

# Club Niederösterreich

Mostviertel

NIEDERÖSTERREICH  
HINEIN INS LEBEN.



**NACHHALTIGKEIT IN WERT GESETZT**  
**6. MOSTVIERTLER NACHHALTIGKEITSKONFERENZ**

2/2013

Die Produktion dieser Broschüre  
wurde unterstützt von:



# Club Niederösterreich

Interessengemeinschaft ländlicher Raum

---

- 8 EDITORIAL: NACHHALTIGKEIT IN WERT GESETZT  
Theres Friewald-Hofbauer, Christoph Madl, MAS, Mag. Andreas Purt
- 10 INVESTITIONEN FÜR UND IN DIE REGIONEN  
Dr. Erwin Pröll
- 14 VORREITER IN SACHEN NACHHALTIGKEIT  
Michaela Hinterholzer
- 18 ÜBER STADT, LAND UND LEUTE  
ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel
- 22 VON DER BESINNUNG AUF DAS MENSCHLICHE MASS  
Susanna Vötter-Dankl, Christian Vötter
- 32 DER ZUKUNFT AUF DER SPUR  
Mag. Erich Czerny
- 38 NACHHALTIGE IMPULSE FÜR DIE GESAMTE REGION  
Herlinde Moosbrugger
- 44 GO GREEN IN UND NACH WERFENWENG  
Dr. Peter Brandauer
- 48 SEELENTIUM – GRATWANDERUNG AM MOOR  
Wolfgang Reindl
- 54 LANDLUST: TOURISMUS DER ANDEREN ART  
Mag.<sup>a</sup> Helga Bauer
- 58 WIE AUS ALTEM NEUES ENTSTEHEN KANN  
Anya Niewierra

NACHHALTIGKEIT IN WERT GESETZT

# Club Niederösterreich

---

Interessengemeinschaft ländlicher Raum

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:  
Club Niederösterreich

Redaktion:  
Andrea Daxböck, Theres Friewald-Hofbauer,  
Doris Hofbauer

Satz: Doris Hofbauer

Domgasse 4/2/16, 3100 St. Pölten  
Telefon: 02742/28559  
info@clubnoe.at; www.clubnoe.at

Titelbild: weinfranz.at

Hersteller:  
gugler GmbH  
Auf der Schön 2  
3390 Melk an der Donau

Preis:  
Einzelnummer 4,90 Euro  
inklusive 10 % Umsatzsteuer  
Doppelnummer 9,00 Euro  
inklusive 10 % Umsatzsteuer  
Jahresabonnement 18,00 Euro  
inklusive 10 % Umsatzsteuer

Die Schriftenreihe erscheint  
sechsmal jährlich.

Bankverbindung:  
Raiffeisenlandesbank  
Niederösterreich-Wien  
Friedrich Wilhelm Raiffeisen-Platz 1  
1020 Wien  
Kontonummer 64097, Bankleitzahl 32000

Anzeigen und Verwaltung:  
Beate Schrank  
Club Niederösterreich  
Domgasse 4/2/16, 3100 St. Pölten  
Telefon: 02742/28559

Das Abonnement gilt für ein  
weiteres Kalenderjahr als erneuert,  
falls den Club bis jeweils  
30. November keine schriftliche  
Kündigung erreicht.



Dieses Papier stammt aus nach-  
haltig bewirtschafteten Wäldern  
und kontrollierten Quellen.  
www.pefc.at

# Club Niederösterreich

---

Interessengemeinschaft ländlicher Raum

Präsident:

Erwin Pröll

Geschäftsführerin:

Theres Friewald-Hofbauer

VizepräsidentInnen:

Erwin Hameseder

Josef Plank

Hermann Schultes

Hubert Schultes

Sonja Zwazl

Vorstandsmitglieder:

Alfred Berger

Erich Erber

Franz Fehringer

Martin Gerzabek

Rudolf Gruber

Walter Handler

Peter Harold

Martin Hauer

Herbert Koch

Bernhard Lackner

Johann Marihart

Fritz Neugebauer

Günther Ofner

Franz Raab

Josef Schmid

Harald Servus

Wolfgang Sobotka

Gerald Steger

Klaudia Tanner

Hilde Umdasch

Manfried Welan

Franz Wiedersich

Reinhard Wolf

Werner Zita

---

## BISHERIGE AUSGABEN DER SCHRIFTENREIHE

---

- |              |   |              |  |
|--------------|---|--------------|--|
| Nr. 1/1981   | Die Land- und Forstwirtschaft im Spannungsfeld der örtlichen Raumplanung                              | Nr. 1/1985   | Sanfter Tourismus und Regionalpolitik                                      |
| Nr. 2/1981   | Medienzukunft   | Nr. 2/1985   | Zukunft der Arbeit – Welche Arbeit hat Zukunft?                            |
| Nr. 3/4/1981 | Produktionsalternativen für die Land- und Forstwirtschaft in Niederösterreich                         | Nr. 3/4/1985 | Bauen und Lebensqualität   |
| Nr. 1/1982   | Wachstums- und Strukturprobleme der Industrie – Konsequenzen für die niederösterreichische Wirtschaft | Nr. 5/1985   | Dorferneuerung und Lebensqualität  |
| Nr. 2/1982   | Biosprit  | Nr. 6/1985   | Neue Medien in Österreich – Rotlicht für privates Fernsehen?               |
| Nr. 3/1982   | Die japanische Herausforderung  | Nr. 7/1985   | Weg von Rollenklischees – Männer und Frauen in den achtziger Jahren        |
| Nr. 4/5/1982 | Arbeitsplatzsicherung durch den niederösterreichischen Landeshaushalt                                 | Nr. 1/1986   | Neue Industrie – Chance oder Gefahr?                                       |
| Nr. 6/1982   | Strategien gegen die wirtschaftliche Zweiteilung Österreichs  | Nr. 2/1986   | Kommunikation und Emotion – Public Relations jenseits von Daten und Fakten |
| Nr. 1/1983   | Die Einkommenssituation der österreichischen Weinbauern   | Nr. 3/1986   | Die Zukunft der Industrie  |
| Nr. 2/3/1983 | Wirtschaft und Umwelt – Versuch einer Versöhnung  | Nr. 4/5/1986 | Was blieb von Prinz Eugen?   |
| Nr. 4/1983   | Beschäftigungseffekte durch Dorferneuerung  | Nr. 6/1986   | Krisengebiete und Medien   |
| Nr. 5/1983   | Arbeitsplätze durch Klein- und Mittelbetriebe   | Nr. 7/1986   | Jugend und Dorferneuerung  |
| Nr. 6/1983   | Public Relations als Unternehmensaufgabe  | Nr. 1/1987   | Kultur im Dorf   |
| Nr. 1/2/1984 | Innovation als Motor des Strukturwandels  | Nr. 2/1987   | Dorf – Landschaft – Umwelt   |
| Nr. 3/1984   | Österreich im Spannungsfeld der Weltpolitik   | Nr. 3/1987   | Wasser für morgen  |
| Nr. 4/5/1984 | Bauen im ländlichen Raum  | Nr. 4/1987   | Public Relations – Strategien für den Krisenfall                           |
| Nr. 6/1984   | Natürliche Psychohygiene des Wohnens  | Nr. 5/1987   | Wirtschaft und Umwelt  |
| Nr. 7/1984   | Public Relations – der Weg aus der Isolation  | Nr. 6/1987   | Biomasse   |
|              |   | Nr. 1/1988   | Wege zur Umweltsicherung in Europa   |
|              |   | Nr. 2/1988   | Wirtschaftspolitik in den neunziger Jahren                                 |
|              |   | Nr. 3/1988   | Innovationsorientierte agrarische Regionalpolitik                          |
|              |   | Nr. 4/1988   | Die ethische Dimension zeitgemäßer Öffentlichkeitsarbeit                   |
|              |   | Nr. 5/1988   | Dorferneuerung und Architektur   |

- 
- |              |   |              |  |
|--------------|---|--------------|--|
| Nr. 6/1988   | Unternehmenskultur als neue Kommunikationsstrategie   | Nr. 2/1993   | Kultur und Identität   |
| Nr. 1/1989   | Ost-West-Drift in Österreich  | Nr. 3/1993   | Abwasserreinigung im ländlichen Raum – geklärte Verhältnisse?  |
| Nr. 2/1989   | Umbruch in der Landwirtschaft – Chance für die Kulturlandschaft?                              | Nr. 4/1993   | Abwasserklärung, aber wie?                                     |
| Nr. 3/1989   | Österreich und Europa   | Nr. 5/6/1993 | Dorferneuerungswegweiser Weinviertel                           |
| Nr. 4/5/1989 | Dorferneuerung<br>gestern – heute – morgen  | Nr. 7/8/1993 | AufhOHRchen – Volksmusik in Niederösterreich                   |
| Nr. 6/1989   | EG-Integration und Bauern   | Nr. 1/2/1994 | Die Türme von Znaim – Skizzen aus dem Weinviertler Grenzland   |
| Nr. 7/1989   | Flaggschiff Österreich  | Nr. 3/1994   | Solar-Visionen   |
| Nr. 1/1990   | Ökosoziale Marktwirtschaft  | Nr. 4/5/1994 | Vom Morgen im Heute: Dorferneuerung Kautzen                    |
| Nr. 2/1990   | Die europäische Integration – Perspektiven für Österreich                                     | Nr. 6/7/1994 | Zukunft der Stadt – Stadt der Zukunft                          |
| Nr. 3/4/1990 | Handeln im lebendigen Kreislauf der Natur   | Nr. 8/1994   | Kultur – Heimat – Werte  |
| Nr. 5/1990   | Landwirtschaft und Umwelt   | Nr. 9/1994   | Unser Greissler. Unser Wirtshaus.                              |
| Nr. 6/1990   | Österreichs Wirtschaft zwischen Ost und West  | Nr. 1/2/1995 | Wieder AufhOHRchen – Volksmusik zwischen Tradition und Moderne |
| Nr. 7/8/1990 | Das betreute Dorf   | Nr. 3/1995   | Regionalpolitik der Zukunft: Das Waldviertel-Management        |
| Nr. 1/1991   | Bohunice & Dukovany – Gefahren und Alternativen   | Nr. 4/1995   | Wege zur Umweltsicherung in Europa                             |
| Nr. 2/1991   | Niederösterreich als EG-Region – Wirtschaftsförderung in Niederösterreich und EG-Bestimmungen | Nr. 5/1995   | Stadterneuerung für eine menschengerechte Urbanität            |
| Nr. 3/4/1991 | Dorferneuerungswegweiser Waldviertel  | Nr. 6/1995   | Dörfer in Niederösterreich – vielgestaltig und wandelbar       |
| Nr. 5/1991   | Saubere Luft – ein knappes Gut  | Nr. 7/1995   | Bio-Energie  |
| Nr. 6/1991   | Dorferneuerung international  | Nr. 1/1996   | aufhOHRchen – Grenzgänge mit Volksmusik                        |
| Nr. 7/1991   | Ökosoziale Energiepolitik   | Nr. 2/1996   | Stadt und Dorf – Theorie und Praxis einer Erneuerung           |
| Nr. 1/1992   | Dorferneuerungswegweiser Mostviertel  | Nr. 3/4/1996 | Datenhighway – und Niederösterreich?                           |
| Nr. 2/1992   | Spannungsfeld Balkan  | Nr. 5/1996   | Zankapfel Erdapfel – Gentechnik im Pflanzenbau                 |
| Nr. 3/1992   | Niederösterreichisch – österreichisch – europäisch  | Nr. 6/1996   | Biologischer Landbau in Österreich                             |
| Nr. 4/1992   | Die Erneuerung der veruntreuten Landschaft  | Nr. 7/1996   | Landentwicklung in Niederösterreich                            |
| Nr. 5/1992   | Blau-gelbe Kultur-Akzente   |              |  |
| Nr. 6/7/1992 | Dorferneuerungswegweiser Industrieviertel   |              |  |
| Nr. 1/1993   | Stadterneuerung   |              |  |

Nr. 1/1997	Multifunktionale Agrarpolitik	Nr. 6/2000	Integrierte Ländliche Entwicklung
Nr. 2/1997	Zukunft der Arbeit – welche Arbeit hat Zukunft?	Nr. 7/2000	Energienachfrage und Bio-energie
Nr. 3/1997	Mostviertel-Strategien	Nr. 1/2001	Biomassenutzung in Niederösterreich
Nr. 4/1997	szenen bunte wädhne – Theaterkultur für Kinder und Jugendliche	Nr. 2/2001	Dorfentwicklung als europäische Herausforderung
Nr. 5/1997	Dorf- und Stadterneuerung – Signale in blau-gelb	Nr. 3/2001	EU-Erweiterung – Voraussetzungen und Perspektiven
Nr. 6/1997	aufhOHRchen und wieder aufhOHRchen	Nr. 4/2001	Wirtschaftsstandort Niederösterreich
Nr. 1/2/1998	Biomasse – Energiequelle mit Zukunft	Nr. 5/2001	Sicherheit der Energieversorgung
Nr. 3/1998	Innovative Wirtschaft in Niederösterreich	Nr. 6/2001	Österreichs Zukunft nachhaltig gestalten
Nr. 4/5/1998	Modern Bauen – zeitgemäß Wohnen	Nr. 1/2002	Arbeitsplatz Niederösterreich
Nr. 6/1998	Österreichs Landwirtschaft als Modell für Europa	Nr. 2/2002	Regionen im Wandel
Nr. 7/1998	Vom Umbruch zum Aufbruch – Die Erweiterung der Europäischen Union	Nr. 3/2002	Zukunftschance Bioenergie
Nr. 8/1998	Innovative Wirtschaft in Niederösterreich II	Nr. 4/2002	Niederösterreich – wasserreich?
Nr. 1/1999	Fitness-Programm für das Weinviertel	Nr. 5/2002	Wärme aus Energiegetreide
Nr. 2/1999	Fitness-Programm für das Waldviertel	Nr. 6/2002	Globalisierung: wie weiter?
Nr. 3/1999	Erneuerbare Energie I	Nr. 1/2003	Landwirtschaft auf neuen WeGEN?
Nr. 4/1999	Erneuerbare Energie II	Nr. 2/2003	Aufbruch zu einer neuen Weltordnung
Nr. 5/1999	Kooperationen zwischen Niederösterreich und Tschechien	Nr. 3/2003	Die Europäische Union erweitert ihre Chancen
Nr. 6/1999	Landentwicklung durch Dorf- und Stadterneuerung	Nr. 4/5/2003	Erneuerbare Energien – Best Practice
Nr. 1/2000	Kooperationen zwischen Niederösterreich und der Slowakei	Nr. 6/2003	Frau sein im ländlichen Raum
Nr. 2/3/2000	Grünes Licht für Bioenergie	Nr. 7/2003	Wirtschaften in der Region
Nr. 4/2000	Tradition – Funktion – Vision: Bauen und Wohnen in ländlichen Kleinstädten	Nr. 1/2/2004	DorfZukunft
Nr. 5/2000	Verdorft die Welt, sie braucht es!	Nr. 3/4/2004	Keep on running, keep on helping – 21 Jahre Benefizfußballmannschaft
		Nr. 5/2004	Globalisierung bedingt Regionalisierung
		Nr. 6/7/2004	Top-News aus der Biomassenszene
		Nr. 8/9/2004	Energieversorgung am Wendepunkt

- 
- |               |   |              |   |
|---------------|---|--------------|---|
| Nr. 10/2004   | Innovation – Triebfeder der Wirtschaft  | Nr. 6/2008   | Nachhaltigkeit als Chance für den Tourismus           |
| Nr. 1/2/2005  | Beschäftigungseffekte durch Biomassenutzung   | Nr. 1/2009   | Ökosoziale Marktwirtschaft als Zukunftsstrategie      |
| Nr. 3/2005    | Landwirtschaft und Naturschutz  | Nr. 2/3/2009 | Holzbiomasse – Potenziale und Märkte                  |
| Nr. 4/2005    | Globalisierung – eine wirtschaftliche, soziale und ökologische Herausforderung          | Nr. 4/5/2009 | Biogener Abfall – ein heimischer Energieträger Teil I |
| Nr. 5/6/2005  | Ländlicher Raum 2005. Gewandelte Realitäten – neue Herausforderungen                    | Nr. 6/2009   | Biogener Abfall – ein heimischer Energieträger Teil 2 |
| Nr. 7/2005    | WTO und Landwirtschaft  | Nr. 7/2009   | Regionalpolitik                                       |
| Nr. 8/9/2005  | Missgünstige Nachbarn   | Nr. 8/2009   | Energiesicherheit?                                    |
| Nr. 1/2006    | Heizen mit Energiekorn  | Nr. 1/2010   | Elektromobilität Teil I                               |
| Nr. 2/3/2006  | Nachdenkbuch von Österreichern für Jörg Mauthe  | Nr. 2/2010   | Elektromobilität Teil II                              |
| Nr. 4/5/2006  | Leader-Ship   | Nr. 3/2010   | Dorferneuerung mit neuer Energie                      |
| Nr. 6/2006    | Chancen der Direktvermarktung   | Nr. 4/2010   | In Zukunft e-mobil? Teil I                            |
| Nr. 7/2006    | Biomasse – Energie der Zukunft  | Nr. 5/6/2010 | Erneuerbare Energien – Highlights in Österreich       |
| Nr. 8/2006    | Energieversorgung am Wendepunkt – die vermeintlichen Alternativen Kohle und Kernenergie | Nr. 7/2010   | In Zukunft e-mobil? Teil II                           |
| Nr. 1/2007    | Klimawandel & Wintertourismus   | Nr. 1/2/2011 | Impulse für das Land – 30 Jahre Club Niederösterreich |
| Nr. 2/3/2007  | Multitalent Biogas  | Nr. 3/2011   | Biolandbau - quo vadis?                               |
| Nr. 4/5/2007  | Multitalent Biogas II   | Nr. 4/2011   | Holz ist Klimaschutz                                  |
| Nr. 6/7/2007  | Globalisierung – für und nicht gegen die Menschen                                       | Nr. 5/2011   | Die Energie-Zukunft hat begonnen                      |
| Nr. 8/2007    | Nahrung und Energie aus der Land- und Forstwirtschaft                                   | Nr. 6/2011   | Neue Wege in der europäischen Dorferneuerung          |
| Nr. 9/10/2007 | Zukunft der weltweiten Erdölversorgung  | Nr. 7/2011   | Wege aus der Finanzkrise                              |
| Nr. 1/2008    | Netzwerken als Erfolgsformel  | Nr. 1/2012   | Ernst Scheiber: Standpunkte                           |
| Nr. 2/2008    | Mikroalgen – ein Energieträger der Zukunft?   | Nr. 2/2012   | Nachdenken über Europa                                |
| Nr. 3/2008    | Energiepolitik 2020   | Nr. 3/2012   | Nachhaltigkeit – Aspekte und Projekte                 |
| Nr. 4/2008    | Energiewende.   | Nr. 4/2012   | Land an der Grenze                                    |
| Nr. 5/2008    | Der ländliche Raum im Zeitalter der Globalisierung                                      | Nr. 5/2012   | Baustelle Gemeinde                                    |
|               |   | Nr. 6/2012   | Barrierefreie Lebensräume                             |
|               |   | Nr. 1/2013   | Geht uns bald das Licht aus?                          |

Theres Friewald-Hofbauer, Christoph Madl, Andreas Purt

## NACHHALTIGKEIT IN WERT GESETZT

---

Großartige Landschaften, interessante kulturelle Eigenheiten und Besonderheiten – damit punkten viele Tourismusregionen in Europa. Wie gelingt es, diese regionalen Schätze ökonomisch erfolgreich und dennoch nachhaltig in Szene und nicht zuletzt auch in Wert zu setzen? Das war eine der zentralen Fragen, denen sich RegionalentwicklerInnen, PolitikerInnen, TouristikerInnen und WissenschaftlerInnen bei der 6. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz im September 2013 im Pielachtal aus ganz unterschiedlichen Perspektiven und mit äußerst vielfältigen Best-Practice-Beispielen widmeten.

