewinn von Regional Governance in den letzten Jahren war der allgemeine Konsens, dass die staatlich gesteuerte Regionalpolitik nicht länger in der Lage sei, Regionalentwicklungsprozesse anzustoßen und die zunehmenden Herausforderungen in den peripheren Räumen zu bewältigen. Als Gründe hierfür können die Engpässe der öffentlichen Haushalte, der demographische Wandel oder auch die Ineffizienz der Mittelvergabe von sektoralen Fördermitteln nach dem Gießkannenprinzip („top-down") gesehen werden. (vgl. BIEKER 2004: 36; BÖCHER, KROTT und TRÄNKNER 2008: 11; DEHNE und NEUBAUER 2018: 1052; GIESSEN 2010: 5)

Bei Regional Governance geht es insbesondere um Selbststeuerung in einer Region. Diese flexible und gleichzeitig geregelte Form kooperativer Politik verlangt ein Management sowie gewisse formale Organisations- und Verfahrensregeln ebenso wie eine dauerhafte Anpassungs- und Lernfähigkeit der beteiligten Akteure. Es bedarf einerseits einer innerregionalen Institutionalisierung von

Entscheidungsstrukturen und andererseits einer Institutionalisierung der Beziehungen zwischen der Region und anderen Handlungsebenen. (vgl. BENZ und KILPER 2018: 861; BIEKER 2004: 37)

Kennzeichnend sind neben einer selbstständigen politischen Handlungsebene u.a. die bereits erwähnten intersektoralen Kooperationen sowie eine Anreizsteuerung durch Finanzen, Wettbewerb und Evaluation. Die regionalen Handlungsträger verfügen über weitreichende Kompetenzen im regionalen Entwicklungsprozess, wodurch Regionalpolitik nicht mehr ausschließlich durch eine staatliche Regulierung gestaltet wird. Essenziell bei diesem Konzept ist, dass regionale Akteure und Organisationen bzw. deren Pläne und Maßnahmen aufeinander abgestimmt sind, um gemeinsame Entwicklungskonzepte und Projekte koordinieren zu können. Lokale Akteure und deren Know-How spielen hierbei eine entscheidende Rolle. Kooperierende regionale Handlungsträger vertreten häufig konkurrierende Interessen, wobei Konflikte durch finanzielle Anreize abgebaut werden und zugleich Innovationen stimulieren können. Freiwillige Kooperationsbeziehungen von Gemeinden, regionaler Wirtschaft und lokaler Bevölkerung sind ein unabdingbarer Bestandteil von Regional Governance. Während die Steuerung also durch regionale Partnerschaften und Netzwerke erfolgt, setzt die übergeordnete staatliche Ebene vor allem monetäre Anreize. Diese staatlich-hierarchische Anreizsteuerung ist jedoch nach wie vor häufig der Initiator für Regional Governance-Prozesse (vgl. BENZ und KILPER 2018: 860-861; BIEKER 2004: 37, 39; BÖCHER, KROTT und TRÄNKNER 2008: 12-13; GIESSEN 2010: 6)

2.2 LEADER

Der Begriff LEADER, welcher abgekürzt für „Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale" steht und übersetzt „Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der Wirtschaft ländlicher Räume" bedeutet, ist in Österreich seit mehr als zwei Jahrzehnten präsent (vgl. WEIZENEGGER und LEMBERGER 2018: 139). LEADER wurde anno 1991 als Gemeinschaftsinitiative ins Leben gerufen, welche im Rahmen der EU-Strukturfonds gefördert wurde (vgl. Europäische Gemeinschaften 2006: 6).

Das Programm wurde mit dem primären Ziel gestartet, rurale Gebiete in den einzelnen Mitgliedstaaten durch innovative und gezielte gemeinschaftliche Maßnahmen aufzuwerten bzw. deren Entwicklung zu fördern. Es geht insbesondere darum, wie einerseits vorhandene Stärken bzw. Potenziale in ländlichen Räumen besser genutzt und etwaige vorhandene Schwächen abgebaut werden können. Erreicht werden soll vor allem eine möglichst eigenständige Entwicklung des jeweiligen Raums verbunden mit einer Stärkung der Ökonomie sowie einer Verbesserung der Lebensqualität, wobei die Umsetzung in Form von konkreten Projekten geschieht. (vgl. Amt der Oö. Landesregierung o.J.; MAYER, METZLER und JOB 2008: 143; Verein REGIS o.J.) Ein Grundpfeiler des Förderprogramms ist der partizipative Ansatz, sprich die Einbeziehung und Unterstützung der lokalen Akteure, welche vor Ort explizite Projekte umsetzen. Die lokalen Bevölkerungen sind somit aktiv am regionalen Entwicklungsprozess beteiligt, wodurch sich LEADER von anderen Förderprogrammen unterscheidet. Getragen werden diese Entwicklungsprozesse durch die sog. Lokalen Aktionsgruppen (LAGs). (vgl. ebd.)

In der Förderphase 2007 - 2013 wurde LEADER in die ländliche Entwicklungspolitik der EU integriert („mainstreamed”) (vgl. Europäische Gemeinschaften 2006: 6). Das Budget für die aktuell 77 LEADER-Regionen in Österreich (vgl. Abb. 1) stammt aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und beträgt ca. 197 Mio. Euro. Derzeit läuft noch der Förderzeitraum 2014 - 2020, wobei die Förderperioden gegenwärtig immer auf sechs Jahre ausgelegt sind. (vgl. ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.b)

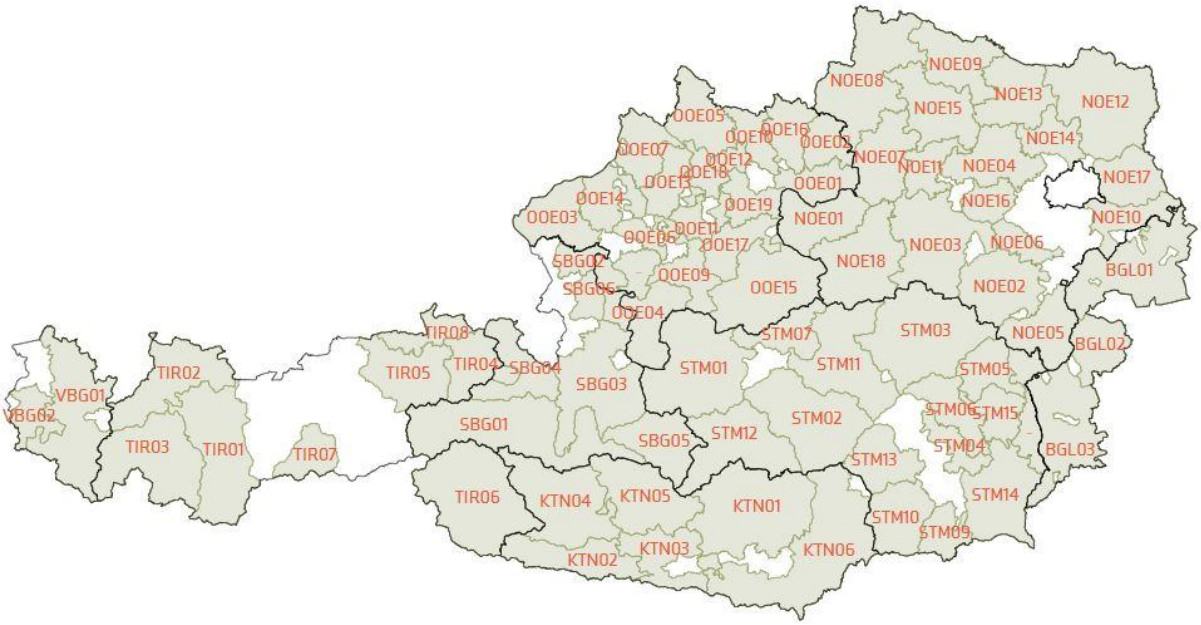

Abbildung 1: LEADER Regionen in Österreich 2014-2020 (Quelle: ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.; https://www.zukunftsraumland.at/seiten/15 (08.06.2020))

Die Philosophie von LEADER liegt darin begründet, dass Entwicklungsstrategien wegen des großen Anteils ländlicher Räume in Europa effizienter sind, wenn sie auf lokaler Ebene von lokalen Akteuren erarbeitet und umgesetzt werden (vgl. Europäische Gemeinschaften 2006: 8). LEADER setzt sich aus insgesamt sieben Ansätzen bzw. Elementen zusammen:

- **Der territoriale Ansatz:** Dieser Ansatz bildet den Grundstein des LEADER-Programms. Das Herzstück stellt die Lokale Entwicklungsstrategie (LES) dar, welche auf das jeweilige Gebiet begrenzt ist und die Ziele der Region für den Förderzeitraum festhält. Im Fokus dabei steht die Entdeckung von regionalen Besonderheiten und die Identifikation der lokalen Bevölkerung mit der eigenen Region.
- **Der partnerschaftliche Ansatz:** Die Lokale Entwicklungsstrategie wird von der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) erarbeitet. Diese öffentlich-privaten Partnerschaften sind für die Umsetzung der Strategie verantwortlich.
- **Der Bottom-up Ansatz:** Dieses bereits erwähnte Prinzip stellt sicher, dass Entscheidungen über Strategien und Projekte in den Regionen selbst getroffen werden. Externe Akteure haben dadurch keine Entscheidungsbefugnis im Entwicklungsprozess, während eine breite

Bürgerbeteiligung erwünscht ist. Die Beteiligung der lokalen Akteure sollte sich durch den Umsetzungsprozess hindurch ziehen.

- **Der multisektorale Ansatz:** Dieser Ansatz zeichnet sich durch das Zusammenwirken von verschiedenen wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und umweltrelevanten Akteuren und Sektoren aus.
- **Der innovative Ansatz:** Hierbei geht es vor allem um Kreativität und neue Ideen, welche der Region einen nachhaltigen Mehrwert verschaffen sollen. Dieser Ansatz kann auch die Modernisierung traditioneller Formen von Know-how oder das Finden neuer Lösungen für anhaltende ländliche Probleme umfassen.
- **Kooperation:** Projekte sollen gemeinschaftlich entwickelt und umgesetzt werden, was national als auch transnational geschehen kann. So sollen idealerweise Partnerschaften mit anderen LEADER Regionen oder Kooperationsprojekte mit LEADER-ähnlichen Gebieten initiiert werden.
- **Vernetzung:** Hierbei geht es um den Austausch von Wissen und Erfahrung zwischen LAGs, ländlichen Gebieten, Verwaltungen und Organisationen, welche allesamt an der ländlichen Entwicklung beteiligt sind.

(vgl. BMLRT 2019; Europäische Gemeinschaften 2006: 8-13; Land Steiermark - Amt der Steiermärkischen Landesregierung o.J.; SCHROEDTER 2009: 76-77)

Ein förderfähiges Gebiet soll nicht weniger als 10 000 Einwohner haben sowie eine Population von 150 000 in der jeweiligen Region nicht überschreiten. Niederösterreich umfasst gegenwärtig 18 LEADER-Regionen, die nicht weniger als rund 91% der Landesfläche einnehmen sowie 500 der 573 Gemeinden des Bundeslandes einschließen. Zudem muss das jeweilige Fördergebiet zusammenhängend und wirtschaftlich stabil sein bzw. ein ökonomisches Potenzial für eine nachhaltige Entwicklung aufweisen. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2019a) Für Niederösterreich steht bzw. stand in der aktuellen Förderperiode ein Gesamtbudget von 30 Mio. Euro - 24 Mio. aus EU-Mitteln und sechs Mio. aus Regionalfördermitteln - zur Verfügung (vgl. ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH o.J.: 1).

Die LAG ist ein Zusammenschluss aus öffentlichen (z.B. Gemeinden) und privaten Akteuren (z.B. Vereine, Unternehmen), welche den unterschiedlichen sozio-ökonomischen Bereichen angehören und die Interessen der lokalen Bevölkerung mit einbeziehen. Sie hat die Aufgabe, die Lokale Entwicklungsstrategie festzulegen bzw. in weiterer Folge umzusetzen, Entscheidungen über die Zuteilung finanzieller Ressourcen zu treffen und diese zu verwalten. (vgl. ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.b; Europäische Gemeinschaften 2006: 10; WEIZENEGGER und LEMBERGER 2018: 140) Die ausgearbeitete LES basiert auf Analysen der regionalen Stärken und Schwächen (SWOT-Analyse), zeigt Chancen und Risiken auf und bildet somit das Kernelement für die zukünftige regionale Zielausrichtung. Weiters muss das Konzept auf die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Gegebenheiten des Teilraums abgestimmt sein. Erreicht werden soll dadurch ein Überblick der regionalen Entwicklungsnotwendigkeiten, ehe drei sog. **Aktionsfelder** festgelegt werden. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2019a; BMNT 2019: 764-765)

Die Aktionsfelder bilden letztendlich jene strategischen Schwerpunkte ab, in welchen die Region ihre Aktivitäten bündeln will und dementsprechende Projekte fördert. Bei jedem eingereichten Projekt wird geprüft, ob das Vorhaben mit einem der drei Aktionsfelder korreliert bzw. dazu beiträgt, die Entwicklungsstrategie erfolgreich umzusetzen. Alle Projekte, die während der Förderperiode in einem LEADER Gebiet entstehen, müssen für die Erreichung der festgelegten Ziele relevant sein. Über eine entsprechende Projekt-Förderung entscheidet ein regionales Gremium, das sog. Projektauswahlgremium (PAG), innerhalb der LAG. In diesem müssen mindestens 50% der Stimmen in Auswahlentscheidungen von privaten Partnern und Vereinigungen stammen. Des Weiteren ist ein LAG-Management, welches u.a. für die Geschäftsführung sowie die Projektabläufe zuständig ist, innerhalb eines jeden Förderteilraums verpflichtend einzurichten. Das jeweilige Management ist gleichzeitig Ansprechpartner für LEADER-Förderungen. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2019a; ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.b; Europäische Gemeinschaften 2006: 10; LEADER Mitten im Innviertel o.J.)

3. LEADER Region Triestingtal

In diesem Kapitel wird die LEADER Region Triestingtal detailliert vorgestellt werden. Zunächst wird die Abgrenzung sowie Gebietscharakteristik der Region erläutert, ehe auf allgemeine Daten und Fakten die Region betreffend Bezug genommen wird. Des Weiteren wird ein historischer Überblick gegeben, da die Geschichte des Triestingtals in enger Verknüpfung mit dem kulturellen Erbe steht, das ein wichtiges Element für den regionalen Tourismus darstellt. Zudem werden die tourismusrelevanten Vorhaben und Ziele der LES beleuchtet. Im weiteren Verlauf wird auf tourismusstrukturelle Daten sowie das touristische Angebot in der LEADER Region eingegangen.

3.1 Abgrenzung und Gebietscharakteristik

Das Triestingtal befindet sich in etwa 45 Kilometer südwestlich der Bundeshauptstadt Wien in Niederösterreich. Es setzt sich - von West nach Ost gereiht - aus den neun Gemeinden Kaumberg, Altenmarkt, Furth an der Triesting, Weissenbach, Pottenstein, Berndorf, Hernstein, Hirtenberg und Enzesfeld-Lindabrunn zusammen. Die westlichste Kommune Kaumberg gehört administrativ dem Mostviertel (Bezirk Lilienfeld) an, während die übrigen Gemeinden allesamt dem Industrieviertel bzw. dem Bezirk Baden zugehörig sind. Darüber hinaus sind auch Leobersdorf, Schönau an der Triesting und Günselsdorf Mitgliedsgemeinden der LEADER Region Triestingtal. (vgl. Abb. 2) Diese drei Kommunen am Talausgang bilden den östlichen Teil des EU-Fördergebiets und zählen räumlich bereits zum Wiener Becken. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 1)

Die namengebende Triesting ist ein 60 Kilometer langer Nebenfluss der Schwechat und markiert die südliche Grenze des Wienerwalds. Sie entspringt unweit von Kaumberg und durchfließt das Tal in Richtung Osten bis zu deren Eintritt in das Wiener Becken. (vgl. Freunde des Austria-Forums o.J.)

Abbildung 2: LEADER Region Triestingtal (Quelle: LEADER Region Triestingtal; https://www.triestingtal.at/ (08.06.2020))

Die LEADER Region Triestingtal mit deren zwölf Mitgliedsgemeinden war erstmals in der Förderperiode 2007 bis 2013 Teil des Förderprogramms und agiert auch in der aktuellen Periode 2014 bis 2020 mit derselben Gebietskulisse. Der Teilraum erstreckt sich mit einer Fläche von etwa 328 km² von West nach Ost. Landschaftlich und (infra-)strukturell unterscheiden sich der östliche und westliche Abschnitt der Gebietseinheit deutlich voneinander. Die Gemeinden im Mittleren und Unteren Triestingtal - besonders Berndorf, Hirtenberg und Leobersdorf - werden durch zahlreiche und zum Teil großflächige industrielle wie gewerbliche Betriebe charakterisiert. Zudem ist der östliche Abschnitt der Region gut an das überregionale Verkehrsnetz, genauer an die Südautobahn (A2) - mit der Ab- und Auffahrt Leobersdorf - sowie die Südbahn, angebunden. Das Obere Triestingtal - insbesondere die Mitgliedsgemeinden Furth, Altenmarkt und Kaumberg - ist hingegen rural geprägt und verhältnismäßig dünn besiedelt. Dieser Regionsabschnitt ist überregional vorrangig über die Wiener Außenringautobahn (A21) zu erreichen. Die Bundesstraße B18 verläuft durch die gesamte Region. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 1-2)

3.2 Bevölkerungs- und Wirtschaftsstruktur

Die Gesamtpopulation der LEADER Region Triestingtal lag im Jahr 2019 bei 34 887 Menschen. Im Vergleich zum Jahr 2004 sind dies um beinahe 2000 Personen mehr, was ein relatives Bevölkerungswachstum in dieser Periode von 5,9% bedeutet. Bis auf Günselsdorf verzeichneten alle Mitgliedsgemeinden - zum Teil sehr hohe - Zuwächse. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a, Abb. 3) Berndorf stellt mit etwas mehr als 9000 Bewohnern die mit Abstand einwohnerstärkste Mitgliedsgemeinde dar. Leobersdorf und Enzesfeld-Lindabrunn weisen jeweils mehr als 4000 Einwohner auf. Furth an der Triesting (867 Einwohner) ist die einzige Gemeinde mit einer Bevölkerung von weniger als 1000 Personen, wobei Kaumberg (1044 EW) nur knapp darüber liegt. Die übrigen Kommunen liegen vorwiegend im Bereich zwischen 1500 und 3000 Bewohnern. (vgl. ebd.; Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 3)

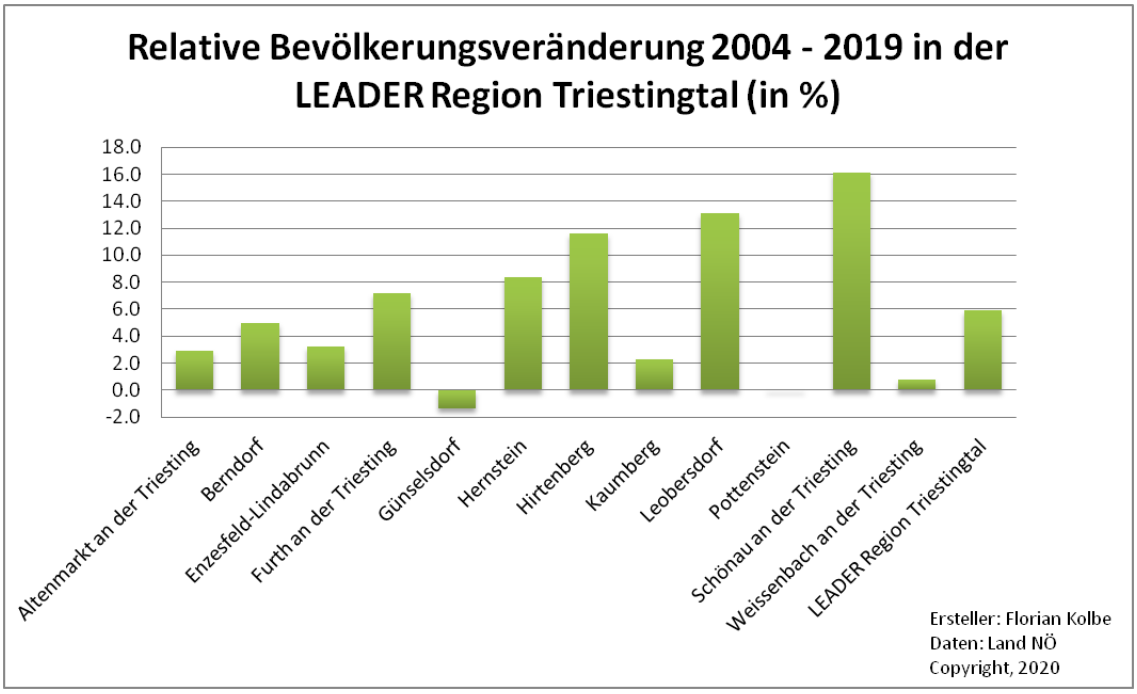

Abbildung 3: Relative Bevölkerungsveränderung in der LEADER Region Triestingtal 2004-2019 (Datengrundlage: Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a (08.06.2020); eigene Darstellung)

Die Anteile der großen Wohnbevölkerungsgruppen (unter 15 Jahre, 15 bis unter 60 Jahre, 60 Jahre und älter) in der LEADER Region Triestingtal decken sich nahezu mit jenen von Niederösterreich gesamt. Während der Anteil an unter 15-Jährigen wie im Bundesland bei 14,5% liegt, ist der Regionsanteil an 15 bis unter 60-Jährigen von

60,0% marginal höher (0,9%). Der regionale Anteil an über 60-Jährigen liegt mit 25,5% sogar leicht unter dem NÖ-Durchschnitt (26,5%). (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a, 2020b)

Die Stellung der einzelnen Wirtschaftssektoren in der Region vermittelt ein konträres Bild im Vergleich zum niederösterreichischen Mittelwert. Insbesondere der hohe Anteil an Erwerbstätigen im sekundären Sektor ist mit 42,5% (Stand 2017) überdurchschnittlich hoch. Der land- und forstwirtschaftliche Sektor ist wiederum in Altenmarkt, Furth, Hernstein und Kaumberg noch relativ stark ausgeprägt. Die Quote der im Dienstleistungssektor Beschäftigten befindet sich mit einem regionalen Mittelwert von 53,6% deutlich unter dem Durchschnitt des Bundeslandes (70,0%). (vgl. ebd.)

Gewerbe- und Handwerksunternehmen sind in jeder der Mitgliedsgemeinden quantitativ am stärksten vertreten, wobei 44% dieser Betriebe in Berndorf und Leobersdorf beheimatet sind. Tourismus- und freizeitwirtschaftliche Betriebe gab es im Triestingtal anno 2019 immerhin 280 an der Zahl. Auch hierbei waren Berndorf (70) und Leobersdorf (66) führend, gefolgt von Altenmarkt mit 26 derartigen Betriebsstandorten. Die innerregionale Dichte an aktiven Betriebsstandorten weist ein deutliches Gefälle von Ost nach West auf. (vgl. WKO 2020a: 31, 39)

Der sog. Index des Pendlersaldos ergibt weiters, dass der Großteil der LEADER-Gemeinden - zum Teil sehr starke - Auspendlergemeinden sind. Diese besitzen einen Indexwert von unter 100 und sind dadurch gekennzeichnet, dass mehr Erwerbstätige auspendeln (bzw. über Gemeindegrenzen hinweg pendeln) als einpendeln, womit es weniger Arbeitsplätze gibt als Erwerbstätige dort wohnen. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a; HUSA, WOHLSCHLÄGL und WISBAUER 2015: 71) Einzig Leobersdorf (Indexwert von 109,7) und Weissenbach (102,3) sind demnach (Stand 2017) Einpendlergemeinden. In Weissenbach befindet sich mit der Maschinenbau-Firma „Starlinger" ein großer regionaler Arbeitgeber (vgl. Starlinger & Co Gesellschaft m.b.H. o.J.). Viele Einpendler kommen hierbei wohl aus den Nachbargemeinden. Der Indexwert der gesamten LEADER Region lag 2017 bei 72,6 und somit klar unter dem NÖ-Durchschnitt von 84,0. Dies bedeutet umgerechnet, dass knapp 4600 Erwerbstätige

mehr die Region zum Arbeiten verlassen als Erwerbstätige ebenda tätig sind. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2020a, 2020b)

3.3 Historisches

Bereits zu Beginn des 18. Jahrhunderts setzte im Triestingtal die Industrialisierung ein. Ausschlaggebend waren die Nähe zur Großstadt Wien, bereits vorhandene Verbindungswege, die Wasserkraft der Triesting und der Holzreichtum. So entstanden schon zu dieser Zeit die ersten bedeutenden Industrieunternehmen. In Neuhaus (Katastralgemeinde von Weissenbach) stand etwa die dazumal größte Spiegelfabrik Mitteleuropas. Auch in der Metallindustrie war die Region ein Vorreiter, wurde doch in Weissenbach ebenfalls im 18. Jahrhundert die erste Messingfabrik gegründet. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 82-83) In der Folge siedelten sich im Triestingtal Unternehmen aus den verschiedensten Branchen an, welche u.a. Baumwolle, Acryl- und Mischgarne oder Stahlwaren produzierten. (vgl. ebd.: 87-89)

Die Geschichte des Triestingtals ist eng verbunden mit dem Namen Krupp. Die Brüder Alfred und Hermann Krupp erfanden im Jahr 1843 die Löffelwalze, ehe sie 1845 eine Metallwaren-Fabrik in Berndorf eröffneten. Nach der Umstellung von Edelstahlbesteck auf Alpacca - eine besonders harte und gut zu glättende Kupfer-Nickel-Zink-Legierung - wurde schließlich silberglänzendes Besteck in Massenproduktion erzeugt. Wegen der günstigen Preise wurde rasch über die Regionsgrenzen hinaus guter Absatz generiert, wobei der eingeprägte Bär bis heute das Markenzeichen ist. Während der k. u. k. Monarchie wurden neben dem Kaiserhof auch Hotel- und Gastronomiebetriebe in Österreich-Ungarn mit Berndorfer Besteck und Geschirr ausgestattet. (vgl. Berndorf Besteck-Tafelgeräte GmbH o.J.; HANDL und HANDL 2001: 89-90) Im Zuge der beiden Weltkriege wurde auf Rüstungsbetrieb umgestellt. Nach turbulenten Jahrzehnten danach - das Unternehmen wurde u.a. zwischenzeitlich verstaatlicht - ist „Berndorf Besteck-Tafelgeräte" heute mehrheitlich in privatem Eigentum und Teil der „Berndorf AG", welche 1989 aus Teilen der Berndorfer Metallwarenfabrik hervorging. (vgl. Berndorf Besteck-Tafelgeräte GmbH o.J.; HANDL und HANDL 2001: 90-91) Die Besteck-Produktion im Triestingtal wurde aber schon in den 1990er-Jahren eingestellt und zum größten Teil in die Slowakei sowie nach Asien ausgelagert (vgl. Donau Media Wirtschaftsverlag 1984 GmbH 2011).

Aufgrund des großen Schwarzföhre-Vorkommens in der Region spielte die Pecherei jahrzehntelang eine gewichtige Rolle. Darunter versteht man die Gewinnung und Verarbeitung des Baumharzes von der Schwarzföhre. Lange Zeit - Anfang des 20. Jahrhunderts gab es 15 Pechsiedereien im Triestingtal - stellte der Industriezweig die Lebensgrundlage vieler Familien in der Region dar. In den 1970er Jahren erlebte die Berufs-Pecherei jedoch ihren Niedergang, woraufhin der Stellenwert der Schwarzföhre stark abgenommen hat. Gegenwärtig wird das Interesse an dem Traditions-Handwerk wieder größer, worauf zu einem späteren Zeitpunkt genauer eingegangen wird. (vgl. HANDL und HANDL 2002: 116-117)

Das Obere Triestingtal ist seit jeher von überwiegend bäuerlichen Strukturen geprägt, wodurch es nicht zu derart großen Veränderungen wie im unteren und mittleren Teil des Tals kam. Viele Gewerbe (u.a. Köhlerei, Bekleidungs-Handwerk) gingen zugrunde, andere (Wald- und Landwirtschaft) verloren zusehends an Bedeutung. Das Mittlere Triestingtal profitierte stark von der Ansiedlung der großen industriellen Betriebe, schaffte auch am schnellsten den Wandel vom Handwerk zum Handel und in weiterer Folge zum Dienstleistungssektor. Im Unteren Triestingtal wurden vor allem ab den 1980er Jahren zahlreiche neue Siedlungsgebiete errichtet und Ortszentren neu gestaltet. Durch die gute Verkehrsanbindung entstanden ebenda Einkaufszentren und Gewerbeanlagen. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 102, 2002: 121-130)

3.4 Die Geschichte des Tourismus im Triestingtal

Der Beginn des regionalen Fremdenverkehrs steht in engem Zusammenhang mit dem Bau der Eisenbahn. Mit der Station Leobersdorf, an der ab 1838 gebauten Südbahnstrecke gelegen, war das Triestingtal bereits Anfang der 1840er Jahre an die Bahn angeschlossen. Vor allem die Verlängerung der Südbahnstrecke von Wr. Neustadt nach Gloggnitz ab 1841 war ausschlaggebend für einen regen Zustrom der Menschen zu den Hausbergen und Sommerfrischen im südlichen Niederösterreich. In der Folge setzten sich die Unternehmer im Triestingtal für eine eigene Linie in das Tal ein, was sich als erfolgreich erwies. Wegen des günstigen Geländes im Triesting-, Gölsen- und Traisental wurde 1874 mit dem Bau der Südwestbahnen begonnen, um Süd- und Westbahn künftig miteinander zu verbinden. 1877 nahm die

Leobersdorfer Bahn, welche von Leobersdorf über Hainfeld nach St. Pölten mit einer Streckenlänge von ca. 75 Kilometern verlief, den Betrieb auf. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 124)

Nach deren Fertigstellung erlebte das Triestingtal die touristische Blütezeit. Innerhalb des Bürgertums wurde es dazumal zur Gewohnheit, den Sommer mit Familie samt Personal auf dem Land zu verbringen. Durch die nun vorhandene Bahnlinie war es den berufstätigen Männern zudem möglich geworden zu pendeln. Nachdem die Nachfrage nach Unterkünften in der Region zu steigen begann, wurden sukzessive neue Gästebetriebe eröffnet. In der Gemeinde Weissenbach zählte man anno 1899 stolze 10 000 Übernachtungen, nachdem mit der Errichtung des Triestingheimes und der Aufstockung des Dorfgasthauses neue Kapazitäten geschaffen wurden. (vgl. HANDL und HANDL 2002: 84)

Großen Anteil am aufgekommenen Fremdenverkehr-Boom hatte Simon Graf Wimpffen, der seine Hauptbesitzungen in Ungarn hatte, jedoch die Orte Neuhaus (Gemeinde Weissenbach) und Fahrafeld (Katastralgemeinde von Pottenstein) erbte. 1886 ließ er einen Gastbetrieb errichten, welcher schließlich zum „Hotel Neuhaus" wurde. 1895 entstand das „Hotel Stephanie", das durch eine Heilanstalt ergänzt wurde und 1913 den Kurbetrieb aufnahm. Neuhaus entwickelte sich somit zu einem Retorten-Kurort. Graf Wimpffen ließ weiters das elegante „Curhotel d´Orange" im Ort erbauen. Auch die Errichtung eines Tiergartens, einer Pferderennbahn (in Fahrafeld), einer Rollschuhhalle und eines Bahnhofshotels (in Weissenbach) gingen auf dessen Konto. (vgl. ebd.: 84-85) Der Bahnhof Weissenbach-Neuhaus war für den Tourismus äußerst wichtig, da Pferdewagen die Gäste von hier aus weitertransportierten. Neben den Kurgästen wurden Anfang des Jahrhunderts auch bereits Ausflügler von hier nach Furth und zur noch heute beliebten Steinwandklamm gebracht. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 126) Durch den Ersten Weltkrieg verlor Graf Wimpffen allerdings seine ungarischen Besitzungen, wodurch der Sommerfrische-Tourismus in Neuhaus zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten geriet. Der Zweite Weltkrieg beendete diesen schließlich völlig. (vgl. HANDL und HANDL 2002: 84-85)

Zwischen 1911 und etwa 1920 existierte außerdem die Bahn-Haltestelle Eberbach-Hocheck. Diese war gemeinsam mit der heute ebenfalls nicht mehr bestehenden

Station Tasshof für den regionalen Fremdenverkehr bedeutsam, da Touristen von hier aus zum noch gegenwärtig stark frequentierten Hocheck wandern konnten. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 126-127) Neben dem Bahnverkehr war auch der Straßenausbau Ende des 19. Jahrhunderts ein entscheidender Faktor dafür, dass der Ausflugsverkehr im Triestingtal immer mehr zunahm. Weiters wurden Bergvereinssektionen und Verschönerungsvereine gegründet, die folglich Wege markierten sowie Schutzhütten und Aussichtswarten errichteten. In den Anfängen des Wandertourismus in der Region gab es noch Bergführer, die gemeinsam mit den Touristen die Hausberge erklommen. 1883 begann die neugegründete „ÖTK-Sektion Triestingtal" (Österreichischer Touristenklub) schließlich mit der Markierung der Wanderwege. Die Sektion hatte es zur zentralen Aufgabe, die damals größte Attraktion im Gebiet, die Steinwandklamm, dem Besucheraufkommen entsprechend zu adaptieren. Der Zulauf der 1884 eröffneten Klamm war Anfang des 20. Jahrhunderts bereits so groß, dass es kaum genügend Schlafplätze in der Umgebung gab. Trotz teilweise langer Zugänge und Talanstiege waren die Wandergebiete, beispielsweise das Hocheck oder der Gaisstein, äußerst frequentiert. (vgl. HANDL und HANDL 2002: 85-86)

Auch Kaumberg profitierte vom Bau der Südwestbahn, wodurch sich der Ort wie Neuhaus zu einer beliebten Sommerfrische-Destination entwickelte. Die Gemeinde hatte im Gegensatz zu Weissenbach und Neuhaus den Vorteil, dass sie durch die Lage am Pilgerweg „Via Sacra" wegen der Wallfahrer schon über Beherbergungsbetriebe verfügte. Deren Ende des 19. Jahrhunderts wichtigstes Hotel, der Gasthof „Zum Bären", wartete mit 15 Gästezimmern auf. (vgl. ebd.) Die auf Kaumberg folgende Haltestelle Gerichtsberg wurde von Ausflüglern lange Zeit für die An- und Abreise zur Burgruine Araburg genutzt (vgl. HANDL und HANDL 2001: 127).

Zum Erliegen kam der Tourismus im Triestingtal schlussendlich insbesondere durch den Zweiten Weltkrieg und in der Nachkriegszeit, was wiederum eine Parallele zum Niedergang viele regionaler Betriebe in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts darstellt (vgl. HANDL und HANDL 2002: 86). Das Reiseverhalten der Menschen hat sich des Weiteren stark gewandelt, wobei hierauf noch näher eingegangen wird. Der Bahnverkehr, einst ein Schlüsselfaktor für das Aufblühen des Triestingtaler Fremdenverkehrs, hat darüber hinaus kontinuierlich an Bedeutung verloren.

Nachdem das Teilstück Weissenbach - Hainfeld der ehemals durchgängigen Zugverbindung Leobersdorf - St. Pölten im Jahr 2004 komplett eingestellt wurde, verschlechterte sich die öffentliche Erreichbarkeit des westlichen Teils der Region massiv. Der Busverkehr ebenda wurde ebenso stark reduziert, wodurch speziell die Gemeinden Furth, Altenmarkt und Kaumberg seither für Touristen öffentlich kaum zu erreichen sind. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 9)

3.5 Beherbergungsstruktur und Nächtigungszahlen

In der LEADER Region gibt es (Stand 2018) insgesamt 35 Beherbergungsbetriebe und zwei Campingplätze (Kaumberg, Berndorf) (vgl. Abb. 4). Die meisten befinden sich im Oberen Triestingtal respektive in den westlichen Gemeinden Kaumberg (neun Unterkünfte), Altenmarkt (fünf) und Furth (vier). Pottenstein verfügt als einzige Kommune über keinen Beherbergungsbetrieb, wobei es in Hirtenberg, Leobersdorf und Günselsdorf nur jeweils einen gibt. Innerhalb der Region existiert kein Hotel der Kategorie 4- oder 5-Stern. Die insgesamt elf Hotels oder ähnlichen Betriebe der Kategorie 1- und 2-Stern haben den größten Anteil an den vorhandenen Beherbergungsbetrieben im LEADER Gebiet. Weiters gibt es neun 3-Stern-Unterkünfte sowie acht sonstige gewerbliche Betriebe. Ansonsten existieren noch fünf Privatquartiere und zwei Ferienwohnungen/-häuser innerhalb des Triestingtals. (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.a, Abb. 4)

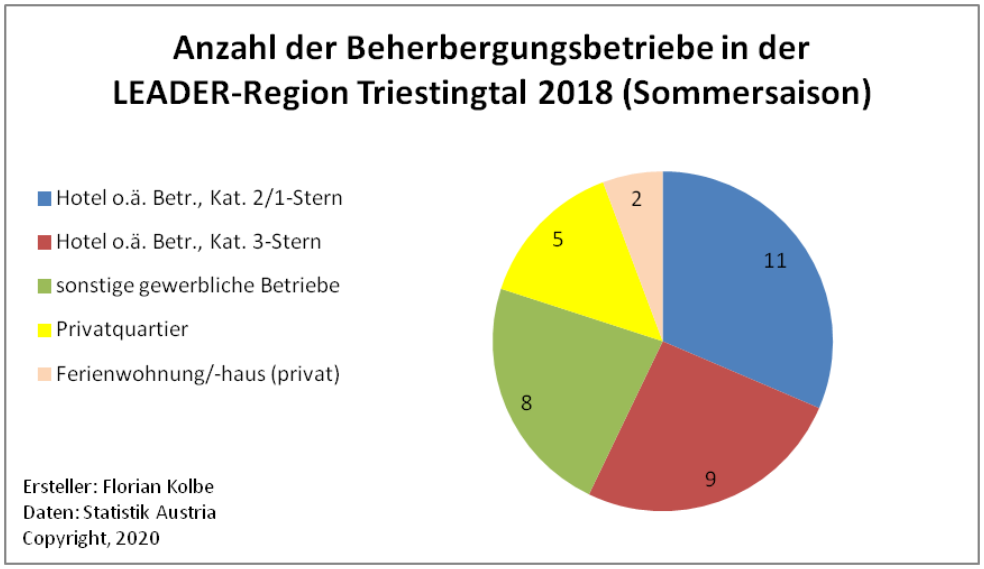

Abbildung 4: Beherbergungsbetriebe in der LEADER Region Triestingtal 2018 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA o.J.a (08.06.2020); eigene Darstellung)

Alle regionalen Unterkünfte gemeinsam haben - exklusive Campingplätze - 878 Gästebetten (vgl. Abb. 5). 170 Betten stellt dabei alleine die Sportschule Lindabrunn (Enzesfeld-Lindabrunn), 116 das Seminarhotel Schloss Hernstein und 84 das an der Bundesstraße B17 gelegene Motel Verde in Schönau. In diesen drei Beherbergungen finden sich somit rund 42% aller verfügbaren Betten in der LEADER Region Triestingtal. (vgl. HTM o.J.; Niederösterreichischer Fußball-Verband o.J.; Seminarhotel Schloss Hernstein o.J.; STATISTIK AUSTRIA o.J.a) Diese werden im Rahmen der Arbeit jedoch allesamt nicht berücksichtigt, da sie nicht im Fokus des freizeitlichen Tages- und Wochenendtourismus stehen.

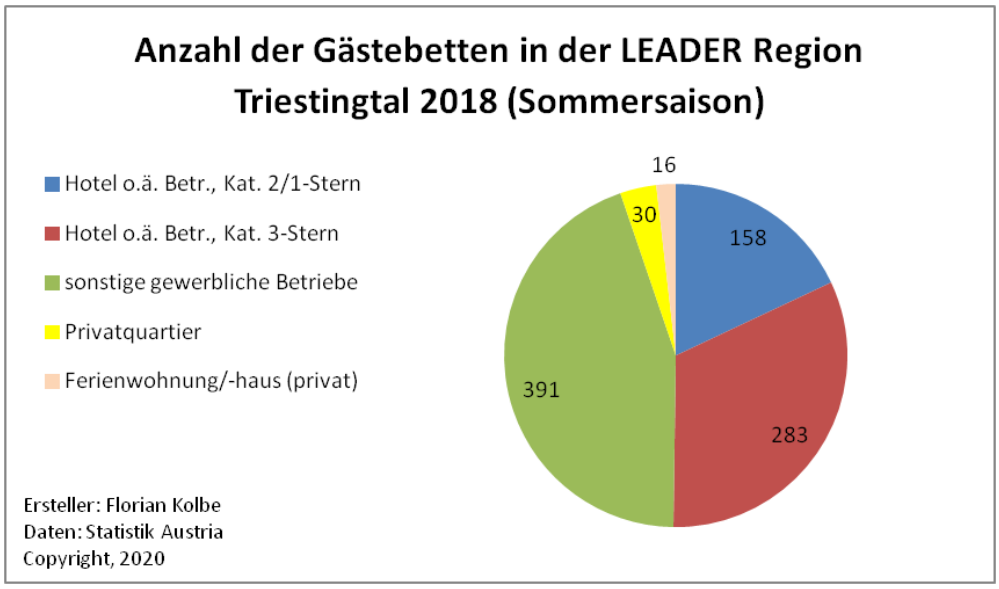

Abbildung 5: Gästebetten in der LEADER Region Triestingtal 2018 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA o.J.a (08.06.2020); eigene Darstellung)

Mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 25,1% liegt die LEADER Region doch recht deutlich unter dem niederösterreichischen Mittel (33,6%). In Berndorf (29,4%) liegt die Auslastung über dem Regions-Schnitt, in Kaumberg mit nur 11,2% trotz quantitativer Überlegenheit stark darunter. Bei den Daten ist anzuführen, dass Günselsdorf diesen zufolge von 2007 bis 2011 - wohl aufgrund fehlender Beherbergen - keine Nächtigungen verzeichnete. In Pottenstein sind gegenwärtig wie erwähnt keine Gästeunterkünfte vorhanden. (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.a)

Bei Betrachtung der regionsweiten Nächtigungen in der Periode von 2007 bis 2019 ist auf den ersten Blick eine sehr positive Entwicklung zu erkennen (vgl. Abb. 6). Wenn man es so will, ist speziell beim Übergang von der LEADER-Vorperiode 2007 - 2013 zum aktuellen Förderzeitraum ein deutliches Plus sichtbar. Während man in der

erstgenannten Periode innerhalb der Region zwischen rund 53 000 und 60 000 Übernachtungen pro Jahr zählte, lagen diese von 2014 bis 2019 im Bereich von ca. 72 000 und 77 000. Etwas mehr als ein Drittel aller Übernachtungen im LEADER Gebiet entfiel dabei auf Enzesfeld-Lindabrunn (36,1%), was in Verbindung mit der dortigen Sportschule Lindabrunn steht. Auch Hernstein verbuchte im Durchschnitt mehr als 10 000 Nächtigungen pro Jahr, erklärbar wiederum durch das Seminarhotel Schloss Hernstein. Der Großteil der Gemeinden lag im dargestellten Zeitraum im Bereich zwischen durchschnittlich 2000 und 4500 Übernachtungen jährlich. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 9; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a)

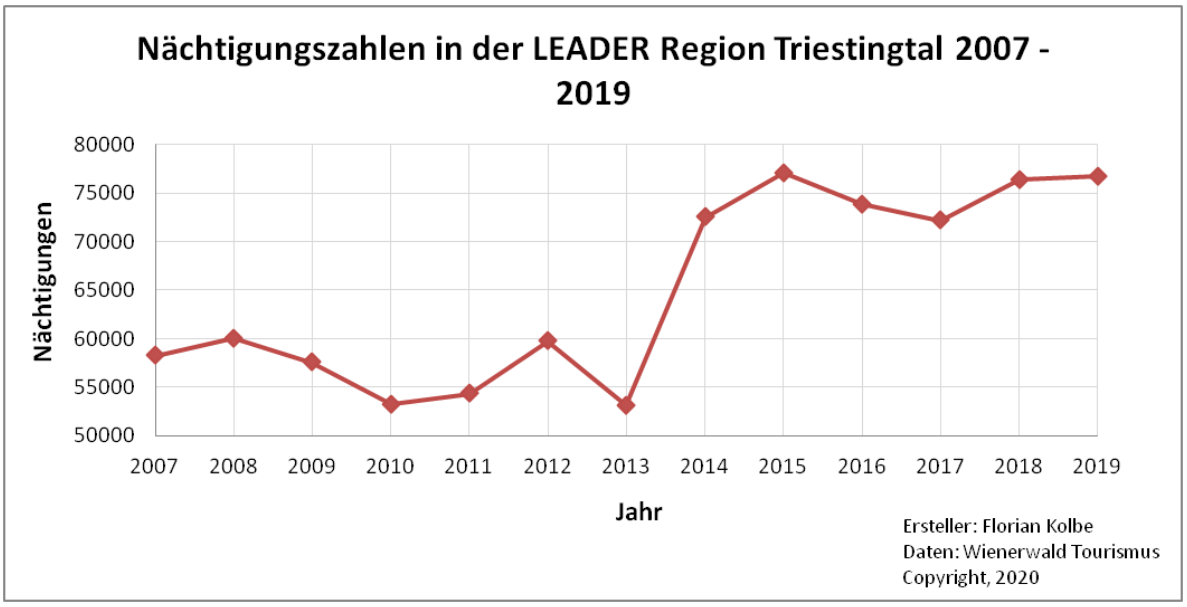

Abbildung 6: Nächtigungszahlen in der LEADER Region Triestingtal 2007-2019 (Datengrundlage: Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung)

3.6 Lokale Entwicklungsstrategie der LEADER Region Triestingtal

Vor der Ausarbeitung der aktuellen LES wurde zunächst eine Reflexion über die vorangegangene Förderperiode angestellt. Auf Basis einer SWOT-Analyse, bei welcher die jeweiligen Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der einzelnen Themenbereiche ausgearbeitet worden waren, wurde der Entwicklungsbedarf in der Region dargestellt. Anschließend wurden die Ziele sowie die entsprechenden Aktionsfelder und Aktionsfeldthemen festgelegt. Das übergeordnete Ziel der LEADER Region Triestingtal lautet, die Lebensqualität und die wirtschaftlichen Bedingungen in der Region zu verbessern. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 11, 18)

Gemäß dem LEADER-Konzept wurden drei sektorübergreifende Aktionsfelder für den Förderzeitraum definiert:

- Aktionsfeld 1: Steigerung der Wertschöpfung
- Aktionsfeld 2: Festigung oder nachhaltige Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und des kulturellen Erbes
- Aktionsfeld 3: Stärkung der für das Gemeinwohl wichtigen Strukturen und Funktionen

(vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 18)

Für jedes Aktionsfeld gibt es mehrere Themen zur Umsetzung. Das Hauptaugenmerk dieser Arbeit wird auf Aktionsfeld 1 liegen, da die Aufwertung des regionalen Tourismus- und Freizeitangebots eines der drei zugehörigen Aktionsfeldthemen darstellt. Allerdings gibt es bezüglich des Tourismus auch Überschneidungen mit Aktionsfeld 2, bei dem die Erhaltung des regionalen Kulturerbes und der Schutz der Kulturlandschaft angeführt wird. (vgl. ebd.: 18-19, 28)

3.6.1 Der Tourismus in der Lokalen Entwicklungsstrategie

In der LES der noch laufenden Periode 2014 bis 2020 werden als touristische Schwerpunkte in der Region die Bereiche Wandern, Klettern, Radfahren, Kultur sowie Sport allgemein genannt, wobei diese eindeutig auf die Sommersaison ausgerichtet sind. Die Wienerwald Tourismus GmbH agiert als Projektträger und Marketingpartner in allen für den Tourismus relevanten Projekten. (vgl. ebd.: 9) In der Vorperiode 2007 bis 2013 wurden sämtliche Machbarkeitsstudien durchgeführt, wie z.B. zur touristischen Nachnutzung der alten Bahntrasse zwischen Weissenbach und Hainfeld, für die Burg Neuhaus oder die Araburg. Zudem beschäftigte man sich mit touristischen Angebotsentwicklungen zu den Themen Radfahren - mittels des Projektes „Triesting-Gölsental-Radweg“ - und der Pecherei. Im Bereich Wandern konnte mit dem Leuchtturmprojekt „Themenweg Peilstein“ das bisher größte regionale LEADER-Projekt mit Gesamtkosten von brutto 500 000 Euro abgeschlossen werden. (vgl. ebd.: 11-12)

Die SWOT-Analyse im Bereich Tourismus und Kultur zeigte auf, dass aufgrund der landschaftlichen Vielfalt insbesondere im Bereich der zahlreichen sportlichen Aktivitäten enormes touristisches Potenzial vorhanden ist. Zudem wird das reiche Kulturerbe als große Stärke, speziell im Hinblick auf die Vermarktung von Veranstaltungen und Themenwegen, gedeutet. Man verortet durch die Nähe zum Ballungsraum Wien sowie zu den Nachbarländern (Ungarn, Slowakei) ein großes Potenzial an Tages- und Wochenendtouristen. Künftig will man ein stimmiges Imagebild vermitteln, wo die regionalen Ausflugs- und Erholungsmöglichkeiten betont werden sollen. Als Problemfelder werden hingegen u.a. eine mangelnde touristische Infrastruktur sowie eine unbefriedigende Koordination hinsichtlich Marketing und Angebotsentwicklung angesprochen. Schwierigkeiten sieht man außerdem in der öffentlichen Erreichbarkeit, durch die Konkurrenz anderer (nahegelegener) Regionen und dem Fehlen eines Alleinstellungsmerkmals des Triestingtals. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 13, 20)

Um die allgemeine Entwicklung des regionalen Fremdenverkehrs voranzutreiben, wurde in der aktuellen Entwicklungsstrategie ein Ausbau bzw. eine Vernetzung des Wander-, Rad-, Mountainbike- und Kletterangebots sowie der Themenwege als Ziel formuliert. Verstärkt vernetzt werden sollten des Weiteren die regionalen Kultur- und Tourismuseinrichtungen. Um den Nächtigungstourismus anzukurbeln, wurden Angebotsentwicklungen für Wochenenden ins Auge gefasst. Weiters sollte eine Optimierung von Kulturstätten und historischen Bauwerken für den Tourismus stattfinden. Im Gesamten wird damit auf eine Verbesserung der touristischen Infrastruktur und der gemeinsamen Angebotsentwicklung abgezielt. (vgl. ebd.: 15, 20)

Im Tourismusbereich wird nebenher ein Augenmerk auf multisektorale Zusammenarbeit gelegt. Im Konkreten sollen die Partnerschaften zwischen Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, land- und forstwirtschaftlichen Betrieben, Wirtschaftsbetrieben sowie Naturschutzeinrichtungen vertieft werden. Exemplarisch dafür sind die Projektinitiativen „Die KEAföhrenen", der Triesting-Gölsental-Radweg oder im Bereich der Direktvermarktung die „Triestingtaler Hofgenüsse" zu nennen, welche allesamt noch erläutert werden. (vgl. ebd.: 47)

3.7 Das touristische Angebot in der LEADER Region Triestingtal

Wie in der LES dargebracht, liegen die touristischen Stärken des Triestingtals zum einen im Aktiv- und zum anderen im Kulturtourismus. Nachfolgend werden daher jene touristischen Hotspots, LEADER-Projekte und weitere tourismusrelevante Aktivitäten erörtert, die für den Tages- und Wochenendtourismus von Bedeutung sind.

3.7.1 Aktivtourismus

Von touristischer Bedeutung ist der 60 Kilometer lange Triesting-Gölsental-Radweg, welcher zu den Hauptradrouten in Niederösterreich zählt. Dieser - der durch die Region verlaufende Part wird als Triestingtal-Radweg bezeichnet - verbindet die beiden großen Radwege, den Thermen- und den Traisental-Radweg, und führt von Schönau flussaufwärts nach St. Veit im Gölsental. Mit Schönau, Leobersdorf, Enzesfeld, Hirtenberg, Berndorf, Pottenstein, Weissenbach, Altenmarkt und Kaumberg sind neun Gemeinden direkt an das Radwegnetz angebunden. Der Radweg wird charakterisiert von einer großen landschaftlichen Vielfalt, beginnend mit den weiten Ebenen im Osten über Wiesen und Wälder bis hin zu den alpin anmutenden Hügeln im westlichen Abschnitt. In unmittelbarer Nähe zu diesem befinden sich einige kulturhistorische Stätten wie die Industriedenkmäler (Berndorf), die Basilika Klein-Mariazell (Altenmarkt) oder die Burgruine Araburg (Kaumberg). (vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.a) Darüber hinaus sind vier „nextbike"-Leihradstationen (zwei in Leobersdorf, je eine in Weissenbach und Berndorf) entlang der Strecke lokalisiert. Von März bis November 2018 gab es 180 Ausleihen von nextbike-Leihrädern. (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 10)

Von 2015 bis 2018 lief das **LEADER-Projekt „Familienfreundliche Tourismusangebote am Triesting-Gölsental-Radweg"**. 2018 wurde der Bau zweier Rastplätze in Enzesfeld und Pottenstein abgeschlossen. Weiters sollte die Vermarktung und die Online-Präsenz des Radweges verstärkt werden, z.B. durch die Erneuerung der Homepage „www.triesting-goelsentalradweg.at". (vgl. ebd.; LEADER Region Triestingtal o.J.a) Gemäß dem Jahresbericht 2018 der LEADER-Region *„nützen immer mehr RadfahrerInnen die Strecke für Tagesausflüge und Kurzurlaube"* (LEADER Region Triestingtal 2019: 10).

