

PATCH:ES

Private Adaptation to Climate Change

FALLSTUDIENBERICHT ANPASSUNG PRIVATER AKTEURE IM WINTERTOURISMUS

**TANJA TÖTZER
VOLKER SCHAFFLER**

**AUSTRIAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY
(AIT)**

WIEN, FEBRUAR 2017

Dieses Projekt wird aus Mitteln des Klima- und Energiefonds gefördert und im Rahmen des Programms Austrian Climate Research Programme (ACRP) durchgeführt.



Bericht erstellt im Rahmen des Projekts:

PATCH:ES - Private Adaptation Threats and Chances: Enhancing Synergies with the Austrian NAS Implementation



Das Projekt wird aus Mitteln des Klima- und Energiefonds gefördert und im Rahmen des Programms Austrian Climate Research Programme (ACRP) durchgeführt.



Projektleitung:

Umweltbundesamt GmbH



Projektpartner:

Wegener Center für Klima und Globalen Wandel, Universität Graz



AIT Austrian Institute of Technology GmbH



Universität für Bodenkultur Wien, Institut für Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung



INHALT

Kurzzusammenfassung	4
Summary	8
1 Einleitung	11
2 Ziele und Forschungsfragen	11
3 Klimawandelanpassung im Tourismus	12
4 Forschungsdesign und -methoden	16
4.1 Untersuchungsdesign	16
4.2 Auswahl der Fallstudienregionen	17
4.3 Auswahl der Interviewpartner	19
4.4 Qualitative Experteninterviews	20
5 Ergebnisse und Diskussion	20
5.1 Beschreibung der Case Study Regionen	20
5.1.1 Annaberg	22
5.1.2 Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn	24
5.2 Beobachtete und erwartete Klimaveränderungen	26
5.3 Beobachtete und erwartete Auswirkungen des Klimawandels für den Tourismus	27
5.3.1 Wahrgenommene Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus.....	27
5.3.2 Risikowahrnehmungen und Erwartungen zu zukünftigen Auswirkungen des Klimawandels auf den Sektor und das Handeln privater Akteure	30
5.4 Klimawandelanpassung durch private Tourismusakteure.....	32
5.4.1 Anpassungsmaßnahmen	32
5.4.2 Motivation, treibende Kräfte, Einflussfaktoren.....	41
5.4.3 Hinweise auf maladaptives Verhalten	42
5.5 Governance der privaten Klimawandelanpassung im Tourismus	45
5.5.1 Beschreibung der Governance-Strukturen.....	45
5.5.2 Private Akteure	50
5.5.3 Institutionelle Akteure	53
5.6 Evaluierung.....	58
5.7 Resilienzbewertung	59
6 Synthese und Schlussfolgerungen	65
7 Literatur	68
8 Annex	70
8.1 Interviewleitfaden.....	70

Kurzzusammenfassung

Im Projekt PATCH:ES wurden vier Fallbeispiele untersucht, in denen die Bereitschaft und Kapazitäten privater Akteure zur Klimawandelanpassung erhoben und analysiert wurden. Der vorliegende Bericht beschreibt die Ergebnisse der Fallstudie zum Wintertourismus.

Der Wintertourismus bietet sich für die Untersuchung privater Anpassung an, da hier zahlreiche private Akteure wie Hoteliers, Zimmervermieter, Gastronomen und Schiliftbetreiber die zukünftige touristische und regionale Ausrichtung entscheidend mitgestalten und aktiv Maßnahmen setzen, die zu einer positiven oder negativen Anpassung an den Klimawandel führen können. Weiters ist der Druck auf den Wintertourismus groß, denn aufgrund der unmittelbaren Abhängigkeit gegenüber der Verfügbarkeit von Schnee bzw. hinreichend kalten Temperaturen zur Schneeproduktion wird die Sensitivität dieser Branche im Hinblick auf Klimaänderungen als hoch eingestuft (APCC 2014). Gleichzeitig ist der Wintertourismus in Österreich mit 52 Mio. Ersteintritten (Skier Days)¹ pro Wintersaison (Vanat 2015) ein entscheidender Wirtschaftsfaktor, den es zu erhalten gilt. Die Frage, wie private Akteure den Klimawandel wahrnehmen, wie sie sich darüber informieren, welche konkreten Maßnahmen sie zur Anpassung planen bzw. setzen, ist daher von zentraler Bedeutung.

In den Fallstudien wurden qualitative Interviews in zwei unterschiedlich strukturierten Schigebieten geführt: in der Skicircus-Region Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn (Salzburg) als Beispiel für eine große Schiregion im Zentrum der Ostalpen und in Annaberg (Niederösterreich) als Beispiel für ein kleines Schigebiet in alpiner Randlage.

Während der Skicircus mit 270 Pistenkilometern und 70 Lifteinrichtungen² eine der größten Schiregionen Österreichs darstellt, verfügt das kleine Schigebiet Annaberg über 12,5km Pistenabfahrten und 7 Lifte³. Annaberg ist bereits stärker im Wandel begriffen als die Skicircus-Region. Dies zeigt sich in den Tourismuskennzahlen. So wurden 2015 in Annaberg bereits fast doppelt so viele Gästeankünfte im Sommer als im Winter verzeichnet (Statistik Austria 2016). Die Gäste kommen vorwiegend aus Österreich und aufgrund der Nähe zu Wien (ca. 115km Straßendistanz) und St. Pölten (ca. 55km Straßendistanz) zu einem großen Teil aus diesen Stadtregionen. Auch positive Effekte des Klimawandels wurden hier bereits festgestellt: so kam es im heißen Sommer 2015 zu vielen kurzfristigen Buchungen von Städtern, die der urbanen Hitze entfliehen wollten. Die Skicircus-Region ist völlig anders ausgerichtet. Sie setzt auf ein internationales Publikum und baut den Schitourismus weiter aus. Vor allem in Saalbach-Hinterglemm fallen nach wie vor 72% der Nächtigungen in der Wintersaison an (Statistik Austria 2016), in der laut Aussagen der Stakeholder nach wie vor 80% der Wertschöpfung erzielt wird.

Weiters sind die klimatischen Bedingungen in den beiden Regionen sehr unterschiedlich: Annaberg liegt auf einer Seehöhe von 843m (Talstation) - 1.334m (Bergstation). Die klimatischen Voraussetzungen für natürlichen Schnee sind derzeit befriedigend, aber für die Zukunft wird mit derzeitigen Beschneigungstechnologien ein durch Schneemangel bedingter Verlust an Schitagen⁴ von 25% bis 2025 und von ca. 50% bis 2050 prognostiziert

¹ Unter Skier Days versteht man Gäste, die an einem Tag das erste Mal eine Liftanlage nutzen, d. h. auch bei mehrmaliger Beförderung wird pro Gast nur ein Skier Day berechnet.

² <https://www.saalbach.com/de/winter/skigebiet/pistenplan>, abgerufen am 11.2.2017

³ <http://www.annaberg.info/daten-und-fakten>, abgerufen am 1.2.2017

⁴ Tage an denen aufgrund einer ausreichend vorhandenen Schneedecke (bei entsprechend tiefen Temperaturen auch durch künstliche Beschneigung) Schifahren möglich ist.

(Prettenthaler und Formayer 2011). Die Skicircus-Region liegt deutlich höher, auf 1.000-2.100m, wodurch bis 2025 kein nennenswerter Verlust von Schitagen zu erwarten ist. Nach 2025 bedarf es jedoch auch hier technologischer Innovationen bei der Beschneigung, die mit einem massiven Einsatz von Energie und Wasser einhergeht, um die Effekte des Klimawandels auszugleichen (Prettenthaler und Formayer 2011).

Die beiden Fallstudien zeigen, dass die interviewten privaten Akteure (Hoteliers, Schiliftbetreibern, Gastronomen, etc.) bereits durchaus erste Anzeichen der klimatischen Veränderung wahrnehmen - vor allem im niedriger gelegenen, kleineren Schigebiet Annaberg. Hier wurden eine Verschiebung der Wintersaison nach hinten und eine Zunahme extremer Wetterereignisse wahrgenommen. Weiters wurde in den letzten 10 Jahren eine Häufung von schneearmen Wintern festgestellt, was zu einem Gästerückgang führte und massive wirtschaftliche Auswirkungen hatte. In der Skicircus-Region gibt es ganz ähnliche Beobachtungen hinsichtlich klimatischer Veränderungen in der Wintersaison. Diese konnten jedoch aufgrund der Höhenlage, der Größe des Schigebietes und der Betriebe sowie einer guten Entwicklung der Sommersaison wirtschaftlich deutlich besser abgedeckt werden.

Dieser persönlichen Wahrnehmung steht eine gewisse Skepsis bezüglich Studien zum Klimawandel gegenüber. Einerseits haben private Akteure den Eindruck, dass die Aussagen der Studien je nach Auftraggeber widersprüchlich sind bzw. unterschiedlich interpretiert werden, und andererseits können sie für sich persönlich oft keine direkten Erkenntnisse und Schlussfolgerungen daraus ziehen. Die privaten Akteure äußerten den Wunsch nach regionsspezifischen Aussagen und nach Informationen, die für sie und ihre betriebswirtschaftliche Planung relevant ist.

Im Winter ist in beiden Regionen nach wie vor eine starke Fokussierung auf den reinen Schitourismus festzustellen. Es werden kaum Alternativen, höchstens Zusatzangebote zum Schilaf angeboten. Durch die dabei notwendigen großen Investitionen (Lifte, Beschneigungsanlagen, Pistengeräte, Parkplätze etc.) ist eine relativ starke Pfadabhängigkeit gegeben, d.h. der eingeschlagene Weg in Richtung Schitourismus wird auch in Zukunft weiter fortgesetzt werden. Bei einem großen Schigebiet wie dem Skicircus erfordert der internationale Wettbewerb, dass die Schipisten perfekt präpariert sind und ein Top-Angebot (Kabinenbahnen, Sessellifte mit Sitzheizung, Spitzengastronomie, hochwertige Hotellerie, hunderte Pistenkilometer, etc.) den Gästen zur Verfügung gestellt wird. Dies sichert zwar die Qualität und Wettbewerbsfähigkeit des Schigebiets, hat aber negative Effekte auf die Umwelt (Landschaft, Wasser, Energie, Vegetation) sowie auf konkurrierende Schigebiete, die mit diesem Angebot nicht mithalten können. Die Dominanz des bestehenden Schitourismus hemmt vielfach die Entwicklung und Etablierung von innovativen Alternativangeboten im Sinne der Klimawandelanpassung. Um diese Strukturen zu durchbrechen, bräuchte es eine gezielte Unterstützung von kreativen, innovativen und nachhaltigen Alternativangeboten in schitourismusdominierten Regionen. Dazu zählen spezielle finanzielle Förderungen, günstige Kredite, Netzwerke und Plattformen (Austausch mit Akteuren aus Best Practice Regionen, aus anderen Tourismusregionen, Technologieanbietern, Investoren, etc.) oder auch gezielte Beratung und Begleitung von Alternativprojekten.

Im Gegensatz zum Schitourismus im Winter sind beim Ausbau des Sommer- und Herbsttourismus erste Ansätze einer gelungenen Anpassung sowohl im kleineren Schigebiet Annaberg als auch in der Skicircus-Region, hier vor allem in Leogang, festzustellen. Einerseits steigt die Nachfrage aufgrund externer Faktoren, wie dem verstärkten Trend zu naturverbundenen Sportarten (z.B. Wandern, Mountainbiken, Paragleiten) oder aufgrund der wachsenden sommerlichen Hitzebelastung in Städten, welche die Attraktivität alpiner Regionen erhöht. Andererseits werden bewusst Impulse von öffentlicher (z.B.

Landesausstellung) und privater Seite gesetzt. In Annaberg unterstützen die privaten Akteure den Nachfragetrend, indem sie das Angebot entsprechend anpassen wie z.B. mit Bauernhofwanderungen, Urlaub am Bauernhof, Ausbau von Almhütten und Zimmern für öffentlich anreisende Sommergäste direkt am Bahnhof. In Leogang wurde die Sommersaison vor allem durch den Bikepark Leogang und diverse Events attraktiver gestaltet. Es zeigt sich also, dass die privaten Akteure aus eigenem Antrieb heraus, aus betriebswirtschaftlichen Gründen und aufgrund der Nachfrage, bereits Initiativen in Richtung Ganzjahrestourismus setzen. Eine Unterstützung durch die öffentliche Hand in Form von Sommerevents, Ausstellungen, neue attraktive Angebote wie Naturparkzentren u.ä. kann diese Entwicklung zusätzlich fördern und beschleunigen.

Die Studie macht deutlich, dass bei privater Anpassung gänzlich andere Faktoren relevant sind als bei öffentlichen Einreichungen, was sich auch in den Motiven zur Anpassung bzw. generell zum Setzen von Maßnahmen widerspiegelt. Für private Akteure stellen Wirtschaftlichkeit, Wettbewerbsfähigkeit und eine sich ändernde Nachfrage (höhere Ansprüche, „Sommerfrische“) die stärksten Motive für Investitionsmaßnahmen dar. Auch ein Generationenwechsel bietet eine Chance zur Veränderung und positiven Anpassung. In solchen Fällen spielen auch persönliche Anliegen, wie Modernisierungen und neue Impulse in die Region bringen zu wollen, eine Rolle. In beiden Fallstudien zeigte sich, dass trotz wahrgenommener klimatischer Veränderungen der Klimawandel für private Akteure derzeit keine treibende Kraft für (Anpassungs-)Maßnahmen darstellt. Indirekt wirkt der Klimawandel jedoch trotzdem auf die privaten Akteure – nämlich über ein geändertes Gästeverhalten und Veränderungen in der Nachfrage. Die Nachfrage stellte sich grundsätzlich als Dreh- und Angelpunkt für positive Anpassungsmaßnahmen wie z.B. Ausbau der Sommerangebote heraus. Durch die höheren Wachstumsraten in der Sommer- und Herbstsaison erfolgt in beiden Regionen eine indirekte Anpassung an klimatische Veränderungen.

Dadurch dass jedoch nicht primär der Klimawandel sondern die geänderte Nachfrage von den Tourismusbetrieben wahrgenommen wird, fehlt den privaten Maßnahmen bisher eine strategische, den Klimawandel berücksichtigende Ausrichtung. Die Untersuchung haben gezeigt, dass ein Hauptgrund für die mangelnde strategische Ausrichtung der privaten Akteure darin liegt, dass die Alternativen zum Schitourismus v.a. bei den Liftbetreibern aufgrund eines hohen Investitionsbedarfs (der zu Pfadabhängigkeit führt) fehlen und die Ressourcen bei kleineren Betrieben nicht vorhanden sind, um längerfristig größere Investitionen zu tätigen. Somit bleiben klimaanpassungsrelevante Veränderungen in den beiden untersuchten Tourismusregionen vorwiegend auf vereinzelte, individuelle und schrittweise Maßnahmen beschränkt. Die Schlussfolgerung daraus ist, dass es hier einer strategischen Unterstützung in der Region vor allem durch akteursnahe intermediäre Einrichtungen bedarf, um die Pfadabhängigkeit zu durchbrechen und kleinere Betriebe mit dem Rückhalt der Region in Richtung einer positiven Klimawandelanpassung zu lenken. In Annaberg hat diese Rolle die vom Land gegründete NÖ BBG (Niederösterreichische Bergbahngesellschaft), unterstützt durch das BIN-Programm („Bergerlebnis in Niederösterreich“), übernommen und erste Initiativen gesetzt. Ein weiteres Instrument, um das Anpassungspotenzial privater Akteure auszuschöpfen und den Aufbau klimaresilienter Strukturen zu beschleunigen, wäre eine regionale Tourismusstrategie, die Einzelaktivitäten in der Region bündelt und die Klimawandelanpassung im Fokus hat. Das stärkt Einzelakteure auch in schitourismusdominierten Regionen und führt zu einer effizienteren Nutzung der lokalen Ressourcen.

Die Fallstudien konnten belegen, dass private Akteure zwar vereinzelt erste Schritte in Richtung positiver Klimawandelanpassung setzen, Klimawandel jedoch kein zentrales Motiv für sie ist. Daher wird auch in Zukunft die öffentliche Seite die Anpassung privater Akteure im

Wintertourismusbereich unterstützen müssen. Um dies möglichst effizient und effektiv voranzutreiben, muss viel stärker als bisher auf die Sichtweisen, Motive und Möglichkeiten privater Akteure eingegangen werden. Für die privaten Akteure sind die persönlichen Auswirkungen und Handlungsmöglichkeiten ausschlaggebend und daher benötigen sie individuelle Beratung und individuell relevante Informationen, am besten über regional verankerte Ansprechpartner mit entsprechender Expertise. Außerdem bedarf es einer strategisch ausgerichteten, vorausschauenden, regionalen und transformativen Vorgehensweise, um eine optimale Anpassung an die Herausforderungen des Klimawandels herbei zu führen. Vorbildwirkung können auch Einzelinitiativen und Best Practice Beispiele haben, welche die Machbarkeit verdeutlichen und den Möglichkeitsraum aufspannen. Ausschlaggebend ist, dass private Akteure für sie relevante Gründe erkennen (z.B. Kundenwünsche, Image, Marketingwirksamkeit, Wettbewerbsvorteile, Kostengründe), um Maßnahmen in Richtung Klimawandel-Anpassung zu setzen. So können weitere Leuchtturminitiativen durch private Akteure entstehen, die den Wandel zu klimaresilienten Tourismusregionen in Österreich begünstigen.

Summary

The project PATCH:ES (anpassung.ccca.at/patches) aimed at investigating the willingness, capacities and possibilities of private actors to adapt to the climate change. Winter tourism was chosen as research field, as many private actors, such as hoteliers, B&B accommodation providers, restaurant owners and lift operators, play a decisive role in shaping the regional tourism and actively set measures that can lead to a positive or negative adaptation to climate change. Furthermore, climate change applies a high pressure on winter tourism as it is directly dependent on the availability of snow or sufficiently cold temperatures for snow production. Thus, the sensitivity of this sector is classified as high with regard to climate change (APCC 2014). At the same time, winter tourism in Austria is with 52 million skier days per winter season (Vanat 2015) a decisive economic factor that must be preserved. Therefore central research questions are, how private actors perceive climate change, how they inform themselves about climate change and what concrete measures they plan or implement for adaptation.

In the case studies qualitative interviews were conducted in two differently structured skiing areas: in the Skicircus region Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn (Salzburg) as an example for a large ski region in the center of the Eastern Alps and in Annaberg (Lower Austria) as an example of a small skiing resort in an alpine border region. While the ski circus with 270km of slopes and 70 lift facilities is one of the largest ski regions in Austria, the small ski area of Annaberg has 12.5km of slopes and 7 lifts. Annaberg is already beginning to change whereas the Skicircus region is still mainly focused on skiing tourism. This is reflected in the tourism figures. In 2015, Annaberg already recorded almost twice as many guest arrivals in summer as in winter (Statistik Austria 2016). The guests mainly come from Austria and because of the proximity to Vienna (about 115km road distance) and St. Pölten (about 55km road distance) to a large part from these urban regions. The interview partners of Annaberg also already recognized positive effects of climate change: in the hot summer of 2015 many short-term bookings were made by urban residents who wanted to escape the urban heat. The Skicircus region is completely differently structured. Particularly in Saalbach-Hinterglemm the winter season still accounts for 72% of overnight stays (Statistik Austria 2016) and for 80% of the regional value added (according to the interviewed stakeholders). The Salzburg skiing area aims at an international market and competes with other top-skiing resorts worldwide. Thus, the region strives for being one of the largest and most modern skiing areas in Europe and is further expanding the winter tourism sector.

Furthermore, the climatic conditions in the two regions are very different: Annaberg is located at an altitude of 843m (base station) - 1.334m (top station). Today, the climatic prerequisites for natural snow are still satisfactory, but with current snowmaking technologies a loss of snowfall from 25% to 2025 and from 50% to 2050 is predicted (Prettenthaler and Formayer 2011). The Skicircus region lies much higher, at 1,000-2,100m. Therefore, no significant loss of snow is to be expected until 2025. However, after 2025, technological innovations in snowmaking, which are accompanied by a massive use of energy and water, will be needed to compensate for the effects of climate change (Prettenthaler and Formayer 2011). The two case studies show that the tourism stakeholders interviewed (hoteliers, lift operators, restaurant operators, etc.) already perceive the first signs of climatic change - especially in the lower, smaller ski area Annaberg. Here, the interviewees perceive a seasonal shift towards the Easter season and an increase in extreme weather events. In the last 10 years, an accumulation of winter seasons with less natural snow has been observed, which has led to a decline in the number of guests with massive economic impact. In the Skicircus region there are quite similar observations regarding climatic changes in the winter season.

Seite | 8

However, due to the higher altitude, the size of the ski area and of the tourism business, as well as due to a good development of the summer season, negative economic effects could be better cushioned.

In contrast to this individual perception, the interviewed stakeholders are skeptical about studies on climate change. On the one hand, private actors have the impression that the statements of the studies are contradictory or differently interpreted by the respective clients, and on the other hand, they often cannot draw direct conclusions or recommendations meeting their needs. The private stakeholders expressed the desire for region-specific statements and information that is relevant to them and their business planning.

In winter, both regions still have a strong focus on skiing tourism. There are hardly any alternatives offered, only additionally to skiing. Due to the large investments required (lifts, snowmaking equipment, slope preparation equipment, parking lots, etc.) a relatively strong path dependency is given. Thus, the path adopted towards intensive skiing tourism will be continued in the future. In a large skiing area like the Skicircus, the international competition requires that the slopes are perfectly prepared and a top offer (regarding cable cars, chairlifts with heated seats, top gastronomy, high-quality hotels, hundreds of kilometers of slopes, etc.) is provided. While this ensures the quality and competitiveness of the ski area, it has at the same time negative effects on the environment (landscape, water, energy, vegetation) as well as on other (smaller) ski areas that cannot compete with this offer. The dominance of the existing winter tourism often hinders the development and establishment of innovative alternatives towards climate change adaptation. In order to break up these structures, it needs specific support for creative, innovative and sustainable alternatives in regions dominated by skiing tourism. This includes financial support, favorable loans, networks and platforms (exchange with actors from best practice regions, other tourism regions, technology providers, investors, etc.), as well as individual advice and support for alternative projects.

Regarding summer tourism first approaches towards a successful adaptation by expending the summer and autumn tourism can be found in both case study areas - in the smaller skiing area of Annaberg as well as in the Skicircus region, especially in Leogang. Demand is increasing due to external factors, such as a positive trend towards outdoor sports (e.g. hiking, mountain biking, paragliding) or the increasing summer heat in cities, which makes holidays in alpine regions more attractive. Besides, impulses are provided by public actors (e.g. in Annaberg through an exhibition of the province of Lower Austria) as well as private stakeholders. In Annaberg, private actors support the trend towards summer tourism by adapting their offer accordingly. With farm hikes, holiday on the farm, expansion of mountain huts and accommodations directly at the train station for guests arriving by public transport. In Leogang, the summer season became more attractive through the Bike Park Leogang and various events. The study revealed that the private players are already setting initiatives for all year tourism, for business reasons and because of new trends in the demand. A support from the public authorities in the form of summer events, exhibitions, new attractive offers such as nature parks etc. can further promote and accelerate this development.

The study shows that very different factors are relevant for private adaptation compared to public adaptation. This is also reflected in the motives for adapting or, in general, for setting measures. Efficiency, competitiveness and changing demand (higher demands, "summer freshness") are the strongest motives for private stakeholders to invest. Generation change also offers a window of opportunity for positive adaptation. In such cases, individual concerns such as modernization and setting new impulses in the region can also play a role. In both case studies, it was shown that, although the stakeholders perceived climatic change, it was

not a driving force for (adaptation) measures. Indirectly, however, climate change is affecting the private stakeholders - namely, through a changed guest behavior and new trends in demand. In principle, demand was identified as a turning point for positive adaptation measures, such as expansion of summer offers. Due to the higher growth rates in summer and autumn season, a positive indirect adaptation to climate change could be observed in both regions.

However, as not primarily climate change but new trends in demand are perceived by tourism companies, private measures have so far lacked a strategic approach that takes climate change into account. The interviews with the stakeholders have revealed that this mainly results from a lack of alternatives to ski tourism - in the case of large skiing resorts due to the high investments required to maintain their top position (which leads to path dependency) and in the smaller winter tourism regions due to a shortage of resources to make larger investments in the long term. Thus, climate-relevant changes in the two explored tourist regions remain restricted to isolated, individual and step-by-step measures. The conclusion is that strategic support in the region is needed, mainly through intermediary institutions close to the stakeholders, in order to break the path dependency and guide smaller enterprises towards a positive climate change adaptation embedded into a regional strategy. In Annaberg, this role has been taken over by the NÖ BBG (Lower Austrian mountain railways limited holding company), supported by the BIN program ("centres of mountain experience in Lower Austria"). A regional tourism strategy that concentrates all the individual activities in the region and focuses on climate change adaptation can be an important instrument to exploit the potential for private adaptation and to accelerate the establishment of climate-friendly structures. This strengthens individual actors also in regions dominated by skiing tourism and leads to a more efficient use of local resources.

The case studies have shown that private actors are already taking first steps towards a positive climate change adaptation, but rather isolated and not with climate change as a central motive. Therefore, in the future the public sector will have to further support adaptation of private actors in the winter tourism sector. In order to drive this as efficiently and effectively as possible, the viewpoints, motives and possibilities of private stakeholders must be addressed much more intensively than before. For private actors personal impacts and options for action are crucial. Therefore they need individual advice and individually relevant information, preferably through local contact persons with corresponding expertise. In addition, a strategic, forward-looking, regional and transformative approach is required to bring about an optimal adaptation in order to deal with challenges of climate change. Role model effects can also include individual initiatives of front-runner stakeholders and best practice examples that illustrate the feasibility and range of possibilities. For promoting the realization of private adaptation measures, the key factor is that private actors recognize their own benefits for adaptation (e.g. customer wishes, positive image, marketing effects, competitive advantages, lower costs). This can lead to further lighthouse initiative created by private actors which promotes the transition to climate-resilient tourism regions in Austria.

1 Einleitung

Der vorliegende Fallstudienbericht beschreibt die Ergebnisse aus der Fallstudie zur privaten Anpassung im Wintertourismus und deckt damit einen von vier Untersuchungsbereichen ab, die im Zuge des Projektes PATCH:ES - "Private Adaptation Threats and Chances: Enhancing Synergies with the Austrian NAS Implementation" analysiert wurden. Für vier Fallbeispiele (privater Hitzeschutz, privater Hochwasserschutz, Wintertourismus und Landwirtschaft) wurden folgende Forschungsfragen tiefergehend behandelt:

- 1) Inwiefern findet private Anpassung bereits statt? Welche Bereitschaft, Potenziale und Kapazitäten haben private Akteure, um Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel umzusetzen?
- 2) Welche positiven und negativen Auswirkungen haben private Anpassungsmaßnahmen auf andere Bereiche und Akteursgruppen? Gibt es Zielkonflikte mit anderen öffentlichen Politiken bzw. Interessen, wie zu Ressourceneffizienz und Klimaschutz?
- 3) Wie können öffentliche Rahmenbedingungen und Governance die private Anpassung unterstützen und Fehlanpassungen vermeiden?