Am Anfang standen, nach der Eröffnung durch die Vorsitzende des Mostviertel Tourismus Michaela Hinterholzer, die Lehren des Salzburger Nationalökonoms Leopold Kohr und seine Forderung nach einer Rückkehr zum menschlichen Maß, die von Susanna Vötter-Dankl und Christian Vötter vom Verein Tauriska/Leopold Kohr-Akademie präsentiert wurden. Sie stellten darüber hinaus auch ein in den Hohen Tauern umgesetztes Projekt vor, das den Wiederaufbau von Obst und auf Grund der kulturlandschaftlichen Bereicherung auch den Tourismus förderte. Martin Heintel von der Universität Wien, Institut für Geografie und Regionalforschung, unterstrich, dass Gestaltungsverantwortung in der Regionalentwicklung etliche Risiken beinhaltet, weshalb den handelnden Personen große Bedeutung zukomme.

Wolfgang Reindl begleitete durch die Wohlfühlregion Seelentium im Dreiländereck Oberösterreich-Bayern-Salzburg, die 2010 den EDEN-Award und mit ihm neue Impulse gewann. Helga Bauer erzählte die Erfolgsgeschichte der „Landlust“-Häuschen im steirischen Thermenland. Wie das niederländische Südlimburg, vor zehn Jahren eine unattraktive Bergbauregion, neue Zukunftsperspektiven fand, berichtete Anya Niewiera vom regionalen Tourismusverband.

Herlinde Moosbrugger von Bregenzerwald Tourismus schilderte eine Region, in der die nachhaltige Förderung des Tourismus in den Statuten verankert ist. Gesunde Angebote für Allergiker und Asthmatiker ließen die Nächtigungen in der Wasserfall-Gemeinde Krimml seit 2008 um 45 Prozent wachsen, wie Bürgermeister Erich Czerny zu berichten wusste. Über die umfangreichen Maßnahmen zur umweltfreundlichen Mobilität in Werfenweng informierte Bürgermeister Peter Brandauer. Vor gut zwei Jahren wurde die E-Mobilität in der Region Römerland-Carnuntum ausgebaut. Über Erfahrungen und Erfolge berichtete Bernhard Fischer, LEADER-Management und Regionskoordinator der Landesausstellung 2011.

Die Arbeitsplatzsituation im Tourismus beleuchteten Michaela Reitterer, Präsidentin der Österreichischen Hotelierversammlung, Barbara Gartner vom Kürbischof Gartner im Steirischen Thermen- und Vulkanland, Alfred Spiegl, niederösterreichischer Lan-



Bei der 6. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz (v. l. n. r.): Andreas Purt (Mostviertel Tourismus), LH Erwin Pröll, Theres Friewald-Hofbauer (Club Niederösterreich), Christoph Madl (Niederösterreich-Werbung) und Gastgeber Dipl.-Ing. Johann Weiss. Foto: Markus Haslinger/Mostviertel Tourismus

desgeschäftsführer der Dienstleistungsgewerkschaft vida sowie Franz-Josef Pirktl vom Alpenresort Schwarz in Mieming/Tirol – 2011 mit dem Staatspreis für Tourismus für innovative Mitarbeiterführung und -entwicklung ausgezeichnet.

In seinem Referat betonte Club Niederösterreich-Präsident Landeshauptmann Erwin Pröll, dass Nachhaltigkeit heute wichtiger denn je sei, auch wenn sich viele daran schon satt gehört hätten. Deshalb und weil die Einschätzung dessen, was tatsächlich nachhaltig ist, oft sehr widersprüchlich sei, verlange es Mut, sich ihrer anzunehmen. Als eine große Chance für die nachhaltige Stärkung einer Region nannte er die Impulse, die eine NÖ Landesausstellung auszulösen vermag. Die Ausstellung 2015 in Laubenbachmühle, Neubruck und Wienerbruck werde der Region einen Schub geben – mit posi-

ven Effekten für Tourismus, Wertschöpfung und Arbeitsmarkt.

Mit dieser Ausgabe der Schriftenreihe wollen wir Ihnen die Möglichkeit einräumen nachzulesen, was bei der 6. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz Thema war. Ganz nach dem Motto „Verba volant, scripta manent“ – das gesprochene Wort ist flüchtig, das geschriebene Wort bleibt. Nachhaltig eben.

---

*Theres Friewald-Hofbauer, Geschäftsführerin des Club Niederösterreich, St. Pölten*

*Prof. Christoph Madl, MAS, Geschäftsführer der Niederösterreich-Werbung GmbH, St. Pölten*

*Mag. Andreas Purt, Geschäftsführer der Mostviertel Tourismus GmbH, Wieselburg*

Erwin Pröll

## INVESTITIONEN FÜR UND IN DIE REGIONEN

### NACHHALTIGE IMPULSE AM BEISPIEL DER NÖ LANDESAUSSTELLUNGEN

---

Es kommt nicht von ungefähr, dass der Club Niederösterreich wie bereits in den vergangenen Jahren gemeinsam mit dem Mostviertel Tourismus und der Niederösterreich Werbung eine Konferenz zum Thema „Tourismus und Nachhaltigkeit“ veranstaltet hat. Und es kommt auch nicht von ungefähr, dass die Konferenz traditionell im Pielachtal und damit in einer Region beheimatet ist, die geradezu ein Musterbeispiel für nachhaltigen ländlichen Tourismus darstellt, wofür sie unter anderem von der Europäischen Union mit dem EDEN-Award ausgezeichnet worden ist.

Hier ist es unter anderem gelungen, mit der „Wiederentdeckung“ des Dirndlbaumes eine Marke zu entwickeln, aus der dank der Kreativität zahlreicher PielachtalerInnen eine Reihe von Markenprodukten wie Dirndlsoft, Dirndlschokolade, Dirndlmarmelade und vieles mehr hervorgegangen sind.

Im Dirndltal wie auch in zahlreichen anderen Regionen wird Nachhaltigkeit in Wert gesetzt und damit etwas initiiert, was heute wichtiger denn je ist. Wir haben nicht zuletzt aufgrund der nahezu schon inflationären Verwendung des Wortes Nachhaltigkeit nämlich einen Punkt erreicht, an dem viele Menschen der Nachhaltigkeit überdrüssig geworden sind. Die Tatsache, dass man sich vom Begriff selbst gewissermaßen satt gehört hat, ändert aber nichts daran, dass nach-

haltiges Handeln unverändert wichtig ist und deshalb hohe Priorität haben muss.

---

### NACHHALTIGKEIT: IN ALLER MUNDE, ABER NICHT IN JEDEM KOPF

---

Zwanzig Jahre nach der „Entdeckung“ der Nachhaltigkeit sind die CO<sub>2</sub>-Emissionen nämlich weiterhin im Steigen, werden die Roten Listen immer noch länger und wird die soziale Dimension der Nachhaltigkeit nach wie vor bestenfalls als eine Art Randnotiz wahrgenommen. Zwei Jahrzehnte der intensiven, scheinbar in allen Lebensbereichen und Wirtschaftsbranchen angestrebten Nachhaltigkeit, in denen Zigtausende von Nachhaltigkeitsberichten verfasst wurden, haben die Welt dennoch in kein Paradies verwandelt und aus Österreich keine Insel der Seligen gemacht.

Wir leben in einer Ellenbogengesellschaft, der es häufig an sozialer Wärme und Gerechtigkeit fehlt. Und letztlich müssen wir zur Kenntnis nehmen, dass die großen, häufig globalen Probleme, mit denen wir uns konfrontiert sehen, der „gerechte Lohn“ für ein wirtschaftliches Handeln sind, das von Profitgier und Gewinnmaximierung geprägt ist und in dem menschliche Maßstäbe und Bedürfnisse nicht selten hinten angestellt werden. Wir treiben Raubbau an unseren natürlichen Ressourcen – und das, obwohl wir längst wissen sollten, dass uns auf diese Weise in

absehbarer Zeit im wahrsten Sinne des Wortes die Energie und damit das Licht ausgeben könnten, der Boden gleichsam unter den Füßen weggezogen wird und über kurz oder lang auch die letzten Öl- und Wasserquellen versiegen werden. Dass Unruhen, Terror und kriegerische Auseinandersetzungen häufig Stellvertreterkriege für den Kampf um die knapper werdenden Ressourcen darstellen, bedarf keiner näheren Erläuterung.

---

### WELT IN BALANCE

---

Es muss uns daher besser heute als morgen gelingen, die Welt in Balance zu bringen. Um diesem Ziel näher zu kommen, braucht es eine leistungsfähige Wirtschaft, braucht es aber nicht minder soziale Fairness und braucht es umweltbewusstes Handeln. Gefordert sind dabei neben den politischen

Akteurinnen und Akteuren, die für die entsprechenden Rahmenbedingungen Sorge zu tragen haben, auch innovative Unternehmerinnen und Unternehmer, für die Ethik und Gewissen nicht bloß werbetaugliche Schlagworte, sondern gelebte Firmenphilosophie darstellen. Und gefordert ist freilich auch eine Zivilgesellschaft, die Nachhaltigkeit lebt und diese von der Politik wie auch von der Wirtschaft einmahnt.

Auch wenn die gegenwärtige Situation alles andere als zufriedenstellend ist, wäre es ein fataler Fehler, in Resignation und Stagnation zu verfallen. Unzufriedenheit muss nicht zwangsweise in negativer Stimmung münden, sie kann vielmehr auch der Motor für Veränderungen und Verbesserungen sein. Dies lehrt uns das Studium der Geschichtsbücher genauso wie ein Blick auf die zahl-



*Mit der Profilierung von Markenprodukten, die vom Dirndlbaum gewonnen werden, ist es im Mostviertler Dirndltal gelungen, Nachhaltigkeit in Wert zu setzen. Regionen, denen Derartiges gelingt, sind von enormer Bedeutung für die ländlichen Räume, ist Pröll überzeugt. Foto: weinfranz.at*



*Die NÖ Landesausstellung wird 2015 im Ötscherland Station machen. Für die Region bedeutet dies neben zahlreichen Gästen während der Ausstellung auch eine Reihe nachhaltiger Investitionen wie etwa neue Zuggarnituren für die Mariazellerbahn.* Foto: Marktgemeinde Frankenfels

reichen Regionen, denen es dank Mut und Engagement gelungen ist und gelingt, die Zukunft proaktiv in die Hand zu nehmen, ein unverwechselbares Profil zu entwickeln und nachhaltig positive Perspektiven zu schaffen. Der größte Rohstoff und Reichtum dieser Erde sind nämlich die Ideen in den Köpfen ihrer Bewohnerinnen und Bewohner. Sie sind es auch, die für Wohlstand und Wohlbefinden am meisten verantwortlich sind.

#### BEISPIEL NÖ LANDESAUSSTELLUNG

Ich möchte dies anhand eines Beispiels für eine dieser zündenden Ideen erläutern, nämlich an jenem der Niederösterreichischen Landesausstellungen, die zweifelsohne eine Erfolgsgeschichte darstellen. Seit mehr als 50 Jahren wird im Zwei-Jahres-Rhythmus diese in ihrer inhaltlichen Qualität stets he-

rausragende Ausstellung alternierend in den vier Vierteln des Landes organisiert. Abgesehen davon, dass so bisher rund zehn Millionen Besucherinnen und Besucher in den verschiedensten Regionen Niederösterreichs zu Gast gewesen sind, ist die Landesausstellung stets auch mit nachhaltigen wirtschaftlichen, kulturellen und wissenschaftlichen Impulsen für die Region gepaart.

Die Niederösterreichische Landesausstellung 2015 wird im Mostviertel, genauer gesagt in Laubenbachmühle (Gemeinde Frankenfels), in Neubruck (Gemeinden Scheibbs und St. Anton/Jeßnitz) und in Wienerbruck (Gemeinde Annaberg), Station machen und eine Wiederentdeckung der Alpen anstreben. Mit diesen drei Standorten wird es gelingen, die gesamte Voralpenregion rund um den Ötscher mit der Mariazellerbahn als

verbindende Linie deutlich zu stärken. Das Besondere wird auch sein, dass regionalpolitisch ein breiter Ansatz möglich sein wird, zumal neben dem Ötscherland auch das Mariazellerland sowie die Regionen Pielachtal und Erlaufthal einbezogen werden und profitieren können.

Dass diese drei Destinationen nicht nur eine der schönsten Kulturlandschaften der Ostalpen bilden und den Gästen das Eintauchen in ein einzigartiges Natur- und Kulturerlebnis zu bieten vermögen, wird noch ergänzt durch die Tatsache, dass genau diese Regionen auch als Musterbeispiele für einen sanften Tourismus zu erachten sind, der sich den Prinzipien der Nachhaltigkeit verschrieben hat. Es wird dies eine hervorragende Chance sein, das Thema Nachhaltigkeit ohne erhobenen Zeigefinger, sondern schlicht am gelebten Beispiel den Menschen näher zu bringen.

Freilich ist die Landesausstellung auch mit einer Reihe von Investitionen verknüpft, deren oberste Prämisse wiederum ihre nachhaltige Wirkung ist. Für 2015 investiert das Land Niederösterreich rund 117 Millionen in die Mariazellerbahn – davon 65 Millionen in neue Garnituren, die so genannte „Himmelstreppe“, 32 Millionen in die Schienen- und Linieninfrastruktur und 20 Millionen in das neue Betriebszentrum Laubenbachmühle, wo auch ein Teil der Ausstellung stattfinden wird. Darüber hinaus werden drei Millionen Euro für das neue Naturparkzentrum „Ötscher-Tormäuer“ in Wienerbruck aufgebracht. Weitere neun Millionen Euro sind dem interkommunalen Wirtschaftspark und der Sanierung des Töpperschlössls in Neubruck gewidmet.

Dass das Land Niederösterreich so viel Geld in die Hand nimmt, rührt von der Überzeugung

und Erfahrung her, dass die Investitionen nicht nur für die Zeit der Ausstellung, sondern auch für die Jahre und Jahrzehnte danach wichtige Impulse für den Tourismus – nach 2015 wird dies insbesondere der Bergtourismus sein – bringen, den Bekanntheitsgrad der jeweiligen Region enorm steigern, neue Wertschöpfung für die ortsansässigen Betriebe bedeuten und damit auch positive Auswirkungen auf die Arbeitsplatzsituation haben.

Landesausstellungen sind stets Schlüsselprojekte, die auf breiter Ebene mit zahlreichen Partnern in der Region realisiert werden, seien es die Gemeinden, die Regionalmanagements, die Tourismusverbände oder die Niederösterreich-Werbung, seien es andere relevante Organisationen und Institutionen, wie dies 2015 etwa die Niederösterreichische Verkehrsorganisationsgesellschaft (NÖVOG) oder die EVN sein werden.

Die Landesausstellung 2015 wird eine große Chance für das gesamte Mostviertel darstellen, die sich das Land einiges kosten lässt und die es seitens der Akteurinnen und Akteure auch zu nutzen gilt, damit nachhaltige Entwicklungen nicht nur angestoßen, sondern auch fortgeführt und somit langfristig in Wert gesetzt werden. Der Schlüssel zum Erfolg wird es sein, mit Weitblick und Umsicht einen Weg des Miteinanders zu finden. Dies ist ein Erfolgsrezept, das freilich nicht nur für die Landesausstellungen, sondern für alle Projekte gilt, die den Anspruch erheben, den Lebensraum ländlicher Raum nachhaltig lebens- und liebenswert zu gestalten.

---

*Dr. Erwin Pröll, Landeshauptmann von Niederösterreich und Präsident des Club Niederösterreich, St. Pölten*

Michaela Hinterholzer

## VORREITER IN SACHEN NACHHALTIGKEIT

### SCHWERPUNKT: MENSCHEN- UND UMWELTVERTRÄGLICHE MOBILITÄT

Das Land Niederösterreich, mit ihm das Mostviertel und nicht zuletzt das Pielachtal dürfen zweifelsohne als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit bezeichnet werden. Seit vielen Jahren tragen gezielte Maßnahmen in den und für die verschiedensten Branchen – von der Landwirtschaft über das Gewerbe, den Dienstleistungsbereich und den Handel bis hin zum Tourismus, bei dem sich das Thema besonders einprägsam transportieren lässt – dazu bei, ökologisch bewusstes, sozial verträgliches und ökonomisch sinnvolles Handeln zu forcieren.

Hans Weiss, Hausherr des Steinschaler Dörfles und damit dem traditionellen Austragungsort der Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz, erstellte bereits 2005 als erster Hotelbetrieb Österreichs einen Nachhaltigkeitsbericht und hat damit freilich auch als erster das Pielachtaler Nachhaltigkeitskonzept umgesetzt. Das Naturhotel Steinschaler Dörfll trägt übrigens auch als erstes Hotel in Österreich das europäische EMAS-Siegel, das für „Eco-Management and Audit Scheme“ steht.

---

#### EDEN-AWARD ALS AUFTRAG

---

Im Oktober 2007, also vor etwas mehr als sechs Jahren, erhielt das Pielachtal dann beim europäischen Tourismusforum an der Algarve in Portugal als eines von zehn „herausragenden europäischen Reisezie-

len“ den EDEN-Award (European Destinations of Excellence) als Vorzeigeregion für nachhaltigen Tourismus und damit eine Auszeichnung, die nicht bloß ehrt, sondern auch dazu verpflichtet, den eingeschlagenen Weg konsequent fortzuführen.