Der Peilstein, ein 716 Meter hoher, steilwandiger Kalkberg im Gemeindegebiet von Altenmarkt und Weissenbach, ist seit langer Zeit ein Anziehungspunkt für Kletterer und Wanderer. Mit seinen steilen Felswänden besitzt der Peilstein mehr als 800 Kletterrouten und gehört damit zu den größten Sportklettergebieten Österreichs. Die dortige Alpinschule bietet sämtliche Ausbildungskurse für Einsteiger und Fortgeschrittene an. Touristisch aufgewertet wurde das Gebiet nochmals durch die Errichtung des bereits angesprochenen Themenweges. Dieser ist rund 5,5 Kilometer lang und besonders für Familien mit Kindern konzipiert. Die 16 Stationen entlang der Route beinhalten Informationstafeln zum Themenbereich Klettern, aber auch interaktive Elemente für Kinder. Der Themenweg beginnt und endet beim Mostheurigen Karner in Nöstach (Gemeinde Altenmarkt). Bei der Schutzhütte des Alpenvereins am Peilsteingipfel, dem Peilsteinhaus, befindet sich der sog. Kletterpavillon. Dieser bietet wiederum unterschiedliche In- und Outdoor-Klettermöglichkeiten. Das Peilsteinhaus, welches zugleich auch Unterkunft ist, ist Ausgangspunkt weiterer Wanderrouten. (vgl. Alpenverein - Gebirgsverein o.J.; Wienerwald Tourismus GmbH o.J.a)

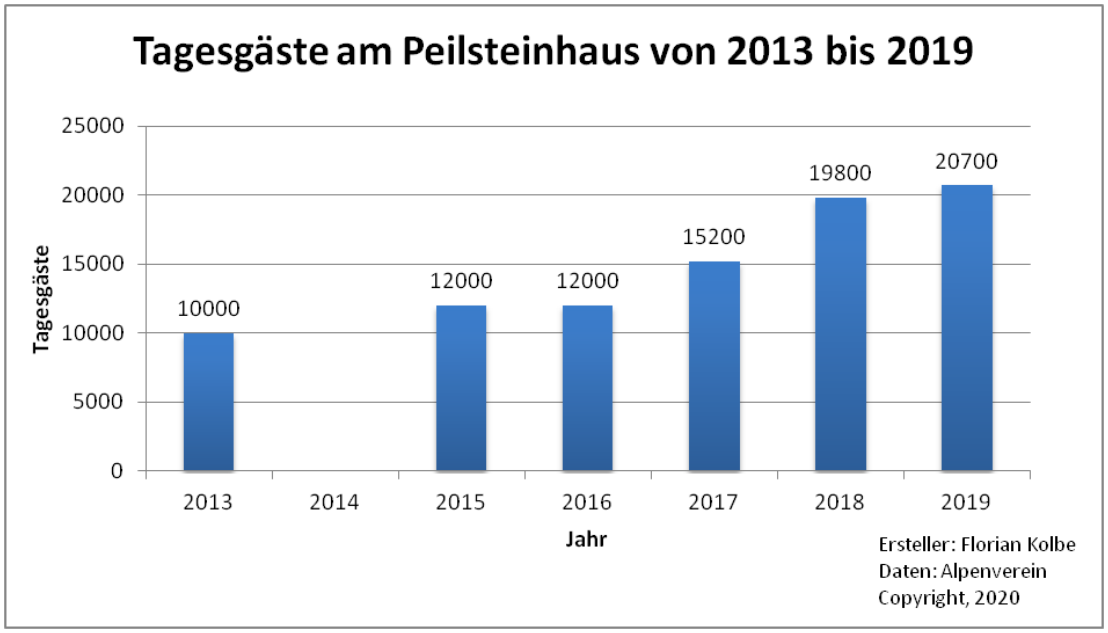

Abbildung 7: Tagesgäste am Peilsteinhaus 2013-2019 (Datengrundlage: Österreichischer Alpenverein, Sektion Österreichischer Gebirgsverein 2020; eigene Darstellung)

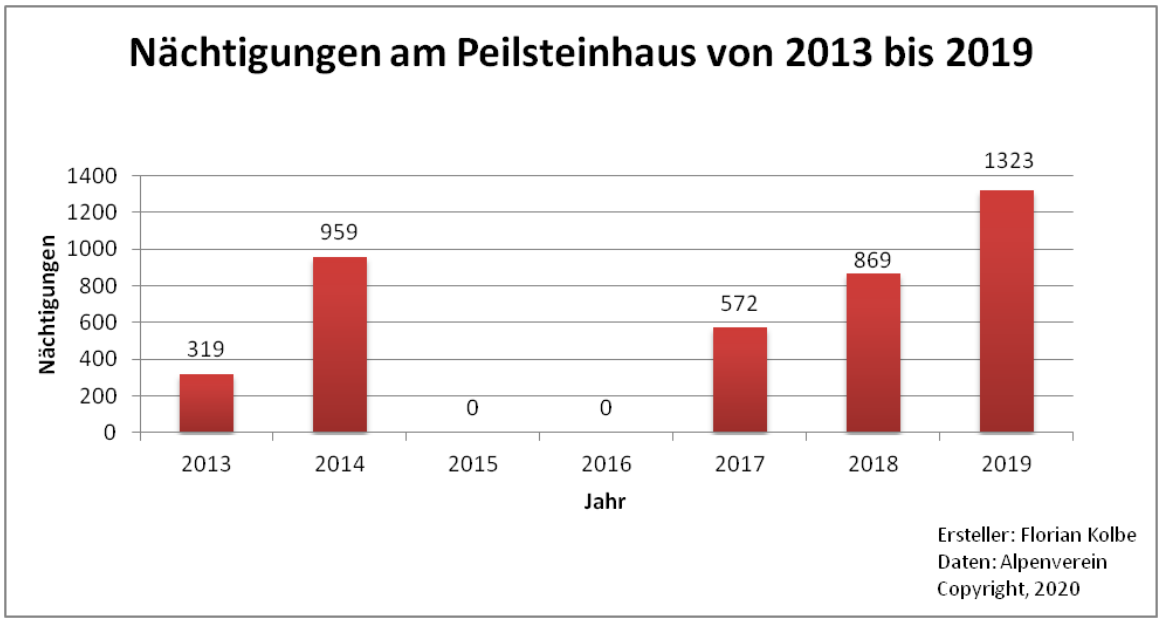

Abbildung 8: Nächtigungen am Peilsteinhaus 2013-2019 (Datengrundlage: Österreichischer Alpenverein, Sektion Österreichischer Gebirgsverein 2020; eigene Darstellung)

Die beiden Abbildungen zu den Tagesbesucher- und Nächtigungszahlen am Peilsteinhaus zeigen jeweils einen deutlichen Anstieg seit Fertigstellung des Themenweges (vgl. Abb. 7 und Abb. 8). Während im Jahr 2014 keine Daten zu Tagesgästen erhoben wurden, war das Peilsteinhaus zwischen 2015 und Frühsommer 2017 für Übernachtungen gesperrt. 2019 wurde mehr als das Doppelte an Tagesgästen im Vergleich zu 2013 sowie über das Vierfache an Übernachtungen gezählt. (vgl. ebd.; WIENER 2020)

Ein weiteres, beliebtes Wandergebiet ist das Hocheck (Gemeinde Furth), welches als nordöstlichster Berg Österreichs mit einer Höhe von über 1000 Metern gilt und im Übergangsgebiet vom Wienerwald zu den Voralpen lokalisiert ist. Das bereits 1881 eröffnete Hocheck-Schutzhaus mit Nächtigungsmöglichkeit wird seit 2018 vom Österreichischen Touristenklub (ÖTK) geführt. (vgl. ÖTK 2019) Eine Vielzahl an Wanderwegen verbindet den Berg auch mit den Gemeinden Weissenbach, Altenmarkt und Kaumberg. Im Rahmen eines LEADER-Projektes wurde von 2018 bis 2019 eine Potenzialanalyse durchgeführt, die weitere Entwicklungsmöglichkeiten für das Hocheck im Hinblick auf den Tourismus abklären sollte (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 13).

Von Altenmarkt bzw. der zugehörigen Ortschaft St. Corona aus gut erreichbar ist auch der Schöpfl, der mit 893 Metern die höchste Erhebung des Wienerwaldes

darstellt. Auf dem Berg befindet sich mit der Matras-Warte eine Aussichtsplattform. (vgl. Marktgemeinde Altenmarkt o.J.) In Furth befindet sich mit der Steinwandklamm eine der schönsten Karstklammen des Bundeslandes. Sämtliche Brücken und Stiegen führen zwischen den hohen Felswänden über die Wasserfälle des Klammbaches. Ein Höhepunkt ist die Wanderung zur Durchgangshöhle „Türkenloch". (vgl. Wienerwald Tourismus GmbH o.J.b) An dieser Stelle muss jedoch erwähnt werden, dass die LEADER-Region Triestingtal an keinerlei touristischen Aktivitäten bezüglich der Steinwandklamm beteiligt ist, da dessen Betreuer kein Interesse an einer Kooperation hat (vgl. SCHAWERDA 2019).

Ein frequentiertes Ausflugsziel ist die Araburg (Gemeinde Kaumberg), die mit 800 Metern Seehöhe am höchsten gelegene Burgruine in Niederösterreich. Neben Ausflüglern wird die Burgruine für Veranstaltungen (z.B. Konzerte, Mittelalterfest) von Vereinen genutzt. Im zwei-jährlichen Rhythmus werden die „Kaumberger Burgschauspiele" vom ortsansässigen Verein „Freunde der Ruine Araburg" inszeniert. (vgl. Marktgemeinde Kaumberg o.J.a) 2018 wurde das **LEADER-Projekt „Sanierung und Belebung Araburg"** gestartet. Neben sämtlichen Sanierungsarbeiten ging es auch um die touristische Positionierung und Vermarktung der Burg. Mit dem „Szenarium Araburg" wurde ein interaktiver Museumsbereich geschaffen, u.a. mit einem Freiluftmuseum und der Belebung von Räumlichkeiten im Stil des 14. Jahrhunderts durch die Living History-Gruppe „IG Leben im 14. Jahrhundert". (vgl. IG Leben im 14. Jahrhundert o.J.; LEADER Region Triestingtal o.J.b)

3.7.2 Kulturtourismus

Die kulturelle Vielfalt des Triestingtals geht einher mit der industriellen Historie sowie einem traditionsreichen Handwerk. Der regionalen Geschichte widmen sich das Heimatmuseum Kaumberg sowie das Triestingtaler Heimatmuseum (Weissenbach). Ersteres zeigt eine Dauerausstellung zur Geschichte der Leobersdorfer Bahn, die den Tourismus einst ins Triestingtal brachte. Daher wird weiters auch die Historie des Fremdenverkehrs in Kaumberg sowie die geschichtliche Entwicklung der Gemeinde als auch der Araburg veranschaulicht. Außerdem werden regelmäßig Sonderausstellungen zu ausgewählten Themen präsentiert. (vgl. Marktgemeinde Kaumberg o.J.b; Museum-Kaumberg o.J.)

Das Triestingtaler Heimatmuseum behandelt die Historie der gesamten Region. Rund 10 000 Exponate bieten einen Einblick in die regionale Geschichte der letzten 300 Jahre. Die Schwerpunkte liegen u.a. auf dem Industriezeitalter, dem Handwerk, der Landwirtschaft, der Flora und Fauna sowie wegweisenden Persönlichkeiten des Triestingtals. Wie im Kaumberger Museum finden auch hier immer wieder Sonderausstellungen statt. (vgl. Verein 'Triestingtaler Heimatmuseum der Marktgemeinde Weißenbach/Tr.' o.J.)

In Leobersdorf befindet sich das Lichtmuseum „LEUM". Dieses ist das einzige Lichtmuseum Österreichs und zeigt die Geschichte der Beleuchtung anhand einer einzigartigen Sammlung historischer Beleuchtungskörper. Zudem wird die Ortsgeschichte von Leobersdorf sowie das Handwerk der Fassbinderei in separaten Abteilungen veranschaulicht. (vgl. Marktgemeinde Leobersdorf o.J.a; Niederösterreich-Card GmbH o.J.a)

Zur regionalen Handwerkskultur zählt insbesondere die Pecherei, die in Niederösterreich 2011 von der UNESCO zum immateriellen Kulturerbe erklärt wurde. Im 2013 wiedereröffneten Pechermuseum in Hernstein sind beispielsweise Pecherwerkzeuge und „Schaubäume" samt Waldboden ausgestellt. In unmittelbarer Nähe zum Museum befindet sich der „Pecherlehrpfad". (vgl. Marktgemeinde Hernstein o.J.a) Dass das Thema „Pechen" wieder vermehrt auf Interesse stößt, zeigt sich anhand des **LEADER-Projektes „Schwarzföhre 2.0 - Die KEAföhrenen"**. Primäres Ziel war es, verschiedenste Aktivitäten rund um die Schwarzföhre zu bündeln, öffentlich wirksam zu vermarkten und die Wertschöpfung aus entsprechenden Produkten zu steigern. 2013 starteten etwa 25 Betriebe, Gemeinden und Institutionen in einem LEADER-Kooperationsprojekt mit der Region NÖ-Süd die Vermarktung von Produkten und Angeboten rund um das Thema Schwarzföhre. So fanden u.a. Workshops oder ein „Schaupechen" in Wien in Zusammenarbeit mit der BOKU Wien statt. (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 9; LEADER Region Triestingtal o.J.c) Seit Auslaufen des Projektes 2018 werden die Aktivitäten vom gemeinnützigen Verein „Die KEAföhrenen" weitergetragen, welcher aus der Schwarzföhre gewonnene Produkte offeriert. Die Gruppierung errichtete des Weiteren den ca. drei Kilometer langen Themenweg „Weg des Harzes" zwischen

Hernstein und Markt Piesting (Piestingtal). Dieser eignet sich mit seinen zahlreichen Informationstafeln auch für Familien. (vgl. Die KEAföhrenen o.J.a)

Als eine regionalhistorisch bedeutsame, kulturelle Veranstaltungsstätte fungiert die Burg Neuhaus (Gemeinde Weissenbach), welche im Zuge eines LEADER-Projektes zwischen 2016 und 2018 revitalisiert wurde. Mit knapp 800 Jahren eines der ältesten Gebäude der Region, wurden bereits 2008 mithilfe einer LEADER-geförderten Machbarkeitsstudie neue Nutzungsmöglichkeiten der ehemals großräumig zerstörten Burg evaluiert. Durch die langjährige Mithilfe vieler Freiwilliger konnte im September 2018 der Nordtrakt der Burg als modernes Kultur- und Veranstaltungszentrum eröffnet werden. Vom dort ansässigen Verein Burg Neuhaus werden regelmäßig Events (Märkte, Konzerte etc.) organisiert (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 14; LEADER Region Triestingtal o.J.d)

3.7.3 Tourismus in Berndorf

Die in Berndorf wirkende Industriellen-Familie Krupp war wesentlich für das Stadtbild verantwortlich, das im 19. Jahrhundert entstand und noch heute allgegenwärtig ist. Die Familie war für ihr soziales Engagement bekannt und ließ für die lokale Bevölkerung Schulen, Kirchen, Siedlungen und andere Einrichtungen (z.B. das Stadttheater) errichten. Umgesetzt wurde die beeindruckende Stadtplanung und -gestaltung überwiegend durch den Hofburg-Architekten Ludwig Baumann. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 104; Stadtgemeinde Berndorf o.J.a; Tourismusbüro der Stadtgemeinde Berndorf 2014: 2)

Im „krupp stadt museum" wird das Leben der aus Essen (Deutschland) stammenden Unternehmerfamilie und deren Einfluss auf die Entwicklung Berndorfs vom kleinen Dorf zu einer bedeutenden Industriestadt der Monarchie vermittelt. Besteck– und Tafelgerätesammlungen erinnern an die Gründung der Berndorfer Metallwarenfabrik und den Aufstieg des berühmten Berndorfer Bestecks. Neben der Präsentation von Besteckerzeugung, Tafelkultur und der Stadt-Geschichte werden regelmäßig Sonderausstellungen zu regionalgeschichtlichen bzw. kulturhistorischen Themen angeboten. (vgl. Stadtgemeinde Berndorf 2016a: 2)

Als höchstwahrscheinlich größte touristische Attraktion der gesamten LEADER Region können die Berndorfer Stilklassen gesehen werden. Zwischen 1908 und 1909 ließ die Stadtgemeinde zwei neue Schulen - je eine für Buben und Mädchen - errichten. Deren Innenausstattung wurde von Arthur Krupp, dem Sohn von Hermann Krupp, finanziert, wobei er sich diese nach seinen Vorstellungen gestalten ließ. Schließlich wurde jedes der zwölf Klassenzimmer in einem anderen historischen Baustil - beginnend im Stile des alten Ägyptens und endend mit dem klassizistischen Empire-Stil - künstlerisch ausgestaltet, weshalb die Innenausstattung der Klassen zu den weltweit einzigartigsten gezählt wird. In den Klassenräumen, die sich in der heutigen Berndorfer Volks- und Mittelschule befinden, wird noch immer unterrichtet. (vgl. Stadtgemeinde Berndorf 2016b: 2; Wienerwald Tourismus GmbH o.J.c)

Das Berndorfer Stadttheater ist ein weiteres, kulturhistorisches Denkmal inmitten des Triestingtals. 1899 von Kaiser Franz-Josef eröffnet, ließ Krupp das Gebäude im Stile der Wiener Ringstraßenarchitektur sowie den Innenraum mit Rokoko-Elementen errichten. Da er jene Architekten beauftragte, die sich für den Entwurf des Wiener Volkstheaters verantwortlich zeichneten, ist das Erscheinungsbild des Zuschauerraums ähnlich zu jenem in der Bundeshauptstadt. Gegenwärtig reicht das ganzjährig angebotene Programm von Kabaretts, Konzerten und Operetten bis hin zu den jährlichen Festspielen im Sommer. Diese wurden erstmals 1989 veranstaltet und sind mittlerweile über die regionalen Grenzen hinaus bekannt. (vgl. HANDL und HANDL 2001: 108-109; Stadtgemeinde Berndorf o.J.a)

Die neobarocke Margaretenkirche als auch die neugotische Marienkirche sind weitere Wahrzeichen der Stadt (vgl. Stadtgemeinde Berndorf 2016a: 2; Stadtgemeinde Berndorf o.J.a). Zur Besichtigung aller genannten Sehenswürdigkeiten werden auch Führungen, etwa Tages- oder Halbtagesprogramme, für Gruppen angeboten (vgl. Stadtgemeinde Berndorf 2016b: 1). Die städtischen Attraktionen sind außerdem Teil des Kulturwanderweges, der Interessierten zur individuellen Besichtigung dient (vgl. Stadtgemeinde Berndorf o.J.a). Weiters ist die Krupp-Stadt Ausgangspunkt für Wanderungen, beispielsweise auf den Hausberg „Guglzipf" (472m) oder das Waxeneck (785m - zwischen Berndorf und Pottenstein gelegen) (vgl. HANDL und HANDL 2002: 94-95).

In Tabelle 1 werden die Öffnungszeiten aller Triestingtaler Museen zusammengefasst, da auf diese im empirischen Teil noch Bezug genommen wird:

Museum	**Öffnungszeiten (Sommersaison)**
Krupp Stadt Museum Berndorf	Mai - Oktober: Do: 9 - 12, Fr: 14 -17 Uhr Sa, So, Feiertage: 11- 17 Uhr
Berndorfer Stilklassen	April - Oktober: Mo-Fr: 15 - 16:30 Uhr Sa, So, Feiertage: 11 - 16:30 Uhr Ferienzeit: 13 - 16:30 Uhr
Triestingtaler Heimatmuseum (Weissenbach)	April - Oktober: So, Feiertage: 13:30 - 17:30 Uhr *Individuelle Gruppenführungen ab 8 Personen ganzjährig bei Voranmeldung*
Heimatmuseum Kaumberg	Mai - Oktober (Sonderausstellungen bis Dezember): So: 10.30 - 12 Uhr *Individuelle Besichtigung jederzeit bei Voranmeldung möglich*
Pechermuseum Hernstein	Mai - Oktober: So, Feiertage: 10 - 12 Uhr *Bei Voranmeldung auch andere Termine möglich*
LEUM Leobersdorf	Sa, So: 14 - 18 Uhr (April - Juni) So 14-18 Uhr (Juli - November)

Tabelle 1: Öffnungszeiten der Triestingtaler Museen (Quelle: Marktgemeinde Hernstein o.J.a; Marktgemeinde Leobersdorf o.J.a; Museum-Kaumberg o.J.; Stadtgemeinde Berndorf o.J.b; Verein 'Triestingtaler Heimatmuseum der Marktgemeinde Weißenbach/Tr.' o.J. (08.06.2020))

3.7.4 Pilgertourismus

Die Wallfahrtsroute **Via Sacra** verläuft von Wien nach Mariazell und gilt als ältester Pilgerweg Österreichs. Rund vier Tage dauert die Wanderung für die über 800 Jahre alte Route, welche durch den Wienerwald und das Triestingtal über das Mostviertel in die Steiermark führt. Mit Altenmarkt, Weissenbach, Furth und Kaumberg liegen vier LEADER-Mitgliedsgemeinden entlang der Strecke. Für das Triestingtal bedeutend ist speziell die zweite Tagesetappe von Heiligenkreuz (Bezirk Baden) nach Kaumberg. Für die rund 22 Kilometer wird eine Dauer von etwa acht Stunden einberechnet, wobei mit dem **„Wiener Wallfahrerweg"** und den „Via Sacra-Rundwanderwegen" Altenmarkt und Kaumberg auch alternative Wegvarianten gewählt werden können.

(vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.b, o.J.c) Die Zahl an Pilgern und Wallfahrern wächst seit vielen Jahren kontinuierlich, wobei nicht mehr ausschlielich religiöse Gründe ausschlaggebend sind. Immer häufiger stehen Motive wie Entschleunigung, die Hingabe der Natur oder Kraftschöpfen im Vordergrund. (vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.d)

Insbesondere die Großgemeinde Altenmarkt ist reich an sakralen Baudenkmälern. Die architektonisch wertvollen Wallfahrtskirchen Altenmarkt, Hafnerberg, St. Corona am Schöpfl, Thenneberg sowie die Basilika Klein-Mariazell sind historische Stätten entlang der Via Sacra. Letztere Stiftskirche des ehemaligen Benediktinerklosters „Mariazell in Österreich“ gilt als eines der bedeutsamsten Barock-Denkmäler des Landes. Auf dem Basilika-Gelände befindet sich außerdem ein Klosterladen sowie der „Berglgarten”, eine Ausstellung über den berühmten Barockmaler Johann Wenzel Bergl. (vgl. LEADER Region Triestingtal o.J.e; Mostviertel Tourismus GmbH o.J.e; Wienerwald Tourismus GmbH 2020b: 1) Initiiert wurden die beiden Projekte vom „Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal”. Dieser strebt eine kulturelle Wiederbelebung der Großgemeinde Altenmarkt bzw. der umliegenden Gebiete als „**Region Mariazell im Wienerwald”** an. Konkret sollen Kirchen, Ruinen und weitere kulturelle Denkmäler touristisch erschlossen werden. (vgl. Mariazell im Wienerwald gemeinnützige Kulturbetriebs GmbH o.J.)

Die hochbarocke Wallfahrtskirche Hafnerberg ist jährlich Austragungsort des geistlichen Musik-Festivals „cellensis”. In Kaumberg ist die gotische Pfarrkirche St. Michael lokalisiert. Von Kaumberg führt die Via Sacra vorbei an der Araburg schließlich weiter ins Gölsental. (vgl. LEADER Region Triestingtal o.J.e; Mostviertel Tourismus GmbH o.J.e; Wienerwald Tourismus GmbH 2020b: 2)

An der Strecke befinden sich zertifizierte Via Sacra-Gastgeber, neun davon in der LEADER Region Triestingtal. Dies sind Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, die speziell auf Pilgerreisende ausgerichtet sind. Diese wurden in der aktuellen Förderperiode auch durch das **LEADER-Projekt „Via Sacra & Wiener Wallfahrerweg”** unterstützt, u.a. im Bereich der Buchungsabwicklung. Weitere Schwerpunkte des Projekts waren Neubeschilderungen entlang der Routen oder die

Erstellung von Pilgerreisen-Imagefoldern. (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 11)

3.7.5 Sonstige touristische Attraktionen

In der Gemeinde Pottenstein befindet sich mit der Dekanatskirche „Maria Trost im Elend" eine weitere Wallfahrtskirche. Pottenstein selbst war vor allem rund um das 17. Jahrhundert ein wichtiger Wallfahrtsort. Als sehenswert gilt das gotische Sakramentshäuschen im Kirchen-Inneren. (vgl. LEADER Region Triestingtal o.J.e; Pfarre Pottenstein o.J.)

Ein historisches Bauwerk ist das Schloss Hernstein, deren Anlage ein Erbe des Historismus in Österreich darstellt. Im 19. Jahrhundert wurde es im Stil der englischen Gotik renoviert. Es dient gegenwärtig als Seminar-, Event- und Hochzeitshotel, wodurch das Schloss-Areal bzw. die Räumlichkeiten nur im Rahmen von Veranstaltungen zugänglich sind. Von überregionaler Bekanntheit ist hier der jährlich stattfindende Adventmarkt. (vgl. Marktgemeinde Hernstein o.J.b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020b: 1)

Mit dem Bildhauer-Symposion Lindabrunn (Enzesfeld-Lindabrunn) befindet sich eine Produktionsstätte zeitgenössischer Kunst im unteren Triestingtal. Jedes Jahr im September werden verschiedenste Kunstprojekte am Symposionsgelände präsentiert, welches zugleich Naherholungsraum als auch Weidefläche ist und einen Panoramablick über das Wiener Becken bietet. Markant sind auch die innerhalb der Anlage befindlichen Steinskulpturen, die von internationalen Bildhauern Anfang der 1970er Jahre aus dem Material des nahe gelegenen Steinbruchs in die Landschaft gesetzt wurden. Der Verein Symposion Lindabrunn - VSL organsiert verschiedenste Veranstaltungen. (vgl. LEADER Region Triestingtal o.J.e; Wienerwald Tourismus GmbH 2020b: 1)

Südlich von Leobersdorf ist unweit des Triesting-Gölsental-Radweges mit dem Heilsamen Brunnen ein weiterer, kleiner Wallfahrtsort von regionaler Bedeutung zu finden. Der Ort, an dem Überlieferungen zufolge die Quelle des Brunnens Augenleiden lindern könne und der Sage nach bereits Blinde geheilt habe, hat sich mittlerweile zu einem beliebten Ausflugsziel entwickelt. In den letzten Jahren gab es

daher seitens der Marktgemeinde Bemühungen um eine touristische Aufwertung. (vgl. HOLZINGER 2015; Marktgemeinde Leobersdorf o.J.b)

3.7.6 Vernetzung Landwirtschaft-Handwerk-Tourismus

Im Rahmen der aktuellen LEADER-Periode sind mehrere Projektinitiativen im Triestingtal entstanden, durch welche die Vernetzung von Wirtschaftszweigen und Betrieben innerhalb der regionalen Wertschöpfungskette verstärkt werden soll.

Erwähnenswert sind hierbei die „Triestingtaler Hofgenüsse", eine Initiative von 16 landwirtschaftlichen Betrieben, die sich die Produktion und gemeinsame Vermarktung hochwertiger Lebensmittel aus regionalen Rohstoffen zum Ziel gesetzt haben. Hervorgegangen ist das Projekt aus einer Vernetzungsveranstaltung der LEADER Region gemeinsam mit der Bezirksbauernkammer für Direktvermarkter 2018. Im Fokus stand die Erarbeitung eines gemeinsamen Marketing-Plans, um die Kundenfrequenz als auch die Bekanntheit der regionalen Produkte zu erhöhen. Über das gleichnamige LEADER-Projekt wurde schließlich eine Broschüre („1. Genuss Guide der Triestingtaler Hofgenüsse", vgl. Abb. 9) konzipiert. (vgl. ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.a: 1-2) Angeboten werden sowohl Ab-Hof als auch auf Marktständen oder in Heurigenbetrieben z.B. hochwertige Fleisch- und Milchprodukte, Fruchtsäfte oder innovative Kräuter-Kreationen (vgl. ebd., Abb. 9).

Bei der Basilika Klein-Mariazell wurde im April 2019 der angesprochene Klosterladen vom Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal eröffnet. Zu erwerben im an Wochenenden und Feiertagen geöffneten Laden sind zahlreiche Produkte aus der Region bzw. mit Bezug zur Gegend wie zum Beispiel Stiftswein, Handwerkskunst, Kosmetika oder Bücher. (vgl. Mariazell im Wienerwald gemeinnützige Kulturbetriebs GmbH o.J.)

Eine Wechselwirkung zwischen Tourismus und kleinregionaler Wirtschaft ist auch durch die Produktentwicklungen der KEAföhrenen und deren Zusammenarbeit mit regionalen Betrieben und Einrichtungen entstanden (vgl. Die KEAföhrenen o.J.b).

Abbildung 9: Triestingtaler Hofgenüsse Guide (Quelle: ISSUU 2019; https://issuu.com/raxmoritz/docs/triestingtaher_hofgenu_sse_broschu_re_final_02 (08.06.2020))

4. Tourismus

In diesem Kapitel werden zunächst die Begrifflichkeiten Tourismus, Tages- und Wochenendtourismus definiert und charakterisiert. Darauffolgend werden adäquate Daten zum Tages- und Wochenendtourismus in Niederösterreich sowie zu aktuellen touristischen Trends in Österreich näher beleuchtet. Weiters wird die Bedeutung des Tourismus für ländliche Räume ebenso wie die Konzepte des sanften und nachhaltigen Tourismus dargebracht. In Zusammenhang mit letzterem Punkt wird einerseits Bezug zum Biosphärenpark Wienerwald als auch zur Kleinregion Pielachtal als Best Practice-Beispiel Bezug hergestellt.

4.1 Definition von Tourismus

Je nach Wissenschaft wird der Begriff „Tourismus" unterschiedlich definiert, wobei folgende Begriffserklärung der Welttourismusorganisation (UNWTO) als allgemein anerkannt betrachtet wird: *„Tourismus umfasst die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten"* (UNWTO 1993 zitiert in NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 2).

Als Synonyme werden die Begriffe „Fremdenverkehr", „Touristik" und „Reiseverkehr" verwendet, wobei diese zum Teil unterschiedliche Facetten ansprechen und nicht in allen Sprachräumen präsent sind. Ein Tourist erfüllt drei zentrale Funktionen: **Ortsveränderung**, **zeitliche Befristung** und **Zweck**. Bei ersterem Aspekt wird jedoch keine Mindestentfernung zwischen Ausgangs- und Zielpunkt oder die Überschreitung von Grenzen vorausgesetzt. Bei der zeitlichen Befristung gibt es keine Mindestaufenthaltsdauer, wobei die Absicht zur Rückkehr besteht. Der Reisezweck kann stark variieren, allerdings grenzt die UNWTO neben den Hauptzwecken von freizeitmotivierten und beruflichen Reisen andere Motive nicht weiter ein. Ausgeschlossen sind hierbei allerdings z.B. Berufspendler, Diplomaten-Reisen, Nomaden, Flüchtlinge, Transitreisende, stationierte Auslands-Streitkräfte oder Studienaufenthalte im Ausland. Als touristische Freizeitaktivitäten gelten zudem nur Beschäftigungen, die außerhalb der eigenen Wohnung geschehen. (vgl. ebd.: 2-3; KAGERMEIER 2015: 27)

4.2 Tagestourismus

Das Spektrum zwischen Tourismus und Freizeit beginnt mit dem Tagesausflugs- bzw. Naherholungstourismus. Dieser „Freizeitverkehr" findet im weiteren oder außerhalb vom Wohnumfeld statt, allerdings ohne Übernachtung. (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 3) Bei solchen Tagesreisen wird wiederum zwischen „Tagesausflügen" (mit privatem Motiv) und „Tagesgeschäftsreisen" (mit geschäftlichem Motiv) unterschieden. Ein Tagesausflug gilt nur als solcher, wenn dabei keine berufliche Fahrt, Einkaufsfahrt und gewisse Routine bzw. Regelmäßigkeit (z.B. Vereinsaktivitäten im Nachbarort) vorliegen. Da der Tagestourismus in der LEADER Region Triestingtal auf freizeitliche Besucher abzielt, werden geschäftliche Tagesreisen in dieser Arbeit nicht näher betrachtet. Die Abgrenzung des Wohnumfelds wird in der Regel mit der Ortsgrenze gezogen, allerdings können entfernt gelegene Ortsteile oder Ausflugsziele (Berghütten etc.) auch schon außerhalb des Wohnumfelds liegen. Bei Großstädten wird dieses indes meist bereits mit dem eigenen Stadtteil gleichgesetzt. (vgl. BMWi 2014: 5-6) Kennzeichnend für den Ausflugsverkehr ist außerdem, dass sich der Reisende relativ kurzfristig - einen Tag bis zwei Wochen vorher - überlegt, ob und wann er einen Ausflug unternehmen wird (vgl. FREYER 2015: 67).

„Tagestouristen", „Tagesausflügler" und „Tagesbesucher" können und werden in dieser Arbeit synonym verwendet, da diese allesamt das gleiche Kriterium (keine Übernachtung) erfüllen (vgl. Spektrum Akademischer Verlag 2001a). Die UNWTO differenziert unterdessen zwischen Touristen (übernachten zumindest einmal am besuchten Ort) und Tagesbesuchern bzw. Tagesausflüglern (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 5). Innerhalb der amtlichen Statistik erstreckt sich der Tourismusbegriff daher nur auf den Übernachtungs-, nicht aber den Tagestourismus. Die Erfassung der touristischen Wertschöpfung des Tagestourismus lässt sich somit flächendeckend nur mit großem Aufwand, beispielsweise mittels Zahlungen oder Zielgebietsbefragungen, erfassen. (vgl. ebd.: 227, 244)

Im Allgemeinen werden Tagesreisen und Ausflüge erst seit einigen Jahren in der Wissenschaft und im touristischen Kontext akzeptiert (vgl. LINNE 2016: 10). Je nach Statistik wird auch zwischen Tagesausflügen, die nur vom Wohnort aus angetreten

werden, und solchen, die während eines Nächtigungsaufenthalts vom Ort der Übernachtung aus durchgeführt werden, unterschieden (vgl. BMWi 2014: 6). Allerdings ist dies im Falle des LEADER Gebiets ebenfalls nicht von Relevanz im Rahmen dieser Arbeit, zumal hierfür keine adäquaten statistischen Daten vorliegen.

4.3 Wochenendtourismus

Der Wochenendtourismus ist ähnlich zum Tagestourismus in der Literatur nicht einheitlich definiert. Dieser zufolge kann der Wochenendtourismus, so wie er in der LES Triestingtal bezeichnet wird, synonym mit „Kurzzeittourismus", „kurzfristiger Tourismus", „Kurzurlaub" und „Kurzreise" genannt werden. Diese private Reiseform weist in der Regel eine Dauer von zwei bis vier Tagen auf, allerdings gibt es auch hier unterschiedliche Klassifizierungen. So werden zum Teil maximal drei, zum Teil maximal vier Übernachtungen als Abgrenzung zum Kernbereich des Tourismus bzw. zum Urlaub herangezogen. Dieser beginnt wiederum bei zumindest fünf Tagen bzw. - wieder je nach Betrachtungsweise - vier bis fünf Nächtigungen. Im Gegensatz zum Tagestourismus liegt jedoch immer mindestens eine Übernachtung am Aufenthaltsort vor. (vgl. ANGERMAYER o.J.; FREYER 2015: 3-4; KAGERMEIER 2015: 27-28; NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 4; Spektrum Akademischer Verlag 2001b) Die Abgrenzung ist vor allem aus statistischer Sicht bedeutsam, da die Anzahl der Übernachtungen etwa für die Zuordnung entweder zu Haupturlaubsreisen oder zu Kurzurlaubsreisen entscheidend ist. In Österreich zählen Reisen ab vier Nächtigungen zu Haupturlaubsreisen (vgl. LAIMER 2015: 2).

Die Motive für eine Reise dieser Art können sehr vielfältig sein. Häufig ist dies beispielsweise der Wunsch nach Erholung, Unterhaltung und Vergnügen sowie nach Besichtigungen, Kultur und Bildung (vgl. Spektrum Akademischer Verlag 2001b). Kurzreisende haben meist andere Ansprüche als (Haupt-)Urlaubsreisende. Beispielsweise neigen Kurzurlauber eher dazu, nur an einem Ort zu verweilen, an dem man während der wenigen Tage möglichst viel erleben möchte. Touristen, die länger bleiben, nehmen den Urlaubsort hingegen oft als Basis für Ausflüge in die Umgebung. Daher ist es wichtig, die Angebote auf die jeweiligen Zielgruppen auszurichten. (vgl. MUNDT 2013: 332) Aufgrund von veränderten Reisegewohnheiten und -möglichkeiten haben Kurzurlaubsreisen kontinuierlich an

Bedeutung gewonnen. Durch die gestiegene Reiseintensität über die Jahre wird zwar häufiger, allerdings auch kürzer gereist als noch vor einigen Jahrzehnten. (vgl. LAIMER 2015: 12) Insbesondere durch den Ausbau des internationalen Luftverkehrs, neue Arbeitsbedingungen, einen gestiegenen Wohlstand, technologische Innovationen und geopolitische Veränderungen entwickelten sich neue Formen des Reisens (vgl. BLEIFUß 2012: 31-34).

4.4 Der Tages- und Kurzurlaubstourismus in Niederösterreich

Eine Studie im Auftrag der Niederösterreich-Werbung ergab, dass zwischen November 2016 und Oktober 2017 etwa 39,5 Mio. Tagesausflüge in bzw. nach Niederösterreich stattfanden. Befragt wurden 8500 Personen aus Wien, Nieder- und Oberösterreich im genannten Zeitraum. Der dadurch erzielte Gesamtumsatz lag bei 1,4 Mrd. Euro, die durchschnittlichen Ausgaben der Tagesausflügler beliefen sich auf 35,60 Euro pro Kopf. In der Sommersaison wurden 23,6 Mio. Tagesausflüge verzeichnet, der Rest (15,9 Mio.) entfiel auf die Wintersaison. Rund 60% der Wertschöpfung des Tourismus in Niederösterreich wird somit durch den Ausflugstourismus generiert. Dabei waren etwas mehr als die Hälfte aller Tagestouristen die Niederösterreicher selbst, wobei die Wiener rund 40% der Besucher ausmachten. Die oberösterreichischen Touristen hatten einen Anteil von ca. 5%, wodurch die drei Bundesländer (NÖ, W, OÖ) die Quellmärkte des niederösterreichischen Tagestourismus sind. (vgl. APA-OTS Originaltext-Service GmbH 2018; MANOVA GmbH 2018: 4, 7; ORF 2018a)

Die Destination Wienerwald war innerhalb Niederösterreichs mit rund 9,3 Mio. die am häufigsten besuchte Region von Tagesausflüglern, von denen in etwa 5,4 Mio. auf die Sommersaison entfielen. Für ein Viertel aller Tagestouristen im Bundesland während des Sommerhalbjahres war „Sport" das wichtigste Ausflugs-Motiv, wobei auch „Natur genießen" (15%) und „Kulturerlebnis, Besichtigung" (10%) häufig genannt wurden. (vgl. MANOVA GmbH 2018: 6, Abb. 10) Von den durchschnittlichen Ausgaben der Tagesausflügler wurde mit 12,40 Euro rund ein Drittel für Gasthaus- und Restaurantbesuche aufgewandt, gefolgt von Einkaufs- bzw. Shoppingausgaben (7,30 Euro) sowie der Anreise zum Ausflugsziel (5,80 Euro) (vgl. ebd.: 9).

Abbildung 10: Ausflugs-Motive von Tagestouristen in Niederösterreich 2016/17 (Quelle: MANOVA GmbH 2018: 6)

Ein nicht unwesentlicher Faktor ist die „Niederösterreich Card", welche - bei einem Neukauf der Karte um 63 Euro vorausgesetzt - einen freien Eintritt für mehr als 300 Ausflugsziele beinhaltet. Sowohl Kartenbesitzer aus Niederösterreich als auch aus Wien machen deutlich häufiger Ausflüge als jene Personen ohne NÖ-Card. Diese ist deshalb ein signifikanter Impulsgeber für den Ausflugstourismus, während darüber hinaus etwa 200 000 Übernachtungen in Niederösterreich auf NÖ-Kartenbesitzer zurückzuführen sind. (vgl. APA-OTS Originaltext-Service GmbH 2018; MANOVA GmbH 2018: 10; Niederösterreich-Card GmbH o.J.b; ORF 2018a)

Zwischen 2014 bis 2019 stieg die Anzahl der Übernachtungen in NÖ von etwa 6,7 Mio. auf rund 7,7 Mio. an. Der Großteil der Übernachtungen wird im Sommer verbucht - vergangenes Jahr lag die Zahl bei ca. 4,7 Mio. Nächtigungen. (vgl. WKO 2020b: 33) Der Gros der Nächtigungsgäste kommt dabei aus dem eigenen Bundesland - anno 2018 waren dies ca. 1,6 Mio. Personen bzw. 32,6% aller beherbergten Touristen. Die Wiener nächtigen allerdings ähnlich oft in Niederösterreich (30,5%), auf den Plätzen folgen die Gäste der ebenfalls angrenzenden Bundesländer Oberösterreich (12,0%) und Steiermark (9,3%). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 2018 bei 2,5 Tagen, was einem Kurzurlaub entspricht. (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.b, o.J.c) Aus den konstant wachsenden Nächtigungszahlen kann geschlossen werden, dass auch Wochenend- bzw.

Kurzreisen landesweit immer beliebter werden (vgl. ORF 2018b). Dies zeigt sich u.a. auch daran, dass in ebendiesem Jahr 14,5% bzw. rund 1,08 Mio. aller Kurzurlaubsreisen innerhalb Österreichs nach Niederösterreich unternommen wurden. Einen höheren Anteil stellte nur die Steiermark mit 22,6%. Bei den Haupturlaubsreisen landete man bundesweit mit 9% bzw. 291 000 Touristen hingegen im unteren Drittel. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019a: 23)

4.5 Die Bedeutung des Tourismus für ländliche Räume

Die touristische Inwertsetzung ländlicher Räume resultierte aus einem wirtschaftlichen, sozialen und rechtlichen Strukturwandel gegen Ende des 19. Jahrhunderts. Insbesondere Angestellte und Beamte, welche nicht die finanziellen Mittel für Aufenthalte in Kurorten oder Seebädern besaßen, suchten die ländlichen Regionen für Wochenendaufenthalte oder die Sommerfrische als Kontrast zum Großstadtalltag auf. (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 174) Beginnend mit den 1950er Jahren fand mit den damaligen Arbeitszeitverkürzungen und der stark fortschreitenden, individuellen Motorisierung eine starke Zunahme des gesamten Naherholungsverkehrs statt, speziell in den Umlandbereichen von Großstädten (vgl. JOB und MAYER 2013: 4).

Heute wird der Tourismus in ländlichen Räumen als probates Mittel zur Lösung der strukturellen Probleme gesehen, die infolge des Strukturwandels zur Dienstleistungsgesellschaft und dem damit verbundenen Niedergang vieler ruraler Betriebe entstanden sind (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 174). Der Wirtschaftsfaktor Tourismus ist daher in vielen Regionen, auch aufgrund fehlender anderer ökonomischer Aktivitäten, ein signifikantes Element der Regionalökonomie bzw. eine Möglichkeit der Regionalentwicklung (vgl. KAGERMEIER 2015: 219). Neben den wirtschaftlichen Effekten (regionalwirtschaftliche Effekte durch Wertschöpfungsketten, Schaffung von Arbeitsplätzen, Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur etc.) kann der Tourismus in ländlichen Regionen auch zum Erhalt traditioneller Kulturen oder zu einer ökologisch wertvollen Inwertsetzung von Natur und Landschaft beitragen (vgl. REIN und STRASDAS 2017: 15-16).

Der Massentourismus konzentriert sich auf Städte, Bade- und Skiorte mit großen Hotelkomplexen und angebundener Infrastruktur. Dieser hat allerdings durch all seine negativen Effekte, auf die hier im Detail nicht näher eingegangen wird, in den letzten Jahren sukzessive an Beliebtheit eingebüßt. Aus der Kritik am konventionellen Massentourismus sind alternative Überlegungen entstanden, die einen Gegenentwurf zum „Massenprodukt Reisen von der Stange" darstellen und stattdessen Individualität, Flexibilität, Entschleunigung sowie die Abgrenzung von anderen Touristen in den Mittelpunkt rücken. (vgl. BLEIFUß 2012: 35, 61; REIN und STRASDAS 2017: 63)

Für den **„alternativen Tourismus"** gibt es zwar keine einheitliche Definition, jedoch wird darunter *„so gut wie alles verstanden, was sich vom konventionellen Massentourismus abgrenzen lässt"* (BLEIFUß 2012: 61). Der große Unterschied zum Massentourismus hierbei ist, dass die Einnahmen verstärkt der regionalen bzw. lokalen Bevölkerung zugutekommen. So werden beispielsweise lokale und familiäre Betriebe oder Unterkünfte anstelle touristischer Großunternehmen eingebunden, wodurch die Bevölkerung den Tourismus im Rahmen einer Marktregulierung kontrollieren kann. Zudem partizipiert die lokale Population an den touristischen Planungsprozessen, in deren Zentrum die Authentizität der Attraktionen und auch der Kontakt zu den Einheimischen steht. Durch die Möglichkeit, regionale Güter und Dienstleistungen verkaufen zu können, werden intersektorale Verflechtungen und schlussendlich Multiplikatoreffekte generiert. Der Schutz und Erhalt der direkten Umwelt bei all den Maßnahmen ist stets zu beachten. (vgl. ebd.: 62)

Die Potenziale in ländlichen Regionen zielen aufgrund der eben genannten Faktoren oftmals auf das Naturerlebnis ab. Als prägende Tourismusformen haben sich in diesem Kontext der Wander- und der Fahrradtourismus etabliert, die in der jüngeren Vergangenheit stark an Nachfrage gewonnen haben. Dies ist wiederum auf die speziell seit den 1990er Jahren sichtbaren Veränderungen der Bedürfnisse von Touristen - weg vom reinen Erholungs- und hin zum Aktivurlaub - zurückzuführen. Gleichzeitig soll in den entsprechenden Destinationen aber parallel die Möglichkeit zu Entschleunigung und Genuss bestehen. (vgl. KAGERMEIER 2015: 219-220) In jedem Fall bedarf es in ländlichen Räumen einigen Voraussetzungen, um das endogene touristische Potenzial auch ausschöpfen zu können. Hierzu zählen:

- Ein regionsspezifisches Beherbergungs- und Gastronomieangebot
- Die Pflege und Unterhaltung der Kulturlandschaft (z.B. Erhaltung traditioneller Nutzungen, Wegeerschließungen, Freilichtmuseen etc.)
- Der Erhalt historischer Ortskerne sowie die Restaurierung von Gebäuden und Plätzen
- Ein professionelles Destinationsmanagement
- Die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote
- Die Schärfung des regionalen Tourismus-Bewusstseins (z.B. durch internes Marketing, Kooperationen)
- Die ganzheitliche Vernetzung von Attraktionen, Akteuren und Kompetenzen

(vgl. HAART und STEINECKE 1995: 50ff zitiert in NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 175)

4.6 Aktuelle touristische Trends in Österreich

Bei einem Blick auf das Reiseverhalten der Österreicher in den letzten Jahren zeigt sich, dass die Anzahl der Reisen zunimmt, deren Dauer aber gleichzeitig zurückgeht (vgl. LAIMER 2015: 12). Dies entspricht dem allgemeinen touristischen Trend der letzten etwa zwei Jahrzehnte - parallel zur steigenden Nachfrage alternativer Tourismusformen (vgl. KAGERMEIER 2015: 62-63). Während bis Anfang der 1990er Jahre noch 8 bis 14-tägige Reisen dominierten, sind seither 5-7 Übernachtungen der Usus (vgl. LAIMER und WURIAN 2018: 21, Abb. 11). Kurzurlaubsreisen - also Reisen mit maximal drei Nächtigungen - stiegen um 8,6% im Vergleich zum Vorjahr auf 10,9 Mio. und werden aktuell somit sogar etwas häufiger durchgeführt als Haupturlaubsreisen (10,2 Mio.) (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019a: 8). In der Sommersaison generierten Kurzurlaubsreisen zwischen 2009 und 2018 deutlich höhere Zuwächse als Haupturlaubsreisen (vgl. LAIMER und WURIAN 2018: 5).