Im Fallbeispiel „Wintertourismus“ wurden zwei ausgewählte Regionen untersucht, nämlich eine kleine Schiregion, Annaberg (Niederösterreich) und ein großes Schitourismusgebiet, Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn (Salzburg/Tirol). Es wurden Befragungen von privaten Stakeholdern, ihren Interessenvertretern und relevanten Stakeholdern aus dem öffentlichen Bereich durchgeführt. Das Ergebnis der Untersuchungen wird im folgenden Bericht dargestellt.

2 Ziele und Forschungsfragen

Bei der Untersuchung der zwei Schitourismusregionen waren folgende Forschungsfragen leitend:

- Welches Problembewusstsein und welche Wahrnehmungen haben Stakeholder im Wintertourismus (private und institutionelle AkteurInnen) betreffend vergangene und zukünftige Klimaänderungen, Klimawandelfolgen und den Anpassungsbedarf innerhalb des Sektors und in der Region?
- Welche Rolle spielt die Größe des Schigebiets bei der Anpassung privater Stakeholder?
- Was sind der Status quo und die Potenziale privater Anpassung an den Klimawandel im betreffenden Sektor? Welche Anpassungsmaßnahmen werden bereits umgesetzt, sind in Planung oder werden zukünftig präferiert?
- Was sind die Motivationen, Gründe und Einflussfaktoren für die Umsetzung von Anpassungsmaßnahmen bzw. für das Nicht-Handeln? Wie beeinflussen Klima und Klimawandel das private Handeln? Was sind fördernde und hemmende Faktoren für privates Anpassungshandeln?
- Wie ist die Performance der genannten Anpassungsmaßnahmen in Bezug auf fehlanpassungsrelevante Merkmale? Gibt es Hinweise auf maladaptive Handlungspfade und Verhaltensweisen? Gibt es Anpassungsmaßnahmen, die Fehlanpassungsrisiken aufweisen?

- Wie ist das Verhältnis zwischen „privat“ und „öffentlich“ bei der Anpassung in Tourismusregionen (hinsichtlich der Treiber, der Finanzierung, Unterstützung / Beratung, der Umsetzung)? Welche Rolle spielen der öffentliche Sektor und Institutionen bei der Anpassung von privaten Tourismusbetrieben?
- Welche Rolle spielt Anpassung an den Klimawandel im Governancesystem des betreffenden Sektors (Fokus: Thematisierung, Information, Beratung, Unterstützung, Vertrauen, Offenheit) aus Sicht der privaten AkteurInnen und institutioneller Stakeholder? Was funktioniert, was nicht, und aus welchen Gründen? Welche Stärken und Schwächen, Treiber / Erfolgsfaktoren und Barrieren / Defizite lassen sich feststellen?
- Wo, wie und durch wen kann im Kontinuum zwischen privat und öffentlich angesetzt werden, um i) wirksame private Anpassung zu unterstützen und ii) Fehlanpassung zu vermeiden? Welcher Bedarf nach öffentlichen Interventionen (von Seiten Politik, Verwaltung, sektoralen Institutionen) ergibt sich daraus?

3 Klimawandelanpassung im Tourismus

Das Thema Klimawandel ist gerade für den österreichischen Tourismus, der stark mit Natur und landschaftlicher Schönheit wirbt, ein wichtiges Thema. Österreich ist vor allem im Wintertourismus ein Marktführer und liegt mit 52 Mio. Skitagen pro Wintersaison an dritter Stelle weltweit (nach den USA und Frankreich). Gleichzeitig ist der Alpenraum ganz besonders vom Klimawandel betroffen. In Österreich sind seit 1880 die durchschnittlichen Temperaturen um nahezu 2°C gestiegen und ein weiterer Anstieg von 1-2°C wird bis zur Mitte dieses Jahrhunderts erwartet (APCC 2014). Ein Temperaturanstieg von 1°C bis 2030 bedeutet laut aktuellen Studien ein Hinaufwandern der Schneefallgrenze um 150m (Abegg et al. 2007) bis 250m (Steiger und Abegg 2013). Das würde die österreichischen Schigebiete empfindlich treffen, ebenso wie die österreichische Tourismuswirtschaft. Die Sensitivität des Tourismus im Hinblick auf Klimaänderungen wird daher aufgrund der starken Abhängigkeit vieler touristischer Aktivitäten von den vorhandenen Umweltbedingungen generell als hoch eingestuft, besonders im Wintertourismus, der essentiell von der Verfügbarkeit von Schnee abhängig ist (APCC 2014). Deshalb beschäftigt sich die Forschung schon geraume Zeit mit dem Thema Klimawandel und Tourismus, und seit ca. 10 Jahren intensiver mit den möglichen Auswirkungen des Klimawandels auf den (Winter-)Tourismus.

Teich et al. (2007) befassen sich mit der Frage, welche ökonomischen und ökologischen Auswirkungen die technische Beschneigung für die regionale Wirtschaft und die Gästezufriedenheit in Schweizer Wintertourismusorten hat, und liefern damit eine wichtige Basis für die vorliegende Fallstudie. Neben den regionalökonomischen Effekten untersuchen sie das Verhalten der Stakeholder aus der Seilbahnbranche und von Gemeindevertretern in Bezug auf Klimawandel und die ökologischen Konsequenzen von Beschneigung. Die Wertschöpfungsanalyse zeigt deutlich, dass in Wintertourismusregionen wie z.B. Davos die gesamte Wirtschaft vom Wintertourismus profitiert und somit die Kunstschneeproduktion einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor darstellt. Die Gästebefragung zeigt ein differenziertes Bild. Sie verdeutlicht, dass Schneesicherheit bei der Wahl einer Feriendestination ein wichtiger, aber nicht der einzig entscheidende Faktor ist. Aus den Experteninterviews mit lokalen Akteuren aus der Seilbahnbranche und von Gemeinden geht hervor, dass sie sich des Klimawandels bewusst sind, jedoch Beschneigungsanlagen als entscheidende Maßnahme zur Sicherung der Skisaison und zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit sowie als Marketinginstrument im Skitourismus betrachten. Gleichzeitig sehen sie Chancen

in der Stärkung des Sommerangebots und in der Aufwertung ihres Angebots in Richtung Vielfaltigkeit und Qualität. Die ressourcentechnische Bewertung zeigt einen jährliche Energieverbrauch für die Kunstschneeproduktion in den Untersuchungsgebieten Davos, Scuol und Braunwald von 14.000 – 1,7 Mio. kWh, was z.B. in Davos „nur“ ca. 0,5% des gesamten Energieverbrauchs der Gemeinde ausmacht. Der Wasserverbrauch durch die technische Beschneigung ist jedoch, im Verhältnis zum Energieverbrauch und zum gesamten Trinkwasserverbrauch der untersuchten Gemeinden sowie zu anderen touristischen Aktivitäten, beträchtlich (20-35% des gesamten Wasserverbrauchs der Region).

Pretenthaler und Formayer (2011) setzen sich mit der regionalwirtschaftlichen Bedeutung des Klimawandels in österreichischen Tourismusgemeinden auseinander, in dem sie globale Klimamodelle auf die regionale Ebene herunterbrechen und somit Aussagen über die zukünftige Schneesicherheit (Ausfall von Schitagen, natürlicher Schneefall, potenzielle Schneeschmelze etc.) in österreichischen Regionen ermöglichen. Diese Analysen wurden für die Auswahl der Beispielregionen für den Wintertourismus im gegenständlichen Projekt herangezogen.

Das ACRP Projekt CC-Snow II (Strasser et al. 2012) befasst sich mit den Effekten zukünftiger Schneebedingungen für Tourismus und Wirtschaft in Tirol und der Steiermark. Es werden dafür verbesserte Klimamodelle verwendet, um regionalökonomische Auswertungen aufgrund zu erwartender Veränderungen in der Schneesicherheit durchzuführen. Untersuchte Schigebiete liegen in Schladming und Kitzbühel. Bei den Berechnungen zeigt sich ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen Schneehöhe und Zahl der Tagesgäste. Die Bandbreite zwischen den drei untersuchten Schigebieten ist relativ groß. Zwar würden alle Gebiete Einbußen ohne künstliche Beschneigung verzeichnen, die Spanne liegt allerdings zwischen -17% bis -70%. Trotz steigender Beschneigungskosten aufgrund veränderter Klimabedingungen zeigen die Berechnungen, dass es für Wintertourismusgebiete rentabel ist, in Beschneigung zu investieren.

ADAPT.AT (Bednar-Friedl et al. 2013) konzentriert sich auf Klimawandelanpassung in den Bereichen Landwirtschaft und Tourismus und die sich daraus ergebenden ökonomischen Effekte. Es werden dafür hochaufgelöste Klimawandelsimulationen aus 4 regionalen Klimamodellen herangezogen und mit einem allgemeinen Gleichgewichtsmodell gekoppelt. Auch in diesem Projekt werden die Anpassungsmöglichkeiten im landwirtschaftlichen und im Tourismussektor beleuchtet. Die Auswertungen zeigen, dass sich bis 2050 die Klimawandeleffekte vor allem im Wintertourismus massiv auswirken werden. Dafür werden 4 Typen von Tourismusregionen differenziert. Die zwei Typen, die entweder hohe Wintertourismusintensität aufweisen oder Sommertourismus haben, aber dennoch auch den Wintertourismus als wichtige Einnahmequelle brauchen⁵, werden am stärksten vom Klimawandel betroffen sein. Die in ADAPT.AT entwickelten Tourismustypen wurden in diesem Projekt weiterverwendet und dienten als Grundlagen zur Auswahl der Fallbeispielregionen.

Steiger und Abegg (2013) befassen sich mit der Sensitivität österreichischer Schigebiete gegenüber Klimawandel. Sie beziehen sich dabei auf das Paper von Abegg et al. (2007) und nehmen eine Evaluierung und Verbesserung vor. Es wird mit Hilfe eines Modells (SkiSim 2.0) genauer berechnet, wie sich die Temperatur (und Niederschlags-) Veränderungen auf 228 österreichische Schigebiete auswirken werden. Dabei verstärken sich durch Berücksichtigung dieser kleinräumigeren Prognosen und einer stärkeren Auswirkung des

⁵ Die Betroffenheit ist deshalb in diesen Mischregionen am höchsten, da dort die Schigebiete meist nicht sehr hoch liegen.

Temperaturanstiegs auch in höheren Lagen die negativen Effekte auf die natürliche Schneesicherheit. Sie kommen zu dem Schluss, dass der (österreichische) Wintertourismus vom Klimawandel durch zurückgehende Schneesicherheit, erhöhtem Bedarf an Kunstschnee und geringeren Möglichkeiten, diesen zu produzieren, betroffen sein wird. Es werden alle Schigebiete betroffen sein, geringste Vulnerabilität zeigen allerdings Gebiete in hohen Höhenlagen in Tirol und Salzburg. Die Zahl der Schigebiete, die auch in Zukunft als schneesicher bezeichnet werden können, ist laut diesen Berechnungen niedriger als bei Abegg et al. (2007). Der Einsatz von Schneekanonen zur Erzeugung künstlichen Schnees wird daher noch mehr an Bedeutung gewinnen. Die Konsequenzen hinsichtlich der damit verbundenen Kosten, aber auch der externen Effektn auf Energie- und Wasserbedarf werden ebenfalls im Artikel diskutiert, gingen jedoch in die Berechnungen nicht mit ein. In der Berücksichtigung dieser Faktoren und einer Verschneidung mit Klimamodellen wird ein zukünftiger Forschungsbedarf gesehen.

Die zukünftige Schneesicherheit österreichischer Schigebiete wird auch in Abegg (2012) untersucht. Er baut auf den Forschungsarbeiten von Steiger und Abegg (2011, 2013) auf. Für die 7 österreichischen Bundesländer mit Schigebieten weist er die natürliche und technische Schneesicherheit der Schigebiete heute und in einer wärmeren Zukunft in 0,5°C Schritten aus. Dabei zeigt sich, dass in Nieder- und Oberösterreich bei einem Temperaturanstieg von 2°C und mehr kaum mehr Schigebiete überleben würden, sich aber auch in traditionellen Schiregionen, wie beispielsweise in Salzburg, die Schigebiete mit natürlicher Schneesicherheit um die Hälfte reduzieren würden (siehe Abbildung 1).

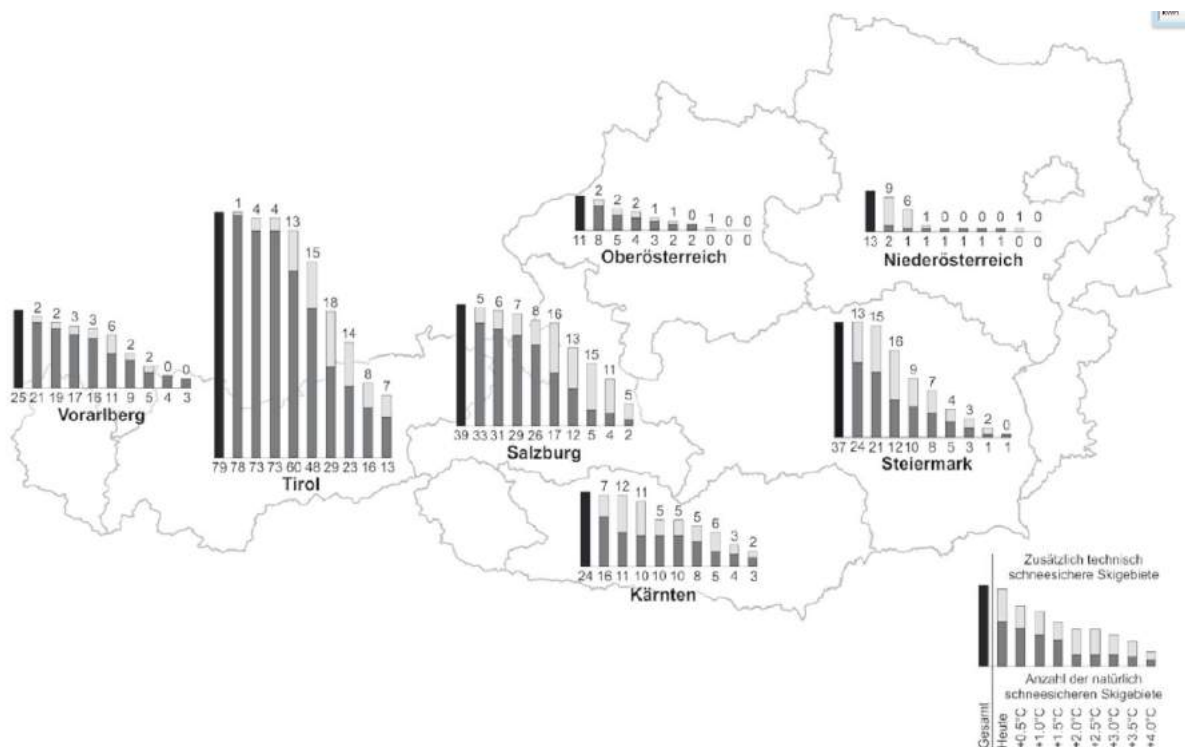


Abbildung 1: Zahl der natürlichen und technisch schneesicheren Skigebiete in den österreichischen Bundesländern (heute und in Zukunft) Quelle: Abegg 2012.

Abegg legt ein spezielles Augenmerk auf die klimatischen Voraussetzungen für künstliche Beschneigung und die Konsequenzen von zunehmendem Beschneigungsbedarf für Wasser- und Energieverbrauch sowie damit verbundene Kosten. Damit stellt sich auch die Frage

nach der Finanzierbarkeit und der Rolle der öffentlichen Hand. Diese Frage wird im vorliegenden Bericht ebenfalls gestellt und behandelt.

Parallel zu den umfangreichen Forschungsarbeiten fand auch auf politischer Ebene ein Umdenken statt. Klimawandel, Mitigation und Anpassung wurden wichtige Themen in politischen Diskussionen, Dokumenten und Strategien. Den bedeutendsten nationalen politischen Rahmen bildet dabei „Die österreichische Strategie zur Anpassung an den Klimawandel“, in diesem Bericht in weiterer Folge kurz als nationale Anpassungsstrategie bezeichnet (BMLFUW 2012a). Der nationale Aktionsplan (BMLFUW 2012b) gibt folgende Handlungsempfehlungen für das Aktivitätsfeld „Tourismus⁶“:

- (1) Berücksichtigung von Klimawandel in den Tourismusstrategien
→ Handlungsträger: verschiedene Verwaltungsebenen
- (2) Entwicklung von klimaschonenden Anpassungsmaßnahmen auf Basis der Tourismusstrategie
→ Ziel: Verstärkte Bedachtnahme auf Anpassungsmaßnahmen, die bestmöglich zur Senkung der Treibhausgasemissionen beitragen und einen Mehrwert für den Betrieb darstellen
→ Handlungsträger: auch einzelne Wirtschaftstreibende
- (3) Ausarbeitung, Bereitstellung und Verbesserung regionaler Daten als Entscheidungsgrundlage für Anpassungsmaßnahmen
→ Handlungsträger: Alpine Vereine, Destinationen; Schaffung von Datengrundlagen: Bund/Bundesländer

Die Handlungsempfehlungen sind sehr allgemein gehalten, stark auf die Tourismusstrategien der Länder ausgerichtet und bieten wenig direkte Ansatzpunkte für private Akteure. Lediglich die Empfehlung unter Punkt 2 spricht auch direkt einzelne Wirtschaftstreibende an, v.a. um den Ressourcenbedarf (hinsichtlich Energie, Wasserverbrauch, Wassergebrauch, Fläche usw.) zu optimieren. Dafür sollen in den Tourismusstrategien entsprechende Anpassungsmaßnahmen festgeschrieben und Förderungen adaptiert werden (BMLFUW 2012b, S. 111).

Eine Weiterentwicklung der ersten Ansätze aus der nationalen Anpassungsstrategie liefert der Österreichische Sachstandsbericht Klimawandel AAR14 (APCC 2014, S.969). Darin werden die Handlungsempfehlungen der NAS folgendermaßen konkretisiert und ergänzt:

- Förderung einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus: z.B. Mobilität (vorrangig bezüglich Angebot und Erreichbarkeit für Gäste), Beschaffung, Energie (vorrangig für Infrastruktur: Beherbergung, Freizeiteinrichtungen);
- Entwicklung von zusätzlichen Angeboten zum schneegebundenen alpinen Winter(Ski)-Tourismus im Sinne einer Flexibilisierung und Diversifizierung der Angebote in Richtung Ganzjahrestourismus, d.h. Maßnahmen sollten Vor- und Nachsaison stärken;

⁶ Die Österreichische Anpassungsstrategie und der Nationale Aktionsplan wurden zum Zeitpunkt der Berichtslegung überarbeitet. Dabei wurden auch die Handlungsempfehlungen des Aktivitätsfelds Tourismus aktualisiert und ergänzt. Im Zeitraum der Durchführung der Fallstudie bildete die damals vorliegende, vom Ministerrat 2012 verabschiedete erste Fassung der Nationalen Anpassungsstrategie den gültigen Bezugsrahmen.

- Entwicklung von wetter- und saisonunabhängigen Angeboten (unabhängige Produkte), z.B. im Bereich von Bildung, Kultur und Gesundheit;
- Betonung von regionalen Besonderheiten, wie z.B. Kulinarik, Kultur, Handwerk und Landschaft, sowie die Entwicklung von regional spezifischen Lösungen;
- Breitere terminliche Streuung bei den Ferienzeiten zur Entzerrung der zeitlich konzentrierten Tourismusströme;
- Verstärktes Bemühen um neue Zielgruppen (z.B. 50+), die allenfalls auch in der Nebensaison aktiv sein können;
- Entwicklung von innovativen neuen touristischen Produkten, bezogen auf attraktive, nachhaltige Nischenmärkte.

Im AAR14 (APCC 2014) werden Maßnahmen angesprochen, die auch für private Akteure von unmittelbarer Relevanz sind. Inwieweit die unterschiedlichen Anpassungsmaßnahmen von privaten Akteuren bereits angedacht und umgesetzt werden, wurde in diesem Projekt untersucht.

Der erste Fortschrittsbericht zur Anpassung an den Klimawandel in Österreich (BMLFUW 2015) zeigt den Status-Quo der Anpassung auch für den Bereich Tourismus auf. Es wurden dafür Fachleute befragt, wie sie den Umsetzungsstatus der Handlungsempfehlungen für das Aktivitätsfeld Tourismus einschätzen. Überraschend war eine sehr kontroverse Einstufung, was auf eine unterschiedliche Wahrnehmung der Fachleute und regionale Unterschiede hindeutet. Die Untersuchung der Tourismusstrategien von Bund und Ländern sowie von Förderrichtlinien hat gezeigt, dass bereits erste Ansätze der Berücksichtigung von Klimawandelanpassung vorhanden sind, es fehlen jedoch ausdrückliche und konkrete Maßnahmenempfehlungen. Weiters wurde von den Fachleuten relativ einheitlich die Aussage getroffen, dass ein verstärkter Einsatz von Beratungseinrichtungen und Netzwerken zur Verbreitung von Informationen zur Klimawandelanpassung derzeit nicht vorgesehen bzw. bestenfalls erst geplant ist. Im Fortschrittsbericht wurde aber nochmalig die starke Betroffenheit des Tourismus vom Klimawandel betont und anhand von Schneemessdaten von Messstationen in Tirol, Salzburg, Niederösterreich und Steiermark untermauert.

4 Forschungsdesign und -methoden

4.1 Untersuchungsdesign

Am Beginn der Fallstudie zum Tourismus wurde eine Literaturanalyse vorangegangener Projekte und Studien durchgeführt. Diese bilden die Basis für die vorliegende Arbeit. Ihre Auswertungen und Ergebnisse wurden für die Schärfung der Forschungsfragen und die Auswahl der Testgebiete genutzt. Danach erfolgte eine Auswahl von zwei Fallstudienregionen, die möglichst unterschiedliche Tourismusregionen in Österreich abdecken sollten, um so ein differenziertes Bild der Anpassungsmöglichkeiten privater Tourismusakteure zu erhalten. Als die zwei Case Study Regionen festgelegt waren, wurden die institutionellen und privaten Interviewpartner ausgewählt. In den Regionen erfolgte ein Screening potenzieller Interviewpartner anhand einer regionalen Wintertourismus-Stakeholderanalyse und einer dementsprechenden Sekundärforschung. Zusätzlich wurden die institutionellen Interviewpartner, mit deren Interviews zwischenzeitlich begonnen wurde, auf ihre Empfehlungen von interessanten Interviewpartnern befragt. Im Vorfeld der Interviews wurde ein Interviewleitfaden erstellt, der mit allen Projektpartnern diskutiert und

abgestimmt wurde. Letztendlich wurden 16 Interviews mit institutionellen und privaten Stakeholdern aus der Wintertourismusbranche geführt und qualitativ ausgewertet.

4.2 Auswahl der Fallstudienregionen

Eine Literaturrecherche (u.a. Pretenthaler und Formayer 2011, Bednar-Friedl et al. 2013, APCC 2014, ÖHV 2014) lieferte einen Überblick zu verschiedenen Tourismusregionen in Österreich, ihrer regionalklimatischen Situation und zu deren Zukunftsprognosen unter Berücksichtigung regionaler Klimamodelle. Die folgenden Kriterien wurden für die Auswahl von zwei repräsentativen Wintertourismusregionen herangezogen:

- Regionen, die mit deutlichen wirtschaftlichen Einbußen aufgrund von Klimawandel zu rechnen haben
- Hohe Relevanz des Wintertourismus, aber mit Veränderungspotenzial (Sommertourismus, Eventtourismus, Wellness, Seminartourismus, etc.)
- Unterschiedliche Tourismustypen (abgeleitet in ADAPT.AT)
- In zwei unterschiedlichen österreichischen Bundesländern gelegen (da Tourismus Landesangelegenheit)
- Hohe Vulnerabilität gegenüber Klimawandel, geringe Schneesicherheit für die Zukunft zu erwarten
- Schigebiete ohne Gletscher in mittlerer/tiefer Höhenlage (1.500-2000m)
- Nicht nur Tagesgäste, sondern auch Übernachtungen
- Hohe Abhängigkeit von Liftbetreibern und anderen privaten Akteuren wie Hoteliers, Restaurantbesitzern, etc.
- Ein kleines Schigebiet mit privaten Akteuren ohne große finanzielle Reserven und strategischer Ausrichtung sowie ein großes Schigebiet mit großen Unternehmen/Organisationen, starkem Marketing und Interessensvertretern.
- Weiche Faktoren: es sollte eine regionale Tourismusstrategie geben und bereits ein Grundbewusstsein für Klimawandel und Ressourcenschonung.

Basierend auf diesen Kriterien wurden fünf Regionen als potenzielle Fallstudienregionen vorausgewählt:

- (1) Hirschenkogel (Semmering);
- (2) Annaberg, Lackenhof am Ötscher;
- (3) Hinterstoder/Pyhrn-Priel;
- (4) Dachstein-West;
- (5) Saalbach-Hinterglemm.