Seit damals ist die Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz, die seit 2008 jährlich im Pielachtal stattfindet, ein wichtiger Impulsgeber für die Tourismusbranche und das Regionalmanagement. Von Beginn an weckte die Konferenz reges Interesse bei Besucherinnen und Besuchern aus nah und fern.

---

#### WIEDERENTDECKUNG DER ALPEN

---

Apropos „reges Interesse“: In diesem Zusammenhang möchte ich mit wenigen Worten auf die Niederösterreichische Landesausstellung 2015 eingehen, der wir seitens der Landespolitik, insbesondere aber auch seitens des Mostviertel Tourismus, in nächster Zeit natürlich unsere volle Aufmerksamkeit widmen werden. Die Landeschau wird unter dem Motto „Im Ötscherland. Eine Wiederentdeckung der Alpen“ stehen und an den drei Mostviertler Standorten Laubenbachmühle in der Gemeinde Frankenfels, Schloss Neubruck in den Gemeinden Scheibbs und St. Anton/Jeßnitz sowie in Wienerbruck in der Gemeinde Annaberg stattfinden.

Wie jede Niederösterreichische Landesausstellung wird auch jene im Jahr 2015 von einem umfassenden Verkehrskonzept begleitet werden. Diesmal wird die traditionsreiche Mariazellerbahn zur Hauptachse und zum fixen Bestandteil der Landesschau gemacht.

Das Land Niederösterreich hat damit die schöne Voralpenbahn nicht nur vor dem Aus bewahrt, sondern investiert in dieses Projekt bis 2014 insgesamt 117 Millionen. Um 65 Millionen werden insgesamt neun Niederflurtriebzüge und vier Panoramawägen angeschafft, die schrittweise für einen vollkommen neuen Fahrkomfort sorgen werden. Vielleicht konnte sich ja der eine oder andere schon bei der Anreise mit der „Himmelstreppe“ – so heißen die neuen,

goldlackierten Garnituren der Mariazellerbahn – selbst davon überzeugen.

---

#### PROJEKT ACCESS2MOUNTAIN

---

Ein anderes nachhaltiges und transnationales Projekt, bei dem die Mostviertel Tourismus GmbH als eine von zwölf PartnerInnen fungiert, ist Access2Mountain. Bei diesem Projekt steht das Ziel im Vordergrund, die Mobilität vor Ort und bei der Anreise in Urlaubsregionen in den Alpen und in den Karpaten zu verbessern. Damit soll ein Beitrag zur Reduktion negativer Auswirkungen auf die Umwelt wie Schadstoffe und Lärm in sensiblen Gebieten geleistet werden.

Im Zeitraum von mehreren Jahren entwickeln die Projektpartner, die aus sechs eu-



*Das Steinschaler Dörf ist nicht zufällig Schauplatz der Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz, war es doch 2005 der erste Hotelbetrieb Österreichs, der mit der Herausgabe eines Nachhaltigkeitsberichts richtungsweisende Akzente für die gesamte Branche gesetzt hat.* Foto: Steinschaler Naturhotels



*Beim transnationalen, von der Europäischen Union geförderten Projekt Access2Mountain stehen die Mobilität und ihre Auswirkungen auf Mensch und Umwelt in den Alpen und in den Karpaten im Zentrum der Betrachtung.*

*Foto: Mostviertel Tourismus/weinfranz.at*

ropäischen Staaten stammen, unterschiedliche Maßnahmen zur Verbesserung von Neben- und Schmalspurbahnen, „sanften“ Mobilitätsangeboten vor Ort und entsprechende Marketingmaßnahmen.

Zu den geplanten Ergebnissen zählen unter anderem Sammlungen von Best-Practice-Beispielen, die zum Nachahmen anregen sollen, Machbarkeitsstudien und Konzepte von Mobilitätsangeboten und „Sanft-Mobile“-Packages sowie Investitionen in Radinfrastrukturen. Die Akzeptanz aller in den jeweiligen Regionen betroffenen Gruppen ist wesentlich für die Umsetzung und den Erfolg dieser Maßnahmen. Daher ist der Öffentlichkeitsarbeit und der Integration der unterschiedlichen Interessensgruppen – von den Verkehrsanbietern und Tourismusbetreibenden über die EntscheidungsträgerInnen auf kommunaler, regionaler, nationaler und

europäischer Ebene bis hin zu den UrlaubereInnen – viel Platz eingeräumt.

Wesentlicher Bestandteil von Access2Mountain ist schließlich die Abschätzung der Umweltwirkungen dieser Maßnahmen und damit auch die Frage nach deren nachhaltigem Wert. Die Ergebnisse des Projektes werden unter anderem in den Entwurf des Transportprotokolls der Karpatenkonvention einfließen. Für den Mostviertel Tourismus ist es eine einmalige Chance, in diesem von der Europäischen Union geförderten Projekt mitwirken zu können und sein Profil als nachhaltige Region und Tourismusdestination weiterhin zu schärfen.

---

*Michaela Hinterholzer, Abgeordnete zum NÖ Landtag und Vorsitzende der Mostviertel Tourismus GmbH, Wieselburg*



## WIR GEHÖREN ZUR FAMILIE: WEIL WIR WISSEN, WAS SIE BEWEGT.

Die **HYPO NOE GRUPPE** ist als Unternehmensfamilie das finanzielle Kompetenzzentrum des Landes Niederösterreich. In den **30 Geschäftsstellen der HYPO NOE Landesbank** in Niederösterreich und Wien betreuen wir Familien in allen Geldangelegenheiten. Kompetent und individuell. Kunden und Institutionen auf Landes- wie Gemeindeebene rechnen mit den Spezialisten der **HYPO NOE GRUPPE** und zählen auf die langjährige Erfahrung der Leasing- und Finanzierungsexperten. Unternehmen und öffentliche Hand planen mit der **HYPO NOE GRUPPE**, wenn es um maßgeschneiderte Bau- und Finanzierungslösungen geht. Vom Plan bis zum Facility Management liegt ihr Bauvorhaben hier in den richtigen Händen. **Sicherheit, Kompetenz und Zukunft in Blau-Gelb.**

SEIT 125 JAHREN



HYPO NOE  
GRUPPE

[www.hyponoe.at](http://www.hyponoe.at)

Die Bank an Ihrer Seite.

Martin Heintel

## ÜBER STADT, LAND UND LEUTE

### LÄNDLICHE RÄUME: IDENTITÄTEN, REALITÄTEN UND WIDERSPRÜCHE

Ländliche Räume sind unterschiedlich und vielfältig geprägt, *den* ländlichen Raum und *die* Region gibt es nicht. Identitäten sind ebenso verschieden wie regionale Besonderheiten. Auch das Verhältnis zwischen Stadt und Land unterliegt einem Wandel der Zeit.

Wo liegen aber nun die spezifischen Qualitäten ländlicher Räume, wo liegen die Widersprüche und wo die neuen Herausforderungen im Verhältnis von Stadt und Land aus der Sicht ländlicher Räume?

Die Bevölkerungsentwicklung von Städten und ländlichen Räumen spielt im öffentlichen Diskurs derzeit eine besonders große Rolle. Dabei wird häufig vergessen, dass es nicht allein um den „gezählten Menschen“, also ausschließlich um die Quantität, sondern im Kontext von Regionalentwicklung auch um Dynamik und Qualität geht, die eng mit Standorten verknüpft sind. Hinter der Auseinandersetzung mit verschiedenen Lebensräumen stehen freilich auch gesellschaftliche Werte sowie gewünschte und weniger gewünschte Entwicklungen. Und schließlich steht auch der Anspruch, diese steuern bzw. beeinflussen zu können, im Raum.

#### VIELFALT UND INHOMOGENITÄT

Ländliche Räume sind vielfältig und strukturell sehr unterschiedlich: Nehmen wir

ländliche Räume in der Nähe von Städten, zeigt sich ein anders Bild als in mono-strukturierten ländlichen Räumen, beispielsweise geprägt durch eine touristische Infrastruktur. Oder betrachten wir ländliche Räume mit günstigen Produktionsbedingungen für die Land- und Forstwirtschaft oder gering verdichtete ländliche Räume mit wirtschaftlicher Entwicklungsdynamik als Beispiele für deren Vielfalt.

Wenn von *dem* ländlichen Raum gesprochen wird, bezieht sich dies nicht immer, aber meist auf strukturschwache periphere Räume. Aber selbst ländlich periphere Räume sind nicht homogen und in allen ihren Voraussetzungen miteinander vergleichbar. Demographische Entwicklung, familienfreundliche Umfelder, ein regionaler Arbeitsmarkt sowie Attraktivierungsangebote für Zu- bzw. Rückwanderer sind von Region zu Region höchst unterschiedlich ausgeprägt.

Österreich hat von allem etwas. Nicht allen ländlichen Räumen geht es schlecht und nicht überall dominiert die Landwirtschaft als Kulturlandschaft. Sprechen wir über Politik für ländliche Räume, bedarf es somit unterschiedlicher Zugangsebenen und vielfältiger Strategien. Klientelpolitik und (mehr) Geld müssen nicht immer die richtigen Antworten auf vielschichtig gelagerte Fragestellungen sein.



*Der ländliche Raum ist kein homogenes Gebilde, sondern Sammelbegriff für unterschiedliche Regionen mit ebenso unterschiedlichen geographischen und raumordnerischen Parametern sowie ökologischen und ökonomischen Voraussetzungen, Chancen und Bedürfnissen. Foto: Jonathan Gross*

Ländliche Räume werden in urbanen Milieus und Hochglanzbroschüren zwar da und dort idealisiert, nicht zuletzt durch einen zunehmenden Brain Drain findet jedoch auf leisen Sohlen eine Entsolidarisierung zwischen Stadt und Land statt. Anders als in einer Agrargesellschaft wird die Zukunft mehr und mehr durch multilokale Haushaltsführungen bestimmt werden.

Mehrfachwohnsitze zur selben Zeit aufgrund der Fragmentierung von Lebensbezügen von mehreren Familienmitgliedern – sei es zur Ausbildung, aufgrund von Familiengründung und -trennung, im Zusammenhang mit verschiedenen Karrierephasen oder durch Pensionierung – werden nicht nur die Belebung des Wohnungsmarktes, sondern zukünftig auch eine noch

stärkere regionale Flexibilität bedingen, bei der die Städte gefordert sind, aber ländliche Räume ebenso profitieren können.

Widersprüche und Gegensatzpaare sind bei einer „Inwertsetzung“ ländlicher Räume zahlreich zu finden. Emotionale Qualitäten stehen nicht selten rationalen Entscheidungsstrukturen gegenüber. Duftendes Heu steht nicht immer im Einklang mit ökonomischen Indikatoren einer Grünlandwirtschaft. Solidarität steht vielfach in Konkurrenz zur Individualisierung unserer Gesellschaft. Das Verständnis dafür, dass Transferleistungen mit einem gesellschaftlichen Mehrwert verbunden sind, sinkt.

Auch Auf- und Abwertungen spielen im Verhältnis zwischen Stadt und Land in



*Zwar wird der ländliche Raum insbesondere in urbanen Milieus häufig romantisierend verklärt, aber nichtsdestotrotz findet zunehmend eine Entsolidarisierung zwischen Stadt und Land statt – eine Tatsache, der es aktiv zu begegnen gilt, um Vorurteile zu relativieren und den gesamtgesellschaftlichen Wert beider Lebensräume bewusst zu machen.* *Foto: Sandra Cunningham/fotolia*

alle Richtungen eine Rolle. Bewertungen, (Vor-)Urteile und Images tragen nicht zuletzt zum Wohlbefinden oder aber zum Unwohlsein auf regionaler Ebene bei.

---

#### EIGENVERANTWORTLICHKEIT IST UNABDINGBAR

---

Gestaltungsverantwortung in der Regionalentwicklung zu übernehmen, hat fast immer auch etwas mit Risiko zu tun. „Der Wegweiser weist den Weg – er geht ihn jedoch nicht mit!“

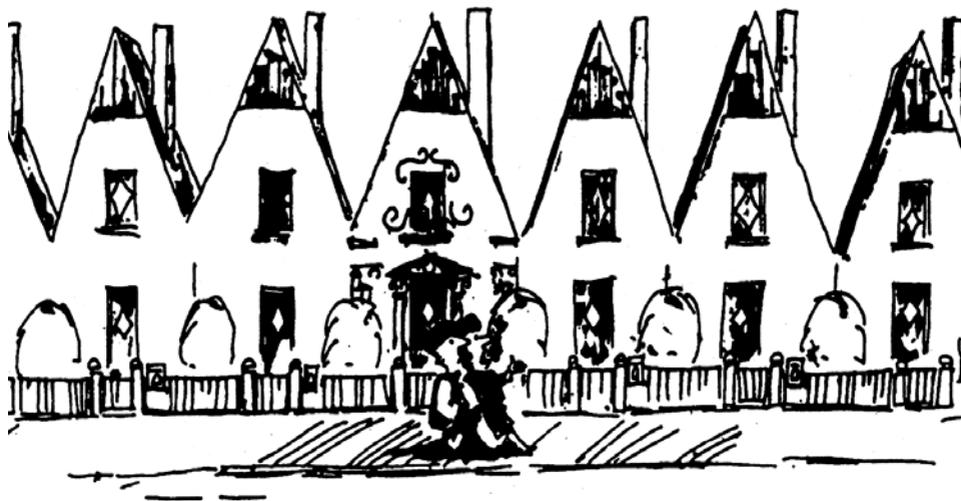
Die Menschen sind es vielmehr, die konkrete Bewertungen und die Auswahl der zu bestreitenden Handlungsfelder an die

Gegebenheiten vor Ort anpassen müssen. Diese Tatsache zu beachten, gilt für die Politik, die regionalen AkteurInnen und die Institutionen gleichermaßen.

Nachhaltigkeit in Wert zu setzen, bedeutet schließlich auch, Verantwortung zu übernehmen, nicht zu delegieren und sich neuen Herausforderungen zu stellen sowie bestehende Widersprüche im Alltagshandeln sichtbar zu machen und nutzbar zu integrieren.

---

*ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel, Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien, Wien*



„Es gibt doch immer jemanden, der auffallen muß!“

**ARCHITEKT DIPL.-ING. WERNER ZITA**

Staatlich befugter und beeideter Ziviltechniker  
2103 Langenzersdorf, Korneuburger Straße 14  
Tel. 02244/4270, 4271, 4298; Fax Dw-20

Susanna Vötter-Dankl und Christian Vötter

## VON DER BESINNUNG AUF DAS MENSCHLICHE MASS

### VEREIN TAURISKA SUCHT NEUE WEGE NACH DEM VORBILD LEOPOLD KOHRS

„Das Maß aller Dinge ist der Mensch, nicht die Menschheit, die Gesellschaft, die Nation oder der Staat. Da der Mensch klein ist, müssen auch seine Institutionen – Familie, Betrieb, Wirtshaus, Spital, Dorf, Stadt, Gesangsverein – relativ klein bleiben, wenn sie ihn nicht zerquetschen sollen“, so schrieb Leopold Kohr, der berühmte Nationalökonom, Jurist, Staatswissenschaftler, Philosoph, Nachdenker, Querdenker und Vordenker aus Oberndorf bei Salzburg, dessen Ideen und Philosophie unsere Arbeit im Nationalpark Hohe Tauern, im Kulturverein Tauriska und in der Leopold-Kohr-Akademie prägen.

Und tatsächlich scheint es eine Kernfrage zu sein, wie man in dieser so komplexen, unüberschaubar gewordenen, globalen Welt das menschliche Maß findet und bewahrt.

Was ist ein menschliches Maß überhaupt? Sind wir bei der Suche danach nicht längst auf verlorenem Posten angesichts dessen, dass die Welt an uns vorbeidüst wie eine ultramoderne Airpower-Flotte aus den Eventhangars der rekordstüchtigen Geschwindigkeits- und Fortschritts-Gurus? Kann man Rekorde in Nachhaltigkeit und Maßhalten aufstellen? Darin liegt vielleicht ein grundlegendes Problem: Im Maßhalten gibt es keine Rekorde, sondern nur Erfolgserlebnisse der zwischenmenschlichen Art. „Das Überdimensionale aus dem Buch der Rekorde dient bloß dem kurzlebigen Nervenkitzel. Nur

das Maßvolle und Überschaubare bleibt!“, so hat es Kohr formuliert. Auch Bewusstseinsbildung und -wandel sind nicht im Rekordtempo zu schaffen, wenn sie nachhaltige Veränderungen mit sich bringen sollen. Nachhaltige Entwicklungen können nur Schritt für Schritt passieren.

Die Tauriska-Geschichte beginnt vor knapp dreißig Jahren: 1984 wird der Nationalpark Hohe Tauern gegründet und die landschaftlich kostbaren Gebiete werden unter Schutz, nicht aber unter die sprichwörtliche Käseglocke gestellt. Im Salzburger Nationalparkgesetz spricht man vom „Schutz der durch ihre Geländeformen und ihre Tier- und Pflanzenwelt für Österreich repräsentativen Landschaft der Hohen Tauern zum Wohle der Bevölkerung, zum Nutzen der Wissenschaft und zur Förderung der Wirtschaft“.

Es ging also von Anfang an darum, die Lebensgrundlagen der Menschen in der Region sicherzustellen, ökonomische, kulturelle und soziale Anliegen der heimischen Bevölkerung sensibel wahrzunehmen und entsprechend zu verändern oder weiterzuentwickeln. Die Alltags- und Festkultur, die Dorferneuerung, das Aufspüren und Fördern der heimischen kreativen Ressourcen sind ebenso wichtig wie die Schaffung eines ökologischen Bewusstseins sowie die Sicherung bestehender und die Schaffung neuer Arbeitsplätze.

Den Verein Tauriska mit Sitz in Neukirchen am Großvenediger gibt es seit 1986. Der Motor zur Vereinsgründung war Prof. Alfred Winter, bis vor kurzem zuständig für kulturelle Sonderprojekte im Amt der Salzburger Landesregierung. Er ist ein begnadeter Aufspürer, Förderer, Netzwerker, ein „Menschenflüsterer“, der immer im richtigen Augenblick Menschen Ideen, Projekte oder Namen ins Ohr raunt und mit leiser Freude beobachtet, wie daraus neue Strukturen, neue Kunstwerke, neue Kultur- oder Sozial-einrichtungen erwachsen.