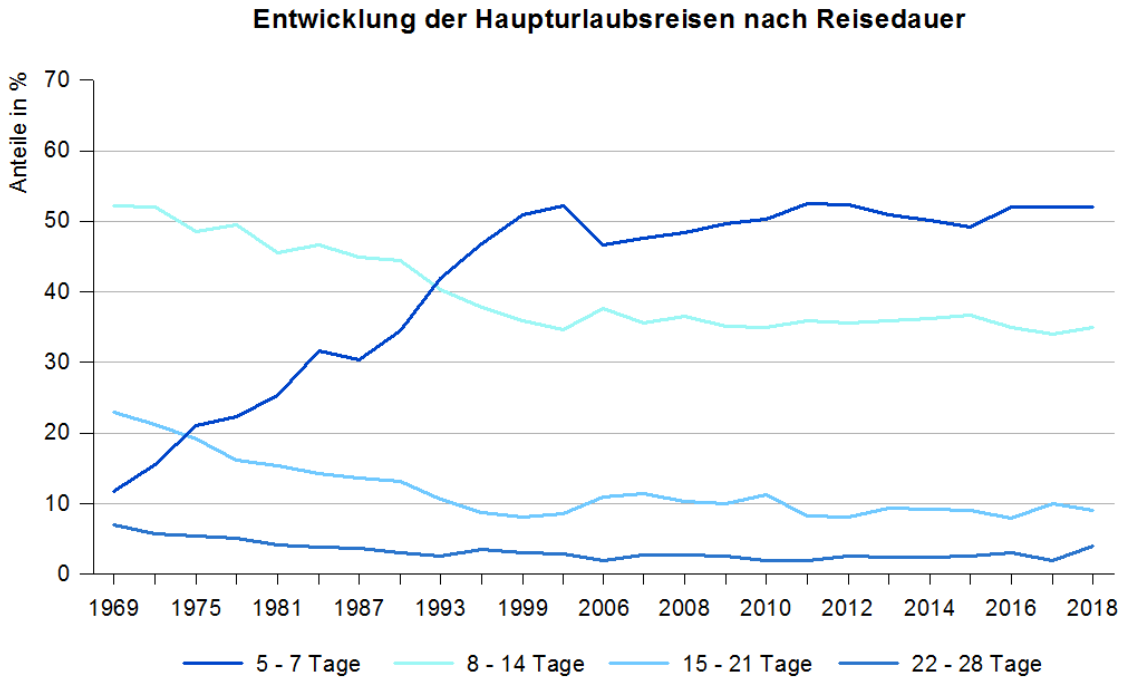

Abbildung 11: Entwicklung der Haupturlaubsreisen in Österreich (Quelle: STATISTIK AUSTRIA 2019; https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/reisegewohnheiten/index.html (08.06.2020))

Knapp mehr als die Hälfte aller 2018 unternommenen Reisen erfolgten ins Inland. Sommer-Urlaubsreisen im eigenen Land haben sich zwischen 1969 und 2017 auf 9,6 Mio. vervierfacht. (vgl. LAIMER und WURIAN 2018: 19; STATISTIK AUSTRIA 2019a: 8) Gleichzeitig stiegen auch die Auslandsreisen massiv an, nicht zuletzt aufgrund zunehmend günstiger Preise für Flug- und Pauschalreisen (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019a: 10). Das wichtigste Reisemotiv innerhalb der österreichischen Bevölkerung bei Urlaubsreisen mit zumindest einer Übernachtung waren 2018 „Verwandten-/Bekanntenbesuche" (25,4%). Dahinter folgten aber bereits „Erholungsurlaub" (18%), „Aktivurlaub" (17,9%) sowie „Kultur/Besichtigung/Städteurlaub" (16%), während der klassische „Strand- und Badeaufenthalt" nur für 10,1% der Reise-Hauptgrund war. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019b: 8) Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in ebendiesem Jahr betrug 3,5 Übernachtungen bei Inlandsurlauben, im Ausland waren es im Schnitt 6,6 Nächte. Der PKW ist nach wie vor das beliebteste Verkehrsmittel für Urlaubsreisen. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019a: 8)

Trotz der veränderten Reisegewohnheiten der Österreicher muss man dennoch festhalten, dass sich der überwiegende Teil der Haupturlaubsreisen in den

vergangenen vier Jahrzehnten zusehends ins Ausland verlagert hat (2018: 7 Mio. bzw. 68,3%). Die Zahl der Haupturlaubsreisen in andere Länder hat sich in dieser Periode versechsfacht, während sie sich im Inland verdoppelt hat. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2019a: 10-11) Daraus kann man schließen, dass Österreich als Urlaubsland innerhalb der eigenen Bevölkerung beliebt ist, allerdings vorwiegend für kürzere Urlaube in Anspruch genommen wird. Längere Aufenthalte werden gegenwärtig lieber im Ausland - speziell in Italien und Kroatien - verbracht. Vor dem Hintergrund, dass Aktivurlaube die konventionellen Strand- und Badeaufenthalte 2006 als Haupturlaubsreisemotiv Nummer eins abgelöst haben, ist allerdings nicht auszuschließen, dass sich dieses Muster - nicht zuletzt durch die Corona-Krise - wieder Richtung heimische Gefilde umkehrt. (vgl. ebd.: 11-12) Die durch den österreichischen Tourismus generierten, direkten Wertschöpfungseffekte betrugen im Jahr 2017 rund 23,6 Mrd. Euro, was einem Anteil an der Gesamtwertschöpfung (BIP) von 6,4% entspricht und deren Signifikanz für die Volkswirtschaft unterstreicht (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2020a)

4.7 Das Konzept des „Sanften" Tourismus

Durch die „Demokratisierung des Reisens" nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs entwickelte sich die Tourismuswirtschaft rasch zu einer neuen, florierenden Industrie. Das Reisen wurde kommerzialisiert und der Tourismus zu einem bedeutsamen Wirtschaftszweig in vielerlei Staaten. Bereits in den 1970er Jahren erreichte die Erschließung der Alpen, des nordwestlichen Mittelmeers und der deutschen Küsten einen Höhepunkt, was Gesellschaftskritik an den negativen Umweltwirkungen des Reisens aufkommen ließ und erste Umweltbewegungen hervorrief. (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 69; REIN und STRASDAS 2017: 26-27) Ein Meilenstein der modernen Tourismuskritik gelang im Jahr 1980 dem österreichischen Futurologen Robert Jungk. Durch dessen Gegenüberstellung von „hartem" und „sanftem" Reisen wurden erstmalig - wenn auch stark auf den Alpenraum ausgerichtet - Ansätze alternativer, naturschonender Tourismusstrategien formuliert. (vgl. BLEIFUß 2012: 69)

Mit dieser Kontrasttabelle zeigte Jungk einen Gegenpol zur eindimensional-ökologischen Seite des Massentourismus auf (vgl. Abb. 12). Die Einhaltung dieses Reiseverhaltens galt zum damaligen Zeitpunkt als utopisch, allerdings bildete dieses Gegensatzschema das Grundgerüst zur Kritik am konventionellen Tourismus. In der Folge wurde es von Wissenschaftlern, Initiativen und Organisationen adaptiert und weiterentwickelt. (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 70)

← Hartes Reisen	Sanftes Reisen →
Massentourismus	Einzel-, Familien-und Freundesreisen
Wenig Zeit	Viel Zeit
Schnelle Verkehrsmittel	Angemessene (auch langsame) Verkehrsmittel
Festes Programm	Spontane Entscheidungen
Außengelenkt	Innengelenkt
Importierter Lebensstil	Landesüblicher Lebensstil
„Sehenswürdigkeiten“	Erlebnisse
Bequem und passiv	Anstrengend und aktiv
Wenig oder keine geistige Vorbereitung	Vorhergehende Beschäftigung mit dem Reiseland
Keine Fremdsprache	Sprachenlernen
Überlegenheitsgefühl	Lernfreunde
Einkaufen („Shopping“)	Geschenke bringen
Souvenirs	Erinnerungen, Aufzeichnungen, neue Erkenntnisse
Knipsen und Ansichtskarten	Fotografieren, Zeichnen, malen
Neugier	Takt
Laut	Leise

Abbildung 12: Kontrasttabelle Hartes Reisen - Sanftes Reisen (Quelle: JUNGK 1980: 156 zitiert in FREYER 2015: 647)

Der „Sanfte” Tourismus wurde als ganzheitlicher Ansatz dargestellt, welcher die Zusammenhänge von Natur, Kultur, Mensch und Technik berücksichtigt (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 135). Darunter versteht man eine *„freizeit- und erholungsorientierte Umweltgestaltung, die dem Begriff der Schonung gegenüber Natur und Landschaft sowie der Lebenswelt der Ortsansässigen verpflichtet ist”* (BLEIFUß 2012: 70-71). Diese Tourismusform sollte vor allem eine Alternative zum „gewöhnlichen” Reisen sein, *„bei der es um Partizipation und Selbstbestimmung, die Bewahrung gefährdeter traditioneller Kulturen wie auch um persönliches Wachstum und neue Formen des touristischen Erlebens ging”* (REIN und STRASDAS 2017: 28). Das Konzept verfolgt insbesondere folgende Aspekte:

- Umweltfreundlichkeit bzw. größtmögliche Gewaltlosigkeit gegenüber der Natur sowie das Interesse an einer möglichst intakten und wenig beeinträchtigten Landschaft
- Sozialverträglichkeit und Berücksichtigung der lokalen Kultur
- Mitbenutzung der Erholungssuchenden von vorhandenen Einrichtungen der Bevölkerung bei gleichzeitigem Verzicht auf wesentliche, zusätzliche landschaftsbelastende Tourismuseinrichtungen
- Beitrag zu einer eigenständigen Regionalentwicklung
- Förderung der Potenziale der einheimischen Kultur

(vgl. BLEIFUß 2012: 69; KAGERMEIER 2015: 171; NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 70-71)

Primär geht es in dem Konzept somit um den Erhalt der Natur und der Kultur bzw. um ökologische und soziokulturelle Aspekte, weniger um die wirtschaftliche Komponente (vgl. BLEIFUß 2012: 70-71). Dennoch wurden auch Ziele bezüglich ökonomischer Nachhaltigkeit - z.B. die Verknüpfung mit der regionalen Wirtschaft - definiert. Die dazumal aufgekommenen Trends des Hedonismus und der Genussorientierung fanden ebenfalls Erwähnung. (vgl. REIN und STRASDAS 2017: 28) In der Praxis wurde das Konzept speziell in vom Massentourismus noch verschont gebliebenen Regionen und Kommunen versucht umzusetzen, wobei deren touristisches Angebot dementsprechend auf naturnahe Erholungsformen ausgerichtet war. Im Laufe der 1980er Jahre wurden dann auch vermehrt Marketingstrategien von Regionen und Gemeinden betrieben, zudem kooperierten Tourismusbranche und Naturschutz- bzw. Umweltschutzorganisationen miteinander. (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 134)

Der tatsächliche ökologische Wert des „Sanften Tourismus" wird jedoch insofern in Frage gestellt, als viele Touristen zwar Rücksicht auf Natur und Landschaft vor Ort nehmen, jedoch meist nicht darauf verzichten wollen, für An- und Abreise das eigene Automobil oder das Flugzeug zu nutzen. Da jede Form von Reisen Ressourcen verbraucht und der Tourismus selbst in seiner sanftesten Form immer Beeinträchtigungen von Natur und Umwelt mit sich bringt, können Ressourcenverbrauch und landschaftliche Störung lediglich verringert werden. Diese

Tourismusform kann somit als vorwiegend idealistischer Ansatz gesehen werden, der den Massentourismus (samt dessen potenziell positiven Effekten) per se ablehnt. Allerdings ist daraus das Konzept des „Nachhaltigen Tourismus" hervorgegangen, welches über den Ansatz des Sanften Tourismus noch weiter hinausgeht. (vgl. BLEIFUß 2012: 73; NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 71; REVERMANN und PETERMANN 2003: 135)

4.8 Nachhaltiger Tourismus

In den späten 1980er bzw. frühen 1990er Jahren fand der Begriff Nachhaltigkeit bzw. „sustainable development" gehäuft Verwendung im touristischen Diskurs. Bedeutung gewann die Nachhaltigkeitsdiskussion insbesondere mit dem 1987 veröffentlichten „Brundtland-Bericht" der „Weltkommission für Umwelt und Entwicklung" der UN. In diesem wurde Nachhaltigkeit auf die Ebene einer globalen Strategie in Verbindung mit Ökonomie, Gesellschaft und der Umwelt gebracht. Die darin befindliche Definition von Nachhaltigkeit gilt bis heute als zentrales Leitmotiv der Nachhaltigkeitsdiskussion: *„Sustainable development meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs"* (WCED 1987: 24 zitiert in KAGERMEIER 2015: 172). (vgl. BLEIFUß 2012: 75-76; KAGERMEIER 2015: 171-172)

In der Folge wurde eine sozial, ökonomisch und ökologisch nachhaltige Entwicklung - auch ganzheitliche Entwicklung genannt - zur weltpolitischen Agenda. Die Prinzipien der Nachhaltigkeit wurden bei der UN-Konferenz 1992 in Rio de Janeiro und die dabei beschlossene „Agenda 21" nochmals bekräftigt. Im Leitbild der Nachhaltigkeit sind drei Dimensionen verankert, welche für den Tourismus relevant sind und von tourismusrelevanten Organisationen (z.B. UNWTO) anerkannt sind:

- **ökonomische Dimension:** Thematisierung wirtschaftlicher Auswirkungen (z.B. Einkommenseffekte) unter Berücksichtigung von Realisierbarkeit und Rentabilität
- **ökologische Dimension:** Fokussierung der touristischen Beeinträchtigung der Umwelt sowie des Umweltschutzes

- **soziokulturelle Dimension:** soziokulturelle Effekte des Tourismus - speziell soziale Gerechtigkeit und die Bewahrung des Kulturerbes - sind im Vordergrund

  (vgl. BLEIFUß 2012: 75-76, 79; NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 71)

Demnach sind die Bedürfnisse der drei Akteursgruppen Besucher, Tourismuswirtschaft sowie lokale Bevölkerung gleichmäßig und unter Einbezug der ökologischen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen (vgl. KAGERMEIER 2015: 173). Nachhaltiger Tourismus wird von der UNWTO folgendermaßen beschrieben: *„Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities"* (UNEP und UNWTO 2005: 12 zitiert in ebd.). Er kann als erweitertes, verbessertes Konzept verglichen mit dem Sanften Tourismus verstanden werden. Das Konzept des Nachhaltigen Tourismus beinhaltet zusätzlich den zeitlichen Aspekt, genauer die Berücksichtigung der Bedürfnisse künftiger Generationen. Dessen Erfolg verlangt in jedem Fall die Einbeziehung der lokalen Bevölkerung, den Erhalt von Kultur und Natur sowie eine ökonomische Tragfähigkeit. (vgl. BLEIFUß 2012: 74; KAGERMEIER 2015: 173)

Für einen langfristigen, touristischen Mehrwert braucht es zudem einen nachhaltigen Ressourcenverbrauch (u.a. keine Überkonsumption, kein unnötiger Abfall), Diversität in Natur und Kultur, vorausschauendes Destinations-Marketing sowie Kooperationen zwischen den Akteuren vor Ort (vgl. BLEIFUß 2012: 86). Für die Rahmenbedingungen zur Umsetzung ist die jeweilige Region mit deren Eigenheiten selbst verantwortlich. Die wichtigsten Faktoren einer nachhaltigen Tourismusentwicklung bildet die sog. **Fünfeck-Pyramide** ab, in der das oberste Ziel das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen ist. (vgl. ebd.: 82, Abb. 13)

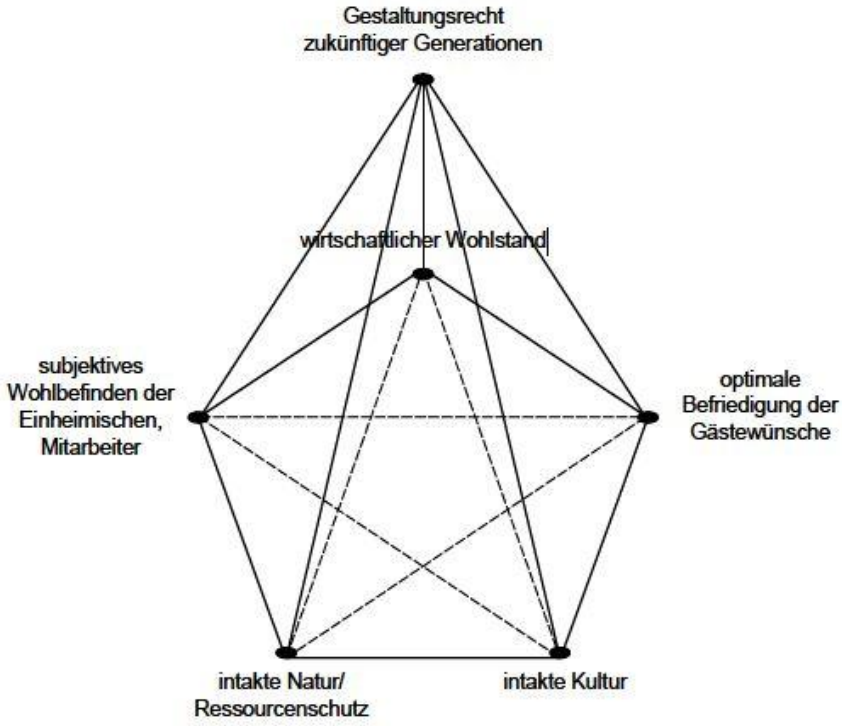

Abbildung 13: Fünfeck-Pyramide einer nachhaltigen Tourismusentwicklung (Quelle: DIEPOLDER und FEIGE 2000: 300 zitiert in REVERMANN und PETERMANN 2003: 139)

Das Konzept gilt ähnlich zu jenem des Sanften Tourismus jedoch als sehr allgemein gehalten und zum Teil widersprüchlich, da ein ökonomisches Wachstum zwangsläufig auch auf einer Naturausbeutung fußt. Die Überprüfung und Bewertung einer nachhaltigen Entwicklung ist außerdem schwer praktikabel, da es an einer Operationalisierung der drei Nachhaltigkeitsdimensionen fehlt. (vgl. BLEIFUß 2012: 87-89, 91; NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 72) Da es also keinen vollständig nachhaltigen Zielzustand im Tourismus geben kann, geht es letztlich darum, dass die unterschiedlichen Tourismusformen den Nachhaltigkeitsprinzipien möglichst gut entsprechen (vgl. KAGERMEIER 2015: 175).

Die Einbeziehung des Tourismus in die nachhaltige Entwicklung einer Region kann zu einer Stärkung der regionalen Wirtschaftskreisläufe beitragen, allerdings sollte er in eine diversifizierte regionale Wirtschaftsstruktur integriert sein, um rentabel zu sein. Die touristischen Angebote sollten aufgrund höherer Marktchancen mit anderen regionalen Wirtschaftszweigen (z.B. Handwerk, Handel) verknüpft sein, was wiederum gewisse Kooperationsstrukturen voraussetzt. Touristische Monostrukturen bergen hingegen die Gefahr einer stetigen Nachfrage-Abhängigkeit der Touristen. (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 148, 150)

4.9 Nachhaltigkeit im österreichischen Tourismus

Die nachhaltige Tourismusentwicklung in Österreich orientiert sich grob an drei Anforderungsebenen, welche in Form der sog. **Nachhaltigkeitspyramide** abgebildet sind (vgl. Abb. 14). Deren Qualitätsmerkmale werden nach oben hin immer spezifischer, wobei es gilt, die Basisanforderungen - sprich die nachhaltigen Prinzipien - in jedem Fall einzuhalten. Das touristische Produkt darf dabei nicht im Wiederspruch zu den drei Nachhaltigkeit-Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales stehen. (vgl. Österreich Werbung 2012: 4)

Abbildung 14: Nachhaltigkeitspyramide der österreichischen Tourismusentwicklung (Quelle: Österreich Werbung 2012: 4)

Ab der zweiten Ebene wird darauf abgezielt, die Nachhaltigkeit für Gäste erlebbar zu machen. So soll das ökologische Bewusstsein bei Gästen wie bei Einheimischen forciert werden. Den Touristen sollen verstärkt regionale Produkte und Materialien nähergebracht werden. Die Interessen der ansässigen Bevölkerung sind durch Partizipationsprozesse zu wahren. Historisches Erbe und die regionale Kultur sollen in der Angebotsentwicklung und Vermarktung verstärkt eingesetzt werden. (vgl. ebd.: 6-7)

In der letzten „Stufe" sollen sich nachhaltige touristische Produkte und Leistungen zumindest einer der drei Visionen bzw. Handlungsfelder „Technologie", „Regionalität und Identitätskultur" sowie „wirksame Gast-Gastgeber-Beziehungen" widmen. Aus

touristischer Sicht sind im Technologie-Bereich besonders Verbesserungsmaßnahmen bei der Mobilität von Bedeutung. Im Themenfeld Regionalität geht es vorwiegend um die Bewahrung des materiellen (z.B. Kulturlandschaften, Baustoffe etc.) und immateriellen (z.B. Bräuche) regionalen Erbes sowie die Nutzung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Bei wirksamen Gast-Gastgeber-Beziehungen ist die Vermittlung des Mehrwerts für den Gast selbst entscheidend. Dies kann beispielsweise durch die individuelle Vermittlung regionaler Besonderheiten oder persönliches Storytelling erfolgen. Touristische Projekte, die vom Gastgeber authentisch gelebt werden, können eine Nachhaltigkeitskompetenz direkt sichtbar machen. (vgl. Österreich Werbung 2012: 8-11)

4.9.1 Nachhaltiger Tourismus im Biosphärenpark Wienerwald

Der Biosphärenpark Wienerwald erstreckt über 51 Gemeinden in Niederösterreich und sieben Wiener Gemeindebezirke. 2005 erhielt der Wienerwald von der UNESCO das Prädikat „Biosphärenpark". Die Hauptfunktion eines Biosphärenparks ist es, neben dem Schutz und der Erhaltung der ökologischen sowie kulturellen Vielfalt gleichzeitig die Region unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeits-Dimensionen weiterzuentwickeln. Durch eine entsprechende Zonierung in die drei Kategorien „Kern-", „Pflege-" und „Entwicklungszone" soll den unterschiedlichen Zielen Rechnung getragen werden. (vgl. Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH o.J.a) In der Entwicklungszone, die einen Anteil von 64% an der Gesamtfläche hat, sollen die regionale Wertschöpfung als auch nachhaltige Wirtschaftsformen gesteigert werden. Die Zone soll für die Bevölkerung Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum zugleich sein. Ein **umwelt- und sozialverträglicher Tourismus** soll dazu ebenso beitragen wie die Produktion und Vermarktung von umweltfreundlichen Erzeugnissen. (vgl. Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH o.J.b)

Die LEADER Region Triestingtal befindet sich zwar nicht als Gesamtes innerhalb des Biosphärenpark-Areals, jedoch haben sieben Mitgliedsgemeinden (Leobersdorf, Hirtenberg, Berndorf, Pottenstein, Weissenbach, Altenmarkt und Kaumberg) Anteil daran (vgl. Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH o.J.a). Zudem gehören die südöstlich gelegenen Gemeinden der LEADER Region nahezu flächendeckend zu den Landschaftsschutzgebieten Rax-Schneeberg und Enzesfeld-Lindabrunn-Hernstein. In Furth (Wieselthaler Steinwand) und Schönau (Schönauer Teich) liegen

weiters zwei Naturschutzgebiete. (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 10) Das LEADER Gebiet fällt gemäß Naturschutzkonzept vor allem in die Region Östliche Kalkalpen. Ein wesentliches Ziel ebenda ist der Erhalt und die Förderung der auch aus touristischer Sicht bedeutsamen, charakteristischen Schwarzföhrenwälder. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2015: 96; ebd.: 46)

Von touristischer Relevanz sind weiters die Themen Mountainbiken und Wandern. Dem Schutzprädikat entsprechend sind gewisse Regeln zu berücksichtigen, wie das Wandern und Radfahren entlang offiziell beschilderter Wege bzw. Strecken. Entlang der Routen gibt es zahlreiche Möglichkeiten, bei nachhaltig agierenden Betrieben regionale und umweltschonend produzierte Produkte zu konsumieren. Im Triestingtal sind speziell die Gemeinden Altenmarkt und Weissenbach in das Wander- und Mountainbike-Angebot des Biosphärenparks eingebunden. Außerdem führt der Triestingtal-Radweg zum Teil durch den Biosphärenpark. (vgl. Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH o.J.c, 2015: 11, 14-18; Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 25) Um die Stärken und Chancen im Bereich Naturerholung bestmöglich nutzen zu können, will man vonseiten der LEADER Region Triestingtal Kooperationen und Gespräche zur Entwicklung gemeinsamer Projekte forcieren (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 16, 25, 31).

4.9.2 Best Practice Beispiel: Sanfter Tourismus im Pielachtal (NÖ)

Das Pielachtal im niederösterreichischen Mostviertel gilt als Vorzeigeregion für Nachhaltigen Tourismus und wurde hierfür schon mehrfach ausgezeichnet. Bereits im Jahr 2008 wurde ein Nachhaltigkeitsbericht publiziert, in dem die vielfältigen Initiativen beschrieben wurden. Man bekannte sich schon damals zum Konzept des Sanften Tourismus, weshalb viele Projekte in diese Richtung umgesetzt wurden. Auch eine umweltschonende Mobilität wird im Pielachtal propagiert, wofür die Mariazellerbahn eine wichtige Rolle spielt. (vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.f)

Die touristische Palette des Pielachtals stützt sich insbesondere auf die Bereiche Naturerlebnis, Aktivurlaub und Genuss. Ähnlich zum Triestingtal war die Region nach dem Bau der Mariazellerbahn eine gefragte Sommerfrische-Destination, die mit der sukzessiven Abwanderung von Produktionsbetrieben in die Zentren ihren

Niedergang erlebte. (vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.g) Daher begann man in den 1990er Jahren, sich im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung auf die endogenen Potenziale zu konzentrieren. Es entstanden erste Gemeinschaftsprojekte (z.B. die Edelbrandgemeinschaft Pielachtal), während die Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal anno 2003 einen **Markenentwicklungsprozess** startete. Zu einem identitätsstiftenden Symbol entwickelte sich die „Dirndl", besser bekannt als Kornelkirsche. Der Dirndlstrauch ist in der Region seit jeher weit verbreitet und wurde in den Folgejahren zum Aushängeschild des Pielachtals, weshalb die Region auch Dirndltal genannt wird. Dirndlwanderungen, Dirndltal-Trachten oder aus der Dirndlfrucht gewonnene Produkte sind nur wenige Beispiele für dadurch entstandene Initiativen. (vgl. Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal 2008: 8)

Der Erfolg basiert nicht zuletzt auf zahlreichen Kooperationen innerhalb der regionalen Wirtschaft. Über die Tourismusdestination Mostviertel werden verschiedenste Urlaubspackages offeriert, die nicht nur Aktivitäten und Unterkünfte kombinieren, sondern häufig auch Bahntickets für eine umweltbewusste Anreise inkludieren. (vgl. Mostviertel Tourismus GmbH o.J.h)

5. Übergeordnete Konzepte und Strategiepapiere im touristischen Kontext

Die Lokale Entwicklungsstrategie der LEADER Region Triestingtal ist in sämtliche strategische Rahmenkonzepte von EU, Bund und Land eingebettet. Nachfolgend wird im Speziellen auf Konzepte von Land und Bund aus dem Bereich der Raum- und Regionalentwicklung Bezug genommen werden, welche den Tourismus innerhalb dieser berücksichtigen.

5.1 Das österreichische Programm für ländliche Entwicklung

Seit 2007 gibt es ein einheitliches Bundesprogramm für die ländliche Entwicklung in Österreich. Zuvor waren dementsprechende Programme teilweise auf Landes- und teilweise auf Bundesebene angesiedelt. Seither agieren das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT) als Verwaltungsbehörde, Agrarmarkt Austria (AMA) als Zahlstelle sowie Bund und Länder als bewilligende Stellen. In der Folge wurde das „Österreichische Programm zur Entwicklung des Ländlichen Raums" entwickelt. (vgl. BMNT 2018: 6-7)

Das aktuell gültige „österreichische Programm für ländliche Entwicklung 2014-2020" (LE14-20) ist insofern von Bedeutung, als es die Prioritäten der EU-Politik zur Entwicklung der ländlichen Räume und somit das durch den ELER geförderte LEADER-Programm berücksichtigt. Weiters dient es zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Aufwertung ländlicher Gebiete in Österreich. (vgl. ebd.: 8) Das Programm LE14-20 zielt u.a. auf eine Diversifizierung landwirtschaftlicher Betriebe ab, was in Kombination mit touristischen Aktivitäten gelingen kann (vgl. ebd.: 20).

In selbigem Strategiepapier wird der Tourismus des Weiteren als wesentlicher Faktor für Beschäftigung und Wertschöpfung in ländlichen Gebieten dargestellt. Daher sollen Betriebe verstärkt vernetzt werden, um innovative Angebote an touristischen Dienstleistungen entwickeln zu können. In diesem Zusammenhang wird auch die Wichtigkeit von Kooperationen erwähnt. (vgl. ebd.: 58)

5.2 Niederösterreichisches Landesentwicklungskonzept 2004

Im niederösterreichischen Landesentwicklungskonzept (LEK) von 2004 wird die Tourismus- und Freizeitwirtschaft als ein Standbein der niederösterreichischen Ökonomie bezeichnet. Die einzelnen Regionen und Teilräume sollen wie das gesamte Bundesland im nationalen und internationalen wirtschaftlichen Wettbewerb bestehen. Hierfür ist eine stetige Weiterentwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft nötig. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 26)

Im LEK wird die Wichtigkeit der Diversifizierung der Agrarproduktion und Erwerbskombination - beispielsweise durch bäuerlichen Tourismus - erwähnt. Die Landschaftspflege hat auch im Hinblick auf eine touristische Eignung eine hohe Bedeutung. (vgl. ebd.: 44) Alternative Erwerbsmöglichkeiten für die Land- und Forstwirtschaft im Bereich des Tourismus oder des Handwerks stehen ganz im Sinne eines integrierten Entwicklungsansatzes in ländlichen Räumen und können zu einer verbesserten Wertschöpfung beitragen (vgl. ebd.: 46, 78). Zudem wird dem Radfahren neben seiner Wichtigkeit im Alltagsverkehr eine signifikante Rolle als touristische Einnahmequelle attestiert. Daher sind Verbesserungen in der Radverkehrsinfrastruktur, speziell auf kommunaler Ebene aber auch aus überörtlicher Sicht (z.B. ein gemeindeübergreifendes Radwegenetz bzw. Radrouten), zu verfolgen. (vgl. ebd.: 104)

Im LEK wird des Weiteren ausdrücklich die Bedeutung Niederösterreichs als Freizeit-, Naherholungs- und Ausflugsdestination dargelegt. Durch den Ausflugstourismus wird mehr Wertschöpfung als durch den Nächtigungstourismus generiert. Allgemein sind für den überwiegenden Teil der landesweiten Wertschöpfung aus dem Beherbergungs- und Gaststättenwesen Landesbewohner, Personen mit einem niederösterreichischen Zweitwohnsitz sowie Gäste aus Wien verantwortlich. Eine Ausuferung der touristischen Entwicklung soll ausdrücklich verhindert werden, da ansonsten die wichtigsten Attribute des Landes (intakte Natur, regional angepasster Tourismus, Sanfter Tourismus) gefährdet wären. Vielmehr gilt es, ein hochwertiges und gut vernetztes Angebot an touristischer Infrastruktur zu schaffen. (vgl. ebd.: 106-107) Dies soll durch folgende Faktoren gelingen:

- **Weiterentwicklung der Stärken:** Gezielte Weiterentwicklungen der Bereiche Freizeit, Erholung und Kurzurlaub
- **Qualitäts- und Strukturverbesserung:** Strukturelle Verbesserungen des Gesamtangebots, u.a. durch Schwerpunktsetzungen und regionale Marktlückenschließungen
- **Bewahrung und Weiterentwicklung des natur- und kulturräumlichen Kapitals:** Erhaltung der regionalen touristischen Vielfalt sowie Maßnahmen für einen moderaten Ausbau der jeweiligen Stärken
- **Kooperation und gemeinsame Vermarktungsstrategien:** Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Land- und Forstwirtschaft und Kultur- bzw. Erholungslandschaft, z.B. über gemeinsame Projekte (Urlaub am Bauernhof, gemeinsame Vermarktungsstrategien etc.)
- **Zulassung neuer Entwicklungen:** Kontinuierliche Entwicklung touristischer Standorte und Infrastrukturen, beispielsweise durch punktuelle Ergänzungen an Attraktionen
- **Sport- und Freizeiteinrichtungen für die Wohnbevölkerung und den Tourismus:** Bei der Freizeitwegeinfrastruktur (Wanderwege, Radwege etc.) sollen überregionale Vernetzungen und Lückenschließungen erfolgen
- **Schwerpunktsetzung und Profilierung der Angebote:** Traditionen und endogene Potenziale sollen spezifische Zielgruppen durch gezielte Angebote ansprechen (z.B. Radtourismus)
- **Strategien für die Regionalisierung des Angebots:** Das touristische Angebot muss dem jeweiligen Gebiet angepasst sein, um auch die Vielfalt des Landes widerzugeben
- **Angebotsvernetzung:** Effizienzsteigerung durch eine Kombination und gemeinsame Vermarktung von Angeboten durch die Nutzung regionaler Synergien
- **Gemeinsame Strategien von Kultur und Tourismus**

(vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 107-110, 112)

5.3 Tourismusstrategie Niederösterreich 2020

Die Tourismusstrategie Niederösterreich stellt *„die Leitlinie und Zielvorgabe für die Tourismusentwicklung und -vermarktung der für diesen Bereich verantwortlichen Organisationen des Landes"* (Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017a: 6) dar, zu welchen u.a. die sechs regionalen Destinationsorganisationen zählen. Diese repräsentieren im Gesamten einerseits das Tourismusprodukt Niederösterreich, stehen andererseits aber untereinander in Konkurrenz. Daher soll ein spezielles Augenmerk auf die regionalen Ausprägungen der Strategie gelegt werden. Eine intensive Kooperation von Unternehmen und Tourismusorganisationen ist dabei unerlässlich für das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit der niederösterreichischen Tourismuswirtschaft. (vgl. ebd.)

Insgesamt werden drei wesentliche tourismuspolitische Ziele genannt. Zu diesen zählt explizit die Steigerung der Nächtigungen. Auch eine weitere Erhöhung der Wertschöpfung im Ausflugstourismus wird dezidiert angestrebt, da dieser wirtschaftlich signifikant für den Tourismus im Bundesland ist. Zusätzlich soll die Zahl an Qualitätspartnern gesteigert werden. Insbesondere den beteiligten Unternehmen des niederösterreichischen Qualitätspartnerprogramms (derzeit etwa 1500) kommt hinsichtlich Angebotsentwicklung und Vermarktung touristischer Produkte eine bedeutende Rolle zu. (vgl. ebd.: 11)

Die „Marke Niederösterreich" ist ein Konzept für die Vermarktung der touristischen Produkte des Landes. Wichtig für das Image Niederösterreichs sind dabei die Werte „genussvoll, Gegensätze verbindend und mutig". Zur Stärkung der Marke tragen alle Destinationen und Gastgeber bei, weshalb diese eingeladen sind, sich bei der Angebots-Entwicklung und Kommunikation nach außen an der Marke Niederösterreich zu orientieren. (vgl. ebd.: 12) Bestehende Angebote und künftige Leuchtturmprodukte sollen daher auf vier, für Niederösterreich charakteristischen **Kompetenzfeldern** aufgebaut sein:

- Landschaften, Gärten, Natur- und Alpinräume
- Kulinarik, Weinreiseangebote und regionale Produkte
- Gesundheitsangebote
- Kunst- und Kultur

(vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017a: 13)

Des Weiteren sollen sich touristische Angebote an den drei **Stoßrichtungen** „Lebenslust", „Wohlbefinden" und „Abenteuer" - diese sind jeweils Überbegriffe - orientieren, um den zentralen Bedürfnissen potenzieller Kunden zu entsprechen. Hierdurch werden die drei großen Geschäftsbereiche Urlaubs- und Freizeittourismus, Gesundheitstourismus und Wirtschaftstourismus abgedeckt. Künftig sollen kombinierte Angebote und Produkte aus den Kompetenzfeldern und Stoßrichtungen ausgearbeitet werden. (vgl. ebd.: 14-18) Die Entwicklung und Vermarktung von Angeboten der Tourismusdestinationen hat die Tourismusstrategie des Landes zu berücksichtigen. Auch Förderprogramme wie LEADER müssen dieser folgen. Für allerlei touristische Aktivitäten (Angebote, Marketing etc.) gilt, dass jeweils klar definiert sein muss, welche Stoßrichtung angesprochen werden soll. (vgl. ebd.: 19)

Um die regionalen Ausprägungen der Tourismusstrategie zu gewährleisten, wurden sechs Destinationsstrategien für Niederösterreich entwickelt. Diese beinhalten u.a. Vision, Markenwerte, Kompetenzfelder und den übergreifenden Handlungsbedarf. Die Destination Wienerwald, zu welcher die LEADER Region Triestingtal zählt, verfolgt hierbei die Vision, den Erlebnisraum einer Metropole mit dem Genuss-/Kultur-/Naturraum im Umfeld der Stadt zu verbinden. Die für diese Destination definierten Kompetenzfelder sind Kultur, Wein und Kulinarik sowie Bewegung und Natur. Der in der Strategie festgelegte Handlungsbedarf stützt sich auf die Bereiche Kommunikation nach innen, Mobilität und Produktentwicklung. (vgl. ebd.: 21)

5.4 Hauptregionsstrategie 2024 - Region Industrieviertel

„Die Hauptregionsstrategie ist kein Leitbild im klassischen Sinne, sondern erfüllt insbesondere die Funktion eines Handlungsprogramms für die 2014 neu gegründete NÖ.Regional.GmbH" (NÖ.Regional.GmbH 2014: 3). Letztgenanntes Unternehmen ist seither die zentrale Anlaufstelle für Regionalentwicklung für niederösterreichische Regionen und Gemeinden. Sie wirkt unterstützend bei allen relevanten, regionalentwicklungstechnischen Aktivitäten. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2019b) Das Industrieviertel ist eine von fünf niederösterreichischen Hauptregionen. Das Handlungsprogramm stützt sich auf übergeordnete Strategien

und Dokumente (EU, Bund, Land) und fasst strategische Positionen der Teilräume (speziell Klein- und LEADER Regionen) zusammen. Gleichzeitig bildet es den übergeordneten Rahmen für teilregionale Strategien, Maßnahmen und Projekte. Ähnlich der NÖ-Tourismusstrategie werden strategische Stoßrichtungen in vier Aktionsfeldern für die gesamte Region definiert. (vgl. NÖ.Regional.GmbH 2014: 4-6)

Der Tourismus wird in der Hauptregionsstrategie Industrieviertel als Themenfeld in Aktionsfeld 1, Wertschöpfung, erwähnt, welche bis 2024 in allen Teilräumen der gesamten Region gestiegen sein soll (vgl. ebd.: 16). Die Region soll dabei unterstützend bei der Umsetzung der Tourismusstrategie tätig sein und neue Schwerpunkte setzen. Auch die Wichtigkeit von Diversifizierungsmaßnahmen in der Landwirtschaft in Kombination mit Produktentwicklungen und der Vermarktung wird betont. Das Potenzial des Ausflugstourismus in der Tourismusdestination Wienerwald durch die Wien-Nähe wird hervorgehoben. (vgl. ebd.: 17-18) Im Rahmen einer SWOT-Analyse des Jahres 2014 wurden besonders die intakte Kulturlandschaft als auch bereits bestehende Erwerbskombinationen mit der Landwirtschaft als Stärken des Tourismus in der Hauptregion angeführt, ebenso wie beginnende Tourismus-Kooperationen mit dem Biosphärenpark Wienerwald. Die Unsicherheit der Betriebsnachfolge und somit des Weiterbestehens von Familienbetrieben, Gastronomie und Handwerk wird hingegen als problematisch in der Region gesehen und könnte sich auch negativ auf den Tourismus auswirken. (vgl. ebd.: 31-32)

5.5 Kleinregionaler Strategieplan 2018-2022 der Kleinregion Triestingtal

Die Kleinregion Triestingtal ist eine von 63 Kleinregionen in Niederösterreich. Diese dienen dem Zweck einer gemeindeübergreifenden Zusammenarbeit, welche auf dem Prinzip der Freiwilligkeit basiert. Regional bedeutende Strategien und Maßnahmen sollen hierdurch besser über Gemeinde- und Parteigrenzen aufeinander abgestimmt und umgesetzt werden können. Dadurch können beispielsweise Kostenersparnisse, Effizienzsteigerungen oder eine Mehrzahl an Projekten generiert werden. Die Regionen erhalten zudem fachliche Unterstützung vom Land Niederösterreich und

der NÖ.Regional.GmbH. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2019c; NÖ.Regional.GmbH 2018: 3)

Im Triestingtal ist die Kleinregion seit 2008 auch gleichzeitig LEADER Region, weshalb die Mitgliedsgemeinden dieselben sind. Die räumliche Nähe der beiden Management-Büros ermöglicht auch eine dementsprechend gute Abstimmung untereinander. Als Orientierungs- und Handlungsrahmen für die Festlegung von Schwerpunktthemen dienen acht zentrale, für die Kleinregionen definierten Themenfelder, welche die Bereiche Daseinsvorsorge, Verwaltung und Raumentwicklung umfassen. Diese stehen wiederum in Bezug zu den Aktionsfeldern der Hauptregionsstrategie 2024. (vgl. NÖ.Regional.GmbH 2018: 4) Aus touristischer Sicht ist vor allem das Thema Radfahren von Relevanz in der Kleinregionsstrategie. Die Optimierung der Radwege, z.B. durch Lückenschlüsse, wird wie in der LES als Ziel angeführt. Der Triesting-Gölsental-Radweg wird als touristisch prägend und ortsverbindend angesehen. Die Aufwertung der regionalen Identität und die Überarbeitung der „Marke" Triestingtal findet sich ebenfalls als Vorhaben in diesem Dokument. Ein Hauptaugenmerk liegt auf der Stärkung der Gastronomie, um eine Attraktivitätssteigerung für Gäste und Einwohner zu erzielen. (vgl. ebd.: 6, 9, 13)

5.6 Das Österreichische Raumentwicklungskonzept 2011

Das Österreichische Raumentwicklungskonzept - kurz ÖREK - *„ist ein strategisches Steuerungsinstrument für die gesamtstaatliche Raumordnung und Raumentwicklung ebenso wie für jene der Länder, Städte und Gemeinden"* (ÖROK 2011: 13). Als gemeinsames Leitbild und Handlungsprogramm auf staatlicher Ebene soll es einem aufeinander abgestimmten, raumrelevanten Handeln des Bundes, der Länder, der Städte, der Gemeinden sowie der Interessenvertretungen dienen und Kooperationen stärken. Aktuell gültig ist hierbei das ÖREK 2011, welches für einen Zeitraum von zehn Jahren ausgelegt ist. (vgl. ebd.)

Der Tourismus bzw. eine dafür notwendige, vielfältige und abwechslungsreiche Kultur- und Naturlandschaft gelten als wesentlich für die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Volkswirtschaft. Auch den ländlichen Räumen wird hierbei in Zusammenhang mit touristischen Regionen eine wichtige Rolle attestiert. (vgl. ÖROK

2011: 17) Die Entwicklung der ländlichen Räume im Allgemeinen und ihre Chancen im Bereich des Tourismus, z.B. durch die Steigerung endogener Erwerbsmöglichkeiten, sind explizit zu fördern. Auch aufgrund der wirtschaftlichen Dynamik in Gebieten, in denen es sonst kaum wirtschaftliche Optionen gibt, ist der Fremdenverkehr für die Regionalentwicklung essenziell. Gleichzeitig wird betont, dass möglichen negativen Effekten eines wachsenden Tourismus entgegenzuwirken ist. Touristische Bautätigkeiten bzw. Erschließungen haben wesentliche Auswirkungen auf die Siedlungs- und Freiräume sowie den Verkehr. Weiters sind Freizeit- und Erholungsaktivitäten der Gäste zumeist mit flächenhaften Auswirkungen verbunden. (vgl. ebd.: 19, 42, 88)

Als ein Ziel ist daher die Weiterentwicklung *„eines wertschöpfungsstarken, wettbewerbsfähigen, regional verankerten Tourismus bei zugleich konsequenter Schonung der natürlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Grundlage zu verfolgen"* (ebd.: 43). Außerdem wird die Wichtigkeit von Kooperationen von Handel und Tourismus mit der Land- und Forstwirtschaft betont, wobei Tourismusverbände hierbei eine zentrale Rolle spielen können (vgl. ebd.). Der Klimawandel und dessen Einfluss auf langfristige Raumnutzungen im Hinblick auf touristische Eignungen darf ebenso nicht unberücksichtigt bleiben (vgl. ebd.: 15).

5.7 Naturschutzkonzept Niederösterreich 2011

Das Naturschutzkonzept des Landes von 2011 (2015 überarbeitet) stellt einen Leitfaden für die Umsetzung naturschutzfachlicher Maßnahmen dar. Weiters sollen mithilfe des Konzepts naturschutzrelevante Belange bei der Erstellung von Projekten und anderen sektoralen Planungen berücksichtigt werden. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017b)

Dem Tourismus kommt darin eine durchaus tragende Rolle zu. So sollen rund um die niederösterreichischen Schutzgebiete (u.a. der Biosphärenpark Wienerwald) **attraktive und naturverträgliche Tourismusangebote** geschaffen werden. Parallel dazu sollen neuartige Konzepte mit regionalen Partnern konzipiert werden. Studien ergaben, dass das „Erleben von Natur" für mehr als drei Viertel aller Urlauber ein sehr wichtiger Faktor ist. Deshalb gilt es, den Tourismus an die schützenswerte

Naturlandschaft anzupassen. Die dadurch produzierbare Wertschöpfung, beispielsweise durch die Direktvermarktung regionaler Produkte, kann wiederum Ressourcen für die Pflege der Kulturlandschaft beisteuern. Der Biosphärenpark Wienerwald agiert gerade diesbezüglich sehr erfolgreich. Dieser soll daher als Modellregion für nachhaltige Entwicklung etabliert und weiterentwickelt werden, u.a. durch attraktive Besucher- und Freizeitangebote. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2015: 46)

6. Zwischenfazit der gewonnenen Erkenntnisse aus Konzepten, Strategiepapieren und touristischen Trends

Im Folgenden werden nochmals die wichtigsten Eindrücke der verschiedensten Konzepte und Strategiepapiere zusammengefasst, ehe eine Gegenüberstellung touristischer Entwicklungen vorgenommen wird. Folgende Punkte kristallisierten sich als besonders wichtig für die touristische Entwicklung heraus:

- Eine Festigung des Bewusstseins für die eigenen Stärken und Potenziale, welche durch gezielte touristische Schwerpunktsetzungen verfolgt und weiterentwickelt werden sollen. Dadurch sollen eine Regionalisierung des touristischen Angebots sichergestellt und konkrete Zielgruppen angesprochen werden
- Die Vernetzung sowie Kooperationen von regionalen Akteuren, insbesondere zwischen Tourismus-Bereich und regionalen Betrieben (Gastronomie, Beherbergungsstätten etc.) sowie anderen Wirtschaftszweigen (z.B. Kultur, Handel), sind von essenzieller Bedeutung
- Durch die Nutzung regionaler Synergien sollen innovative touristische Angebote entwickelt und vermarktet werden, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Die einzelnen Tourismusdestinationen spielen dabei eine wesentliche Rolle
- Eine Verbesserung der touristischen Infrastruktur durch gezielte Maßnahmen (z.B. punktuelle Ergänzung an Attraktionen, Wegenetz-Ausbau) ist anzustreben, während eine Ausuferung des Tourismus zum Schutz einer intakten Kultur- und Naturlandschaft zu vermeiden ist
- Ein Ausbau der Wertschöpfungskette Landwirtschaft-Wirtschaft-Tourismus soll durch landwirtschaftliche Diversifizierungsmaßnahmen und Erwerbskombinationen (z.B. bäuerlicher Tourismus) gelingen, wobei der Tourismus hierbei unterstützend wirken soll
- Die Berücksichtigung naturschutzrelevanter Belange ist durch die Konzeption von attraktiven, naturverträglichen Angeboten zu verfolgen. Insbesondere rund um Schutzgebiete ist der Tourismus an die schützenswerte Naturlandschaft anzupassen

In den auf Niederösterreich bezogenen Konzepten LEK 2004, Tourismusstrategie 2020 sowie Hauptregionsstrategie Industrieviertel 2024 wird zudem die wirtschaftliche Signifikanz und das Potenzial des Ausflugstourismus (besonders im Wienerwald), aber auch die Wichtigkeit des Kurzurlaubstourismus hervorgehoben. Diese Tourismusformen sind daher für eine weitere Erhöhung der Wertschöpfung weiterzuentwickeln.

Des Weiteren sind in Österreich seit geraumer Zeit veränderte Reisegewohnheiten erkennbar, welche sich folgendermaßen zusammenfassen lassen:

- Die Anzahl der Reisen steigt, während die Reise-Dauer zurückgeht
- Kurzurlaube (maximal drei Übernachtungen) liegen im Trend und wachsen österreichweit mittlerweile schneller als Haupturlaubsreisen
- Die Nächtigungszahlen in Österreich und Niederösterreich verzeichnen seit Jahren Zuwächse
- Alternative Tourismusformen werden immer bedeutsamer. Nimmt man „Verwandten-/Bekanntenbesuche" aus, war das Hauptreisemotiv der Österreicher auf Urlaubsreisen mit zumindest einer Nächtigung im Jahr 2018 „Erholung", gefolgt von „Aktivurlaub" sowie „Kultur/Besichtigung und Städteurlaub"
- Der klassische Strand- und Badeaufenthalt hat in den vergangenen ein, zwei Jahrzehnten für viele Urlauber an Bedeutung eingebüßt
- Inlandsreisen sind innerhalb der eigenen Bevölkerung beliebt, werden allerdings vorwiegend für Kurzurlaube durchgeführt

6.1 Touristische Entwicklungen im Triestingtal im Vergleich zu Niederösterreich und Österreich

Stellt man die Entwicklung der Nächtigungen der LEADER Region Triestingtal jenen Veränderungen in Niederösterreich und Österreich zwischen 2007 und 2019 gegenüber, so ist festzustellen, dass die regionalen Zuwächse stärker ausfielen als in den beiden Vergleichs-Einheiten (vgl. Abb. 15). Die Nächtigungszahlen im Triestingtal stiegen in diesem Zeitraum zum einen um fast ein Drittel an und wuchsen zum anderen um knapp über 10% mehr als jene im Bundesland. Auch im Vergleich

zu den gesamtösterreichischen Werten verzeichnete die LEADER Region eine überdurchschnittlich positive Entwicklung der Übernachtungen, was der um fast 6% höhere Zuwachs unterstreicht. Rein quantitativ betrachtet hat die Region also seit Beginn der LEADER-Vorperiode 2007 touristisch deutlich an Bedeutung gewonnen. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a)

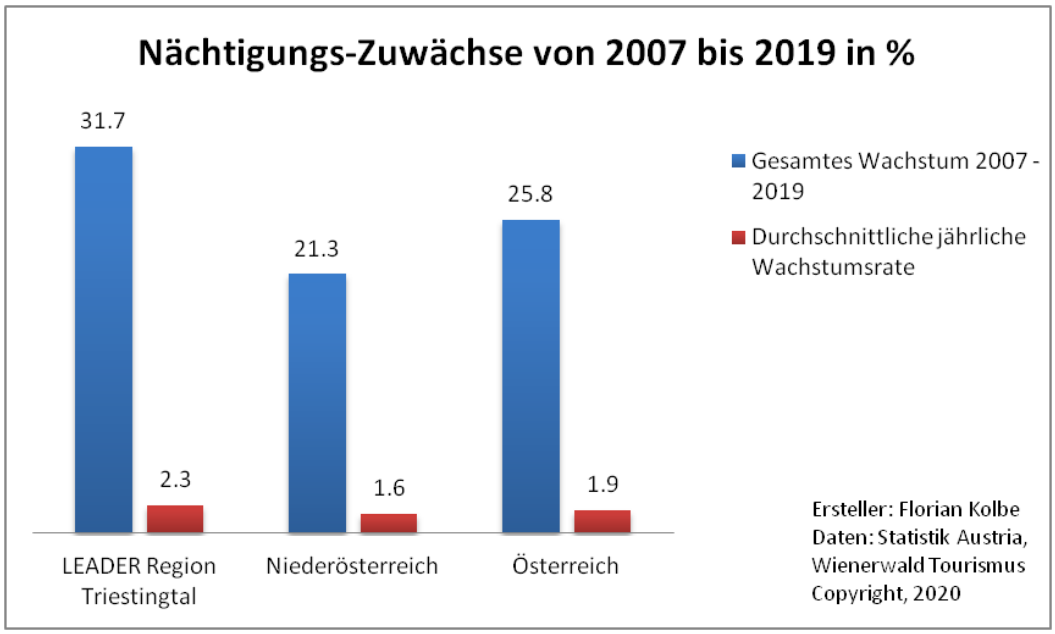

Abbildung 15: Nächtigungs-Zuwächse in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich 2007-2019 in % (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung)

Interessant gestaltet sich der Blick auf die jährlichen prozentualen Wachstumsraten der Nächtigungen zwischen 2007 und 2019 (vgl. Abb. 16). In der LEADER Region gab es dabei deutlich größere Schwankungen in beide Richtungen verglichen mit Niederösterreich und Gesamt-Österreich. Die zum Teil starken Veränderungen von Jahr zu Jahr zeigen, dass die Übernachtungszahlen im Triestingtal sehr inkonstant sind. Auffällig ist die extrem hohe Zuwachsrate der Nächtigungen zwischen 2013 und 2014, welche innerhalb eines Jahres um 36,5% anstieg. In absoluten Zahlen bedeutete dies ein Plus von 19 407 Nächtigungen auf insgesamt 72 529. Anders als auf Regions-Ebene sind die jährlichen Veränderungen in Niederösterreich und Österreich weit weniger schwankend. Seit 2014 weisen beide Einheiten ausschließlich Nächtigungs-Zuwächse auf, wobei sich die Wachstumsraten jeweils im Bereich zwischen 1% und 4,5% bewegen. (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a)

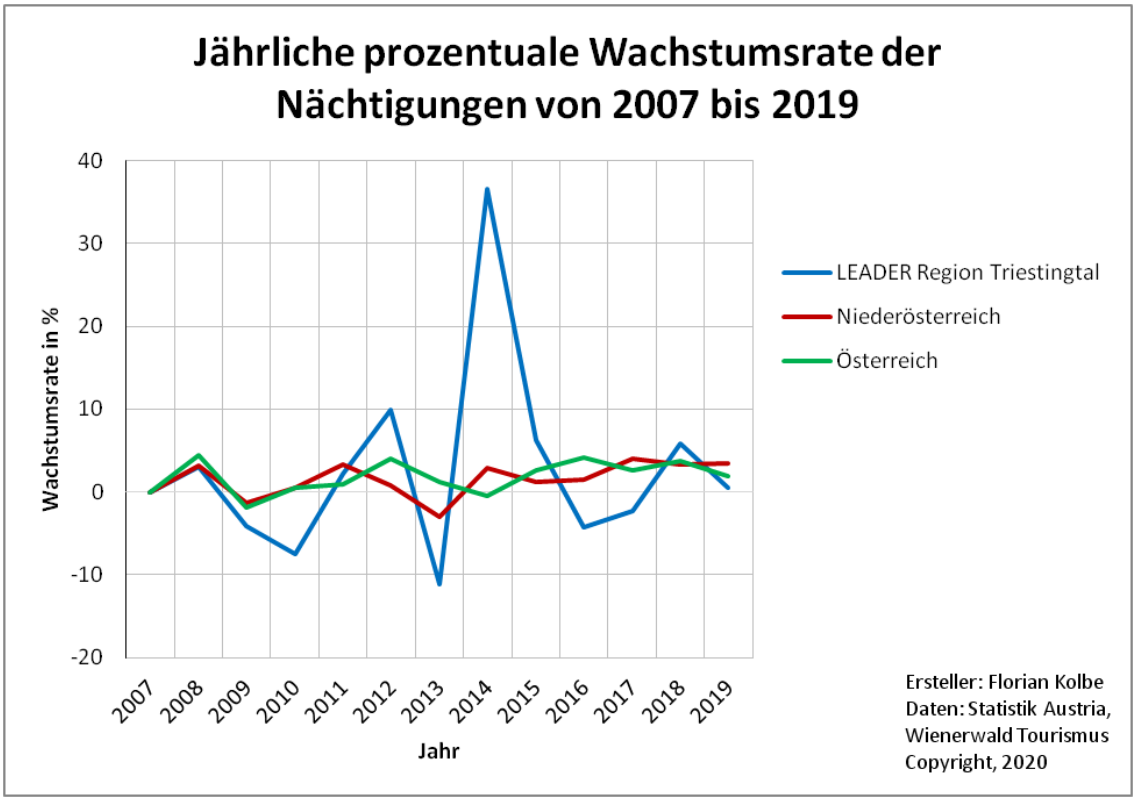

Abbildung 16: Jährliche prozentuale Wachstumsrate der Nächtigungen in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich 2007-2019 (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b; Wienerwald Tourismus GmbH 2020a; eigene Darstellung)

Eine Konsolidierung der Übernachtungszahlen innerhalb des Triestingtals wäre daher erstrebenswert. Man muss hierbei berücksichtigen, dass ein Großteil der regionalen Übernachtungen in Verbindung mit dem Seminarhotel Hernstein und der Sportschule Lindabrunn steht. Die Kennzahlen implizieren daher, dass es kein gesamtregionales Konzept oder dergleichen gibt, um Nächtigungszahlen kontinuierlich zu steigern. Dies könnte wiederum darauf hindeuten, dass kein innerregionaler Konsens über die touristische Ausrichtung der Region besteht.

Die Aufenthaltsdauer von Gästen in Österreich sank von durchschnittlich 3,8 Nächten im Jahr 2009 auf 3,3 anno 2018, in Niederösterreich von 2,8 Nächtigungen auf 2,5 (vgl. STATISTIK AUSTRIA 2020b, Abb. 17). In der LEADER-Region Triestingtal sind die Änderungen im untersuchten Zeitraum eher marginal ausgeprägt, beginnend mit einer durchschnittlichen Gäste-Aufenthaltsdauer von 2,1 Nächten im Jahr 2009 hin zu 1,9 Übernachtungen anno 2018. Auch hier muss man aber berücksichtigen, dass speziell die Lindabrunner Sportschule den regionalen Mittelwert deutlich hebt und die Gemeinden Pottenstein als auch Hirtenberg - da keine relevanten Daten bzw. Unterkünfte vorhanden - nicht berücksichtigt sind. (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.a)

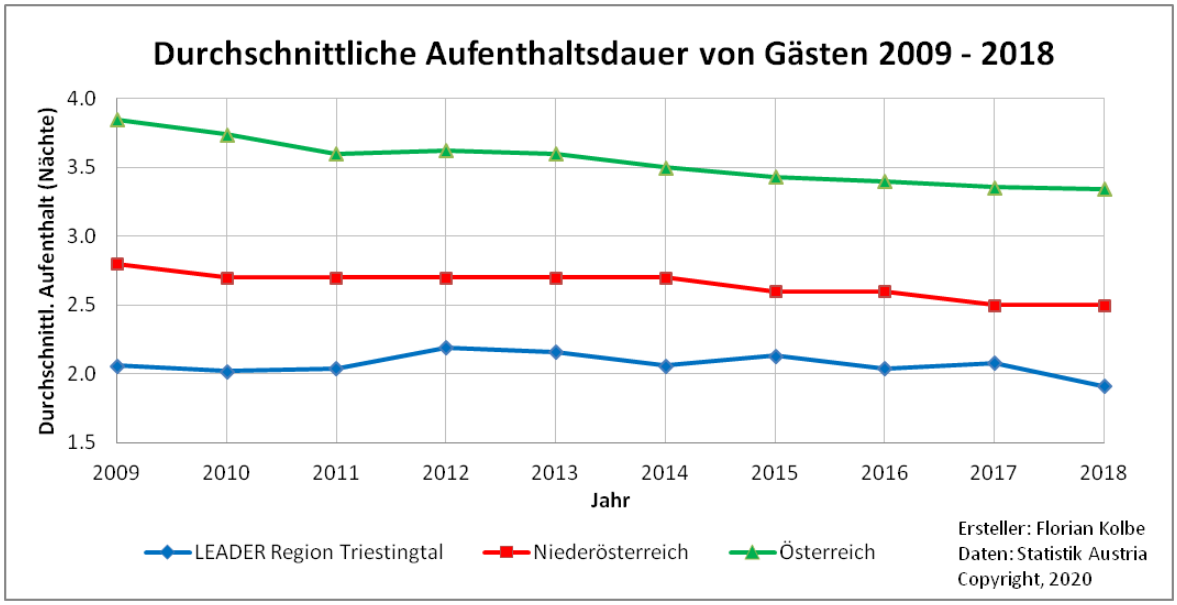

Abbildung 17: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Gästen in der LEADER Region Triestingtal, NÖ und Österreich (Datengrundlage: STATISTIK AUSTRIA 2020b, o.J.a; eigene Darstellung)

Bei Betrachtung der unterschiedlichen statistischen Daten ist kein aussagekräftiges touristisches Muster in der LEADER Region erkennbar. Problematisch ist, dass die Daten wegen der vielen Sport- bzw. Seminargäste in Enzesfeld-Lindabrunn bzw. Hernstein verzerrt werden. Zumindest kann man anhand der vorliegenden Nächtigungszahlen im Vergleich zu Niederösterreich und Österreich argumentieren, dass das Triestingtal in den letzten Jahren eine durchaus positive Entwicklung genommen hat.