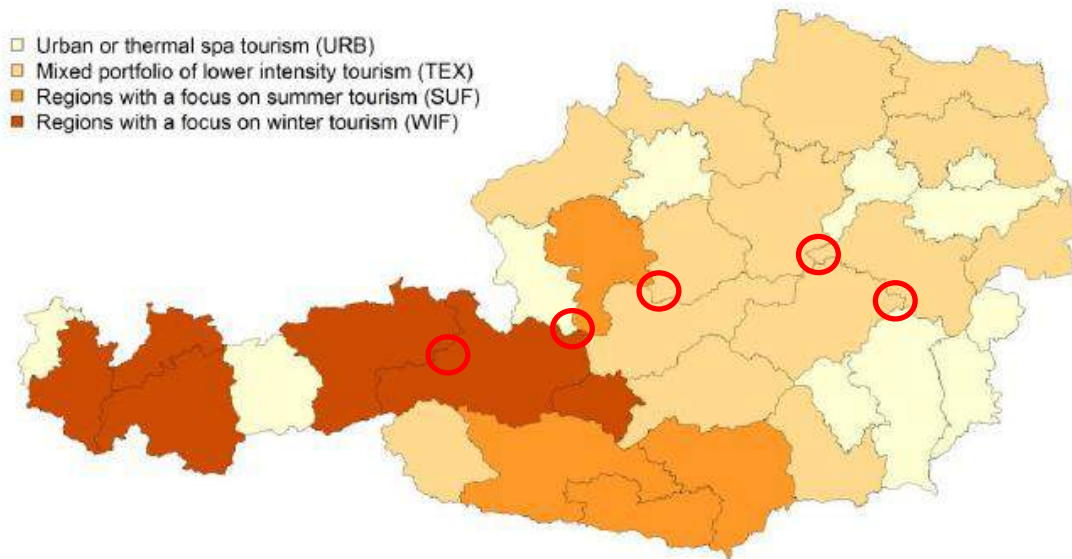


Abbildung 2: Cluster der Tourismusregionstypen aus Adapt.AT, Lage der potenziellen Fallbeispielregionen durch rote Kreise markiert, Quelle: Adapt.AT (bearbeitet)

Nach weiteren Recherchen und internen Diskussionen wurden

- **Annaberg (NÖ)** als eine Region mit einem gemischten Portfolio und geringer Tourismusintensität sowie einem kleinen Schigebiet in niedriger Höhenlage, und
- **Saalbach-Hinterglemm (S)** als eine Region mit starkem Fokus auf Wintertourismus, großen Investitionen und Expansionsplänen sowie hochrangig ausgebauten Schigebieten

ausgewählt.

Für den Wintertourismus in Niederösterreich wurde 2007 eine eigene Klimastudie erstellt (Formayer et al. 2007). Im Zuge der Studie wurden Clusteranalysen durchgeführt. In die erste Clusteranalyse gingen die Variablen absolute Nächtigungszahlen, Anteil der Sommernächtigungen, Anteil der Beschäftigten im Tourismus, Anzahl Seilbahnen und Schlepplifte ein. Dabei wurde Annaberg als Top-Wintertourismusregion ausgewiesen. Für diese Gemeinden wurde aber auch gleichzeitig eine erhöhte ökonomische Verwundbarkeit in Hinblick auf schneearme Winter bzw. ein erhöhter Anpassungsbedarf festgestellt. In der zweiten Clusteranalyse wurde statt der Anzahl der Seilbahnen und Schlepplifte die Höhenerstreckung der Gemeinden herangezogen. Dabei liegt Annaberg im Cluster „Sommer&Winter&Berge“. In diesem Cluster liegen 9 der 15 größten Schigebiete mit hohen Beschäftigungszahlen im Tourismus.

Für Salzburg wurde bereits 2001 eine Studie von Kromp-Kolb und Formayer zum Thema Klimaänderung und mögliche Auswirkungen auf den Wintertourismus in Salzburg durchgeführt. Die Studie baut auf Ergebnissen aus dem IPCC Report 2001 und einer ersten Regionalisierung der globalen Klimamodelle für Österreich auf. Im Rahmen der Studie erfolgte keine weitere tiefgreifende Untersuchung und die Modellgrundlagen haben sich seitdem deutlich verbessert. Trotz dieser Einschränkungen kommen sie bereits vor 15 Jahren zu folgenden grundlegenden Ergebnissen:

- Es liegen mehrere Studien vor, welche zukünftige Szenarien der Schneedeckendauer auch für Salzburg untersuchen. Trotz unterschiedlicher Ansätze und gewissen Schwankungen in den Ergebnissen, lassen alle Studien einen signifikanten Rückgang der Schneedeckendauer erwarten.
- Der Kompensation des Schneeverlustes durch Schneekanonen sind durch die Erwärmung ebenfalls Grenzen gesetzt. Speziell in den Randmonaten März, April und Dezember muss mit Problemen gerechnet werden.

4.3 Auswahl der Interviewpartner

Um einen ersten Einblick zu bekommen, welchen Stellenwert das Thema Klimawandel und Anpassung in der Wintertourismusbranche hat und was die brennenden Fragen sind, wurde mit den Interviews der institutionellen Stakeholder begonnen. Es wurden Interessensvertreter in der WKÖ⁷ Tourismus & Freizeitwirtschaft und im Fachverband der Seilbahnen sowie der Geschäftsführer der österreichischen Hotel- und Tourismusbank befragt. Ein Interview mit dem ÖHV⁸-Präsidenten kam trotz mehrmaliger Anfrage und Terminfixierung nicht zu Stande. In den Interviews mit den institutionellen Stakeholdern wurden bereits die Auswahl der Fallbeispielregionen angesprochen und Empfehlungen für lokale private Interviewpartner eingeholt. Zusätzlich erfolgte in den Regionen ein Screening potenzieller Interviewpartner durch Internetrecherche. In den Regionen wurden jeweils 6-7 lokale Stakeholder befragt.

⁷ Wirtschaftskammer Österreich

⁸ Österreichische Hotelierversammlung

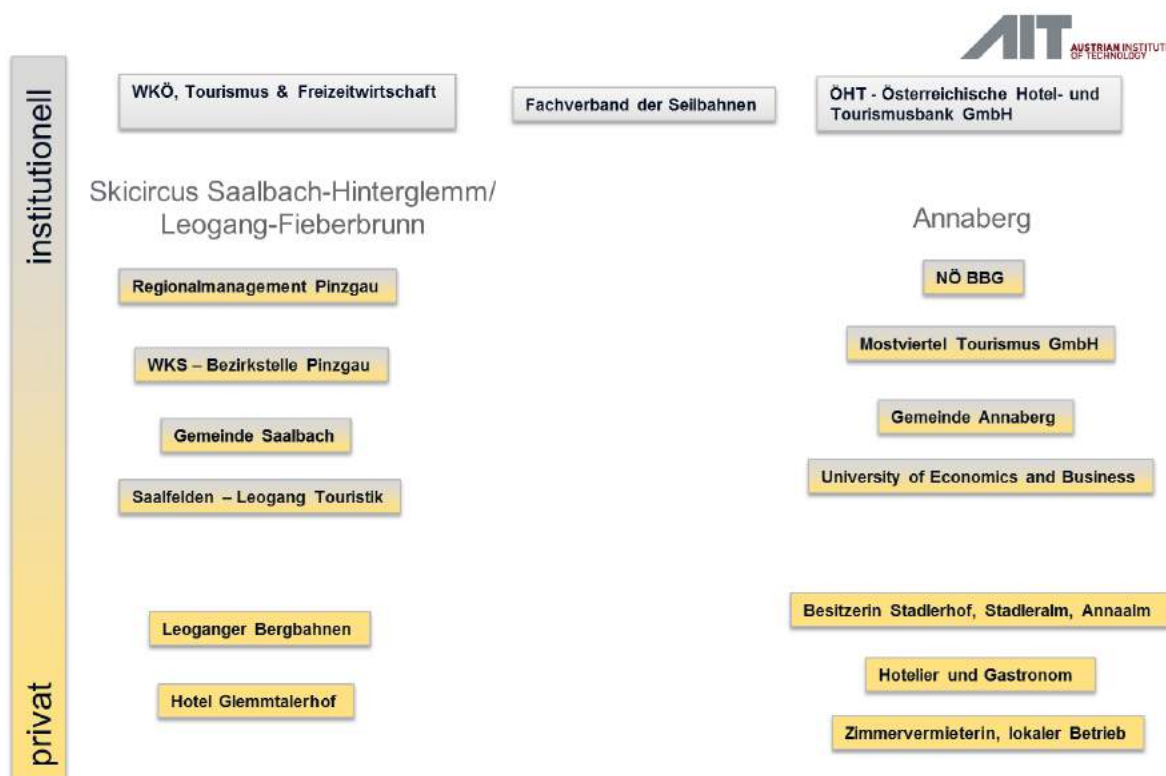


Abbildung 3: Auswahl der institutionellen und privaten Interviewpartner in den zwei ausgewählten Schigebieten. Quelle: eigene Darstellung.

4.4 Qualitative Experteninterviews

Die Interviews erfolgten anhand eines Interviewleitfadens (siehe Anhang 8.1 Interviewleitfaden), wurden in Wien, Annaberg und Saalbach-Hinterglemm-Leogang geführt und dauerten zwischen 45 und 90 Minuten. Die Interviews wurden protokolliert und inhaltlich zusammengefasst.

5 Ergebnisse und Diskussion

5.1 Beschreibung der Case Study Regionen

Es wurden bewusst zwei sehr unterschiedliche Schigebiete ausgewählt, was sich auch in den touristischen Kennzahlen widerspiegelt. Das Schigebiet Saalbach-Hinterglemm-Leogang, zu welchem seit der Wintersaison 2015 auch das Skigebiet Fieberbrunn gehört, umfasst mehrere Gemeinden, wobei Saalbach-Hinterglemm die stärkste Tourismusgemeinde mit Fokus auf Wintertourismus ist. Saalbach-Hinterglemm verzeichnete in der Wintersaison 2014/2015 275.600 Ankünfte, davon 79% Ausländer. Der Sommer ist signifikant schwächer und bringt nur 46% der Ankünfte der Wintersaison. In Leogang sind die Saisonen ausgeglichener, wenn auch im Vergleich zu Saalbach-Hinterglemm auf deutlich niedrigerem Niveau. In Annaberg konnten im Sommer 2015 bereits deutlich mehr Ankünfte als im Winter 2014/2015 verzeichnet werden. Annaberg ist auch viel stärker auf das

österreichische Gästesegment ausgerichtet. Im Winter lag der Anteil der ausländischen Gäste bei 23%, im Sommer nur bei 7%.

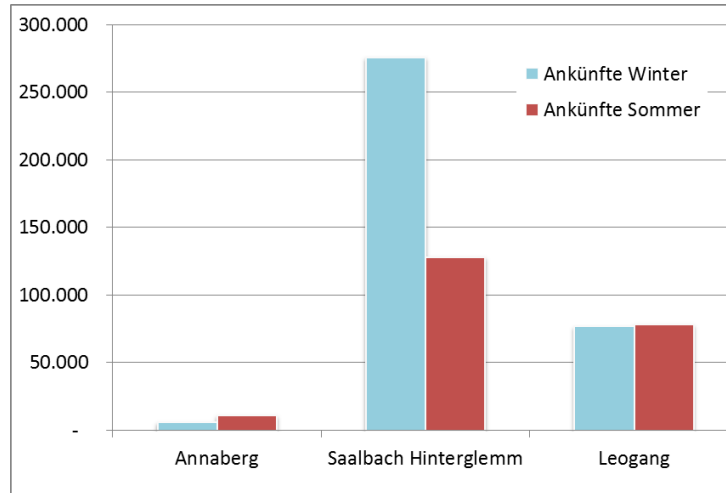


Abbildung 4: Ankünfte in der Winter- und Sommersaison 2015 in den ausgewählten Wintertourismusgemeinden. Quelle: Ankunfts- und Nächtigungsstatistik der Statistik Austria 2015, eigene Darstellung.

In Saalbach-Hinterglemm bleiben die Gäste am längsten, im Schnitt 5,2 Nächte, Ausländer tendenziell ein wenig länger. In Leogang ist die Übernachtungsdauer mit 4,3 Nächten ungefähr einen Tag kürzer, in Annaberg übernachteten die Gäste im Schnitt 3,1 Nächte im Winter und 2,5 Nächte im Sommer. Grundsätzlich bleiben die Gäste in der Wintersaison ein wenig länger als im Sommer.

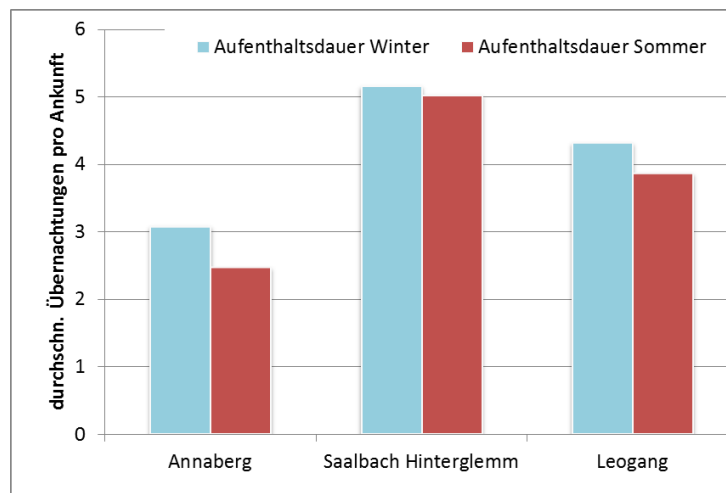


Abbildung 5: Aufenthaltsdauer (Nächte) in der Winter und Sommersaison 2015 in den ausgewählten Wintertourismusgemeinden. Quelle: Ankunfts- und Nächtigungsstatistik der Statistik Austria 2015, eigene Darstellung.

Die Bettenauslastung ist im Winter in der Schiregion Saalbach-Hinterglemm-Leogang mit ca. 46% deutlich besser als in Annaberg mit knapp 17%. Im Sommer kann Annaberg mit 28%

eine bessere Auslastung erzielen als Saalbach-Hinterglemm mit 24% Leogang weist aufgrund seiner ausgeglicheneren Saisonen auch im Sommer eine Auslastung von 38% auf.

Den höchsten Anteil an privaten Betten hat Leogang mit 45% im Winter und 44% im Sommer. Annaberg bietet nur 10% private Betten, Saalbach-Hinterglemm 16% an. Die größten Beherbergungsbetriebe sind in Saalbach-Hinterglemm mit durchschnittlich 32 Betten pro Betrieb zu finden. Annaberg hat durchschnittlich 20 Betten und Leogang nur 14 Betten pro Beherbergungsbetrieb.

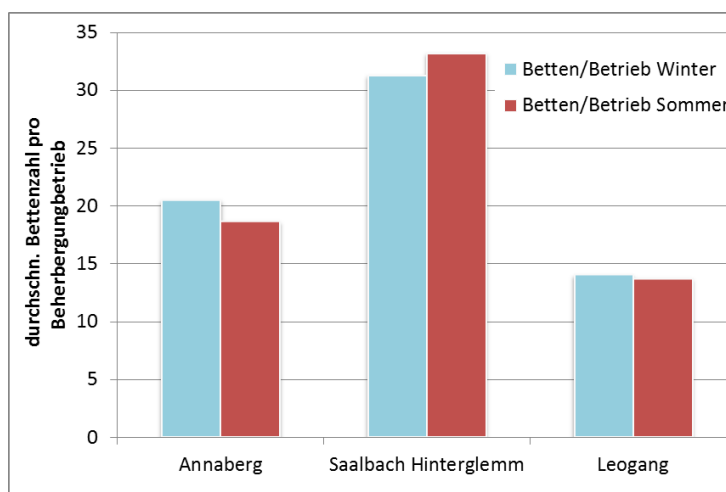


Abbildung 6: Betten pro Beherbergungsbetrieb in der Winter- und Sommersaison 2015 in den ausgewählten Wintertourismusgemeinden. Quelle: Ankunfts- und Nächtigungsstatistik der Statistik Austria 2015, eigene Darstellung.

Dies zeigt bereits, dass die Gemeinden sehr unterschiedlich strukturiert sind. Der doch hohe Anteil an gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit größerer Bettenzahl in Annaberg deutet darauf hin, dass (zumindest in der Vergangenheit) eine Nachfrage von kurzzeitig größeren Gästeströmen vorhanden ist, wohingegen private Zimmervermietung kaum (mehr) angeboten wird. Leogang bietet tendenziell und im Gegensatz zu Saalbach-Hinterglemm nicht die großen Hotels mit vielen Betten, sondern stärker private Zimmer und Ferienwohnungen an. Dadurch ist auch die Zahl der Betten pro Beherbergungsbetrieb geringer. In Saalbach-Hinterglemm sind vor allem gewerblich geführte Hotels und ähnliche Betriebe anzutreffen, die mit einer entsprechend großen Bettenzahl ausgestattet sind. Das entspricht auch aufgrund der großen Gästeströme vor allem im Winter den Erwartungen.

5.1.1 Annaberg

Annaberg ist ein kleineres Schigebiet in Niederösterreich, das für Gäste aus Wien auch für einen Tagesausflug gut erreichbar ist. Das Schigebiet der Annaberg-Lifte bietet 20 km Abfahrten und ist mit 2 Vierersesselliften mit Förderbandeinstieg, einem Doppelsessellift, 4 Schlepperliften und einem überdachten Förderband ausgestattet.



Abbildung 7: Pistenplan Annaberg. Quelle: Annabergerlifte.at

Das Schigebiet liegt auf 768-1.334 m, ist also ein niedrig gelegenes Schigebiet, mit kontinentalem Klima-Einfluss. Annaberg kann im Frühwinter (die kritischste Zeit für den Wintertourismus) bereits ab einer Höhe von etwa 1.000 m mit einem gesicherten Schneedeckenaufbau und guten Voraussetzungen für künstliche Beschneigung rechnen (Prettenthaler und Formayer 2011). Zur Abschätzung der Auswirkungen von lokalen Klimaszenarien können die Modellberechnungen von der Nachbarregion Mariazell herangezogen werden. Die Bürgeralpe im steirischen Mariazell befindet sich in einer ähnlichen Höhenlage (868-1.267 m) und ist ca. 13km (Luftlinie) von Annaberg entfernt. Die Modellberechnungen erlauben für Mariazell die Schlussfolgerung, dass mit der derzeitigen Technologie um 2025 im Mittel mit einem Ausfall von 25% der potentiellen Schitage und um 2050 bereits mit einem Ausfall der Hälfte der Schitage zu rechnen sein wird. Nur eine höhere Beschneigungsintensität und/oder der Einsatz von anderen Technologien können bis 2050 für ausreichend Schnee sorgen. Es muss jedoch mit einem hohen Aufwand an Wasser und Energie gerechnet werden, da die Schneedecke während der gesamten Saison zwischendurch immer wieder neu aufgebaut werden muss (Prettenthaler und Formayer 2011). Es ist davon auszugehen, dass die Szenarien für Annaberg ähnlich ausfallen.

Winter (DJF)		Weihnachten		Ostern
90 %	Seehöhe bei der 50 % des Niederschlags als Schnee fallen	90 %	50 %	Anteil Schnee am Niederschlag auf 1.000 m
1.101 m	323 m	1.255 m	436 m	76 %

Quelle: BOKU – Institut für Meteorologie, eigene Berechnung

Abbildung 8: Kenngrößen für den Anteil von Schnee bzw. Regen am Gesamtniederschlag für unterschiedliche Perioden in Mariazell. Quelle: Prettenhaler und Formayer 2011.

Annaberg ist eines der 9 niederösterreichischen Bergerlebniszentren⁹, in denen touristische Entwicklung gezielt durch die NÖ BBG¹⁰ gesteuert und koordiniert werden soll.

5.1.2 Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn

Der Skicircus Saalbach-Hinterglemm/Leogang ist ein Wintersportgebiet im Salzburger Land. Er erstreckt sich auf beiden Talseiten über die Berge des Glemmtals und wird durch eine Verbindung nach Leogang ergänzt. Da das Gebiet rund um das Tal und die Gemeinde Saalbach-Hinterglemm angelegt ist, wurde der Begriff „Skicircus“ gewählt. Das Gebiet gehört zu den Kitzbüheler Alpen. Höchste Erhebung im Norden ist das Spielberghorn (2.044 m), im Süden der Hochkogel (2.249 m). Als Hausberg gilt der Schattberg (2.097 m). Das nächste größere Zentrum ist das rund 20 Straßenkilometer entfernte Zell am See.

Zum Ski- und Snowboardfahren können 270 km Pisten befahren werden. Dazu gibt es noch eine Flutlichtpiste. Es gibt 10 Kilometer gespurte Loipen mit einer Höhenloipe, Eislaufplätze sowie Rodelstrecken mit Flutlicht und eine Anlage zum Eisstockschießen.

Zur Präparierung der Pisten wurden 12 Speicherteiche für die Beschneiungsanlagen angelegt. Aktuell sind ca. 544 Schneekanonen, 135 mobile Schneekanonen, sowie 248 Schneelanzen installiert. Der Fuhrpark ist mit über 60 Pistengeräten und 30 Skidoos ebenfalls gut bestückt. Im Winter 2014/2015 beförderten die Seilbahnen im Skicircus 24,8 Mio. Gäste bei einer Frequenz von 2,3 Mio. Ersteintritten. Zur internationalen Größe unter den alpinen Wintersportorten wurde Saalbach mit der alpinen Skiweltmeisterschaft 1991. 30 Jahre danach will die Region nochmals eine Ski-WM 2021 ausrichten und bewirbt sich dafür als österreichischer Vertreter.

⁹ Programm „Bergerlebnis in Niederösterreich (BIN)“

¹⁰ Niederösterreichische Bergbahnen-Beteiligungsgesellschaft m.b.H. (NÖ BBG)



Abbildung 9: Pistenplan der Skicircus-Region.

Quelle: <https://www.saalbach.com/de/winter/skigebiet/pistenplan> (abgefragt am 29.1.2017)

Im Zuge des Zusammenschlusses mit dem Skigebiet Fieberbrunn führt eine neue Bahn namens TirolS von der Talstation der Gondelbahn Reckmoos-Süd in Fieberbrunn auf den Reiterkogel zwischen Saalbach und Hinterglemm. Fieberbrunn investierte dafür rund 20 Mio. Euro, und stellte den Baugrund für die Bergstation der Bahn zur Verfügung. Weitere Investitionen für den Zusammenschluss (unter anderem auch eine mögliche Erweiterung und Verbindung hin zur Schmittenhöhe) werden ein geschätztes Investitionsvolumen von 25 Millionen Euro erfordern. Durch den Zusammenschluss ist der Skicircus nun mit 270 Pistenkilometern und 70 Lifтанlagen nicht nur das größte, sondern auch eines der abwechslungsreichsten Skigebiete Österreichs. Die Verbindung erfolgt über die länderübergreifende 10er-Umlaufgondelbahn „TirolS“ von Fieberbrunn auf den Reiterkogel in Saalbach Hinterglemm.

Das Wintertourismus-Gebiet Skicircus Saalbach Hinterglemm/Leogang präsentiert sich mit einer enormen Weitläufigkeit des Skigebiets und jeder Menge Zusatzangeboten wie Snowparks, SkiMovie-, Speed- und Rennstrecken, Flutlichtpisten und Snow Trails, einer hohen Hüttdichte sowie Après-Ski-Angeboten. Fieberbrunn wiederum ist als weitläufiges Freeride-Gebiet bekannt.

Seit dem Jahr 2000 wurden über 390 Mio. Euro investiert und allein in der Saison 2015/16 wurden mit über 47 Mio. Euro folgende Investitionen unternommen: TirolS von Fieberbrunn nach Saalbach Hinterglemm, eine moderne 10er-Kabinenbahn, Bernkogel 6er-Sesselbahn in Saalbach, eine moderne Bahn mit Sitzheizung und „Bubbles“, Fertigstellung des Polten Speicherteichs mit 83.700m³ Fassungsvermögen, Natural Freeride Parks, Fahrzeuge, Pistenraupen, Beschneiungsanlagen und Pistensanierung.

Das Sommerangebot der Region wurde besonders in den letzten Jahren erweitert und umfasst Familienurlaube, Wanderrouten und eine Vielzahl an Möglichkeiten für Aktivsportler, wie Rad- & Laufstrecken. Besonders fahrradaffine Urlauber kommen in der Region auf ihre Kosten, da diese eine Vielzahl an Möglichkeiten bietet, sich im Sommer mit dem Fahrrad fortzubewegen. Hierzu zählen: 400 km markierte Mountainbikerouten, 120 km E-Bike Touren, 720 km Rad & Bike Netz in der Region, Anbindung an den Tauernradweg, 5 Bergbahnen für den Biketransport (ca. 4000 Höhenmeter), Cross Country Marathonstrecke bzw. halb Marathon, Single Trails, Downhill, Freeride, Dirt Park, Northshore Trails, Trainings Parcours, Verbindung mit Bikepark-Leogang, viele Bike-freundliche Hütten, kostenlose Panoramakarte, 3D Bikekarte im Internet, die bike'n soul Hotels, täglich geführte Biketouren, Fahrtechnik Kurse.

Veranstaltungen gehen in der Saison Hand in Hand mit den thematischen Schwerpunkten in der Region. Aus diesem Grund gibt es eine große Bandbreite an Veranstaltungen, die sich über das gesamte Jahr ziehen. Diese reichen von Fahrradsport bis zum Jazz Festival in Saalfelden.

Die folgenden Kapitel basieren auf den Aussagen in den Interviews mit den privaten Stakeholdern. Die Interviewpartner sind aus Abbildung 3 ersichtlich. Es waren dies Hoteliers, Zimmervermieter, Gastronomen und Liftbetreiber. Ergänzend dazu wurden mit Vertretern der Wirtschaftskammer, des Fachverbands, der ÖHV und ÖHT, Regionalmanagern und Gemeinderepräsentanten Interviews geführt. Wörtlich wiedergegebene Aussagen sind unter Anführungszeichen gesetzt.

5.2 Beobachtete und erwartete Klimaveränderungen

Klimaveränderungen werden von privaten Akteuren in beiden Schigebieten wahrgenommen, v.a. eine Verschiebung des Beginns der Wintersaison. Im tiefergelegenen, kleineren Schigebiet Annaberg werden auch in naher Zukunft weitere Klimaveränderungen erwartet.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

In der Wahrnehmung der befragten Akteure gab es in den letzten 10 Jahren vier „schlechte“ Winter, aber diese konnten wirtschaftlich relativ gut abgedeckt werden, da das Sommerangebot sehr gut angenommen wird. Des Weiteren überlagern sich die Winter- und die Sommersaison immer mehr. Letztes Jahr war sogar ein Parallelbetrieb – MTB-Downhill bis zur Mittelstation und dann Skisport bis zur Bergstation – möglich, der wahrscheinlich klimabedingt kein Einzelfall bleiben wird. In den letzten Saisonen war die Schneesicherheit oft erst nach Weihnachten gegeben, aber dafür gibt es Schnee oft bis nach Ostern. Es hat sich aber eingebürgert, dass die Wintersaison mit Ostern endet. In Zukunft erwartet man eine weitere Verschiebung zugunsten des Sommers.

Annaberg

Beobachtete Klimaänderungen: Klimaveränderungen werden wahrgenommen und wurden wie folgt genannt: Der Schnee kommt später, die Saison hat sich nach hinten verschoben. Dafür sind die Wetterereignisse intensiver und die Wetterkapriolen werden stärker. Die Ausgeglichenheit fehlt. Als Beispiel wurde genannt, dass es 2014 so feucht war, dass die Wiesen nicht gemäht werden konnten, es dafür 2015 wieder zu trocken war.