Alfred Winter ist nicht zuletzt auch der Entdecker oder Wiederentdecker Leopold Kohrs und seiner Ideen vom richtigen Maß. Winter ist es denn auch gelungen, den blitz-

gescheitern, so bescheidenen, unorthodoxen und weltoffenen auftretenden Philosophen in den Pinzgau zu lotsen.

---

### ORIENTIERUNG AM MENSCHEN

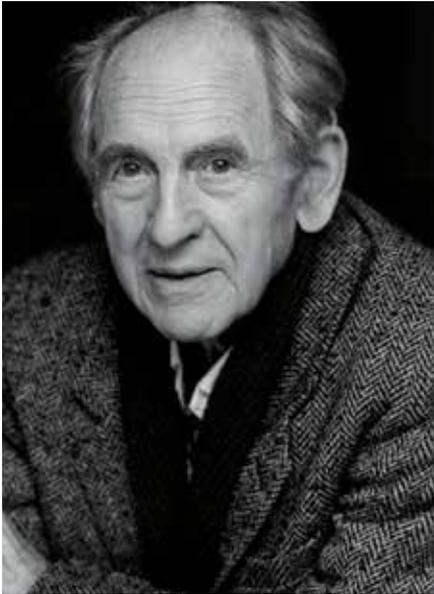
---

1988 hat Leopold Kohr, der daraufhin sehr bald Präsident von Tauriska wurde und dies bis zu seinem Tod 1994 blieb, in unserem Kulturzentrum eine Rede gehalten. Mehr als 200 bayerische Bürgermeister lauschten damals mit uns seinen Worten. Er schickte seine Botschaft hinaus, seine Philosophie, für die er sich Zeit seines Lebens einsetzte und die wir in unserer Regionalkultur heute und in Zukunft umzusetzen versuchen: „Der Mensch ist das Maß aller Dinge, nicht der Staat, nicht die Partei, nicht die Menschheit,



*Der Nationalpark Hohe Tauern wurde mit dem Ziel gegründet, die Tier- und Pflanzenwelt in dieser für Österreich repräsentativen Landschaft zu schützen – dies auch zum Wohle der Bevölkerung und zum Nutzen von Wissenschaft und Wirtschaft.*

*Foto: Österreichische Bundesforste*



*Die Ideen des großen Salzburger Vor- und Querdenkers Leopold Kohr, insbesondere seine Beschäftigung mit dem menschlichen Maß und den damit verbundenen Lehren, begleiten und prägen wesentlich die Arbeit des Kulturvereins Tauriska. Foto: Leopold Kohr-Akademie*

nicht das Universum. Der Mensch.“ Und er ergänzte in seiner humorvollen Art: „Der Mensch ist klein und alles, was ihm dienen soll, muss seinem Maß zugeschnitten sein wie ein Anzug oder ein Hemd. Man gewinnt nichts, wenn ein Anzug zweimal so groß ist als wir es selber sind.“

Leopold Kohr wurde zu unserem Wegbegleiter, seine Philosophie wurde der Maßstab unserer Arbeit für und mit den Menschen in unserer Region. Er hat uns fasziniert und uns, zuerst durch seine Reden und die Gespräche mit ihm, dann durch seine Schriften, die wir beim Otto Müller Verlag herausbrin-

gen können, zum Nach-, Quer- und Weiterdenken veranlasst.

Die Idee vom richtigen Maß findet sich auch und vor allem in Kulturen jenseits der aus allen Fugen geratenen, Maß und Ziel aus den Augen verlierenden, so genannten „Überfluss-Zivilisation“. Bei den Haida-Indianern in Kanada sagt man beispielsweise: „Ich will für meinen kleinen Bruder einen kleinen Vogel schießen. Ich will für meine kleine Schwester einen kleinen Fisch erlegen.“

Im Gegensatz dazu scheint die Devise unserer Zeit und Zivilisation folgende zu sein: Wir schießen alle Vögel ab, wir erlegen alle Fische, und dann seht zu, wie ihr sie vermarktet. Knobelt die passende Logistik aus, schickt die Fische, die Vögel, das Gemüse, die Äpfel quer durch die Welt, auch wenn kein Bedarf besteht, wenn alles über hundert Zwischenstationen abläuft, wenn Menschen um einen Hungerlohn in diesem globalen Teufelsspiel mitmachen und oft genug daran zugrunde gehen. Es gilt das unmenschliche Maß, das Maß des Unmenschlichen und Sinnlosen. Wir betreiben Ressourcen-Verschleuderung, wir betreiben das Verschwenden und Wegwerfen in großem Stil und das Maß ist übertoll.

---

#### AUF DIE GRÖSSE KOMMT ES AN

---

Die Grenzen der Größe zu suchen, die dem Menschen angepasste Größe zu finden, darum geht es eigentlich. Das bedeutet nicht Kleinreden, nicht Verharmlosung, nicht Provinzialität. Leopold Kohr sagte: „Im Dorf bin ich Universalist, da höre ich auf, ein Provinzler zu sein!“ Die Grenzen der Größe zu suchen, heißt auch, das Gemeinsame nicht aus den Augen zu verlieren, den Überblick

zu behalten, Verantwortung zu übernehmen, menschliche Nähe zu bewahren. Man muss die Idealgröße für die jeweiligen Bedürfnisse finden, für Bedürfnisse sozialer, ökonomischer, politischer und auch kultureller Art.

Unter welchen Umständen können die BürgerInnen am meisten vom Staat profitieren und müssen nicht nur Opfer für den Staat bringen? Diese Frage stellt Leopold Kohr und kommt zu bemerkenswerten Schlussfolgerungen: Um soziale Bedürfnisse zu befriedigen, ist eine Gesellschaft von 80 bis 100 Menschen ausreichend, also – wie Kohr zuweilen auch bemerkte – ein etwas größeres Wirtshaus. Um die ökonomischen Be-

dürfnisse ihrer Mitglieder stillen zu können, muss eine Gesellschaft allerdings bereits etwa 1.000 bis maximal 5.000 Menschen umfassen.

Die politisch optimale Größe liegt bei etwa 7.000 bis 12.000 Personen, da die Gesellschaft sich so weit spezialisieren muss, dass sie sich Beamte leisten kann, die sich um innere und äußere Sicherheit oder um das Rechtswesen kümmern. Die für die Organisation des kulturellen Lebens ideale Gesellschaft ist noch ein bisschen größer, da KünstlerInnen und SchriftstellerInnen „versorgt“ werden müssen und es dafür einen Mehrwert zu erwirtschaften gilt. Eine



*Erst ab, aber jeweils auch nur bis zu einer bestimmten EinwohnerInnenzahl können Gemeinwesen verschiedene Bedürfnisse von Menschen bereitstellen, so lautet Kohrs Theorie. Bei Einheiten, die die 15 Millionen-Grenze überschreiten, ist eine ökonomisch sinnvolle Verwaltung nicht mehr möglich, da sie unverhältnismäßig viele Ressourcen verschlingt.* Foto: Das Energieportal

Gesellschaft, die alle diese Funktionen erfüllen kann, muss allerdings aus nicht mehr als 50.000 bis 200.000 Menschen bestehen.

Auch größere Gesellschaften seien, so Leopold Kohr, noch optimal zu verwalten – durch den technischen Fortschritt etwa im Bereich der Verkehrs- und Kommunikationstechnologie und eine verbesserte Ausbildung der Beamten und Amtsträger. Die äußerste Grenze sieht Kohr bei zwölf bis 15 Millionen. Ab dieser Größe kann ein Staatswesen die Aufgaben, die ihm die BürgerInnen zuweisen, nicht mehr optimal erfüllen. Ein beträchtlicher Teil der Ressourcen müsse dann aufgewendet werden, um das Gemeinwesen zu verwalten. Wenn die Dinge ihre funktionsbestimmte Größe und Gestalt erreicht haben, sollte auch der Staat wissen, dass ständiges Streben nach Wachstum nur Probleme, nämlich explodierende Kosten, mit sich bringen. Kohr schlägt vor, dann wieder zu kleineren Gesellschaften zurückzukehren bzw. sich zu teilen.

Die Tauriska-Bewegung hat sich aus einem kleinen Dorf, nämlich Neukirchen am Großvenediger, entwickelt. Mit 2.800 EinwohnerInnen hat Neukirchen eine überschaubare Struktur, es erstreckt sich über die Region Nationalpark Hohe Tauern, die mit rund 50.000 EinwohnerInnen die optimale Größe für eine Kulturbewegung aufweist. Vernetzt sind wir mit vielen Institutionen in Österreich und weit darüber hinaus. „Global denken – lokal handeln“, das ist unsere Devise.

Dass die Menschheit oder besser gesagt ein Teil von ihr, nämlich die Macher und Überflusstrategen, unsere Erde in den Graben fahren oder schon gefahren haben, ist evident. Wirtschaftskrisen, krachende Bankenimperien, Ausbeutung der Ressourcen,

Ausbeutung ungezählter Menschen auf allen Kontinenten, Klimakatastrophen – das sind keine Angst-Szenarien oder Weltuntergangsmärchen, das ist die Wirklichkeit. Zeit also, den Kopf in den Sand zu stecken? Das berühmte Luther-Zitat als Antwort spricht für sich: „Und wenn morgen die Welt unterginge, würde ich heute noch ein Apfelbäumchen pflanzen.“

---

#### SOLIDARITÄT AUF DEM PRÜFSTAND – EIN EXPERIMENT

---

Eine kleine Geschichte, die etwas Grundlegendes und Aufschlussreiches zu Tage bringt, ist jene des Flachgauer Journalisten David Gross, der sich letzten Sommer auf ein heißes Abenteuer eingelassen hat, nämlich sich ohne einen einzigen Euro quer durch Österreich zu bewegen. Einmal hat er in einem berühmten Benediktinerkloster angeklopft. Der Bruder Pförtner lässt den Wanderer ohne Geld wissen, dass er ihn nicht einlassen könne, weil der für die Gäste zuständige Bruder leider auswärtig beschäftigt sei. Ob er einen anderen Schlafplatz wisse? Auch da kann der fromme Mann nicht weiterhelfen. An einem anderen Tag stößt der sympathische, immer lächelnde Trampler auf der Suche nach einem Ort für die Nacht auf das Durchgangs-Zeltlager einer Roma-Familie in Braunau. Die Familie nimmt ihn auf wie einen Sohn, stellt ihm ein eigenes kleines Zelt zur Verfügung und kredenzt ihm am nächsten Morgen ein reichhaltiges Frühstück.

Wir haben also einerseits die Roma-Familie, die Platz für einen Herbergsucher hat, und andererseits das riesige Kloster, in dem der Bruder Pförtner nicht helfen kann, weil der „Bruder Quartier-Zuteiler“ zufällig nicht da ist – ein Größenproblem? Ein Struktur-



LANDESBERUFSSCHULE AMSTETTEN



GENERALPLANUNG | ÖRTLICHE BAUAUFSICHT

ARCHITEKTEN

MAURER&PARTNER ZT GMBH



KIRCHENPLATZ 3 | 2020 HOLLABRUNN  
TEL +43 2952 3965 | FAX +43 2952 3965 33  
KOLONITZGASSE 2A | 1030 WIEN  
TEL +43 1 317 01 12 | FAX +43 1 317 01 12 20

WWW.MAURER-PARTNER.AT

problem? Und wo bleibt das Herz, wo das menschliche Maß? Die Armen, so resümiert David Gross, tun sich leichter mit dem Teilen als die, die viel haben. Womit die Kunst des Maßhaltens noch einmal eine neue Dimension bekommt.

---

#### VOM EIGENTLICHEN WESEN DER DINGE – EIN ANDERES EXPERIMENT

---

Leopold Kohr ging es um die Identitätsbildung in der Gemeinschaft, im Dorf, es ging ihm beispielsweise um die Stärkung von regionalen Handwerkstraditionen, um die Erhaltung einer naturnahen Landwirtschaft, um die Dorfkultur. Er wusste und kannte, wovon er sprach.

Kohr war im wahrsten Sinne des Wortes ein Welt-Erfahrener. Er hat nicht nur an der Verfassung von Wales mitgearbeitet, er war 1967 auch maßgeblich an der Gründung des Inselstaates Anguilla auf den Kleinen Antillen beteiligt. Die kleine Insel in der Karibik mit ihren 6.000 EinwohnerInnen hatte sich vom britischen Kolonialreich losgesagt und probte die Unabhängigkeit. Dank Kohrs Anleitung erblühte eine autonome und autarke Wirtschaft und Gesellschaft. Die InselbewohnerInnen stellten ausschließlich mit den ihnen verfügbaren Materialien Einrichtungs-Gegenstände her, dies in Verbindung mit neuem Design und leistbar für die Menschen. Und daneben wurde der Sinn für Kunst gefördert. Es entstand ein Gefühl für das „gute Leben“, in dem der Mensch in Zusammenarbeit mit Wirtschaft, Kultur und Natur das Dorfleben gestaltet. Die Menschen in Anguilla entwickelten so einen starken Bezug zu dem, was sie herstellten, verkauften oder betreuten. Anguilla war, wenn man so will, ein hoffnungsvolles Experiment, dem die britische Regierung letztendlich ein gewaltsames Ende bereitete.

Trotzdem gaben und geben auch diese Erfahrungen von Leopold Kohr Rückenstärke, Mut und die Überzeugung, dass wir im Dorf und wir in der Welt viel mehr selber machen können, als wir es gewohnt sind. Natürlich gibt es in den Dörfern auch genügend Probleme, aber im Kleinen, so war Kohr überzeugt, lassen sich Probleme leichter lösen, weil sie leichter durchschaut werden können.

In den vergangenen 30 Jahren haben wir TauriskanerInnen in unserer Kulturarbeit in einer breit angelegten Betrachtung zahlreiche materielle und immaterielle Aspekte behandelt, die mit dem Thema Dorf, Landschaft und Menschen sowie auch mit der Regionalentwicklung eng zu tun haben. Manche Fragen sind sicher offen geblieben und warten auf weitere Diskussionen. Wir sehen auch, dass viele Dinge, die in dieser langen Zeit erst jetzt reif geworden sind, erst heute weiter gedacht bzw. umgesetzt werden können. Das Dorf, in dem wir leben, bekommt nach dieser langen Zeit der intensiven Beschäftigung, verbunden mit Euphorien und Enttäuschungen, einen immer wichtiger werdenden Wert. Das schafft Identität.

---

#### TRADITION UND INNOVATION - EIN WIDERSPRUCH?

---

Die Kulturlandschaft der Region Hohe Tauern unterliegt wie viele andere Landschaften auch einem steten Wandel, der vor allem seit der Mitte des 20. Jahrhunderts mit rasantem Tempo voranschreitet. Der Verein Tauriska beobachtet und registriert diese Veränderungen seit seiner Gründung und setzt sich mit deren tief greifenden Auswirkungen auseinander.

In der Region Hohe Tauern treten alte kulturelle Traditionen und Bräuche immer mehr



*Nicht immer gelingt der Spagat zwischen Tradition und Innovation. Insbesondere dann, wenn der Versuch unternommen wird, Althergebrachtes gewinnbringend zu vermarkten oder touristisch zu nutzen, werden häufig Klischees bedient und Kitsch produziert.*

in den Hintergrund und sind akut vom Verschwinden bedroht, während große Events und die Nachfrage nach Fun- und Aktionstourismus zunehmen. Trendige Tourismusangebote wie Rafting, Paragliding, Bungee-Jumping oder Fassadenklettern versprechen den „Kick“. „Nervenkitzel mit Aussicht“ verspricht auch eine neue spektakuläre Hängbrücke am Dachstein. „Spektakulärer kann eine so beeindruckende Naturkulisse wie am Dachsteingletscher kaum inszeniert werden“, versprechen die TouristikerInnen. Nervenkitzel heißt also das Zauberwort.

Aber: Muss man wirklich immer und überall die Nerven kitzeln? Ist es ein wichtiger emotionaler oder intellektueller Zugewinn, wenn ich sagen kann: „Des war so geil, i' hätt' ma' fast in die Hos'n g'macht?“

Andererseits ist im Nationalpark ein verstärkter Trend zu einem naturnahen Erholungstourismus festzustellen. Gemeinsam ist allen Werbestrategien, dass sie mit dem Slogan von der „heilen Natur“ in diesem zentralen Teil der Alpen werben. Dieses Klischee wird seit Jahrzehnten gewinnbringend vermarktet, auch wenn die Kulturlandschaft vielerorts längst nicht mehr so heil ist und viel von ihrer früheren Qualität verloren hat.

Um das menschliche Maß geht es auch in der Umgestaltung der Natur. Aber wer misst? Wer entscheidet, wann die Grenze der Größe erreicht ist? Jeder Kraftwerksbau an der Salzach müsste auf diese Fragen abgeklopft werden: Wem nützt es, wem schadet es? Tiere, Pflanzen selbstverständlich miteinbezogen. Das gleiche gilt für Flussregulierung-

gen, die Errichtung neuer Gewerbegebiete, touristische Einrichtungen, Schirmbars, Beschneigungsanlagen, Kletterparks.

Die Natur sollte das Tempo vorgeben und nicht der Business-Plan. Wir sollten uns raus wagen aus dem sich immer schneller drehenden Hamsterrad. Wir sollten uns üben im Stehenbleiben, im Nach-, Quer- und Vordenken. Wir könnten Denk- und Gestaltungsalternativen zum Mainstream ersinnen und ausprobieren, experimentieren. Man muss ja nicht gleich mit einer ganzen Insel in der Karibik beginnen. Mit Kunst, Wissenschaft und Leopold Kohr im Rucksack könnten wir vielleicht der Verflachung des Geschmacks, der Hypertrophie der Gewinnsüchtler und der Geschäfte-Geier entgegenwirken.

Die Realität ist vielfach eine andere: Natur wird vermarktet, Tradition wird vermarktet. Mehr noch: Sie wird umgestylt und vermarktet. Alpenländische Klischees werden bedient, um Gäste, die vielleicht noch gar nicht diese Klischees im Blick hätten, zu bedienen. In vorausseilender Anbiederung wird zum Anbiederungs-Bandltanz geladen. Und wem der hyper-urige Heimatabend mit den Holzhackerbuam und den zünftigen Schuhplattler-Machos zu laut ist, der wird mit Romantik-Advent samt lebendem Krippenpersonal bestens bedient.