Die immer häufigeren und gleichzeitig kürzeren Reisen sind ein Faktor, der einer naturräumlich und kulturell vielfältigen Region nahe Wien wie dem Triestingtal zugutekommen kann. Man darf allerdings nicht übersehen, dass die touristische Struktur ebenda hinsichtlich Unterkünften (878 Gästebetten im Jahr 2018) nicht unbedingt auf Urlaubsreisen ausgelegt ist (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.a). Wie sich speziell anhand der Ausflugsstudie in Niederösterreich 2016/17 zeigte, ist der Tagestourismus auch im Triestingtal ein potenziell starker Wirtschaftsfaktor. Im folgenden, empirischen Teil der Arbeit werden daher die verschiedenen touristischen Aktivitäten, Projekte und Zielgebiete in der LEADER Region mittels Experteninterviews dahingehend untersucht, ob und wie der Tages- und der Wochenendtourismus einen längerfristigen Mehrwert für das Triestingtal generieren können.

Empirischer Teil

7. Qualitative empirische Analyse

Die empirische Analyse stellt den Kernbereich der Arbeit für die Beantwortung der forschungsrelevanten Fragestellungen dar. Die behandelten theoriebasierten Inhalte bilden das Fundament für die qualitativen Erhebungen. In diesem Kapitel werden die durchgeführten Erhebungsmethoden zunächst beschrieben, ehe die Auswertung selbiger erläutert und die dabei gewonnenen Erkenntnisse schließlich in den theoretischen Diskurs eingebettet werden.

7.1 Experteninterviews

Das Experteninterview ist ein im Rahmen der empirischen Sozialforschung häufig angewandtes Verfahren. Oftmalig wird dieses in Kombination mit einer Dokumentenanalyse oder anderen Interviewverfahren verwendet, ist aber als eigenständiges Erhebungsinstrument anzusehen. (vgl. MEUSER und NAGEL 2008: 368) Das Experteninterview gilt als beliebte qualitative Erhebungsmethode, da es verglichen mit anderen Verfahren wie der teilnehmenden Beobachtung oder der Feldstudie in verhältnismäßig kurzer Zeit eine recht dichte Datengewinnung ermöglicht (vgl. BÜHRMANN 2004: 2).

Die Bestimmung des Experten-Begriffs ist jedoch sehr unpräzise. Als Experten werden landläufig *„Sachverständige, Kenner oder Fachleute bezeichnet, also Personen, die über besondere Wissensbestände verfügen"* (LIEBOLD und TRINCZEK 2009: 33). Die Methode richtet sich somit an Personen, die für das jeweilige Forschungsinteresse spezifisches Wissen besitzen, wobei in der Literatur unterschiedlichste Definitions- und Abgrenzungsversuche zu finden sind. Das Experteninterview fokussiert sich auf einen Personenkreis, der bezüglich der jeweils formulierten Forschungsfragen einen deutlichen Wissensvorsprung aufweist. (vgl. ebd.: 33-34)

Angesprochen werden zudem Personen, die *„über einen privilegierten Zugang zu Informationen über relevante Personengruppen, Soziallagen und Entscheidungsprozesse"* (MEUSER und NAGEL 2008: 369) verfügen. Dieser

Wissensvorsprung ist nicht ausschließlich an Berufsrollen geknüpft, sondern wird seit einigen Jahrzehnten - z.B. durch die Ausweitung von Partizipationsstrukturen auf ehrenamtliche oder sonstige Organisationen - auch in außerberuflichen Kontexten generiert (vgl. ebd.). Essenziell dabei ist, den jeweiligen Experten als Funktionsträger und nicht als Privatperson zu interviewen (vgl. MEUSER und NAGEL 2009: 469).

7.2 Leitfadengestützte Experteninterviews

Ein leitfadengestütztes Experteninterview ist ein thematisch strukturiertes Interview und zählt zu den sog. **offenen Verfahren**, bei welchem einerseits die Fokussierung auf das Forschungsthema im Mittelpunkt steht, andererseits aber genügend Raum für freie Erzählpassagen vonseiten des jeweils befragten Akteurs gegeben ist. Die Funktionsgebundenheit des jeweiligen Interviewpartners bei dieser Form der Datenerhebung erfordert eine Vorstrukturierung, sodass der Interviewer dem thematischen Schwerpunkt Rechnung tragen kann. (vgl. LIEBOLD und TRINCZEK 2009: 35, 37) Hierfür hat sich ein leitfadengestütztes, offenes Interview bewährt. Zu beachten ist, dass der Leitfaden flexibel ausgelegt ist und kein standardisiertes Ablaufschema aufweist, um etwaige unerwartete Stellungnahmen der Experten nicht zu unterbinden. (vgl. MEUSER und NAGEL 2008: 369-370) Ein solcher Leitfaden kann sich grundsätzlich sehr unterschiedlich präsentieren, wird jedoch charakterisiert durch explizit vorformulierte, offene Fragen und optionale Elemente wie Erzählaufforderungen oder Stichworte für frei formulierbare Fragen. Frei nach dem Motto „So offen wie möglich, so strukturierend wie nötig“ soll das Interview gesteuert und eingeschränkt, gleichzeitig aber den Experten eine gewisse Freiheit für die Schilderung von Beispielen oder bestimmten Ereignissen gegeben werden. (vgl. ebd.; HELFFERICH 2014: 560)

Mithilfe einer konzeptionellen Aufbereitung der Thematik und der dementsprechenden Anfertigung des Leitfadens läuft der Interviewer außerdem nicht Gefahr, sich zum einen in inhaltlich irrelevanten Themen zu verlieren und zum anderen als inkompetenter Gesprächspartner zu entpuppen. Das durch die inhaltliche Auseinandersetzung im Vorfeld gewonnene Vertrauen des Interviewers mit der Thematik ist entscheidend für eine lockere und unbürokratische Interviewführung. (vgl. LIEBOLD und TRINCZEK 2009: 39-40) Ein Experteninterview

wird für gewöhnlich - sofern der Interviewpartner dies nicht ablehnt - audiographisch aufgezeichnet, um es später auswerten zu können (vgl. MEUSER und NAGEL 1991: 455).

7.3 Durchführung der Interviews

Im Rahmen dieser Arbeit wurden mehrere leitfadengestützte Experteninterviews durchgeführt. Als Experten wurden dabei sowohl regional als auch überregional agierende Akteure herangezogen. Dies sind zum einen Handlungsträger aus der LEADER Region Triestingtal, die entweder politische Ämter innerhalb dieser besetzen oder aber in touristisch relevanten Vereinen oder Einrichtungen tätig sind. Erstgenannte Gesprächspartner wurden speziell deshalb ausgewählt, um verschiedene Ansichten und Meinungen zum Thema Tourismus auf Gemeinde-Ebene einzuholen. Weiters wurde die Regionsmanagerin der LEADER Region Triestingtal befragt. Als nicht-regionale Experten wurden Handlungsträger der Tourismusdestinationen Wienerwald und Mostviertel befragt. Außerdem wurde ein Interview mit dem Obmann der Kleinregion Pielachtal durchgeführt, das ausschließlich als Best Practice-Beispiel in die Handlungsempfehlungen einfließt.

Die Experteninterviews wurden - insbesondere aufgrund der starken Einschränkungen durch die Corona-Krise im Frühjahr 2020 - zumeist in telefonischer Form bzw. per Videogespräch oder vereinzelt persönlich sowie per E-Mail-Korrespondenz durchgeführt. Für alle mündlich geführten Interviews wurden Transkripte angefertigt, welche sich allesamt im Anhang befinden. Zu den Leitfäden ist zu sagen, dass diese individuell an den jeweiligen Interviewpartner angepasst wurden. Die vorformulierten Fragen waren stets an das Forschungsthema bzw. die Forschungsfragen der Arbeit angelehnt.

7.4 Auswertung der Interviews

Um eine Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Inhalte der einzelnen Interviews herzustellen, wurden verschiedene Kategorien erstellt, welche die Themenschwerpunkte dieser Arbeit abdecken sollen. Die Auswertung der qualitativen Interviews orientiert sich deshalb an der Auswertungsmethode nach MEUSER und NAGEL. Diese eignet sich besonders für die Vergleichbarkeit von Interviews, welche in deren Inhalten gemeinsame thematische Elemente aufweisen.

Während die Sequenzialität von Äußerungen der Experten je Interview nicht von Relevanz ist, steht der auf bestimmte Thematiken bezogene inhaltliche Kontext im Vordergrund. Mittels leitfadenorientierter Interviewführung wird sichergestellt, dass die für die Forschung relevanten Themengebiete gegenübergestellt werden können. (vgl. MEUSER und NAGEL 2009: 476)

Die Interview-Auswertung nach MEUSER und NAGEL geschieht in sechs Schritten, welche das Material sukzessive verdichten sollen und im Folgenden kurz beschrieben werden:

a) **Transkription:** Bei den aufgezeichneten Gesprächen ist es erforderlich, die forschungs- bzw. themenrelevanten Passagen zunächst zu transkribieren. Ein Vorteil dieser Auswertungsmethode ist, dass überflüssige Elemente wie Stimmlagen oder Pausen nicht niedergeschrieben werden müssen. (vgl. MEUSER und NAGEL 1991: 455)
b) **Paraphrase:** Hierbei gilt es, jene Passagen des einzelnen Interviews sinngemäß wiederzugeben, die für die Forschungsfragen bedeutsam sind. Um thematisch wichtige Passagen nicht zu vernachlässigen, gilt es, zunächst dem Gesprächsverlauf zu folgen und die gesamten Äußerungen des Experten zu den entsprechenden Thematiken darzulegen. (vgl. MEUSER und NAGEL 2009: 476)
c) **Kodieren/Überschriften bilden:** Hier werden Überschriften festgelegt, welchen die eben paraphrasierten Interviewpassagen je nach Thema zugeordnet werden. Dabei soll möglichst die Terminologie des Befragten herangezogen werden. Im Idealfall können bestimmte Begriffe direkt übernommen werden. Thematisch ähnliche Textpassagen werden somit aneinandergereiht. Die Chronologie des Gesprächsverlaufs muss nun nicht mehr eingehalten werden, zudem können Passagen mehreren Überschriften zugeordnet werden. Man verbleibt bis hierhin noch immer beim einzelnen Interview. (vgl. ebd.; MEUSER und NAGEL 1991: 457-458)
d) **Thematischer Vergleich:** Ab diesem Schritt wird nach thematisch vergleichbaren Passagen mehrerer Interviews gesucht, ehe diese unter den entsprechenden Überschriften subsumiert werden. Die vereinheitlichten Überschriften sollen sich nach wie vor an der Terminologie der Experten

orientieren. Aufgrund der Bündelung des Interviewmaterials sind die Zuordnungen nochmals zu überprüfen und wenn nötig zu überarbeiten. (vgl. MEUSER und NAGEL 1991: 459, 2009: 476)

e) **Soziologische Konzeptualisierung:** Aus den an die Interviews angelehnten Überschriften werden wissenschaftlich angemessene Kategorien gebildet, um in weiterer Folge eine Verknüpfung mit theoretischem Material herstellen zu können. Es wird je Kategorie eine Verallgemeinerung des gemeinsam geteilten Experten-Wissens durchgeführt, wobei diese zunächst auf das vorliegende empirische Material begrenzt bleibt. (vgl. MEUSER und NAGEL 1991: 462-463, 2009: 476)

f) **Theoretische Generalisierung:** Hier werden die empirischen Ergebnisse der einzelnen Kategorien schließlich in den theoretischen Diskurs eingebunden (vgl. MEUSER und NAGEL 2008: 370).

7.5 Kategorien zur Auswertung

Für die Auswertung der Experteninterviews wurden auf Basis der vorhandenen Daten folgende, thematische Kategorien gebildet:

Touristische Entwicklungen innerhalb der LEADER Region Triestingtal: Innerhalb dieser Kategorie werden verschiedene Aspekte zusammengefasst, die in Verbindung mit jüngeren touristischen Aktivitäten, Projekten und Maßnahmen in der LEADER Region Triestingtal stehen. Diese beziehen sich auf konkrete Umsetzungen im Tourismusbereich in den letzten Jahren, die zumeist auch mit LEADER verknüpft sind. Damit soll auch die Bedeutung von LEADER für den regionalen Tourismus veranschaulicht werden.

Wirtschaftlicher Stellenwert des Tages- und Wochenendtourismus innerhalb der LEADER Region Triestingtal: Entsprechend dem Forschungsthema dieser Arbeit steht hier der Stellenwert des Tages- und des Wochenendtourismus in der Region als Wertschöpfungsfaktor im Vordergrund. Die Expertenmeinungen sollen Aufschlüsse darüber geben, inwiefern diese Tourismusformen in der LEADER Region als erstrebenswert und langfristig profitabel gesehen werden können. Weiters

sollen unterschiedliche Ansichten auf Gemeinde-Ebene zu dieser Thematik herausgefiltert werden.

Herausforderungen im regionalen Tourismus: Innerhalb dieser Kategorie werden etwaige bzw. vorhandene Schwierigkeiten und Problemfelder im regionalen Tourismus aus Sicht der Experten thematisiert. Auch dementsprechende Ursachen und angedachte Verbesserungsstrategien werden, wenn von den Experten explizit genannt, in diesem Zusammenhang dargelegt.

Potenziale im regionalen Tourismus: Das Hauptaugenmerk liegt hier auf Äußerungen der Experten zu tourismusrelevanten Aktivitäten, die dem Tourismus in der LEADER Region Triestingtal einen weiteren Mehrwert verschaffen könnten. Hierdurch sollen die endogenen Potenziale der Region sichtbar und mögliche Stärkungsmaßnahmen aus Sicht der befragten Handlungsträger abgebildet werden. Neben einzelnen Themenbereichen wird - aufgrund ihrer früheren Präsenz im Triestingtal - das Potenzial eines möglichen Wiederauflebens der Sommerfrische behandelt.

Nachhaltigkeit und Mobilität in der LEADER Region Triestingtal im touristischen Kontext: In dieser Kategorie soll skizziert werden, welche Rolle das Thema Nachhaltigkeit - speziell vor dem Hintergrund der Teilhabe am Biosphärenpark Wienerwald - im regionalen Tourismus spielt. Im Hinblick auf die Praktizierbarkeit eines Sanften bzw. Nachhaltigen Tourismus soll zudem die Situation der öffentlichen Mobilität, die eng mit dem Thema Nachhaltigkeit verbunden ist, in der LEADER Region dargestellt werden.

Touristische Entwicklungen innerhalb der LEADER Region Triestingtal:

Für LEADER-Regionsmanagerin DI Anette Schawerda seien in den letzten Jahren einige gute, touristische Leitprodukte im Triestingtal entwickelt worden. Sie hebt insbesondere das Projekt „Die KEAföhrenen" hervor, welches auch ein gelungenes Beispiel für regionale Entwicklungsarbeit sei. Neben der Generierung regional

hergestellter Produkte hebt sie die dadurch entstandene, gemeindeübergreifende Gruppierung hervor, welche immer mehr heimische Betriebe umfasse. Mit dem als eine der niederösterreichischen Hauptradrouten sehr wichtigen Triesting-Gölsental-Radweg sei weiters eine Angebotsentwicklung über mehrere Gemeinden vorangetrieben worden. Zudem sieht sie die Via Sacra als einen weiteren regionalen Motor an, der im aktuellen Förderzeitraum durch sämtliche Angebote und LEADER-Projekte optimiert worden sei. Auf Gemeinde-Ebene nimmt sie ebenso einige positive Entwicklungen wahr. Als Leitprojekte nennt sie in diesem Zusammenhang die Araburg sowie die gebündelten Aktivitäten rund um Klein-Mariazell. Ihrer Auffassung nach sei eine touristische Aufwertung in den letzten Jahren in der LEADER Region absolut gelungen. (vgl. SCHAWERDA 2020)

Auch für Christoph Vielhaber, Geschäftsführer vom Wienerwald Tourismus, seien mit dem Triesting-Gölsental-Radweg und den Pecher-Aktivitäten in den letzten Jahren aus touristischer Sicht gute und interessante Bereiche geschaffen worden, die man touristisch noch stärker ausbauen, an welche man aber nun anknüpfen könne (vgl. VIELHABER 2020).

Gerhard Kogler, Obmann des Pecherei-Vereins „Die KEAföhrenen", äußert sich sehr positiv über die in den letzten Jahren gestiegenen und gebündelten Aktivitäten zum Thema Schwarzföhre. Der Verein bestehe aus vielen verschiedenen Akteuren - von der Privatperson über Betriebe bis zur Gemeinde - und versuche, die Schwarzföhre durch Harz-Produkte, Führungsangebote oder die Themenwege publik zu machen. Mit den Tourismusdestinationen Wienerwald und Wiener Alpen bestehe auch seit Auslaufen des LEADER-Projekts „Schwarzföhre 2.0" weiterhin eine Zusammenarbeit bezüglich der Publikation der Themenwege. Man bemühe sich zudem regelmäßig um Marktauftritte und Veranstaltungs-Teilnahmen, um die Leute auf das Thema Pecherei aufmerksam zu machen. Mit einigen regionalen Unternehmen habe man enge Kooperationen entwickelt, wie zum Beispiel mit dem Seminarhotel Hernstein oder sämtlichen Restaurant-Betrieben, wo man Pecher-Produkte der KEAföhrenen erwerben könne. (vgl. KOGLER 2020)

Dr. Thomas Aigner vom Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal berichtet wiederum über die kulturtouristischen Entwicklungen im Oberen Triestingtal.

Der Verein habe es sich zum Ziel gesetzt, die Region um das ehemalige Kloster in Klein-Mariazell touristisch neu zu präsentieren. Hierfür sei auch die von LEADER geförderte Machbarkeitsstudie wichtig gewesen. Ein erster Schritt in diese Richtung sei die Schaffung eines Themenweges - der Johann Bergl-Weg - gewesen. Mit dem dazugehörigen Bergl-Garten hätte man somit bereits erste Attraktivierungsmaßnahmen für kulturhistorisch interessierte Besucher umgesetzt. Alsbald sollen darüber hinaus Informationstafeln vor die einzelnen Kirchen und Kulturgüter gestellt werden. Eine kürzlich neugeschaffene Website solle außerdem dazu beitragen, dass ein kulturtouristisches Produkt entsteht. (vgl. AIGNER 2020)

Michael Wurmetzberger, Bürgermeister der Mitgliedsgemeinde Kaumberg, berichtet vom 2018 begonnenen LEADER-Projekt „Sanierung und Belebung Araburg", mit welchem er sich einen Entwicklungsschub im örtlichen Tourismus erhofft. Mit diesem Projekt habe man zum einen versucht, den Wandertourismus weiter auszubauen. Hierfür wurde eine neue Dachterrasse errichtet und der darunter befindliche, ehemalige Pferdestall der Burg in einen großen Veranstaltungsraum umgebaut, welcher auch gastronomisch viel zu bieten habe. Zum anderen wurde ein komplett neues Museum geschaffen, wo die Historie der Burg modern aufbereitet worden sei. Hierfür habe man auch sehr viel Geld in die Hand genommen, weshalb für diesen Bereich nun auch ein Eintritt zu bezahlen ist. Mit der Living History-Gruppe, die sich auf das 14. Jahrhundert spezialisiert hat und die Burg mittels verschiedener Aktivitäten beleben wolle, sei man österreichweit durchaus einzigartig. (vgl. WURMETZBERGER 2020)

Andreas Purt vom Mostviertel Tourismus zieht ein positives Fazit über das zwischen 2015 und 2018 gelaufene LEADER-Projekt „Via Sacra und Wiener Wallfahrerweg" im Triestingtal zur weiteren Stärkung des Pilgertourismus. Ein Schwerpunkt dabei sei die Überarbeitung von Etappenvorschlägen samt digitaler Darstellung gewesen. Zudem sei die bestehende Pilger-App durch eine Audio-Pilgerbegleitung ergänzt worden, was individuellen Pilgern als Unterstützung dienen solle. Schließlich sei auch an einer vereinfachten Buchungsabwicklung für Pilgerreisende gearbeitet worden, um den Weg von der Erstanfrage bis hin zur Buchung möglichst kurz zu halten und damit auch den Personalaufwand zu reduzieren. Gemeinsam mit der Destination Wienerwald habe man außerdem im Bereich Radfahren das Angebot

„Wienerwald-Radrunde“ entwickelt. Diese fünftägige Rad-Runde führt von Wien rund um den Wienerwald und verbindet einige der frequentierten Radwege, wobei man entlang der gesamten Route einsteigen könne. (vgl. PURT 2020)

In Berndorf sei laut Sandra Trost vom städtischen Tourismusbüro in den letzten Jahren versucht worden, die touristischen Maßnahmen als auch das Angebot den Möglichkeiten entsprechend zu optimieren. So seien im Marketingbereich beispielsweise neue Folder konzipiert oder der städtische Auftritt in den sozialen Medien, u.a. durch Drohnenfilme, forciert worden. Zur Besichtigung der Sehenswürdigkeiten, allen voran der Museen und Industriedenkmäler, seien verschiedenste Packages für Besucher entwickelt worden. Mit den 2019 begonnenen „Mystischen Führungen” mit der Spukologin und Bestsellerautorin Gabriele Hasmann, welche sich der Geschichte Berndorfs widmen, hätte man das Angebot nochmals erweitert. Mit dem LEADER-Büro, das genannte Aktivitäten unterstützt habe, bestehe stets ein enger Austausch. (vgl. TROST 2020)

Josef Ungerböck, Vize-Bürgermeister von Weissenbach, sieht den Tourismus in seiner Gemeinde hingegen momentan nicht so gut aufgestellt wie in der Vergangenheit. Während vor vier bis fünf Jahrzehnten noch einige Hotels und Gastronomiebetriebe speziell in Neuhaus standen, hätte man sich durch die Entwicklung der Firma Starlinger zu einem der regionsweit größten Arbeitgeber in einen Industrieort verwandelt. Mit dem Peilstein verfüge man zwar über ein Wander- und Klettergebiet, allerdings gebe es nur noch eine Pension im Ort. (vgl. UNGERBÖCK 2020)

Die Experten äußern sich überwiegend positiv zu den jüngeren, touristischen Entwicklungen im Triestingtal. In den letzten Jahren wurden einige Projekte und Maßnahmen im Tourismusbereich umgesetzt, die zudem häufig in Zusammenhang mit LEADER stehen. Diese bilden somit eine gute Grundlage für weitere touristische Aktivitäten. Speziell in den Bereichen Radfahren, Wandern, Wallfahrt, Kultur und Pecherei sind Weiterentwicklungen erkennbar. Zudem scheint eine prinzipiell gut funktionierende Zusammenarbeit zwischen einzelnen Gemeinden, Vereinen, LEADER sowie Tourismusdestinationen gegeben.

Der wirtschaftliche Stellenwert des Tages- und Wochenendtourismus innerhalb der LEADER Region Triestingtal: Regionsmanagerin DI Anette Schawerda deutet den Tages- und Wochenendtourismus insgesamt als einen wichtigen Faktor für die Wertschöpfung und die gesamtregionale Fortentwicklung (vgl. SCHAWERDA 2020).

Für die LEADER-Mitgliedsgemeinde Kaumberg habe der Tourismus aufgrund der peripheren Lage der Gemeinde eine sehr große Bedeutung, da es an großen Wirtschafts- und Industriebetrieben fehle, wie Bürgermeister Michael Wurmetzberger schildert. Die zwei großen touristischen Schwerpunkte seien die Araburg sowie der Pilgertourismus an der Via Sacra und am Wiener Wallfahrerweg, an welchen Kaumberg liegt. Die Gemeinde sei eine sehr gute Station zum Übernachten, bevor die Pilger nach Mariazell weitergehen. Daneben hätten der Tagestourismus auf der Araburg als auch das Thema Wandern allgemein einen ebenso großen Stellenwert. In den letzten Jahren nehme man auch eine leichte Steigerung an Übernachtungen wahr. Der Gros an Touristen und Tagesausflüglern komme aus Wien und Umgebung, was auch mit dem dortigen Ausgangspunkt des Wiener Wallfahrerweges zusammenhänge. (vgl. WURMETZBERGER 2020)

Ähnlich stellt sich die Situation in Altenmarkt dar. Der Tourismus sei sehr wichtig, da es ebenda nur Kleingewerbsbetriebe und keine Industrie gebe, wie Bürgermeister Josef Balber erklärt. Vor allem mit den drei umliegenden Bergen Hocheck, Schöpfl und Peilstein gebe es wunderbare Ausflugsziele. Weiters besitze man als einzige Gemeinde Europas fünf Wallfahrtskirchen, dementsprechend wertvoll sei auch der Pilgertourismus. Durch die zentrale Lage zwischen Perchtoldsdorf (Startpunkt des Wiener Wallfahrerweges, Anm.) und Mariazell würde der Großteil der Wallfahrer nach der ersten Tagesetappe in Altenmarkt oder Kaumberg nächtigen. Ansonsten würden Tagesausflügler in der Gemeinde überwiegen. (vgl. BALBER 2020)

Andreas Purt vom Mostviertel Tourismus schlägt in eine ähnliche Kerbe, was den Pilgertourismus auf der Via Sacra betrifft. Man erhalte von Partnerbetrieben entlang des Wegenetzes regelmäßig positive Rückmeldungen, dass der Anteil der Pilgergäste einen hohen ökonomischen Stellenwert hätte. Ein Pilgerweg wie die Via Sacra sei auch insofern touristisch bedeutsam, als Gäste häufig auch außerhalb der

Hauptsaisonen reisen würden. Der Triesting-Gölsental-Radweg stehe als eine der Top-Radrouten Niederösterreichs wiederum in engem Zusammenhang mit einer hohen Zahl an Tagesausflüglern. Die vermehrte Nutzung von E-Bikes fördere darüber hinaus zusehends Mehrtagestouren mit Übernachtungen. (vgl. PURT 2020)

Berndorf ziele laut Sandra Trost vom städtischen Tourismusbüro vorrangig auf den Tagestourismus ab, während vereinzelt Kurzurlaube wahrgenommen würden. Für den städtischen Tourismus von enormer Bedeutung seien, aufgrund ihrer Einzigartigkeit, die Berndorfer Stilklassen. Die ganzjährig an Wochenenden und Feiertagen offerierten Führungen für Einzelpersonen würden häufig von Familien besucht werden. Einen signifikanten touristischen Mehrwert generiere außerdem das Stadttheater, speziell durch die jährlichen Berndorfer Festspiele. Zu diesen würden Besucher aus ganz Österreich kommen, die damit auch einen wesentlichen Beitrag für den Nächtigungstourismus in der Stadt leisten würden. Die angebotenen Besucher-Packages, welche Tages- und Halbtagesprogramme beinhalten, würden besonders von Pensionistenvereinen und Busunternehmen (für Gruppen) genutzt werden, bei welchen man die Führungen auch mit Foldern und dergleichen aktiv bewerbe. (vgl. TROST 2020)

Der Bürgermeister von Berndorf, Franz Rumpler, bekräftigt den hohen Stellenwert von Tagestouristen für die Stadtgemeinde. Auf diesen liege eindeutig der Fokus, da man nicht über entsprechende Gästebetten-Kapazitäten für längere Aufenthalte verfüge. Demnach sollen mit einem vielfältigen Angebot aus Kultur und Natur insbesondere Ausflügler aus dem südlichen Wiener Raum angesprochen werden. Die Tagesgäste seien ein wichtiger Faktor für die Stärkung der Gastronomie und die Wertschöpfung allgemein. Der Tourismus im Triestingtal sei für ihn ein wichtiges, regionsweites Zukunftsthema und biete aufgrund der Nähe zum Wiener Markt gute Voraussetzungen, wenn ein entsprechendes Angebot gegeben sei. (vgl. RUMPLER 2020)

Tagestouristen würden auch für den steigenden Bekanntheitsgrad der Pecherei eine wichtige Rolle spielen, wie KEAföhrenen-Obmann Gerhard Kogler erklärt. Besucher des Pecher-Museums oder des Themenweges würden die Thematik ihm zufolge durch positive Rezensionen und Mundpropaganda weiter verbeiten. Man registriere

vor allem Besucher aus dem Wiener Bereich. Die vom Verein vertriebenen Produkte seien außerdem beliebte Mitbringsel von Tagesausflüglern. Diese würden in den Triestingtaler Lokalitäten zum Beispiel auf Harz-Schnäpse aufmerksam werden. Er ortet hierbei außerdem eine gut funktionierende Wechselwirkung zwischen dem Tourismus und regionalen Produkten, welche zugleich eine attraktive Werbung für die Region darstellen würden. (vgl. KOGLER 2020)

Eine Schnittstelle zwischen Tourismus und kleinregionaler Wirtschaft ist auch der Klosterladen in Klein-Mariazell. Dieser würde wirtschaftlich zwar nicht unbedingt Profit generieren, diene jedoch Dr. Thomas Aigner vom Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal zufolge dazu, den lokalen Erzeugern und Produkten eine Plattform zu bieten und den Besuchern Mitbringsel bereitzustellen. Kulturell interessierte Ausflügler aus dem weiteren Umfeld Niederösterreichs sowie Wien seien auch die erklärte Zielgruppe der vom Verein betriebenen, touristischen Aktivitäten. (vgl. AIGNER 2020)

In Weissenbach stellt sich die touristische Situation derzeit schwierig dar, wie Vize-Bürgermeister Josef Ungerböck betont. Die Leute würden zwar wegen nahegelegenen Ausflugszielen wie der Steinwandklamm, der Burg Neuhaus, dem Peilstein oder das Hocheck meist durch den Ort fahren, jedoch sei das gastronomische wie auch das Betten-Angebot zu gering. Das Heimatmuseum sei durchaus gut besucht, der wirtschaftliche Stellenwert von Ausflüglern und Wochenendtouristen für die Gemeinde aber dementsprechend niedrig anzusiedeln. Auch vom Pilgertourismus, der insgesamt gut laufe, würde Weissenbach nicht profitieren, da die auf Pilgergruppen ausgerichteten Beherbergungsbetriebe fehlen würden. Er sieht in Weissenbach daher aktuell keinen Touristenort. (vgl. UNGERBÖCK 2020)

Für den Pottensteiner Bürgermeister Daniel Pongratz habe der Tourismus im Gemeindegebiet überhaupt nur eine sehr geringe Bedeutung. Pottenstein sei eine klassische Durchzugsgemeinde, darüber hinaus gäbe es kaum Attraktionen. Auch die Ausflügler auf dem durch die Gemeinde verlaufenden Triestingtal-Radweg seien wirtschaftlich überhaupt nicht spürbar. Es gibt aktuell auch keinen Beherbergungsbetrieb im Ort, da der Bedarf nicht vorhanden sei. Das in der

Gemeinde befindliche Sterbehaus von Ferdinand Raimund sei ebenfalls nur sehr beschränkt für einzelne Events nutzbar bzw. zugänglich, da es in Privatbesitz ist. (vgl. PONGRATZ 2020)

Auch in Leobersdorf würde es für Bürgermeister Ing. Andreas Ramharter einen Tourismus im klassischen Sinn derzeit nicht geben. Zwar seien die örtliche Gastronomie und die Freizeiteinrichtungen gut frequentiert, allerdings würden Ausflügler aus ökonomischer Sicht momentan ebenfalls nur eine untergeordnete Rolle spielen. Er sieht Leobersdorf eher als Einkaufsstadt sowie Arbeitsort, weshalb man andere Prioritäten habe und sich von anderen Mitgliedsgemeinden auch etwas differenzieren wollen würde. (vgl. RAMHARTER 2020)

Weiters wurden die einzelnen Museumsbetreiber innerhalb der LEADER Region Triestingtal zu tourismusrelevanten Daten befragt (vgl. Tab. 2). Abgefragt wurden dabei **Besucherzahlen** (es wurde nach möglichst aktuellen Zahlen gefragt - die Angaben wurden vom jeweiligen Museumspersonal Großteils geschätzt), **Besucher-Zielgruppen**, **Quellgebiete der Besucher** (regionale Besucher werden in der Tabelle nicht angeführt, zudem beruhen die Angaben aufgrund fehlender oder nur sporadischer Aufzeichnungen ebenfalls auf Schätzungen) sowie die **Gültigkeit der NÖ Card**. Die Fragen wurden teils in schriftlicher Form, teils telefonisch beantwortet. Für die entsprechenden Telefongespräche wurden Protokolle angefertigt, welche sich ebenso wie die schriftlich beantworteten Befragungen im Anhang befinden. Die Angaben für die Berndorfer Museen (Krupp Museum, Stilklassen) stammen aus dem Interview mit dem Tourismusbüro Berndorf (vgl. TROST 2020).

Museum	Besucher pro Jahr	Zielgruppen	Außerregionale Quellgebiete der Besucher	NÖ Card-Gültigkeit
Krupp Stadt Museum Berndorf	ca. 3000	Gruppen (Busunternehmen), Pensionistenvereine, Schulklassen	Umliegende Bundesländer (Wien, OÖ, Burgenland)	gültig
Berndorfer Stilklassen	ca. 3700	Gruppen (Busunternehmen), Pensionistenvereine, Familien, Einzelpersonen	Umliegende Bundesländer (Wien, OÖ, Burgenland)	gültig
Triestingtaler Heimatmuseum (Weissenbach)	ca. 1200-1300	Tagestouristen, Familien; Schulklassen, Besucher-Busse (beide sporadisch)	Wien und Umgebung; fallweise andere Bundesländer und Ausland	gültig
Heimatmuseum Kaumberg	ca. 300	Ausflügler, Wanderer, Schulklassen (selten)	Ballungsraum Wien, Wr. Neustadt, St. Pölten	nicht gültig
Pechermuseum Hernstein	ca. 1000	In dieser Reihenfolge: Seniorenausflügler, Schulklassen, andere Reisegruppen, Familienausflügler, Einzelpersonen	Ballungsraum Wien, andere Bundesländer, teilweise Ausland (China, Schweiz, Deutschland usw.)	nicht gültig
LEUM Leobersdorf	ca. 800	Schulklassen, Senioren, Familien	alle Teile von NÖ	gültig

Tabelle 2: Tourismusrelevante Daten zu den Triestingtaler Museen (Quelle: HEIMEL 2020; HEROLD 2020; KRIZAN 2020; LEITNER 2020)

Einige Experten schreiben speziell dem Tagestourismus innerhalb des Triestingtals eine ökonomisch signifikante Rolle zu. Vielerorts ist das touristische Angebot auf

Ausflügler aus dem Wiener Raum ausgelegt. Der Nächtigungstourismus scheint zumindest durch die Wallfahrer entlang der Via Sacra gut ausgeprägt, ansonsten aber eher nur sporadisch gegeben zu sein. An den Beispielen Pottenstein und Leobersdorf zeigt sich weiters, dass die Wertigkeit des Tourismus auf Gemeinde-Ebene innerhalb der Region zum Teil sehr unterschiedlich ist. Bei den Museen fällt auf, dass insbesondere Seniorengruppen und Schulklassen häufig zu den Besuchern zählen. Anhand der Quellgebiete der Besucher ist erkennbar, dass auch Personen aus dem weiteren, überregionalen Umfeld Interesse an den Triestingtaler Museen bekunden.

Herausforderungen im regionalen Tourismus:

Die innerregionale Vernetzung sei grundsätzlich gut, allerdings gebe es im Tourismusbereich einige Einzelkämpfer, wie Regionsmanagerin DI Anette Schawerda berichtet. Mit dem kürzlich gestarteten Projekt „Touristische Marketingmaßnahmen" zusammen mit dem Wienerwald Tourismus wolle man nun herausarbeiten, wie sich das Triestingtal touristisch positionieren möchte und welche Maßnahmen diesbezüglich möglichst leicht umsetzbar wären. Man könne hier allerdings nur Erfolg haben, wenn Akteure beteiligt seien, die an dem Thema ein persönliches Interesse hätten. Da der Tourismus nicht für jede Mitgliedsgemeinde von Interesse sei, müsse man hier selektiv handeln. Als eine weitere Herausforderung im regionalen Tourismus spricht sie die teils problematischen Öffnungszeiten von gastronomischen Betrieben an. Manche Gasthäuser hätten zum Beispiel am Wochenende geschlossen, außerdem sei hier zu wenig Abstimmung zwischen den Gastwirten gegeben. Einzelne Betriebe würde die Corona-Krise darüber hinaus hart treffen, was nun sehr herausfordernd für die Region sein könnte. Was Ausflugsziele betrifft, sei das Hocheck mit dem dortigen Schutzhaus eine Problemzone. Bei diesem müsse man große, infrastrukturelle Investitionen tätigen, die aktuell jedoch nicht finanziert werden könnten. (vgl. SCHAWERDA 2020)

Der Berndorfer Bürgermeister Franz Rumpler erklärt des Weiteren, dass die Struktur der gastronomischen Betriebe derzeit nicht unbedingt darauf ausgelegt sei, große Touristen-Gruppen in kurzer Zeit ohne Weiteres bewirtschaften zu können. Es sei

daher wichtig, auch die Gastronomie wieder stärker für den Tourismus zu begeistern. (vgl. RUMPLER 2020)

Christoph Vielhaber vom Wienerwald Tourismus nennt als eine allgemeine Herausforderung innerhalb der Tourismusdestination Wienerwald, dass die regionale Zugehörigkeit ebenda nicht so stark ausgeprägt sei wie in anderen Teilen Niederösterreichs. Dies sei auch im Triestingtal der Fall, wo man sich weniger als „Triestingtaler", sondern gemäß der örtlichen Herkunft beispielsweise eher als „Berndorfer" sehen würde. Ihm zufolge sei es wichtig, das touristische Marketing im Triestingtal zu forcieren und aus begonnenen Aktivitäten und Projekten nun touristisch konsumierbare Produkte zu gestalten. Es sei problematisch, wenn ein Einzelgast die touristischen Möglichkeiten wie zum Beispiel im Bereich Pecherei nur sehr eingeschränkt nutzen könne. Gerade im Hinblick auf die Konkurrenz mit anderen Tourismusregionen wie der verhältnismäßig nahegelegenen Region Semmering/Rax sei eine gute regionale Zusammenarbeit von enormer Bedeutung. In letztgenannter Region zum Beispiel würde dies etwas besser funktionieren. Ein wesentlicher Schlüssel für die Weiterentwicklung des Triestingtals sei es, Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zu finden. Essenziell sei es, sich als Tal zu positionieren und die Eigeninteressen der Gemeinden hinten anzustellen, um Produkte zu touristischen Themen von regionsweiter Relevanz entwickeln zu können. In diesem Punkt habe die Region noch Aufholbedarf. (vgl. VIELHABER 2020)

Kaumbergs Bürgermeister Michael Wurmetzberger sieht Probleme in der Zusammenstellung der LEADER Region, da die Gemeinden im Falle des Triestingtals sehr unterschiedlich seien. Er wirft daher ein, dass man das Obere und das Untere Triestingtal eventuell separat vermarkten müsse, um es touristisch interessanter zu gestalten. In jedem Fall ortet er in puncto Vermarktung viele Optimierungsmöglichkeiten. (vgl. WURMETZBERGER 2020)

Als Herausforderung in der Vermarktung nennt der Altenmarkter Bürgermeister Josef Balber die mangelnden touristischen Möglichkeiten im Unteren Triestingtal im Vergleich zu den beliebten Ausflugszielen in Berndorf und dem westlichen Regions-Abschnitt. Hier sehe er außer dem Symposion und der Spitalskirche in Lindabrunn

nicht viel Angebot. In Leobersdorf beginne bereits der urbane Raum mit anderen Freizeitmöglichkeiten. (vgl. BALBER 2020)

Dr. Thomas Aigner vom Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal erwähnt die Vermarktungsproblematik ebenso. Demnach habe es bisher keine nennenswerte Tourismus- bzw. Vermarktungs-Strategie in der Region gegeben. Jede Gemeinde habe ihre Websites mit Wanderkarten und dergleichen, allerdings fehle es darüber hinaus an einer Marketing- und Vermittlungsstrategie. Ein Hauptaugenmerk des Vereins liege daher darauf, dass Besucher die Sehenswürdigkeiten gut vermittelt bekommen. Die Vereinsaktivitäten würden durchwegs auf ehrenamtlichem Engagement beruhen. (vgl. AIGNER 2020)

Gerhard Kogler spricht die zahlreichen Hürden für ehrenamtliche Vereine an, zu welchen auch die KEAföhrenen zählen. Die Aktivitäten der Vereinigung würden mehr aus Ideologie als aus kommerziellen Zwecken betrieben werden (können). Weiters gebe es aufgrund der vielen beteiligten Akteure aus verschiedenen Bereichen unterschiedliche Interessen. Das LEADER-Projekt, aus dem der Verein hervorging, sei zwar positiv gewesen für Produktplatzierungen und einen steigenden Bekanntheitsgrad, allerdings sei auch ein Jahresbeitrag zu verrichten gewesen, der speziell für kleine Betriebe nicht unwesentlich gewesen sei. Trotz Bemühungen der LEADER-Region, die Aktivitäten gemeinsam weiterzuführen, hätte man sich daher entschieden, den Verein zunächst auf eigene Beine zu stellen. Man schließe weitere Kooperationen mit LEADER nicht aus, allerdings müsse es sich finanziell rentieren. Die eingeschränkten Öffnungszeiten des Pecher-Museums und die zum Teil fehlenden, öffentlichen Verkehrsverbindungen nach Hernstein deutet er als Hürden für Touristen. (vgl. KOGLER 2020)

Weissenbachs Vize-Bürgermeister Josef Ungerböck zufolge sei es möglich, dass sich die Gemeinden im Bereich Tourismus trotz regionsweitem Potenzial zu wenig untereinander verständigen. Man enge sich innerhalb der LEADER Region möglicherweise zu sehr auf das Triestingtal ein, weshalb man eventuell über den Tellerrand hinweg schauen müsse. (vgl. UNGERBÖCK 2020)

Leobersdorfs Bürgermeister Ing. Andreas Ramharter nennt weiters die Problematik, dass potenzielle Touristenbringer wie die Radwege mitunter zwar stark frequentiert seien, dies aber nicht automatisch einen Profit für die Gemeinde bedeute. Im Falle von Leobersdorf würden zwar mehrere Radwege durch oder rund um das Ortschafts-Gebiet verlaufen, allerdings nicht direkt durch das Ortszentrum führen, wo sich die meisten Lokalitäten befinden. Auch er nehme des Weiteren Schwierigkeiten bei der touristischen Vermarktung des Triestingtals wahr und führt dies auf die Heterogenität der Gemeinden zurück. Aufgrund von unterschiedlichen Strukturen und Erwartungshaltungen der Gemeinden sei es komplex, hier einen Konsens zu finden. (vgl. RAMHARTER 2020)

Dessen Pendant aus Pottenstein, Daniel Pongratz, sieht dies sehr ähnlich und erklärt, dass die Gemeinde-Struktur im Triestingtal unterschiedlicher nicht sein könne. Deshalb sei es extrem schwierig, eine gemeinsame Identität innerhalb der Region zu schaffen. Mit den rural geprägten Orten auf der einen und den städtischen Bereichen auf der anderen Seite könne man in Summe keinen gemeinsamen Nenner im Tourismus finden. (vgl. PONGRATZ 2020)

Als große Problemstellungen im regionalen Tourismus kristallisierten sich unter den Experten die Vermarktung sowie die Inhomogenität der Gemeinden heraus. Letzteres wirft die Herausforderung auf, dass eine Zusammenarbeit im touristischen Bereich aufgrund von unterschiedlichen Voraussetzungen und Interessen erschwerend wirkt. Viele tourismusrelevante Aktivitäten werden darüber hinaus rein ehrenamtlich von Vereinen betrieben, die nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung haben.

Potenziale im regionalen Tourismus:

Das größte touristische Potenzial sieht Regionsmanagerin DI Anette Schawerda in der Natur und der landschaftlichen Vielfalt des Triestingtals. Die Nähe zu Wien sei ein großer Vorteil, wobei die Region in der Wahrnehmung der Leute etwas im Schatten von traditionellen Reisezielen wie dem Schneeberg oder der Hohen Wand stehen würde. Um dies zu ändern, seien Investitionen wie am Hocheck unabdingbar.

Das Obere Triestingtal sei für sie insgesamt touristisch relevanter und interessanter als das Untere Triestingtal. (vgl. SCHAWERDA 2020)

Dr. Thomas Aigner berichtet, dass die von LEADER geförderte Machbarkeits- und Potenzialanalyse zur kulturtouristischen Erschließung des Oberen Triestingtals ergeben habe, dass hier ein Potenzial von 20 000 bis 25 000 zahlenden Gästen pro Jahr vorhanden sei. In naher Zukunft seien weitere Vorhaben geplant, um das kulturelle Potenzial der Gegend zu heben. 2021 stehe die Errichtung eines kleinen Museums am Hafnerberg (Gemeinde Altenmarkt, Anm.) in Form einer Schatzkammer mit Fokus auf die Themen Wallfahrten und Barock auf der Agenda, was von LEADER unterstützt werden würde. In Klein-Mariazell solle weiters aus dem ehemaligen Weinkeller des Stiftes ein Kunstdepot mit Veranstaltungsräumen entstehen. In zwei, drei Jahren solle ebenda mit dem großen Projekt, ein Museum über die Historie des Klosters und der Region, begonnen werden. (vgl. AIGNER 2020)

Mit der Pecherei sei laut Christoph Vielhaber vom Wienerwald Tourismus ein touristisch sehr interessantes Alleinstellungsmerkmal vorhanden. Eine Menge Potenzial sieht er des Weiteren in der touristischen Angebotskombination. Beispielsweise könne man Wochenenden veranstalten, an denen alle regionalen Kulturbetriebe öffnen, wodurch Ausflügler eine Wanderung mit Besichtigungen verbinden könnten. Ähnliche Offerten könne man zum Thema Pechen oder Hofgenüsse konzipieren und entsprechend vermarkten. Während er eine mögliche Wiederbelebung des klassischen Sommerfrische-Tourismus momentan, auch aufgrund der vorhandenen betrieblichen Struktur, nicht als realistisch ansieht, seien durch die Nähe zu Wien gute Möglichkeiten gegeben, dass Leute aus dem städtischen Raum Ausflüge und Kurzurlaube in die Region tätigen, um der sommerlichen Hitze zu entfliehen. (vgl. VIELHABER 2020)

Gerhard Kogler von den KEAföhrenen ist ebenfalls überzeugt vom riesigen Potenzial der Pecherei. In Waidmannsfeld (Bezirk Wiener Neustadt-Land, Anm.) gebe es immer wieder Workshops, die lange vor den Terminen ausgebucht seien. Bei Veranstaltungen oder Pecher-Vorführungen, wo die Leute in Berührung mit dem Thema kommen, sei ein gewaltiges Interesse auszumachen. Führungen am Weg

des Harzes würden sehr gut angenommen werden und die dort aufliegenden Info-Folder seien sehr beliebt. Zu den Harzprodukten gebe es mittlerweile Anfragen bis nach Norddeutschland. (vgl. KOGLER 2020)

Berndorfs Bürgermeister Franz Rumpler ortet touristische Möglichkeiten im Gruppenbus-Tourismus, der in Berndorf eine Zeit lang recht stark ausgeprägt gewesen sei und den man ohne größeren Aufwand wieder forcieren könne. Man könne zum Beispiel Angebote für Busausflüge entwickeln, wo Besucher an einem Tag mehrere Attraktionen in verschiedenen Gemeinden besichtigen können. Exemplarisch nennt er ein mögliches Besucher-Package für Berndorf und Hernstein, wo man Besuche der wichtigsten Sehenswürdigkeiten beider Gemeinden sowie Mahlzeiten bei regionalen Gastronomiebetrieben inkludieren könne. Dies sei ein Thema, das regionsweit von Interesse sein könne, weshalb er eine Bewerbung über die LEADER Region als sinnvoll erachtet. Chancen für eine touristische Aufwertung sieht Franz Rumpler außerdem entlang des Triestingtal-Radweges, wo man versuchen könne, Events ähnlich der Mostschank-Meile (zehn Kilometer lange „Genussmeile" in der Thermenregion mit kulinarischen Ständen von regionalen Winzern, Anm.) aufzuziehen. Diese sei äußerst beliebt und frequentiert, steigere Hotelauslastungen und sei somit ein signifikanter Wertschöpfungs-Faktor. Man könne ein gemeinsames Event-Thema entwickeln und mehrere Gemeinden einbinden, wobei er hier die LEADER-Region als Koordinator gefordert sieht. (vgl. RUMPLER 2020)

Die Triestingtaler Hofgenüsse seien laut Franz Rumpler - dessen Heurigen-Betrieb das Projekt mit initiierte - mit Sicherheit auch attraktiv für eine touristische Einbindung, da er ein starkes Bewusstsein für Regionalität bei den Leuten erkenne. Es habe bisher noch keine Gespräche für gemeinsame Wochenenden oder dergleichen, wo alle beteiligten Betriebe öffnen würden, gegeben, jedoch sei dies auf jeden Fall denkbar. Die Produkte würden sehr gut angenommen werden, allerdings gebe es aktuell keine zentrale Verkaufsstelle, wo man das gesamte Sortiment erwerben könne. Hier seien aber Kooperationen mit Einzelhändlern oder Handelsunternehmen geplant. Der „Triestingtaler Hofgenüsse-Guide" liege als Werbemittel auch in kulturellen Einrichtungen der Region und allen Gemeindeämtern auf. Zudem hält er ein mögliches Wiederaufkommen der Sommerfrische im

Triestingtal durch die Corona-Entwicklungen für möglich. Berndorf könne dies als Stadtgemeinde allerdings nicht anbieten, wobei man private Nächtigungsbetriebe bei entsprechenden Investitionen in diese Richtung durchaus unterstützen würde. (vgl. ebd.)

In Kaumberg erwarte man sich laut Bürgermeister Michael Wurmetzberger, dass die getätigten Maßnahmen auf der Araburg Früchte tragen und der Tourismus dadurch in den nächsten Jahren weiter zulegen kann. Bezüglich einer neuen Sommerfrische sieht er extremes Potenzial. Man merke bereits, dass viele Leute froh seien, wenn sie zum Beispiel ein Zweithaus in der Gegend hätten und der städtischen Hitze im Sommer entfliehen könnten. Speziell was die Bereiche Wandern und Radfahren betrifft, verfüge man über genügend Angebot für einen längeren Urlaubsaufenthalt, weshalb man sich touristisch in diese Richtung bewegen könne. Die Corona-Krise würde dieses Potenzial noch verstärken, wobei ein Ausbau des touristischen Angebots immer gemeinsam mit den örtlichen Betrieben passieren müsse. (vgl. WURMETZBERGER 2020)

Von der Möglichkeit eines Sommerfrische-Auflebens zeigt sich auch Weissenbachs Vize-Bürgermeister Josef Ungerböck überzeugt. Die derzeitige Situation um Corona würde eine große Chance für das Triestingtal mit sich bringen. Auch für Weissenbach selbst sei hier Potenzial gegeben, wenn man in der Gemeinde Übernachtungsmöglichkeiten schaffen könne. Ein Anstieg an Tagestouristen sei durch die derzeitigen Entwicklungen ebenfalls wahrscheinlich, wobei hierzu auch das Lokalitäten-Angebot stimmen müsse. (vgl. UNGERBÖCK 2020)

Altenmarkts Bürgermeister Josef Balber sieht für einen neuerlichen Sommerfrische-Tourismus im Triestingtal ebenfalls Potenzial gegeben. Da der Großteil der Österreicher heuer (aufgrund von Corona, Anm.) einen Urlaub im eigenen Land antrete, sieht er verbesserte Chancen auf Kurzurlauber. Die vorhandenen Wanderstrecken seien hervorragend, allerdings ihm zufolge nicht in einem Tag zu bewältigen. Auch das Mountainbike-Angebot mit der Wienerwald-Strecke und mehreren Einstiegsstellen hebt er hervor. Touristisches Potenzial verspricht laut Josef Balber zudem ein LEADER-Projekt, in dem die stillgelegte Bahntrasse (von Weissenbach bis Hainfeld, Anm.) als Rad- und Freizeitweg, z.B. mit Skating-Bahnen,

neu aufbereitet werden soll. Diese solle dann vermehrt von Kindern und Jugendlichen genutzt werden können, da er den Triestingtal-Radweg aufgrund eines großen Steilstücks und einer Vielzahl an Hausausfahrten für Familien nicht unbedingt als geeignet ansieht. Er hoffe, dass das Projekt, welches bereits 2008/09 ausgearbeitet worden sei, in diesem Jahr startet. (vgl. BALBER 2020)

Pottensteins Bürgermeister Daniel Pongratz berichtet wiederum von einem im Frühsommer beginnenden Projekt in der Gemeinde, durch das man sich künftig eine tagestouristische Nutzung verspreche. Ein großes Retentionsbecken beim Triestingtal-Radweg solle mit einem kleinen Natur-Badeteich ökologisch ausgestaltet werden. In diesem Vorhaben sieht er eine künftige Attraktion des Triestingtal, welche durch die gute Lage am Radweg und zu nahegelegenen Wanderstrecken ideal nutzbar sein werde. LEADER sei in dieses mit vier Jahren Bauzeit berechneten Projekt ebenfalls involviert. Ein Wiederaufleben der Sommerfrische im Triestingtal sei für ihn zum jetzigen Zeitpunkt hingegen weniger denkbar. Für ein- oder zweiwöchige Urlaubsaufenthalte gebe es aktuell noch ein zu geringes, touristisches Angebot. Mit dem geplanten Badeteich könne man zusätzlich zum Wandern und Radfahren aber ein weiteres Element für den Tourismus in der Region einbringen, weshalb zukünftig in diese Richtung etwas möglich sei. (vgl. PONGRATZ 2020)

Leobersdorfs Bürgermeister Ing. Andreas Ramharter sieht den Tourismus in jedem Fall im Oberen Triestingtal beheimatet. In den nächsten Monaten sei allerdings geplant, das tagestouristische Potenzial des Heilsamen Brunnen in Leobersdorf auszuloten und diesen für Ausflügler zu beleben. Nach in Kürze beginnenden Sanierungsarbeiten seien dort gastronomische Stände oder dergleichen sowie die Nutzung der Kapelle als Hochzeitslocation angedacht. (vgl. RAMHARTER 2020)

Der Grundtenor unter den Befragten ist eindeutig, dass in der LEADER Region Triestingtal quer durch sämtliche Themenbereiche eine ganze Menge touristisches Potenzial schlummert. Besonders im Ausflugstourismus sehen die Experten einige sich bietende Möglichkeiten für das Triestingtal. Verschiedenste neue und von LEADER geförderte Projekte in diese Richtung sind bereits in Planung. Auch die Sommerfrische scheint nicht zuletzt aufgrund der jüngsten Entwicklungen um Corona

ein Thema zu sein, das innerregional vermehrt verfolgt wird und welchem in näherer Zukunft auch durchaus wieder Chancen attestiert werden.