Mehrere Interviewpartner hatten die Wahrnehmung, dass die Schneemenge zurückgeht. Sie beobachten heute Extreme, die es „früher nicht gegeben“ hat. Während der letzten 10 Jahre waren sowohl die schneestärksten als auch die schneeärmsten Winter zu finden. Grundsätzlich sagt man in der Branche, dass ein schneeärmer Winter alle 10 Jahre verkraftbar ist. Die Wintersaison 2005/06 war besonders schlecht, dann war es wieder besser, 2013/14 war ebenfalls ein schlechter Winter, d.h. selbst für maschinelle Beschneigung war es zu warm. In der Saison 2013/14 gab es von November bis Dezember Schnee, aber danach kamen keine nennenswerten Schneemengen dazu. Dadurch gingen über 50% der Umsätze verloren. 2014/15 war ebenfalls kein besonders gutes Jahr: es gab einen Komplettausfall im Dezember, dafür war danach eine gute restliche Saison. Februar 2015 war einer der stärksten Monate. Fazit: innerhalb der letzten 10 Jahre, 2005-2015, gab es in Annaberg 3 negative Jahre, was über dem verkraftbaren Schwellenwert liegt.

Für den Sommer hat der Klimawandel in Annaberg eher positive Auswirkungen. Der Sommer wird wärmer, aber auch niederschlagsreicher. Es wird nicht übers ganze Jahr über wärmer, sondern die Temperaturspitzen schwanken eher. Im Herbst gibt es in Annaberg generell eine eher stabile Wetterlage. Im Frühling ändert sich das Wetter hingegen relativ rasch. Die Übergangszeiten sind kürzer: es kann sein, dass Anfang Mai noch Schnee liegt und es Ende Mai 30 Grad hat. Ähnlich wie in der Skircus-Region gaben in Annaberg die Interviewpartner an, dass die Schneesicherheit vor Weihnachten problematisch ist, es dann dafür Schnee bis nach Ostern gibt, der aber keine Gäste mehr bringt. Positiv wird die Entwicklung des Sommertourismus gesehen. Hier wird eine weitere Steigerung der Gästezahlen u.a. durch die Nähe zu Wien und die Zunahme der urbanen Hitzetage erwartet.

Erwartete Klimaänderungen: Hinweis auf Projekt von Robert Steiger zu Klimawandel und wirtschaftlichen Auswirkungen:¹¹ Niederösterreich war an diesem Projekt beteiligt (auch Steiermark über das Stuhleck). Klimaszenarien-Daten wurden dazu regional heruntergebrochen (österreichweit auf 1 km² Raster). Es hat sich gezeigt, dass es in NÖ große regionale Unterschiede gibt. Wichtige Faktoren sind Schneewahrscheinlichkeit zu Weihnachten und die Länge der Schneeperiode/-sicherheit. Das sind ganz wesentliche Informationen für private Akteure, denn davon hängen Investitionsentscheidungen ab.

5.3 Beobachtete und erwartete Auswirkungen des Klimawandels für den Tourismus

5.3.1 Wahrgenommene Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus

¹¹ Hinweis: <http://www.urbanclimate.net/climtour/>

Derzeit kann in beiden Regionen noch viel durch künstliche Beschneung abgefedert werden, und die Auswirkungen sind noch zu gering, als dass eine Abkehr vom Schitourismus stattfinden würde. In der Skicircus-Region Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn erwarten die privaten Stakeholder eine Weiterführung des Schitourismus auf jeden Fall für die nächsten 20 Jahre.

Gleichzeitig wird in beiden Schigebieten eine gute Entwicklung des Sommertourismus wahrgenommen. In Annaberg ist der Sommer bereits die stärkere Saison, und die privaten Akteure investieren bereits vermehrt in den Sommertourismus.

Gehobene Ansprüche der Gäste nach Komfort, guter Gastronomie, Schneesicherheit aber auch nach Natur, Regionalität und Sommerfrische sind die eigentlichen Treiber, die zu Investitionstätigkeiten bei Privaten führen.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Künstliche Beschneung: Die Bergbahnen beschneien 100% der Pisten, und es wird weiter in die technische Infrastruktur investiert.

Schneesicherheit: Die mediale Berichterstattung fällt öfters negativ aus, wenn vor Weihnachten Schneemangel herrscht und von grünen Skipisten die Rede ist. Dabei könnte der Skibetrieb auch nach Ostern (Anmerkung: gelebtes Ende der Wintersaison) weiter aufrecht erhalten bleiben, dies wird aber von den Wintersportlern in dieser Region nicht angenommen.

Sommersaison: Durch den Klimawandel wird eine Aufwertung des Sommertourismus notwendig bzw. es müssen Investitionen für das Sommerangebot mitgedacht werden. In den letzten Jahren kam es deshalb bereits zu einem Split-Betrieb Winter/Sommer bei den Seilbahnen (Wintersport zwischen Mittel- & Bergstation und Sommerbetrieb zwischen Tal- & Mittelstation). Mittlerweile verzeichnen die Bergbahnen mehr Betriebstage im Sommer (~160) als im Winter (~125). Der Sommertourismus verzeichnet in der Region einen rasanten Boom. Die Gründe hierfür dürften die aktuell unsicheren ursprünglich klassischen Urlaubsländer (Tunesien, Ägypten, Türkei, etc.) sein, aber auch die Tendenz hin zum Sport- und Vitaltourismus.

Vom Klimawandel unabhängige treibende Kräfte: Wettbewerbsfähigkeit: Neben der künstlichen Beschneung wird, mit erheblichem technischen Aufwand, versucht, die Qualität zu steigern und die Aufenthaltsdauer der Skigäste in den Liftstationen zu verkürzen. Erklärtes Ziel ist es, trotz geringer Schneesicherheit als Skigebiet bestehen zu bleiben und ähnlich wie Aspen (Colorado) und St. Moritz (Schweiz) das Premium-Segment zu besetzen. Hierfür werden von den Tourismusverbänden jedes Jahr Studienreise für die Betriebe angeboten, welche in die jeweilige Vorzeigeregion führt und dem Wissenstransfer dient.

Annaberg

Künstliche Beschneigung: In der Wahrnehmung der privaten Stakeholder ist aufgrund der künstlichen Beschneigung Annaberg heute schneesicherer als früher.

Sommersaison: Der Sommertourismus entwickelt sich gut. Bei so einem heißen Sommer wie 2015 gibt es viele kurzfristige Buchungen von Leuten (v.a. aus der Stadt), die der Hitze entfliehen wollen. Die Entwicklung des Sommertourismus wird positiver gesehen als jene des Winters. Dazu sind auch vermehrte Investitionen für den Sommertourismus getätigt worden: Reiten, Pilgern, Urlaub am Bauernhof.

Alternativangebote sind wichtig. Die privaten Akteure überlegen bereits Initiativen zu starten, um Alternativen zum Skifahren anzubieten, und es werden auch bereits bewusst Maßnahmen gesetzt: Rodelbahnen (bereits im Gespräch), Pferdeschlittenfahrten, Eislaufen auf Teich. Annaberg ist auf österreichische Familien ausgerichtet. Schitouren werden immer mehr, dazu ist auch ein Projekt angedacht. Weitere Alternativangebote sind: Wanderungen mit Schneeschuhen und Langlaufen („Soft“-Wintertourismus).

Abkehr vom Schitourismus: Laut Prognosen wird 2030 im niederösterreichischen Alpenvorland nur mehr das Hochkar schneesicher sein. Wenn man auf die letzten 10 Jahre zurückblickt, gab es „fette und magere Jahre“, allerdings sind die „fetten Jahre“ laufend weniger geworden. Das merken auch die Interviewpartner. Auf Betriebsebene fallen immer mehr Betriebe aus und sperren zu.

Vom Klimawandel unabhängige treibende Kräfte: gehobene Gästeansprüche und betriebswirtschaftliche Aspekte: Meist sind große Investitionen nötig, die auf 20 Jahre und mehr gerechnet werden. Dafür müssen private Investoren wissen, welche Schneesicherheit in 20 Jahren in Annaberg zu erwarten ist. Die Investitionen sind heutzutage deutlich höher, denn die Gäste haben gehobenere Ansprüche und wollen mehr Komfort und Sicherheit, was zu größeren Investitionen führt und eine gute Kalkulation erfordert. So wird zum Beispiel erwartet, dass die Parkflächen keine Schotterflächen sind, sondern asphaltiert sind, was mit hohen Kosten verbunden ist. Auch die Qualität der Hotels und Gastronomie muss stimmen, da der Gast entsprechende Angebote in der Region erwartet. 4-Stern ist bereits Standard, um konkurrenzfähig zu sein.

Große Veränderungen sind daher in kleineren Schigebieten wie Annaberg nicht nur aufgrund des Klimawandels, sondern auch aufgrund geänderter Gästeansprüche nötig. Es stimmen die Konzepte und die Marktfähigkeit nicht mehr, und das macht sich auch in einem Rückgang der Übernachtungen und damit der Betten bemerkbar, was auf Annaberg laut Aussagen der Bürgermeisterin ebenfalls zutrifft.

5.3.2 Risikowahrnehmungen und Erwartungen zu zukünftigen Auswirkungen des Klimawandels auf den Sektor und das Handeln privater Akteure

In beiden Schiregionen erwarten die privaten Akteure zwar bis zu einem gewissen Grad, dass der Klimawandel Auswirkungen auf den Schitourismus haben wird, doch das beeinflusst nicht direkt ihr Handeln. Stärkeren Einfluss haben Veränderungen in der Nachfrage (z. B. „Sommerfrische“ in Annaberg, Mountainbiken in Leogang), die dazu führen, dass die privaten Akteure zumindest indirekt auf den Klimawandel reagieren.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Investitionsverhalten: Es werden aktuell keine neuen Pisten projiziert, und die gesamte Branche ist sich bewusst, dass der Wintertourismus ein Verdrängungswettbewerb zwischen Regionen unter deren Schneesicherheit geworden ist. Darüber hinaus wird aber in weitere Speicherteiche investiert, da die künstliche Beschneigung unumgänglich geworden ist und auf den unterschiedlichen Druckniveaus (bzw. Höhenlage der Teiche) Verbesserungspotential durch die gestiegene Entnahme vorhanden ist. Pro Hektar beschneiter Piste sind 3.000 Kubikmeter Wasser erforderlich¹².

Besonders kleinere Betriebe fangen an sich zu spezialisieren und entdecken neue Nischen (Urlaub am Bauernhof, etc.). Der Sommertourismus gilt als Wachstumstreiber in der Region, und besonders die Sportgeschäfte profitieren von dem Boom.

Kosten und Ressourcenbedarf: In den Tiroler Skigebieten werden jährlich mit 90 GWh Strom und einer Wassermenge von 16 Millionen Kubikmeter ca. 40 Millionen Kubikmeter Schnee produziert.¹³ Der Stromverbrauch der künstlichen Beschneigungsanlagen hat sich in den letzten Jahren (Anmerkung: nicht näher spezifiziert) durch technologische Innovationen um 1/3 verringert.¹⁴ Die in Tirol produzierten 40 Millionen Kubikmeter Kunstsnee entsprechen einer 1.500 km langen vierspurigen Autobahnstrecke (Breite 26m), die einen Meter hoch mit Schnee bedeckt ist.¹⁵ Die Produktionskosten belaufen sich etwa auf ca. 3-4 Euro pro Kubikmeter. Laut einer von den Bergbahnen in Auftrag gegebenen Studie würde der Premiumtourist bis zu 70-75 Euro für eine Tageskarte mit geeigneten Winterbedingungen ausgeben.

Risikowahrnehmung: Das Risiko des Klimawandels mit allen einhergehenden Auswirkungen ist sehr wohl in den Köpfen der Unternehmer und handelnden Personen verortet, doch wird es nicht explizit ausgesprochen. Der gängige Tenor bezieht sich auf die Schneesicherheit, welche mit technologischen Maßnahmen für die Zukunft gesichert werden soll.

¹² siehe Aussage in <http://tirol.orf.at/news/stories/2613179>; für 1ha Grundbeschneigung (30cm) werden ca. 1.500 m³ Wasser benötigt.

¹³ <http://tirol.orf.at/news/stories/2613179>

¹⁴ <http://tirol.orf.at/news/stories/2613179>

¹⁵ <http://tirol.orf.at/news/stories/2613179>

Annaberg

Risikowahrnehmung: Klimawandel wird sehr kontroversiell diskutiert. Die Stammtisch-Diskussionen gehen in die Richtung, dass der Klimawandel nicht stattfindet. Andere sind der Meinung, es ist besser „man tut etwas als man tut nichts“, egal ob es nur ein Einzelwetterereignis ist oder tatsächlich eine Veränderung des Klimas.

Beweggründe: Klimawandel ist nach Aussagen der Interviewpartner nicht das vorrangige Thema in Annaberg. Umweltbewusstes Handeln, wie beispielsweise der Verzicht auf das Auto, ist aufgrund der dispersen Siedlungsstrukturen und schlecht ausgebauter öffentlicher Verkehrsinfrastruktur schwierig. Beweggrund für die Aufgabe mancher Pensionen war nicht die Angst vor Veränderungen durch den Klimawandel, sondern veraltete Ausstattung und fehlende Investitionsmittel für eine Modernisierung.

Die privaten Akteure werden zwar über Nachhaltigkeitskonferenzen und Veranstaltungen von Interessenvertretern zum Thema Klimawandel informiert, aber sie stehen mit dem Rücken zur Wand. Sie haben kein großes Investitionsvolumen und sehen keine Alternativen. In Annaberg tätigen Private nur mehr vereinzelt Investitionen. Große Investitionen kommen von der NÖ BBG. Diese fließen zwar auch noch in Winterinfrastruktur (Förderband, Speicherteich), sind aber langfristig auf den Ganzjahrestourismus (JUFA-Hotel) ausgerichtet.

Einzelmaßnahmen von privaten Akteuren könnten in Annaberg keine vergleichbaren Impulse wie die NÖ BBG setzen. Ohne Landesgesellschaft (unterstützt durch die BIN¹⁶-Zentren) würde auch die strategische Ausrichtung auf den Ganzjahrestourismus fehlen.

Nachfrage als Treiber: Die Privaten passen sich nicht aufgrund der bewussten Wahrnehmung von klimatischen Veränderungen, sondern aufgrund veränderter Nachfrage an. Früher war lange Zeit der Sommertourismus vor dem Wintertourismus, dann war der Wintertourismus stärker als der Sommer, und jetzt dreht es sich wieder um. Laut Statistik Austria gibt es im Sommer bereits mehr Übernachtungen als im Winter (siehe Kapitel 5.1).

¹⁶ Bergerlebnis in Niederösterreich

5.4 Klimawandelanpassung durch private Tourismusakteure

5.4.1 Anpassungsmaßnahmen

Die folgende Abbildung gibt einen groben Überblick über die von den Interviewpartnern genannten Anpassungsmaßnahmen in den beiden untersuchten Schigebieten. In beiden Schigebieten werden sehr viele Maßnahmen gesetzt, um die Schneesicherheit zu erhöhen. Dazu zählen vor allem Maßnahmen für künstliche Beschneigung (mehr und effizientere Schneekanonen, Speicherteiche), aber auch Relief- und Pistenkorrekturen sowie Schneedepots.

In der Skicircus-Region wird außerdem massiv in die Attraktivitätssteigerung mittels Events und durch Ausbau der Schilifte und Hotellerie investiert.

In Annaberg erfolgte eine einmalige, für die lokalen Verhältnisse riesige Investition in die Verbesserung der Hotellerie durch den Bau des JUFA-Hotels. Diese Investition wurde jedoch nicht durch private Akteure sondern durch die NÖ BBG (bzw. ecoplus) getätigt.

Die Skicircus-Region Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn ist u.a. auch durch den Zusammenschluss der regionalen Schigebiete international wettbewerbsfähig. Somit kann ein extrem attraktives, weitläufiges Schigebiet angeboten werden, das den Gästen hunderte Pistenkilometer mit bestem Liftangebot (Kabinenbahn, Sitzheizung, Wetterschutzhauben) bietet.

Bei den Alternativen zum Wintertourismus bietet Annaberg bereits ein relativ breites Angebot im Sommer- und Wandertourismus. Zwar nutzt auch die Skicircus-Region, v.a. Leogang, bereits die Sommersaison, der Schwerpunkt liegt jedoch hinsichtlich Investitionen eindeutig beim Wintertourismus.

	ANNABERG	SKICIRCUS
Schneesicherheit erhöhen		
künstliche Beschneigung		
Pisten- und Schneemanagement		
vertikale Expansion	-	-
Attraktivität durch Ausbau der (wintertourismusbezogenen) Infra/“Supra“struktur erhöhen		
Leistungs-/Kapazitätssteigerung der Schilifte		
Verbesserung des Angebots der Hotellerie, Gastronomie, etc.		
Wintersportveranstaltungen/Events		
Konzentration - Zusammenschluß von Tourismusgebieten		
Erweitertes Angebot an Schiliften/Gondeln/Schischaukeln, etc.	-	
Gemeinsames Marketing, regionale Schikarte		
Risikostreuung durch regionalen Verbund	-	
Alternativen		
Schneeunabhängige Angebote in der Wintersaison		
Ganzjahrestourismus, Erw. Sommerangebot		
Positionierung in Richtung „sanfter“ Winter-/Ganzjahrestourismus		
Verschiebung/Kürzung der Saison	-	-

Gesetzte Maßnahmen

- sehr viele
- einige
- vereinzelt
- keine, trifft nicht zu

Abbildung 10: Überblick zu Anpassungsmaßnahmen in den beiden untersuchten Schigebieten:
Quelle: eigene Darstellung.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Die Wildbachverbauung wird seit den 1980iger Jahren vorangetrieben, und jeder der Speicherteiche fungiert zusätzlich als Rückhaltebecken. Im Gegensatz zu früher werden immer mehr Kooperationen zwischen den Betrieben bzw. mit den Bergbahnen eingegangen. Eine gemeinsame Sommer-Karte (Joker-Karte) oder die Beteiligung an notwendigen Investitionen zur Angebotsdiversifizierung sind hierbei ebenso gemeint, wie die Reduktion von Ausgaben durch ein gemeinsames Bedienstetenhaus. Der Skicircus an sich ist eine Kooperationsplattform, in der die jeweiligen Mitglieder (Seilbahnen bzw. Tourismusverbände) einen übergeordneten Investitionstopf schaffen. Im Gegensatz zu früheren Investitionen muss jegliche Art von Investition ganzjährig betrachtet werden.

Im Skicircus sind fünf Gesellschaften mit einer gemeinsamen Marketing-Abteilung zusammengeschlossen. Der Zusammenschluss mit Fieberbrunn (innerhalb des Skicircus) wurde möglich, da sie ihre Anlagen erneuert haben (Angleichung des Standards und Zusammenschluss der Pisten) und darüber hinaus ein in der Region einzigartiges Freeride-Konzept haben. Auch bei Investitionskosten gibt es seit geraumer Zeit Kooperationen. Investitionskosten sollen künftig vermehrt auf einen Unternehmenspool aufgeteilt, in dem sich 20-30 Betriebe befinden, die alle von den Investitionen profitieren würden (z.B. Sporthandel, Hotellerie). So sind die Sportfachgeschäfte aktuell die größten Nutznießer des steigenden (Rad- und Wander-) Sommertourismus.

Die Anpassungsmaßnahmen geschehen generell bottom-up, da besonders die Tourismusbetriebe sehr kurzfristig denken und nur investieren, wenn Geld dafür vorhanden ist. Früher war es üblich, dass jeder Hausbauer in der Skiregion gleichzeitig Ferienwohnungen errichtete, um Nebeneinkünfte zu lukrieren. Dies ist aufgrund der

Verschiebung in Richtung Premium-Tourismus nicht mehr der Fall, und viele Kleinbetriebe schaffen es entweder, sich eine Nische zu schaffen (z.B. Urlaub am Bauernhof) oder sie geben auf. Bei den größeren Betrieben ist bei vielen der a la carte Bereich weggefallen oder es gibt überhaupt keine Küche mehr. Diese Betriebe kaufen Frühstück zu oder bieten kein Essen an. Grund ist, dass der Koch die teuerste Personalposition im gesamten Betrieb ist, und auch der Kunde jeden Tag auswärts essen möchte.

Schlechte Winter hat es in den Köpfen der handelnden Personen auch früher gegeben, und die Technik der künstlichen Beschneigung macht parallel genügend Effizienz- und Effektivitätssteigerungsschritte, dass man versucht, die Differenz an Schnee in Zukunft auszugleichen. Hangrutschungen und Hochwässer sind, aufgrund der vielen Maßnahmen in den letzten 10 Jahren aktuell kein brennendes Thema. Veränderungen werden besonders von Jahr zu Jahr wahrgenommen (vor allem das veränderte Verhalten der Gäste), aber auf Langzeit-Sicht sind es vor allem die jüngeren Unternehmer, die breiter und ganzheitlicher denken.

Region	Institution	Gruppe	Sub-Gruppe	Objekt / Leistung	Summe	
Skicircuss / Saalbach-Hinterglemm, Leogang	Gemeinde	Infrastruktur	Hochwasser	Wildbachverbauung	24 Millionen Euro in den letzten Jahren	
		Infrastruktur	Freizeit	Erlebnisfreibad	k. A.	
		Infrastruktur	Mobilität	Parkhaus	k. A.	
	Bergbahnen	Allgemein	Allgemein	Allgemein		390 Mio. EUR seit 2000 und 47 Mio. EUR für kommende Saison 2015/16
		Schneesicherheit	Beschneigungsanlage	12 Speicherteiche		ca. 3-4 Millionen EUR pro Teich (inkl. Pumpen, etc.)
		Infrastruktur	Fahrzeuge	30 Skidoos		k. A.
		Infrastruktur	Fahrzeuge	60 Pistengeräte		k. A.
		Schneesicherheit	Beschneigungsanlage	248 Schneelanzen		k. A.
		Schneesicherheit	Beschneigungsanlage	135 mobile Schneekanonen		k. A.
		Schneesicherheit	Beschneigungsanlage	544 feste Schneekanonen		ca. 35.000 EUR pro Stk.
		Event	Sommer	Open Air Kunstaussstellung		k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Bikepark		k. A.
		Infrastruktur	Winter	Effizienzsteigerung in der Beschneigung		k. A.
		Infrastruktur	Winter	Reduktion der Wartezeiten und Beförderungskapazitäten		k. A.
		Service	Sommer	Sommerkarten		Querfinanzierung durch Tourismusbetriebe
Infrastruktur	Winter	10er Kabinenbahn von Fieberbrunn nach Saalbach		Seilbahn (ohne Station): 10-15 Mio EUR		

		Infrastruktur	Winter	Natural Freeride Park	k. A.
		Infrastruktur	Winter	6er Sesselbahn mit Sitzheizung und Bubbles	k. A.
		Infrastruktur	Winter	Pistensanierung	k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Erweiterung der Bike-Trails	k. A.
		Infrastruktur	Winter	Schneedepot	k. A.
	Hotellerie / Unternehmen	Service	Sommer	Angebotserweiterung	k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Fahrradverleih	k. A.
		Infrastruktur	Allgemein	Schwimmbäder	k. A.
		Infrastruktur	Allgemein	Spa-Bereich	k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Kletterpark	k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Golfplätze	k. A.
		Infrastruktur	Sommer	Hochseilpark	k. A.
	Tourismusverband	Service	Allgemein	Qualitätsausbau	k. A.
		Event	Winter	Bewerbung Ski-WM	k. A.
		Service	Unternehmen	Beratung für Betriebseffizienzsteigerung	k. A.
Service		Allgemein	Marketing	k. A.	
Service		Allgemein	technische Tools (Karten, uvm.)	k. A.	
		Event	Allgemein	Veranstaltungen	k. A.

Tabelle 1: Anpassungsrelevante Maßnahmen in der Region Skicircus

Annaberg

Die meisten der Maßnahmen entfallen in Annaberg nicht auf den privaten Sektor, da die Lifte im Besitz der NÖ BBG sind und dadurch alle Pisten-relevanten Maßnahmen in deren Zuständigkeitsbereich liegen. Rein private Maßnahmen beschränken sich auf Ausbau bzw. Verbesserung der Beherbergungsbetriebe und Gastronomie, des Service-Angebots (z.B. Bauernhofwanderweg, Ötscherreichprodukte) und des Marketings (hier allerdings auch stark von Mostviertel-Tourismus unterstützt). *Private Maßnahmen sind in weiter Folge kursiv hervorgehoben*. Starke Impulse in Richtung Sommertourismus kamen durch die NÖ Landesausstellung Ötscherreich, im Zuge deren auch der Naturparkcampus als neue Attraktion in der Region errichtet wurde.

Maßnahmen, um schneegebundenen Wintertourismus zu erhalten

Schneesicherheit erhöhen

Künstliche Beschneigung

Künstliche Beschneigung ist inzwischen ein großes Thema in Annaberg, auch in technologischer Hinsicht. So sollen moderne Beschneiungsanlagen zu weiteren Kapazitätssteigerungen führen und nicht akustisch störend und entsprechend leise sein, da sie in der Nacht laufen. Eine Erneuerung der Beschneiungsanlagen wurde vor 2 Jahren vorgenommen.

In Zukunft wird wahrscheinlich ein zusätzlicher Speichersee nötig sein und es ist sehr wahrscheinlich, dass es zu einer Ausweitung der beschneiten Pistenflächen kommen wird.

Pisten und Schneemanagement:

Bezüglich Schneemanagement macht Annaberg bereits viel, da haben die privaten Akteure laut eigenen Aussagen in den letzten 10 Jahren viel dazu gelernt. Es gibt immer wieder Reliefkorrekturen und Pistenkorrekturen, was dazu führte, dass beispielsweise niedrig gelegene Pisten und Schleplifte aufgelassen wurden.

Die Optimierung der wenigen übrig gebliebenen Pisten ist nun bereits ausgereizt. Es gibt zwar Südhänge und Hänge, die ungünstiger Weise im Wind liegen, aber diese können trotzdem nicht aufgelassen werden, sonst hätte Annaberg gar keine Pisten mehr. Und die Pisten sind für Annaberg nach wie vor wichtig, denn derzeit ist das Hauptmotiv der Wintergäste das Schifahren.

Langlaufpisten sind schneetechnisch gesehen eher kritisch, weil sie der Sonne sehr ausgesetzt sind und sich über weite Strecken ziehen, weshalb die Präparierung aufwendig ist. Deshalb waren sie in den letzten zwei Jahren mehrmals gesperrt.

Expansion

Eine neue Piste war zwar in Annaberg im Gespräch, aber durch die schlechten letzten Wintersaisonen ist dieses Projekt wieder fallen gelassen worden. Eine vertikale Expansion ist in Annaberg nicht möglich.