Der Spagat ist zu wagen: das Alte nicht verkommen lassen und gleichzeitig Neues ausprobieren, auch wenn es schief gehen sollte. Die natürlichen Ressourcen gilt es dabei zu er-



*Ein besonders erfolgreiches, identitätsstiftendes Projekt von Tauriska war jenes rund um den „Bramberger Apfel“, das Landwirtschaft, Gewerbe und Verkauf genauso einbezogen hat wie Schulen, den Tourismus und das Gastgewerbe.*

*Foto: Verein Tauriska*

kennen. In unserer Region ist das zum Beispiel der Bramberger Apfel, mit dem ein – wie wir meinen – erfolgreiches Projekt gelungen ist.

---

### ERFOLGREICHES PROJEKTBEISPIEL: DER BRAMBERGER APFEL

---

Auch in der Region Nationalpark Hohe Tauern, im an sich geschützten Lebensraum, haben die rege Bautätigkeit, der Personal-mangel, die fehlenden Zeitressourcen bei NebenerwerbslandwirtInnen und nicht zuletzt die fehlende Weitergabe von Wissen dazu geführt, dass viele alte Obstbestände, die von den Vorfahren mit viel Liebe und Fachkenntnis begründet und gepflegt worden waren, gerodet oder zumindest nicht mehr nachhaltig bewirtschaftet wurden. Tonnen von Früchten verdarben ungenutzt als Fallobst.

Angesichts dieser dramatischen Entwicklung suchte der Bramberger Obst- und Gartenbauverein ab 2005 Partner und erfahrene ProjektbegleiterInnen für die Errichtung einer Obstpressanlage. Und Tauriska hat sich des Projekts angenommen. Es ging darum, den Obstbau wieder im allgemeinen Bewusstsein zu verankern, ein wirtschaftlich interessantes Produkt zu schaffen und das Projekt „Blühendes Dorf Bramberg“ auch touristisch zu nutzen.

Der Erfolg stellte sich tatsächlich ein: Die Obstbaukultur erhielt in der öffentlichen Meinung wieder einen großen Stellenwert und es kam binnen kurzer Zeit zu Folgeprojekten. Auf Initiative der Gemeinde wurden auf öffentlichen Plätzen und bei Neubauten Obstbäume gepflanzt, wobei vorzugsweise auf heimische Sorten zurückgegriffen wurde.

Auf den Tourismus abgestimmte Wanderungen, aber auch Führungen für Schulen,

Einheimische und Gäste im Obstbaumlehrgarten wurden und werden angeboten. Die Produktpalette rund um den Apfel wurde beispielsweise um das Bramberger Apfelbrot, den Rinderschinken in Apfeltrester gepökelt, den Original-Apfel-Minigugelhupf und den Bienen-Honig aus den Obstgärten erweitert. Mittlerweile reicht die Produktpalette von der Apfelschokolade bis hin zum Lipgloss.

Dabei wurde Wert darauf gelegt, dass der Verkauf über den Kleinhandel und das Kleingewerbe erfolgt, damit die Wertschöpfung in der Region verbleibt. Weiteres Ziel ist es, noch mehr regional erzeugte und verarbeitete Lebensmittel den Einheimischen und Gästen zu offerieren.

Noch eine Ergänzung: Bei den Rauriser Literaturtagen vor ein paar Jahren erfanden die SchülerInnen der Hauptschule spielerisch eine Einheit für das menschliche Maß: ein Kohr. Bei einer eigenen Schulpräsentation verliehen sie verdienstvollen Menschen der Gemeinde, Menschen, die nachhaltig in der Stille arbeiten, die etwas Kleines, aber Wichtiges tun, jeweils ein „Kohr“ – und das in Form eines Bramberger Apfel-Minigugelhupfes.

Das menschliche Maß steht im Mittelpunkt von Leopold Kohrs Visionen. Es ist das Maß, an dem alle Fragen gemessen werden sollten. Nicht der Staat, nicht die Religion, nicht Ideologien oder andere abstrakte Einheiten sollten Grundlage der gesellschaftlichen Gestaltungen sein, sondern die Rücksichtnahme auf den Menschen, seine Individualität, seine Kreativität und seine Würde.

---

*Susanna Vötter-Dankl und Christian Vötter,  
Verein Tauriska, Neukirchen am Großvenediger*

Erich Czerny

## DER ZUKUNFT AUF DER SPUR

### GEMEINDE KRIMML KEHRT NEGATIVTREND DURCH NEUPOSITIONIERUNG UM

Am Beginn eines Weges steht fast immer das folgende Gebot: „Du sollst eine Vision haben!“ Dies gilt für Wege, die einzelne Menschen einschlagen genauso wie für solche, die ganze Gruppen, Institutionen oder beispielsweise auch Gemeinden gehen wollen. Wobei insbesondere Gemeinden noch ganz andere Attribute auszeichnen könnten: dass sie neugierig, innovativ, untypisch, antizyklisch, mutig und entschlossen sind. Die Gemeinde Krimml hat in den letzten Jahren in enger Zusammenarbeit von Wissenschaft und Forschung, Tourismus, Region sowie aktiven und engagierten BürgerInnen solche Wege abseits vermeintlich stereotyper Gemeindeaufgaben und -zuständigkeiten beschritten und neue Türen aufgestoßen. Globale Themen wie Gesundheit und Frieden sind zentrale Elemente dieser Neuausrichtung und geben ihr gleichzeitig auch ein klares Profil. Im Folgenden sollen Einblicke und Ausblicke gewährt werden.

Krimml ist die am westlichsten, schon an der Grenze zu Tirol, gelegene Gemeinde des Salzburger Landes. Der nächste Autobahnanschluss liegt eine Autostunde entfernt, zur Landeshauptstadt Salzburg sind es 150 Kilometer. Bekanntheit genießt der Ort dank der Krimmler Wasserfälle und dank des Schigebietes Hochkrimml/Zillertal-Arena. Besonders starkes Wachstum verzeichnet man seit Jahrzehnten im Bereich der Zweitwohnsitze oder Appartements. Die

Gemeinde zählt 850 EinwohnerInnen und 480 gemeldete Zweitwohnsitze. 3.500 Gästebetten sorgen für 250.000 Übernachtungen, davon rund ein Drittel im Winter. Das Gemeindegebiet umfasst 169,5 Quadratkilometer, von denen 98 Prozent unter Schutz gestellt, also als Nationalpark, Landschaftsschutz- oder Natura 2000-Gebiet etc. ausgewiesen sind.

### TRISTE AUSGANGSLAGE

Während der Tourismus in Hochkrimml boomte, war Krimml-Dorf vor zehn Jahren von Stagnation, Rezession und auch Depression geprägt. Die Stimmung war dementsprechend gedrückt und die Zusammenarbeit zwischen den handelnden Körperschaften erstarb in einem Klima des Gegeneinander, von einem Miteinander konnte in den seltensten Fällen die Rede sein. Wesentliche Nahversorgungsbetriebe wie die Greißlerei, die Metzgerei oder die Bäckerei schlossen ihr Geschäft für immer und auch Polizeiwache und Postamt wurden aufgelöst, was insgesamt die Lebensqualität deutlich verringerte. Dies wiederum verstärkte die ohnedies bereits eingesetzte Abwanderungstendenz erheblich.

Auch die Schere zwischen den einzelnen Ortsteilen wurde noch größer: Während im Ortsteil Hochkrimml durch intensive Bautätigkeit die Anzahl an Zweitwohnsitzen

und Ferienwohnungen massiv zunahm und vor allem in der Wintersaison hohe Auslastungen zu verzeichnen waren, zogen die Gästeströme im Sommer – immerhin etwa 350.000 BesucherInnen – am Hauptort vorbei und konzentrierten sich nur auf eine Besichtigung der weithin bekannten „Krimmler Wasserfälle“. Die Versuchung, sich nur noch auf den Winter zu konzentrieren und den Sommertourismus aufzugeben, war groß.

### SCHAFFUNG NEUER PERSPEKTIVEN: EINE AUFGABE DER GEMEINDE?

Für die Verantwortlichen stellte sich zunehmend nicht nur die Frage, wie sie auf die negativen Entwicklungen reagieren sollen, sondern auch, ob es denn überhaupt eine Aufgabe der kommunalen Verantwortung

sein kann, allfällige Trendwenden anzustreben. Die Kernfrage lautete: Wofür ist eine Gemeinde verantwortlich? Bei der Antwort auf diese scheinbar so banale Frage schieden sich die „Gemeinde-Geister“. Die einen vertraten die Ansicht, dass die Gemeinde ausschließlich für eine intakte Wasserversorgung und Abwasserentsorgung, für gute Straßen, für den Kindergarten und die Schule, für die Sauberkeit im Ort und für eine funktionierende Verwaltung zu sorgen hat.

Andere wiederum waren der festen Überzeugung, dass eine Gemeinde, umso mehr eine kleine ländliche Gemeinde, im 21. Jahrhundert neue und unbekannte Wege gehen und den Mut haben muss, etwas Neues zu wagen, was auch voraussetzt, dass man sich für Themen abseits üblicher Gemein-



*Atemberaubend und doch den Atem belebend: Die Krimmler Wasserfälle sind nicht nur ein Naturschauspiel, sondern haben auch eine wissenschaftlich erwiesene heilende Wirkung – eine Tatsache, die sich die Krimmler zunutze machen wussten.*

*Foto: Salzburger Land/Edith Danzer*

de-Klischees, also abseits der reinen Verwaltung, interessiert und sich nicht nur für die vorhandene „Hardware“ eines Ortes verantwortlich fühlt. In Krimml setzte sich zunehmend die Gruppe derjenigen durch, die sich für die zweite Antwort entschieden hatten und damit war der erste Schritt auf einen neuen und eigenständigen Weg getan.

---

### MUTIG NEUE WEGE EINSCHLAGEN

---

In einem offenen Prozess fand sich eine proaktive Gruppe für die „Gemeindeentwicklung“, die sich ein ganz klares Ziel setzte, nämlich das Dorf im Sommer zu beleben. Viele Ideen, Aktivitäten und kurzfristige umgesetzte Projekte sind diesem örtlichen „Think-Tank“ entsprungen: von Sommerkino, einem Gratis-Buchladen und dem Krimmler-Dorfmarkt über Studenten- und Fotowettbewerbe bis hin zur Entwicklung eines Baulandsicherungsmodelles und Errichtung eines Biomasse-Heizwerkes. Von der örtlichen Raiffeisenbank, die sich als aktiver Wegbegleiter erwies, wurde gleichzeitig mitten im Ortszentrum ein mutiges und modernes Dienstleistungs- und Nahversorgungszentrum errichtet, das SEKO-Center.

Parallel zu diesen Initiativen wurde intensiv an der Grundlagenentwicklung gearbeitet, wobei sich zwei übergeordnete Themenbereiche herauskristallisierten, die in den Fokus gerückt und der Gemeinde Krimml langfristig ein klares, scharfes Profil und eine eindeutige Positionierung geben sollten: Gesundheit und Frieden. Die Vision war geboren.

---

### GESUNDHEIT: NEUES MASS ALLER TOURISTISCHEN DINGE

---

In den vergangenen sechs Jahren hatten wir sehr intensive Grundlagenforschung

über die Wirkung des Wasserfalls auf allergisches Asthma und Allergien betrieben, mehrere klinische Studien wurden durchgeführt. Die positiven Ergebnisse haben in der Gesundheitsinitiative „Hohe Tauern Health“ ihren Niederschlag gefunden. Neue gesundheitstouristische Produkte, aufgebaut auf seriösen wissenschaftlichen Erkenntnissen, erlauben es uns, Tourismus einer „neuen Generation“ zu machen.

Die Angebotspalette ist dabei sehr umfassend und soll insbesondere Allergikern und Asthmatikern die Möglichkeit eines sorglosen und heilsamen Urlaubes bieten – ständig auf ihren Standard überprüfte allergikergerechte Zimmer und Hotels gehören genauso dazu wie Sorgfalt beim Speiseangebot in den Restaurants, die auf verschiedenste Lebensmittelallergien reagieren. Zentrales Element aller Urlaubsaufenthalte ist freilich die heilende Wirkung des Aufenthaltes an den Wasserfällen, das stets von Ärzten betreut wird – vom Wasserfall-Schnuppern über den zertifizierten Gesundheitserfolg bis hin zum Alpinen Wasserfall-Asthma-camp für Jugendliche und vieles mehr.

Neben den positiven medizinischen Ergebnissen erfüllen uns auch die wirtschaftlichen Auswirkungen des neuen touristischen Weges mit großer Freude: Die Nächtigungszahlen im Sommer haben sich von 2008 bis 2012 um 45 Prozent gesteigert.

---

### THEMENKREIS FRIEDE

---

Die Aufarbeitung eines fast vergessenen Kapitels unserer Gemeinde ist unser zweites Thema: Die Flucht von 5.000 heimatlos gewordenen jüdischen Bürgerinnen und Bürgern über die Krimmler Tauern nach Palästina im Jahr 1947 und die Transformation



*Auf die Bedürfnisse von AsthmatikerInnen und AllergikerInnen wird bei „Hohe Tauern Health“ besonders eingegangen – etwa durch allergikergerechte Gästezimmer. Für die Gemeinde Krimml hat sich das Konzept mehr als gelohnt: Innerhalb von vier Jahren konnten die Nächtigungszahlen im Sommer um 45 Prozent gesteigert werden.*

*Foto: Hohe Tauern Health*

dieses Themas in die Gegenwart mit dem Leitmotiv: „Wir schauen aus dem Fenster!“ Flucht und Friede sind zentrale Herausforderungen unserer Gesellschaft und auch eine kleine Gemeinde wie Krimml, insbesondere wenn sie einen solchen historischen Bezug hat, kann und muss hier einen Beitrag leisten. Dabei geht es einerseits darum, das Vergessen zu verhindern, und andererseits auch darum, bewusst zu machen, dass Krieg und Flucht auch in der Gegenwart für unzählige Menschen dieses Planeten alltägliche Realität sind.

So entstand die Initiative „Alpine Peace Crossing“, die gemeinsam mit der Gemeinde Kasern in Südtirol und dem Nationalpark Hohe Tauern verwirklicht wurde und wird und die alljährlich eine Reihe von Veranstal-

tungen rund um das Thema beinhaltet – vom Friedensdialog über zahlreiche kulturelle Events bis hin zum Gedenkmarsch und schließlich der Errichtung eines Nationalpark-Friedensweges als Lehrweg der besonderen Art.

---

#### ENTWICKLUNGEN BESTÄTIGEN DIE RICHTIGKEIT DES HANDELNS

---

Um auf die Frage nach den Aufgaben der Gemeinde zurückzukommen: Die Gemeinde als unterste Ebene der Gebietskörperschaften ist verantwortlich, den BürgerInnen und AkteurInnen des „Unternehmens Gemeinde“ Perspektiven zu geben. Kern einer positiven Entwicklung ist ein von Vertrauen, Respekt und Wertschätzung getragenes enges Miteinander von handelnden Personen und Institutionen.



*Mit dem Projekt „Alpine Peace Crossing“ wird nicht nur der historischen Flucht von 5.000 heimatlosen Menschen gedacht und das Thema Frieden ins Bewusstsein von Einheimischen wie auch TouristInnen gerufen, sondern auch ein Klima des Miteinander forciert. Foto: TVB Krimml*

Mit der Wahrnehmung dieser Verantwortung ist aber die Beschreitung neuer Wege untrennbar verbunden. Eine klare Positionierung im kompetitiven Feld einer globalisierten Welt verschafft Profil und ermöglicht eine eigenständige und nachhaltige Entwicklung. Seinen eigenen Weg zu finden, das ist die große Kunst in der Gemeindegearbeit, wenn es darum geht, der Zukunft auf der Spur zu sein.

Im Gegensatz zur bedrückenden Stimmung, die noch vor zehn Jahren in Krimml geherrscht hat, ist es gelungen, neue Perspektiven zu schaffen. Immer mehr junge Menschen entscheiden sich dazu, im Ort zu bleiben und haben auch wieder den Mut, Kinder in die Welt zu setzen. UnternehmerInnen nutzen die neuen Chancen, die die eingeschlagenen Wege eröffnen, und werden aktiv. Insbesondere im Sommertouris-

mus sind die Initiativen mehr als deutlich spürbar – das ehemalige „Sommerkalb“ ist zur Saison mit ganz besonderen Potenzialen und Chancen geworden. Das Ortszentrum von Krimml ist anders als vor zehn Jahren sommers wie winters mit Leben erfüllt, was es für Geschäfte wiederum attraktiv macht, sich niederzulassen, was wiederum die Frequenz im Ort erhöht – ein positiver Kreislauf.

Der Mut der Gemeindeverantwortlichen, nicht nur zu verwalten, sondern die Zukunft gemeinsam mit den Menschen auch so zu gestalten, wie sie sich die BürgerInnen wünschen, hat sich in Krimml mehr als gelohnt.

---

*Mag. Erich Czerny, Bürgermeister der Gemeinde Krimml, Krimml*



**HANDLER**<sup>®</sup>  
BAU + ZIMMEREI



## **BERATUNG – PLANUNG BAUAUSFÜHRUNG**

**Walter Handler Straße 1**

**Tel. +43 2646-22 78-0 / Fax -299**

**2853 Bad Schönau**

**[www.handlerbau.at](http://www.handlerbau.at)**

Herlinde Moosbrugger

## NACHHALTIGE IMPULSE FÜR DIE GESAMTE REGION

### BREGENZERWALD: ÖKOLOGISCHE, ÖKNOMISCHE UND SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Die „Nachhaltige Förderung des Tourismus im Bregenzerwald im Einklang mit der Bevölkerung, der Wirtschaft, Umwelt und Natur“ ist in der Präambel der Vereinsstatuten des Tourismusverbandes Bregenzerwald festgeschrieben.

„Nachhaltige Förderung“ – damit meinen die Schreiber der Präambel andauernd, nachhaltig darauf bestehend, mittel- und langfristig, zukunftssichernd und auch wachstumsorientiert. „Im Einklang mit der Bevölkerung“ bedeutet, dass die Bevölkerung als Ganzes vom Tourismus profitieren muss, und zwar wirtschaftlich und sozial oder mit anderen Worten formuliert: Es geht um eine Steigerung der Lebensqualität.

„Im Einklang mit der Wirtschaft“ meint, dass enge Kooperationen mit den anderen in der Region vertretenen Wirtschaftsbranchen, insbesondere mit der Landwirtschaft, dem Handwerk und dem Gewerbe, anzustreben sind. „Im Einklang mit der Umwelt und Natur“ bedeutet schließlich, dass man einen Tourismus will, der bestmöglich ökologisch verträglich ist.

#### ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Bei der ökologischen Nachhaltigkeit steht eher der Schutzgedanke von Natur und/oder Landschaft im Vordergrund. Da stellt sich schon die Frage: Kann Tourismus überhaupt

einen Beitrag zu einer ökologischen Nachhaltigkeit leisten?

Die Antwort liegt auf der Hand: Weil der Tourismus diese Natur- und Landschaftsressourcen dringend benötigt und sie seine Basis sind, muss er Sorge tragen, dass die touristische Nutzung möglichst schonend passiert.

Ressourcenschonend meint beispielsweise die Konzentration auf bestimmte Gebiete, wo Tourismus bzw. korrekterweise Erschließung von Natur zur Freizeitgestaltung bereits stattfindet. Die bereits erschlossenen Gebiete (in diesem Zusammenhang meint man im Bregenzerwald praktisch immer Bergbahnen bzw. Skigebiete) sollen sich auf Qualitätsverbesserungen in jeder Hinsicht konzentrieren – von der Müllvermeidung, der Energieeffizienz und umweltfreundlichen Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln bis hin zu Kommunikationsmodellen wie „Respektiere Deine Grenzen“ des Landes Vorarlberg.

Die Angebotsgestaltung muss in Abstimmung mit Betroffenen erstellt werden. Mountainbike-Wege-Netze werden im Bregenzerwald in Zusammenarbeit mit den Gemeinden, den Alpbesitzern, den Jägern und der Forstwirtschaft erarbeitet, um so die jeweiligen Interessen berücksichtigen zu können.



*Touristische Angebote und Produkte wie beispielsweise die KäseStraße Bregenzerwald sind Ergebnis einer fruchtbaren Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft, dem Gewerbe und dem Handel und sorgen für ökonomische Nachhaltigkeit.*

*Foto: Bregenzerwald Tourismus/Adolf Bereuter*

Eine Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit erfolgt darüber hinaus durch Wissensvermittlung, wie dies beispielsweise in Krumbach über Moore, durch die Energieportale in Langenegg oder Besichtigungen von Biomasseheizwerken der Fall ist.

Auf jeden Fall sollte sich der Tourismus immer bewusst sein, dass die Landschaft die Basis für sein Tun ist und deshalb möglichst ressourcenschonend damit umgehen.

---

## ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

---

Bei der ökonomischen Nachhaltigkeit geht es darum, touristische Angebote und Produkte zu entwickeln, die einen wirtschaftlichen Erfolg sicherstellen. Dies erfordert Kreativität und Innovationskraft. Für den

Bregenzerwald bedeutet es, sich in der touristischen Produkt- und Angebotsgestaltung am Wertesystem der Region zu orientieren. Beispielhaft wären hier die Projekte „werkraum-krone“, Sennschule Ingo Metzler, KäseStraße Bregenzerwald und generell Kooperationen mit dem Handwerk.

Ökonomische Nachhaltigkeit wird natürlich vor allem auch durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und Wertschöpfung gewährleistet. Im Bregenzerwald arbeiten rund 2.000 Menschen direkt im Tourismus, der Jahresumsatz der Branche beläuft sich im Bregenzerwald auf etwa 180 Millionen (nur Aufenthalte, ohne Tagesausflugsverkehr). Ein Großteil dieses Geldes bleibt in der Region und fördert damit den regionalen Wirtschaftskreislauf.



*Gästen die Wichtigkeit von nachhaltigem Handeln näher zu bringen zählt zu den zentralen Anliegen des Tourismus im Bregenzwald. So gibt es in Langenegg etwa die Möglichkeit, auf einer Wanderung entlang der so genannten Energieportale Wissenswertes über die Nutzungsmöglichkeiten von erneuerbaren Energien zu erfahren.*

*Foto: Bregenzwald Tourismus*

Der Tourismus leistet damit auch einen großen Beitrag zur Erhaltung bzw. zum wirtschaftlichen Überleben der Landwirtschaft, des Handels und des Gewerbes.

---

## SOZIALE NACHHALTIGKEIT

---

Bei der sozialen Nachhaltigkeit geht es darum, die Interessen der lokalen Bevölkerung zu berücksichtigen und sie in relevante Projekte einzubeziehen. Es geht auch hier um die Schaffung von Arbeitsplätzen sowie um die Ausbildung und Wertschätzung von MitarbeiterInnen und schließlich auch um die Berücksichtigung der regionalen Kulturalität.

Konkret leistet der Tourismus einen wesentlichen Beitrag zur Lebensqualität der lokalen Bevölkerung, beispielsweise durch die Bereitstellung einer attraktiven Freizeitinfrastruktur, durch ein hohes Gastrono-

mie- und Veranstaltungsangebot, durch die Förderung einer großen Anzahl an regionalen Produzenten und regionalen Produkten und vieles mehr. Nicht zu unterschätzen ist auch die Tatsache, dass dank des Tourismus ein Austausch mit Menschen aus anderen kulturellen Umfeldern möglich ist. Dieser Austausch ist notwendig, um geistig in Bewegung, jung und inspiriert zu bleiben.

Weil der Tourismus nicht nur auf eine intakte Umwelt und funktionierende ökonomische Strukturen, sondern auch auf eine positive Haltung der Bevölkerung dem Fremdenverkehr gegenüber angewiesen ist, ist die soziale Nachhaltigkeit von besonders großer Bedeutung.

---

*Herlinde Moosbrugger, Geschäftsführerin der Bregenzwald Tourismus GmbH, Egg*



## IHRE GESUNDHEIT IN BESTEN HÄNDEN

### Moorheilbad Harbach & Lebens.Resort Ottenschlag

*Maßgeschneiderte Vorsorge- und Gesundheitsprogramme in höchster medizinischer Qualität – das bieten das Moorheilbad Harbach und das Lebens.Resort Ottenschlag.*

Die traumhafte Waldviertler Landschaft, erstklassige Betreuung sowie moderne Behandlungsmethoden sind ideale Voraussetzungen für einen Gesundheits- oder Rehabilitationsaufenthalt.

#### Rundum gut betreut

Neben individueller Beratung und einem umfangreichen Therapieangebot kommt auch die Kulinarik nicht zu kurz: Aus regionalen, biologischen Produkten aus dem „Ökologischen Kreislauf Moorbad Harbach“ werden köstliche, xunde Menüs zubereitet. Das sorgt zusammen mit der freundlichen und kom-

petenten Betreuung sowie dem passenden Wohlfühlambiente für die optimalen Voraussetzungen für Ihre Kur oder Rehabilitation.



#### MOORHEILBAD HARBACH

- Kurzentrum für Beschwerden im Bewegungs- und Stützapparat\*
- Zentrum für orthopädische Rehabilitation und Sportrehabilitation\*
- Wirbelsäulenzentrum
- Lebensstilmedizin
- Xundwärts – Von Natur aus Freude an der Bewegung

#### LEBENS.RESORT OTTENSCHLAG

- Zentrum für psychosoziale Gesundheit (Rehabilitation\*)
- Stoffwechsel-Zentrum mit Schwerpunkt Diabetes (Rehabilitation\*)
- Kurzentrum für Beschwerden im Bewegungs- und Stützapparat\*
- Lebensstil-Medizin mit Schwerpunkt mentale Gesundheit und Burnout-Prävention
- Gender-Medizin: Beachtung geschlechtsspezifischer Unterschiede

*Mitgliedsbetriebe der Xundheitswelt und Partnerbetriebe von Beste Gesundheit.  
\* Vertragspartner der österreichischen Sozialversicherungen.*

Moorheilbad  
**HARBACH**  
Gesundheits- & Rehabilitationszentrum

Tel. +43 (0)2858/52 55  
[www.moorheilbad-harbach.at](http://www.moorheilbad-harbach.at)

**Lebens.Resort**  
OTTENSCHLAG

Tel. +43 (0)2872/20 0 20  
[www.lebensresort.at](http://www.lebensresort.at)

## EVN Wasser

# WEICHES WASSER FÜR DAS WEINVIERTEL

## GARANT FÜR NACHHALTIGE UND SICHERE VERSORUNG MIT DEM KOSTBAREN ELEMENT

Es ist um uns, in uns und essenziell für das Leben: das Element Wasser. Nur leider ist es nicht immer da, wo es gebraucht wird. Und auch die Qualität unterliegt natürlichen Schwankungen.

EVN Wasser, Niederösterreichs größter Trinkwasserversorger, gleicht diese Unterschiede aus und sorgt dadurch für konstante Qualität und sichere Bereitstellung des so kostbaren Gutes Wasser.

### ERSCHLIESSUNG UND NUTZUNG NEUER QUELLEN

Durch die stetige Erschließung ergiebiger Brunnenfelder und Quellen in Niederösterreich hat die EVN Wasser heute ein Leitungssystem von mehr als 2.300 Kilometern Länge geschaffen. Der beständige Ausbau von Ringleitungen lässt das moderne Netzwerk noch enger zusammenwachsen.

Auf diese Art und Weise leitet das Unternehmen bereits seit 50 Jahren das kostbare Nass in ausgezeichneter Trinkwasserqualität direkt von seinem Ursprung in die Haushalte.

Die zuverlässige Belieferung von rund 670 Katastralgemeinden im gesamten Bundesland sichert dabei die Trinkwasserversorgung von mehr als einer halben Million Kundinnen und Kunden in Niederösterreich.

Durch die Inbetriebnahme des Pumpwerkes Oberzögersdorf im März 2013 sichert EVN Wasser auch in den heißen Sommermonaten die Trinkwasserversorgung in den Gemeinden des Rußbachtals mit köstlichem Wasser von bester Qualität. Das Trinkwasser weist dabei einen Härtegehalt von unter 15 °dH (deutsche Härte) bzw. weniger als 5 mg/l Nitrat auf.

### WEINVIERTEL: SPATENSTICHE FÜR NEUE NATURFILTERANLAGEN

Mitte Oktober bzw. Anfang November erfolgten die Spatenstiche für die Errichtung von Naturfilteranlagen am Brunnenfeld Drösing bzw. in Obersiebenbrunn. Die Inbetriebnahmen der beiden Anlagen sind jeweils bis spätestens Ende 2014 vorgesehen.

Durch die Naturfilteranlage Drösing werden zukünftig die Weinviertler Gemeinden Altlichtenwarth, Bernhardsthal, Drösing, Dürnkrot, Ebenthal, Großkrot, Hausbrunn, Hauskirchen, Hohenruppersdorf, Jedenspeigen, Neusiedl/Zaya, Palterndorf-Dobermannsdorf, Spannberg, Sulz, Velm-Götzendorf, Wilfersdorf und Zistersdorf profitieren.

Mit den neuen Filtrationsanlagen wird es künftig möglich sein, auf schonende Weise nur durch feinste Filtration weiches



*Durch die permanente Erschließung neuer Felder und Quellen sowie durch sorgsames, natürliches Filtern gelingt EVN Wasser eine sichere Versorgung, die höchsten Qualitätsansprüchen Genüge tut.*

*Foto: bigfoot/fotolia.com*

Wasser zu gewinnen, womit auch die Wasserhärte in den oben genannten Gemeinden von derzeit etwa 30 °dH auf 10 bis 14 °dH reduziert wird. In Obersiebenbrunn wird eine Reduktion von etwa 23 °dH auf ca. 10 bis 14 °dH erreicht.

Die Gemeinden Niederösterreichs sind für die EVN Wasser mehr als nur Kunden, sie sind vielmehr ihre Partner. Und sie versorgt sie nicht nur mit dem kostbaren Nass, sondern auch mit bestem Service und individueller Beratung. So können die Menschen des Landes auch weiterhin beruhigt Schluck für Schluck ihr Wasser genießen.

*Weitere Informationen dazu finden Sie auf [www.evnwasser.at](http://www.evnwasser.at)*

*Seit 1962 betreibt EVN Wasser die überregionale Trinkwasserversorgung Niederösterreichs. Mittlerweile wird ein Drittel der Bevölkerung mit Trinkwasser beliefert. Damit ist EVN Wasser Niederösterreichs größtes und Österreichs zweitgrößtes Trinkwasserversorgungsunternehmen.*

*Tätigkeitsbereiche von EVN Wasser sind:*

- *Überregionale Versorgung bis zur Gemeindegrenze und lokale Versorgung bis zum Bürger,*
- *Errichtung und Betrieb von Brunnen, Transportleitungen und Trinkwasserbehältern,*
- *Ortsnetze und Hausanschlüsse sowie*
- *Übernahme von Anlagen, Betriebsführung, Planung, Beratung.*

Peter Brandauer

## GO GREEN IN UND NACH WERFENWENG

### NACHHALTIGE TOURISMUSKONZEPTE UND E-MOBILITÄT IM ALPINEN RAUM

---

SAMO – so lautet das Zauberwort in der Salzburger Gemeinde Werfenweng, das nicht nur, aber vor allem für den Tourismus zu einer enormen Belebung geführt hat. SAMO steht für Sanfte Mobilität.

Das Konzept ist denkbar einfach: Reisen Gäste umweltfreundlich mit der Bahn an oder, falls sie doch mit dem Auto kommen, geben sie den Autoschlüssel für die gesamte Urlaubszeit im Büro des Tourismusverbandes ab, dann können sie in eine, für die meisten Gäste völlig neue Genusswelt sanfter Mobilität eintauchen. Die so genannte SAMO-Card ist gewissermaßen die Eintrittskarte für dieses besondere Mobilitätserlebnis, das den Gästen gratis geboten wird.

Freilich liegt ein besonderes Augenmerk auf der umfassenden Betreuung – und zwar von der ersten Sekunde des Urlaubs an. So bieten wir bereits rund um die Bahnreise vollen Service. Das beginnt beim Transfer vom Bahnhof zum Quartier: Das Werfenweng-Shuttle ist ein Anrufsammeltaxi, das die Fahrgäste direkt zum Hotel oder zur Pension bringt und beim Heimfahren auch dort wieder abholt.

Von da an sind dann ELOIS, der elektrische Dorfbus, und das Nachtmobil beinahe rund um die Uhr für die SAMO-Gäste da. Ein Anruf genügt und sie werden gratis zum

Ausgangspunkt ihrer Wanderung, zum Restaurant oder zum Einkaufen gebracht. Und natürlich auch wieder zurück.

Für individuelle Ausflüge steht darüber hinaus eine Flotte von derzeit zehn E-Autos, die „Werfenwenger Smile-E’s“, als Leihwagen kostenlos zur Verfügung.

---

### SAUBERE MOBILITÄT MIT HOHEM SPASSFAKTOR

---

Elektrofahrräder, Segways, Bigas, die sich als witzige, weil gleichzeitig altertümlich und futuristisch anmutende Elektrofahrzeuge erweisen, und das Evolution-Car sind nur einige Vertreter der SAMO-Spaßmobilitätsflotte in Werfenweng, die zahlreiche Gäste anlocken. Aus dem Ortsbild von Werfenweng sind die Elektrofahrzeuge im Sommer nicht mehr wegzudenken.

Die SAMO-Card bietet darüber hinaus noch viele weitere Vorteile: Im Sommer etwa werden Gratisausflüge mit einem bequemen Reisebus in die Stadt Salzburg, zur Eisriesenwelt oder zur Burg Hohenwerfen angeboten, während im Winter Pferdekutschenfahrten genauso inkludiert sind wie die Langlaufausrüstung während des gesamten Urlaubsaufenthaltes, der Rodelverleih, der Schneeschuhverleih oder das Lama-Trekking.

Es lohnt sich also für die Gäste wirklich, mit der Bahn anzureisen oder zumindest für die Zeit des Urlaubs auch dem Auto und damit der Umwelt Ruhe und Erholung zu gönnen und den Schlüssel verbindlich abzugeben.

---

#### UMWELTVERTRÄGLICHKEIT: EIN KONZEPT MIT VIELEN GEWINNERN

---

Neben der umweltgerechten Mobilität legt Werfenweng generell großen Wert auf die Verwendung sauberer Energie. Unser Sonnenkraftwerk erzeugt den Jahresstrom für über 100 Haushalte, 54 Solar-Straßenleuchten bringen umweltfreundlich Licht entlang unserer Straßen und Gehwege. Den

Strom für unsere Elektrofahrzeuge erzeugt ebenfalls die Sonne, am Dorfplatz steht die Solartankstelle.

Der Erfolg des Weges, den Werfenweng hinsichtlich seiner Ortsentwicklung und eng damit verbunden auch hinsichtlich des Tourismus eingeschlagen hat, kommt vor allem daher, dass er viele Gewinner hervorgebracht hat.

Das ist zum ersten die Umwelt: Fast ein Viertel unserer Gäste reist mittlerweile mit der Bahn an – zum Vergleich: In früheren Jahren waren es gerade einmal sechs Prozent – und viele gönnen auch dem eigenen Auto Urlaub und lassen es stehen. Dadurch



*Elektrofahrzeuge sind aus dem Bild von Werfenweng nicht mehr wegzudenken. Und dank eines klug durchdachten Konzeptes zur Etablierung der Sanften Mobilität werden sie auch tatsächlich genutzt – von TouristInnen wie auch von Einheimischen.*

*Foto: Alpine Pearls*

werden nachweislich viele Autokilometer und somit Belastungen für unsere Umwelt eingespart – nicht nur, aber auch in Werfenweng selbst.

Die zweiten Gewinner sind unsere Gäste: Es gibt ein unvergleichbares, ausgesprochen attraktives Angebot und Umweltfreundlichkeit bringt tatsächlich Vorteile und ein hohes Maß an Bequemlichkeit. Und einmal mit einem Elektrofahrzeug durch die Landschaft zu gleiten, macht man auch nicht alle Tage – Mobilität wird so für viele auch zu einem völlig neuen Erlebnis.

Die dritten Gewinner sind unsere Betriebe: Innerhalb von nur vier Jahren ab Einführung ist die Gästenächtigungszahl von 162.000 auf 212.000 pro Jahr angestiegen, das bedeutet also eine Steigerung um mehr als 30 Prozent. Dieser Erfolg hat auch die Akzeptanz des Projektes in Werfenweng selbst enorm gesteigert und auch anfängliche Skeptiker überzeugt.

Die vierten Gewinner sind die Einheimischen: Einrichtungen wie das Werfenweng-Shuttle als attraktive öffentliche Verkehrsanbindung nach Bischofshofen oder das Werfenwenger Nachtmobil sind längst nicht mehr wegzudenken. Von den positiven Auswirkungen auf die Luftqualität und die Lärmentwicklung einmal ganz abgesehen.