Nachhaltigkeit und Mobilität in der LEADER Region Triestingtal im touristischen Kontext:

Regionsmanagerin DI Anette Schawerda berichtet von einer bestehenden Zusammenarbeit mit dem Biosphärenpark Wienerwald, in die auch die Tourismusdestination (Wienerwald, Anm.) eingebunden sei. Mit dem Biosphärenpark habe es vergangenes Jahr zum Thema Mountainbiken ein gemeinsames Schwerpunktthema gegeben. Ziele seien die Neuverhandlung von Verträgen für ausgewiesene Mountainbike-Routen sowie eine Optimierung dieser gewesen. Sie betrachtet den Biosphärenpark ansonsten aber weniger als Partner in der touristischen Entwicklung sondern eher für die Erhaltung des Naturraums. Es sei allerdings klar, dass ein Nachhaltiger Tourismus für den Biosphärenpark von großer Bedeutung sei. „Urlaub am Bauernhof" sei im Triestingtal kaum ein Thema, da sich die bestehenden Bauernhöfe weniger auf die Gäste-Beherbergung fokussieren würden. Es gebe einen radfreundlichen Partnerbetrieb, der zugleich ein Bauernhof sei und über Appartements verfüge. Relevant sei hingegen die Direktvermarktung, wo es starke Betriebe innerhalb der Region gebe. (vgl. SCHAWERDA 2020)

In Sachen öffentlicher Mobilität seien, wie Frau Schawerda berichtet, einige Änderungen geplant. Auf der Triestingtalbahn (Zugstrecke Leobersdorf - Weissenbach, Anm.) solle künftig ein elektrisch betriebener Zug die mit Diesel betriebenen Garnituren ablösen, was in engem Zusammenhang mit der Klima-Thematik stehe. Anfang des Jahres seien zudem Fahrplan und Taktung der Züge ausgeweitet worden. Ab Herbst solle auch der Bus-Fahrplan erneuert werden, wobei es hierbei eher um den Schülerverkehr gehe. Mit der Bahnverbindung bis Weissenbach komme man aber prinzipiell gut bis ins Obere Triestingtal, wobei auch eine verbesserte Anbindung des Endbahnhofs alsbald auf der Agenda stehe. Das touristische Aufkommen über die öffentlichen Verkehrsmittel sei im Triestingtal bisher sehr gering. (vgl. ebd.)

Die Bahnverbindung bis Weissenbach sei laut Weissenbachs Vize-Bürgermeister Josef Ungerböck auch für Touristen akzeptabel, wobei er den Bus als touristisches Verkehrsmittel als weniger relevant ansieht. Züge würden sowohl in der Früh als auch abends quasi stündlich verkehren, was für den Tourismus kein schlechtes Angebot sei. Ihm seien die Pläne, den Busverkehr im Oberen Triestingtal auszubauen, bekannt, jedoch stehe dies eher in Zusammenhang mit dem Schüler- und Arbeits-Verkehr. (vgl. UNGERBÖCK 2020)

Wienerwald Tourismus-Geschäftsführer Christoph Vielhaber zufolge könne die Tourismusdestination mit Nachhaltigkeit punkten. Verglichen mit anderen Destinationen sei man auch öffentlich gut erreichbar. Sowohl der Wienerwald im Gesamten als auch das Triestingtal seien zudem keine Gebiete, die für einen Massentourismus bzw. dessen Gäste geeignet seien. Er ist der Auffassung, dass das Thema Nachhaltigkeit durch die jetzige Krise noch zusätzlich an Bedeutung gewinnen werde. (vgl. VIELHABER 2020)

Bezüglich öffentlicher Mobilität im Triestingtal sieht Berndorfs Bürgermeister Franz Rumpler hingegen ein großes Problem in der Entfernung der Bahngleise entlang der eingestellten Bahnstrecke ab Weissenbach. Die Gleis-Entfernung sei ein fataler Fehler gewesen, vor allem vor dem Hintergrund, dass St. Pölten als Landeshauptstadt immer wichtiger werde und die Strecke zwischen dieser und dem Triestingtal bei bestehenden Schienen wohl in einer Dreiviertelstunde zu bewältigen sei. (vgl. RUMPLER 2020)

Ähnlich äußert sich der Kaumberger Bürgermeister Michael Wurmetzberger. Eine Wiederaufnahme des Bahnverkehrs in der Gemeinde sei aufgrund der entfernten Gleise im Prinzip nicht denkbar, weshalb man sich einzig auf einen Ausbau der Busverbindungen konzentrieren könne. Der Ausbau des öffentlichen Verkehrs sei für eine kleine Gemeinde wie Kaumberg allgemein eines der schwierigsten Themen. Verbessern könne und möchte man aber den bereits bestehenden, halb-öffentlichen Taxi-Dienst. (vgl. WURMETZBERGER 2020)

Für die Gemeinde Altenmarkt sei eine Optimierung der Busverbindungen ein großes Ziel, wie Bürgermeister Josef Balber betont. Mit VOR (Verkehrsverbund Ost-Region,

Anm.) gebe es diesbezüglich eine Absprache, Busse von Alland (Bezirk Baden, Anm.) bis Altenmarkt zu verlängern. Inwieweit dies bereits mit den neuen VOR-Fahrplänen ab Herbst dieses Jahres gelingen werde, wisse er momentan nicht. Die derzeitigen Busverbindungen bezeichnet er jedenfalls als sehr mangelhaft. (vgl. BALBER 2020)

Das Thema Nachhaltigkeit ist im Triestingtal durch die Kooperation mit dem Biosphärenpark Wienerwald präsent. Bis auf das Thema Mountainbiken liegt die Zusammenarbeit aktuell aber kaum in der touristischen Angebotsentwicklung. Die Mobilität ist speziell im Oberen Triestingtal durch die entfernten Bahngleise und mangelhafte Busverbindungen eine komplexe Thematik, während die Anbindung bis Weissenbach für potenzielle Touristen als passabel angesehen wird. Die geplanten E-Züge gehen weiters in Richtung Nachhaltige Mobilität.

7.6 Die empirischen Ergebnisse im theoretischen Diskurs

Aus den durchgeführten Experteninterviews kann man zweifellos schließen, dass innerhalb der LEADER Region Triestingtal viele Puzzleteile für einen qualitativ hochwertigen und profitablen Tourismus vorhanden sind, die es allerdings gemeinschaftlich zusammenzuschließen gilt. HAART und STEINECKE weisen auf die Wichtigkeit einer ganzheitlichen Vernetzung von Akteuren sowie die Schärfung des regionalen Tourismus-Bewusstseins (z.B. durch internes Marketing und Kooperationen) hin, um das endogene Potenzial in ländlichen Regionen ausschöpfen zu können (vgl. HAART und STEINECKE 1995: 50ff zitiert in NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 175). Für Christoph Vielhaber vom Wienerwald Tourismus ist dies vor allem aufgrund der großen Konkurrenzsituation essenziell:
„Ich glaube, alleine auf dem österreichischen Markt werben neben dem Wienerwald knapp 300 Marken um die Gunst der Gäste. Da ist es völlig sinnlos zu sagen: Ich geh' als Ort irgendwo hin und mache irgendwas, sondern das hat wirklich nur als Region oder Destination Sinn" (VIELHABER 2020).

Dieses Bewusstsein scheint im Triestingtal derzeit nicht ausreichend ausgeprägt zu sein. Zwar verweisen die Experten auf funktionierende Kooperationen untereinander, allerdings dürften zum Thema Tourismus zwischen den einzelnen Gemeinden teils

sehr unterschiedliche Sichtweisen und Vorstellungen bestehen. Für einzelne Mitgliedsgemeinden ist der wirtschaftliche Mehrwert aus dem Tourismus nicht oder kaum gegeben. Die in der Lokalen Entwicklungsstrategie angepeilte, gemeinsame Angebotsentwicklung zur Vermittlung eines stimmigen, touristischen Imagebildes ist daher eher als unbefriedigend zu beurteilen (vgl. Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 20). Leobersdorfs Bürgermeister Ing. Andreas Ramharter fasst die Gemeinde-Problematik zusammen:

„Wir sind eine sehr inhomogene Gruppe. Da gibt's auf der einen Seite sehr ländliche Gebiete, wenn ich an Furth, Altenmarkt oder Weissenbach denke. Berndorf oder Leobersdorf haben eher einen städtischen Charakter. Es ist halt schwierig, da gemeinsame Ziele zu definieren" (RAMHARTER 2020).

Zur Hebung der touristischen Potenziale ist für HAART und STEINECKE weiters die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote signifikant (vgl. HAART und STEINECKE 1995: 50ff zitiert in NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 175). Auch im NÖ-Landesentwicklungskonzept wird die Wichtigkeit der Schwerpunktsetzung der Angebote betont (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 109). Einige Ideen vonseiten der Interviewpartner, wie regionsweite Kulturwochenenden oder Gruppenbus-Offerten in die Region, erscheinen bei entsprechender Zusammenarbeit von Gemeinden, LEADER und Destinationsmanagement umsetzbar. Franz Rumpler, Bürgermeister von Berndorf, erklärt diesbezüglich:

„Der Bustourismus ist ja froh, wenn sie neue Ausflugsziele haben. Da wär' es sicher nicht schlecht, wenn man sagt, man macht ein Package mit Stadttheater, Schulführung, Mittagessen und dann Pechermuseum mit Rundgang oder umgekehrt. Also da könnte man im Triestingtal durch Vernetzung von zwei, drei Gemeinden sicher einiges machen" (RUMPLER 2020).

Im Gesamten stehen zweifelsohne einige als erfolgreich zu bewertende, jüngere Entwicklungen im Tourismus in der LEADER-Region Triestingtal zu Buche. Die touristische Infrastruktur wurde speziell durch die Aktivitäten rund um die Leitprojekte „Die KEAföhrenen", den Triesting-Gölsental-Radweg, die Via Sacra oder die Araburg deutlich verbessert. Durch die kulturhistorische Revitalisierung rund um die Wallfahrerkirchen im Oberen Triestingtal, der Araburg oder auch der Burg Neuhaus

wird bzw. wurde nicht nur der Kulturlandschafts-Pflege Rechnung getragen, sondern auch die Zahl der touristischen Destinationen erhöht. Durch erfolgreich umgesetzte Restaurierungs-Maßnahmen wie auf der Araburg oder die Neugestaltung des Basilika-Geländes in Klein-Mariazell können kulturell wertvolle Stätten wieder zunehmend in die regionale Wertschöpfungskette integriert werden. Die angestrebte Vernetzung zwischen Tourismus und Kulturbereich wurde durch die genannten Maßnahmen gestärkt. Mit den LEADER-Aktivitäten zum Triestingtal-Radweg konnte die Radinfrastruktur ausgebaut und als touristische Einnahmequelle aufgewertet werden. Damit wurden in der aktuellen Förderperiode wichtige, in der LES formulierte Tourismus-Ziele erreicht und auch sämtliche Empfehlungen des LEK berücksichtigt. (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 107-110, 112; Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 15, 20-21)

Auch hat sich im Rahmen der Experteninterviews der Eindruck verfestigt, dass der Tages- bzw. Ausflugstourismus in Anbetracht der touristischen Struktur jene Tourismusform ist, auf der aktuell der größte Fokus innerhalb der LEADER Region Triestingtal liegt. Dies erscheint vor allem insofern erstrebenswert, als die Destination Wienerwald mit knapp 9,3 Mio. Menschen jährlich die am häufigsten besuchte Region von Tagesausflüglern in Niederösterreich ist, wobei Sport, Naturerlebnis und Kultur die wichtigsten Ausflugsmotive sind (vgl. MANOVA GmbH 2018: 8). Zudem wird im Landesentwicklungskonzept sowie in der Tourismusstrategie des Landes Niederösterreich auf die wirtschaftliche Signifikanz des Ausflugstourismus und dessen Steigerung hingewiesen (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 107, 2017a: 11).

Mit dem breitgefächerten Angebot an körperlichen Betätigungsmöglichkeiten, Natur und kulturellen Einrichtungen sowie der Nähe zum Wiener Markt sind sich auch die Experten dessen Potenzial bewusst. Mit den Berndorfer Stilklassen, dem Krupp Museum, dem Triestingtaler Heimatmuseum sowie mit dem LEUM Leobersdorf ist in vier Museen der Region - alle Museen sind für verschiedenste Zielgruppen (speziell Gruppen) und überregionale Quellgebiete von Interesse - auch die NÖ Card gültig, welche ein bedeutsamer Impulsgeber des Ausflugstourismus ist (vgl. MANOVA GmbH 2018: 10). Franz Rumpler sieht in diesem daher einen Weg, den man im regionalen Tourismus verfolgen sollte:

„Man sieht es ja, dass am Peilstein oder am Waxeneck oder zum Teil auch bei uns am Guglzipf die Touristen eh zu uns heraus kommen, wenn das Angebot stimmt. Wenn man bedenkt, die Hütte am Peilstein oder die Waxeneck-Hütte sind Freitag bis Sonntag, wenn es halbwegs schön ist, gestürmt. Da müssen wir dran arbeiten, dass wir mehrere solche Hotspots bekommen bzw. wahrscheinlich auch entlang vom Radweg das ein bisschen besser nutzen" (RUMPLER 2020).

Der Wochenend- bzw. Kurzurlaubstourismus ist aufgrund der Reise-Entwicklungen in letzter Zeit für das Triestingtal mit Sicherheit von steigendem Interesse. Die Entwicklung der regionalen Nächtigungszahlen verlief speziell im aktuellen LEADER-Zeitraum positiv, wobei es MUNDT zufolge auch hierbei wichtig ist, das touristische Angebot auf die jeweiligen Zielgruppen auszurichten (vgl. MUNDT 2013: 332). Im Falle der Via Sacra ist dies zum Beispiel mit den zertifizierten Via Sacra-Gastgebern, die sich auf Pilgergäste spezialisiert haben, erfolgt (vgl. LEADER Region Triestingtal 2019: 11). Der Pilgertourismus bewirkt den Experten nach auch einen ökonomischen Mehrwert für einzelne Gemeinden sowie regionale Betriebe und ist ein gutes Beispiel für einen profitablen, alternativen Tourismus. Dadurch sind lokale Betriebe und Unterkünfte in den Tourismus eingebunden, die durch den Verkauf von regionalen Gütern und Dienstleistungen intersektorale Verflechtungen und somit Multiplikatoreffekte bewirken können (vgl. BLEIFUß 2012: 62). Mit den durch das LEADER-Projekt zur Via Sacra durchgeführten Maßnahmen kann der Wallfahrertourismus künftig ein noch stärkerer Wirtschaftsmotor der Region werden.

Eine Angebotsentwicklung für Wochenenden, um die mit 25,1% vergleichsweise niedrige Bettenauslastung in der Sommersaison (Stand 2018) zu erhöhen, wurde in der LES als Entwicklungsbedarf formuliert (vgl. STATISTIK AUSTRIA o.J.a; Verein LEADER Region Triestingtal 2018: 15). Eine Umsetzung erwies sich den Interviews zufolge bisher als wenig gelungen. Hier wären mit den von einigen Experten genannten Angebotskombinationen oder Events, welche ganze Wochenenden umfassen, Möglichkeiten gegeben, den regionalen Kurzurlaubstourismus zu forcieren. Die Entwicklung von Produktbesonderheiten ist gerade im Sinne einer eigenständigen Regionalentwicklung äußerst wichtig (vgl. REVERMANN und PETERMANN 2003: 45). Dem konterkarierend entgegenwirken könnte jedoch der von mehreren Gesprächspartnern angesprochene Mangel an

Beherbergungsbetrieben als auch gastronomischen Lokalitäten in der LEADER Region. Aufgrund dessen ist auch die Meinung der befragten Experten zu einem möglichen Wiederaufleben des Sommerfrische-Tourismus, dem auch ob der Corona-Situation grundsätzlich ein verstärktes Potenzial zugeschrieben wird, geteilt. Da die Dauer der Urlaubsreisen seit einigen Jahrzehnten konstant zurück geht, während parallel dazu die Nachfrage nach alternativen Tourismusformen ansteigt, erhält die Zusammenarbeit zwischen tourismusrelevanten Handlungsträgern eine zusätzliche Gewichtung (vgl. LAIMER 2015: 12).

Einige von LEADER initiierte Aktivitäten im Tourismusbereich des Triestingtals haben einen wesentlichen Beitrag zur eigenständigen und integrierten Regionalentwicklung geleistet. Mit der Reaktivierung des Pecher-Handwerks hat man einerseits ein wesentliches, endogenes Potenzial gehoben und andererseits die lokale Bevölkerung in sämtliche Aktivitäten eingebunden, wodurch nicht nur die multisektorale Zusammenarbeit angeregt, sondern auch ein ehemals dominanter Industriezweig neu aufbereitet und für den Tourismus attraktiviert wurde. Darüber hinaus wird der Erhalt der landschaftsbildenden Schwarzföhrenwälder gemäß dem NÖ-Naturschutzkonzept dadurch gefördert (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2015: 96). Ähnlich stellt es sich beim Projekt der umweltfreundlich produzierten Triestingtaler Hofgenüsse dar, das aus einer Vernetzungsveranstaltung der LEADER Region gemeinsam mit der Bezirksbauernkammer für Direktvermarkter hervorging (vgl. ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 o.J.a: 1-2).

Damit wurden auch wichtige Diversifizierungsmaßnahmen in der Landwirtschaft in Kombination mit Produktentwicklungen und der Vermarktung umgesetzt, was u.a. in der Hauptregionsstrategie Industrieviertel, dem LEK Niederösterreich und im Programm für ländliche Entwicklung (LE14-20) gefordert wird (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2004: 44; BMNT 2018: 20; NÖ.Regional.GmbH 2014: 17-18) Regionsmanagerin DI Anette Schawerda zufolge gebe es im Triestingtal mittlerweile einige starke Betriebe in der Direktvermarktung (vgl. SCHAWERDA 2020). Darüber hinaus wurden weitere regionale Entwicklungsprozesse in Form von erfolgreichen Projekten (wie die Araburg etc.) ausgestaltet. Das Triestingtal weist somit wesentliche Charakteristika einer eigenständigen und integrierten Regionalentwicklung auf (vgl. REVERMANN und

PETERMANN 2003: 45, 145). Wenn hier entsprechende Verknüpfungen mit dem Tourismus weiter vorangetrieben werden, kann eine zusätzliche Steigerung der regionalen Wertschöpfung zweifellos erreicht werden. Mit den von den Experten angesprochenen Vorhaben (u.a. ökologischer Badeteich in Pottenstein, Neunutzung der alten Bahntrasse ab Altenmarkt, Museum in Klein-Mariazell) stehen bereits weitere, potenzielle Touristenbringer ante portas, welche die gesamtregionale Fortentwicklung bereichern können.

Ein steigendes Bewusstsein für regionale Produkte, Natur und Nachhaltigkeit war vonseiten der verschiedenen Interviewpartner häufig zu vernehmen. Dies würde in Kombination mit den naturbetonenden, touristischen Möglichkeiten und der Teilhabe am Biosphärenpark Wienerwald auch dafür sprechen, das Konzept des Sanften bzw. Nachhaltigen Tourismus als Blaupause für die touristische Positionierung der Region heranzuziehen. Für die Erhaltung des Naturraums arbeitet man eng mit dem Biosphärenpark zusammen, welcher einen natur- und sozialverträglichen Tourismus forcieren möchte (vgl. Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH o.J.b). Andreas Purt vom Mostviertel Tourismus ortet allgemein ein steigendes Bewusstsein bei Touristen bezüglich Nachhaltigkeit und Regionalität. Er konstatiert, dass *„die Awareness für diese Themen einfach zugenommen hat. Naturnahe Angebote [...] erfreuen sich bei Städtern im Sommer immer größerer Beliebtheit, da in den Städten die Hitze oft unerträglich wird. Regionalität und authentische Angebote finden einen Zuspruch und werden angefragt" (PURT 2020).*

Als Herausforderungen für einen profitablen, nachhaltigen Tourismus stellen sich die regionsweite Uneinigkeit in der touristischen Ausrichtung sowie die mangelhafte öffentliche Erreichbarkeit von Teilen des - von den Experten als der touristisch interessante Part angesehenen - Oberen Triestingtals dar. Vor allem Letzteres konterkariert den Umwelt- und Naturschutzgedanken, der zu den wesentlichen Elementen eines sanften bzw. nachhaltigen Tourismus zählt (vgl. NEUMAIR, REHKLAU und SCHLESINGER 2019: 71). KAGERMEIER hält hingegen fest, dass es keinen vollständig nachhaltigen Zielzustand im Tourismus geben kann, weshalb es letztlich darum geht, den Nachhaltigkeitsprinzipien möglichst gut zu entsprechen (vgl. KAGERMEIER 2015: 175).

Mit den geplanten, elektrisch betriebenen Zügen bis Weissenbach würde ein großer Schritt gen umweltfreundliche Mobilität getan werden. Da derzeit jedoch im touristischen Bereich mit Ausnahme der Mountainbike-Strecken keine nennenswerte Kooperation zwischen LEADER Region und Biosphärenpark besteht, scheint man auf einen nachhaltigen Tourismus per se im Triestingtal auch nicht zwingend abzuzielen. Urlaube am Bauernhof beispielsweise werden ebenda momentan aufgrund von anderen Zugängen und Strukturen nicht näher verfolgt. Die Möglichkeit, einen attraktiven, sozial- und naturverträglichen Tourismus rund um den Biosphärenpark gemäß dem NÖ-Naturschutzkonzept zu praktizieren und auch zu vermarkten, ist aber anhand der genannten touristischen Möglichkeiten mit Sicherheit gegeben (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2015: 46). Die Vermarktung der Naturqualität kann im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung auch positive Effekte auf andere Wirtschaftszweige einer Region haben (vgl. BÖCHER 2009: 128-129).

8. Handlungsempfehlungen

Im regionalen Tourismus der LEADER-Region Triestingtal haben in den letzten Jahren gesamtheitlich betrachtet einige positive Entwicklungen stattgefunden. Dennoch ist nach Auswertung der empirischen Daten der Eindruck entstanden, dass noch um einiges mehr möglich wäre. Im Folgenden werden daher verschiedenste Empfehlungen dargebracht, die nach Analyse der gesammelten Daten umgesetzt werden könnten.

Das Thema touristische Vermarktung der Region wird kontrovers diskutiert und ist aktuell wohl mit die größte Problemzone. Die von sämtlichen Experten angesprochene Inhomogenität der Mitgliedsgemeinden ist hierbei mit Sicherheit ein limitierender Faktor, der allerdings durch die Zusammenstellung des LEADER-Teilraums so hinzunehmen ist. Innerhalb des bereits angelaufenen Projekts „Touristische Marketingmaßnahmen" sollte man sich unbedingt mit folgenden Fragen bzw. Marketing-Schritten nach FREYER auseinandersetzen:

- Wo steht die Region (Triestingtal) touristisch? (Informations-Marketing)
- Wo will man als Region hin? (Strategisches Marketing)
- Was kann unternommen werden? (Taktisches Marketing)
- Welche Maßnahmen können gesetzt werden? (Marketing-Implementierung)
- Ist man am Ziel angekommen? (Marketing-Controlling)

(vgl. FREYER 2015: 411)

Eine Möglichkeit, sich touristisch künftig besser profilieren zu können, wäre eine Nachschärfung der Marke „Triestingtal". Die Stärkung von kleinregionaler Identität und Marketing ist ohnehin - wenn auch nicht spezifisch auf den Tourismus bezogen - ein Schwerpunkt in der Kleinregionsstrategie (vgl. NÖ.Regional.GmbH 2018: 9). Da kein typisches identitätsstiftendes Merkmal ausgemacht werden konnte, das für die gesamte Region Gültigkeit besitzt, stellt die unheimlich vielfältige Naturlandschaft eine Charakteristik dar, die das Triestingtal im Gesamten vereint. Eine Marke ist ein Produkt, das ein Konsument bei einem bestimmten Bedürfnis sofort mit diesem assoziiert und bei gleichbleibender bzw. sich verbessernder Qualität zu Wiederholungskäufen führen kann (vgl. MUNDT 2013: 362, 365). Eine mögliche,

adaptierte und aussagekräftige Marke könnte daher lauten: **„Triestingtal - Naturerlebnis. Erfrischend. Phänomenal."** Hiermit könnte zum einen die facettenreiche Naturkulisse des Triestingtals stärker nach außen präsentiert werden, während zum anderen Aktivurlauber und Erholungssuchende noch expliziter angesprochen und der Individualtourismus dadurch gestärkt werden könnten. Die Markenentwicklung kann für den Tourismus auf regionaler Ebene eine signifikante Variable sein, wie auch Obmann Ing. Kurt Wittmann von der Kleinregion Pielachtal, eine Vorzeigeregion für Sanften Tourismus in Europa, preisgibt:
„Der Vorteil vom Pielachtal ist einfach, dass wir diese Kleinregion haben, das Dirndltal, wo man über zwanzig Jahre lang eine Markenentwicklung gemacht und forciert hat und dadurch das Tal sehr bekannt wurde - über die Dirndl, die Dirndlkirtage und weitere Aktivitäten - und das natürlich einen touristischen Einfluss hat" (WITTMANN 2020).

Die vielfach erwähnte Sommerfrische wird von mehreren regionalen Akteuren als touristischer Potenzialfaktor gesehen und sollte auch ein Thema sein, das nicht zuletzt wegen der Auswirkungen der Corona-Krise - wenn auch in adaptierter Form - wieder vermehrt zu diskutieren ist. Die klassische Sommerfrische, wie sie Ende des 19. Jahrhunderts in Form von ein- bis zweiwöchigen Urlaubsaufenthalten auf dem Land praktiziert wurde, ist angesichts der Entwicklungen von Urlaubsreisen wohl nicht mehr zeitgemäß. Die derzeitige regionale Beherbergungsstruktur ist darüber hinaus nicht für längere Aufenthalte ausgelegt. Für Wochenend- bzw. Kurzurlaube in der Natur ist das Triestingtal aber gerade durch die Nähe zum Hitze-Hotspot Wien prädestiniert.

Als Teil des Biosphärenparks Wienerwald und mit den zahlreichen naturverträglichen, touristischen Angebotsformen wie Radfahren oder Wandern oder auch den Themenwegen kann man einen naturnahen Tourismus dementsprechend propagieren, zumal die Thematik immer mehr an Bedeutung gewinnt. Auch in puncto Nachhaltigkeit braucht man sich als Region nicht zu verstecken. Mit der geplanten Umstellung der Triestingtalbahn auf E-Motoren gelingt ein großer Schritt in Sachen Nachhaltiger Mobilität. Die Bahn-Anbindung zwischen Leobersdorf und Weissenbach ist gerade für potenzielle Touristen, die mehrere Tage in der Gegend verweilen würden, absolut akzeptabel. Mit dem Triesting-Gölsental-Radweg verläuft weiters

eine der wichtigsten und am besten vernetzten Radrouten Niederösterreichs durch die gesamte LEADER Region bzw. den Großteil der Mitgliedsgemeinden. Das Thema Radfahren wird durch das Aufkommen der E-Bikes immer wichtiger. Zusätzlich wurden mit dem Biosphärenpark, einer Modellregion für Nachhaltigkeit, zertifizierte Mountainbike-Strecken entwickelt. Der Faktor Regionalität wurde nicht zuletzt durch die Hofgenüsse- und Pecher-Produkte massiv aufgewertet. Dass die Nachfrage für derartige Reiseerlebnisse immer mehr zunimmt, wurde im Rahmen dieser Arbeit hinlänglich erörtert. Wichtig wäre hierbei in jedem Fall, den Dialog mit Unterkünften und Gastronomie zu suchen. Mit den gastronomischen Betrieben sollten im Allgemeinen Gespräche bezüglich besser aufeinander abgestimmter Öffnungszeiten geführt werden. Mit Beherbergen könnte man auch Gespräche über Shuttledienste für Gäste von und zu den Bahnhöfen der Triestingtalbahn aufnehmen.

Klar ist jedoch, dass zunächst die Zusammenarbeit im Tourismusbereich zwischen den Gemeinden stimmen muss, wenn man langfristig einen erfolgreichen Tourismus in einer Kleinregion wie dem Triestingtal praktizieren will. Ing. Kurt Wittmann, selbst Bürgermeister von Rabenstein im Pielachtal, verdeutlicht dies:
„Wenn man Gemeinden dabei hat, die nur auf sich selbst schauen, nur auf den eigenen Vorteil, dann funktioniert's nicht. Wenn die Bürgermeister nicht bereit sind zusammenzuarbeiten, dann geht's nicht. Da können sich dann vielleicht zwei, drei Betriebe zusammentun und miteinander Werbung machen. Aber wenn das nicht wirklich etwas ist, das sich jeder anschauen will, dann floppt das über kurz oder lang, weil es keiner stemmt. Dass die Gemeinden zusammenarbeiten, ist das Um und Auf" (WITTMANN 2020).

Eine Option, um die touristische Gemeinschaftsarbeit auf Gemeinde-Ebene stärker bündeln zu können, wäre die Einrichtung eines Tourismusverbandes (mit zuständigem Tourismusobmann) im Triestingtal, welcher als Teil des Wienerwald Tourismus vor Ort agiert. Tourismusverbände werden auch im ÖREK als vorteilhaftes Instrument für einen wertschöpfungsstarken Tourismus dargestellt (vgl. ÖROK 2011: 43). Über den Verband könnten sich jene Gemeinden, die den regionalen Tourismus aktiv forcieren wollen, zusammenschließen und die touristischen Aktivitäten mitunter besser vermarkten. Ing. Kurt Wittmann erklärt

diesbezüglich: *„In einem Tourismusverband gibt's nur einen Gewinner, und das ist der Verband, jede einzelne Gemeinde" (WITTMANN 2020).*

Eine andere Möglichkeit wäre die Bildung einer Strategiegruppe für eine koordinierte Angebotsentwicklung, die ein bis zwei Mal im Monat tagt. Hier sollten Vertreter von Tourismusdestination, LEADER, Gemeinden, Betrieben und Vereinen, welche allesamt den regionalen Tourismus weiterentwickeln wollen und sich bereits in tourismusrelevanten Aktivitäten engagieren, gebündelt werden. Die Experteninterviews zeigten, dass viele Ideen und Visionen vorhanden sind, die es allerdings auch zu vernetzen gilt. Sieht man sich die unterschiedlichen Projekte und Entwicklungen in den letzten Jahren an, ist die Chance groß, dass die wichtigsten Bereiche Naturerlebnis und sportliche Aktivitäten wie auch Kultur und Handwerk abgedeckt werden können. Ein besonderes Augenmerk sollte auf der Förderung der sämtlichen, ehrenamtlich betriebenen Vereine liegen, die in den letzten Jahren wesentliche Impulse im touristischen Tätigkeitsbereich gesetzt haben und häufig in ihren Ressourcen begrenzt sind. Auch ein starkes Netzwerk zwischen den Betrieben ist erforderlich, um innovative Angebote an touristischen Dienstleistungen entwickeln zu können (vgl. BMNT 2018: 58). Durch eine Forcierung der Angebotsvernetzung kann es gelingen, die touristischen Stärken des Triestingtal weiterzuentwickeln.

Besonders im Tagestourismus wäre eine partnerschaftliche, multisektorale Angebotsentwicklung aufgrund der vorhandenen Potenziale wichtig. Vor allem als Individualgast ist es derzeit schwierig, das touristische Angebot der Region vollends nutzen zu können. Insbesondere die Problematik der eingeschränkten Öffnungszeiten kultureller Einrichtungen - und zum Teil auch der Gastronomie - wurde von den Experten angesprochen bzw. im Falle der Museen sichtbar. Nachfolgend wird daher die Idee von „gemeinsamen Wochenenden" in der LEADER Region aufgegriffen und konkretisiert.

„Genussbetriebe geschlossen geöffnet: Die Triestingtaler Hofgenüsse-Wochenenden":

Ausflugsmöglichkeiten im Triestingtal gibt es regionsweit zur Genüge und werden auch gut genutzt. Im Trend liegen ebenso regionale Produkte, welche von 16 Betrieben quer durch die Region unter dem Dach der Triestingtaler Hofgenüsse

vermarktet werden. Um einerseits den Bekanntheitsgrad der Spezialitäten und andererseits die regionale Wertschöpfung aus dem Tagestourismus (und mitunter sogar des Kurznächtigungs-Tourismus) zu erhöhen, könnten an ausgewählten Wochenenden während des Sommerhalbjahres alle beteiligten Betriebe ihre Pforten öffnen. In diesem Zusammenhang könnte man tagsüber auch mehrere Hof-Führungen anbieten (was aktuell bei einzelnen Betrieben bereits fallweise praktiziert wird) und Interessierten die Herstellungsprozesse näher bringen. Hierdurch könnte auch eine Nachhaltigkeits-Kompetenz ideal sichtbar werden. Einige Betriebe befinden sich unweit des Triesting-Gölsental-Radweges und von Wanderrouten. Somit könnten Wanderer, Radfahrer, Kletterer oder im Allgemeinen Naturliebhaber Ausflüge ins Triestingtal mit dem Konsum regionaler Produkte bestens verbinden. Über den Wienerwald Tourismus könnte eine Vermarktung der gemeinsamen Wochenenden erfolgen. Auch eine eigene Website der Triestingtaler Hofgenüsse wäre erstrebenswert.

„Kulturerbe a(ttra)ktiv erleben: Die Triestingtaler Kulturwochenenden":

Ähnlich zu den Hofgenüsse-Wochenenden könnte man auch im Kulturbereich an gemeinsamen Wochenend-Terminen arbeiten, wo alle regionalen kulturellen Einrichtungen ganztags geöffnet haben und laufend Besucher-Führungen anbieten. Damit soll Individualgästen eine ansprechende Möglichkeit gegeben werden, beispielsweise eine Wanderung mit einem Museumsbesuch oder einer Führung durch eine der Wallfahrtskirchen kombinieren zu können. Dies ist momentan zwar prinzipiell möglich, allerdings aufgrund der eingeschränkten Öffnungszeiten und Führungsmöglichkeiten nur in einem sehr begrenzten Ausmaß. Allgemein könnten dadurch kulturinteressierte Einzelgäste konkreter angesprochen werden. Weiters könnte man einen einheitlichen Museums-Voucher konzipieren, der zum Eintritt in alle Museen des Triestingtals während des jeweiligen Wochenendes berechtigt. Ähnliche Wochenend-Voucher wären auch für die Wallfahrtskirchen bzw. dortige Führungen möglich. Zudem könnte hier der Klosterladen in Klein-Mariazell durch Produkt-Stände vor den weiteren Wallfahrtskirchen eingebunden werden. Um auch dem Nachhaltigkeitsgedanken Rechnung zu tragen, wären Kombinationen der genannten Voucher mit einem Bahnticket (z.B. Tagesticket Leobersdorf - Weissenbach) und Shuttlebussen (z.B. zwischen Berndorf und Hernstein bzw. zwischen Weissenbach und den Wallfahrtskirchen Altenmarkts) denkbar. Einzelne

Programmpunkte wie zum Beispiel ein „Schau-Pechen" beim Pechermuseum oder Führungen entlang vom „Weg des Harzes" könnten das Angebot abrunden.

Des Weiteren sollten **gemeindeübergreifende Events entlang des Triesting-Gölsental-Radweges** geprüft werden. Gastronomische Betriebe könnten entlang eines festgelegten Streckenabschnitts - idealerweise ein Abschnitt mit mehreren Rastmöglichkeiten - mit temporären Ständen eingebunden werden und kulinarische Spezialitäten aus der Region bereitstellen. So könnten beispielsweise regionale Säfte ausgeschenkt oder Most und Weine zur Verkostung für die Ausflügler offeriert werden. Auch Imbissstände mit SchmankerIn aus heimischen Erzeugnissen würden höchstwahrscheinlich Anklang bei sportlich Ambitionierten finden. Mit Produktständen der Triestingtaler Hofgenüsse, der KEAföhrenen und des Klosterladens Klein-Mariazell könnte wiederum eine Brücke zur kleinregionalen Wirtschaft geschlagen werden. Durch Kooperationen mit den KEAföhrenen, der Araburger Living History-Gruppe oder dem Verein Symposion Lindabrunn könnten verschiedene Programmpunkte ausgearbeitet werden. Eine Schaupecherei, szenarische Darstellungen der Living History-Gruppe oder künstlerische Darbietungen des Symposion-Vereins würden das Event für Familien attraktivieren. Neben einer dadurch generierten Steigerung des Tagesausflügler-Aufkommens könnte auch die Zahl an Rad-Ausleihen an den vier Standorten innerhalb des Triestingtals angekurbelt werden. Die bisher nicht erfolgte Erneuerung der Website „www.triesting-goelsentalradweg.at" sollte für eine bessere Vermarktung des Radweges insgesamt nachgeholt werden. Im besten Fall kann mit der Durchführung derartiger Veranstaltungen und der dargebrachten Themen-Wochenenden zusätzlich der Wochenendtourismus angekurbelt werden.

Die Kultur ist ebenso wie die vielfältige Natur ein wichtiges Element im Triestingtal, allerdings innerhalb der LEADER Region zu unterschiedlich ausgeprägt, um eine gemeinsame identitätsstiftende Marke daraus entwickeln zu können. So ist beispielsweise das Pecher-Handwerk ausschließlich ein Symbol für das Gebiet rund um Hernstein, die Industriekultur vorwiegend nur für das Mittlere Triestingtal und die kulturhistorischen Wallfahrerkirchen sind auf das Obere Triestingtal beschränkt. Um somit reine Kulturtouristen anzusprechen, scheinen hier einzelne Angebotsentwicklungen- und Kombinationen sinnvoller. Das historisches Erbe und

die regionale Kultur sollten in der Angebotsentwicklung und Vermarktung verstärkt eingesetzt werden (vgl. Österreich Werbung 2012: 6-7). Während die oben genannten Kulturwochenenden bzw. Events auf Individualgäste abzielen, könnten für Gruppen verschiedene Busreise-Offerten erstellt werden. FREYER sieht im Tourismus ein steigendes Interesse an Busreisen, das durch den Trend in Richtung Kurzurlaubsreisen künftig noch verstärkt werden könnte (vgl. FREYER 2015: 204). Im Folgenden werden einzelne Ideen für Gruppenbus-Reisen vorgestellt:

„Ein Tal mit Stil und Pech - UNESCO Kulturerbe und Industriedenkmäler des Triestingtals":

Programm: Abfahrt in der Früh von Wien ins Triestingtal - Stadtführung Berndorf: Besichtigung von Stadttheater, Krupp Museum, Margaretenkirche, Berndorfer Stilklassen - Mittagessen im Raum Berndorf/Hernstein - Weiterfahrt und Führung durch das Pechermuseum und den Pecherlehrpfad in Hernstein - im Anschluss Pecherjause beim Heurigenbetrieb Zigeuner in Neusiedl (Gemeinde Hernstein) - Rückreise nach Wien

Inkludierte Leistungen: Busfahrt, alle Eintritte und Führungen, Pecherjause

Mittagessen ist nicht im Preis inkludiert

„Das Heilige Tal - Wallfahrts-Schätze des Triestingtals":

Programm: Abfahrt in der Früh von Wien - Besichtigung der Wallfahrtskirchen Hafnerberg, Altenmarkt und der Basilika Klein-Mariazell (mit Johann Bergl-Garten) inkl. Führungen - Mittagessen beim Kirchenwirt Klein-Mariazell - Weiterfahrt und Besichtigung der Wallfahrtskirchen St. Corona am Schöpfl, Thenneberg und Maria Trost im Elend (Pottenstein) inkl. Führungen - Weiterfahrt nach Leobersdorf mit Stopp beim Heilsamen Brunnen - Einkehr bei einem Heuriger im Raum Leobersdorf - Rückreise nach Wien

Inkludierte Leistungen: Busfahrt, alle Eintritte und Führungen

Mahlzeiten sind nicht im Preis inkludiert

„Industrieschätze, Kulturjuwele, Regionshistorie: Highlights des Triestingtals":

Programm: Abfahrt in der Früh von Wien - Stadtführung Berndorf: Besichtigung von Stadttheater, Krupp Museum, Margaretenkirche, Berndorfer Stilklassen - Mittagessen in Berndorf - Weiterfahrt zur Burg Neuhaus mit kurzer Besichtigung - im Anschluss

Besuch und Führung durch das Triestingtaler Heimatmuseum in Weissenbach - Weiterfahrt zur Basilika Klein-Mariazell mit kurzer Führung - Rückreise via Hafnerberg (kurzer Stopp bei der Wallfahrtskirche) nach Wien
Inkludierte Leistungen: Busfahrt, alle Eintritte und Führungen
Mittagessen ist nicht im Preis inkludiert

„Mystisch, kulturhistorisch, wildromantisch: Entdeckerreise durch das Obere Triestingtal":
Programm: Abfahrt in der Früh von Wien - kurzer Stopp bei der Burg Neuhaus - Weiterfahrt nach Klein-Mariazell mit kurzer Besichtigung der Basilika - im Anschluss Fahrt nach Kaumberg und Besteigung der Araburg (etwa 30 Minuten Gehzeit vom Parkplatz Laabachtal) - Besuch des Museums Szenarium Araburg und anschließendes Mittagessen im Araburgstüberl - nach dem Mittagessen Abstieg und Weiterfahrt mit Stopp beim Heimatmuseum Kaumberg inkl. kurzer Führung - Rückreise via Hafnerberg (kurzer Stopp bei der Wallfahrtskirche) nach Wien
Inkludierte Leistungen: Busfahrt, alle Eintritte und Führungen
Mittagessen ist nicht im Preis inkludiert

Die vorgestellten Angebote können als Blaupause für mögliche Tages- und Halbtages-Gruppenbusreisen gesehen werden. Derartige Packages bieten den Vorteil, dass kulturell Interessierte die vielen verschiedenen Facetten des Triestingtals in kurzer Zeit zu sehen bekommen und über die einzelnen Attraktionen bestens informiert würden. Die Programme in den jeweiligen Packages sollten von der Intensität her auch für ältere Personen gut absolvierbar sein, auf welchen angesichts des vorhandenen Interesses an den regionalen Kultureinrichtungen auch das Hauptaugenmerk liegen sollte. Mit den Mahlzeiten vor Ort soll die regionale Gastronomie gestärkt werden, die durch eine derartige Einbindung in touristische Angebote wieder stärker für den Fremdenverkehr zu begeistern sein könnte. Mit durchschnittlich 12,40 Euro geben Tagesausflügler in Niederösterreich am meisten (rund ein Drittel der Gesamtausgaben) für Gasthaus- und Restaurantbesuche aus (vgl. MANOVA GmbH 2018: 9). Im Fall der Basilika in Klein-Mariazell würde es zudem Sinn machen, den Klosterladen an den jeweiligen Terminen zu öffnen. Als Ausgangspunkt der Busreisen wurde Wien ob des wohl größten touristischen Potenzials gewählt.

Um solche Angebots-Pakete realisieren zu können, sind zunächst verschiedenste Kooperationen - speziell zwischen den betreffenden Gemeinden - notwendig. Für die terminliche Koordination der entsprechenden Führungen bedarf es einer Vernetzung mit Museumsbetreibern, Pfarren und zuständigen Vereinen (u.a. Verein für Kultur und Denkmalpflege im oberen Triestingtal). Von Vorteil ist, dass das Tourismusbüro Berndorf mit den Tages- und Halbtagesprogrammen innerhalb der Stadtgemeinde ähnliche Pakete bereits anbietet, die auch von Busunternehmen gerne in Anspruch genommen werden. Das Tourismusbüro ist somit als potenzieller Organisator und Koordinator sehr gut vorstellbar. Möglicherweise könnten derartige Angebotsentwicklungen auch im Rahmen eines LEADER-Projekts in der kommenden Förderperiode 2021 bis 2027 unter der Obhut des Wienerwald Tourismus umgesetzt werden.

Mit den in diesem Kapitel dargestellten, potenziellen Angeboten würden auch die von der Tourismusstrategie Niederösterreich vorgegebenen Kompetenzfelder und Stoßrichtungen gut abgedeckt werden können (vgl. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung 2017a: 14-18, 21).

9. Beantwortung der Forschungsfragen

Nachfolgend werden die einzelnen Forschungsfragen, die im Vorfeld dieser Arbeit formuliert wurden, durch die gewonnenen Erkenntnisse erörtert.

Inwiefern kann der Tages- und Wochenendtourismus in der LEADER Region Triestingtal als bedeutsamer Faktor der Regionalentwicklung angesehen werden? Sind hierbei innerregionale Unterschiede in der Wertigkeit des Tourismus auszumachen?

Insbesondere der Tagestourismus kann als ein Faktor der Regionalentwicklung im Triestingtal betrachtet werden, wobei innerhalb der Region deutliche Unterschiede in dessen Stellenwert erkennbar sind. Für ländliche Gemeinden wie Kaumberg oder Altenmarkt ist der Ausflugstourismus eine wesentliche Wertschöpfungs-Komponente aufgrund von fehlenden Industriebetrieben. In Berndorf ist der Tagestourismus nicht zuletzt wegen der sehenswerten Industriedenkmäler eine bedeutsame Einnahmequelle. In Durchzugsgemeinden wie Pottenstein oder im Unteren Triestingtal spielt der Tourismus im Allgemeinen ob der fehlenden Attraktionen hingegen so gut wie keine Rolle. Ein ökonomisch bedeutender Wochenend- bzw. Kurzurlaubstourismus ist vorwiegend nur entlang der Via Sacra durch die Wallfahrer gegeben, ansonsten eher schwach ausgeprägt. Der Pilgertourismus innerhalb der Region wurde in der jüngeren Vergangenheit aber immer wichtiger. Während der Berndorfer Sommerfestspiele ist der Kurznächtigungstourismus auch in der Stadtgemeinde von erhöhter Relevanz. Betrachtet man den Zulauf einzelner Touristenziele (z.B. Berndorfer Stilklassen, Peilstein, Wallfahrerwege), kann der Tages- und Wochenendtourismus indes als Push-Faktor der regionalen Entwicklung gesehen werden. Gerade die jüngsten Weiterentwicklungen der tagestouristischen Infrastruktur können zu einer positiven, gesamtregionalen Entwicklung beitragen.

Inwiefern korreliert die touristische Entwicklung der LEADER Region mit den in der LES formulierten Zielen sowie relevanten, übergeordneten Konzepten der Raumentwicklung bzw. aktuellen touristischen Trends?

Die touristische Entwicklung in der LEADER-Region Triestingtal weist vor allem insofern eine Korrelation zu relevanten Konzepten aus Tourismus und

Raumentwicklung auf, als einige in den Theoriepapiern verankerte Punkte in Form von LEADER-Projekten aufgegriffen und erfolgreich umgesetzt wurden. Hervorzuheben sind praktizierte Aktivitäten zur Förderung der eigenen Potenziale (z.B. Pecherei), zum Ausbau der touristischen Infrastruktur (u.a. entlang des Triesting-Gölsental-Radwegs, Via Sacra-Wegeoptimierung), verstärkte Kooperationen zwischen Tourismus und anderen Wirtschaftszweigen (z.B. zur Kultur - Burg Neuhaus, Araburg), die Pflege von Kulturlandschaft und kulturellem Erbe (Revitalisierungen historischer Bauten in Altenmarkt) sowie Diversifizierungsmaßnahmen in der Landwirtschaft in Kombination mit Produktentwicklungen (Hofgenüsse). Im Bereich des für Niederösterreich signifikanten Ausflugstourismus konnten neue und touristisch interessante Attraktionen geschaffen werden (wiederum Araburg-Umbau, Revitalisierung der Basilika Klein-Mariazell etc.), welche die Wertschöpfung entsprechend steigern können. Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit wurden durch die Zusammenarbeit mit dem Biosphärenpark Wienerwald intensiviert. Die Entwicklung und Vermarktung innovativer touristischer Angebote ist hingegen als wenig zufriedenstellend zu beurteilen. Im Vergleich zu Land und Bund stiegen die Nächtigungen im Triestingtal zuletzt ebenso an. Die steigende Bedeutung von Naturerlebnis und Aktivreisenden wird auch von Experten in der LEADER-Region wahrgenommen und zeigt sich beispielsweise anhand des deutlich gestiegenen Besucheraufkommens am Peilstein.

Wo liegen die Chancen und Potenziale für eine (weitere) Attraktivitätssteigerung des regionalen Tages- und Wochenendtourismus?

Große Chancen diesbezüglich bietet die in den vergangenen Jahren kontinuierlich verbesserte touristische Infrastruktur im Triestingtal, auf die man nun aufbauen kann. Punktuelle Attraktivierungsmaßnahmen bei beliebten Ausflugszielen, wie sie zum Beispiel durch die Schaffung des Themenweges am Peilstein (bereits 2013) oder die Neugestaltung der Araburg realisiert wurden, können die Frequenz an Tagestouristen weiter steigern. Mit den geplanten Projekten in Klein-Mariazell (Museum, Veranstaltungslocation), Hafnerberg (Schatzkammer), Pottenstein (ökologischer Badeteich) oder Altenmarkt (Umgestaltung der alten Bahntrasse) wird das bestehende Angebot an Ausflugszielen und kulturellen Zielgebieten in den kommenden Jahren gut ergänzt. Das Bewusstsein für die eigenen Stärken,

Regionalität und Nachhaltigkeit vonseiten der regionalen Akteure hat zugenommen und wird vermehrt in konkreten, tourismusrelevanten Vorhaben ausgestaltet. Das vorhandene Asset an touristischen Nutzungsformen ist eine vielversprechende Grundlage, die auch den touristischen Zeitgeist sehr gut trifft. Der vielfältig nutzbare Naturraum ist im Gesamten ein Potenzial, das der Region bei einer entsprechenden Gemeinschaftsarbeit und Vermarktung ausgezeichnete Möglichkeiten verschafft, nicht nur die Zahl der Ausflügler, sondern auch jene der Kurzurlauber in naher Zukunft auszubauen. Durch die Corona-Entwicklungen und die allgemeinen Reisetrends in Österreich eröffnen sich dem Triestingtal auch erhöhte extrinsische Steigerungschancen.

Welche Maßnahmen können seitens der regionalen Akteure getroffen werden, um den Tourismus im Allgemeinen in der LEADER Region Triestingtal langfristig ankurbeln zu können?

Vonseiten der regionalen Akteure wäre es zunächst essenziell, eine optimierte Struktur für die touristische Zusammenarbeit zu schaffen und die dahingehende, bestehende Ambivalenz innerhalb des Triestingtals zu beseitigen. Die Bildung eines Tourismusverbands oder einer Strategiegruppe sind mögliche Ansätze, um effizientere, gemeindeübergreifende Kooperationen im Tourismusbereich zu etablieren. Ein wichtiger Schritt wäre in weiterer Folge herauszuarbeiten, wie man sich als Region langfristig touristisch positionieren will, beispielsweise in Form eines Tourismuskonzepts mit festgelegten Zielen. Das Propagieren eines natur- und sozialverträglichen Tourismus erscheint angesichts der Gegebenheiten und Potenziale als naheliegend und sinnvoll. Das Thema Markenentwicklung kann hierbei eine signifikante Rolle in der Außendarstellung der Region spielen. Mittels zielgruppenorientierten Angebotsentwicklungen kann zusätzlich einerseits das touristische Aufkommen gesteigert und andererseits ein neuer Reiz in der Zusammenarbeit mit Betrieben, Gastronomie und Vereinen gesetzt werden. Die Konsultation von außenstehenden Experten im Bereich Tourismus und Marketing könnte diesbezüglich für Inputs sorgen. Die Durchführung von weiteren LEADER-Projekten im touristischen Bereich, wie es jüngst bereits erfolgreich praktiziert wurde, kann die Gesamtentwicklung wesentlich fördern.

10. Zusammenfassung und Ausblick

Das vorrangige Ziel dieser Arbeit bestand darin, die jüngeren Entwicklungen des Tourismus in der LEADER-Region Triestingtal hinsichtlich einer positiven gesamtregionalen Entwicklung zu untersuchen und dabei mögliche Optimierungsmaßnahmen für einen langfristigen touristischen Mehrwert herauszuarbeiten. Der Schwerpunkt lag dabei auf dem Tages- sowie dem Wochenend- bzw. Kurzurlaubstourismus, auf welchen gemäß der Lokalen Entwicklungsstrategie ein Hauptaugenmerk im regionalen Tourismus zur Steigerung der Wertschöpfung liegt. Als theoretische Grundlagen dienten zum einen die Ansätze zur eigenständigen und integrierten Regionalentwicklung sowie verschiedenste tourismusrelevante Konzepte bzw. Strategiepapiere aus der Raumentwicklung von Land und Bund. Zum anderen wurde auf theoretische Ansätze zum Tourismus in ländlichen Räumen sowie aktuelle Trends aus der Tourismusforschung zurückgegriffen. Unter Berücksichtigung sämtlicher Entwicklungen und Faktoren sollte eruiert werden, welche Tourismusformen in der LEADER Region erstrebenswert und am profitabelsten erscheinen. In diesem Zusammenhang wurde auch Bezug auf die Konzepte des Sanften und Nachhaltigen Tourismus genommen.