Attraktivität durch Ausbau der (wintertourismusbezogenen) Infra/“Supra“struktur erhöhen

Leistungs-/Kapazitätssteigerung der Schilifte, Verkehrsverbindungen, etc.

Die Piste am Annaberg ist relativ steil und dadurch für Kinder zum Ski fahren lernen nicht optimal geeignet. Ein Verbindungsweg zum Reidliff war geplant bzw. ist im Gespräch.

Solche Vorhaben (Liftausbau etc.) sind aber relativ teuer und können daher nicht durch Private umgesetzt werden, sondern nur durch die Annaberg Lifte (NÖ BBG).

Ansätze für sanfte Mobilität hat es gegeben, die Angebote wurden aber nicht angenommen, wie beispielsweise der Schibus von St. Pölten nach Annaberg. Stattdessen ist nun angedacht, die Straßeninfrastruktur auszubauen und die S34 von St. Pölten nach Annaberg zu führen.

Verbesserung des Angebots der Hotellerie, Gastronomie, Infocenter, etc.

Die größte Investition in Annaberg erfolgte durch die Errichtung eines JUFA-Hotel (Jungfamilien-Hotel), das im Oktober 2015 eröffnet wurde. Hierfür wurden 11 Mio. Euro durch die Errichtungsgesellschaft NÖ BBG/ecoplus und JUFA investiert.

Ein weiterer Ausbau der Gastronomie wurde von den Interviewpartnern als wünschenswert angesehen, da die Gäste dieses Angebot erwarten und nachfragen.

Ein privater Akteur hat seine Pension mit Ferienwohnungen saniert (Balkone, Fenster, Heizkesseltausch) und zwei Almhütten umgebaut. Eine Almhütte wird von NÖ-BBG und Gastrogesellschaft gepachtet.

Ein Interviewpartner hat durch die Sanierung des Bahnhofsgebäudes ein Hotel am Bahnhof mit 2 Gästezimmern geschaffen. Dadurch dass Annaberg ein BIN¹⁷-Zentrum ist, ist es „privilegiert“ (z.B. 10% Landesförderung). Durch die Landesausstellung 2015 waren die Zimmer im Sommer immer sehr gut gebucht. Vorteil: Gäste können direkt mit dem Zug kommen (→ am Bahnhof).

Beim Hotel und Gasthaus im Ort hat ein privater Akteur das Heizsystem auf Holzpellets und Solaranlage umgerüstet.

Wintersportveranstaltungen/Events

Veranstaltungen finden schwerpunktmäßig in den Weihnachts- und Semesterferien statt.

Für Annaberg sind die internationalen Schirennen sehr wichtig. Sie sind insofern positiv für den Wintertourismus, weil sie abseits der Saison und unter der Woche stattfinden und somit den Wochenendtourismus ergänzen. Weiters bringen Aktionen vom Land NÖ wie „Volksschulen zum Schnee“ wichtige Impulse, Nachwuchsschifahrer und Gäste zusätzlich zu den Spitzen am Wochenende. Als besonders positiv wurden von den privaten Akteuren in Annaberg Aktionen hervorgehoben, die wetterunabhängig und vom Wochenende unabhängig sind. Solche Aktionen des Landes wurden von den Interviewpartnern als sehr wichtige und sinnvolle Unterstützung für den regionalen Tourismus gesehen.

Zusammenschluss von (Winter-)Tourismusgebieten

Durch Zusammenschluss erweitertes Angebot an Schiliften/Gondeln/Schischaukeln, etc.

Es ist angedacht, dass es eine Verbindung zwischen Annaberg und den Reidlliften geben soll, die auch für Anfänger leicht befahrbar ist. Derzeit gibt es nur eine steile Abfahrt, die auch für Rennen genutzt wird, jedoch für Schianfänger nicht geeignet ist. Geplant ist eine Pistenstraße. Diese würde jedoch auf einem Gipsabbaugebiet verlaufen und ist daher geologisch schwierig umsetzbar.

Konkurrenzfähigeres Auftreten z.B. gemeinsames Marketing, regionale Schikarte

¹⁷ Bergerlebnis in Niederösterreich

Es gibt diverse unterschiedliche Karten für ein übergreifendes Angebot (ostalpen-Card, Niederösterreich-Card, Wilde Wunder Card,...).

Mostviertel Tourismus ist hinsichtlich Marketing sehr aktiv tätig und spielt eine wichtige Rolle in der Region. Das Konzept „Ötscherreich“ zielt beispielsweise bewusst auf den Sommer ab. Länderübergreifendes Marketing wäre aus Sicht der Interviewpartner wünschenswert, da der Bekanntheitsgrad des steirischen Mariazell mitgenutzt werden könnte. Früher wurde die Region Mariazeller Land genannt, es erfolgte dann aber eine Abgrenzung zwischen Niederösterreich und der Steiermark. Für den Gast sind die Bundesländergrenzen allerdings irrelevant.

Annaberg präsentiert sich als Familien-/Kinder-Schigebiet. Das ist allerdings kein ausreichendes Alleinstellungsmerkmal, denn auch z.B. die steirische Bürgeralpe hat ein ähnliches Marketingkonzept. Die Angebote in Annaberg zielen schwerpunktmäßig auf jüngere Kinder bis 12/13 Jahre ab. Die Bürgeralpe ist tendenziell eher sportlicher und abenteuerlicher (z.B. Buckelpiste) und auf Jugendliche ausgerichtet. Die Interviewpartner empfehlen allerdings, hier durchaus offensiver und mutiger im Marketing für Annaberg zu sein.

Risikostreuung durch regionalen Verbund

Risikostreuung im regionalen Verbund wird von den lokalen Akteuren eher kritisch angesehen. Sie meinen, dass letztendlich jeder sein eigenes Risiko tragen muss.

Ausbau alternativer bzw. innovativer Angebote, Diversifizierung des schnee- und wetterunabhängigen Angebots, Stärkung Vor-/Nachsaison

Schneeunabhängige Angebote in der Wintersaison (unter Nutzung bestehender oder Schaffung neuer Infrastruktur)

Man versucht bereits punktuell Alternativen zum Schifahren anzubieten, wie z.B. Schneeschuhwandern. Der alpine Schibetrieb ist aber immer noch eindeutig dominant. Das liegt daran, dass noch genug Schigäste im Winter kommen und sich nun auch der Sommertourismus gut entwickelt. Solange es Lifte gibt, die noch dazu in Annaberg durch die öffentliche Hand (NÖ BBG) finanziert werden, sehen die privaten Akteure keine unmittelbare Notwendigkeit, sich Alternativen zu überlegen.

Die Adventzeit bietet Chancen für schneeunabhängige Alternativen, vor allem bei einem gemeinsamen Konzept mit dem Mariazeller Advent. Hier werden bereits Veranstaltungen angeboten.

Manche Hotels bieten Sauna oder Whirlpool an, aber darüber hinaus sind Indoor-Angebote in Annaberg noch kaum vorhanden. Es gab ein Hallenbad in Mariazell, das inzwischen aber zugesperrt hat. Thermen gibt es nicht; die nächste Therme ist in Göstling (Ybbstaler Solebad Göstling). Zusätzliche Angebote werden zwar als gut, aber nicht als vollwertiger Ersatz fürs Schifahren angesehen. Die Interviewpartner haben die Erfahrung gemacht, dass die Gäste ausbleiben, sobald kein Liftbetrieb ist.

Die Vor- und Nachsaison ist eher schwach ausgeprägt. Die (Winter-)Vorsaison (Herbst) ist beliebt bei Wanderern, allerdings wetterabhängig. Der Herbsttourismus ist in den letzten Jahren stärker geworden und in den Sommermonaten, speziell im heißen August, sind die Häuser „bummvoll“. Der Frühling ist sehr ruhig. „Der Schnee liegt da noch. Im März sperren die Lifte zu; der April ist langweilig.“

Die lokalen Akteure sehen den Bedarf nach schneeunabhängigen Angeboten, sind aber davon überzeugt, dass die Wintergäste derzeit vor allem wegen des Schifahrens kommen.

Schneeunabhängige Angebote werden daher als Angebotserweiterung ergänzend zum Schifahren und nicht als vollwertige Alternative angesehen.

Ganzjahrestourismus, Erweiterung und stärkere Ausrichtung auf Sommerangebot

Die Sommertourismusangebote wurden bereits verstärkt und auch private Investitionen getätigt. Gästesegmente im Sommer sind vor allem Naturparkbesucher und Pilger.

Ein besonderer Bedarf wird in der Attraktivierung des Sommertourismus genannt, da hier noch unausgeschöpfte Potenziale gesehen werden. Im Winter wird das Schifahren als ausreichende Hauptattraktion angesehen („im Winter kommen die Leute eh“).

Badetourismus gibt es in Annaberg nicht. Es gibt aber ein Naturschwimmbad in Türnitz (Stausee), den Lunzer See und Erlaufsee und – wenn es heiß genug ist – die Ötschergräben. Für Sommererholung gibt es in Wienerbruck einen Bade-Baggerteich.

Tagungstourismus gibt es weniger; die Almhütte versorgt manchmal kleinere Gruppen.

Kulturangebote gibt es in Form der Ötscherreich Stationen.

Ausweitung der Gastronomie wird als sehr wichtig gesehen. Es gibt nur ein Lokal mit der Auszeichnung „Wirtshauskultur“, und dieses ist eine $\frac{3}{4}$ Stunde entfernt. Ein Ausbau der Gastronomie würde die Region aufwerten und könnte weitere Gäste anziehen.

Angebote von regionalen Produkten gibt es wenige, hier besteht ebenfalls Verbesserungspotenzial. Es werden zwar ein paar Ötscherreichprodukte angeboten, aus Annaberg selbst kommt allerdings wenig. Es gibt zwar Eier, Schafkäse, Fleisch, aber das wird nicht eigens beworben. Es gibt auch keinen Bauernmarkt.

Gezieltes Marketing und Positionierung (USP, Branding, Markenbildung) in Richtung „sanfter“ Wintertourismus bzw. Regionalität

Für den Sommertourismus in Annaberg ist „Urlaub am Bauernhof“ ein sehr wichtiges Marketingkonzept. Die Bauernhofwanderwege in Annaberg unterstützen dieses Konzept und vernetzen die Bauernhöfe miteinander. Jeden Tag bietet jemand anderer (aus der Region) ein Programm an, das am Wanderweg liegt. Eine Bauernhofwanderung kann aber auch gemacht werden, ohne am Programm teilzunehmen. Ein großer Teil der Buchungen geschieht über „Urlaub am Bauernhof“. Zielgruppe dabei sind „akademische Jungfamilien“.

Mostviertel Tourismus ist sehr aktiv und das Zugpferd der Region. Sie setzen regionalspezifische Impulse und setzen sehr viel um. Die Vernetzung in der Region ist gut und das Vertrauen der Stakeholder zu Mostviertel Tourismus hoch.

Das Image von Annaberg geht bereits in die Richtung „sanfter“ Tourismus. Der Vorteil eines kleinen Schigebietes sind die kurzen Wege und die Nähe. Das könnte noch viel stärker als Chance gesehen und für Marketingzwecke genutzt werden. So gibt es beispielsweise eine Kampagne der NÖ Werbung, die „unser Schneechaos“ einmal in der Stadt und einmal in einem Schigebiet zeigt. Das geht nach Ansicht der Interviewpartner in die richtige Richtung und zeigt die Vorteile einer solchen Schiregion. Es wird auch ein Potenzial an Gästen gesehen, die nur auf Naturschneepisten fahren wollen wie z.B. in Lunz. Als weiterer Pluspunkt für Annaberg wurde genannt, dass es hier kostengünstiger als in großen Schigebieten ist, was v.a. für Familien ein wesentlicher Faktor ist.

Annaberg setzt bereits Tourismusschwerpunkte mit „Urlaub am Bauernhof“ und einem

familienfreundlichen Winterangebot, die Gesamtpakete anbieten und den Ganzjahrestourismus stärken. In diesen Bereichen liegt ein großes Zukunftspotenzial. Mit einem erweiterten Angebot an schneeunabhängigen Alternativen und im Gastronomiebereich könnten zusätzliche Gästegruppen im Sommer und im Winter gewonnen werden.

Verschiebung/Kürzung der Saison

Die Interviewpartner sehen keinen dringenden Bedarf, die Wintersaison zu verschieben. Aus ihrer Sicht, ist das Ziel, den Zwischensaison- und Sommertourismus weiter auszubauen.

Wenn die Wintersaison verändert werden sollte, dann wäre es am sinnvollsten, sie nach hinten zu verschieben. Das Schi-Opening könnte später sein oder in der Form gar nicht mehr stattfinden. Der Dezember könnte viel besser mit dem Advent beworben werden und nicht zum Schifahren. Die Erfahrungen zeigen, dass es in den letzten Jahren erst nach den Weihnachtsferien zur Ausbildung einer ausreichenden Schneedecke kommt. Im Frühling, zu Ostern, ist der Schnee dann zu spät, weil die Gäste ausbleiben und die Lifte zusperren. Hier bedarf es gesetzlicher Änderungen, denn im November darf beschneit werden, da ist es allerdings aus klimatischer Sicht nicht möglich oder zielführend. Im März hingegen ist eine künstliche Beschneigung nicht mehr erlaubt, es gäbe aber noch eine gute Basis dafür. Hier würden sich die privaten Akteure eine Änderung der Gesetzeslage wünschen.

5.4.2 Motivation, treibende Kräfte, Einflussfaktoren

Treibende Kräfte für private Akteure sind Betriebswirtschaftlichkeit, Wettbewerbsfähigkeit und eine geänderte Nachfrage (höhere Ansprüche, „Sommerfrische“), aber auch persönliche Anliegen. Der Klimawandel wirkt indirekt auf diese Einflussfaktoren.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Die Entscheidungsmotive sind weitgehend kurzfristiger Natur. Eine einheitliche Strategie gibt es nicht, da die verschiedenen Stakeholder keine einheitliche und akkordierte Struktur aufweisen können. Das Skigebiet umfasst, als Zusammenschluss der Bergbahnen, weder die Stimmen der Hotelbetriebe noch die der Politik oder Verwaltung, obwohl diese auf die eine oder andere Weise durch die gleichen Personen verwoben sind. Innovations- und Transformationstreiber sind individuelle Personen, die entweder ihre Einflussbereich (Bergbahnen, Tourismusverband, Hotelbetriebe, etc.) oder ihre Innovationskraft gelten machen. Die Rolle dieser Personen ist oft ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg von Initiativen in der Region. Als Beispiel sei der Bikepark in Leogang genannt, der zuerst den Saalbacher Bergbahnen angeboten wurde, welche diesen aber aufgrund der Fokussierung auf den Winterbetrieb ablehnten. Der Erfolg der Leoganger ist einfach zurückzuführen auf ihre Offenheit für das Thema in Form der Personen innerhalb der dortigen Bergbahnen.

Hemmende Faktoren sind die persönlichen Befindlichkeiten, die besonders durch die Abhängigkeit von den handelnden Personen als Barriere erscheint.

Die Komplexität der nötigen Transformation hin zu einer erfolgreichen ganzjährigen Tourismusregion wird nicht analysiert. So scheiterte der Versuch, einen Teil der Touristen mit öffentlichen und nachhaltigen Verkehrsmitteln in die Region zu bringen, an den fehlenden regionalen Verbindungen. Im Winter wird der Skibus von den Bergbahnen betrieben.

Annaberg

In Annaberg sind die Entscheidungsmotive der privaten Akteure vor allem Kostengründe und persönliche Beweggründe. Ein Umrüsten des Heizsystems auf Holzpellets und Solaranlage wird vor allem aus Kostengründen durchgeführt. Anstoß für die Sanierung einer Pension kann aber auch ein Generationenwechsel sein und erfolgt dann je nach eigenen Interessen, Fähigkeiten und Ansprüchen. Zusätzlich zu den persönlichen Entscheidungsmotiven spielen auch der einfachere Betrieb und ein nachhaltiger, höherer Standard eine Rolle. Dabei wird auch die Auszeichnung des Landes als „Genießerzimmer“ für die Privaten als wichtiges Qualitätsmerkmal gesehen, vor allem wenn es wie in Annaberg die einzige Almhütte mit Auszeichnung „Genießeralmhütte“ ist. Auch hier wird über die Marketingschiene „Urlaub am Bauernhof“ vermietet.

Als weiteres Motiv wurde genannt, dass man durch die Umsetzung von neuen Ideen (z.B. Schaffung von einem Hotel direkt am Bahnhof) Impulse geben will, die nicht rein auf den Wintertourismus ausgerichtet sind. Diese Impulse durch Private passieren allerdings

im kleinen Rahmen und schrittweise. So läuft die Vermietung der Zimmer nebenbei, zusätzlich zu anderen Haupt-Einkommensquellen. Es wurde auch erwähnt, dass es für die kleinen Privaten recht aufwändig ist (Frühstückskorb, Marketing, Buchungen, „Rezeption“), und hier eine gemeinschaftliche Unterstützung sehr hilfreich wäre, um diese Eigeninitiativen zu erleichtern. Solche Gemeinschaftseinrichtungen und -dienstleistungen, die von mehreren regionalen Akteuren gemeinschaftlich genutzt werden, könnten kleinere, nicht so finanzkräftige private Akteure unterstützen und die Verwirklichung von neuen Ideen und Initiativen abseits des traditionellen Schitourismus deutlich erleichtern und vorantreiben.

Die treibende Kraft bei großen Investitionen in der Region ist die NÖ BBG, finanziert durch das Land Niederösterreich und unterstützt durch das BIN-(Bergerlebnis in NÖ) Programm. Dahinter steckt eine gezielte Strategie des Landes. Klimawandel war dabei das Kernthema, das den Ausschlag zu diesem vom Land NÖ eingeleiteten Prozess gab. 2010/11 entschied sich das Land Niederösterreich dafür, sich auf bestimmte Standorte, die auch in Zukunft noch Marktpotenzial haben werden, zu konzentrieren und über Infrastrukturmaßnahmen lenkend einzugreifen. Dabei geht es nicht nur rein um die Infrastruktur, sondern auch darum, in diese Regionen eine gewisse Professionalität hinzubringen, was Strategie, Steuerung und Marketing angeht. Dies kann durch einzelne kleine Akteure in einer Schiregion wie Annaberg nicht geleistet werden, sondern bedarf einer intermediären, regionalen bzw. überregionalen Organisation. Verantwortlich dafür ist die NÖ BBG, die quasi einem operativen Beteiligungsmanagement entspricht. Es werden Investitionen auf hohem Niveau getätigt – einerseits hohe Investitionen, die sonst nicht möglich wären, und andererseits mit Konzept und Strategie dahinter. Ziel der BIN-Zentren ist es, die Infrastrukturbetriebe zu stabilisieren und über den Tourismus die Regionalentwicklung anzuregen. Es soll ein Weiterwirtschaften in der Region ermöglicht werden, es ist jedoch nicht das Ziel, den Schitourismus zu konservieren. Deshalb wurde in Annaberg die Infrastruktur übernommen, d.h. die Lifte und alles was dazu gehört (Beschneigungsanlagen, Parkplätze), und Marketing betrieben; darüber hinaus wird jedoch auch eine regionale Strategie entwickelt und die regionalen Akteure in Projekte miteinbezogen.

5.4.3 Hinweise auf maladaptives Verhalten

Schitourismus ist zwangsläufig mit einer gewissen Pfadabhängigkeit verbunden, da die Schiinfrastruktur auf eine längerfristige Nutzung hin gebaut und finanziert wird. Weiters werden externe Effekte auf die Umwelt (Landschaft, Wasser, Energie, Vegetation) erzeugt. Bei einem großen Schigebiet wie dem Skicircus ist es aus Wettbewerbsgründen erforderlich, das die Schipisten perfekt präpariert sind und ein Top-Angebot (Kabinenbahnen, Sessellifte mit Sitzheizung, Spitzengastronomie, hochwertige Hotellerie, hunderte Pistenkilometer, etc.) geboten wird. Das hat negative Effekte auf die Umwelt sowie auf konkurrierende Schigebiete, die mit diesem Angebot nicht mithalten können.

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Merkmale von Fehlanpassung liegen im Bereich des ständigen Ausbaus der künstlichen

Beschneigung zur Sicherung des Wintertourismus von Seiten der Bergbahnen vor. Schon die Erweiterung in ein gleichzeitiges Sommertourismusgebiet ist nicht in allen Regionen des Skicircus positiv aufgenommen worden. So wurde das Konzept des Downhill-Parks zuerst Saalbach-Hinterglemm angeboten, die als prominentes Skigebiet dankend ablehnten. Das von Seiten der Hotellerie weniger erschlossene Leogang wiederum setzte das Konzept samt Träger-Event (Downhill-Worldcup) erfolgreich um und präsentiert sich inzwischen als MTB-Paradies. Eine Veränderung die eher der individuellen Weitsichtigkeit der handelnden AkteurInnen geschuldet ist, als einer gesamtheitlichen strategischen Ausrichtung.

Die zunehmende Beschneigung hat negative Effekte auf den Wasserhaushalt. Die Erweiterung der Speicherteiche erfolgte aufgrund der Verknappung der Ressource Wasser für die künstliche Beschneigung; dies in einem Alpengebiet, in welchem Wasserknappheit nie zwingend ein Problem war.

Die strategische Ausrichtung im Zuge der Tourismusedwicklung geht eindeutig in Richtung Premium-Wintertourismus. Man will sich mit Regionen wie St. Moritz (CH), Aspen (USA) und Val d'Isère (FRA) messen und eine internationale kaufkräftige Gästeschichte ansprechen. Der Skicircus setzt auf einen Verdrängungswettbewerb und als solcher wird es auch viele Verlierer geben. Auf Seiten des Skicircus ist man sich sicher, in Österreich diesen Wettbewerb zu gewinnen und diesen lukrativen Wirtschaftszweig in der Region halten zu können.

Die Fehlanpassung ist hierbei, dass noch zu wenige Synergien zwischen Wintertourismus und Sommertourismus gesehen werden und bei Investitionen in die Wintertourismusinfrastruktur noch zu wenig an den Sommer gedacht wird. Übersehen wird das enorme Potential des Sommertourismus auch auf internationaler Ebene, da klassische europäische Urlaubsdestinationen aktuell von politischen und wirtschaftlichen Krisen erfasst sind und es gleichzeitig einen starken Trend in Richtung Aktiv-, Vital- und Landschaftsurlaub gibt, den man stärker besetzen könnte.

Annaberg

Umgesetzte Maßnahmen der privaten Akteure (verbessertes Angebot an Beherbergungsbetrieben und Gastronomie) sind grundsätzlich positiv zu bewerten, da sie nicht rein auf den Wintertourismus ausgerichtet sind. Es wird eher schrittweise investiert (Kreditrahmen 20 Jahre) und nach verfügbarem Investitionskapital. Klimawandel spielt keine vorrangige Rolle, eher die Gästewünsche, Betriebskostensenkung und persönliche Motivation. Die privaten Akteure denken nicht in großen Dimensionen oder langfristig strategisch.

Es gibt eine gewisse Pfadabhängigkeit und die Denkweise, dass man die vorhandenen Wintertourismus-Basisstrukturen so lange nutzt, „solange es halt geht“. „So lange der alpine Schibetrieb so viele Kapazitäten hat, wird sich nichts anderes durchsetzen können. Man ist noch nicht so weit. Wenn sich der Sommer normal entwickelt, gibt's dafür auch keine Notwendigkeit, im Winter etwas zu ändern. Wenn der Lift zu macht, dann muss man sich Alternativen überlegen.“ Durch die Übernahme seitens der NÖ BBG ist das Risiko für den Privaten noch geringer geworden bzw. abgegeben worden. Einerseits sinkt dadurch bei den Privaten der Druck sich mit dem Thema Klimawandel auseinander zu setzen, andererseits hat die NÖ BBG die Möglichkeit, strategisch über die von ihr gesetzten Maßnahmen die regionale Entwicklung zu beeinflussen und auch das Bewusstsein für ein Umdenken zu schaffen.

Ganz anders als bei den Privaten ist das Verhalten der NÖ BBG, die dafür gegründet wurde, strategisch zu handeln. Sie investiert derzeit noch in die Verbesserung der Schi-Infrastruktur, allerdings bereits mit der Perspektive, den Ganzjahrestourismus auszubauen. Der Klimawandel ist den Akteuren der NÖ BBG bewusst, und sie bringen sich auch immer wieder in Forschungsprojekte dazu ein (siehe auch Kapitel 5.5.3, S.44). Durch die gezielte Förderung der BIN-Zentren wird ein Druck auf die nicht-geförderten Regionen ausgeübt.

5.5 Governance der privaten Klimawandelanpassung im Tourismus

5.5.1 Beschreibung der Governance-Strukturen

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Der Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn im Salzburger Land ist das größte zusammenhängende heimische Skigebiet. Die drei großen Player innerhalb des Winter- und Sommertourismus sind

1. die Gemeinden samt ihren Tourismusausschüssen (Saalbach-Hinterglemm-Leogang -Fieberbrunn),
2. die Bergbahnen (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn), und
3. die Tourismusverbände (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn).

Ungefähr 1/3 der Unternehmen sind Hotel- und/oder Gastrobetriebe und mehr als 40% aller Unternehmen sind direkt mit dem Tourismus verbunden. Die WKS (Wirtschaftskammer Salzburg – Sparte Tourismus) fungiert als Interessensvertretung für Unternehmen, ist aber kein Innovations- und Transformationstreiber in der Region. Die Hälfte der 6200 Unternehmen im Regionalverband sind EPU.

Die eigentliche Strategie für die Region gibt es per se nicht, außer das Bekenntnis, die Region in eine Premium-Tourismus-Region zu verwandeln und im Verdrängungswettbewerb „Skitourismus“ als Sieger hervor zu gehen. Es wird vereinzelt an der Diversifizierung des Tourismusangebotes gearbeitet, aber ohne einheitliche Strategie und Verantwortlichkeit. Oft sind es Vorzeigebetriebe oder innovative Einzelpersonen, die den ersten Schritt setzen und die anderen Betriebe sehen später den Erfolg und ziehen nach. Der Grund zur Anpassung ist nicht der Klimawandel, sondern die finanzielle Notwendigkeit, die teuren Anlagen nicht nur 4 Monate im Jahr zu betreiben. Deshalb hat auch der Bikepark gut ins Konzept gepasst.

Die Region ist in die Leader Region Nationalpark Hohe Tauern integriert. Das Regionalmanagement Pinzgau übernimmt hierbei die koordinativen Tätigkeiten.

Für die überregionale Entwicklung ist das Regionalmanagement Pinzgau darüber hinaus für die Beratung, Entwicklung und Kommunikation von Pilotprojekten zuständig und dient als erster Ansprechpartner für Fragen der Raumordnung.