---

#### PERLE DER ALPEN

---

„Mobilität ist ein Grundbedürfnis jedes Menschen, das man nicht einschränken soll. Über ein attraktives Vorteilspaket vermitteln wir unseren Gästen aber erfolgreich, dass zur vollen Mobilität nicht unbedingt ein Auto erforderlich ist. Gerade im

Urlaub bringt ‚Enthastung‘ mehr Genuss als Hochgeschwindigkeit!“, so lautet nicht nur das Credo von Werfenweng, sondern auch von „Alpine Pearls“. Diese Kooperation, der derzeit 28 Orte aus fünf Nationen angehören, ist eine der größten Tourismuskooperationen auf Ortsebene im Alpenraum. Alpine Perle zu sein bedeutet, eine Reihe von Auflagen zu erfüllen und umfassend nachhaltigen Konzepten zu folgen, es ist vor allem aber auch ein Privileg und eine hohe Auszeichnung für Werfenweng, zum Kreis der „Alpine Pearls“ zu gehören.

---

#### MEHR AKZEPTANZ DURCH PRINZIP DER FREIWILLIGKEIT

---

Ziel ist es natürlich, nicht nur die TouristInnen, sondern auch die Einheimischen im wahrsten Sinne des Wortes zu bewusstem Umgang mit Mobilität zu bewegen. Ähnlich wie beim Angebot für unsere Gäste wird aber auch hier nichts erzwungen. Vielmehr sind die Bewohnerinnen und Bewohner von Werfenweng eingeladen, nicht für alle Wege das Auto zu nutzen und auch einmal bewusst darauf zu verzichten. Zahlreiche Mobilitätsangebote können selbstverständlich nicht nur von den TouristInnen, sondern auch von den Einheimischen in Anspruch genommen werden.

Darüber hinaus wird stark auf Sensibilisierung, Bewusstseinsbildung und Information gesetzt. Es werden verschiedene Zielgruppen angesprochen, seien es die Pendler oder die Eltern der Schul- und Kindergartenkinder oder auch die Jugendlichen, die eingeladen sind, statt einem Bezinmoped ein elektrisches zu nutzen.

Es werden dabei Wege aufgezeigt, wie man auf Öffis umsteigen kann oder auch wieder

verstärkt – etwa durch das Bilden von Geh-Gemeinschaften – zu Fuß unterwegs zu sein und dabei Spaß zu haben.

#### AUF SANFTEM WEG HIN ZU SANFTER MOBILITÄT

Werfenweng hat sich von Anfang an nicht für eine radikale Umsetzung des Zieles entschieden, ein „autofreier Urlaubsort“ zu werden, denn dies wäre politisch nicht durchsetzbar und vermutlich auch nicht erfolgreich realisierbar gewesen. Werfenweng hat sich viel mehr für einen Prozess entschieden, für einen gemeinsamen Weg mit der Bevölkerung, mit den Gästen und natürlich auch mit ExperteInnen an der Seite. Es ist ein Weg der Tausend kleinen Schritte.

Dieser Prozess ist freilich noch lange nicht zu Ende. Die zahlreichen neuen Gäste, die aufgrund des speziellen Angebotes nach Werfenweng kommen, tragen auch zusätzliche Erwartungen an uns heran: Im Ort fahren nach wie vor zu viele Autos, es gibt immer noch zu viele „normale Straßen“ und selbst die parkenden Autos empfinden viele als störend. Es sind noch zahlreiche Maßnahmen notwendig, um den Weg, den wir eingeschlagen haben, konsequent weiterzugehen. Dass wir aber auf diesem Weg bleiben werden, ist für uns unbestritten.

*Dr. Peter Brandauer, Bürgermeister von Werfenweng und Präsident von Alpine Pearls, Werfenweng*

WIR BAUEN FÜR SIE IN  
NIEDERÖSTERREICH

MEIN HEIM  
GEDESAG



IHR KOMPETENTER  
PARTNER FÜR  
BETREUTES WOHNEN



Gemeinnützige Donau- Ennstaler Siedlungs- Aktiengesellschaft  
Bahnzeile 1 - 350 Krems

Tel. 02732/83393 Fax: 02732/83393-51  
info@gedesag.at www.gedesag.at

Wolfgang Reindl

## SEELENTIUM – GRATWANDERUNG AM MOOR

### ERFOLGSPROJEKT IM SPANNUNGSFELD VON NATURSCHUTZ UND TOURISMUS

---

Das Ibmer Moor, in den oberösterreichischen Gemeinden Eggelsberg, Moosdorf und Franking gelegen, ist mit rund 2.000 Hektar der größte Moorkomplex Österreichs – entstanden vor mehr als 10.000 Jahren, über Generationen gemieden, gefürchtet, verwünscht. Die Menschen hatten Angst vor dem Moor, vor den Geistern und Gestalten, die darin vermutet wurden. Sie hüteten sich davor, das Moor zu betreten oder gar zu bewirtschaften und ermöglichten damit der Fauna und Flora eine ungestörte Evolution.

Dann kam das Zeitalter der Industrie und vieles von dem, was die Natur in Tausenden von Jahren entstehen hatte lassen, wurde in wenigen Jahren vernichtet. Im Ibmer Moor und im benachbarten Weidmoos war es eine Fabrikantenfamilie, die den Torf als Brennstoff für ihre Glasfabriken benötigte und das Moor damit systematisch zerstörte. Entwässerungskanäle wurden gezogen und mitten ins Moor hinein wurde die so genannte Emmy-Hütte gebaut, eine von böhmischen Gastarbeitern betriebene Fabrik, die sich später zur Ortschaft Hackenbuch entwickelte.

Auch nach dem Ersten Weltkrieg und dem Konkurs der Glasfabrik wurde der Torfbau fortgesetzt. Bis in die 1960er-Jahre wurde der Raubbau an der Natur weiter betrieben. Die örtlichen LehrerInnen erkann-

ten als erste die prekäre Situation, machten sich für das Moor stark und erklärten schon den Volksschulkindern die Einzigartigkeit der Flora und Fauna. Eine Vorreiterrolle nahm dabei die leider mittlerweile geschlossene Volksschule Hackenbuch ein, deren „Mooslehrer“ Karl Kirmstedter auch für den ersten Lehrpfad durch das Moor verantwortlich zeichnete. Trotzdem blieb das Moor für die LandwirtInnen und auch für die meisten Einheimischen nur wertloser Boden.

### ANERKENNUNG VON AUSSEN ALS WENDEPUNKT

---

Mit der Gründung des Tourismusvereins Seelentium gewann das Ibmer Moor plötzlich wieder an Bedeutung. Im Jahr 2006 schlossen sich acht Gemeinden zu einem Verein zusammen, der es sich zum Ziel setzte, die kleinen, unbekanntten Schönheiten der Region zu einem feinen touristischen Angebot zu bündeln.

Man hatte erkannt, dass reine Sommerfrische am Holzöstersee zu wenig war für den aufgeschlossenen Gast. Das Moor hingegen war ein Kraftplatz, erfüllt mit Mystik und einzigartigen Naturschönheiten, etwas ganz Besonderes, das es sonst kaum wo gibt. In unmittelbarer Nachbarschaft der Tourismusmetropole Salzburg mit ihren hunderttausenden Gästen entstand somit

eine Region, in der man sehr bewusst auf Entschleunigung und auf die Kraft des Kleinen setzte.

2010 gewann die Wohlfühlregion Seelentium den europäischen EDEN-Award für nachhaltigen Tourismus. Dieser Award war für die Region ein ganz entscheidender Wendepunkt. Nicht, dass nun plötzlich Massen von TouristInnen ins Oberinnviertel geströmt wären, nein, der Wendepunkt betraf vielmehr die lokale Bevölkerung. Plötzlich erkannten auch die OberinnviertlerInnen, dass ihre Natur etwas ganz Besonderes ist.

Die Auswirkungen dieses neuen regionalen Selbstbewusstseins waren vielfältig: Im Gastronomie- und Beherbergungsbereich wurde wieder investiert, junge Menschen,

deren Ziel bisher immer „die große Stadt“ war, setzten sich plötzlich mit der Zukunft des Oberinnviertels auseinander und zahlreiche Vereine brachten ihre Ideen für die Region ein.

### NATURSCHUTZ VERSUS TOURISMUS?

Vor allem aber wurde die enorme Bedeutung des Ibmer Moores sowohl als touristisches Ziel als auch als Refugium für Tiere und Pflanzen erkannt. Und damit erhoben sich natürlich auch jene Stimmen, die vor Touristenmassen im sensiblen Moorbereich warnten, die ein Zufahrtsverbot für Autobusse andachten oder das Moor gleich überhaupt für Gäste sperren wollten. Rasches Handeln war gefordert, um die aufkeimenden Konflikte in den Griff zu bekommen.



*Von Anfang an wurden im Tourismusverein „Seelentium“ NaturschützerInnen und TouristikerInnen an einen Tisch gebracht, mit dem Ergebnis, dass das Ibmer Moor geschützt und dennoch als Attraktion im Fremdenverkehr genutzt werden kann.*

*Foto: RMOÖ*



*Ein durchgehend barrierefreier Rundweg ermöglicht es, das einzigartige Juwel Ibmer Moor und das anliegende Vogelschutzgebiet Weidmoos zu durchwandern – eine Attraktion, die 2012 vom Land Oberösterreich zum „Natuschauspiel des Jahres“ gekürt wurde. Foto: Zenz Holzbau GmbH*

Unser Lösungsansatz war zunächst einmal die Durchführung von Gesprächsrunden auf Gemeindeebene, bei denen alle BürgerInnen die Möglichkeit hatten, ihre Wünsche, Ängste und Gedanken zu artikulieren. In der Folge spannten wir jene Personen und Vereine, die sich besonders engagiert zeigten – und zwar die TourismusgegnerInnen genauso wie jene, die schon jede Menge Ideen für Gäste hatten –, in Arbeitsgruppen zusammen und ließen sie gemeinsam örtliche Konzepte entwickeln.

Diese vielschichtigen Konzepte verknüpften wir in der Folge zu einem mittlerweile länderübergreifenden Regionalkonzept, in dem jeder in seinem ureigensten Handlungsraum engagiert und aktiv ist, ohne je-

doch den Blick für die gesamte Region zu verlieren.

Erstmals wurden die Angebote in und um das Moor aufeinander abgestimmt und sinnvoll verknüpft. So entstand rund um den Ibmer See im wenig sensiblen Areal ein Barfußweg, der Schulklassen und Wandergruppen die Möglichkeit bietet, auch außerhalb der Kernzone des Moores den Schwingrasen und die Orchideenwiesen zu erleben und auch durchaus einmal barfuß in ein Moorloch zu steigen.

Am Holzöstersee verlegte man einen bereits bestehenden Seerundweg so, dass ein breiter, barrierefreier Holzweg durch eine Randzone des Frankinger Moores verläuft,

ohne dabei das Naturschutzgebiet zu beeinträchtigen. Damit haben nun auch die Badegäste die Möglichkeit, ein Stück Moorlandschaft zu sehen, ohne in die Kernzone einzudringen.

### KOOPERATION UND KOORDINATION

Ebenso wurden, was angesichts der Landesgrenze und der unterschiedlichen Tourismusstrukturen gar nicht so einfach war, die Freizeitangebote im Weidmoos auf der Salzburger Seite des Moores mit denen des Ibmer Moores auf der oberösterreichischen Seite kombiniert. Während der Naturschutz im Ibmer Moor nur einen schmalen Weg erlaubte, der für Kinderwägen oder Rollstühle absolut ungeeignet war, konnte im

Vogelschutzgebiet Weidmoos ein komplett barrierefreier Rundweg samt Aussichtsplatz errichtet werden. Und anlässlich der Oberösterreichischen Landesausstellung 2012 entstand ein eigener Radwanderweg, der alle unterschiedlichen Moorbereiche mit den Moorbadeseeen einerseits und mit den Anschlussstellen der Salzburger Lokalbahn andererseits verbindet.

Im Zuge dieser Entwicklung entstanden völlig neue Partnerschaften, bei denen NaturschützerInnen und Jausenstationen gemeinsam naturschonende Moorwanderungen in Verbindung mit regionalen Speiseangeboten erarbeiten, Bäuerinnen und Bauern ihre alten Steyr 15er-Traktoren aufpolieren und für Rundfahrten im „Bauern-Cabrio“ zur Verfü-



Regionale Produkte sind besser  
für Umwelt, Klima und Wirtschaft.

gung stellen, GastronomInnen ganz gezielt auf Produkte aus der unmittelbaren Nachbarschaft setzen und vieles mehr. Alteingesessene BewohnerInnen der Moorgemeinden entdeckten auf ihren Dachböden alte Torfwerkzeuge und Bilder früherer Zeiten, traditionelles Handwerk und alte Rezepte tauchten plötzlich wieder auf. An den Tischen der Mostschänken erzählten die Alten Geschichten aus dem Moor und von der harten Arbeit in dieser unwirtlichen Landschaft. Man war auf einmal stolz, am Ibmer Moor zu leben.

Es entstand ein Gerüst aus vielen unterschiedlichen Initiativen und Angeboten, die allesamt eines gemeinsam haben: Sie sind echt, bodenständig und geprägt von gegenseitiger Wertschätzung. Man hat Verständnis füreinander, weil man miteinander redet und sich kennt. Haben früher die WirtInnen ihre Gäste einfach so ins Moor geschickt, so empfehlen sie mittlerweile die geführten Moorwanderungen, bei denen die BesucherInnen sensibilisiert werden und die Natur kennenlernen. Statt Grillwürstel mit Pommes und Ketchup gibt es heute hausgemachten Käse und Speck vom eigenen Schwein. Man präsentiert gerne, was man hat und ist selbstbewusst in Sachen Heimat.

---

#### PROGRAMM NATURSCHAUSPIEL DES LANDES OBERÖSTERREICH

---

Eine beeindruckende Bestätigung der Arbeit in der Region brachte die Initiative „Naturschauspiel.at“ der oberösterreichischen Landesregierung. Bei diesem Programm werden die angebotenen Erlebnisse in der Natur nach strengsten Vorgaben des Naturschutzes evaluiert, auf ihren edukativen Wert geprüft und erst dann ins Jahresprogramm aufgenommen. Dabei erreichte die Naturschauspiel-Wanderung „Irrlichter

und Moorgeister“ landesweit die beste Bewertung und die „Erfinderin“ Maria Wimmer, die seit vielen Jahren Gäste durchs Moor führt, wurde als „NaturschauspielerIn des Jahres 2012“ ausgezeichnet.

Mittlerweile lockt das Programm zahlreiche Gruppen in die Region, die allesamt ausschließlich unter fachkundiger Führung von geprüften Natur- und LandschaftsführerInnen durchs Ibmer Moor wandern. Damit kann gewährleistet werden, dass diese Gäste das Moor als das erleben, was es ist, nämlich als ein einzigartiges und schützenswertes Juwel der Natur.

Mittlerweile umfasst die Wohlfühlregion Seelentium bereits 15 Gemeinden und Städte in Oberösterreich, Bayern und Salzburg. Drei unterschiedliche Landestourismusetzungen und sieben Ortstourismusverbände stellen uns teilweise vor große Herausforderungen.

Der Weg, mit vielen kleinen Partnern auf eine sehr individuelle Art zu arbeiten und auf teilweise sehr persönliche Bedürfnisse einzugehen, ist sicher kein leichter. Aber es ist ein Weg, der uns garantiert, dass das Herzblut unserer Menschen in unseren Angeboten steckt. Ein Weg, der damit zu 100 Prozent nachhaltig ist und der Region gerecht wird – unserer Natur, unseren Kindern, unserer Wirtschaft und unseren Gästen gleichermaßen. Und es ist schließlich ein Weg, der uns gut vorankommen lässt bei der sensiblen Gratwanderung zwischen Tourismus und Naturschutz.

---

*Wolfgang Reindl, Presse- und Marketingabteilung von Seelentium, Wohlfühlregion Oberes Innviertel/Flachgau, Franking*

# AGRANA. DER NATÜRLICHE MEHRWERT.



**ZUCKER. STÄRKE. FRUCHT.** - mit diesen drei Standbeinen ist AGRANA weltweit erfolgreich tätig. Die Bandbreite reicht von Zucker in Lebensmitteln über Stärke in Textilien und Papier, Bioethanol als umweltfreundliche Beimischung zum Benzin bis hin zu Fruchtzubereitungen für Joghurts und Apfelsaftkonzentraten.

[WWW.AGRANA.COM](http://WWW.AGRANA.COM)

25  
JAHRE



Der natürliche Mehrwert seit 1988

Helga Bauer

## LANDLUST: TOURISMUS DER ANDEREN ART

### REVITALISIERUNG VON ALTEN BAUERNHÄUSERN ALS AUSGANGSPUNKT

Die Oststeiermark war bis vor wenigen Jahren mit ihren Grenzen zum ehemaligen Jugoslawien und nach Ungarn, einer klein strukturierten Landwirtschaft und einem geringen Angebot an Arbeitsplätzen eine ausgesprochen einkommensschwache Region mit sinkenden Bevölkerungszahlen. Nicht zuletzt deshalb gab und gibt es noch einen relativ großen Bestand an historischen Bauernhäusern, die jedoch insbesondere ab den 1980er-Jahren immer öfter leer standen und mit der Zeit auch zunehmend verfielen.

#### STARTSCHUSS DURCH EU-PROJEKT

Um diese Bauernhäuser in der Oststeiermark zu retten, initiierten findige Menschen ein von der Europäischen Union gefördertes Interreg IIIA-Projekt, und zwar mit dem Ziel, sie einer neuen Nutzung zuzuführen und dadurch zum Erhalt der alten Bausubstanz sowie auch der regionalen Identität beizutragen.

Anfang 2002 wurde vom Regionalmanagement Oststeiermark, dem Tourismusverband Oststeiermark sowie dem Steirischen Thermenland die Arbeitsgemeinschaft „LoB – Leben in oststeirischen Bauernhäusern“ ins Leben gerufen. Als Partner waren außerdem das Regionalmanagement Süd-Weststeiermark und die Agentur Singerija aus Slowenien integriert. Eine enge Kooperation mit dem Revitalisierungsfonds und

der Tourismusabteilung des Landes Steiermark war ebenfalls wichtiger Bestandteil des Projekts.

Der steirische Revitalisierungsfonds unterstützte alle HausbesitzerInnen, die ein dafür qualifiziertes Haus nach vorgegebenen Richtlinien renovierten, mit einer Förderung in Höhe von zehn Prozent der Kosten. Erstmals wurde also nicht nur Renovierungswilligen von Schlössern, Kirchen und dergleichen unter die Hand gegriffen, sondern auch den BesitzerInnen einfacher Bauernhäuser. Auch Eigenleistungen wurden bei der Berechnung der Kosten anerkannt.