Die Regionalentwicklung im Allgemeinen zielt auf eine positive bzw. als wünschenswert angesehene Ordnung bzw. Veränderung in einem bestimmten Gebiet ab, wobei dies ökologische, ästhetische oder gesellschaftliche Entwicklungen bzw. verbesserte Wirtschafts- und Lebensbedingungen betreffen kann (vgl. HEINTEL 2018: 2008-2009). In dieser Hinsicht ist die touristische Entwicklung in der LEADER Region Triestingtal in den letzten Jahren zweifelsohne als positiv zu bewerten. Die touristische Infrastruktur konnte durch zahlreiche Attraktivierungsmaßnahmen aufgewertet werden, welche nicht selten durch die enge Gemeinschaftsarbeit zwischen regionalen Akteuren als auch erfolgreiche Bottom up-Prozesse realisiert wurden. LEADER ist bzw. war in die wichtigsten tourismusrelevanten Projekte involviert und kann daher als ein Motor in den Entwicklungsprozessen des Triestingtals sowie in der Förderung von regionaler Eigenständigkeit angesehen werden. Speziell in den Schwerpunktbereichen Radfahren, Wandern, Pilgern und Kultur konnten durch Regional Governance-basierte, integrierte Prozesse wertvolle Impulse gesetzt werden. Weiters war sichtbar, dass in der touristischen Entwicklung

wichtige in den Strategiepapiern verankerte Ziele aufgegriffen und umgesetzt wurden.

Der Tagestourismus im Speziellen hat sich im Rahmen der Erhebungen als jene Form des Tourismus herauskristallisiert, die bei Berücksichtigung aller gewonnener Erkenntnisse derzeit am besten geeignet für das Triestingtal erscheint und wirtschaftlich das größte Potenzial aufweist. Gerade wegen der initiierten Projekte, der Wien-Nähe und dem hohen Stellenwert des Ausflugstourismus in Niederösterreich kann Letzterer die Rolle eines Zugpferds in der regionalen Fortentwicklung einnehmen. Der tagestouristische Mehrwert ist aktuell allerdings innerregional sehr differenziert ausgeprägt. Der Kurzurlaubstourismus ist - mit Ausnahme des Pilgertourismus in einzelnen Teilen der Region - momentan (noch) kein Faktor, der im Triestingtal von großer ökonomischer Bedeutung ist, was insbesondere mit der schwach ausgeprägten Beherbergungsstruktur zusammenhängt. Ein entsprechendes Steigerungs-Potenzial ist hier gegeben, jedoch wird die Ausschöpfung von mehreren Variablen abhängig sein.

Im Endeffekt wird die weitere touristische Entwicklung in der LEADER Region Triestingtal primär davon abhängen, wie man sich auf lange Sicht positionieren kann und will. Die derzeit bestehenden Strukturen bergen die Gefahr, dass das bestehende Angebot womöglich unter dem Radar bleibt und Konkurrenz-Regionen einen Wettbewerbsvorteil daraus ziehen. Wenn man es schafft, durch optimierte Formen der Zusammenarbeit die gemeindeübergreifenden Kooperationen zu stärken sowie Betriebe und Gastronomie mit ins Boot zu holen, kann mittel- bis langfristig ein wertschöpfungsstarker Tourismus praktiziert werden. Die im Grunde gute Vernetzung innerhalb der LEADER Region, ein starker Partner wie der Wienerwald Tourismus, ein ausgeprägtes wie engagiertes Vereinswesen als auch viele Projektideen und Visionen bilden eine mehr als solide Basis hierfür.

Sowohl der Tages- als auch der Wochenendtourismus bieten Gelegenheiten, die Wertschöpfung durch kluge Angebotsentwicklungen zu erhöhen. Hier besitzt man nicht zuletzt mit dem aufregenden, kulturellen Erbe viele Möglichkeiten zur Verwertung. Das Thema Natur ist mit Sicherheit ein Faktor, der als verbindendes regionales Element in den touristischen Vermarktungsaktivitäten noch eine verstärkte

Gewichtung erhalten kann und sollte. Ein natur- und sozialverträglicher Tourismus, der sich im Triestingtal nach den gewonnenen Kenntnissen als umsetzbar erweist, ist bei Urlaubern stärker denn je gefragt und bietet durch die Corona-Krise unerwartete Chancen, die Sommerfrische in abgeschwächter Form zurück ins Triestingtal zu bringen. Auf der anderen Seite bringt ebendiese Pandemie viele Ungewissheiten für die gesamte Tourismusbranche mit sich, welche möglicherweise auch die LEADER Region nachhaltig schädigen können, derzeit aber noch nicht absehbar sind.

11. Literaturverzeichnis

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2004): Strategie Niederösterreich. Landesentwicklungskonzept. - St. Pölten.

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2015): Naturschutzkonzept Niederösterreich. - St. Pölten.

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2017a): Tourismusstrategie Niederösterreich 2020. - St. Pölten.

ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 (o.J.a): Triestingtaler Hofgenüsse. Initiativen in der Direktvermarktung; https://www.zukunftsraumland.at/pdf.php?inc=project&id=2422 (07.06.2020).

ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.) (2018): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover.

BAUER S. (2018): Agrarplanung. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 49-54.

BAUER-WOLF S., PAYER H. und SCHEER G. (Hrsg.) (2008): Erfolgreich durch Netzwerkkompetenz. Handbuch für Regionalentwicklung. - Wien.

BENZ A. und KILPER H. (2018): Governance. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 857-865.

BIEKER S. (2004): Kooperative Stadt-Region 2030. Forschungsergebnisse. - Braunschweig; https://doi.org/10.2314/GBV:483142603.

Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH (2015): Biosphärenpark Wienerwald - Natur, Wandern und Genuss. Zwischen Altenmarkt und Kahlenberg;

https://www.bpww.at/sites/default/files/download_files/BPWW-Wanderbuch-web.pdf (07.06.2020).

BLEIFUß A. (2012): Der nachhaltige Tourist - Eine Utopie? Zur Situation nachhaltiger Reiseformen auf dem deutschen Pauschalreisemarkt. - Hamburg.

BÖCHER M. (2009): Faktoren für den Erfolg einer nachhaltigen und integrierten ländlichen Regionalentwicklung.- In: FRIEDEL R. und SPINDLER E.A. (Hrsg.): Nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. Chancenverbesserung durch Innovation und Traditionspflege. - Wiesbaden, 127-138.

BÖCHER M., KROTT M. und TRÄNKNER S. (Hrsg.) (2008): Regional Governance und integrierte ländliche Entwicklung. Ergebnisse der Begleitforschung zum Modell- und Demonstrationsvorhaben "Regionen Aktiv". - Wiesbaden.

BMLRT (Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus) (Hrsg.) (2019): Stärkung der Regionen; online 31.07.2019, https://www.bmlrt.gv.at/land/laendl_entwicklung/leader/LE2020-Regionen.html (06.06.2020).

BMNT (Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus) (Hrsg.) (2018): Das österreichische Programm für ländliche Entwicklung 2014-2020. - Wien.

BMNT (2019): Austria - Rural Development Programme (National); https://www.bmnt.gv.at/dam/jcr:a935f6be-df12-4407-8b34-43b3cb975b61/Programme_2014AT06RDNP001_3_1_de.pdf (06.06.2020).

BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) (Hrsg.) (2014): Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung; https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/tagesreisen-der-deutschen.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (07.06.2020).

BÜHRMANN A.D. (2004): Rezension zu: BOGNER A., LITTIG B. und MENZ W. (Hrsg.) (2002): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. - In: Forum: Qualitative Social Research 5 (3); http://dx.doi.org/10.17169/fqs-5.3.574.

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

DANIELZYK R. und SONDERMANN M. (2018): Informelle Planung. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 963-974.

DAX T. (2009): Vorlesung „Ökonomie der regionalen Ressourcen“. Eigenständige Regionalpolitik – Erfahrungen in Österreich; http://www.berggebiete.eu/cm3/de/component/jifile/download/NGJhYjYxZDkzMDljYTdjYjMxODFmZmQ1YTk1OGUxMmQ=/ss-2009-5-1-pdf.html (06.06.2020).

DEHNE P. und NEUBAUER A. (2018): Integrierte ländliche Entwicklung. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 1051-1061.

DIEPOLDER U. und FEIGE M. (2000): Die Entwicklung des Tourismus in Großschutzgebieten. Bestehende Rahmenbedingungen, Folgen, Chancen, Gestaltungsmöglichkeiten und Konflikte. Büro für Landschaftsökologie. - Hohenau. - Zitiert in: REVERMANN C. und PETERMANN T. (2003): Tourismus in Großschutzgebieten: Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. - Baden-Baden und Berlin.

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (o.J.): ecoplus Richtlinien für Fördermaßnahmen im Rahmen des Österreichischen Programms für Ländliche Entwicklung / LEADER 2014-2020 in Niederösterreich; https://www.ecoplus.at/media/2273/le-leader_richtlinien-2014-2020.pdf (06.06.2020).

Europäische Gemeinschaften (2006): Der Leader-Ansatz: ein grundlegender Leitfaden. - Luxemburg.

FREYER W. (2015[11]): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. - Berlin u.a.

FÜRST D. (2004): Regional Governance. - In: BENZ A. (Hrsg.): Governance – Regieren in komplexen Regelsystemen. - Wiesbaden, 45-64. - Zitiert in: GIESSEN L. (2010): Regional Governance für ländliche Räume – innovativer Ansatz, politischer Gegenwind und der Weg vorwärts. - In: Raumforschung und Raumordnung 68 (1), 3-14; https://doi.org/10.1007/s13147-009-0009-7.

GIESSEN L. (2010): Regional Governance für ländliche Räume – innovativer Ansatz, politischer Gegenwind und der Weg vorwärts. - In: Raumforschung und Raumordnung 68 (1), 3-14; https://doi.org/10.1007/s13147-009-0009-7.

HAART N. und STEINECKE A. (1995): Erfolgsfaktoren des umweltfreundlichen Tourismus im ländlichen Raum. - In: HAART N., STEINECKE A. und TREINEN M. (Hrsg.): Qualitätsmanagement im Landtourismus in Europa – Erfahrungen, Beispiele, Herausforderungen (= ETI-Texte, Nr. 6). - Trier, 47–64. - Zitiert in: NEUMAIR S.M., REHKLAU T. und SCHLESINGER D.M. (2019): Angewandte Tourismusgeografie. Räumliche Effekte und Methoden. - Berlin u.a.

HANDL C. und HANDL G. (2001): Unser Triestingtal, Band 1. - Berndorf.

HANDL C. und HANDL G. (2002): Unser Triestingtal, Band 2. - Berndorf.

HEINTEL M. (2018): Regionalentwicklung. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 2007-2016.

HELFFERICH C. (2014): Leitfaden- und Experteninterviews. - In: BAUR N. und BLASIUS J. (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. - Wiesbaden, 559-574.

HENKEL G. (2004[4]): Der ländliche Raum : Gegenwart und Wandlungsprozesse seit dem 19. Jahrhundert in Deutschland. - Berlin und Stuttgart.

HUSA K., WOHLSCHLÄGL H. und WISBAUER A. (2015): Grundzüge der Bevölkerungsgeographie. Lehrbehelf zur Lehrveranstaltung. Wintersemester 2015/2016. - Wien.

JOB H. und MAYER M. (Hrsg.) (2013): Tourismus und Regionalentwicklung in Bayern. - Hannover.

JUNGK R. (1980): Wieviel Touristen pro Hektar Strand? - In: GEO 10, 154-156. - Zitiert in: FREYER W. (2015[11]): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. - Berlin u.a.

KAGERMEIER A. (2015): Tourismusgeographie. Einführung. - Konstanz und München.

LAIMER P. (2015): Reisegewohnheiten der Österreicherinnen und Österreicher 1969-2014; https://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=080503 (07.06.2020).

LAIMER P. und WURIAN R. (2018): Urlaubsreiseverhalten der österreichischen Bevölkerung. Entwicklungen und Veränderungen; https://www.statistik.gv.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=119760 (07.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (2019): Jahresbericht der LEADER Region Triestingtal 2018. Regionsarbeit im Triestingtal; https://www.triestingtal.at/images/downloads/JB_web.pdf (06.06.2020).

LIEBOLD R. und TRINCZEK R. (2009): Experteninterview. - In: KÜHL S., STRODTHOLZ P. und TAFFERTSHOFER A. (Hrsg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. Quantitative und Qualitative Methoden. - Wiesbaden, 32-56; https://doi.org/10.1007/978-3-531-91570-8_3.

LINNE M. (2016): Grundwissen Tourismus. - Konstanz u.a.

MANOVA GmbH (2018): Tagestourismus in Niederösterreich; https://tourismus.niederoesterreich.at/action/download?id=%7B51a50fe0-690e-8d2e-2036-e0d245b5c0fe%7D (07.06.2020).

MAYER M., METZLER K. und JOB H. (2008): Das LEADER+ Programm als Motor einer endogenen Regionalentwicklung - Oberallgäu und Vorarlberg im Vergleich. - In: MAIER J. (Hrsg.): Ziele und Strategien einer aktuellen Politik für periphere ländliche Räume in Bayern: Entwicklungsperspektiven ländlicher Räume, Teil 1. - Hannover, 142-163.

MEUSER M. und NAGEL U. (1991). ExpertInneninterviews - vielfach erprobt, wenig bedacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. - In: GARZ D. und KRAIMER K. (Hrsg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung : Konzepte, Methoden, Analysen. - Opladen, 441-471; https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-24025 (06.06.2020).

MEUSER M. und NAGEL U. (2008²): ExpertInneninterview: Zur Rekonstruktion spezialisierten Sonderwissens. - In: BECKER R. und KORTENDIEK B. (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. - Wiesbaden, 368-371.

MEUSER M. und NAGEL U. (2009): Das Experteninterview — konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. - In: PICKEL S., PICKEL G., LAUTH H.-J., JAHN D. (Hrsg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft: Neue Entwicklungen und Anwendungen. - Wiesbaden, 465–479.

MOSE I. (1989): Eigenständige Regionalentwicklung-Chance für den peripheren ländlichen Raum? - In: Geographische Zeitschrift 77(3), 154–167.

MOSE I. (2018): Ländliche Räume. - In: ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. - Hannover, 1323-1334.

MUNDT J.W. (2013⁴): Tourismus. - München.

MÜHLINGHAUS S. (2002): Eigenständige Regionalentwicklung als Strategie für periphere ländliche Räume? Eine Untersuchung aus dem Schweizer Berggebiet. - In: Geographica Helvetica 57(2), 127–134; https://doi.org/10.5194/gh-57-127-2002.

NEUMAIR S.M., REHKLAU T. und SCHLESINGER D.M. (2019): Angewandte Tourismusgeografie. Räumliche Effekte und Methoden. - Berlin u.a.

NÖ.Regional.GmbH (2014): Hauptregionsstrategie 2024 - Region Industrieviertel. Funktion und Leitbildbotschaft; https://www.noeregional.at/fileadmin/root_noeregional/dokumente/PT-noer-170405-HR-Strategie-INV.pdf (05.06.2020).

NÖ.Regional.GmbH (2018): Kleinregionaler Strategieplan 2018-2022 der Kleinregion Triestingtal; https://www.raumordnung-noe.at/fileadmin/root_raumordnung/region/kleinregionen/Strategiepl%C3%A4ne/KR_Strategie_Triestingtal_oFPn.pdf (05.06.2020).

ÖROK (Österreichische Raumordnungskonferenz) (Hrsg.) (2011): Österreichisches Raumentwicklungskonzept ÖREK 2011. - Wien.

Österreich Werbung (Hrsg.) (2012): Nachhaltigkeit im Tourismus. Grundlagenpapier und Diskussionsgrundlage der Österreich Werbung; https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/Marke/nachhaltigkeit_positionspapier.pdf (07.06.2020).

Regionalplanungsgemeinschaft Pielachtal (Hrsg.) (2008): Nachhaltigkeit Pielachtal; https://www.pielachtal.mostviertel.at/action/download?id=%7B820d13a1-766d-a4a6-12bf-fd6cdd37652b%7D (07.06.2020).

REIN H. und STRASDAS W. (Hg.) (2017²): Nachhaltiger Tourismus. Einführung. - Konstanz und München.

REVERMANN C. und PETERMANN T. (2003): Tourismus in Großschutzgebieten: Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. - Baden-Baden und Berlin.

SCHAWERDA A. (2019): mündliche Information vom 05.12.2019.

SCHROEDTER E. (2009): Mit der LEADER-Methode zur nachhaltigen Regionalentwicklung. - In: FRIEDEL R. und SPINDLER E.A. (Hrsg.): Nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. Chancenverbesserung durch Innovation und Traditionspflege. - Wiesbaden, 75-92.

Stadtgemeinde Berndorf (Hrsg.) (2016a): Folder krupp stadt museum Berndorf; http://www.berndorf.gv.at/images/downloads/tourismus/Folder_Museum_Web2016.pdf (07.06.2020).

Stadtgemeinde Berndorf (Hrsg.) (2016b): Folder Berndorfer Stilklassen; http://www.berndorf.gv.at/images/downloads/tourismus/Folder_Stilklassen_Web2016Finale.pdf (07.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (2019a): Urlaubs- und Geschäftsreisen. Kalenderjahr 2018. Ergebnisse aus den vierteljährlichen Befragungen; https://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_NATIVE_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=121439 (07.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (2019b): Tourismus in Zahlen 2018. Tourism in Figures 2018; https://www.statistik.at/wcm/idc/idcplg?IdcService=GET_PDF_FILE&RevisionSelectionMethod=LatestReleased&dDocName=121469 (07.06.2020).

Tourismusbüro der Stadtgemeinde Berndorf (Hrsg.) (2014): Krupp-Stadt Berndorf; http://www.berndorf.gv.at/images/downloads/tourismus/berndorf_folder_web.pdf (07.06.2020).

UNWTO (1993): Empfehlungen zur Tourismusstatistik. - Madrid. - Zitiert in: NEUMAIR S.M., REHKLAU T. und SCHLESINGER D.M. (2019): Angewandte Tourismusgeografie. Räumliche Effekte und Methoden. - Berlin u.a.

UNEP (United Nations Environment Program) und UNWTO (2005): Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers. - Paris und Madrid. - Zitiert in:

KAGERMEIER A. (2015): Tourismusgeographie. Einführung. - Konstanz und München.

Verein LEADER Region Triestingtal (2018): Lokale Entwicklungsstrategie Triestingtal 2014 – 2020. Version 2; https://www.triestingtal.at/images/LES_Version_2_ab_7.2.2018.pdf (06.06.2020).

WCED (World Commission on Environment and Development) (1987): Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. - New York. - Zitiert in: KAGERMEIER A. (2015): Tourismusgeographie. Einführung. - Konstanz und München.

WEBER G. (2002): Globalisierungsopfer Ländlicher Raum? - In: Berichte der ANL (Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege) 26, 5-12; https://www.anl.bayern.de/publikationen/berichte/doc/ber26001weber_2002_globalisierungsopfer.pdf (05.06.2020).

WEBER G. (2010): Der ländliche Raum – Mythen und Fakten. - In: Online-Fachzeitschrift des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, 1-11; https://docplayer.org/22457288-Der-laendliche-raum-mythen-und-fakten.html (05.06.2020).

WEIZENEGGER S. und LEMBERGER M. (2018): Regional Governance und Europäische Struktur- und Investitionsfonds an den bayerischen Grenzen. - In: Arbeitsberichte der ARL 23, 129-158; https://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/ab/ab_023/07_regional_governance.pdf (05.06.2020).

WIENER S. (2020): persönliche Kommunikation vom 16.04.2020.

Wienerwald Tourismus GmbH (2020a): Nächtigungszahlen (Masse 3 Zahlen; jeweils von Jänner bis Dezember); persönliche Kommunikation vom 24.02.2020.

Wienerwald Tourismus GmbH (Hrsg.) (2020b): Entdeckerkarte Triestingtal. Bewegen – Staunen – Erleben; https://www.wienerwald.info/action/download?id=%7B39a79821-c26d-391e-c527-bb4300dfb7ea%7D (07.06.2020).

WKO (Wirtschaftskammer Niederösterreich) (Hrsg.) (2020a): MITGLIEDERSTATISTIK 2019 Kammer-, Sparten- und Fachgruppenmitgliedschaften; http://wko.at/wknoe/stat/mitglieder/MGSTAT%202019%20gesamt.pdf (08.06.2020).

WKO (Hrsg.) (2020b): NÖ - WIRTSCHAFTSDATEN Mai 2020; https://wko.at/wknoe/stat/allgemein/WIDAneu.pdf (08.06.2020).

Internetquellen

Alpenverein - Gebirgsverein (Hrsg.) (o.J.): Erlebnisweg Peilstein - „Klettern"; https://www.erlebnisweg-peilstein.at/themenweg-klettern/ (07.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2017b): Naturschutzkonzept; online 19.05.2017, http://www.noe.gv.at/noe/Naturschutz/Naturschutzkonzept.html (07.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2019a): LEADER in der Programmperiode 2014 – 2020; online 09.10.2019, http://www.noe.gv.at/noe/LaendlicheEntwicklung/Foerd_LEADER_in_der_Programmperiode_2014___2020.html (06.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2019b): NÖ.Regional.GmbH; online 02.07.2019, http://www.noe.gv.at/noe/Raumordnung/NOE_Regional_GmbH.html (07.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2019c): Kleinregionale Zusammenarbeit; online 01.08.2019

http://www.noe.gv.at/noe/Raumordnung/Kleinregionale_Zusammenarbeit.html (07.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2020a): Gemeindedaten; online 17.01.2020, http://www.noe.gv.at/noe/Zahlen-Fakten/Statistik-Gemeinden.html (08.06.2020).

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung (Hrsg.) (2020b): Land Niederösterreich; online 17.01.2020, http://www.noe.gv.at/noe/Zahlen-Fakten/Land_Niederoesterreich.html (08.06.2020).

Amt der Oö. Landesregierung (Hrsg.) (o.J.): Die LEADER Methode; https://www.leader.at/leader%20methode.htm (06.06.2020).

ANGERMAYER S. (o.J.): Kurzreisen; http://soziologie.soz.uni-linz.ac.at/sozthe/freitour/FreiTour-Wiki/Kurzreisen.htm (07.06.2020).

APA-OTS Originaltext-Service GmbH (2018): Studie über Tagesausflugstourismus in Niederösterreich präsentiert; online 06.04.2018, https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20180406_TPT0010/studie-ueber-tagesausflugstourismus-in-niederoesterreich-praesentiert (07.06.2020).

ARGE Vernetzungsstelle LE 14–20 (o.J.b): LEADER in Österreich; https://www.zukunftsraumland.at/seiten/138 (06.06.2020).

Berndorf Besteck-Tafelgeräte GmbH (o.J.): Geschichte; https://www.berndorf-besteck.com/index.php/de/berndorf (06.06.2020).

Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH (o.J.a): Region; https://www.bpww.at/de/themenseiten/region (07.06.2020).

Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH (o.J.b): Zonierung; https://www.bpww.at/de/themenseiten/zonierung (07.06.2020).

Biosphärenpark Wienerwald Management GmbH (o.J.c): Mountainbiken; https://www.bpww.at/de/themenseiten/mountainbiken (07.06.2020).

Die KEAföhrenen (Verein Freunde der Schwarzföhre und der Pecherei) (o.J.a): Der Weg des Harzes; https://www.schwarzfoehre.at/routen/weg-des-harzes.html (07.06.2020).

Die KEAföhrenen (Verein Freunde der Schwarzföhre und der Pecherei) (o.J.b): Die KEAföhrenen stellen sich vor; https://www.schwarzfoehre.at/ueber-uns.html (07.06.2020).

Donau Media Wirtschaftsverlag 1984 GmbH (2011): Berndorf Besteck mit Fernost-Hilfe voll ausgelastet; online 01.04.2011, http://www.wirtschaftspressedienst.at/index.php?site=artikel_show&artikelid=5902&ausgabenr=1117 (06.06.2020).

Freunde des Austria-Forums (o.J.): Triesting; http://www.aeiou.at/aeiou.encyclop.t/t798206.htm (06.06.2020).

HOLZINGER E. (2015): Neues Leben für den „Heilsamen Brunnen“; online 21.04.2015, https://www.noen.at/baden/leobersdorf-neues-leben-fuer-den-heilsamen-brunnen-top-4124815 (07.06.2020).

HTM (Hotel- und Tourismus Management GmbH) (o.J.): Motel Verde; https://www.motel-verde.at/#hotel (07.06.2020).

IG (Interessensgemeinschaft) Leben im 14. Jahrhundert (o.J.): Szenarium Araburg; https://ig14.at/szenarium-araburg/ (07.06.2020).

Land Steiermark - Amt der Steiermärkischen Landesregierung (o.J.): Allgemeine Informationen zu LEADER 2014-2020; https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12652911/141980347/ (06.06.2020).

LEADER Mitten im Innviertel (o.J.): Über LEADER; https://www.mitten-im-innviertel.at/ueber-leader (06.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (o.J.a): Triesting-Gölsental-Radweg; https://www.triestingtal.at/projekte/wirtschaft-und-wertsch%C3%B6pfung/173-familienfreundliche-tourismusangebote-am-triesting-g%C3%B6lsental-radweg (07.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (o.J.b): Sanierung und Belebung Araburg; https://www.triestingtal.at/projekte/kulturelles-erbe-und-naturraum/223-sanierung-araburg (07.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (o.J.c): Schwarzföhre 2.0 - Die KEAföhrenen; https://www.triestingtal.at/projekte/wirtschaft-und-wertsch%C3%B6pfung/172-schwarzf%C3%B6hre-2-0 (07.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (o.J.d): Veranstaltungsstätte Burg Neuhaus; https://www.triestingtal.at/projekte/kulturelles-erbe-und-naturraum/177-kultur-und-veranstaltungsst%C3%A4tte-burg-neuhaus (07.06.2020).

LEADER Region Triestingtal (o.J.e): Sehenswürdigkeiten; https://www.triestingtal.at/freizeit,-kunst-kultur/sehensw%C3%BCrdigkeiten (06.05.2020).

Mariazell im Wienerwald gemeinnützige Kulturbetriebs GmbH (o.J.): https://www.mariazell-wienerwald.at/ (07.06.2020).

Marktgemeinde Altenmarkt (o.J.): Ausflugsziele in und rund um Altenmarkt; http://www.altenmarkt-triesting.gv.at/Freizeit/ (07.06.2020).

Marktgemeinde Hernstein (Hrsg.) (o.J.a): Das Pechermuseum in Hernstein; https://www.hernstein.gv.at/Das_Pechermuseum_in_Hernstein_2 (07.06.2020).

Marktgemeinde Hernstein (Hrsg.) (o.J.b): Burgruine / Schloss Hernstein; https://www.hernstein.gv.at/Burgruine_Schloss_Hernstein_1 (07.06.2020).

Marktgemeinde Kaumberg (o.J.a): Die Araburg; http://www.kaumberg.at/index.php/ueber-uns/die-araburg.html (07.06.2020).

Marktgemeinde Kaumberg (o.J.b): Heimatmuseum-NEWS; http://www.kaumberg.at/index.php/ueber-uns/heimatmuseum.html (07.06.2020).

Marktgemeinde Leobersdorf (o.J.a): Lichtmuseum LEUM; https://www.leobersdorf.at/Lichtmuseum_LEUM (07.06.2020).

Marktgemeinde Leobersdorf (o.J.b): Der Heilsame Brunnen; https://www.leobersdorf.at/Der_Heilsame_Brunnen (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.a): Triesting-Gölsental-Radweg; https://www.mostviertel.at/a-triesting-goelsental-radweg (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.b): Eine lange Geschichte; https://www.viasacra.at/geschichte-1 (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.c): Via Sacra: Etappe 2/5: Heiligenkreuz - Altenmarkt - Kaumberg; https://www.viasacra.at/a-via-sacra-etappe-25-heiligenkreuz-altenmarkt-kaumberg (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.d): Renaissance des Pilgerns; https://www.viasacra.at/renaissance-des-pilgerns (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.e): Altenmarkt an der Triesting; https://www.viasacra.at/altenmarkt-an-der-triesting-1 (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.f): Nachhaltiger Tourismus; https://www.pielachtal.mostviertel.at/nachhaltig-leben (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.g): Nachhaltigkeit aus Tradition; https://www.pielachtal.mostviertel.at/nachhaltigkeit-aus-tradition-1 (07.06.2020).

Mostviertel Tourismus GmbH (o.J.h): Nachhaltige Exkursionsziele; https://www.pielachtal.mostviertel.at/aktuelle-angebote (07.06.2020).

Museum-Kaumberg (o.J.): Aktuelles; http://museum-kaumberg.at/index.php/about (07.06.2020).

Niederösterreich-Card GmbH (o.J.a): LEUM - Lichtmuseum & mehr; https://www.niederoesterreich-card.at/a-leum (07.06.2020).

Niederösterreich-Card GmbH (o.J.b): Alle Infos zur Card; https://www.niederoesterreich-card.at/neukauf (07.06.2020).

Niederösterreichischer Fußball-Verband (Hrsg.) (o.J.): Sportschule Lindabrunn - aktuell aus der Luftperspektive ...; https://www.noefv.at/Portal/Verband/Sportschule-Lindabrunn (07.06.2020).

ORF (Österreichischer Rundfunk) (Hrsg.) (2018a): Ausflugstourismus brachte 1,4 Milliarden Euro; online 06.04.2018, https://noe.orf.at/v2/news/stories/2905428/ (07.06.2020).

ORF (Österreichischer Rundfunk) (Hrsg.) (2018b): Aufwärtstrend im Tourismus hält an; online 27.07.2018, https://noe.orf.at/v2/news/stories/2926849/ (07.06.2020).

ÖTK (Österreichischer Touristenklub) (2019): Hocheck-Schutzhaus, 1030 m; online 13.12.2019, https://www.outdooractive.com/de/hut/gutensteiner-alpen/hocheck-schutzhaus/13538841/ (07.06.2020).

Pfarre Pottenstein (o.J.): Dekanatskirche; https://www.pfarre-pottenstein.at/infos/kleiner-kirchenfuehrer/30-dekanatskirche-maria-trost-im-elend (07.06.2020).

Seminarhotel Schloss Hernstein (o.J.): Zimmer; https://www.schloss-hernstein.at/de/Seminarhotel-Zimmer-naehe-Wien.html (07.06.2020).

Spektrum Akademischer Verlag (2001a): Tagestourismus; https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/tagestourismus/7927 (07.06.2020).

Spektrum Akademischer Verlag (2001b): Kurzzeittourismus; https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/kurzzeittourismus/4492 (07.06.2020).

Stadtgemeinde Berndorf (o.J.a): Sehenswert; http://www.berndorf.gv.at/index.php/tourismus/sehenswert (07.06.2020).

Stadtgemeinde Berndorf (o.J.b): Herzlich Willkommen in Berndorf im Triestingtal; https://www.kruppstadt-berndorf.at/ (07.06.2020).

Starlinger & Co Gesellschaft m.b.H. (o.J.): Starlinger; https://www.starlinger.com/de/unternehmen/ (06.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (2020a): Tourismus-Satellitenkonto - Wertschöpfung; online 14.01.2020, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/tourismus-satellitenkonto/wertschoepfung/index.html (07.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (2020b): Ankünfte, Nächtigungen sowie durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Bundesländern (1995 bis 2019); online 03.03.2020, https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte_naechtigungen/030029.html (08.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (o.J.a): Ein Blick auf die Gemeinde; https://www.statistik.at/blickgem/gemList.do?bdl=3 (08.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (o.J.b): Ankünfte und Übernachtungen in allen Fremdenunterkünften 2018 nach Verwaltungsbezirken und Berichtsgemeinden ; http://www.noe.gv.at/noe/Zahlen-Fakten/Tourismus.html (08.06.2020).

STATISTIK AUSTRIA (o.J.c): Ankünfte und Übernachtungen 1985, 1990, 1995, 2000, 2005, 2010-2018 nach Herkunftsländern; http://www.noe.gv.at/noe/Zahlen-Fakten/Tourismus.html (08.06.2020).

Verein REGIS (Regionalentwicklung Inneres Salzkammergut) (o.J.): Was ist LEADER; https://www.regis.or.at/leader/ (06.06.2020).

Verein 'Triestingtaler Heimatmuseum der Marktgemeinde Weißenbach/Tr.' (o.J.): Über uns; http://www.triestingtalmuseum.at/index.php?page=about&titel=%DCber+uns&tab=newscms_3 (07.06.2020).

Wienerwald Tourismus GmbH (Hrsg.) (o.J.a): Erlebnisweg Peilstein; https://www.wienerwald.info/a-erlebnisweg-peilstein (07.06.2020).

Wienerwald Tourismus GmbH (Hrsg.) (o.J.b): Steinwandklamm; https://www.wienerwald.info/ausflug/a-steinwandklamm (07.06.2020).

Wienerwald Tourismus GmbH (Hrsg.) (o.J.c): Berndorfer Stilklassen; https://www.wienerwald.info/ausflug/a-berndorfer-stilklassen (07.06.2020).

Interviews

AIGNER T. (2020): mündliches Interview vom 30.04.2020.

BALBER J. (2020): mündliches Interview vom 22.05.2020.

HEIMEL H. (2020): persönliche Kommunikation vom 03.05.2020.

HEROLD R. (2020): persönliche Kommunikation vom 03.05.2020.

KOGLER G. (2020): mündliches Interview vom 07.04.2020.

KRIZAN A. (2020): persönliche Kommunikation vom 17.04.2020.

LEITNER J. (2020): persönliche Kommunikation vom 05.05.2020.

PONGRATZ D. (2020): mündliches Interview vom 15.05.2020.

PURT A. (2020): persönliche Kommunikation vom 17.04.2020.

RAMHARTER A. (2020): mündliches Interview vom 05.05.2020.

RUMPLER F. (2020): mündliches Interview vom 08.05.2020.

SCHAWERDA A. (2020): mündliches Interview vom 13.05.2020.

TROST S. (2020): persönliche Kommunikation vom 27.04.2020.

UNGERBÖCK J. (2020): mündliches Interview vom 13.05.2020.

VIELHABER C. (2020): mündliches Interview vom 20.03.2020.

WITTMANN K. (2020): mündliches Interview vom 20.05.2020.

WURMETZBERGER M. (2020): mündliches Interview vom 30.04.2020.

12. Anhang

Interviewtranskripte

I = Interviewer
A= Antwortgeber

Interview mit **Dr. Thomas Aigner** (Ehrenamtlicher Geschäftsführer vom Verein für Kultur und Denkmalpflege im Oberen Triestingtal)
Datum: 30.04.2020, 14:00 Uhr
Ort: Telefonisch (bzw. per Videogespräch); Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Es gab im Rahmen der aktuellen LEADER-Periode eine Machbarkeits- und Potenzialanalyse zur kultur-touristischen Erschließung des Oberen Triestingtals, bei der Sie als Projektträger agiert haben. Wie kam es zu diesem Projekt und was waren die Ergebnisse dieser Studie?

A: Die Vorgeschichte ist die, dass die Region eine sehr reiche Geschichte und Kultur hat, auf die man aber in den letzten Jahrzehnten ein bisschen vergessen hat. Und wir sind uns bewusst geworden, dass mit den vielen Kirchen und Ruinen, die es in der Gegend gibt und dem ehemaligen Kloster in Klein-Mariazell ein kulturhistorischer aber auch ein potenzieller kulturtouristischer Schatz schlummert, den man heben könnte. Aus diesem Grund haben wir diese Studie erarbeitet, wo wir einfach wissen wollten: Hat das was wir haben Potenzial für mehr? Und wenn, wie könnte dieses Potenzial eventuell ausgeschöpft werden? Durch Aufsetzung neuer kulturtouristischer Strukturen? Durch Vermarktungskonzepte? durch ein gescheites Management? Und so weiter. Das Ergebnis der Studie war, dass sich das durchaus tragen könnte und dass doch ein Potenzial da ist von 20 000 bis 25 000 zahlenden Gästen, die man im Jahr hat, sodass es durchaus wirtschaftlich geführt werden könnte.

I: Gibt es Kooperationen mit touristischen Institutionen (z.B. Wienerwald Tourismus)?

A: Wir sind jetzt ja noch in der Planungsphase und haben jetzt erst begonnen, erste Dinge umzusetzen. Wir haben jetzt erst zum Beispiel erst die erste richtige Website auf die Reihe gekriegt. Das was wir bis jetzt gemacht haben, hat Ihren Zweck erfüllt. Aber jetzt haben wir eine tolle neue Website gemacht und mit dem werden wir jetzt auch schauen, dass wir Kooperationen mit dem Wienerwald Tourismus und anderen touristischen Sites, die wir in der Gegend haben, aufnehmen uns gut vernetzen und zusammenarbeiten.

I: Ihr Verein strebt Ihrer Homepage zufolge eine kulturelle Wiederbelebung der Großgemeinde Altenmarkt bzw. der umliegenden Region an. Es sollen beispielsweise Kirchen, Ruinen und Denkmale historischer bäuerlicher und bürgerlicher Kultur touristisch erschlossen werden. Wie sieht es bisher mit der Umsetzung dieser Vorhaben aus?

A: Unsere Strategie ist, das kleine Pflänzchen sukzessive wachsen zu lassen. Das heißt, Schritt für Schritt eines nach dem anderen anzugehen, aufeinander aufbauend, sodass am Ende die Region neu präsentiert und mit neuer Infrastruktur dasteht - und auch mit einem guten Management dahinter. Jetzt haben wir einmal begonnen, zu schauen, das was wir haben, professionell zu präsentieren. Da gibt es jetzt aktuell ein LEADER-Projekt, das die Erarbeitung einer Marketingstrategie, die Erarbeitung einer neuen Website, von Werbemitteln, von Corporate Design zum Gegenstand hat - also diese ganzen Grundlagen. Und erste Schritte in einer sichtbaren Präsentation waren, dass wir einen Themenweg angelegt haben in Klein-Mariazell, den Johann Bergl-Weg, wo man Infos zu dem Barockmaler findet, der dort gemalt hat. Und dass wir jetzt dann in den nächsten Monaten sukzessive vor die einzelnen Kirchen und Kulturgüter Infotafeln stellen mit umfassenden Infos zu den jeweiligen Dingen. Das heißt, damit schaffen wir eine erste sichtbare Klammer all dieser Sehenswürdigkeiten. Weil jetzt steht das alles eigentlich völlig zusammenhanglos in der Landschaft. Man fährt zu der einen Kirche und weiß aber nicht, dass da fünf andere auch noch dazu gehören. Durch diese Tafeln jetzt und das Infomaterial und die Website wird das ganze halt praktisch ein kulturtouristisches Produkt.

I: Darf ich fragen, wie viele Mitglieder tätig sind in Ihrem Verein?

A: Der Verein hat so ca. 100 Mitglieder und aktiv sind so ca. 25 Personen in verschiedensten Bereichen.

I: Herr Schindelar (Martin Schindelar - ebenfalls ehrenamtlicher Geschäftsführer des Vereins, mit dem im Vorfeld des Interviews bereits E-Mail-Korrespondenz bestand, Anm.) hat mir geschrieben, dass in den kommenden 5-7 Jahren große Museumsprojekte geplant seien. Können sie diese Pläne näher ausführen?

A: Wir schauen jetzt im ersten Schritt, dass wir das was wir haben, einmal schön präsentieren und begleitend dazu gibt's auch Vermittlungsprogramme. Und dass wir sukzessive das Angebot ausbauen. Dazu gehört nächstes Jahr die Errichtung eines kleinen Museums am Hafnerberg in Form einer Schatzkammer. Da geht's vor allem um das Thema Wallfahrten, barocke Kunst, barocker Alltag. Wir arbeiten gleichzeitig daran, in Klein-Mariazell den ehemaligen Weinkeller des Stiftes - ein Riesen-Gebäude, das in einen Berg hinein gebaut ist - umzubauen in ein Kunstdepot mit Verwaltungsräumen und mit Veranstaltungsräumen. Also das wird ein multifunktionaler Bau. Und dann, ich schätze in zwei, drei Jahren, werden wir das große Projekt angehen, ein Museum in Klein-Mariazell zu bauen, wo vor allem die mittelalterliche Geschichte und die Entstehungsgeschichte des Klosters und der Region beschrieben wird - vor allem das Hochmittelalter.

I: Darf ich fragen, wie sieht's da mit Förderungen aus? Versucht man das alles über LEADER umzusetzen?

A: LEADER fördert da natürlich nur einen kleinen Teil. LEADER ist gut für kleine Projekte, ist gut für die Machbarkeitsstudien, ist gut für diese Vermittlungssachen. Die Schatzkammer wird auch von LEADER unterstützt, der Löwenanteil aber kommt aus verschiedenen Töpfen des Landes Niederösterreich und teilweise auch des Denkmalschutzes.

I: Herr Schindelar sprach zudem von einem geplanten Ausbau des Wandertourismus. Können Sie hierzu konkrete Informationen nennen?

A: Das ist ja auch das besondere an unserer Gegend, dass wir nicht nur Natur und schöne Landschaft im Überfluss haben, sondern dass in der Landschaft auch eine Menge Sehenswürdigkeiten stehen, dass man Kultur und Natur wunderbar verbinden kann. Das kann man entweder selber erwandern, andererseits gibt's von uns auch regelmäßige, kulturhistorische Wanderungen, wo man dann durch Natur und Kultur geführt wird und auch regelmäßige Führungen in den Kirchen.

I: Als Hauptaktivitäten Ihres Vereins im letzten Jahr entnehme ich Ihrer Website die Eröffnung und den Betrieb des Klosterladens in Klein-Mariazell sowie die Eröffnung eines Bergl Gartens (Freilicht Museum) und einer permanenten Bergl-Ausstellung in der Basilika in Klein-Mariazell. Kann man bereits ein erstes Fazit ziehen?

A: Der Bergl-Garten ist einfach eine weitere Sehenswürdigkeit, die es in Klein-Mariazell neben der Basilika und dem Kloster jetzt gibt, wo man jetzt einfach auch schöne Infos kriegt zu der ganzen barocken Kunst, die dort zu sehen ist. Also es ist sicher eine Attraktivierung für Leute, die kulturhistorisch interessiert sind. Der Klosterladen hat sich auch ziemlich bewährt. Wir haben damit nicht die satten Gewinne geschrieben, aber auch kein Defizit. Aber das wesentliche ist ja auch, der Klosterladen dient eigentlich nicht primär dem Geschäft sondern da geht's auch darum, den lokalen Erzeugern und Produkten auch eine Plattform zu geben und wenn Leute zu uns kommen, dass sie etwas mitnehmen können.

I: Wie beurteilen Sie die touristische Situation im Triestingtal im Allgemeinen? Wo sehen Sie das größte Potenzial im regionalen Tourismus?

A: Naja, wenn man unseren Fall her nimmt, dann hat's bis jetzt keine wirkliche Strategie gegeben, wie man das wirklich gescheit bzw. professionell vermarkten könnte. Es hat natürlich jede Gemeinde ihre Websites und ihre Wanderkarten und Wanderwege und so, aber darüber hinausgehend gibt's keine Marketingstrategie dahinter. Es gibt keine Vermittlungsstrategie dahinter und das ist etwas, was wir eben ändern möchten. Wir möchten wirklich, dass die Leute her kommen und auch was erleben können und die Dinge auch gut vermittelt kriegen, also nicht alleine gelassen werden.

I: Also will man nicht nur die lokale Bevölkerung ansprechen, sondern auch Ausflügler, beispielsweise aus dem Wiener Raum?

A: Naja, das ist eigentlich primär die Zielgruppe. Also die lokale Bevölkerung kommt sowieso nicht. Das weiß ich von mir selber. Die Dinge, die in der Nähe sind, die schaut man sich nicht an, weil man sich denkt: Da hab' ich eh noch Zeit dazu. Unsere Zielgruppe sind wirklich kulturhistorisch, kulturell interessierte Menschen aus dem weiteren Umfeld - Niederösterreich, Wien.

I: Gibt's Kooperationen mit der Gemeinde Altenmarkt zum Beispiel oder mit anderen Organisationen, die sich da auch beteiligen wollen?

A: Wir arbeiten eng zusammen mit der örtlichen Gemeinde, das ist Altenmarkt. Wir arbeiten auch sehr eng zusammen mit den einzelnen Pfarren. Wir sind dabei, enge Kooperationen mit unseren direkten Nachbarn auf der Araburg und in Neuhaus einzugehen. Wir arbeiten eben an einer intensiven Einbindung in den Wienerwald Tourismus. In weiterer Folge sind dann aber natürlich Heiligenkreuz, Mayerling ein Thema. Berndorf natürlich, mit den Industriedenkmälern und den Krupp-Klassen. Aber es beruht alles auf ehrenamtlichem Engagement bei uns. Es gilt einfach langsam Schritt für Schritt eines nach dem anderen anzugehen.

Interview mit **Josef Balber** (Bürgermeister der Gemeinde Altenmarkt)
Datum: 22.05.2020, 11:00 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Gemeinde Altenmarkt und wie würden Sie die touristische Entwicklung in den letzten Jahren beurteilen?

A: Für uns ist eine touristische Entwicklung sehr wichtig, nachdem wir nur Kleingewerbe-Betriebe haben und keine Industrie. Daher ist die touristische Nutzung für uns eine große Notwendigkeit. Wir sind in drei Bergen eingebettet. Das ist das Hocheck, ein wunderbares Ausflugsziel und der erste Tausender vor Wien. Dann

haben wir den Schöpfl, die höchste Erhebung vom Wienerwald. Und dann haben wir noch den Peilstein mit einer Kletterwand für alle Schwierigkeitsstufen, die natürlich sehr intensiv besucht wird. Wir haben dort den Peilstein-Themenweg, der vom Mostheurigen Karner hinauf geht und sich auch mit dem Thema Klettern beschäftigt. Die zweite Sache ist, wir sind die einzige Gemeinde in Europa, die fünf Wallfahrtskirchen hat.

I: Welche Rolle spielt denn der Pilgertourismus für Altenmarkt?

A: Der positive Teil ist, dass wir genau 35 Kilometer von Perchtoldsdorf entfernt sind und die Tagesetappen nach Mariazell so um die 30, 35 Kilometer sind. Dadurch nächtigt der Großteil hier in Altenmarkt oder in Kaumberg nach der ersten Tagesetappe. Und dadurch ist der Pilgertourismus für uns sehr, sehr wertvoll.

I: Sie haben ja bereits einige Ausflugsziele angesprochen. Es gibt ja auch einige Mountainbike-Strecken oder den Triesting-Gölsental-Radweg in Altenmarkt. Liegt der touristische Fokus neben Pilgertouristen daher auf Ausflüglern und Kurzurlaubern?

A: Naja, wir haben eine stillgelegte Bahntrasse seit 2004. Der Triestingtal-Radweg führt neben der B18 vorbei. Wir wollen unbedingt diese stillgelegte Bahntrasse nutzen als Radweg, als Freizeitweg. Weil der Radweg neben der B18 ist für Familien nicht geeignet, das muss ich schon sagen. Erstens einmal ist ein großes Steilstück drinnen, wo man mit Kindern fast nicht fahren kann. Die zweite Sache ist, dass es 38 Hausausfahrten gibt uns es immer wieder zu gefährlichen Situationen kommt. Wenn ich die stillgelegte Bahntrasse nütze, hab' ich auf zehn Kilometer vier Überfahrten, mehr hab' ich dort nicht.

I: Gibt's da schon eine konkrete Projektidee?

A: Ja, gibt's. Die Projektidee ist eigentlich schon fertig seit einigen Jahren. Es hat sich dann nur mit dem Kauf ein bisschen verzögert. Ich hoffe, dass wir das im heurigen Jahr über die Bühne bringen.

I: Ist LEADER in das Projekt involviert?

A: Ja. LEADER ist da ganz wichtig und das Projekt ist schon ausgearbeitet worden um 2008, 2009.

I: Gibt's noch andere Bereiche, wo Sie in Altenmarkt touristisches Potenzial sehen bzw. Bereiche, die man vielleicht gerne noch ausbauen würde?

A: Naja, für mich ist wichtig, dass man bei der stillgelegten Bahntrasse, die entlang unseres ganzen Gemeindegebiets führt, ganz einfach sagt: Schauen wir uns das an, ob wir hier nicht eine dementsprechende Freizeitgestaltung machen kann. Nicht nur jetzt für den Radweg, sondern auch Skaterbahnen und alles was moderne Fortbewegungsmittel sind, für Kinder und Jugendliche oder auch für junggebliebene Erwachsene.

I: Nimmt man ansonsten momentan oder in den letzten Jahren Kurzurlauber in der Gemeinde wahr?

A: In Wirklichkeit sind es bei uns überwiegend Tagesausflügler.

I: Früher war ja die Sommerfrische sehr stark ausgeprägt im Triestingtal. Sehen Sie hier Potenzial dass diese auch aufgrund der Corona-Entwicklungen künftig wieder aufleben könnte?

A: Ja, also wenn man den Umfragen Glauben schenken darf, werden mehr als 70% der Österreicherinnen und Österreicher in Österreich den Urlaub antreten. Und da sehe ich schon eine Chance, dass man Kurzurlauber kriegt, weil ganz einfach die Wanderstrecken so hervorragend sind und die in einem Tag nicht bewältigbar sind. Oder auch Mountainbiken, wie Sie richtig gesagt haben. Wir haben da ja die Wienerwald-Strecke mit dabei mit sechs Einstiegsstellen. Es ist schon eine super Sache, wenn hier das Freizeitangebot dementsprechend geschärft wird.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Natürlich haben wir wunderbare Ausflugsziele im Triestingtal. In Berndorf haben wir den Guglzipf, die Stilklassen, das Theater - wirklich hervorragend. Wobei in den unteren Gemeinden Enzesfeld und Lindabrunn sehe ich nur das Symposion und die Spitalskirche. In Hirtenberg seh' ich überhaupt nicht viel muss ich sagen. Und Leobersdorf hat halt andere Freizeitgestaltungsmöglichkeiten wie das Bad und Verschiedenes, weil ja hier der urbane Raum beginnt.

I: Also ist es schwierig, hier touristisch auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen?

A: Ja, naja. Der Wienerwald Tourismus schaut sich das jetzt auch verstärkt an. Weil wenn ich denke, es gibt die Burg Neuhaus oder die Araburg - das sind ja wertvolle Ausflugsziele, wo man wirklich weit in das Tal hinein sieht. Zum Beispiel auf der Araburg gibt's jetzt auch das „Leben im 14. Jahrhundert". Das ist sicher interessant da zuzuschauen oder zum mitmachen.

I: Also Potenzial im Tourismus sehen Sie in jedem Fall?

A: Jaja.

I: Die Mobilität ist ja ebenfalls ein großes Thema im Triestingtal. Vor allem das Obere Triestingtal ist öffentlich recht schwierig zu erreichen. Gibt's konkrete Bestrebungen vonseiten der Gemeinde Altenmarkt, gerade den Busverkehr zu optimieren?

A: Das ist für uns ein großes Ziel, das auch mit VOR abgesprochen ist, dass von Alland auch Busse bis Hafnerberg oder bis nach Altenmarkt fahren und nicht in Groisbach (Gemeinde Alland, Anm.) oben bei der Pensionsversicherungsanstalt beim Reha-Zentrum. Es wäre ein großes Anliegen. Ich weiß' jetzt nicht, inwieweit es jetzt im Herbst mit den neuen Fahrplänen doch gelingt, dass man ein, zwei Verbindungen hier hinüber schafft. Weil sonst haben wir nur Mariazeller-Bus, der einmal in der Früh und einmal am Abend herein kommt, das ist halt sehr mangelhaft.

Interview mit **Gerhard Kogler** (Obmann vom Verein Die KEAföhrenen)
Datum: 07.04.2020, 16:15 Uhr

Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welche Aktivitäten betreibt Ihr Verein konkret?

A: Wir sind eine Vereinigung von circa 33 oder 34 verschiedenen Betrieben, Institutionen usw., ganz unterschiedlicher Art - von der Gemeinde bis zur Privatperson und vom Künstler bis zum Produzenten von irgendwelchen Harzprodukten oder ähnlichen Sachen, die mit der Schwarzföhre zu tun haben. Der Verein hat an und für sich den Sinn, die Schwarzföhre publik zu machen, die Möglichkeiten , die sich mit der Schwarzföhre - die ja die Grundlage für die Pecherei ist - bieten und die Pflege des immateriellen Kulturerbes der Pecherei. Ursprünglich hervorgegangen sind wir aus einem LEADER-Projekt im Triestingtal, das hat sich dann ausgeweitet. Es sind dann Gemeinden aus dem Piestingtal, das Museum in Gutenstein und andere Institutionen hinzugekommen, Waldwirtschaftsgenossenschaften usw. Und damit ist es ein bisschen schwierig geworden, sag' ich jetzt einmal, die unterschiedlichen Interessen alle unter einen Hut zu bringen. Das ist mittlerweile insofern gelungen, als wir uns alle dazu bekennen, dass es eben diese unterschiedlichen Interessen gibt. Dass der eine mehr in Richtung Vertrieb tendiert, weil er halt Produkte hat, der andere mehr in Richtung Fremdenverkehr, weil er zum Beispiel ein Gastronomiebetrieb ist, der Interesse daran hat, dass Touristen kommen. Das heißt, wir betreiben eigentlich ganz unterschiedliche Aktivitäten. Das geht von einem Gericht auf der Speisekarte in einem Restaurant über Führungsangebote, von Themenwegen über die Museen. Teilweise sind auch Kräuterwanderungen im Wald mit drinnen. Wir haben mittlerweile einen eigenen Themenweg in Markt Piesting gemacht als Verbindung ganz bewusst zwischen Markt Piesting und Hernstein.

I: Der Weg des Harzes?