Nachstehendes Netzdiagramm zeigt die Struktur der relevanten Stakeholder in der Region.

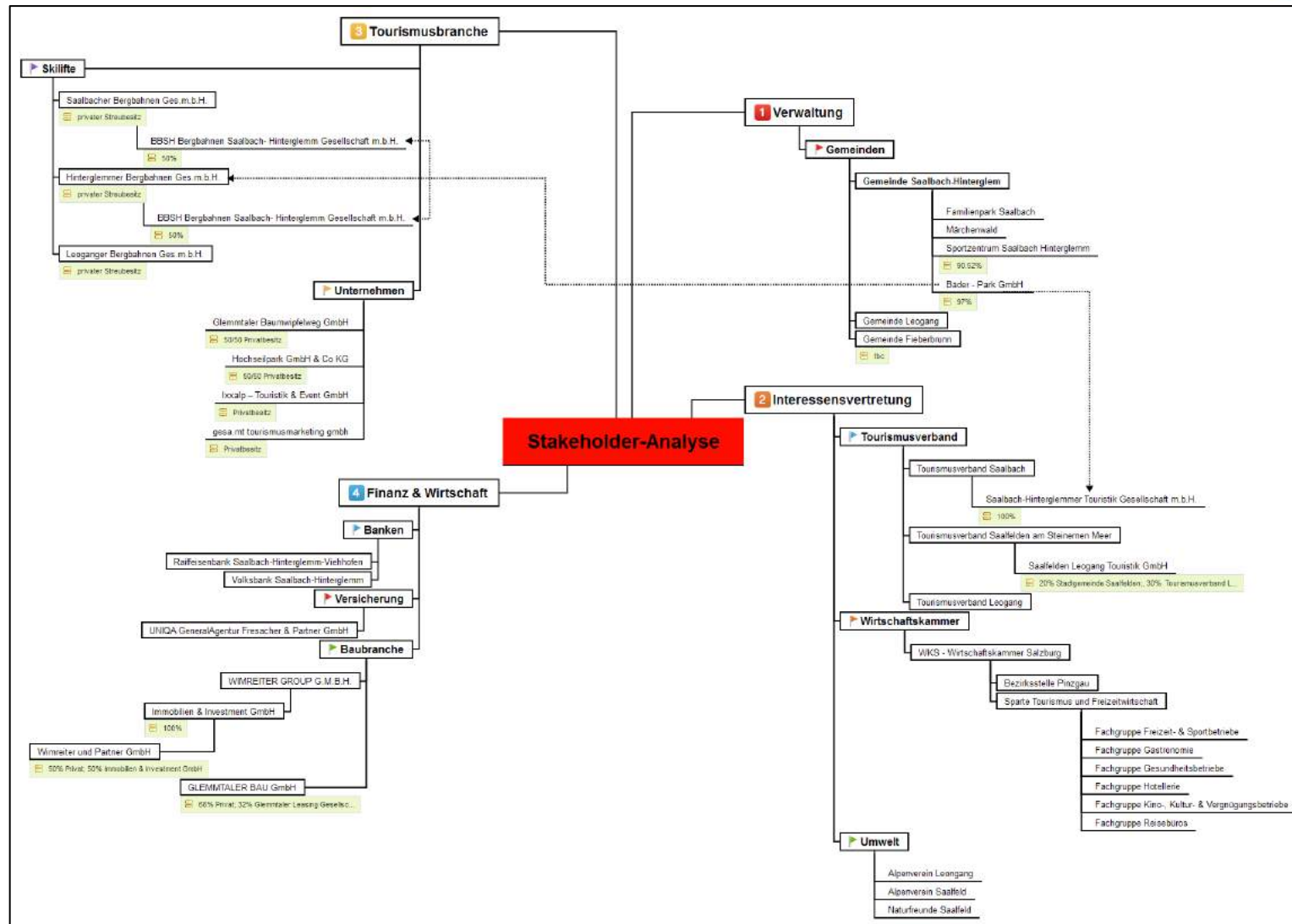


Abbildung 11: Relevante Stakeholder in der Region. Quelle: eigene Darstellung.

Finanzierung:

- Die Finanzierung des Regionalmanagements Pinzgau erfolgt in erster Linie durch die Mitgliedsbeiträge der Gemeinden. Maßgeblich unterstützt wird das Regionalmanagement Pinzgau weiters durch das Land Salzburg und spezifische Maßnahmen in den Bereichen Marketing und Beratung werden vom Bundeskanzleramt inkl. EU-Kofinanzierung gefördert.
- Die Finanzierung der Tourismusverbände erfolgt über die Tourismusabgabe, die fast vollständig einkassiert wird.
- Die Finanzierung der Bergbahnen erfolgt durch den operativen Betrieb. Diese sind auch Großteils für die Investitionen verantwortlich.
- Programm für geordnete Entwicklung des Pinzgaus - <http://www.regpi.at/de/rv-pinzgau/>

Investitionstreiber innerhalb der Region

Es gibt 3 Investitions-Treiber für Veränderung in der Region:

- (1) Einzelinvestitionen, die durch Tourismusbanken gefördert wurden,
- (2) Zusammenschluss von Betrieben (z.B. gemeinsames Personalhaus um Kosten zu sparen), und
- (3) Tourismusverbände vor Ort mit ihrem Budget aus der Tourismusabgabe.

Förderungen zur Nachhaltigkeit und Ortsbild werden auch durch das LEADER-Programm abgedeckt (siehe Abbildung oben).

Laut Aussage von einigen Akteuren ist die Wirtschaftskammer kein Treiber, sondern vor allem innovative Betriebe. Erfolg ist ein gutes Motiv für Innovationen, weswegen viele Betriebe nach der Realisierung erfolgreicher Projekte nachziehen. Die innovativen Personen innerhalb der Verbände und Interessensvertretungen sind der Schlüssel, da diese meist in mehreren Gremien anzutreffen sind und als Meinungsbildner gelten. Durch diese steht oder fällt auch die Kooperation innerhalb der Region.

Förderungen zur Steigerung der Energieeffizienz werden je nach Bedarf in Anspruch genommen, wobei dieser eher auf die Lebensdauer der installierten Hardware abzielt als auf die Nachhaltigkeit.

Annaberg

In Annaberg sind die wichtigsten Akteure für Wintertourismus und Regionalentwicklung

- (1) die NÖ-BBG (Niederösterreichische Bergbahnen – Beteiligungsgesellschaft m.b.H.) und
- (2) Mostviertel Tourismus.

Die NÖ-BBG wurde 2011 unter dem Dach der ecoplus gegründet und verfolgt das Ziel, die Infrastrukturbetriebe in den Gebieten von BIN (Bergelebniszentren in NÖ) zu

Seite | 47

stabilisieren und über den Tourismus die Regionalentwicklung anzuregen. Die NÖ BBG wird zu 100% vom Land NÖ finanziert (100% Tochter von ecoplus). Die Lifte in Annaberg (Annaberg Liftbetriebs-GmbH) sind zu 100% in Besitz der NÖ-BBG. 2015 fanden große Investitionen statt: neues JUFA Annaberg Bergerlebnis-Resort inklusive neuer Gastronomie "Reidlhütte neu" sowie kapazitätsverstärktes Förderband Reidl. Das JUFA-Annaberg Bergerlebnis-Resort wurde von ecoplus und der JUFA errichtet und wird über einen langfristigen Pachtvertrag von JUFA ganzjährig betrieben. Insgesamt wurden rund elf Millionen Euro investiert.

2013 wurden die BIN-(Bergerlebnis in NÖ) Zentren gegründet, um die touristische Entwicklung zu steuern und zu koordinieren. BIN ist ebenfalls ein Programm des Landes NÖ. BIN-Manager sind Ansprechpartner auf lokaler Ebene und arbeiten auf Landes-Ebene über die Ressort-Grenzen hinweg (eigentlich zugeordnet dem Ressort Wirtschaft/Tourismus/Sport aber z.B. ist auch öffentlicher Verkehr/Mobilität ein wichtiges Thema:). Geschäftsführer und Mitarbeiter der NÖ BBG sind gleichzeitig Programmleiter/manager von BIN.

Mostviertel Tourismus ist eigentlich der touristische Vermarktungsdienstleister in der Region, hat aber auch die LEADER Regionen über und verfügt somit über entsprechende Fördergelder. Dadurch wurde ihre Bedeutung gestärkt und ging immer mehr in Richtung einer Entwicklungsgesellschaft und Regionalmanagement.

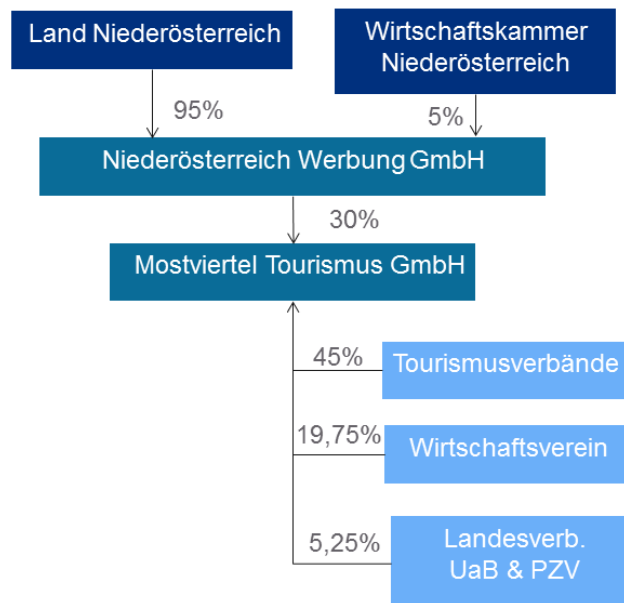


Abbildung 12: Beteiligungsstruktur NÖ Werbung (Stand Feb 2013). Quelle: http://b2b.niederoesterreich.at/magazin/00/artikel/140525/doc/d/NOEW_Beteiligung_01Feb2013.pdf?ok=j (bearbeitet).

Die folgende Abbildung bildet die Stakeholderstruktur in Annaberg ab. Es zeigt die zentrale Stellung des Landes Niederösterreich, das sowohl bei der NÖ BBG als auch bei Mostviertel Tourismus wesentlich beteiligt ist.

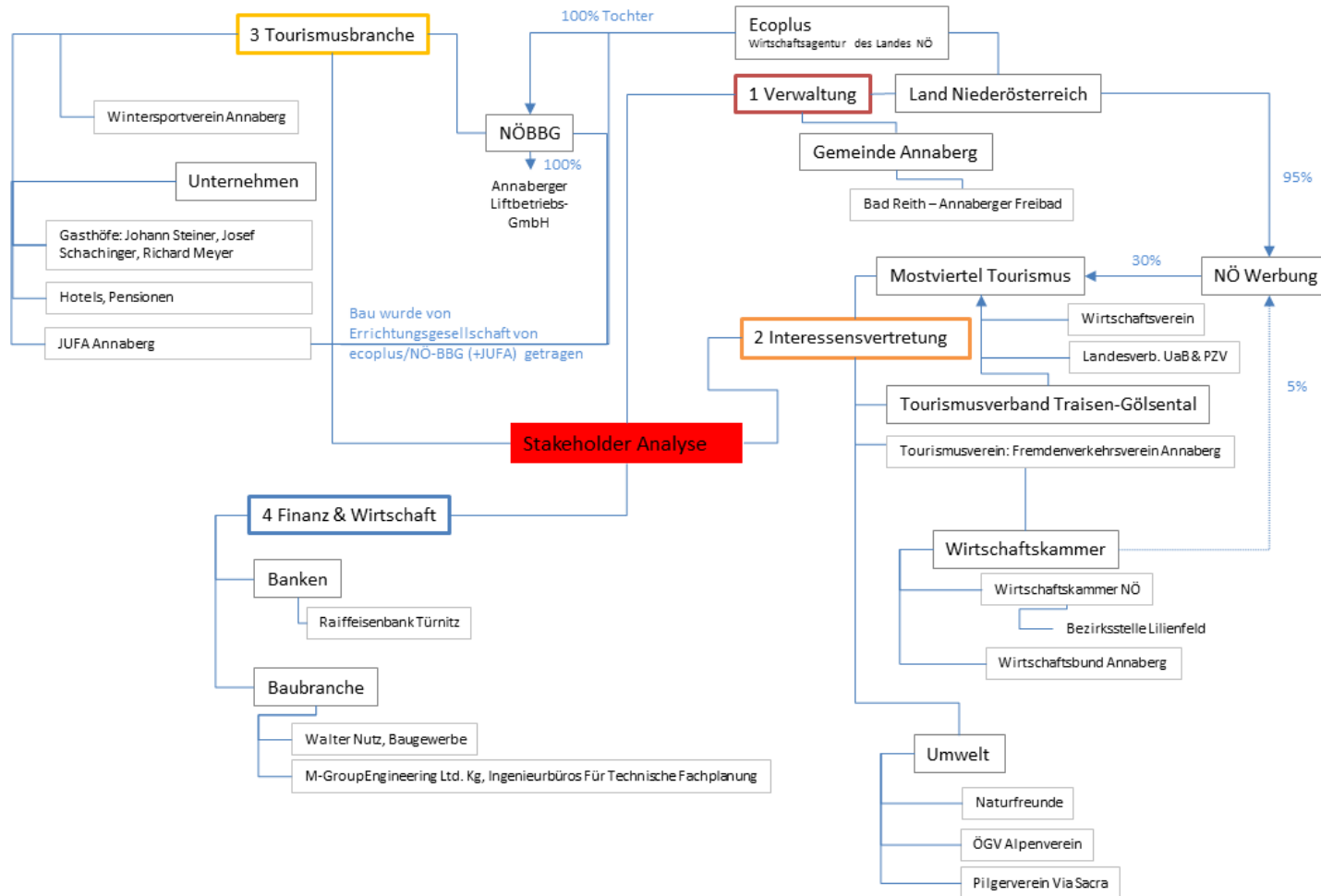


Abbildung 13: Stakeholder Analyse von Annaberg: Quelle: eigene Darstellung.



5.5.2 Private Akteure

Annaberg:

- ❖ Es ist ein Vertrauen zu den angebotenen Informationen vorhanden, jedoch ein gewisser Vorbehalt bei Informationen von WK oder FV gegeben, weil diese die Interessen der Seilbahnbetreiber/der Schiindustrie vertreten. Größtes Vertrauen existiert gegenüber NÖ BBG und Mostviertel Tourismus, wo die Ansprechpersonen persönlich gekannt werden.
- ❖ Es werden vor allem Förderungen in Anspruch genommen, die Investitionsentscheidungen erleichtern.
- ❖ Viele Informationen, die vorliegen oder angeboten werden, werden von den Betrieben nicht abgeholt, da diese dafür keine Zeit oder kein Interesse haben. Das Thema Klimawandelanpassung gibt es per se für die privaten Akteure nicht, sondern höchstens Umwelt und Nachhaltigkeit.

Skicircus:

- ❖ Private Akteure denken nicht allzu langfristig, da ihr operatives Geschäft äußerst zeitintensiv ist
- ❖ Eine übergeordnete Stelle, die verantwortlich für die Anpassung der Region an den Klimawandel (aus Sicht des Tourismus) ist, gibt es nicht
- ❖ Viele Maßnahmen und Investitionen hängen von einzelnen Akteuren ab, die als Treiber der Region gelten
- ❖ Persönlicher Kontakt und Sympathie prägen die Kooperationsaktivitäten
- ❖ Besonders kleinere Tourismusunternehmen arbeiten nach dem Motto „Wenn es sich nächstes Jahr nicht rentiert, dann sperren wir halt zu...“

Skicircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Informationen und Informationsfluss

Der Informationserwerb hängt sehr von den handelnden Personen ab. Besonders Leitbetriebe sind sehr engagiert, was den Know-How Transfer betrifft. Viele Hotelbetreiber haben aber schlichtweg nicht die Zeit, öfter auf Informationsveranstaltungen zu gehen oder längere Studien/Berichte zu lesen.

Der Themenfokus liegt eindeutig auf Schneesicherheit und Diversifikation des Angebots sowie auf der jeweiligen Erweiterung um den Sommertourismus. Es gibt gravierende Unterschiede in den Bedürfnissen und dem Verhalten der Sommer- und Wintergäste. Beides muss auch innerhalb der Betriebe und deren Investitionen in Einklang gebracht werden. Der Wintergast ist generell zufrieden, wenn Pisten- und Schneequalität passen, während der Sommergast ein breites Spektrum an Angeboten benötigt und sich mehr in

der Region bewegt.

Der Terminus Klimawandel ist allen ein Begriff, doch der Fokus liegt eindeutig auf Schneesicherheit. Es wird eigentlich bzgl. der Anpassungsmaßnahmen nicht über einen längeren Zeitraum hinaus geplant, da die Investitionen von Jahr zu Jahr vorgenommen werden. Die Bergbahnen müssen langfristiger denken, doch ihr Kerngeschäft ist, wie bei allen in der Region, der Wintertourismus (80% der Wertschöpfung). Nachhaltigkeit ist einer der Leuchttürme in der Strategie des Tourismusverbandes, dies wird aber sehr breit gesehen. Die Tourismusverbände bieten auch umfassende Energieeffizienzberatungen an, aber Klimawandel spielt bei den Unternehmen keine explizite Rolle. Der Tourismusverband informiert die Tourismusbetriebe, doch nur die größeren Betriebe können sich aufgrund der zeitlichen Ressourcen leisten, die Angebote (Studienreisen, Vorträge, etc) in einem größeren Umfang anzunehmen.

Externe Informationen

Von Seiten des Tourismusverbandes gibt es Impulsvorträge, außerdem gibt es 1 bis 2 mal wöchentlich ein Rund-Mail, in dem diverse Informationen bereitgestellt werden. Zusätzlich werden Marktanalysen in Auftrag gegeben. Die Informationen sind ausreichend, es ist jedoch ein enormer, vor allem zeitlicher Aufwand nötig, um die Informationen zu beschaffen und zu analysieren.

Der Tourismusverband informiert die ansässigen Betriebe. Darüber hinaus gibt es das Netzwerk-Winter, indem mehrmals pro Jahr über die Zukunft des österreichischen Wintertourismus diskutiert wird. Hierbei sind vor allem die verwaltenden Institutionen (Regionalmanagement, Wirtschaftskammer) und die Bergbahnen involviert. Viele Betriebe und auch die Verbände holen sich Impulsvorträge und Konsulenten für zukünftige Herausforderungen.

Zusätzlich werden Marktanalysen in Auftrag gegeben. Prinzipiell wird versucht die Ohren offen zu halten. Es werden Tourismusverbandveranstaltungen mit diversen Vorträgen besucht, um neue Ideen zu erhalten.

Kontakte mit Forschungseinrichtungen sind nicht vorhanden, aber die Betriebe bzw. auch die Verbände nehmen oft die Dienste von BeraterInnen im Tourismusbereich (Spezialisierung auf Wintertourismus) in Anspruch.

In den Leitbetrieben ist der Klimawandel schon ein Thema, denn diese müssen sich ständig neu erfinden (Wandern im Winter, usw.).

Annaberg

Informationen und Informationsfluss

Die privaten Akteure in Annaberg sind unterschiedlich gut informiert. Der Grad der Informiertheit hängt stark von persönlicher Einstellung zum Thema Klimawandel ab. Die privaten Stakeholder haben Angst vor zukünftigen klimatischen Veränderungen, und es besteht eine gewisse Hilflosigkeit, diese zu bewältigen. Vor allem für die Liftbetreiber und Hotels/Pensionen direkt an der Piste ist es schwierig, mit dem Thema offensiv umzugehen, weil Schifahren ihr tägliches Brot ist und durch die Konsequenzen des Klimawandels ihre Existenzgrundlage wegzubrechen droht. Andere private Akteure meinen, dass es besser ist, proaktiv zu handeln und sich rechtzeitig an einen möglichen Klimawandel anzupassen.

Grundsätzlich sind die Zeit- und Personalressourcen bei den Akteuren in Annaberg sehr beschränkt, um sich mit dem Thema Klimawandel intensiver auseinander zu setzen und zahlreiche Informationsveranstaltungen zu besuchen. Der Informationsfluss funktioniert am besten über Gespräche mit Vertretern von regional verankerten Organisationen (Mostviertel Tourismus, NÖ BBG, Regionalmanagement) oder über zentrale Veranstaltungen, die einmal jährlich stattfinden und die wichtigsten aktuellen Themen der Tourismusregionen aufgreifen. Deshalb kommen intermediären Organisationen und einer regionalen Vernetzung in kleinen Schigebieten wie Annaberg eine besondere Bedeutung zu, wenn es um ein Umdenken in Richtung Klimawandelanpassung geht.

Die Wahrnehmung, dass es bereits jetzt zu Klimaänderungen kommt, ist durchaus gegeben. Private Stakeholder machen vereinzelt sogar selbst Aufzeichnungen und Beobachtungen. Für diese ist das Thema Klimawandel wichtig und durchaus gegenwärtig. Sie sind es auch, die sich aktiv informieren.

Art der Informationsquelle

Private informieren sich über Medien (Fernsehen, Zeitung), Veranstaltungen und Schulungen von Mostviertel Tourismus und Fachverband. Weiters genannt wurden Tourismusplattformen und persönliche Netzwerke. Die Nachhaltigkeitskonferenz von Mostviertel Tourismus kannte jeder. Die anderen Veranstaltungen werden als „elitär“ gesehen, die nicht von jedem besucht werden (können).

Inanspruchnahme von Informationsangeboten

Der Informationserwerb ist eher passiv. Informationen werden aufgenommen, wenn es Angebote dazu gibt. Wenn persönliches Interesse am Thema Klimawandel besteht, erfolgt vereinzelt auch eine aktive Informationssuche, und Veranstaltungen zu dem Thema werden bewusst besucht.

Zufriedenheit mit Informationsangebot

Grundsätzlich wurde in den Interviews sowohl von den institutionellen als auch von den privaten Stakeholdern der Wunsch nach spezifischer Information geäußert. Es gäbe zwar Informationen, allerdings sind sie oft zu allgemein und zu wenig spezifisch auf die Region bezogen. Klimawandel muss räumlich differenziert betrachtet werden, um aussagekräftig zu sein. Projekte, welche die Region als Modellbeispiel heranziehen, werden als sinnvoll und hilfreich angesehen. Es geht mehr um regionsspezifische und vertrauenswürdige Information als um ein Mehr an Information.

Externe Informationen

Laut eigenen Aussagen, gibt es ein Vertrauen gegenüber Experten, aber bei direkten Diskussionen mit Wissenschaftlern (z.B. von der BOKU) kann auch eine sehr große Abwehrhaltung gegenüber den wissenschaftlichen Ergebnissen aufkommen.

Gegenüber regionalen Vertretern wie NÖ BBG und Mostviertel Tourismus ist das Vertrauen sehr hoch. Die Landesebene wurde von den Privaten im Zusammenhang mit Klimawandel nicht erwähnt.

5.5.3 Institutionelle Akteure

Klimawandel ist für die Institutionen deshalb ein Thema, weil er auch wirtschaftliche Auswirkungen auf ihr Klientel hat.

Bewusstseinsbildung bei den privaten Akteuren in Bezug auf den Klimawandel beginnt laut institutionellen Akteuren erst und wird bei den Betrieben von den institutionellen Stakeholdern im Zusammenhang mit Schneesicherheit bzw. wirtschaftlicher Zukunft angesprochen.

Eine einheitliche Strategie und intersektorale Zusammenarbeit zwischen den Institutionen fehlt derzeit.

Die effektivsten Instrumente der institutionellen Akteure zur Anpassung an den Klimawandel sind nicht die rechtlichen oder Förderinstrumente, sondern strategische, regionalwirtschaftliche Maßnahmen, die in der Region gesetzt werden (z.B. Übernahme der Schilifte durch NÖ BBG und Landesausstellung).

Skircircus (Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn)

Informationen und Informationsfluss

Neben den innovativen Unternehmen, welche die Vorreiterrolle innerhalb der Region einnehmen, sind sowohl die Bergbahnen, als auch die Gemeinde mit all ihren Beteiligungen ein wichtiger Treiber.

Nachhaltigkeit ist eine der Säulen der Strategie der Tourismusverbände. Klimawandel und etwaige Anpassungsmaßnahmen kommen nicht vor. Die Meta-Strategie ist das Gewinnen des Verdrängungswettbewerbs und die Fokussierung auf das Premium-Segment. Der befragte Tourismusverband hatte sehr wohl Affinität für das Thema, jedoch ist eine einheitliche Linie über alle Institutionen hinweg nicht erkennbar. Das angesprochene Thema ist zumeist die Schneesicherheit.

Das Regionalmanagement Pinzgau besteht aus dem Regionalmanager und der Geschäftsführerin der LEADER Region. Die Vorstände bestehen aus den jeweiligen BürgermeisterInnen der Region. Die jeweiligen Bergbahnen sind meistens in Privatbesitz und gehören den ursprünglichen Grundstückseignern der Skipisten.

Die Zusammenarbeit geschieht sehr oft auf persönlicher Ebene. Die Kooperationen betreffen hierbei meistens die Seilbahnen und die Tourismusverbände, die voneinander enorm profitieren. Im Hotel-Bereich werden Kooperationen erst gestartet bzw. geschieht dies über die Vermittlung der Tourismusverbände.

Der Bedarf liegt sicher in der wirtschaftlichen und technischen Begleitung einer einheitlichen Strategiefindung. Die Tourismusverbände haben sehr wohl Geld für Studien zu relevanten Themen und vergeben dieses auch. Die Thematik bezieht sich hierbei eher auf operative Bereiche.

Externe Informationen

Die Weiterbildung innerhalb der Stakeholder-Kreise der Region funktioniert eigentlich

sehr gut. Das Thema ist aber nicht der Klimawandel, sondern die Angebotsverbesserung und -diversifizierung. Ein Problem ist auch, dass heimische Handwerksbetriebe oft nicht mit der technologischen Entwicklung (Hardware und Software) der Tourismusbranche mithalten können und aus diesem Grund die Betriebe ihre Aufträge an größere externe Unternehmen vergeben. Im Grunde wird vor jedem Winter investiert und renoviert, um die Region in der kommenden Wintersaison ins beste Licht zu rücken.

Das Interesse gilt der Reduzierung von Personalkosten, was natürlich negative Beschäftigungseffekte sowie lokale Kaufkräfteffekte nach sich zieht. Energiekosten sind bei den Bergbahnen aufgrund der künstlichen Beschneigung ein Thema. Hier konnte in den letzten Jahren eine Reduzierung des Stromverbrauch zwischen 1/3 bis 2/3 des Verbrauchs durch Investitionen in neue Hardware (Beschneigungsanlagen und neue Speicherteiche) erreicht werden.