Grundlegende Voraussetzung war ein Gebäudealter von mindestens 100 Jahren und die Bereitschaft, die Richtlinien des Revitalisierungsfonds zu befolgen. Neben der finanziellen gab es für die Renovierenden auch fachliche Unterstützung, nämlich persönliche Beratungen durch ProjektmitarbeiterInnen, ExpertInnen des Landes Steiermark und der Baubezirksleitungen sowie ein reichhaltiges Angebot an Vortrags- und Schulungsveranstaltungen.

Zusätzlich wurde für jene HausbesitzerInnen, die eine touristische Nutzung anstrebten, eine Förderung seitens der Tourismusabteilung des Landes Steiermark für die dafür spezifisch nötige Ausstattung

gewährt. Die Laufzeit des Projektes war für den Zeitraum vom 1. Jänner 2002 bis zum 31. Dezember 2005 anberaumt.

---

#### INFORMATION ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

---

Zu Beginn des Projekts wurde im Rahmen von zahlreichen Informationsveranstaltungen versucht, die Bevölkerung auf die Aktion aufmerksam zu machen und für die Revitalisierung zu gewinnen. Interessierte erhielten dabei Informationen über Fördermöglichkeiten, Planung, allfällige Trockenlegung, Baubiologie, Möbelrestaurierung und dergleichen mehr, auch wurden Möglichkeiten und Notwendigkeiten hinsichtlich der empfohlenen touristischen Nachnutzung, beispielsweise über Ausstattung oder Vermarktung, geboten. Jedes Haus, das gemeldet wurde und mindestens 100 Jahre alt war, wurde von den Fach-

leuten besichtigt und die jeweiligen BesitzerInnen wurden vor Ort beraten. So kam es zu rund 500 Anfragen und etwa 400 persönlichen Beratungen. Rund 170 Förderanträge wurden eingereicht, wobei leider nicht alle Projekte umgesetzt werden konnten. Etliche Häuser wurden für den eigenen Bedarf revitalisiert, mittlerweile 30 auf diese Art entstandene Ferienhäuser gehören der Gruppe Landlust an, wobei „Landlust“ ein gemeinsamer Markenname für diese neu entstandene touristische Angebotsgruppe ist.

Für touristische Betriebe gab es während der Projektphase zusätzliche Unterstützung in den Bereichen Marketing, Computer- und Internet, Gästebetreuung, Erstellung von Packages und vieles mehr. Nach Auslaufen des EU-Projekts wurde Landlust, gefördert durch die Integrierte Regionalentwicklung des Landes Steiermark, bis 2007 fachlich weiter beglei-



*In der Oststeiermark werden leer stehende historische Bauernhäuser revitalisiert und zu Gästehäusern umfunktioniert. So gelingt es, wertvolle Bausubstanz zu erhalten und gleichzeitig unter dem Titel Landlust eine einzigartige touristische Marke anzubieten.*

*Foto: Landlust*



*Den Gästen ein individuelles Urlaubserlebnis zu bieten, bei dem Wert auf die Wurzeln gelegt wird, die Region eine zentrale Rolle spielt und dennoch auf modernen Komfort nicht verzichtet werden muss – so lässt sich die erfolgreiche Strategie von Landlust kurzfassen.*

*Foto: Landlust*

ten, auch Basis-Marketingleistungen wurden seitens des Landes finanziert. Seit 2007 ist Landlust nunmehr beim Tourismusregionalverband Thermenland Steiermark angesiedelt. Die tatkräftige Unterstützung durch den Tourismusverband ist für die Gruppe enorm wichtig.

#### STÄNDIGE QUALITÄTSSTEIGERUNG UND UMFASSENDES MARKETING

Im Sinne der Qualitätssicherung wurden während der Projektphase klare Kriterien entwickelt, die von den Mitgliedern eingehalten werden müssen. Die Gruppe Landlust ist als Arbeitsgemeinschaft aufgestellt und jedes Mitglied unterschreibt mit seiner Aufnahme in die Gruppe eine Kooperationsvereinbarung. Die Einhaltung der Krite-

rien wird von den Vorstandsmitgliedern alle zwei bis drei Jahre vor Ort überprüft. Eine Nichteinhaltung kann zum Ausschluss aus der Gruppe führen. Unter anderem organisiert die Arbeitsgemeinschaft nach wie vor kontinuierlich Schulungen und Workshops, die allesamt einer Weiterentwicklung dienen sollen.

Abgesehen von Ausstattung und Gastgeberqualitäten wird bei Landlust großer Wert auf die Einbeziehung regionaler Produkte und Dienstleistungen wie landwirtschaftliche Direktvermarktung oder Gastronomie gelegt. Jeder Betrieb ist dazu angehalten, die Gäste über die Angebote der Region umfassend zu informieren sowie nach Möglichkeit Produkte aus der direkten Umgebung anzubieten.

Viele Betriebe bieten darüber hinaus auch eigene Erzeugnisse, beispielsweise Kernöl, Wein, Säfte etc., die von den Gästen vor Ort konsumiert, aber auch für Zuhause erworben werden können.

Der Vermarktung der neuen touristischen Angebotsschiene kam und kommt freilich eine besondere Bedeutung zu. Erste Schritte waren dabei die Einrichtung einer Homepage, was damals noch gar keine Selbstverständlichkeit war, sowie die Erstellung von Foldern und sonstigen Werbematerialien. Die einzelnen HausbesitzerInnen wurden bei eigenen Marketing-Aktivitäten unterstützt.

---

#### GREIFBARE THEMEN FÜR BESSERE ÖFFENTLICHKEITSWIRKSAMKEIT

---

Als hilfreich für die Vermarktung erwies sich auch die Tatsache, dass sich Landlust um einige Preise bewarb und im Zuge dessen auch mehrfach ausgezeichnet wurde. Das attraktive, gut erfassbare Thema machte es auch leichter, das Interesse von JournalistInnen am Projekt zu gewinnen und auf diese Weise kostengünstige PR zu bekommen.

Im Event-Bereich wird alternierend alle zwei Jahre ein „Landlust-Kirtag“ und ein „Tag der offenen Landlust-Tür“ durchgeführt. Beide Veranstaltungen sind inzwischen gut etabliert und erweisen sich als sehr beliebt.

---

#### LEITBILD VON LANDLUST

---

2013 wurde ein gemeinsames Leitbild entwickelt, das übrigens auch im Internet veröffentlicht ist. Wichtige Aspekte darin sind neben einer nachhaltigen Nutzung der alten Häuser auch der wertschätzende Umgang mit der Natur und die Verbesse-

rung des ökologischen Fußabdrucks. Der volle Wortlaut des Leitbildes ist es auch, der noch einmal die Intention des Projektes und des touristischen Angebotes Landlust zusammenfassen soll:

- Wir erhalten die historische Bausubstanz am Land, erfüllen sie mit Leben und öffnen sie unseren Gästen.
- Wir sind stolz auf unsere Wurzeln und unsere Herkunft. Wir gehen mit der uns umgebenden Natur und der Region wertschätzend um.
- Wir bündeln unsere Kräfte durch Erfahrungsaustausch und gemeinsame Aktivitäten. Wir sind für neue Mitglieder offen und wollen auch künftig wachsen.
- Wir schenken unseren Gästen ein individuelles Urlaubserlebnis und ein Zuhause auf Zeit. Vieles in unseren Häusern ist von Hand gefertigt. Bei aller Gemeinsamkeit gleicht kein Haus dem anderen.
- Wir begegnen unseren Gästen respektvoll und freuen uns, wenn sie sich in unseren Häusern wohl fühlen.
- Unsere Ferienhäuser sind gemütlich und komfortabel eingerichtet. Wir ermöglichen jedem Gast, regionale Produkte kennenzulernen.
- Es ist uns wichtig, unseren ökologischen Fußabdruck zu verbessern und wir arbeiten kontinuierlich daran.

---

*Mag.<sup>a</sup> Helga Bauer, Projektleiterin der Angebotsgruppe Landlust im Thermenland Steiermark, Radersdorf*

Anya Niewierra

## WIE AUS ALTEM NEUES ENTSTEHEN KANN

### ZUID-LIMBURG WAGTE TOURISTISCHE NEUORIENTIERUNG - UND DAS MIT ERFOLG

Zuid-Limburg ist mit einer Fläche von rund 25 mal 25 Kilometern und 608.000 EinwohnerInnen das älteste Tourismusgebiet der Niederlande. Die Region befindet sich im äußersten Süden des Landes, ungefähr eine Stunde von Brüssel, 45 Minuten von Düsseldorf und jeweils 2,5 Stunden von Paris und Amsterdam entfernt. Die Region wurde erst 1839 an die Niederlande angegliedert und weist somit kaum niederländische Geschichte auf. Darüber hinaus besitzt die hügelige Landschaft mit ihren an die deutsche Architektur erinnernden Fachwerkhäusern auch keine typisch niederländische Ausstrahlung.

Es ist jedoch genau diese Ausnahme, die dafür sorgte, dass bereits 1853 „Tourismus“ in diesem „Ausland im Inland“ entstanden ist. Im Jahr 1885 wurde das erste Tourismusbüro der Niederlande in Valkenburg gegründet. Schon bald führten Initiativen dieses Tourismusbüros zu einem explosiven Wachstum der Gästezahlen in dieser Region.

Heute ist der Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren von Zuid-Limburg. Über 20.000 LimburgerInnen, das sind rund 7,4 Prozent der erwerbstätigen Bevölkerung, sind direkt im Tourismussektor (exklusive Shopping) beschäftigt, der einen Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro jährlich generiert. Das entspricht immerhin

10,4 Prozent des BIP. 90 Prozent der fünf Millionen Übernachtungen werden von NiederländerInnen getätigt.

### ERFOLGREICHE VERÄNDERUNG DES TOURISTISCHEN KONZEPTEES

Bis in die späten 1980er-Jahre war Zuid-Limburg hauptsächlich ein Sommer-Reiseziel. Millionen NiederländerInnen zog es zwischen Juni und September in das Hügelland, wo sie ein paar Wochen verbrachten. Außerhalb dieser Saison gab es jedoch kaum touristische Aktivitäten. Ab Mitte der 1980er-Jahre jedoch verlor Zuid-Limburg sein Sommerpublikum an die südeuropäischen Strände und geriet hierdurch in eine Krise. Ein Masterplan wurde entwickelt, um sich auf „Kurzurlaube“ zu konzentrieren. Das Programm enthielt hierfür folgende Komponenten:

- Radrennen-Hotspot: In der Region Zuid-Limburg befindet sich der wichtigste „Fahrrad-Hügel“ der Niederlande, nämlich der Cauberg in Valkenburg. Es wurde deshalb beschlossen, große Radrenn-Events in die Region zu holen, um so den aufkommenden Radtourismus zu stimulieren. Es gelang, die Radrenn-Weltmeisterschaften 1998 und 2012 hier zu organisieren sowie den jährlich stattfindenden Klassiker Amstel Gold Race nach Zuid-Limburg zu holen. Diese Konzentration auf den Fahrradtourismus



*Um den Radtourismus anzukurbeln, bemühte man sich, große Radrenn-Events wie etwa die Weltmeisterschaften in die Region zu bekommen – ein Konzept, das voll aufging: Heute gilt Zuid-Limburg als unumstrittenes Zentrum des niederländischen Radtourismus. Foto: RP Digital*

erwies sich als sehr erfolgreich. Inzwischen sind die Monate April, Mai, Juni, September und Oktober beliebte Radfahrmonate geworden. Zuid-Limburg ist mittlerweile die unumstrittene Radregion der Niederlande. Im Zuge dessen wurde auch das sehr erfolgreiche Knotenpunktsystem für Radrouten entwickelt.

- **Wander-Hotspot:** Verstärktes Augenmerk wurde auch auf den Wandertourismus gelegt und es entstanden mehr als 1.800 Kilometer Wanderwege mit hochwertiger Beschilderung, umfassendem Kartenmaterial und dergleichen mehr.
- **Weihnachtstourismus:** In den Höhlen von Valkenburg werden von November bis Ende Dezember Weihnachtsmärkte aufgebaut. Hier kann man seine Weihnachtsein-

käufe weltweit einzigartig unterirdisch tätigen. Außerdem entstanden die Festivals „Weihnachtsstadt Valkenburg“, „Magisches Maastricht“ und jüngst auch „Wintertraum Sittard“. Der Einsatz für den Weihnachtstourismus erwies sich als sehr erfolgreich: Inzwischen zählt Zuid-Limburg im Dezember mehr Übernachtungen als im Juli.

- **Kongresstourismus:** In Maastricht, der Stadt des Euros, wurde ein modernes Kongresszentrum erbaut, das inzwischen bereits seit 26 Jahren die größte Kunstmesse der Welt, die TEFAF, beherbergt.
- **Kunst und Kultur:** Zuid-Limburg ist mit seiner zweitausend Jahre alten Geschichte die älteste bewohnte Region der Niederlande – einerseits haben die Römer deutliche Spuren hinterlassen, andererseits

weist Zuid-Limburg die höchste Dichte an Schlössern im ganzen Land auf. Inzwischen ist Maastricht gemeinsam mit der Euregio Zuid-Limburg Kandidat für die Europäische Kulturhauptstadt 2018.

- **Park Gravenrode:** Die ehemals stark verschmutzten und verlassenen Bergbaugebiete im Park Gravenrode in der Region Parkstad-Limburg wurden von 1998 bis heute zu einem touristischen Gebiet mit hochwertigen Attraktionen umgewandelt. Vor allem diese Entwicklung kann als einzigartiges Beispiel für eine nachhaltige touristische Entwicklung angesehen werden. Der Park Gravenrode gewann 2009 als erste Destination der Niederlande den EDEN-Award und gilt als eine der wenigen erfolgreichen Beispielregionen Europas, der ein



*Einst schmutziges Bergbaugelände, heute attraktiver Erholungs- und Freizeitort: Im Park Gravenrode ist der Umstieg von Industrie auf Tourismus gelungen.* Foto: Hotel SnowWorld

Übergang von der Industrie zum Tourismus gelang und die aus eigener Kraft, also ohne Regierungszuschüsse, bestehen kann.

Um den Erfolg von Park Gravenrode musste jedoch hart gekämpft werden. Als im Jahr 1995 die ersten Pläne für den Übergang von „schwarz zu grün“ präsentiert wurden, gab es weit verbreitete Skepsis, in dieser „hässlichsten Gegend der Niederlande“ auf den Tourismus zu setzen. Doch die Initiatoren (die Gemeinden Landgraaf und Kerkrade) konnten sich durchsetzen.

Dank der erfolgreichen Umsetzung der umfassenden Maßnahmen sorgt die Region Parkstad-Limburg mit dem Park Gravenrode inzwischen für gut 33 Prozent des gesamten Umsatzes aus dem Tourismussektor von Zuid-Limburg. Innerhalb von zehn Jahren wurde das schmutzige Bergbaugelände in prächtige Attraktionen umgewandelt, die viel Grün und zahlreiche Superlative bieten. So ist Snowworld das größte Indoor-Skidorf der Welt, der Snowworld Kletterpark der größte Europas, der Gaia Zoo wurde fünf Jahre in Folge zum besten Zoo in den Niederlanden und in diesem Jahr sogar zum besten Ausflugsort der Niederlande erklärt.

Jährlich besuchen Millionen Menschen dieses einzigartige Gebiet, welches Zuid-Limburg als Kurzreiseziel weiter gestärkt hat. Der Erfolg des Parks Gravenrode führte zu folgender Redensart: „In den Niederlanden schaffen wir nicht nur Land aus Wasser, sondern auch Natur aus Asche. Der Park Gravenrode ist unser Beweis.“

---

*Anya Niewierra, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Zuid-Limburg, Niederlande*

# Die Schriftenreihe des Club Niederösterreich - ein blau-gelbes Kaleidoskop

Jetzt für's ganze Jahr abonnieren!

**nur € 18,-**

Lassen Sie sich mindestens sechsmal pro Jahr Niederösterreich, Österreich, Europa oder gar die Welt ins Haus liefern und lesen Sie Wissenswertes, Diskussionswürdiges oder Zeitgeistiges in kompaktem Format – ansprechend, aber unverschnörkelt in der Form, wohl recherchiert und durchdacht zusammengesetzt im Inhalt. Menschen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Landwirtschaft, Medien und Zivilgesellschaft – kurz: aus allen Bereichen des öffentlichen Lebens – kommen in der Schriftenreihe des Club Niederösterreich zu Wort. Die Themen sind so vielfältig wie deren Autoren: Ökonomie, Ökologie, Kultur, Gesellschaftspolitisches, ... Werden Sie für 18 Euro pro Jahr Teil eines „erlesenden Kreises“!

## **Abo und Antrag auf Mitgliedschaft:**

*Club Niederösterreich  
Domgasse 4/2/16, 3100 St. Pölten  
E-Mail: [info@clubnoe.at](mailto:info@clubnoe.at)  
Telefon: 02742/28559; Fax-Dw: 20*

## Willkommen im Club!

Der Club Niederösterreich versteht sich als zeitgemäßer Wegbegleiter und Wegbereiter, der sich künftig noch mehr als bisher zu einer Schnittstelle für Themen, Institutionen und Organisationen aus den Bereichen Wirtschaft, Landwirtschaft, Umwelt, Kultur und Gesellschaft entwickeln wird.

Sie haben die Möglichkeit, diesen wertvollen Think-Tank durch Ihre Mitgliedschaft zu unterstützen. Club-Mitglieder sind nicht nur automatisch auch Abonnenten der Schriftenreihe, sondern erhalten auch Einladungen zu allen unseren Veranstaltungen, Vergünstigungen bei Eintritten oder von uns organisierten Anreisemöglichkeiten, regelmäßige Infos über die Arbeit des Club, ... – das alles für nur 43,60 Euro pro Jahr.

Jetzt Club-Mitgliedschaft beantragen!

**€ 43,60**

[www.clubnoe.at](http://www.clubnoe.at)

**Raiffeisen  
Meine Bank**



Mein Konto ist jetzt überall.

**Wenn's um mein Konto geht,**

**ist nur eine Bank meine Bank.**

Komplett mit:  
**Banking App,  
Online-Zugang  
und Berater.**

Wo auch immer Sie sind, Ihr Raiffeisenkonto haben Sie immer mit dabei. Auf Ihrem Smartphone mit ELBA-mobil oder der Banking App und auf jedem Computer mit ELBA-internet. Und das größte Plus Ihres Raiffeisenkontos: das Know-how Ihres Raiffeisenberaters. Infos unter [www.raiffeisen.at](http://www.raiffeisen.at)