A: Genau, wo es hin und wieder Führungen gibt, der sehr sehr gut angenommen wird. Dort habe ich in einer Vitrine, wo auch Produkte ausgestellt sind, unsere Folder drinnen. Und anhand dieser Folder lässt sich die Frequenz sehr gut ablesen. Es gibt zwar Leute, die schauen sich die Infotafel an, nehmen auch die Folder raus aber

stecken ihn dann wieder zurück. Trotzdem muss ich alle 14 Tage - ich lege immer so circa zehn Folder hinein - wieder Folder nachlegen. Also das ist für so einen Themenweg glaub' ich eine sehr sehr gute Frequenz, da wahrscheinlich nur ein Bruchteil der Leute, die den Weg gehen, auch so einen Folder mitnehmen. Das geht schon sehr in die Richtung Ihres Themas. Da kann ich sagen, wir haben Anfragen und Berichte von Leuten, die den Themenweg gegangen sind und das toll finden. Die kommen wirklich aus dem Einfallsgebiet von Wien. Wir haben vor zwei Jahren eine Vorschulklasse da gehabt, die äußerst interessiert waren. Wir haben vor allem aus der Wiener Neustädter Gegend Schulen, die sich das anschauen wollen. Es war ein internationales Forscherteam bzw. Wissenschaftlerteam, die sich mit Biosphärenparks beschäftigen. Da waren Leute dabei aus Brasilien und Großbritannien, natürlich Österreicher und Deutsche, Leute aus dem ehemaligen Jugoslawien - also wirklich ein internationales Team. Man sieht, das Thema hat von dem her schon eine ziemliche Breitenwirkung. Was natürlich noch ist, ist, dass die Produkte, die wir anbieten, willkommene Mitbringsel' sind wenn Leute in die Gegend kommen und einen Tagesausflug machen, zum Beispiel aus Wien, oder über das Wochenende da sind. Die nehmen dann halt, weil sie beim Gastwirten einen Schnaps kriegen oder so, eine Flasche Schnaps von uns mit, lesen dann im Internet nach und erzählen wieder anderen, dass sie das mitgenommen haben, dass das toll ist und dass die Gegend schön ist. Und so gibt es eine Wechselwirkung zwischen Tourismus und Dingen, die die Leute mitnehmen - inklusive, was glaub' ich sehr wichtig ist in dieser Zeit, ein Trend zur Regionalität da ist, nicht nur zur Natur. Die Leute wollen „Gschichtln" wissen, die wollen wissen, wie wird das produziert, wie funktioniert das, was konsumiere ich da wirklich, was ist da drinnen etc. Das sind die Dinge, die dann natürlich auch für die Region eine tolle Werbung darstellen.

I: Also kann man sagen, Sie nehmen schon ein sehr gestiegenes Aufkommen an Touristen bzw. Besuchern wahr, was jetzt zum Beispiel den Lehrpfad betrifft? Sie haben ja beispielsweise Besucher aus Wien oder auch Schulklassen, die sich das auch anschauen, angesprochen.

A: Mit Sicherheit, ja. Auf jeden Fall! Ich habe selbst über zwanzig Jahre in Wien gelebt bevor ich rausgezogen bin und bin am Wochenende auch mit meinem Sohn raus' gefahren und wir sind spazieren gegangen in der Gegend. Und wir haben es

kennen- und lieben gelernt. Und ich glaub', dass es sehr vielen so geht, dass auch die Bergwelt rundherum - Hohe Wand bis Schneeberg - natürlich Touristenbringer sind. Wenn die Leute einmal bei irgendeiner Veranstaltung dabei sind, auf der hohen Wand oder so, wo wir auch oft mitmachen, wollen sie auch sehen, was rundherum ist - und so stoßen sie halt auch auf uns. Der andere Aspekt ist, dass wir sehr viele Anfragen haben, wo Leute fragen: „Wo krieg' ich das Harz her, weil ich gerne selber was produzieren möchte?" Da gibt's Anfragen bis Hamburg, vor allem aus dem deutschen Raum.

I: Mich würde interessiere, da Ihr Verein ja aus dem LEADER-Projekt Schwarzföhre 2.0 hervorgegangen ist (2018 ausgelaufen, Anm.), was die konkreten Schwerpunkte dieses Projektes waren? Was war hierbei die Überlegung seitens der LEADER Region?

A: Gegründet worden ist das Projekt damals von ein paar Initiatoren, die sich zusammengetan haben und auch gleichzeitig dieses immaterielle Kulturerbe bei der UNESCO angeregt und durchgesetzt haben. Das war eine Gruppe von glaub' ich vier, fünf Personen, die dann allerdings gar nicht alle zu diesem LEADER-Projekt gekommen sind. Da hat's damals schon teilweise unterschiedliche Ideen und Zerwürfnisse gegeben. Der sozusagen „erfolgreiche" und noch verbleibende Part ist dann aufgegangen in dieses LEADER-Projekt. Da hat's zwei Projekte hintereinander gegeben. Das hat glaub' ich 2011 begonnen, da hat die UNESCO die Pecherei in Niederösterreich zum immateriellen Kulturerbe erklärt. Die Aktivitäten waren damals, dass man einmal versucht hat zu schauen: Was gibt's in der Region in der Richtung überhaupt? Was ist noch da? Was gibt's für Betriebe oder Personen, die sich damit überhaupt beschäftigen? Da hat man einmal versucht, das auch publik zu machen. Das heißt, da sind dann Folder aufgelegt worden, deswegen sind unsere Folder - obwohl wir die dann einmal noch neu gemacht haben im Projekt Schwarzföhre 2.0 kurz vor Ende - eigentlich nicht aktuell. Wir haben damals gewusst: Das Projekt läuft aus, machen wir das noch schnell, dann zählt das sozusagen noch als Projekt, weil wir gewusst haben, dass der Verein nachher finanziell nicht so gut aufgestellt sein wird, dass wir uns gleich große Schritte leisten können - und so ist es auch. Es ist, wie soll ich sagen, mehr Ideologie als kommerzieller Hintergrund.

I: Sowohl vonseiten der LEADER-Region als auch vom Wienerwald Tourismus wurde mir gesagt, dass sie das Thema Pecherei absolut positiv und spannend sehen. Gibt es seit dem Ende des Projekts Kontakt mit der LEADER Region oder mit dem Wienerwald Tourismus bzw. Überlegungen, das Ganze touristisch noch weiter auszuweiten mit Angeboten, Kooperationen oder ähnlichen Dingen?

A: Kooperationen in welche Richtung? Also wer mit wem?

I: Also ihr Verein wieder mit dem Wienerwald Tourismus beispielsweise. Dass man zum Beispiel gemeinsam touristische Angebote entwickelt?

A: Ja, absolut. Ich erzähl' kurz den Hintergrund. Das LEADER-Projekt hat einen kleinen Pferdefuß gehabt. Der Jahresbeitrag, dass man überhaupt dabei sein konnte, waren 200 Euro. Das ist für einen kleinen, einzelnen Betrieb, der jetzt wie gesagt aus Ideologie sagt, ich mach' das aus Liebhaberei, sehr viel Geld. Und so ist es einigen gegangen. Für manche war das überhaupt kein Thema, aber für einige doch. Das ist ein ziemlich entscheidendes Thema. [überlegt kurz] Und die (Betriebe, Anm.) haben sich dann gefreut, wie das LEADER-Projekt dann aus war, weil sie gesehen haben: Eigentlich läuft es gut für uns, wir haben unsere Produkte platziert, wir haben einen gewissen Bekanntheitsgrad und jetzt sind endlich diese Ausgaben weg. Deshalb war, trotz intensiver Bemühungen vom LEADER-Büro und von unserem Coach, der uns damals eine Zeit lang begleitet und beraten hat, die Gruppe nicht zu bewegen, das noch einmal anzufangen. Und wir haben dann wirklich beschlossen: Okay, versuchen wir einmal auf eigenen Füßen zu stehen und den Verein zu etablieren. Und wenn's irgendeine Möglichkeit gibt, was sich auch rentiert sozusagen, was wir alleine nicht auf die Füße stellen können, dann machen wir sehr gerne mit. Wir arbeiten nach wie vor zusammen mit Wienerwald und Wiener Alpen (Tourismusdestinationen, Anm.), die publizieren unsere Themenwege. Wir arbeiten auch mit den Betrieben einzeln zusammen, wohlwissend, dass es den Verein gibt, der den Zusammenhalt weiter pflegt. Ich versuche als Obmann zum Beispiel Marktauftritte zu organisieren, wobei man natürlich rechtlich ein bisschen eingeschränkt ist, weil man eigentlich nur zweimal im Jahr etwas anbieten darf. Aber da ist es so, dass wir halt dann nicht als Verein angemeldet sind, sondern zum Beispiel ich als Privatperson oder jemand anderer und so umgehen wir das praktisch.

Aber wir sind immer wieder auf Veranstaltungen, wir bemühen uns mitzumachen wenn's irgendwas in der Gegend gibt zu dem Thema. Wir haben zum Beispiel in Wiener Neustadt bei der Eröffnung der Landesausstellung zwei Tage lang einen großen Stand gehabt, waren dort sehr präsent, haben dort auch Vorführungen gemacht usw.

I: Es gibt, wie sie auch angesprochen haben, Kooperationen mit einigen Betrieben und auch Unterkünften wie beispielsweise mit dem Seminarhotel Schloss Hernstein. Gibt es hierbei auch Möglichkeiten, dass Gäste über die Unterkünfte aktiv Führungen für Pechermuseum oder Lehrpfad buchen können oder anderweitig auf das Thema Pechern aufmerksam werden?

A: Ja, diese Möglichkeit gibt's. Wobei ich dazusagen muss, dass - weil Sie es angesprochen haben - man im Seminarhotel Hernstein nicht privat buchen kann. Außer für Veranstaltungen wie eine Hochzeit oder so irgendwas, das geht sehr wohl. Also große Gruppen nehmen sie, aber sie nehmen keine Einzelpersonen. Sie vermieten keine Zimmer für ein Wochenende oder eine Woche für Privatpersonen, weil sie Seminare als Hauptgeschäftszweig haben und damit die meiste Zeit ausgelastet sind. Wir haben zum Beispiel dort im Seminarhotel bei der Rezeption ein Regal stehen, wo unsere Produkte drinnen sind. Die verkaufen Sie auch recht gut dort. Das macht natürlich auch eine schöne Werbung und außerdem stellen Sie auf die Betten ein traditionelles Pecherbalsam drauf.

I: Pechermuseum und Lehrpfad haben nur sehr eingeschränkte Öffnungszeiten. Könnten Sie sich vorstellen, dass diese ausgeweitet werden und dann möglicherweise noch mehr Besucher kommen würden?

A: Ja, das glaub' ich schon. Bei den Lehrpfaden ist das nicht das Thema, die sind alle so, dass man sie allein' gehen kann. Da ist höchstens noch ein bisschen das Problem, dass man zwar mit einem öffentlichen Verkehrsmittel anreisen kann, aber wenn man zum Beispiel den Weg des Harzes hinauf geht und den Lehrpfad noch dazu macht, es schwierig wird wieder entweder nach Piesting oder Hernstein zum Museum hinunter zu kommen, weil es da zurzeit keine Busverbindungen gibt. Das ist aber schon jahrelang angedacht und ich habe erst vor zwei Wochen gehört, dass

angeblich im Herbst VOR (Verkehrsverbund Ost Region, Anm.) so eine Linie versuchsweise startet, was uns sehr zu Gute kommen würde. Was die Öffnungszeiten vom Museum in Hernstein betrifft, da hat der Wienerwald Tourismus vollkommen recht. Obwohl immer auch dabei steht, dass für Gruppen jederzeit eine Führung auch außerhalb dieser Zeiten (am Sonntag und an Feiertagen) gemacht werden kann. Aber da glaub' ich, dass die Hürde schon ziemlich groß ist, dass dann jemand anruft und sagt: „Ich würde jetzt gern' das Museum anschauen". Außer zum Beispiel, wenn's nahegelegt und sozusagen unterstützt wird, wie es im Seminarhotel Hernstein ist. Wenn dort jemand zur Rezeption geht und sagt, er würde das gerne anschauen, dann funktioniert das und eine halbe Stunde später ist ein Führer da. Aber für jemanden, der in Wien wohnt oder so und sich dafür interessiert, ist das sicher eine Hürde. Der überlegt sich das vielleicht dreimal uns sagt sich: „Am Samstag passt's mir, aber extra anrufen tu' ich nicht." Der schaut sich dann vielleicht so den Lehrpfad an aber auf das Museum pfeift er dann halt.

I: Vielleicht noch spontan zum Abschluss: Würden Sie sagen, dass das Pecherei-Thema noch enormes Potenzial aus touristischer Sicht für das Triestingtal mit sich bringt?

A: Ja. Ich glaub', oder bin überzeugt, dass das ein sehr großes Potenzial hat. Das Interesse ist gewaltig. Wenn unsere zwei Parade-Pecher in Waidmannsfeld (Bezirk Wiener Neustadt-Land, Anm.) Workshops machen, sind die immer weit vor den Terminen ausgebucht. Das Interesse ist riesengroß, die Leute sind total begeistert. Ich seh' auch, wenn wir irgendwo ein „Schau-Pechen" machen bei einer Veranstaltung oder so, da stehen die Leute rundherum und stellen Fragen. Ich war mit einem Kollegen im Herbst bei der Eröffnung einer Ausstellung im Schloss Belvedere und wir haben dort vor dem unteren Belvedere einen Pechbaum liegen gehabt. Wir haben für die Ausstellungseröffnung dort einem interessierten Publikum die Pecherei erklärt und was der Verein macht. Wie wir dort hingekommen sind, haben wir überhaupt nicht gewusst, kommt da überhaupt jemand? Kommen zwei Leute? Kommen fünf Leute? Es war dann eine Gruppe von 20, 25 Leuten. Wir haben zwei Stunden Zeit gehabt und haben vorher noch gesprochen, dass das lang werden wird für die Leute. Mit so einem Interesse haben wir überhaupt nicht gerechnet, es war die Zeit dann zu kurz. Die Leute hätten noch weiß ich wie viele Fragen gehabt,

die haben uns gelöchert. Also da hat man gesehen, wie gewaltig das Interesse wirklich ist, wenn die Leute einmal mit dem in Berührung kommen und erfahren, was es da gibt und was eigentlich noch alles gemacht wird aus dem Harz.

Interview mit **Daniel Pongratz** (Bürgermeister der Gemeinde Pottenstein)
Datum: 15.05.2020, 10:00 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Gemeinde Pottenstein?

A: Naja, also wir liegen geographisch ja so, dass wir die klassische Durchzugsgemeinde sind, was das betrifft. Es gibt nicht wirklich Highlights bei uns, das muss ich auch ganz ehrlich sagen. Das heißt, es führt alles bei uns vorbei: Der Radweg, die Mountainbike-Strecke. Aber in Wahrheit sind wir nur Durchzugsgemeinde, was das betrifft.

I: Also vom wirtschaftlichen Stellenwert her eher eine untergeordnete Rolle?

A: Eher sehr gering, ja.

I: Mit der Wallfahrtskirche, dem Doppelkarner oder den zahlreichen nahegelegenen Wanderwegen gäbe es ja durchaus interessante, touristische Attraktionen für Ausflügler. Ist der Ausflugstourismus daher ein Bereich, den man von vonseiten der Gemeinde ein bisschen im Auge hat?

A: Ja, es wird sich da was ergeben. Also bei uns steht ein sehr großes Retentionsbecken und da ist eine ökologische Ausgestaltung angedacht mit so einem kleinen Badeteich. Das liegt dann auch am Triestingtaler Radweg, also wir rechnen dann schon sehr stark damit, dass das dann gut genutzt wird, wenn das fertiggestellt ist. Also für Ausflüge sind wir dann durchaus geeignet als Gemeinde.

I: Aber derzeit spürt man den Ausflugstourismus nicht besonders?

A: Nein, derzeit spürt man das überhaupt nicht.

I: Ist es richtig, dass es in Pottenstein derzeit keine Beherbergungsbetriebe gibt?

A: Nein, momentan gibt es gar nichts. Wir haben früher Fremdenzimmer gehabt, aber diese Familien bieten das nicht mehr an, weil es sich einfach aufgehört hat mit der Zeit. Es hat dann Berndorf ein Hotel bekommen, eine Frühstückspension sozusagen. Und mit dem Zeitpunkt war's dann ganz vorbei.

I: Und da gibt's auch keine Bestrebungen, dass man wieder eine Unterkunft eröffnet?

A: Nein, da gibt's keine Bestrebungen, weil wie gesagt der Bedarf gar nicht da ist.

I: Gibt's konkrete Bereiche, die man in Pottenstein gerne touristisch aufwerten würden oder wo Sie touristisches Potenzial sehen?

A: Naja, das bringt mich eigentlich nur zu diesem Retentionsbecken mit dieser Ausgestaltung. Also das ist eigentlich der einzige Punkt oder Aspekt, den man dann dementsprechend nutzen kann. Dadurch, dass der Radweg da vorbei geht und auch die Wanderstrecke, ist das dann sicher ideal zu nutzen als Highlight im ganzen Triestingtal eigentlich.

I: Können Sie hier Näheres zu diesem Projekt sagen? Für wann ist das konkret geplant?

A: Das wäre jetzt eigentlich schon in der Bauphase, aber da hat uns Corona überrascht. Das wird jetzt natürlich alles später. Es wird jetzt im Juni oder Juli Baubeginn sein und vier Jahre ist da die Bauzeit. Also es dauert schon noch ein wenig.

I: Gibt's hier mit LEADER eine Zusammenarbeit diesbezüglich?

A: Diesbezüglich gibt's mit LEADER eine Zusammenarbeit, ja. Wir haben das planen lassen, also das ganze Projekt mit den Hochwasserbecken läuft über den

Wasserleitungsverband. Und diese Naturbadeplätze sind etwas, das wir über die LEADER-Region gestartet haben. Da hat's eine Architektin gegeben, die die Vorstudie gemacht hat und so weiter. Also LEADER ist da schon involviert in das Ganze.

I: Pottenstein wird ja auch als „Raimund-Gemeinde" (in Anlehnung an den österreichischen Dramatiker Ferdinand Raimund, der in Pottenstein verstorben ist, Anm.) bezeichnet. Gibt's da irgendwelche touristischen Überlegungen?

A: Naja, es ist leider so, dass das Sterbehaus, das bei uns ist und wo sich Ferdinand Raimund erschossen hat, in Fremdenbesitz ist. Wir haben da schon oft Bestrebungen gehabt. Alle zwei, drei Jahre haben wir so Events, die mit Raimund zu tun haben, mit Raimund Ring-Verleihung oder zum Sterbetag. Da öffnen wir das Haus dann, natürlich in Absprache mit dem Besitzer, aber so richtig zugänglich machen tut er es leider Gottes nicht. Das ist ein bisschen schwierig.

I: Früher war die Sommerfrische im Triestingtal ja sehr ausgeprägt. Sehen Sie Potenzial, dass ein Aufleben der Sommerfrische künftig eventuell wieder ein Thema werden könnte?

A: Naja, eigentlich nicht wirklich. Bedingt gibt's sicher die Möglichkeiten, aber dadurch dass es nicht wirklich viel gibt - ja man kann Radfahren und ein bisschen Wandern. Wenn man baden auch noch könnte, und das bringt mich wieder zu dem Badeteich, dann kann ich mir das schon vorstellen. Aber aus jetziger Sicht glaub' ich ist es fast noch ein bisschen zu wenig, um da wirklich eine Woche oder zwei Wochen Urlaub zu machen. Man ist ziemlich bald fertig. Den Radweg fährt man ab in einem Tag, Wandern kann man auch nicht in viele Richtungen. Also das ist doch ziemlich bald erschöpft das Ganze.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Das nehme ich ganz ähnlich wahr, weil die Struktur bei uns im Tal ja unterschiedlicher gar nicht sein könnte. Wir sind ziemlich in der Mitte, und alles aufwärts - Weissenbach, Altenmarkt - ist ziemlich ländlich geprägt, während abwärts eher der städtische Bereich ist. Also da eine gemeinsame Identität zu schaffen, ist schwierig. Das hab' ich auch gemerkt in den letzten Jahren innerhalb der LEADER-Region, weil jede Gemeinde für sich etwas bietet, aber das ist in Summe gesehen so unterschiedlich, dass man das gar nicht auf einen Nenner bringen kann.

I: Also Sie sehen es aufgrund der Heterogenität der Gemeinden als sehr schwierig an?

A: Richtig.

Interview mit **Andreas Purt** (Mostviertel Tourismus GmbH)
Datum: 17.04.2020
Ort: Schriftlich bzw. E-Mail-Korrespondenz; Sprache: Deutsch
Interviewer: Florian Kolbe

I: Die Mostviertel Tourismus GmbH war von 2015 bis 2018 Projektträger des Projektes „Via Sacra und Wiener Wallfahrerweg" in der LEADER Region Triestingtal. Als Schwerpunkte werden u.a. die Qualitätssicherung entlang des Wegenetzes und verschiedenste Digitalisierungsmaßnahmen (z.B. die Weiterentwicklung der Pilger-App) genannt. Wie verlief die Umsetzung der Vorhaben aus Ihrer Sicht?

A: Die Umsetzung der Maßnahmen innerhalb des oben genannten Projekt von 2015 bis 2018 verliefen größtenteils planmäßig. Der Aktivitätenschwerpunkt lag auf folgenden Punkten:
-) Überarbeitung der Etappenvorschläge inklusive digitaler Darstellung: Dafür wurde eine Gesamtbegehung des Wegenetzes durchgeführt. Darauf basierend erfolgte die Neudigitalisierung der Verläufe und Berechnung der Wegedaten. Diese wurden entsprechend in der Kommunikation aufgenommen. Außerdem wurden die Etappenvorschläge dahingehend angepasst.

-) Integration Online-Buchungstool: Hier wurden als erster Schritt buchbare Komplettangebote online buchbar gemacht. An einer Lösung für individuelle Buchungen wird noch gearbeitet.
-) Weiterentwicklung Pilgerapp: Hierzu gab es ebenfalls eine Umsetzung, wenn auch inhaltlich anders als ursprünglich geplant. Im Zuge der Planung hat sich ein anderes inhaltliches Konzept ergeben. Das Endprodukt ist eine Audio Pilgerbegleitung, die all jenen Impulse geben soll, die es wünschen, aber ohne reale Pilgerbegleitung unterwegs sind. All dies natürlich in einem Ausmaß, um unseren tatsächlichen Pilgerbegleitern nicht zu konkurrieren sondern ein ergänzendes Angebot dazu anbieten zu können.

I: Ein Fokus innerhalb des Projekts lag auf der Effizienzsteigerung in der Buchungsabwicklung. Können Sie dies näher ausführen?

A: Der Fokus ergab sich auf Grund der „Beschaffenheit“ der Anfragen, die wir erhalten. Diese sind im Regelfall sehr individuell und daher relativ aufwendig und umfangreich in der Bearbeitung. Zum einen haben Gäste, die eine Pilgerreise planen, einen sehr hohen Informationsbedarf (hier liegt bspw. auch ein Schwerpunkt im aktuell laufenden Projekt) und brauchen demnach entsprechend viel Unterstützung in der Planung. Daher war ein erklärtes Ziel (und ist es auch nach wie vor) sämtliche Barrieren von der Erstanfrage bis hin zur Buchung möglichst zu reduzieren. Der gewünschte Effekt für den Gast: ein möglichst einfacher und benutzerfreundlicher Informations- und Buchungsweg. Der gewünschte Effekt für unser Informationsbüro: Durch entsprechende Aufbereitungen den personellen Aufwand pro Buchung zu reduzieren.

I: Haben die Unterkünfte entlang der Via Sacra grundsätzlich eine hohe Auslastung?

A: Leider gibt es hier keine pauschale Antwort. Das Wegenetz führt wenn wir alle Wegvarianten mit einbeziehen durch drei Bundesländer, in Niederösterreich durch drei Destinationen. Die Struktur ist zum Teil doch recht unterschiedlich wenn man die Orte innerhalb der Regionen betrachtet. Dahingehend ist sicher auch die Auslastung zu betrachten. Allerdings ist es durchaus so, dass die Pilgergäste bei unseren Partnerbetrieben (und vermutlich auch bei vielen außerhalb der Kooperation) einen

hohen Stellenwert haben. Wir erhalten immer wieder Rückmeldungen, dass der Anteil der Pilgergäste von wirtschaftlicher Bedeutung ist. Zudem bringt ein Pilgerweg oftmals auch vermehrt Gäste außerhalb der Hauptsaisonen.

I: Welche touristische Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der Triesting-Gölsental-Radweg?

A: Der Triesting-Gölsental-Radweg ist eine der Top-Radrouten in Niederösterreich. Er verbindet die beiden Top-Radrouten Traisental-Radweg und EuroVelo9. Einen großen Anteil machen kurze Ausfahrten und Tagesausflüge aus. Die zunehmende Nutzung von E-Bikes „entschärft" die (einzige gröbere) Steigung zwischen Ramsau und Kaumberg, was zu Mehrtagestouren mit Nächtigung anregt. Im Rahmen einer destinationsübergreifenden Zusammenarbeit wurde das Angebot „Wienerwald-Radrunde" entwickelt, welches Wiener Radfahrern eine 5-tägige Rad-Runde direkt von Wien ausgehend rund um den Wienerwald durch Verbindung mehrerer Top-Radrouten ermöglicht. Natürlich ist ein Einsteigen in die Route entlang der gesamten Strecke möglich. https://www.niederoesterreich.at/wienerwaldradrunde. Die Betreuung und Vermarktung des Triesting-Gölsental-Radweges liegt bei der Destination Wienerwald (obwohl der Gölsental-Radweg im Mostviertel liegt).

I: Gibt es seit Auslaufen des Via Sacra-Projekts weiterhin eine Partnerschaft mit der LEADER Region Triestingtal bezüglich touristischer Angebotsentwicklungen oder ähnlichen Maßnahmen?

A: Generell besteht eine laufende Kommunikation und eine gut funktionierende Zusammenarbeit mit der Leader Region Triestingtal. Darüber hinaus wurde nach Auslaufen des oben behandelten Projektes ein neues Leader-Projekt eingereicht, das ebenfalls – wieder anteilsmäßig – das Triestingtal betrifft. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Angebotsentwicklung und Informationsaufbereitung. Als Basis dafür dienen Ergebnisse eines im vorangegangen Projekt durchgeführten Workshops zur Weiterentwicklung des Gesamtangebotes.

I: Seit einigen Jahren gewinnen Erholungsurlaube in der Natur sowie Aktivurlaube (Wandern, Radfahren etc.) zunehmend an touristischer Bedeutung, während der

klassische Strand- und Badeurlaub im Allgemeinen Einbußen verzeichnet. Wirkt sich dieser Trend auch positiv in Ihrer Destination aus bzw. orten Sie bei Touristen ein steigendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Regionalität?

A: Die Antwort bezieht sich in diesem Fall auf die gesamte Region Mostviertel. Wir beschäftigen uns mit dem Thema Nachhaltigkeit im Tourismus schon sehr lange, organisieren mittlerweile seit 12 Jahren eine Nachhaltigkeitskonferenz in der Region; sind die einzige Region Österreichs mit dem Umweltgütesiegel; haben einige Preise gewonnen – dennoch gehören wir nicht zu den TOP Tourismus Destinationen in Österreich. Wobei man zwischen Tourismusindustrie und „sanften Tourismus“ unterscheiden muss. Gerade die aktuelle Situation rund um Covid19 zeigt dies auch sehr deutlich. Jene hochindustrialisierten Tourismusdestinationen im Westen Österreichs (Ischgl etc.) mit enormen Investitionen in Infrastruktur und Hotelerie, haben jetzt auch den größten Schaden, wo es wohl sehr lange dauern wird, bis der Level wieder erreicht wird. Unsere Region mit sehr vielen kleineren Einheiten; Familienbetriebe, regionale Produzenten sind in der aktuellen Phase resilienter in der Krise und werden wohl mit einem geringeren Schaden davonkommen – hatten aber auch nie so viel verdient wie die anderen. Grundsätzlich spüren wir einen stärkeren Zuspruch in den letzten Jahren, aber nicht unter dem Aspekt, dass umweltzertifizierte Angebote gebucht werden; sondern die Awareness für diese Themen einfach zugenommen hat; Naturnahe Angebote entlang dem Wasser (NP Ötscher Tormäuer oder Ybbstalradweg) erfreuen sich bei Städtern im Sommer immer größerer Beliebtheit, da in den Städten die Hitze oft unerträglich wird. Regionalität und authentische Angebote finden einen Zuspruch und werden angefragt.

Interview mit **Ing. Andreas Ramharter** (Bürgermeister der Gemeinde Leobersdorf)
Datum: 05.05.2020, 10:00 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Marktgemeinde Leobersdorf und wie würden Sie die touristische Entwicklung in den letzten Jahren beurteilen?

A: Das ist eine gute Frage. Ich weiß' jetzt nicht , wie man Tourismus wissenschaftlich definiert. Im landläufigen Sinn würde ich sagen, es gibt in Leobersdorf keinen Tourismus, ehrlich gesagt. Wir haben schon einige wirtschaftliche Aktivitäten, die sich aus Besuchern in unserer Gemeinde ergeben. Ich denke, unsere Gastronomie und unsere Freizeiteinrichtungen sind gut frequentiert, aber das würd' ich jetzt langläufig nicht unter Tourismus einordnen. Wir haben keinen Stephansdom oder keinen Peilstein oder diese klassischen Tourismusziele. Der klassische Tourismus hat für Leobersdorf sicher nur eine untergeordnete Bedeutung.

I: Aufgrund des Triesting-Gölsental-Radweges ist Leobersdorf aber vor allem für Ausflügler ja durchaus interessant. Spürt man diese wirtschaftlich in irgendeiner Form oder spielen die Ausflügler auch eher eine untergeordnete Rolle?

A: Die spielen derzeit sicher eine untergeordnete Rolle bei uns.

I: Wäre der Kurzulaubs- bzw. Wochenendtourismus dennoch ein relevantes Thema für Leobersdorf bzw. ein Bereich, wo man sagt, den würde man gerne ausbauen?

A: Es gibt schon Dinge, wo wir uns mit dem Thema auseinandersetzen, wobei wir noch nicht ganz schlüssig sind, wie wir das wirklich regeln können. Es gibt zum Beispiel den Heilsamen Brunnen. Das ist ein Objekt, das wir ein bisschen im Auge haben. Zum Beispiel wurde vom Land auch viel Geld hineingesteckt in den Radweg entlang des Wiener Neustädter Kanals. Der bringt für uns aber eigentlich gar nix'. Der geht zwar durch unsere Ortschaft, aber nicht wirklich durchs Zentrum. Dort ist an Wochenenden sicher einiges an Verkehr, aber der bringt für uns nix', weil er eben am Zentrum und an unseren Gastronomiebetrieben vorbei läuft. Ähnlich ist es mit dem Radweg, der entlang der B18 ins Triestingtal hinauf geht. Das geht alles nicht wirklich durch unser Ortszentrum. Das Ortszentrum bei uns ist denk' ich sehr gut belebt. Ich glaube, vor vielleicht zwanzig Jahren hätte man gesagt, Berndorf ist so das Zentrum des Triestingtals. Ich denke, dass in Leobersdorf momentan viel mehr „Leben" ist als in allen anderen Gemeinden des Triestingtals. Dies ist sicher dadurch bedingt, dass wir unser Ortszentrum gut belebt haben. Mit dem Rathausplatz, mit den Eisgeschäften... Da gibt's schon zum Teil Fahrradtouristen, die aus Enzesfeld oder

Hirtenberg kommen, eine Runde fahren und sich in Leobersdorf vielleicht ein Eis kaufen oder die zahlreichen Lokalitäten besuchen.

I: Also würden Sie sagen, es gibt allgemein im Unteren Triestingtal nicht wirklich Bereiche, wo Sie noch großes touristisches Potenzial orten würden?

A: So Geschichten wie den Themen-Wanderweg, den man auf dem Peilstein gemacht hat, seh' ich jetzt bei uns nicht so vordergründig. Wir sehen uns mehr als Einkaufsstadt und als Arbeitsstätte. Bei uns ist eher das Einkaufen und das Arbeiten das Dominante. Wir sind nicht der klassische Tourismus-Ort wie vielleicht der Hafnerberg oder der Peilstein. Wir haben jetzt kein Hocheck oder eine Steinwandklamm. Das haben sie halt in Furth, aber wir haben wieder andere Sachen. Ich bin jetzt auch nicht der, der sagt: Ich will das auch haben. Wir wollen uns da ein bisschen differenzieren.

I: Ich habe bei meinen Recherchen gelesen, dass es in den letzten Jahren Bemühungen gab, den Heilsamen Brunnen touristisch aufzuwerten? Können sie hierzu näheres sagen?

A: Ja, dieses Projekt läuft nach wie vor. Das machen wir auch gemeinsam mit der Stadterneuerung und mit Frau Schawerda. Die erste Bauphase werden wir bei der Gemeinderatssitzung im Juni beauftragen, da werden einmal ungefähr 200 000 Euro investiert. Da geht's jetzt einmal darum, das Bauwerk zu stabilisieren. Das ist nicht gescheit fundiert, dadurch kommt's immer wieder zu Senkungen, Rissen etc. Daher wollen wir das vorhandene Bauwerk - diese Kapelle - jetzt einmal wieder in Schuss bringen. Darüber hinaus ist dann vorgesehen, dort so eine tagestouristische Attraktion zu schaffen, wo man sagt: Schauen wir einmal, ob das angenommen wird von den Menschen. Vor vierzig Jahren hat's dort so Stände gegeben, ähnlich wie in Mariazell vor der Basilika, wo man ein bisschen verweilen kann, was essen oder trinken kann. In dieser Art und Weise ist angedacht, das einmal wieder zu beleben und zu schauen, ob das angenommen wird oder nicht. Ich persönlich bin da ehrlich gesagt ein bisschen skeptisch. Wenn jetzt jemand mit Kindern fort fährt, weiß ich nicht, ob man dann zum Heilsamen Brunnen geht oder nicht lieber nach St. Margarethen in den Märchenwald fährt oder ins Theater. Und mit solchen

Attraktionen wollen und können wir nicht mithalten. Aber wir wollen diese Kapelle einerseits erhalten und vielleicht auch so ein bisschen als Hochzeitslocation herrichten und anpreisen. Das ist etwas, wo man sich vielleicht wieder ein bisschen differenzieren könnte. Dass man sagt, es gibt doch genug Leute, die einen schönen Platz zum Heiraten suchen. Da haben wir jetzt in Leobersdorf einerseits das Eventcenter. Auf der anderen Seite könnte man dann was Komplementäres bieten, wenn man mit dem Heilsamen Brunnen eine Location schafft, wo man die staatliche Trauung machen kann.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Ja, das nehme ich so wahr.

I: Oder anders gefragt: Ist eine gemeindeübergreifende Zusammenarbeit im Tourismusbereich innerhalb des Triestingtals gar nicht gegeben?

A: Ich will nicht sagen gar nicht gegeben, aber die Strukturen und die Erwartungshaltungen der Gemeinden sind denke ich sehr unterschiedlich. Wir sind eine sehr inhomogene Gruppe. Da gibt's auf der einen Seite sehr ländliche Gebiete wenn ich an Furth, Altenmarkt oder Weissenbach denke. Berndorf oder Leobersdorf haben eher einen städtischen Charakter. Es ist halt schwierig, da gemeinsame Ziele zu definieren. Ein Problem ist glaub' ich auch, dass es zum Teil immer wieder an Persönlichkeiten scheitert.

Interview mit **Franz Rumpler** (Bürgermeister der Gemeinde Berndorf & Mitbetreiber der Triestingtaler Hofgenüsse)
Datum: 08.05.2020, 12:30 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Stadtgemeinde Berndorf?

A: Für Berndorf ist es - da wir sehr, sehr wenige Fremdenbetten haben - nicht wirklich das Ziel, dass man Touristen jetzt eine Woche da hat. Unser Ziel ist, dass der Tagestourismus durch unsere Ausflugsstätten wie die Schulen (Berndorfer Stilklassen, Anm.), das Theater, das Museum, den Guglzipf, das Centrelax (Freibad, Anm.) und mit der Natur Leute aus der näheren Umgebung - ich sag' einmal von Wien, Mödling, Baden - her holt. Dass man sagt, die Leute können bei uns einen halben Tag oder Tag sinnvoll nutzen in puncto Wandern, Radwege, kulturelle Einrichtungen bzw. Abendveranstaltungen und man damit auch die Gastronomie stärken kann. Also ich sehe die Wertigkeit des Tagestourismus für Berndorf sehr hoch. Wir müssen ganz einfach schauen, dass wir wie jeder andere Ort auch, die Wertschöpfung von außen herein bringen - das ist sicher ein Ziel.

I: Sie haben es ja bereits angesprochen, dass es in Berndorf einige Sehenswürdigkeiten gibt, die vor allem für Tagesausflügler gibt. Dennoch war früher die Sommerfrische sehr ausgeprägt im Triestingtal. Können Sie sich in irgendeiner Art und Weise vorstellen, dass das künftig wieder interessant werden könnte im regionalen Tourismus?

A: Also wenn Sie mich im Jänner gefragt hätten, ob man jetzt eine Sommerfrische im Triestingtal anbieten kann oder ob das wieder stärker wird, dann hätte ich das sicher verneint. Aber ich glaub', Corona hat uns eines Besseren belehrt. Schauen wir mal, ob es jetzt vielleicht schöner ist, dass man über's Wochenende nicht nach England fliegt, sondern man das Wochenende lieber im Triestingtal verbringt. Das wird jetzt die Zeit zeigen, wo es hingeht. Für uns wär's natürlich schön, wenn wir das anbieten können, aber als Stadtgemeinde kann man das nicht. Da müssen wir vorher ein paar private Anbieter finden, die bereit sind, in ein paar Zimmer zu investieren. Da kann man dann sicher unterstützend eingreifen. Aber das wir jetzt sagen, dass wir irgendwo ein Hotel groß mit planen oder mitfinanzieren, das glaub' ich nicht.

I: Also der Fokus in Berndorf liegt eindeutig auf Tages- und Wochenendtouristen?

A: Genau, ja.

I: Gibt's konkrete Bereiche, wo Sie in Berndorf noch touristisches Potenzial sehen?

A: Ja, schon. Für Berndorf ist der Kulturtourismus natürlich immer sehr wichtig gewesen, abgesehen von den Sommerspielen. Wir sind doch eine kleine Stadt, aber wenn man hinaus geht, ist man in fünf Minuten mitten in der Natur - das ist sicher ein großer Vorteil von Berndorf. Natürlich muss man dann schauen, ob man vielleicht diesen Gruppenbus-Tourismus, der eine Zeit lang relativ stark war in Berndorf, wieder ausbauen kann. Wo man sagt, man ist einen halben Tag in Berndorf und einen halben Tag zum Beispiel durch eine Kooperation mit Hernstein im Pechermuseum. Dass man da auch sagt, dazwischen gehen die Leute entweder in Berndorf oder Hernstein in ein Wirtshaus Mittagessen und zu einem Heurigen in der Umgebung Abendessen. Das sind so Sachen, die kann man sicher sehr, sehr rasch wieder bewerben. Der Bustourismus ist ja froh, wenn sie neue Ausflugsziele haben. Da wär' es sicher nicht schlecht, wenn man sagt, man macht ein Package mit Stadttheater, Schulführung, Mittagessen und dann Pechermuseum mit Rundgang oder umgekehrt. Also da könnte man im Triestingtal durch Vernetzung von zwei, drei Gemeinden sicher einiges machen. Sicher ist das nicht nur für Berndorf ein Thema sondern eher ein LEADER-Region-Thema, weil es dann ja auch mit dem Bewerben besser geht.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Ich bin privat Winzer und Heurigenwirt und ich weiß, dass es natürlich schwierig ist. Ich sag' einmal, in den letzten zehn Jahren ist das Angebot im Triestingtal als auch in Berndorf ein bisschen geschrumpft und dadurch ist sicher auch der Tourismus nicht mehr geworden. Der Tourismus kommt nur dann, wenn das Angebot passt. Für uns ist einmal wichtig, dass wir wieder diese Stimmung drehen, dass man sagt: Hey, es zahlt sich aus wenn man ein Wirtshaus aufmacht und dort auch eine größere Gruppe verköstigen kann. Ich sag's ganz ehrlich: Wenn man jetzt mit 60 Leuten kommt, fallen mir im Triestingtal nicht viele Gaststätten, Wirtshäuser oder Heurigen ein, die die Leute in eineinhalb Stunden abfertigen können.

I: Anders gefragt: Sehen Sie eine gemeindeübergreifende Zusammenarbeit im Tourismusbereich innerhalb des Triestingtals gegeben?

A: Auf jeden Fall, das muss auch so sein. Der Tourismus ist unser Zukunftsthema. Wir haben den Wiener Markt ja vor der Haustüre, die Leute sind in einer halben Stunde da. Man sieht es ja, dass am Peilstein oder am Waxeneck oder zum Teil auch bei uns am Guglzipf die Touristen eh zu uns heraus kommen, wenn das Angebot stimmt. Wenn man bedenkt, die Hütte am Peilstein oder die Waxeneck-Hütte sind Freitag bis Sonntag, wenn es halbwegs schön ist, gestürmt. Da müssen wir dran arbeiten, dass wir mehrere solche Hotspots bekommen bzw. wahrscheinlich auch entlang vom Radweg das ein bisschen besser nutzen. Vielleicht dass man es jetzt nicht so extrem macht wie die Mostschank-Meile (Genussmeile in der Thermenregion, Anm.) im Herbst. Aber vielleicht dass man entlang vom Radweg einmal irgend so ein Event aufzieht, das über die Gemeinden hinweg zieht, wo jede Gemeinde eine Attraktion ist und das zwei bis drei Mal im Jahr. Das würde sicher gehen, das Thema müsste man sich dann halt anschauen. Da denk' ich mir, dass das entlang vom Radweg sicher zu machen ist. Und dass die Leute auf solche Events stehen, das sehen und wissen wir. Die Mostschank-Meile hat ja glaub' ich 50 000 Leute innerhalb von zwei Wochenenden. Ich hab mich da ein bisschen schlau gemacht. Rund um diese zwei Wochenenden sind die Auslastungen der Hotels höher. Die Leute sind dann wirklich für ein Wochenende von Freitag bis Sonntag da, das ist dann natürlich auch eine super Wertschöpfung. Das könnte ich mir entlang vom Radweg sicher vorstellen. Aber das muss man natürlich klein anfangen, vielleicht einmal mit zwei, drei oder vier Gemeinden. Das Radweg-Thema ist sicher ein LEADER Region-Thema, die Gemeinden und Vereine müssen natürlich auch dazu stehen. Aber koordinierend sehe ich da schon die LEADER-Region gefordert, dass da was geht.

I: Das Thema Mobilität ist ja im Triestingtal auch durchaus ein Großes und auch für den Tourismus nicht unwichtig. Gibt's hier Pläne, den öffentlichen Verkehr in näherer Zukunft zu optimieren?

A: Ich muss ehrlich sagen, ich glaub', dass man es heutzutage nicht mehr durchbringen würde, die Bahnstrecke ab Weissenbach einzustellen. Ich glaub', das

war ein fataler Fehler. Zum Teil sind die Flächen ja schon verkauft. St. Pölten wird für Niederösterreich als Landeshauptstadt immer wichtiger. Wenn man da den Ausbau heute gescheit macht, wäre man in einer dreiviertel Stunde dort. Ich meine, man kann die Verbindung einstellen, aber dass man die Gleise gleich entfernt, war glaub' ich ein großer Fehler.

I: Vergangenes Jahr wurden die Triestingtaler Hofgenüsse ins Leben gerufen. Gibt's seitens der beteiligten Betriebe Bestrebungen, die Produkte auch touristisch noch mehr zu vermarkten? Dass man beispielsweise sagt, alle 16 Betriebe öffnen an bestimmten Wochenenden, sodass Ausflügler in der Region die verschiedenen Betriebe besichtigen und etwas konsumieren können?

A: Ich glaube, dass es solche Überlegungen noch nicht gegeben hat. Aber das ist eine gute Idee, das nehme ich gern für mich mit. Wir haben die Hofgenüsse-Eröffnung bei mir in der Halle gehabt, da waren 1000 bis 1500 Leute da. Das Potenzial ist da, weil ich glaube, dass die Regionalität für die Leute hier wichtiger ist als die Bio-Geschichte. Es wird geplant, eine gemeinsame Verkaufsstelle zu machen, weil man dann auch die Geschenkkörbe gemeinsam machen kann. Wir haben zu Weihnachten so Geschenk-Kartons gemacht und die sind von den Firmen sehr gut angenommen worden. Das Problem ist, dass es keine zentrale Verkaufsstelle gibt. Das ist sicher der nächste Schritt. Da muss man halt schauen, zu welchem Betrieb oder Handelsunternehmen das als Zusatz vielleicht gut dazu passt. Ich glaub', dass es geschickt wäre, mit irgendeinem Einzelhändler, der Kapazitäten frei hat, eine Kooperation eingeht und der einen gewissen Rabatt für den Ab-Hof-Verkauf bekommt und dadurch seinen Umsatz steigert. Wir haben in St. Veit-Ödlitz (Gemeinde Berndorf, Anm.) vom Weinbauverein aus alle zwei Jahre den „Tag der offenen Kellertür" mit dem Winzerwandern. Und da sind nur bei den vier Winzern doch 500 Leute. Die Leute gehen von Winzer zu Winzer und es hat ein bisschen was Gesellschaftliches. Da muss man Eintritt zahlen, aber das wird sehr gut angenommen. Also das auf die Hofgenüsse umgerechnet - Danke für die Anregung.

I: Gerne, aber das ist vom Wienerwald Tourismus gekommen. Was mich noch interessieren würde: Liegt der „Triestingtaler Hofgenüsse-Guide" auch in kulturellen Einrichtungen der Region (z.B. Museen) auf?

A: Ja. Wir haben den, wie die Aktion war, relativ breit verstreut. Das waren glaube ich 5000 Stück, die wir da gehabt haben. Der liegt auch in den Gemeindeämtern überall auf.

Interview mit **DI Anette Schawerda** (Managerin der LEADER Region Triestingtal)
Datum: 13.05.2020, 11:00 Uhr
Ort: Berndorf; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Wie würden Sie die touristische Entwicklung in der LEADER Region in den letzten Jahren beurteilen? Wurden die in der aktuellen LES formulierten Ziele im Tourismusbereich Ihrer Meinung nach erreicht?

A: Es ist natürlich angesichts von Corona sehr vieles verwischt, was man noch vor zwei Monaten gesagt hätte. Es gibt aber - und das wird es auch nach Corona weiter geben - einige gute Leitprodukte, die entwickelt worden sind in den letzten Jahren. Das ist das Projekt "Die KEAföhrenen" mit den Produkten der Pecherei gewesen, mit der Belebung eines alten Handwerks. Da konnte neben dem, was mit dem Pechermuseum Hernstein schon da war, auch die regionale Entwicklungsarbeit punkten, weil mehr Betriebe dazugekommen und neue Produkte entstanden sind und sich eine Gruppe über Gemeindegrenzen hinweg formiert hat. Das ist für mich ein gelungenes Beispiel, das auch nach Corona sicher genauso attraktiv ist wie davor - oder vielleicht noch mehr, weil wir ja auch durch Corona wieder sehr stark auf Regionalisierung, auf Handwerk und auf „Hier produziert" setzen, und das entspricht genau dem. Ein weiteres, zentrales Element ist die Bewerbung und Entwicklung des Triesting-Gölsental-Radweges. Da wurde durch mehrere große Projekte über Gemeindegrenzen hinweg eine Angebotsentwicklung vorangetrieben. Radfahren ist voll im Trend - das ist eine wichtige Geschichte, dass wir zu den niederösterreichischen Hauptradrouten zählen mit dem Triestingtal. Als dritte, erfolgreiche Leitgeschichte im Triestingtal sehe ich die Via Sacra. Es hat zum klassischen Pilgern eine neue Gruppe Interesse am Pilgern, am Weitwandern gefunden. Die Angebote wurden auch von der Tourismusdestination Mostviertel über LEADER-Projekte, wo wir auch beteiligt sind, aufbereitet. Das sind drei große

Motoren. Unabhängig davon hat sich auch in manchen Gemeinden viel getan. Für mich ist das Obere Triestingtal touristisch relevanter und interessanter als das Untere Triestingtal. Leitprojekte in den Gemeinden sind für mich die Araburg, die jetzt im Mai - zum ersten Mal mit der neuen Ausstellung - wieder aufgemacht wird und Klein-Mariazell, wo die Marke Klein-Mariazell im Wienerwald im Entstehen ist und viele Aktivitäten laufen.

I: Also würden Sie sagen, die Ziele sind in gewisser Weise erreicht worden und durch diese Projekte ist eine touristische Aufwertung im Triestingtal entstanden?

A: Ja.

I: Ist der Tages- und Wochenendtourismus im Triestingtal Ihrer Meinung nach ein Faktor, der für die Wertschöpfung und auch für die Weiterentwicklung der Region eine wichtige Rolle spielt bzw. spielen kann?

A: Ja, schon.

I: Welche Problematiken und Herausforderungen im regionalen Tourismus sehen sie momentan?

A: Herausforderungen sind oft die Öffnungszeiten von Gasthäusern. Es haben nicht alle am Wochenende offen, manche wollen auch nur unter der Woche offen haben. Da gibt es zu wenig Abstimmung auch zwischen den Wirten, wer wann Ruhetag hat. Das andere ist, dass manche Betriebe jetzt sicher auch geschwächt sind durch die Corona-Krise. Vor allem dort, wo wenig Liquidität vorhanden war, wird vielleicht in den nächsten Jahren auch weniger Möglichkeit bestehen, in den Betrieb zu investieren. Das könnte uns noch herausfordern. Ausflugsziele selbst haben wir Gute, die habe ich genannt. Wir haben aber genauso Problemzonen, da meine ich beispielsweise das Hocheck mit dem Schutzhaus.

I: Wieso das Hocheck? Können Sie das vielleicht konkretisieren?

A: Da stehen große Investitionen an, die aktuell nicht finanziert werden können, um dieses Schutzhaus zu modernisieren. Das betrifft das gesamte Schutzhaus. Da gehört investiert von der Grundinfrastruktur her mit Wasser, Strom und so weiter. Und da sehe ich jetzt noch kein Licht am Horizont, wann denn das möglich sein wird.

I: In der LES wird mehrmals erwähnt, dass man insbesondere im Tourismusbereich die Vernetzung zwischen den regionalen Akteuren und zu anderen Wirtschaftszweigen verbessern möchte. Nehmen Sie diesbezüglich positive Entwicklungen wahr?

A: Die Region selbst ist gut vernetzt, auf Gemeindeebene. Im Tourismusbereich haben wir viele Einzelkämpfer. Da steht die Vernetzung an und dazu läuft aktuell auch das Projekt „Touristische Marketingmaßnahmen" mit dem Wienerwald (Tourismus, Anm.) an.

I: Das Thema wollte ich ohnehin ansprechen. Können Sie hierbei die konkreten Ziele dieses Projektes nennen und wie der momentane Stand der Dinge ist? Läuft das demnächst an?

A: Ja, wir haben nächste Woche das erste Steuergruppentreffen. Es ist für uns ein guter Zeitpunkt. Wir haben gesagt, nach den Gemeinderatswahlen gibt's neue Personen die dieses Ressort über haben in den Gemeinden. Mit denen wollen wir zusammenarbeiten, weil die jetzt in den nächsten fünf Jahren aktiv sind. Mit denen berufen wir eine Steuergruppe ein. Da geht's schon einerseits darum: Wie wollen wir uns positionieren? Und auf der anderen Seite: Was können wir an konkreten, leicht umsetzbaren Maßnahmen setzen?

I: Und da sind auch alle Mitgliedsgemeinden mit dabei?

A: In der Steuergruppe sind ausgewählte Vertreter dabei, zum einen. Und zum anderen ist Tourismus nicht für alle Mitgliedsgemeinden wichtig. Dazu muss ich auch als Regionalentwicklerin sagen: Nachdem Regionalentwicklung eine Sache ist, die auf Freiwilligkeit und freiwilliger Zusammenarbeit beruht, macht es auch nur dann Sinn sich zu vernetzen, wenn man wirklich auch ein persönliches Interesse an einem

Thema hat. Wir denken eher themenbezogen als aus dem Ansatz heraus: Es muss immer die ganze Region sein, sondern wer kann was einbringen für die Region und profitiert aber auch persönlich davon? Diese zwei Fragen, das ist Kooperationen: Nehmen und Geben. Deswegen immer auch der selektive Blick: Wer braucht welches Thema und wer ist bereit, sich deshalb einzubringen?

I: Einige Mitglieds-Gemeinden sind Teil des Biosphärenparks Wienerwald, der einen natur- und sozialverträglichen Tourismus forciert. Das Triestingtal zeichnet sich durch naturbetonende Tourismusformen wie Wandern oder Radfahren aus. Gibt es daher eine konkrete Zusammenarbeit mit dem Biosphärenpark im Tourismusbereich?

A: Es gibt eine konkrete Zusammenarbeit mit dem Biosphärenpark. Auch die Tourismusdestination Wienerwald ist da eingebunden, zum Beispiel beim Thema Mountainbiken gab's ein gemeinsames Schwerpunktthema. Grundsätzlich nehme ich persönlich, jetzt abgesehen vom Mountainbiken, den Biosphärenpark nicht wirklich als einen Partner für touristische Entwicklung wahr, sondern eher als einen Partner, der sehr stark schaut, dass dieser besondere Naturraum erhalten bleibt. Aber es ist selbstredend, dass Nachhaltiger Tourismus für den Biosphärenpark etwas ganz Wichtiges und Zentrales ist.

I: Um was ist es bei diesem Mountainbike-Thema gegangen?

A: Es ist ja nach dem Forstgesetz nicht erlaubt, im Wald einfach Rad zu fahren. Es muss dafür ausgewiesene Routen geben und die müssen von den Grundeigentümern freigegeben werden. 2019 sind die alten Verträge ausgelaufen und es war wichtig, diese Verträge neu zu verhandeln und dabei auch auf eine Routenoptimierung zu setzen. Grundsätzlich aber ist Mountainbiken ein sehr kontrovers diskutiertes Thema. Viele Radfahrer halten sich nicht an die ausgewiesenen Strecken. Und, das kritisiere ich sehr: Die Haftung liegt beim Eigentümer.

I: Sie haben den Nachhaltigen Tourismus angesprochen. Gibt's auch Ideen, zum Beispiel eine Art „Urlaub am Bauernhof" vielleicht stärker einzubringen im Triestingtal? Oder gibt es schon Angebote in diese Richtung?