Annaberg

Informationen und Informationsfluss

Grundsätzlich: Die Institutionen sind sehr unterschiedlich informiert. Informationsstand und -fluss sind relativ stark von persönlichem Interesse abhängig.

Agendasetzung, Vorhandensein von Zielen bzw. Strategien zur Klimaanpassung

Festgeschriebene Ziele oder explizite Strategien gibt es in keiner der interviewten Institutionen. Allerdings werden durchaus Strategien deutlich, die implizit verfolgt werden. Die NÖ BBG ist wohl diejenige Institution, die sich am stärksten mit den Auswirkungen des Klimawandels auseinandersetzt und Strategien für ausgewählte niederösterreichische Schitourismusregionen entwickelt. Über diese Strategien wird quasi Regionalentwicklung gemacht und eine Anpassung initiiert. Grundsätzliche Strategie: Es soll ein Weiterwirtschaften ermöglicht werden, es ist jedoch nicht das Ziel, den Schitourismus zu konservieren. Alternativen: Sommerfrische für Städter.

Stellenwert des Themas „Klimaanpassung“ in der Institution

Die Bedeutung des Themas Klimaanpassung hängt von der Institution ab.

In Institutionen wie NÖ BBG ist für das Thema Klimawandel eine definierte Person zuständig. Die NÖ BBG beteiligt sich auch aktiv an Forschungsprojekten, wie z.B. an dem Projekt von Robert Steiger zu Klimawandel und wirtschaftlichen Auswirkungen. Die NÖ BBG hat durchaus Interesse am wissenschaftlichen Austausch. Sie würden sich gerne auch mehr in der wissenschaftlichen Gemeinschaft einbringen.

Über die Nachhaltigkeit ist Klimawandel ein Thema für die Mostviertel Tourismus GmbH. Bei MT hat es früher einen eigenen Mitarbeiter für das Thema Nachhaltigkeit (inkl. Klimawandel) gegeben. Es hat sich jedoch herausgestellt, dass das dazu geführt hat, dass alle anderen das Thema bei demjenigen abgegeben und sich nicht mehr selbst damit befassen haben. In Wirklichkeit muss es immer von jedem mitgedacht werden.

Bei der ÖHT hat das Thema Klimawandel keinen expliziten Stellenwert. Nachdem aber der Klimawandel Auswirkungen auf den Tourismus und die Wettbewerbsfähigkeit hat, steigt auch hier das Bewusstsein, und Klimawandel ist bei einzelnen Personen durchaus ein Thema. Unterstützende Investitionen werden zu 85-90% in der Hotellerie (Betriebsgrößenoptimierung, Aufwertung) getätigt und kaum mehr in

Beschneigungsanlagen. Liftanlagen werden von der ÖHT nicht gefördert. Bei hochpreisiger Hotellerie ist eine ganzjährige Auslastung und somit ein breiteres Angebot ohnehin unerlässlich. Die Hotellerie hat jedoch auch mehr Möglichkeiten (Seminare, Wellness, Spezialisierung auf Kundengruppen, etc.) als die Liftanlagenbetreiber. Wenn Förderungen der ÖHT in Anspruch genommen werden, müssen bestimmte Richtlinien eingehalten werden z.B. klimaaktiv, silberner Umweltstandard für Förderung von Beherbergungsneubauten, TOP A Investitionen mit dem Ziel u.a. einer Verbesserung des touristischen Angebots und einer Forcierung der Saisonverlängerung oder bei Beschneigungsanlagen Auflagen, dass sie ohne chemische Zusätze und mit biologisch abbaubaren Fetten versetzt werden. Bei Hallenbädern gibt es auch Auflagen. Für explizit auf Umweltschutz, Energieeffizienz und Klimaschutz ausgerichtete Förderungen wurde auf die Umweltförderung der KPC verwiesen.

Bei der Wirtschaftskammer gibt es einen definierten Zuständigen, der sich dem Klimawandel widmet und dieses Thema für alle Branchen der WK abdeckt. Ansonsten wird Klimawandel v.a. im Zusammenhang mit dem Erhalt des lokalen Tourismus gesehen, was per se ein wichtiges Thema der WK ist. Die regionale Einbettung sowie die Arbeitsplätze haben einen hohen Stellenwert. Das Bewusstsein für Klimawandel ist vorhanden, und Klimawandel wird als ein wichtiges Thema genannt. Es ist jedoch kein Hauptthema, da die Auswirkungen als noch zu wenig akut empfunden werden. Für die nächsten 20 Jahre wird die Wintertourismusbranche noch als gut aufgestellt gesehen. Diese Einschätzung ergibt sich auch daraus, da man sieht, dass in der Tourismusbranche große Investitionen getätigt werden.

Für den Fachverband ist es ein strategisches Thema, das angesprochen wird bzw. werden muss. Es werden auch Studien dazu in Auftrag gegeben (z.B. aktuelle von Hartl/Fischer). In den Schulungen, bei der Seilbahnakademie und Beschneigungskursen wird auch auf Energieeffizienz und Optimierung des Schneeertrags (Minimierung des Aufwands von Wasser und Energie für die Produktion von Schnee) eingegangen und von den Privaten mit großem Interesse (v.a. an Energieeffizienz) aufgenommen.

Offenheit des Umgangs mit dem Thema

Bei den Interessensvertretern (WK, FV) muss das Thema schon aus strategischen Gründen behandelt werden. Deshalb gibt es verantwortliche Personen, es werden Studien gemacht und es gibt Veranstaltungsangebote. Grundsätzlich herrscht allerdings die Meinung vor, dass der Wintertourismus die nächsten 20 Jahre gesichert ist und man nicht zu sehr steuernd oder überreglementierend eingreifen soll. Man sollte das Risiko bei den Unternehmen lassen. Dabei spielen vor allem die großen Betriebe eine entscheidende Rolle, denn diese bilden das Rückgrat der Seilbahnwirtschaft, haben Langfristpläne und agieren bewusst strategisch. Kritische Aussagen aus Studien werden auch als Gefahr gesehen, denn Investitionen (und Kredite) sind von solchen Aussagen abhängig. Wenn eine Region als nicht zukunftsfähig eingestuft wird, wird es schwer sein für Investitionen einen Kredit zu bekommen.

Bei der ÖHT ist Klimawandel nur indirekt über die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche ein Thema bzw. wird von Einzelpersonen, die sich persönlich dafür interessieren, mitgedacht. Je regionaler der Bezug der Institution ist (und je mehr sie auch regionalwirtschaftlich ausgerichtet ist), desto eher wird proaktiv und offen mit dem Thema umgegangen, wie z.B. in der NÖ BBG und bei MT.

Verantwortlichkeiten, Zuständigkeiten, Ressourcenausstattung (Personal, Arbeitszeit,

Budget) innerhalb der Institution

Bei NÖ BBG und bei WK gibt es eine verantwortliche Person für Klimafragen (allerdings eine Person für alle Branchen). Bei Mostviertel Tourismus gab es einen Zuständigen, aber jetzt ist das Thema laut Angaben überall integriert.

Informationsangebot, -bereitstellung, -vermittlung an Private

Angebotsseitig gibt es vereinzelt Veranstaltungen und Projekte. Mostviertel Tourismus organisiert regelmäßig eine Nachhaltigkeitskonferenz, bei der Klimawandel auch schon einmal das Thema „Klimawandel“.

Im Rahmen des Projektes Clim tour, an dem die NÖ BBG beteiligt ist, wird eine Workshopserie zu Klimaanpassungsstrategien in Annaberg organisiert und regionale Stakeholder miteinbezogen. Bewusstseinsbildung und Wissenstransfer erfolgen auch (indirekt) über die Maßnahmen, die durch NÖ BBG gesetzt werden, die stärker in Richtung Ganzjahrestourismus gehen. Nachdem die NÖ BBG in Annaberg ein zentraler Stakeholder ist, wird im Prinzip über die NÖ BBG als Eigentümer der Life Regionalentwicklung betrieben und die Region auf Veränderungen durch den Klimawandel vorbereitet. Die Nachhaltigkeitskonferenz von Mostviertel Tourismus wird gut angenommen. Informationsangebote bei Veranstaltungen werden genutzt, aber aktives Einbringen erfolgt nur von wenigen, Eigeninitiative ist gering. So muss z.B. beim Branchen- und Benchmarkingsystem des Fachverbandes von den Unternehmen selbst etwas eingegeben werden, um sinnvolle Informationen zu erhalten. Aber dieser Aufwand ist vielen zu hoch. Institutionen haben oft das Problem, dass das Potenzial eine Maßnahme bei den Privaten nicht gesehen wird und sie sich dann nicht einbringen. Wenn die Angebote nicht genutzt werden, helfen auch weitere Angebote nichts. Im Bereich Energieeffizienz besteht großes Interesse bei den Privaten.

Informationsquellen und -kanäle

Mostviertel Tourismus informiert sich selbst über Projekte (an denen sie teilnimmt) und die Nachhaltigkeitskonferenz, die sie selbst organisiert. Direkt von der Politik erhalten sie wenige Informationen. Sie informieren sich über selbstorganisierte Veranstaltungen, Konferenzen oder über Projekte. Auch über die NÖ BBG.

Die NÖ BBG informiert sich über Studien, Netzwerke, Konferenzen (z.B. Klimatag) und nimmt aktiv an Forschungsprojekten teil.

Auch die Wirtschaftskammer informiert sich punktuell über Studien.

Der Fachverband gibt selbst Studien in Auftrag.

Bürgermeisterin Zeh und ÖHT informieren sich selbst über die Medien, weil es sie selbst interessiert.

Zusammenarbeit und Abstimmungsbedarf mit anderen Institutionen zum Thema

Die NÖ BBG würde sich eine bessere Zusammenarbeit mit der wissenschaftlichen Community und mit anderen Institutionen wünschen. Tourismus ist ein Querschnittsthema, wo viele Ressorts angesprochen werden. Daher ist Ressortdenken hinderlich. Der übliche Zugang ist es, Projekte zu machen, was jedoch zu dem Problem führt, dass es dafür keine reservierten Budgets gibt und diese langfristig Gefahr laufen,

nicht weiter finanziert zu werden (siehe BIN¹⁸ bis 2018 finanziert).

Mostviertel Tourismus sieht eine gute regionale Vernetzung. In der Region funktioniert die Zusammenarbeit.

Die ÖHT hat bei der Erstellung der Richtlinien 2014-2020 mit den Lebensministerium zusammengearbeitet, die die Initiative klima.aktiv mit eingebracht haben. Weitere Diskussionen dazu, ob neue Aspekte (wie z.B. Klimawandelanpassung) eingebracht werden sollen, werden erst wieder 2018 beginnen.

Der Fachverband kritisiert, dass eine Zusammenarbeit mit Naturschutzgruppen immer schwieriger wird, und dass sich die Fronten zu den NGOs (CIPRA, Alpenkonvention) verhärten. Eine sachliche Diskussion wird zunehmend schwieriger. „Es muss Schutzräume in den Alpen geben, aber oft wird eine falsche Romantik und Idylle verfolgt“. Es wird erwartet, dass Maßnahmen ökologisch UND ökonomisch nachhaltig sein müssen. Es braucht den Dialog mit den lokalen Stakeholdern, die wirtschaftlich überleben wollen. Außerdem gibt es in Österreich viele Auflagen und Regulierungen, die den Naturraum schützen, und diese werden als zunehmend komplexer wahrgenommen.

Vertrauen zu Forschungsergebnissen und Experten

Grundsätzlich ist Vertrauen zu den Forschungsergebnissen gegeben, aber es gibt auch die Meinung, dass sich die Studien widersprechen und keine eindeutigen Aussagen liefern sowie dass es je nach Auftraggeber unterschiedliche Ergebnisse gibt. NÖ BBG und MT haben gute Erfahrungen mit Forschungsprojekten gemacht, an denen sie beteiligt waren.

Weiterer Informations- / Wissens- / Forschungsbedarf

Regions- und Akteurs-spezifische Information werden als am sinnvollsten eingeschätzt und auch benötigt. Die Ressourcen, um an Projekten teilzunehmen, sind allerdings bei den Institutionen beschränkt.

Wissenschaftliche Informationsbasis für Entscheidungen

Mehr Informationen werden nicht als Nachteil, teilweise sogar als erforderlich angesehen. Es wurde einerseits der Wunsch geäußert, dass man gerne mehr Informationen von den Forschern selbst bekommen könnte, andererseits wurde festgestellt, dass bei solchen Veranstaltungsangeboten eine starke Abwehrhaltung (v.a. der Privaten) da ist. Es wurde weiters kritisiert, dass sich die Wissenschaftsgemeinde zu sehr abgrenzt und zu wenig mit den touristischen Stakeholdern in Dialog tritt. Um Unsicherheiten zu begegnen, wurden Informationen von unterschiedlichen Seiten gewünscht, damit man sich ein (Gesamt-)Bild machen kann.

Förderungen

Förderungen sind für die Betriebe in dieser Region wichtig, weil sie sonst nicht überleben könnten. Es gibt in Annaberg 10% Förderung für touristische Projekte - eine Landesförderung speziell in den BIN-Zentren. Die Förderung könnte jedoch noch stärker daran gebunden werden, dass keine rein wintertouristischen Investitionen gefördert

¹⁸ BIN (Bergerlebnis in NÖ) wurde gegründet, um die touristische Entwicklung zu steuern und zu koordinieren. BIN = Programm des Landes NÖ. BIN-Manager sind Ansprechpartner auf lokaler Ebene und arbeiten auf Landes-Ebene über die Ressort-Grenzen hinweg (eigentlich zugeordnet dem Ressort Wirtschaft/Tourismus/Sport aber z.B. auch wichtiges Thema: öffentlicher Verkehr/Mobilität). BIN ist ein Programm, das quer über die Ressorts gehen soll. Das Problem ist dann allerdings, dass es dafür keine reservierten Budgets gibt und es Gefahr läuft nicht weiter finanziert zu werden.

werden. Es gibt die KPC-Umweltförderung bis zu 15% z.B. für dämmende Sanierung (Fenster, Türen). Energieberater für die Erstellung des Energieausweises werden von der Wirtschaftskammer bezahlt. Kredite für Investitionen sind derzeit günstig und in Annaberg leichter zu bekommen, weil das Land (NÖ BBG) in dieser Region investiert.

Der Fachverband kritisiert, dass es immer mehr Regulierungen gibt und es immer mühsamer wird, ein Investitionsprojekt umzusetzen. Verfahren und Regulierungen sind oft investitionsbehindernd. Prozesse und Verfahren werden immer mühsamer. Feststellungsverfahren dauern oft 3-4 Jahre. In einem Fall haben die Gutachten dafür 4 Mio. Euro gekostet. UVP ufert aus und wird nicht fokussiert. Der FV arbeitet derzeit an einer Studie, in der UVP Verfahren in Deutschland und Österreich verglichen werden. In Bayern sind UVPs effizienter.

Die NÖ BBG sieht hinsichtlich strategischer Ausrichtung keine regulative Unterstützung. Die NÖ Tourismusstrategie spricht das Thema Klimawandel nicht explizit an.

Andere Instrumente, die sich günstig auf Anpassungen an den Klimawandel auswirken, sind regionalwirtschaftliche Maßnahmen wie z.B. die Landesausstellung, die ein wichtiger Impuls war, um den Sommertourismus zu stärken. Mehrere Gemeinden haben sich dafür zusammengeschlossen und arbeiten gut zusammen. Überregionale Kooperationen und gemeinsame Projekte werden auch vom Land gefördert. Initiativen wie die Landesausstellung oder überregionale Kooperationen sind auch wichtig, um das Angebot breiter zu machen und auch bei Schlechtwetter etwas bieten zu können.

5.6 Evaluierung

In den folgenden Tabellen (Tabelle 4 und Tabelle 4) wurden die Maßnahmen, die in den Regionen gesetzt wurden, in einer Matrix zusammengestellt, die eine Differenzierung zwischen Maßnahmen durch private (grüne Spalten) sowie öffentliche Akteure (orange Spalten) ermöglicht. Dadurch wird ersichtlich, ob die Maßnahmen schwerpunktmäßig auf privater oder öffentlicher Seite liegen, wie stark derzeit schon die Verzahnung zwischen privaten und öffentlichen Bereich ist und wo es noch Defizite gibt (in roter Schrift).

Es zeigt sich auf den ersten Blick, dass in den zwei Schiregionen unterschiedliche Akteursgruppen wirken. Während in Annaberg die öffentlichen Akteure (v.a. die NÖ BBG) schwerpunktmäßig die Maßnahmen zur Klimawandelanpassung setzen, ist es in der Skicircus-Region deutlich ausgeglichener bzw. gibt es hier auch viele private Maßnahmen, die nicht mit Maßnahmen von öffentlichen Akteuren verzahnt sind. In diesen Bereichen könnten die privaten Akteure noch stärker durch öffentliche Maßnahmen v.a. in Richtung Vernetzung/Angebotsbündelung und strategische Ausrichtung unterstützt werden.

In Annaberg fehlen teilweise die Maßnahmen durch private Akteure, da die entscheidenden Infrastrukturmaßnahmen (Lifte, Jufa-Hotel, Landesausstellung mit Ausbau Naturparkcamp) durch das Land gesetzt werden. Einerseits wird es wichtig sein, diese strategischen Maßnahmen weiterzuführen, andererseits sollen diese Impulse zu einer Umstrukturierung der Region führen, die langfristig von den privaten Akteuren weiter getragen wird. Gerade der Ausbau des Sommertourismus und die Weiterentwicklung hin zum Ganzjahrestourismus wird von den privaten Akteuren bereits aufgegriffen und es kommen punktuell neue attraktive Angebote dazu (z.B. Hotel am Bahnhof, Genießeralmhütte, Bauernhofwanderung). Eine weitere Qualitätssteigerung in Hotellerie und Gastronomie ist auf jeden Fall wünschenswert und sollte auch von den privaten Akteuren verstärkt vorangetrieben werden. In der Wintersaison könnten Alternativen abseits des Schifahrens wie beispielsweise

Schlittenfahren, Winterreiten und Eislaufen durch private Akteure angeboten werden und das Angebot schneeunabhängiger und diverser machen.

5.7 Resilienzbewertung

Zur Beurteilung der unterschiedlichen Maßnahmen in den Fallstudienregionen wurde das Konzept von Resilienz verwendet und hinterfragt, welchen Beitrag die gesetzten Maßnahmen zur Erhöhung der regionalen Resilienz leisten können. Es wurde dabei auf die Charakteristika des klassischen, sozio-ökologischen Resilienz-Konzepts nach Carpenter et al. (2001) zurückgegriffen, nämlich Pufferkapazität, Selbstorganisationsfähigkeit und die Kapazität zu lernen und sich anzupassen. Beim Konzept von regionaler Resilienz geht es nicht darum, dass bestehende Strukturen stabil und unverändert bleiben, sondern dass die Region als Ganzes zukunftsfähig und die Lebensgrundlage der Bevölkerung¹⁹ erhalten bleibt. In vielen Fällen sind genau deshalb Veränderungen, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit erforderlich. Im 5. IPCC Report (Wilbanks et al. 2014) wird im Zusammenhang mit Klimawandel das Resilienz-Konzept erörtert. Klimaresiliente²⁰ Entwicklungspfade werden dabei als kontinuierliche Prozesse verstanden, um mit Klimawandel und einhergehenden Veränderungen besser umgehen zu können und effektivere Mitigations- und Adaptionenmaßnahmen durch Flexibilität, Innovationskraft und partizipatorische Lösungswege zu setzen. Dabei ist es auch entscheidend, dass bestehende Pfadabhängigkeiten erkannt und berücksichtigt werden, denn sie beeinflussen die Handlungsmöglichkeiten und können die Verwirklichung klimaresilienter Entwicklungspfade im Ernstfall sogar verhindern. Für die Bewertung der regionalen Resilienz bzw. von Maßnahmen zur Steigerung der regionalen Resilienz wurde in diesem Bericht der *Resilience Assessment Index* von Sharifi und Yamagata (2014) hergezogen. Die folgende Tabelle 2 gibt einen Überblick über die Resilienz-Kriterien, die auch in den darauffolgenden Maßnahmen- und Evaluierungstabellen von Annaberg und der Skicircus-Region verwendet wurden.

¹⁹ Siehe auch livelihood resilience (z.B. Speranza et al. 2014)

²⁰ Klimaresilient im Sinne von resilient gegenüber Klimawandel-Effekte

Resilienz-Kriterien	Kurzbeschreibung
Redundancy	Beitrag zur Ausfallsicherheit
Diversity	Beitrag zur Diversität
Independence	Beitrag zur Unabhängigkeit in Bezug auf Ressourcen bzw. Selbstständigkeit
Interdependence	Beitrag zum Beherrschen von Wechselwirkungen
Robustness	Stärkung der Robustheit des wirtschaftlichen, technischen oder sozialen Systems
Resourcefulness (Einfallsreichtum)	Hilft Synergien zu erschließen
Adaptability	Stärkung der Anpassungsfähigkeit des wirtschaftlichen, technischen oder sozialen Systems
Creativity	Fördert die Kreativität im Umgang mit Problemlösungen
Collaboration	Bringt Stakeholdergruppen zusammen / Fördert die Kooperation
Selforganization	Hilft Autarkie / Autonomie zu fördern bzw. hilft sich selbst zu reorganisieren
Efficiency	Stärkung der Ressourceneffizienz
Rapidity	Hilft die (beherrschbare) Geschwindigkeit im System zu erhöhen (zB. zur Re-organisation oder Anpassung)

Tabelle 2: Verwendete Resilienz-Kriterien und Kurzbeschreibung. Quelle: nach Sharifi und Yamagat 2014, angepasst.

Tabelle 3: Maßnahmen- und Evaluierungstabelle Annaberg

Private Akteure			direkt erzielte Wirkung		Abhängigkeiten, Interdependenzen	öffentl. Akteure, Institutionen, Intermediäre			
Motivation / treibende Kräfte	Maladaptions-Potenzial	Maßnahmen	Wirkung	indirekt/side effect		Maßnahme, Instrumente	Akteure/Ebene	Evaluierung, Resilienzbewertung	Wie-Kriterien
			erhöhte Schneesicherheit	mehr Schitage+Gäste, Übernachtungen	regionalökonom. Effekte Schitourismus	Künstliche Beschneigung	NÖ BBG/Land	Skitourismus noch erhalten als Basis für Wandel, neg. externe Effekte: Energie/Wasserverbrauch, Veränderung der Vegetation	Redundancy, Independence, Robustness
			erhöhte Schneesicherheit	mehr Schitage+Gäste, Übernachtungen	regionalökonom. Effekte Schitourismus	Pisten- und Schneemanagement	NÖ BBG/Land	Skitourismus noch erhalten als Basis für Wandel, neg. externe Effekte: Veränderung der Vegetation	Redundancy, Independence, Robustness, Efficiency
			attraktiveres Hotellerie/Gastronomieangebot	mehr Gäste, ganzjähriger, mehr Konsum in der Region	regionalökonom. Effekte Ganzjahrestourismus	Errichtung JUFA Hotel plus Restaurant	11Mio Euro über NÖ BBG/eco plus investiert	auf Ganzjahrestourismus ausgerichtet (nur 2 Monate geschlossen), Risiko: zu groß, zu wenig ganzjährige Auslastung	Diversity, Collaboration, Rapidity
Generationenwechsel, persönliches Anliegen	Modernisierung, erhöht reg. Attraktivität, auch für Ganzjahrestourismus positiv	Sanierung Stadlerhof mit Genießerzimmer	neues Gästesegment angesprochen	erhöhte Energieeffizienz	Finanzielle Unterstützung von Sanierungsmaßnahmen, Auszeichnung "Genießerzimmer"	Förderungen, Auszeichnung durch Land	KPC, Landesförderungen	Aufwertung der Hotellerie, Sanierung/Energieeffizienz, Emissionsreduktion	Efficiency, Adaptability
	Modernisierung, erhöht reg. Attraktivität, auch für Ganzjahrestourismus positiv	Modernisierung Anna-Alm	Modernisierung	zieht mehr Gäste an	gewisse Kundensicherheit durch Pacht	von NÖ BBG und Gastrosengesellschaft gepachtet	NÖ BBG/Land	Gibt gewisse Sicherheit für größere Maßnahmen	Efficiency, Adaptability
Generationenwechsel, persönliches Anliegen	zusätzliches Angebot geschaffen, auch für Ganzjahrestourismus positiv	Modernisierung und Öffnung der Stadler-Alm -> Genießeralmhütte	Modernisierung, für Gäste geöffnet (kl. Seminare/Tagungen mögl.)	Attraktivierung der Region, Impulse	finanzielle Unterstützung von Sanierungsmaßnahmen, Auszeichnung "Genießeralmhütte"	Förderungen, Auszeichnung durch Land	KPC, Landesförderungen	Aufwertung der Hotellerie, Sanierung/Energieeffizienz, Emissionsreduktion	Creativity, Efficiency, Adaptability
persönliches Anliegen, Impuls geben	v.a. auf Sommertourismus ausgerichtet	Umbau zu Hotel am Bahnhof	Anreise mit öV (Bahn)	Emissionseinsparung, Stärkung Sommertourismus	finanzielle Unterstützung	10% Landesförderung + KPC Umweltförderung, Energieberater für Energieausweis von WK bezahlt	Land, Bund (Umweltförderung), WK	Erleichtert die Möglichkeit zur Sanierung/Schaffung dieses Angebots, mehr Diversifizierung	Creativity, Efficiency, Adaptability
Kostengründe		Sanierung des Heizsystems im Hotel/Gasthaus	Emissionsreduktion, Kosteneinsparung	Modernisierung	finanzielle Unterstützung	Förderungen von Land und Bund	Land, Bund	Erleichtert die Möglichkeit zur Sanierung/Schaffung dieses Angebots	Efficiency, Adaptability