A: Es gibt einen radfreundlichen Partnerbetrieb, die Appartements haben, der ein Bauernhof ist. Ich weiß aber nicht, ob Sie unter der Marke „Urlaub am Bauernhof" laufen. Ich sehe jetzt wenig Bauernhöfe, die wirklich auf Beherbergung aus sind. Bei uns ist eher die Direktvermarktung ein Thema. Wir haben starke Betriebe in der Direktvermarktung. Dass sie auch Betriebe für Gäste sind, sehe ich jetzt weniger.

I: Sie haben es bereits erwähnt, dass Sie im Oberen Triestingtal eher touristisches Potenzial sehen als im Unteren Triestingtal. Wo sehen sie denn insgesamt das größte Potenzial im regionalen Tourismus? Das kann auch ein bestimmter Themenbereich sein.

A: Es ist das Thema Natur. Gerade jetzt, auch aufgrund von Corona wird so viel propagiert hinaus zu gehen, weil das die wenigste Ansteckungsgefahr in sich birgt. Und da sind wir ein Wandergebiet. Nicht für die Hochalpinisten, aber es gibt viele Routen die überschaubar sind, die für wenige fitte Leute gut passen, die auch gefahrlos zu begehen sind, wo man sich nicht in Gefahren begibt wie im Hochgebirge. Und es ist eine sehr abwechslungsreiche Landschaft, die einem da begegnet.

I: Und die Nähe zu Wien ist natürlich auch ein Vorteil für Ausflügler.

A: Die ist ein totaler Vorteil. Ich muss aber sagen, ich frage mich oft: Warum ist zum Beispiel der Schneeberg, den man überall sieht, wenn man aus Wien raus fährt, wie eine Landmark so in den Köpfen ist, das Hocheck im Triestingtal als erster „Tausender" aber nicht? Es gibt diese alttradierten Sehnsuchtsorte, die schon von den Reisenden im 18. Jahrhundert aufgesucht worden sind. Wir orientieren uns oft an diesen Routen und das Triestingtal liegt abseits dieser Routen, das muss uns bewusst sein. Das heißt, man fährt eher zur Hohen Wand als zum Hocheck, beispielsweise. Und wie man da im Großen eine Trendumkehr schafft, das braucht für mich mehr als Werbung. Aber dafür muss dann auch am Hocheck oben alles passen und investiert werden, so wie das auf der Hohen Wand passiert ist. Das Triestingtal wird manchmal ein bisschen abseits vom Schuss gesehen, gleichzeitig gibt es unheimlich viel zu entdecken.

I: Das Thema Mobilität ist im Triestingtal ja auch sehr präsent und für den Tourismus ein Wichtiges. Gibt's hier konkrete Pläne, den öffentlichen Verkehr im Triestingtal in näherer Zukunft - auch in puncto Nachhaltigkeit - zu optimieren?

A: Pläne gibt's. Man will auf der Triestingtalbahn einen „City-Jet-Eco" einführen, wir sind eine nicht elektrifizierte Nebenbahn. Man will umsteigen vom Diesel auf einen E-betriebenen Batterie-Zug, der aber dann auch ins System der Südbahn passt. Es wurde mit Jahresbeginn der Fahrplan ausgeweitet, sowohl abends als auch die Taktung. Das hat jetzt viel zu tun mit der Mobilitätsoffensive aufgrund des Klima-Themas, da wurde viel gemacht. Es wird, was den Bus betrifft, einen neuen Fahrplan ab Herbst geben. Da hat's jetzt ein paar Jahre lang einen Fahrplan-Dialog mit VOR gegeben, wo es aber natürlich per se nicht ums Touristische geht, sondern beispielsweise um den Schülerverkehr, um die Frage wo liegen Haltestellen. Also das touristische Aufkommen im Triestingtal über öffentliche Verkehrsmittel ist noch relativ gering, aber wir haben - und auch da gibt's die Trendumkehr im Triestingtal in den Köpfen - den Zug bis Weissenbach, das ist der Endbahnhof. Von dort ist man mitten im Oberen Triestingtal, und da werden wir uns sicher sobald Corona vorbei ist, dem Thema - jetzt gibt's ein bisschen Angst vor dem öffentlichen Verkehr - widmen: Wie kann man auch diesen Bahnhof dann noch besser anbinden? Weil bis dahin kommen wir gut.

Interview mit **Sandra Trost** (Tourismusbüro Berndorf)
Datum: 27.04.2020
Ort: Schriftlich bzw. per E-Mail-Korrespondenz; Sprache: Deutsch
Interviewer: Florian Kolbe

I: Wie würden Sie die touristische Entwicklung in Berndorf in den letzten Jahren beurteilen?

A: Im Rahmen der Möglichkeiten wurde versucht, das Angebot für Besucher attraktiver und abwechslungsreicher zu gestalten. Es werden den Besuchern individuell gestaltete Packages zur Besichtigung unserer Sehenswürdigkeiten - krupp stadt museum, Stilklassen, Stadttheater, Stadtrundfahrt usw. - angeboten. Das krupp

stadt museum sowie die Stilklassen sind Partner der NÖ Card. Im krupp stadt museum finden von Mai bis Oktober jährlich Sonderausstellungen zur bestehenden Dauerausstellung statt. Seit 2019 gibt es neu die "Mystischen Führungen", welche von der Spukologin und Bestsellerautorin Gabriele Hasmann zusammengestellt und durch Informationen rund um die Geschichte von Berndorf erweitert wurden. Im Jahr 2019 erhielten die Berndorfer Stilklassen das überregionale Gütesiegel von Wienerwald Tourismus, welches für hohe Qualität und Dienstleistungen in der Tourismusbranche steht und sind nun neuer Qualitätspartner von Wienerwald Tourismus. In den letzten Jahren wurden im Bereich des Marketing neue Folder erarbeitet sowie gestaltet und findet man Berndorf touristisch und museal auch auf Facebook. Neue Drohnenfilme von Berndorf (zu sehen auch auf Facebook) zeigen unsere Sehenswürdigkeiten und unsere schöne Stadt einmal von einer anderen Seite.

I: Gibt oder gab es mit der LEADER-Region eine konkrete Zusammenarbeit hinsichtlich touristischer Projekte?

A: Wir stehend im laufenden Kontakt mit der Regionsmanagerin und konnte ein gemeinsames Leaderprojekt 2019 beim Land zur Förderung eingereicht werden. Die Leader-Region ist auch die Brücke zur Destination Wienerwald Tourismus, bei welcher die Stadt Berndorf Partner ist. Oben genanntes Projekt war bereits das zweite, welches über und mit Leader beim Land NÖ eingereicht wurde.

I: Wie viele Besucher verzeichnet das Krupp Stadt Museum in etwa jährlich? Gibt es zudem Aufzeichnungen über die Frequenz des Kulturwanderweges?

A: Das krupp stadt museum verzeichnet jährlich im Durchschnitt um die 3000 Besucher. Zur Frequenz des Kulturwanderweges gibt es leider keine Aufzeichnungen!

I: Welche Bedeutung haben die Berndorfer Stilklassen für den Tourismus? Gibt es zudem aktuelle Besucherzahlen?

A: Die Berndorfer Stilklassen haben für unseren Tourismus eine sehr große Bedeutung. Sie sind ein Erbe von Arthur Krupp und weltweit einzigartig. Wenn man von Berndorf spricht, assoziiert man dies mit Berndorf Besteck oder den Berndorfer Stilklassen. Im Durchschnitt der letzten drei Jahre konnten jährlich ca. 3.700 Besucher gezählt werden.

I: Gibt es Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete der Besucher? Sind auch Besucher aus dem Ballungsraum Wien zu verzeichnen?

A: Konkrete Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete gibt es nicht, aber die Besucher kommen vor allem auch aus den umliegenden Bundesländern - Wien, Oberösterreich, Burgenland usw. Die NÖ-Card ist im Museum sowie den Stilklassen gültig.

I: Welche Rolle spielt das Stadttheater mit den dortigen Veranstaltungen (Berndorfer Festspiele etc.) für den Tourismus?

A: Die Rolle des Stadttheaters und die Berndorfer Festspiele sind ein ganz wesentlicher Bestandteil unseres Tourismus. Man kann hier wirklich sagen, dass Besucher aus ganz Österreich zu unseren Festspielen kommen, teils auch in Berndorf übernachten und natürlich auch unsere Sehenswürdigkeiten besichtigen. Auch das Jahresprogramm der Bühnen Berndorf bringt sehr viele Besucher von auswärts nach Berndorf. Die Leute kehren dann auch zu Kaffee und Kuchen ein oder gehen vor Vorstellungen noch gemütlich Essen.

I: Es werden Besucher-Packages (Tages- und Halbtagesprogramme) zur Besichtigung verschiedener Sehenswürdigkeiten in Berndorf angeboten. Wie frequentiert sind diese Führungen? Welche Zielgruppen nehmen diese in Anspruch?

A: Diese Packages werden von Gruppen (Busunternehmen) und Pensionistenvereine sehr gerne angenommen. Diese werden auch jährlich mit Foldern und Ausschreibungen von uns informiert. Vorwiegend werden diese Kultursehenswürdigkeiten von Senioren besucht. Die Packages sind individuell ganzjährig jeden Tag ab 10 Personen etwa ein, zwei Tage zuvor buchbar. Unsere

Schulen besuchen im Rahmen des Sach- und Geschichtsunterrichtes natürlich auch das Museum. Das Museum ist auch ein fixer Bestandteil des Ferienprogramms im Sommer. Die Berndorfer Stilklassen bieten das ganze Jahr über an Sa, So und Ftg. für Einzelpersonen Führungen an, welche auch gerne von Familien angenommen werden, da für viele Kinder der Unterricht in solchen Klassenzimmer schwer vorstellbar ist.

I: Zielt der Tourismus in Berndorf primär auf Ausflügler ab oder gibt es auch Bestrebungen, den Nächtigungstourismus gezielt zu stärken? Sind Wochenend- bzw. Kurzurlauber in Berndorf zu vernehmen?

A: Berndorf zielt derzeit vorwiegend auf den Tagestourismus ab. Während der Festspielzeit können wir hier auch vermehrt Nächtigungen verzeichnen. Vereinzelt verbringen Gäste auch einen Kurzurlaub in Berndorf.

Interview mit **Josef Ungerböck** (Vize-Bürgermeister der Gemeinde Weissenbach)
Datum: 13.05.2020, 17:30 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Gemeinde Weissenbach und wie würden Sie die touristische Entwicklung in den letzten Jahren beurteilen?

A: Naja, vor einigen Jahrzehnten waren wir (Weissenbach, Anm.) in puncto Tourismus auf jeden Fall besser aufgestellt als derzeit. Wir hatten ein relativ großes Erholungsheim, das ist aber schon 40, 50 Jahre her. Und dann hat sich das Ganze aufgrund der Entwicklung der Firma Starlinger eher in eine Industriegemeinde verwandelt, sag' ich einmal. Die Firma Starlinger hat 500 bis 600 Mitarbeiter, ist einer der größten Arbeitgeber im Triestingtal und hat natürlich dann auch mehr oder weniger das Ortsbild und die Funktion des Ortes geprägt. Wir haben zwar den Peilstein als Wander- und Klettergebiet, aber alles andere würd' ich persönlich sagen, hinkt ein bisschen hinten nach. Wir haben eine Pension, wir haben im Ort aber sonst eigentlich keinen Vermieter mehr außer einer Pension auf einem

Bauernhof, die ganz gut funktioniert. Aber ich würde uns jetzt nicht als Tourismusgemeinde bezeichnen. In der Vorkriegszeit war Neuhaus (Katastralgemeinde von Weissenbach, Anm.) eigentlich ein super Touristenort durch die Hotels und Gastronomiebetriebe. Wir schauen natürlich jetzt schon, dass wir das Ganze wieder aufmöbeln und da haben wir auch die Hilfe der Familie Starlinger, die sich auch sehr um die alten Bauten und um die Tradition bemüht. Aber derzeit bin ich persönlich der Meinung, dass Weissenbach absolut kein Touristenort sondern eher ein Industrieort ist.

I: Also würden Sie auch sagen, Ausflügler und Wochenendtouristen spielen jetzt auch eher eine untergeordnete Rolle für Weissenbach?

A: Nicht für die Region, aber für Weissenbach schon. Es kommen Leute aufgrund der Nähe zur Steinwandklamm, Furth, Myrafälle, Burg Neuhaus, Peilstein, Hocheck - das ist alles in unserem Einfallsgebiet. Die Leute müssen, wenn sie das erreichen wollen, meistens durch Weissenbach fahren. Dadurch haben wir schon Tourismus, aber wir haben zum Beispiel zu wenig Angebot was Gasthäuser betrifft und auch zu wenig Angebot was vielleicht Betten betrifft. Wir haben ein Heimatmuseum, das wird auch - speziell von älteren Leuten - ganz gut besucht. Also es gibt schon Sachen, aber es könnte besser sein.

I: Und vom wirtschaftlichen Stellenwert daher nicht so hoch anzusiedeln?

A: Nein, vom wirtschaftlichen Stellenwert würd' ich sagen nicht so, vollkommen richtig.

I: Welche Rolle spielt der Pilgertourismus für Weissenbach? Der Wiener Wallfahrerweg verläuft ja durch die Gemeinde.

A: Der Pilgertourismus ist gut, aber wir haben eigentlich keinen Beherbergungsbetrieb speziell für Pilgergruppen. Wir haben zum Beispiel in unserem Ortsgebiet eine Pension, also eigentlich ein Gasthaus, die „Bruthenne". Wenn Sie da hinausgehen, sind sie in Weissenbach. Die („Bruthenne", Anm.) ist aber komplett an

der Grenze zu Furth und die haben in der Saison fast jedes Wochenende Mariazell-Pilger. Aber Weissenbach selber kann davon nicht profitieren.

I: Sie haben ja den Tourismus, den es früher in Weissenbach gegeben hat, angesprochen, womit Sie wahrscheinlich die Sommerfrische gemeint haben. Sehen Sie hier Potenzial, dass diese auch aufgrund der Corona-Entwicklungen künftig wieder aufleben könnte?

A: Da seh' ich auf jeden Fall ein Potenzial und ich bin auch überzeugt davon. Wir haben natürlich den Vorteil, dass früher die Bahn durchgegangen ist und wir jetzt die Endstation der Bahn sind. Wenn Sie mit der Bahn kommen, erreichen Sie den Peilstein, die Steinwandklamm - das ist alles möglich. Ich sehe schon, aufgrund der jetzigen Situation, eigentlich eine große Chance für das Triestingtal. Landschaftlich sind wir sehr gut und wenn wir es in der Gemeinde schaffen, Übernachtungsmöglichkeiten zu schaffen, dann seh' ich da absolut Potenzial. Und auch diese Tagesausflügler werden jetzt wahrscheinlich wieder zunehmen, nur da muss halt die Infrastruktur passen, da müssen die Lokale passen und eventuell auch das Bettenangebot.

I: Meine nächste Frage wäre gewesen, ob es konkrete Bereiche gibt, wo Sie in Weissenbach noch touristisches Potenzial sehen bzw. Bereiche, die man vielleicht gerne noch ausbauen würde. Also bezieht sich das alles auf die Gastronomie und das Bettenangebot oder Sehen sie thematisch auch noch Bereiche, die man touristisch noch attraktiveren könnte?

A: Naja, im Gemeindegebiet sehe ich eigentlich nicht allzu viel. Wir haben Wanderwege, wir haben Mountainbike-Strecken, aber viel mehr als jetzt wird sich da glaub' ich nicht abspielen. Man muss natürlich schauen, dass man das, was man jetzt hat, entsprechend pflegt und auch attraktiv macht. Aber ein sehr großes Potenzial sehe ich jetzt ad hoc nicht.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig

gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Ich würde das nicht so sehen. Ich glaube schon, dass wir im Triestingtal ein sehr großes Potenzial haben. Vielleicht ist es schon so, dass sich die Gemeinden zu wenig in diese Richtung verständigen untereinander, das mag schon sein. Aber das Potenzial ist meines Erachtens absolut da. Ich meine, die Wien-Nähe ist super, die Verkehrsanbindung ist in Ordnung und die Attraktivität der umliegenden Gemeinden - da gibt's bitte, wenn Sie hinüber gehen bis Heiligenkreuz, Mayerling - Dinge, die absolut attraktiv sind, wenn man sie dementsprechend vermarktet. Vielleicht ist auch das ein Problem, dass man sich in der LEADER-Region zu sehr einengt auf das Triestingtal und nicht ein bisschen über den Tellerrand hinausschaut - vielleicht wäre das eine Chance.

I: Bezüglich Mobilität wurde von der LEADER-Region erwähnt, dass die Taktungen der Züge bis Weissenbach erhöht werden sollen und auch der Busverkehr von Weissenbach ausgebaut werden soll. Können Sie hierzu nähere Informationen nennen?

A: Vom Bus her weiß' ich das, von der Bahn her ist es meines Erachtens gar nicht so schlecht. In der Früh und am Abend fahren die Züge quasi im Stundentakt aufgrund der Arbeit- und Schulsituation. Und ich denke, für den Tourismus ist das kein schlechtes Angebot. Ich glaube auch, dass die Touristen, die kommen, eher mit der Bahn kommen als mit dem Bus. Beim Bus gibt es schon Pläne und Überlegungen, aber ich bezweifle, dass sich das auf den Tourismus auswirkt., das glaub' ich fast nicht.

I: Aber es gibt konkrete Überlegungen, den Busverkehr im Oberen Triestingtal wieder auszubauen?

A: Jaja, aber das bezieht sich glaub' ich eher auf den Tagesverkehr, auf die Schüler und auf die arbeitenden Personen als auf den Tourismus.

Interview mit **Christoph Vielhaber** (Geschäftsführer der Wienerwald Tourismus GmbH)

Datum: 20.03.2020, 13:00 Uhr

Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch

Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: In der Lokalen Entwicklungsstrategie der LEADER Region wird Ihr Unternehmen als „Projektträger und Marketingpartner in allen tourismusrelevanten Projekten" angeführt. Wie sieht die Partnerschaft konkret aus? Gibt es regelmäßige Treffen zwischen den Akteuren? Ist es so, dass Projekte vorgeschlagen werden von der LEADER Region oder geht das von Ihnen aus?

A: Also theoretisch gibt es beide Möglichkeiten. Es gibt Projekte, die werden von uns aus zum Beispiel vorgeschlagen oder wo wir sagen, wir würden das interessant finden. Und es gibt natürlich auch Projekte, die seitens der LEADER Region vorgeschlagen werden, die man dann gemeinsam bearbeitet. In der Regel ist es manchmal so, dass es Projekte gibt, die etwas kleiner oder regionaler sind, wo wir vielleicht nur als Projektträger im Sinne von Projektabwicklung fungieren, aber das Projekt dann de facto vor Ort durchgeführt wird. Und es gibt größere Projekte, wo wir uns dann auch stärker einbringen. Abstimmungen gibt's regelmäßig, da kann es sein, dass wir zum Beispiel bei den Vorstandssitzungen dabei sind und uns über laufende Aktivitäten berichten oder bei Netzwerktagungen die es gibt. Es kann aber auch projektbezogen so sein dass man sagt, man trifft sich im Zuge eines Projektes regelmäßig um zu besprechen, wie ist der Fortschritt des Projektes, was sind die nächsten Schritte, wer macht was bis wann etc.

I: Wie beurteilen Sie die touristischen Entwicklung in der LEADER Region Triestingtal in der jüngeren Vergangenheit - auch im Vergleich zu anderen Regionen und Orten im Wienerwald?

A: Naja, wir haben ein bisschen die Herausforderung im Wienerwald, dass eine regionale Zugehörigkeit oder ein regionales Empfinden wie vielleicht in manch anderen Tourismusdestinationen nicht vorherrscht. Man sieht sich hier nicht als „Wienerwäldler" oder „Wienerwäldlerin". Man sieht sich eher als Mödlinger, als

Berndorfer, als Klosterneuburger. Das ist auch meiner Meinung nach bei den Tälern so. Man sagt nicht „Ich bin ein Triestingtaler", sondern eher „Ich bin ein Berndorfer" oder was auch immer. Ich glaube schon, dass es im Triestingtal ein paar spannende Sachen gegeben hat, die auch vor meiner Zeit so begonnen wurden, wie zum Beispiel das „Pecher-Projekt". Das ist ein Alleinstellungsmerkmal gemeinsam mit dem Piestingtal, das sicher auch auf entsprechendes Interesse stößt, das auch touristisch sehr interessant wäre, wobei wir hier noch das Problem haben, dass sich daraus momentan sehr wenig touristisch konsumierbare Produkte ableiten. Um ein Beispiel zu nennen: Es gibt jetzt quasi für Gruppen einen Pecher-Kurs, aber als Individualgast tu ich mir schwer, das zu besuchen. Es gibt ein Museum, das aber auch von den Öffnungszeiten sehr eingeschränkt ist und vielleicht auch nur dann interessant ist, wenn man es gemeinsam mit einer Führung besucht. Also da hätte man noch Luft nach oben. Aber das Thema selbst finde ich sehr spannend und, glaub ich, trifft auch aktuell sehr gut den Zeitgeist.

I: Und allgemein, würden Sie sagen, dass die Entwicklung jetzt nicht als allzu positiv zu bewerten ist sondern dass es eher einzelne spannende Projekte gibt?

A: Naja, nicht allzu positiv - so kann man es nicht sagen. Das Rad-Thema ist natürlich auch sehr interessant. Mit dem Triestingtal-Gölsental-Radweg, glaube ich auch, dass man hier eine gute Grundlage hat, um das weiter auszubauen oder weiter auszuschöpfen. Ob das jetzt negativ oder positiv ist, möchte ich jetzt so gar nicht sagen. Man hat mit diesem Projekt einmal eine gewisse Grundlage geschaffen, wo ich sage, auf die kann man aufbauen. Und bei einem Schritt von eins bis fünf ist man jetzt irgendwo zwischen eins und zwei. Da kann man jetzt anknüpfen daran. Wir haben auch momentan ein Projekt laufen, wo es ein bisschen um die touristische Vermarktung und Werbung geht, wo man versuchen möchte hier ein bisschen mehr zu tun, wo es auch darum gehen soll: Wie positioniert sich das Triestingtal in Zukunft? Was ist die Kernkompetenz oder der Markenkern des Triestingtals? Ich glaube, dass auch die „Triestingtaler Hofgenüsse" Potenzial hätten, diese touristisch noch mehr zu vermarkten. Aber jetzt muss man einmal schauen, dass man das Ganze auch so zusammenzuführt, dass es ein touristisch konsumierbares Produkt ist.

I: Sie haben jetzt das Pecher-Projekt und den Triestingtal-Gölsental-Radweg angesprochen. Es sind ja einige Projekte in den letzten Jahren umgesetzt worden Welche waren abgesehen von den beiden Projekten aus Ihrer Sicht besonders erfolgreich?

A: Auf jeden Fall diese beiden und die Triestingtaler Hofgenüsse. Auf Gemeindeebene kann ich es jetzt nicht beurteilen.

I: Aufgrund der Nähe zum Ballungsraum Wien sieht man, wie es in der Lokalen Entwicklungsstrategie angeführt ist, seitens der LEADER Region noch großes Potenzial an Tages- und auch Wochenendtouristen. Sehen Sie das ähnlich bzw. ist dies die touristische Zielgruppe, die man auch ansprechen sollte im Triestingtal?

A: Man kann auf jeden Fall beides machen, also Ausflugs- und Kurznächtigungs-Tourismus. Es gibt durchaus noch weitere Punkte, die eh schon passieren, aber momentan noch nicht „betrieben" werden. Das wäre für mich die ganze Wander- und Kletter-Geschichte rund um den Peilstein bzw. auch noch das Thema Radfahren in Kombination mit Mountainbiken. Es wäre, glaube ich, auch im Kulturbereich eine gute Geschichte, wenn man einmal sagen würde, man plant zum Beispiel an einem bestimmten Wochenende alle Kulturbetriebe offen zu haben um sich das alles anschauen zu können und man das vielleicht mit einer Wanderung kombiniert. Bei den Hofgenüssen ist es soweit ich weiß eh schon so, dass sie so gemeinsame Wochenenden planen, wo sie zu besichtigen sind. Also da gebe es schon noch durchaus Luft nach oben.

I: Seitens der LEADER Region wird jetzt immer wieder eine Art Wiederbelebung des Sommerfrische-Tourismus im Triestingtal, der ja eine lange Tradition hat, diskutiert. Ist dies etwas, das auch aus Ihrer Sicht erstrebenswert erscheint bzw. wo Sie sich vorstellen könnten, dass das funktioniert?

A: Bei der Sommerfrische muss man, glaube ich, unterscheiden, ob man jetzt die klassische Sommerfrische meint, die es früher gegeben hat, wo man halt eine Woche oder zwei Wochen irgendwo seinen Sommerurlaub verbringt, wo es kühler ist. Ich glaube nicht, dass das derzeit möglich ist. Ich glaube aber schon, dass sich im

Bereich Ausflug oder Kurzurlaub Möglichkeiten bieten könnten, vor allem durch die Nähe zu Wien, wo man einfach sagt, man entflieht der Hitze in der Stadt im Sommer quasi. Ich glaube schon, dass es da Potenzial gäbe. Dazu bräuchte man aber auch die relevanten Nächtigungsbetriebe.

I: Und die sind wahrscheinlich nicht vorhanden in der Form.

A: Nicht im Übermaß sag' jetzt ich einmal, ja.

I: Die Sache mit dem touristischen Marketing wird in der aktuellen Lokalen Entwicklungsstrategie der Region als Problematik angeführt bzw. dass das Marketing kaum koordiniert wäre. Gibt es hierbei inzwischen eine verstärkte Zusammenarbeit?

A: Wir haben jetzt ein Projekt gestartet, wo es um touristisches Marketing vom Triestingtal geht, um dieses einmal anzustoßen mit einigen Maßnahmen. Ich weiß, dass das in der Region so gesehen wird, dass man da wahrscheinlich wenig gemacht hat in der Vergangenheit. Das will ich jetzt aber auch gar nicht beurteilen, weil ich auch erst seit circa drei Jahren da bin. Ich gebe aber auch zu bedenken, wenn man darüber redet, dass in der Vergangenheit wenig beworben wurde: Was hätte man da bewerben sollen? Ich glaube, man hat jetzt mit ein paar Projekten hier begonnen, wirklich interessante Dinge zu machen, zum Beispiel mit den Hofgenüssen usw. Jetzt geht's darum, dass man auch versucht, ein touristisch konsumierbares Produkt zu machen. Nur weil ich das Thema Pechern bewirb', ich die Sachen als Gast aber nicht erleben oder entdecken kann - oder nur mit sehr eingeschränkten Öffnungszeiten-, dann werd' ich mir schwer tun, das touristisch zu nutzen. Und wenn man hier versucht, jetzt wirklich ein Produkt zu schaffen, wo ich sage, zum Thema Pechern und Hofgenüsse kann der Gast ein Wochenende verbringen und macht das, das, das und das... dann schaut die Sache anders aus.

I: Die deutlich bekanntere und verhältnismäßig nahe touristische Region Semmering/Rax/Schneeberg stellt mitunter eine gewisse Konkurrenz dar. Sehen Sie das auch ein bisschen als Hindernis für die touristische Entwicklung des Triestingtals, weil diese Region eben um einiges bekannter ist?

A: Also eine Konkurrenz ist immer jeder. Es ist natürlich so, dass ich sage, man bewegt sich nicht alleine auf dem Markt. Es gibt genug Mitbewerber, die da unterwegs sind. Umso wichtiger ist es, glaube ich, dass man versucht, auch als Region aufzutreten - nicht als einzelner Ort, als einzelne Gruppierung, als einzelner Betrieb, sondern als Region oder als Destination, so wie der Wienerwald das tut. Ich glaube, alleine auf dem österreichischen Markt werben neben dem Wienerwald knapp 300 Marken um die Gunst der Gäste. Da ist es völlig sinnlos zu sagen, „Ich geh als Ort irgendwo hin und mache irgendwas", sondern das hat wirklich nur als Region oder Destination Sinn. Also vor dem Hintergrund würde ich auch sagen, dass da jetzt gerade, wenn ich mich auf das Triestingtal beziehe, uns die Region Semmering/Rax ein bisschen voraus ist, weil die Zusammenarbeit in der Region und das gemeinsame Bewerben dieser Dinge ein bisschen besser funktioniert als das im Triestingtal der Fall ist. Auf der anderen Seite ist das ein Potenzial, das man noch heben kann auf jeden Fall. In der konkreten Situation, ja, sind sie uns ein bisschen voraus, aber das heißt nicht automatisch, dass es so bleiben muss.

I: Zum Schluss noch eine allgemeinere Frage: Weil das Konzept des Sanften bzw. nachhaltige Tourismus in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen: Haben Sie den Eindruck, dass Touristen zunehmend nachhaltig reisen (wollen) und sich deren Reisegewohnheiten sowie Ansprüche zusehends verändern? Ist der Massentourismus Ihrer Meinung nach ein „Auslaufmodell"?

A: Also vor drei, vier Wochen hätt' ich Ihnen gesagt, Massentourismus ist schon noch ein Thema. Man sieht das ja teilweise auch an Beispielen mittlerweile in Österreich oder auch international an Beispielen wie Venedig oder in der Kreuzfahrtindustrie. Ich glaube, man muss immer überlegen, welchen Gast spricht man an, und ist der Gast, der sowas haben möchte ein Gast, der für uns relevant ist? Und das glaube ich prinzipiell einmal nicht. Unabhängig davon, wie sich der Massentourismus jetzt weltweit entwickelt, bin ich der festen Überzeugung, dass diese Art des Gastes für uns nicht unbedingt geeignet ist - also für den Wienerwald und für das Triestingtal. Ich glaube, dass wir schon mit Nachhaltigkeit punkten können, wenn wir uns den Wiener Markt anschauen, auch mit einer guten öffentlichen Anreisemöglichkeit etc. im Vergleich zu manchen anderen Destinationen. Ich glaube, dass das an

Bedeutung gewinnen wird, auf jeden Fall. Und gerade jetzt, durch diese Krise (Coronavirus, Anm.) die wir haben, noch mehr als vorher.

I: Vielleicht kurz noch zur aktuellen Situation. Ist es, auch wenn es momentan wahrscheinlich schwierig ist, irgendwie abschätzbar, was das für Auswirkungen haben kann für die Tourismusdestination Wienerwald?

A: Naja, ich hoffe schon, dass es nicht allzu schlimme Auswirkungen hat. Aber da muss ich ehrlich sagen, für alle Betriebe, die jetzt quasi mit Tourismus oder Gästen zu tun haben, ist die Situation momentan dramatisch. Die Beherbergungen haben keine Einnahmen, aber die Kosten laufen weiter. Die Gastronomie hat keine Einnahmen, die Kosten laufen weiter. Die Ausflugsziele haben keine Einnahmen, die Kosten laufen weiter. Wenn man jetzt in allen drei Bereichen das versucht zu lösen, indem man Mitarbeiter freistellt, wird man nach der Krise wieder das Problem haben, entsprechend qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Das Problem gibt es ohnehin auch schon, dass es für Gastronomie und Herbergen sehr schwer ist, überhaupt noch Leute zu finden, die das machen möchten, mit Arbeitszeiten vor allem an Wochenenden etc. Also ich hoffe sehr, dass das jetzt durch die Maßnahmen der Regierung ein bisschen abgefedert werden kann und man irgendwie durch diese Zeit durch tauchen kann, mit Kurzarbeit-Modellen und anderen Sachen. Und dass man sagt, wenn das vorbei ist, startet man wieder weg, weil es könnte schon passieren, dass die Betriebslandschaft nach der Krise eine andere ist wie jetzt - und das wäre schlecht, sehr schlecht sogar.

I: Vielen Dank, das wäre es von meiner Seite. Es sei denn, Ihnen fällt spontan noch etwas ein, das Sie vielleicht als wichtig erachten.

A: Ja, es gibt schon noch einen Punkt, weil Sie das mehrmals angesprochen haben mit Potenzial usw. Ich glaube, ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg oder für die Weiterentwicklung des Triestingtals ist - ich glaube ich habe es eh schon mehrmals erwähnt -, dass man versucht, Möglichkeiten zur Zusammenarbeit zu finden. Wie positioniere ich mich als Tal selbst? Dass man vielleicht nicht immer die eigenen Interessen seines eigenen Betriebes, seiner eigenen Gemeinde sieht, sondern wirklich schaut, was kann ich machen, damit wir das Triestingtal als Ganzes quasi

gut vermarkten und unter die Leute bringen. Oder was kann ich dazu beitragen, dass wir es schaffen, ein gemeinsames Produkt zu gewissen Themen zu entwickeln. Das wäre wichtig, weil diesen Zusammenhalt oder dieses Gemeinschaftsgefühl vermiss' ich momentan noch ein bisschen.

Interview (gekürzt) mit **Mag. Kurt Wittmann** (Obmann der Kleinregion Pielachtal)
Datum: 20.05.2020, 14:30 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Weshalb funktioniert die touristische Vermarktung im Pielachtal als Region aus ihrer Sicht so gut?

A: Der Vorteil vom Pielachtal ist einfach, dass wir diese Kleinregion haben, das Dirndltal, wo man über zwanzig Jahre lang eine Markenentwicklung gemacht und forciert hat und dadurch das Tal sehr bekannt wurde - über die Dirndl, die Dirndlkirtage und weitere Aktivitäten - und das natürlich einen touristischen Einfluss hat. Aber der Prozess dauert halt sehr lange, bis man so erfolgreich ist wie wir jetzt mit der Marke Dirndltal. Wir haben den Tourismus, die Markenentwicklung Dirndltal und jetzt die Wirtschaftsregion Pielachtal - das sind alles so Punkte, wo man als Kleinregion erfolgreich ist.

I: Weshalb hat man sich schon vor einigen Jahren genau dem Konzept des Sanften Tourismus verschrieben?

A: Das hängt einfach mit der Struktur des Tales selbst zusammen. Wir haben nichts, das muss man einfach so sagen, was Massentouristen anziehen würde, was wir aber auch nicht wollen. Die Natur und die Umwelt ist halt unser Vorteil. In der Corona-Zeit jetzt haben wir weit weniger Einbruch als irgendwo anders, weil wir nicht davon abhängig sind.

I: Der Erfolg basiert ja wie ich gelesen habe vor allem auf den engen Kooperationen innerhalb der regionalen Wirtschaft. Wie hat man es geschafft, eine derart gute Vernetzung innerhalb der Region zu erreichen?

A: Mit sehr, sehr viel Vertrauen würd' ich sagen. Wir haben über zwanzig Jahre einen sehr umsichtigen Obmann gehabt, der das von Beginn an mit aufgebaut hat. Wir haben sehr gute Gemeinde-Vertreter bzw. Bürgermeister gehabt, die einfach mitgemacht haben. So ist es uns auch gelungen, das Ganze über Parteigrenzen hinweg zu machen. In der Kleinregion ist das kein Thema: Da geht's um die Region und nicht um die Partei. Wenn du dich 20, 25 Jahre immer auseinandersetzt und aufeinander Rücksicht nimmst, dann steigt auch das Vertrauen und dann kann man viele Dinge gemeinsam abwickeln.

I: Wie sieht die Zusammenarbeit im touristischen Bereich im Pielachtal konkret aus? Gibt's da regelmäßige Treffen zwischen Gemeinde-Vertretern und dem Mostviertel Tourismus?

A: Wir haben einen Tourismusobmann in der Region und der macht natürlich seine regelmäßigen, vorgeschriebenen Sitzungen und Verbandsversammlungen. Dazwischen gibt's verschiedenste touristische Aktivitäten, die er organisiert und unterstützt, fordert und fördert, wo er sich mit Kleingruppen zusammensetzt, die gerade für irgendetwas Besonderes zuständig sind - sei es eine Radweg-Beschilderung oder Mountainbike-Strecke. Das heißt, das läuft alles über den Tourismusverband, der ein Teil des Mostviertel Tourismus ist.

I: Was sind für Sie die wichtigsten Faktoren, um einen erfolgreichen Tourismus in einer Kleinregion praktizieren zu können?

A: Grundsätzlich ist das einmal der Wille - auf Gemeindeebene. Das zweite ist, dass ich auch Partner brauche. Wenn ich keine funktionierende Gastronomie habe oder Sachen, die ich mir anschauen kann, geht's auch nicht. Dann geht's darum, dass man sich zusammensetzt, möglichst in einem kleinen Kreis, meist dem Bürgermeisterkreis am Anfang, und sagt: Was haben wir alles? Es gibt keine Gemeinde, die nix zum anschauen hat. Man vergleicht sich dann immer mit

Salzburg, Tirol und ähnlichen Sachen - das braucht man nicht. Das kann oft nur eine Einzige Sache sein. Wenn ich das dann in einer Kleinregion zusammenfasse, sind das auf einmal 25 Dinge zum anschauen, die für Touristen interessant sind. Und dann muss man schauen: Wo sind meine Beherbergungsbetriebe? Wen kann man mitbewerben? Die Willensgebung ist das Wichtigste. Und es muss einem bewusst sein: In einem Tourismusverband gibt's nur einen Gewinner, und das ist der Verband, jede einzelne Gemeinde. Wenn man Gemeinden dabei hat, die nur auf sich selbst schauen, nur auf den eigenen Vorteil, dann funktioniert's nicht. Wenn die Bürgermeister nicht bereit sind zusammenzuarbeiten, dann geht's nicht. Da können sich dann vielleicht zwei, drei Betriebe zusammentun und miteinander Werbung machen. Aber wenn das nicht wirklich etwas ist, dass sich jeder anschauen will, dann floppt das über kurz oder lang, weil es keiner stemmen kann. Dass die Gemeinden zusammenarbeiten, ist das Um und Auf.

Interview mit **Michael Wurmetzberger** (Bürgermeister der Gemeinde Kaumberg)
Datum: 30.04.2020, 09:00 Uhr
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Transkriptor: Florian Kolbe

I: Welchen Stellenwert hat der Tourismus für die Gemeinde Kaumberg und wie würden Sie die touristische Entwicklung in den letzten Jahren beurteilen?

A: Der Tourismus hat eine sehr große Bedeutung bei uns, weil wir einfach eine sehr ländliche Gemeinde sind, da jetzt nicht die großen Wirtschafts- oder Industriebetriebe bei uns angesiedelt sind und dadurch doch der Tourismus in der Vordergrund gerückt ist. Wir zerren doch ein wenig von der Araburg, sag' ich einmal. Wir haben einige kleinere Tourismusbetriebe, die sich halt auf Übernachtungen zum Beispiel spezialisiert haben. Unser zweites großes Thema ist, dass wir ja am Via Sacra-Weg und am Wiener Wallfahrtsweg liegen. Das Pilgern hat in den letzten Jahren ja immer mehr zugenommen. Kaumberg ist eine sehr, sehr gute Station zum Übernachten, weil, bevor man nach Mariazell weitergeht, man dann meistens bei uns Station macht zum Schlafen. Vielleicht auch ein bisschen in Altenmarkt, die meisten schlafen aber glaub' ich bei uns und gehen dann weiter über die Burg (Araburg, Anm.). Das hat bei

uns eben einen großen Stellenwert, genauso wie der Tagestourismus auf der Burg oder einfach das große Thema Wandern. In den letzten Jahren hat sich das sehr positiv entwickelt, wir nehmen ein bisschen mehr Zahlen wahr - also dass es mehr Übernachtungen gibt. Wir haben ja auch ein sehr großes Projekt auf der Araburg, das wir jetzt am 15. Mai eröffnen. Und da erwarten wir uns schon, dass das Früchte trägt und wir in den nächsten Jahren noch spüren, dass der Tourismus einfach zulegt bei uns.

I: Orientiert sich Kaumberg bzgl. Ausflüglern bzw. Touristen eher am Wiener Raum oder beispielsweise schon Richtung St. Pölten?

A: Aufzeichnungen haben wir keine, aber meine Einschätzung ist, dass der Gerichtsberg bei uns auf der B18 warum auch immer so eine kleine Hürde für manche ist. Obwohl wir ja dem Bezirk Lilienfeld angehören, ist das für viele aus dem St. Pöltner oder den Lilienfelder Raum ein bisschen eine Grenze. Im Tourismus spüren wir schon sehr stark Wien Umgebung, Wien selbst, Mödling. Das sind die Hauptakteure, was Tourismus- und Tagestourismus - und auch den Via Sacra-Weg, weil dort ja der Ausgangspunkt des Wiener Wallfahrtsweges ist - bei uns betrifft.

I: Mit der Araburg, dem Triesting-Gölsental-Radweg und der Via Sacra befinden sich ja mehrere touristisch bedeutende Attraktionen in bzw. um Kaumberg, welche wohl Großteils für Tagesausflügler oder Kurzurlauber relevant sind. Sehen Sie Potenzial, dass Touristen künftig eventuell auch (wieder) für längere Zeit zum Urlauben kommen - die Sommerfrische war ja früher durchaus ausgeprägt in Kaumberg?

A: Ich sehe extremes Potenzial. Wir haben uns schon damit beschäftigt in abgeschwächter Form. Wir haben ein paar Brainstorming-Termine gehabt und ein Projekt ausgelegt, das heißt „Kaumberg 2035", wo wir uns das ganze Thema Tourismus auch ein bisschen angeschaut haben. Wir sind schon der Meinung, dass speziell diese Sommerfrische wieder ein Thema sein wird irgendwann. Wir merken jetzt schon, wenn es in Wien im Sommer immer heißer wird, dass viele Leute froh sind, wenn sie zum Beispiel ein Zweithaus heraußen haben. Ich glaube schon, dass sich der Tourismus dann dahin bewegen muss und man sagen muss: Okay, ich biete keinen Luxustourismus an, sondern durch ein faires gutes Geld kannst du auch bei

mir sieben Tage oder vierzehn Tage verbringen. Wir haben genug Angebot, speziell Wandern und Radfahren. Es ist bei uns jetzt einfach noch angenehm und wir sehen das schon sehr stark, dass man sich da hin bewegen kann. Von mir aus würd' ich das gern ausbauen, das muss aber immer mit den Betrieben miteinander passieren. Ich muss auch das Angebot haben, aber Potenzial gibt es auf jeden Fall - und Corona wir das eher noch verstärken.

I: Das LEADER-Projekt „Sanierung und Belebung Araburg", bei dem die Gemeinde Projektträger ist, zielt ja u.a. auf neue touristische Nutzungsmöglichkeiten ab. Können Sie die genauen Vorhaben konkretisieren und den aktuellen Stand der Dinge erläutern?

A: Wir haben zwei starke Bereiche, die wir dementsprechend versucht haben auszubauen. Das eine ist der normale Wandertourismus: Ich hab' mein Wandererlebnis, ich geh' dort hinauf und will dann dort kulinarisch was erleben. Und für das haben wir den ehemaligen Pferdestall überdacht. Das heißt, wir haben drinnen jetzt einen sehr großen Veranstaltungsraum. Und das Highlight ist, dass diese Überdachung begehbar ist und wir oben eine Dachterrasse gemacht haben, wo man einen wunderschönen Ausblick bis zum Schneeberg hat. Der zweite Bereich ist der ganze historische Teil. Wir haben ein komplett neues Museum geschaffen, mit sprechenden Portraits, die die Geschichte der Burg erklären. Wir haben eine Kapelle oben, wo man kirchliche Klänge hört. Dann hört man einen Bauer, der vor der Türkenbelagerung flieht. Und so hat man den Museumsbereich sehr modern aufgearbeitet. Wir haben da wirklich sehr viel Zeit und Geld hineingesteckt. Für das muss ich jetzt dann eben einen Eintritt zahlen. Die Dachterrasse kann ich ganz normal (ohne Eintritt, Anm.) nutzen. Für Familien oder die ältere Generation ist dann eher der Bereich drinnen, der kulturelle Bereich, interessant zum anschauen. Ich kann dann noch auf den Turm hinaufgehen und hab' eine super Aussicht. Wir haben auch - und da sind wir glaub ich ganz speziell in Österreich - eine „Living History"-Gruppe, die sich auf das 14. Jahrhundert spezialisiert hat und die wollen die Burg beleben. Die leben dann für ein Wochenende auf der Burg, in dem Gewand und den Sachen wie es damals war, leben diese Zeit dann nach. Die Leute können sich das dann anschauen. Die zahlen ganz normal Eintritt, gehen durch ein Drehkreuz durch und können die (Living-History-Gruppe, Anm.) - da sind viele Historiker dabei - dann

fragen, wie die Leute damals (im 14. Jhdt., Anm.) gelebt haben. Das sind unsere zwei Bereiche: Der eine Bereich ist das Wandern und auch Veranstaltungen - Geburtstage sind da ein Erlebnis. Und der andere Bereich ist der Kulturbereich, der wirklich cool ausgebaut ist. Und wir haben das alles selbst gemacht. Wenn man das einer Firma gibt, die bereitet das touristisch natürlich auch gut auf. Aber bei der Nachbetreuung wird's dann immer schwierig. Und dadurch, dass wir wirklich Freiwillige gesucht haben, leben die das dann ganz anders.

I: Vonseiten der LEADER Region als auch z.B. vom Wienerwald Tourismus wurde angesprochen, dass sich die touristische Vermarktung des Triestingtals schwierig gestalte, da innerhalb der Region kein wirklicher Konsens bestehe, für was das Triestingtal touristisch konkret stehen will. Nehmen Sie dies ähnlich wahr?

A: Das ist ein sehr schwieriges Thema. Ich sehe das teils, teils. Ich seh' ganz positive Dinge, aber natürlich auch viele negative. Das Schwierige ist, dass die LEADER Region grundsätzlich sehr gut ist, weil man dadurch große Förderungen bekommen kann über die EU, aber die Zusammenstellung der LEADER Region sehr, sehr schwierig ist. Ich habe sehr unterschiedliche Gemeinden. Von wo sind Sie her eigentlich?

I: Ich bin aus Berndorf und kenne dadurch die Gegend natürlich ganz gut.

A: Okay. Es gibt höchstwahrscheinlich zum Beispiel sehr viele Berndorfer, die Kaumberg nicht einmal kennen. Für einen Günselsdorfer wird's noch einmal viel schwieriger. Und in Günselsdorf als Gemeinde touristisch irgendwas zu machen, wird schwierig. Berndorf ist schon interessant, wobei natürlich in Berndorf wieder ganz andere touristische Dinge sind wie bei uns. Aber man könnte es um ein Eck besser vermarkten, weil man viele verschiedene Dinge hat, und das ist dann wieder interessant. Ich hab im Oberen Triestingtal mit Kaumberg, Altenmarkt, Furth und Weissenbach mit dem Peilstein oder der Steinwandklamm sehr viele Wander-Sachen und sehr viel Naturlebnisse - die Araburg dazu. In Berndorf ist alles Kulturelle extrem interessant mit Krupp-Stadt und, und, und. Könnte man auf jeden Fall besser vermarkten. Das Problem ist, weiter runter (im östlichen Teil bzw. unteren Triestingtal) ist es nicht so interessant. In der touristischen Vermarktung ist meiner

Meinung nach nicht das Triestingtal das Interessante. Man müsste halt was finden, das interessanter ist. Im Oberen Triestingtal könnte man sicher was anderes finden als im Unteren Triestingtal. Da müsste man dann auch die Grenze anders machen. Zu uns würde zum Beispiel Alland ganz gut passen, wenn man jetzt zum Beispiel Nachbargemeinden her nimmt und man sich mit diesen vermarkten könnte. Der Wienerwald Tourismus hat sehr starke Blickpunkte auf den Bereich Thermenregion. Wir sind halt so halb eine Wienerwald-Gemeinde, und dass sich der Wienerwald Tourismus jetzt nicht auf uns spezialisiert, ist auch ein bisschen klar. Man könnte viel machen und uns sicher besser vermarkten.

I: Kaumberg ist ja mittlerweile relativ schwierig mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Ist das Thema Mobilität für die Gemeinde daher ein Großes? Bzw. gibt's Überlegungen wie man dies künftig wieder optimieren könnte?

A: Das ist natürlich ein großes Thema, aber auch eines der Schwierigsten. Manche Dinge kann man selbst sehr schwer beeinflussen und manche Dinge kann man selbst sehr gut beeinflussen. Den Tourismus kann ich grundsätzlich gut beeinflussen, wenn ich sage, ich steigere das Angebot, ich mache neue Wanderwege etc. Den Zug wieder aufsperren, obwohl es keine Gleise mehr gibt, ist schwierig. Ich kann mich bemühen und es tausend mal fordern, werde es aber höchstwahrscheinlich nicht bekommen. Ich wäre natürlich sehr froh, wenn da was passieren würde. Wo wir nur stark hingehen können ist, dass wir sagen, man kann den Bus ausbauen. In der Steiermark oder im Weinviertel gibt es Überlegungen, so individuelle Taxis zu machen. Wo man sagt, man hat viele Einstiegsmöglichkeiten und schaut, dass man die Leute mit einem halb öffentlichen, halb Taxi-Dienst wo hinbringt - was es bei uns schon gibt (TRIXI-Taxi, Anm.), aber man sicher noch verbessern könnte.

Protokolle der Befragungen (Triestingtaler Museen)

Ing. Helmut Heimel (Heimatmuseum Weissenbach)

Datum: 03.05.2020

Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch

Interviewer & Protokollant: Florian Kolbe

I: Verfügen Sie über aktuellere Besucherzahlen? Wenn nicht, nehmen Sie ein eher steigendes oder sinkendes Aufkommen an Besuchern in den letzten Jahren wahr?

A: Das Museum wurde 1987 eröffnet. Zu Beginn waren es 200-300 Besucher pro Jahr. In der „Hochphase" kamen etwa 2000 Besucher. Derzeit sind es ca. 1000-1500 Besucher pro Jahr, 2019 waren es 1200-1300.

I: Welche Zielgruppen besuchen Ihr Museum hauptsächlich (Schulklassen, Senioren, Familien etc.)?

A: Es kommen hauptsächlich Tagestouristen. Manche Touristen nächtigen am Hocheck und am Kieneck auf den Wanderhütten. Ab und zu kommen Schulklassen und ein paar Autobusse pro Jahr (manchmal kommen zwei Busse gleichzeitig, was fast zu viel für die kleinen Räumlichkeiten ist). Auch Familien besuchen das Museum.

I: Gibt es Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete der Besucher? Sind auch Besucher aus dem Ballungsraum Wien zu verzeichnen?

A: Viele aus der Region, aber auch viele aus Wien und Umgebung. Besucher kamen teilweise schon aus Oberösterreich. Fallweise kommen sogar ausländische Besucher. Dies wird über die Firma Starlinger organsiert. Diese Leute schauen sich dann alle kulturelle Sehenswürdigkeiten in Umgebung an.

I: Ist die NÖ-Card gültig?

A: Ja, diese ist gültig. 200-300 Besucher pro Jahr kommen mit gültiger NÖ-Card. Einige der Besucher werden danach auf die Gegend aufmerksam.

Prof. Roland P. Herold (Heimatmuseum Kaumberg)
Datum: 03.05.2020
Ort: Telefonisch; Sprache: Deutsch
Interviewer & Protokollant: Florian Kolbe

I: Verfügen Sie über aktuellere Besucherzahlen? Wenn nicht, nehmen Sie ein eher steigendes oder sinkendes Aufkommen an Besuchern in den letzten Jahren wahr?

A: Es kommen ca. 300 Personen pro Jahr. Das Museum ist von Mai-Oktober geöffnet, außer wenn eine Sonderausstellung ist. In dem Fall ist das Museum bis Dezember geöffnet.

I: Welche Zielgruppen besuchen Ihr Museum hauptsächlich (Schulklassen, Senioren, Familien etc.)?

A: Hauptsächlich Ausflügler und Wanderer. Selten kommen auch Schulen (alle 1-2 Jahre).

I: Gibt es Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete der Besucher? Sind auch Besucher aus dem Ballungsraum Wien zu vernehmen?

A: Es kommen immer wieder Besucher aus Wien, Wr. Neustadt und St. Pölten.

I: Ist die NÖ-Card gültig?

A: Nein, die ist nicht gültig. Das Museum hat eine freie Spende, es wird komplett ehrenamtlich betrieben.

OSR Anna Krizan (LEUM Leobersdorf)
Datum: 17.04.2020
Ort: E-Mail-Korrespondenz; Sprache: Deutsch

I: Verfügen Sie über aktuelle Besucherzahlen (z.B. Besucher pro Jahr)? Wenn nicht, nehmen Sie ein eher steigendes oder sinkendes Aufkommen an Besuchern in den letzten Jahren wahr?

A: Ja, ca. 800 pro Jahr; Besucherzahl nahezu gleichbleibend; wir haben 10 Monate geöffnet – meist nur sonntags von 14 – 18 Uhr; im April bis Mai auch samstags; Dezember und Januar geschlossen.

I: Welche Zielgruppen besuchen Ihr Museum hauptsächlich (Schulklassen, Senioren, Familien etc.)?

A: keine bestimmet Zielgruppe; Schulklassen, Senioren, Familien mit Kindern.

I: Gibt es Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete der Besucher? Sind auch Besucher aus dem Ballungsraum Wien zu verzeichnen?

A: nur sporadisch; Besucher kommen aus allen Teilen von NÖ.

I: Ist die NÖ-Card gültig?

A: Das Museum ist auch in der NÖ-Card verzeichnet.

Johann Leitner (Pechermuseum Hernstein)
Datum: 05.05.2020
Ort: E-Mail-Korrespondenz; Sprache: Deutsch

I: Verfügen Sie über aktuellere Besucherzahlen? Wenn nicht, nehmen Sie ein eher steigendes oder sinkendes Aufkommen an Besuchern in den letzten Jahren wahr?

A: Seit 2013 haben wir das Museum neu geöffnet; 2013- 702 Personen; 2014- 778 Personen; 2015- 1135 Personen; 2016- 737 Personen; 2017- 1088 Personen; 2018- 1084 Personen; 2019- 992 Personen.

I: Welche Zielgruppen besuchen Ihr Museum hauptsächlich (Schulklassen, Senioren, Familien etc.)?

A: Zielgruppen sind in der Reihenfolge: Seniorenausflüge, Schulklassen, andere Reisegruppen, Familienausflüge, Einzelpersonen.

I: Gibt es Aufzeichnungen über die Herkunftsgebiete der Besucher? Sind auch Besucher aus dem Ballungsraum Wien zu verzeichnen?

A: Besucher aus der näheren und weiteren Entfernung, aus dem Ballungsraum Wien, aus den anderen Bundesländern bis ins Ausland (China, Schweiz, Deutschland usw.).

I: Ist die NÖ-Card gültig?

A: NÖ Card ist nicht vorhanden (Internetanbindung notwendig!).