		Ergänzende und flexible Angebote zur Verbesserung der nachfrageschwachen Zeiten	Mehr Gäste auch abseits der Wochenenden	Schi-Nachwuchs fördern, Region bekannt machen	Stärkung des Skitourismus	Aktion vom Land NÖ "Volkschule zum Schnee"	Land	einerseits wichtig für die Region, um zusätzlich Gäste/Einnahmen zu haben, andererseits ein Konservieren des Schitourismus. Alternativangebote abseits des Schifahrens?	Resourcefulness
		private Beiträge zu gemeinsamen Marketing	Vereinfachung für Gäste	Stärken des regionalen Verbundes	Stärkung des Skitourismus und der Region	regionale Liftkarte, regionales Marketing	Region	regionales Netzwerk wird gestärkt --> regionales Lernen, Anpassungskapazität erhöht	Collaboration, Robustness, Selforganisation
		Angebot zum Schneeschuh-wandern	Alternative Angebote für Wintertouristen	Diversifizierung des Angebots		Förderung der Diversifizierung des Winterangebots			
		Investition in Qualität der Hotellerie und Gastronomie	Gäste im Sommer	Region bekannt machen	regionalökonom. Effekte, Stärkung des Sommertourismus	Landes-ausstellung	Land	erhöht regionale Resilienz, da es Anpassung in Richtung Sommertourismus fördert	Diversity, Collaboration, Adaptability
		Investition in Qualität der Hotellerie und Gastronomie	mehr Wandergäste	"Sanfter", naturverbundener Tourismus	regionalökonom. Effekte, Stärkung des Wandertourismus	Naturparkcamp, Ötscherreich-Stationen	Land	erhöht regionale Resilienz, da es Anpassung in Richtung Wandertourismus fördert	Diversity, Collaboration, Adaptability
Nachfrage gegeben, Urlaub am Bauernhof entwickelt sich sehr positiv		Urlaub am Bauernhof	Marketing	Stärkung des Sommertourismus	Unterstützung durch Marketing/Strategien für Sommertourismus	Mostviertel Tourismus	Land/Region	Zusammenarbeit von lokalen privaten Akteuren und Intermediärer Einrichtung ermöglicht gegenseitiges Lernen	Diversity, Collaboration, Adaptability
den Sommergästen ein attraktiveres Angebot bieten		Bauernhof-wanderung	Attraktiveres Angebot für Sommergäste	Stärkung des Sommertourismus		Förderung der Diversifizierung des Ganzjahres-angebots			
		Nachhaltigkeit mitdenken			Wichtige Informationsplattform für lokale Stakeholder	Nachhaltigkeits-konferenz von Mostviertel Tourismus	Land/Region	Erhöht Lernkapazität und Vernetzung regionaler Partner	Rapidity, Collaboration, Adaptability,
		Nachhaltigkeit mitdenken	Energieberatung, Informationen	Erhöhung der Energieeffizienz	Interessensvertretung, Informationsplattform	Veranstaltungen von WK und FV z.B. Schulungen zu Energieeffizienz und Optimierung des Schneeertrags	Bund, Region	Wissenstransfer allerdings mit Vorbehalt, da die Interessen bestimmter Gruppen vertreten werden	Rapidity, Collaboration, Adaptability,

Tabelle 4: Maßnahmen- und Evaluierungstabelle Skicircus

Private Akteure			direkt erzielte Wirkung		Abhängigkeiten, Interdependenzen	öffentl. Akteure, Institutionen, Intermediäre			
Motivation / treibende Kräfte	Bewertung der Maßnahme, maladaptions-Potenzial	Maßnahmen	Wirkung	indirekt/side effect		Maßnahme, Instrumente	Akteure/Ebene	Evaluierung, Resilienzbewertung	Wie-Kriterien
Aufgrund des Wasserverbrauchs im Zuge der künstlichen Beschneelung	Der Speicherteich ist auch für Sommertourismus gedacht, als Teil der Wasserwelt.	Kombination mit Speicherteich-Infrastruktur	Schutz vor Hochwasser	Verbesserung der Speicherteich-Infrastruktur	Geld aus Landesbudgets; fragliche Risikominimierung	24 Millionen Euro wurde in die Hochwasserverbauung investiert. Ausschlaggebend waren extreme Ereignisse in den 90er Jahren.	Gemeinde / BL Salzburg	Der Wildbachverbau wird seit den 80er Jahren vorangetrieben.	Redundancy, Independency, Robustness, Resourcefulness
		Kombination mit alternativen Mobilitätsangeboten	Neue Parkplätze für Touristen werden erschlossen	Erhöhtes IV-Aufkommen	Transportangebote in der Region	Unterirdisches Parkhaus wird errichtet um das Parkplatzproblem im Ortskern zu lösen	Gemeinde	Massives Parkplatzproblem in der Hauptsaison und neben den Talstationen	Robustness
		Investition in Quantität und Qualität der Hotellerie und Gastronomie	Bewerbung der Skiregion	Massive Infrastrukturinvestitionen	Investition von Steuergeldern; Fragliche Gesamt-Rentabilität	Der Ort bewirbt sich um die Ski-WM.	Tourismusverbände	Kampf um den Verdrängungswettbewerb "Wintertourismus"	Collaboration, Selforganisation
Wertschöpfung	Seit 2009 trägt sich der Sommertourismus (Anmerkung: Aus Sicht der Bergbahnen) selbst.	Ausrichtung auf 2-Saisonen-Ort und in den Zwischensaisonen wird investiert, renoviert und geputzt.	Tourismus als Haupteinnahmequelle	sehr anfällig gegenüber Krisen	Wetter und geo-politische Lage als Unsicherheitsfaktor	Förderung der Diversifizierung des Ganzjahresangebots			
		Förderangebote annehmen und nachhaltige Investitionen tätigen	Beratungsleistungen von den Verbänden	Effizienzsteigerung in den Betrieben	Wille zur Umsetzung, Durchdringung der Kommunikation und Hebel	Die Tourismusverbände bieten Betriebseffizienzbegehungen an.	Tourismusverbände	Keine Informationen bzgl. der Akzeptanz, Professionalität und des Umfangs der Beratung bzw. den Konnex zu Förderungen.	Efficiency, Adaptability
		Multiplikatoren nutzen und Kooperationsplattformen nutzen	gemeinsames Budget für Maßnahmen	hauptsächlich Marketing	Struktur und Schlüsselpersonen	Die Tourismusverbände zahlen in den übergeordneten Verband ein und dieser verfügt somit über einen Pool für Investition (Bike-Tourismus, Skizirkus, etc.).	Tourismusverbände	Macht und Struktur der Tourismusverbände umstritten	Collaboration, Robustness, Selforganisation
Senkung der einzelnen Investitionskosten	Teilung von Investitionskosten auf Begünstigte	Das Budget für den Bike Park kommt aus mehreren Quellen.	kumulierte Investitionen	Teilung von Risiko & Verantwortung	Treibende Kraft hinter den Umsetzungen und Verbindlichkeiten gegenüber den Profiteuren	Kooperationsmöglichkeiten & -plattformen schaffen			
Stärkung des Sommertourismus	Vorsicht vor einseitigen Maßnahmen	Es ist ein weitere Ausbau des Rad-Trail Netzwerks geplant um das Bike Angebot noch attraktiver zu machen.	Ausbau Rad-Infrastruktur	Diversifikation der Region	Side-Aktivität benötigt stimmiges Gesamtkonzept	Gesamtkonzept zum Sommertourismus lancieren			
Stärkung des Sommertourismus	Parallele Maßnahmen zur Zielerreichung notwendig	Fast alle Betriebe bieten Fahrradverleih an.	Angebotsverbreiterung	gegenseitiger Push zu Premiumangebot wie im Wintertourismus	Side-Aktivität benötigt stimmiges Gesamtkonzept	Angebotspool zwischen den Akteuren			
Technische Tools/Spielereien sind im Sommertourismus Grundvoraussetzung.	Technologisierung in Richtung Premium-Segment	Umsetzung von regionalen Sport- & Veranstaltungs-Apps	Qualitätsverbesserung	gegenseitiger Push zu Premiumangebot wie im Wintertourismus	Side-Aktivität benötigt stimmiges Gesamtkonzept	Förderung von Smart Services			
Die großen Veranstaltungen sind die Trigger der Themen. Der Bike Worldcup war ausschlaggebend für den Anstieg des Sommertourismus und die Region.	Seit 1999 gibt es eine Verlagerung in Richtung Sommergeschäft. Ausschlaggebend war eine erste Open Air Kunst-Ausstellung „Welt der Sinne“.	Bike World-Cup	international sichtbares Event	Etablierung des Bike-Tourismus	Side-Aktivität benötigt stimmiges Gesamtkonzept	Anstoßförderung für Enabler im Einklang mit einer Gesamtstrategie			
Direkte Tourismus-Infrastrukturinvestitionen sind aktuell hauptsächlich Aufgabe der Bergbahnen.	Strategische Ausrichtung und Ziel muss erkennbar sein	Hohe Investitionen in Winter- & Sommer-Infrastruktur	Taktgeber in der Region	Schiefelage der Machtverhältnisse	passendes Gesamtkonzept notwendig	Angebotspool zwischen den Akteuren			



100% der Pisten im Skigebiet müssen werden beschneit.	Die Beschneidung ist hochuniversell und -technologisch.	Ausbau der künstlichen Beschneidung	Kauf von Schneekanonen	Erhöhung des Wasser- & Stromverbrauch	Wasser & Strom & Kosten	Nachhaltigkeitskonzept im Bezug auf Wintertourismus			
Schneesicherheit für Winter-Events ist nicht mehr gegeben	Bei der Schneesicherheit gibt es im Gebiet noch Aufholbedarf.	Anlegen von Schneedepot für SkiDoo-Event	Nachhaltige Nutzung von Schnee über das Saisonende voraus	Begleitmaßnahmen für künstliche Beschneidung und ev Anfang der umfassenden Speicherung	Schneeerfügbarkeit zur Speicherung	Nachhaltigkeitskonzept im Bezug auf Wintertourismus			
Kostenminimierung für laufenden Betrieb	In Leogang können 100% der Pisten künstlich beschneit werden	Die Effizienz der Schneekanonen wurde in den letzten Jahren immer mehr verbessert.	Reduktion der Strom- & Wasserkosten	Reduktion des Strom- & Wasserverbrauchs	technische Machbarkeit	Nachhaltigkeitskonzept im Bezug auf Wintertourismus			
Die aktuellen Investitionen sind sehr Hardware getrieben und ermöglichen mehr Zutritte und kürzere Aufenthalte.	weiterer Ausbau des Premium-Segments Wintertourismus	In den nächsten Jahren werden 27 Mio. Euro in die Winterinfrastruktur investiert	Regionale Investitionen	Fehlanpassung	Rentabilität muss gegeben sein + notwendige Temperaturen	Nachhaltigkeitskonzept im Bezug auf Wintertourismus			
Das Wassernetz (Anmerkung: Speicherteiche) ist komplett verbunden, da es saisonale Unterschiede gibt und diese ausgeglichen werden müssen. Auch ein Trinkwasserkraftwerk ist vorhanden.	Wasserverschwendung und baulicher Eingriff in das Naturbild	Installation eines gesamtheitlichen Wasserspeichernetzes	Sicherung der Verfügbarkeit von Wasser zur künstlichen Beschneidung	mögliche Nutzung von Trinkwasserkraftwerken	Wasserverfügbarkeit & geografische Lage & Strom für die Pumpen	Die 11 Speicherteiche fungieren hierbei auch als Rückhaltebecken.	Bergbahnen		Redundancy, Independency, Robustness, Resourcefulness
Investitionen werden aus heutiger Sicht nur getätigt, wenn dieser weniger Lohnkosten bringen	kurzfristige Handlungen	Mit ihrem Gewinn investieren die Betriebe jedes Jahr in einen weiteren Qualitätsausbau.	Qualitätsausbau	lineare Handlungen	passendes Gesamtkonzept notwendig	Angebotspool zwischen den Akteuren			
Eingehen auf Kundenbedürfnisse	Zusammenspiel der Verantwortlichen ist Voraussetzung	Es gibt auch einen Winter-Zug, der Gäste aus Holland in die Region bringt. Ein privater Organisator kümmert sich um die Organisation	Reduktion des IV	Erschließung neuer Kundenschichten	Angebot des ÖV muss gegeben sein	Alternative und kombinierte Mobilitätsangebote fördern			
		Unterstützung von gemeinsamen, regionalen Angeboten	Vereinfachung des Angebots für Kunden	Erweiterung der Stakeholder	entsprechendes Angebot muss vorhanden sein	Die Sommerkarte ist querfinanziert durch den Aufschlag auf die Zimmermieten, sowie durch einen Zuschuss von den Infrastrukturbetreibern.	Tourismusverbände / Bergbahnen	geringere Wertschöpfung im Winter und komplexere Kundenbedürfnisse	Collaboration, Robustness, Selforganisation
In die Heizung, Kühlung, etc. wird nur investiert, wenn diese eine Erneuerung benötigen.	Fokus liegt nicht auf Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz, sondern auf kurzfristigen Preis	punktueller Erneuerung der Heizsysteme in der Hotellerie	Effizienzsteigerung	Möglichkeit der Gesamtsystembetrachtung	Wissen über Potentiale	Förderung für Maßnahmen der Ressourceneffizienz			
Die größte Personalausgabe ist immer der Koch. Bis in die 90er Jahre war der Bar & Restaurantbetrieb noch 50% des Gesamtumsatzes. Heutzutage werden nur mehr 20% durch Satelliten (Anmerkung: zusätzliche Angebote neben der klassischen Übernachtung) erwirtschaftet.	Hallenbäder, Masseure, Leihräder, Wanderführer gehören schon zur Grundausstattung eines jeden Betriebes.	In Zusatz-Services wie Schwimmbad & Junior-Suiten wird investiert und gleichzeitig ist das a la carte Angebot gestrichen worden, da es sich nicht mehr rentiert.	Qualitätsausbau	Erhöhung des Strom- & Wasserverbrauch	Rentabilität muss gegeben sein	Angebotspool zwischen den Akteuren			

6 Synthese und Schlussfolgerungen

Klimatische Veränderungen werden in den Winterstourismusregionen von den privaten Akteuren bereits wahrgenommen - vor allem im niedriger gelegenen kleinen Schigebiet in Annaberg - und es wird auch erwartet, dass sich in Zukunft das Klima weiter verändern wird. Trotzdem ist der Klimawandel im privaten Handeln nicht wirklich die treibende Kraft. Grundsätzlich wird auf eine gewisse (Schnee-)Sicherheit durch die Möglichkeit der künstlichen Beschneigung vertraut, und es wird davon ausgegangen, dass es ohne künstliche Beschneigung im Wintertourismus ohnehin nicht mehr gehen wird. Es stellt sich daher nur mehr die Frage, ob und inwieweit die Rahmenbedingungen (v.a. Temperatur-Höhenlage) für die Beschneigung gegeben sein werden bzw. wer die Kosten für die Beschneigung trägt (z.B. Umlage der Kosten auch auf andere touristische Leistungsträger wie Hotels). Davon wird es laut APCC (2014, S.966) auch abhängen, ob Beschneigung eine geeignete Anpassungsstrategie in einer Region sein kann.

Die Wahrnehmung, dass sich das Klima verändert, ist sichtlich da; die privaten Akteure nutzen auch (zumindest punktuell) das diesbezügliche Informationsangebot, doch es fehlt eine einheitliche Strategie bzw. längerfristige Planung. Die privaten Betriebe entscheiden oftmals von Saison zu Saison, ob sie weitermachen und investieren. Einige schlechte Winter können kompensiert werden, doch die notwendigen Schritte für eine Diversifizierung des Angebots werden nur zaghaft bzw. von einigen innovativen Leitbetrieben gesetzt.

Dabei sind die Motive meist nicht direkt Klimawandel und Anpassung, sondern Kostengründe, eigene Anliegen, Erschließung eines neuen Kundensegments und im großen Schigebiet Skicircus ein Verdrängungswettbewerb im Top-Schitourismus, den man unbedingt gewinnen will.

Verändert sich jedoch die Nachfrage und ergeben sich neue Entwicklungen (Sommer – Hitzegeflüchtlinge aus der Stadt, stabiler Herbst – Wandertourismus), wird das positiv aufgenommen und unterstützt (Urlaub am Bauernhof, Bauernhofwanderweg, Bikepark etc.). Private Anpassung ist über die Nachfrage gesteuert und erfolgt damit indirekt auch angepasst an klimatische Veränderungen, jedoch zumeist nicht bewusst strategisch. Diese Befragungsergebnisse stimmen auch mit dem APCC Bericht (2014) überein. Laut APCC ist Anpassung derzeit überwiegend Symptombekämpfung und findet durch individuelle und reaktive Maßnahmen, anstatt durch vernetzte und vorausschauende Aktivitäten, statt.

Einer der Hauptgründe für die mangelnde strategische Ausrichtung der privaten Akteure ist sicherlich, dass die Alternativen zum Schitourismus v.a. bei den Liftbetreibern fehlen und die Ressourcen bei kleineren Betrieben nicht vorhanden sind, um längerfristig zu denken. Es ist oft kein finanzieller Polster für größere und riskantere Umstrukturierungen vorhanden. Veränderungen führen daher nicht zur Anpassung, sondern eher zur Aufgabe des Betriebs. Klimawandel spielt dabei nur sekundär eine Rolle, primär hängt es vom Erfolg des Geschäftsjahres ab, ob (danach) weitere Investitionen getätigt werden können.

In Annaberg sind aufgrund der Liftübernahme durch die NÖ BBG rein private Anpassungsmaßnahmen nur eingeschränkt anzutreffen. Es werden private Sanierungsmaßnahmen gesetzt (Gebäude und Heizsysteme), jedoch vor allem aus Kostengründen. Außerdem wird der Ganzjahrestourismus durch diverse private Aktivitäten unterstützt (Maßnahmen im Detail siehe Kapitel 5.4.1). In Annaberg sind es vielfach nicht die alteingesessenen Unternehmer, die innovative Ideen umsetzen, sondern die jüngeren Familien, die ihre Wurzeln in Annaberg haben, jedoch zwischenzeitlich weggezogen waren und wieder zurückgekehrt sind. Hier ist dann die Motivation eine positive Veränderung in der

Region zu schaffen. Die entscheidenden Maßnahmen werden jedoch öffentlich durch das Land NÖ (über die NÖ BBG) gesetzt. In der großen Schiregion Skicircus sind die Treiber einzelne innovative Leitbetriebe, die bei Erfolg zur Nachahmung motivieren. Die Bergbahnen beginnen zaghaft, da sie 80% der Wertschöpfung bei 50% der Auslastung im Winter verbuchen und sich ihr Kerngeschäft somit auf den Winter konzentriert. Beratung und Unterstützung wird angeboten, doch eher von größeren Betrieben genutzt. Angepasst wird, wenn sowieso Investitionen anstehen.

Die Handlungsempfehlungen in der NAS zielen vor allem auf den politischen Rahmen für die privaten Maßnahmen ab. So wird empfohlen in den Tourismusstrategien den Klimawandel zu berücksichtigen und darauf basierend klimaschonende Anpassungsmaßnahmen zu entwickeln. Dafür könnten auch bestehende Förderungen bzw. Förderrichtlinien adaptiert werden.

In Niederösterreich soll durch die Gründung der NÖ BBG und eine Konzentration auf die BIN-Regionen (inkl. spezieller Landesförderung) ein Lenkungseffekt in Richtung Ganzjahrestourismus erzielt werden. Bei der NÖ BBG spielt der Klimawandel eine entscheidende Rolle, denn über die zukünftigen klimatischen Bedingungen wird das Marktpotenzial einer Tourismusregion bestimmt und das war entscheidend für die Auswahl der BIN-Zentren. Die langfristige Strategie in den BIN-Zentren ist sicherlich der Ganzjahrestourismus. Kurzfristig kommt es in Annaberg jedoch weiterhin zu einer Förderung des Schitourismus, um eine gute regionalwirtschaftliche Basis zu schaffen, auf die der Ganzjahrestourismus aufbauen kann. Es besteht ein gewisses Fehlanpassungsrisiko, dass durch die öffentliche Hand der Schitourismus zu stark gefördert wird, obwohl er aufgrund des Klimawandels gefährdet ist. Da das finanzielle Risiko vom Land getragen wird, besteht die Gefahr, dass dadurch ein Sicherheitsgefühl unter den Privaten entsteht, das den Anpassungsbedarf weniger spürbar macht und somit die Anpassungsbereitschaft herabsetzt. Es wird von der langfristig geschickten Lenkung der NÖ BBG und der Gästenachfrage abhängen, ob ein sukzessiver Wandel erfolgreich sein wird.

Durch die Teilnahme an Forschungsprojekten kann die Datenlage zu regionsspezifischen Auswirkungen des Klimawandels, wie in der NAS gefordert, verbessert werden. Weitere Potenziale liegen in der Bewusstseinsbildung und Mobilisierung der privaten Akteure und in der strategischen Unterstützung auf regionaler Ebene.

Es wird auch in Zukunft erforderlich sein, von öffentlicher Seite die Anpassung privater Akteure im Wintertourismusbereich zu unterstützen. In Annaberg sind die privaten Akteure mit dem Thema Klimawandelanpassung überfordert und verfügen nicht über die Möglichkeiten und Mittel sich strategisch anzupassen. Hier braucht es halbinstitutionelle Zwischenstellen, die Vermittler zwischen politischen Zielen und privaten Akteuren sind und sowohl politisch verankert als auch vor Ort und praxisnahe sind. Sie können besonders effektiv Veränderungen anstoßen, wenn sie auch über entsprechende finanzielle Mittel verfügen (z.B. EFRE-Mittel, Landesmittel). Dann können gezielt regionsspezifische Maßnahmen gesetzt werden, die auf die privaten Akteure weiterwirken. Weiters war die NÖ Landesausstellung für Annaberg ein wichtiger Impulsgeber für eine Stärkung des Sommer- und Wandertourismus.

Ein weiteres Instrument sind Förderungen bzw. Kreditvergaben. So werden Investitionsmaßnahmen für Seilbahnen quasi nicht mehr gefördert oder über Kredite finanziert, sondern nur mehr Beherbergungsbetriebe zur Aufwertung auf 4- oder 5-Stern Niveau. Solche Hotels müssen dann fast ganzjahresausgelastet sein, um rentabel zu sein und können nicht mehr nur auf Wintertourismus setzen.

Auch die Fokussierung des Landes auf ausgewählte Regionen, nämlich die BIN-Zentren, ist eine Steuerung. Nur in solchen Regionen wird eine 10%-Landesförderung vergeben bzw. werden entsprechende landespolitische Maßnahmen gesetzt, wie in Annaberg die Errichtung des JUFA-Hotels.

Doch auch in der starken Top-Schiregion Skicircus bedarf es öffentlicher Unterstützung. In der Region ist vieles in privater Hand, da die Bergbahnen als private Gesellschaft gegründet wurden. Die Hoteliers sind allesamt Familienunternehmen, und die Region hat es geschafft, große Hotelketten in der Vergangenheit erfolgreich abzuwehren. Trotzdem braucht es auch hier ein Zusammenwirken der einzelnen gesetzten/geplanten Maßnahmen und eine einheitliche Strategie, die nicht nur von den Einzelinteressen weniger dominanter Akteure geprägt ist. Tourismusverbände sind eher als Marketing-Institutionen zu sehen und tragen dementsprechend wenig bei. Das Nachahmen von erfolgreichen Leitbetrieben ist ein Treiber und gleichzeitig der Wissensaustausch zwischen den Regionen (Delegationsreisen), wobei hier die Teilnahme eher von großen Betrieben und den innovativen Leitbetrieben angenommen wird. Dadurch, dass die Region in das Premiumsegment im Wintertourismus vorstößt, deckten die Preise für die Liftkarten und die Übernachtungen den enormen Ressourceneinsatz für künstliche Beschneidung, Spa und Pistenpräparierung. Die Meinungsbildner in der Region sind oft tief in den Strukturen der Region verwurzelt (Management der Bergbahnen, Tourismus-Ausschuss, Board des Tourismusverbandes, etc.). Es braucht aus diesem Grund an den Schlüsselstellen Überzeugungsarbeit und klare Kommunikation des Themas, dass das Risiko gleichzeitig auch eine Chance für die Region ist und diese sich breiter und langfristiger aufstellen kann.

Des Weiteren braucht es klare Ziele auf allen Policy-Ebenen, die dem gesamten Sektor vorgegeben werden, um den immensen Energie-, Wasser- & Treibstoffverbrauch einzudämmen.

7 Literatur

- Abegg B., Agrawala S., Crick F. und de Montfalcon A. (2007). Climate change impacts and adaptation in winter tourism. In S. Agrawala (Hrsg.): Climate Change in the European Alps. Adapting Winter Tourism and Natural Hazards Management (S. 25–60). Paris: OECD.
- Bednar-Friedl B., Heinrich G., Kirchner M., Köberl J., Koland O., Mitter H., Prettenhaler F., Schinko T., Schmid E., Schönhart M., Themeßl M., Töglhofer Ch. (2013): Adaptation to Climate Change in Austria: Agriculture and Tourism (ADAPT.AT). Final ACRP Report.
- Abegg B. (2012): natürliche und technische Schneesicherheit in einer wärmeren Zukunft. Forum für Wissen 2012: 29-35.
- APCC (2014): Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014 (AAR14). Austrian Panel on Climate Change (APCC), Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien, Österreich.
- BMLFUW (2012a): Die österreichische Strategie zur Anpassung an den Klimawandel (Teil 1 – Kontext). Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien.
- BMLFUW (2012b): Die österreichische Strategie zur Anpassung an den Klimawandel. Handlungsempfehlungen für die Umsetzung (Teil 2 – Aktionsplan). Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien.
- Carpenter S.R. et al. (2001): From metaphor to measurement: resilience of what to what? Ecosystems 4: 765-781.
- Formayer H. (Koordination) et al. (2007): Auswirkungen des Klimawandels in Niederösterreich. NÖ Klimastudie 2007. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung. https://meteo.boku.ac.at/klima/berichte/NOE_Klimastudie_2007.pdf
- Kromp-Kolb H. und Formayer H. (2001): Klimaänderung und mögliche Auswirkungen auf den Wintertourismus in Salzburg. Studie im Auftrag des Amtes der Salzburger Landesregierung.
- ÖHV (Österreichische Hotelierversammlung, 2014): Österreichs Destinationen im Vergleich. Destinationsstudie und -karte. <http://www.oehv.at/OEHV/files/12/12898592-93aa-4971-8625-2ee27564a421.pdf>
- Prettenhaler F. und Formayer H. (Hrsg., 2011): Tourismus im Klimawandel: Zur regionalwirtschaftlichen Bedeutung des Klimawandels für die österreichischen Tourismusgemeinden. Studien zum Klimawandel in Österreich Band VI. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien.
- Sharifi A und Yamagata Y. (2014): Major Principles and Criteria for Developing an Urban Resilience Assessment Index, International Conference and Utility Exhibition 2014 on Green Energy for Sustainable Development (ICUE 2014), Pattaya City, Thailand, 19-21 March 2014.
- Speranza C.I., Wiesmann U., Rist S. (2014): An indicator framework for assessing livelihood resilience in the context of social-ecological dynamics. Global Environment Change 28 (2014) 109-119.
- Statistik Austria (2016): Ankünfte und Übernachtungen bzw. Betriebe und Betten in allen Berichtsgemeinden. Tabelle 30.

- Steiger R. und Abegg B. (2013): The Sensitivity of Austrian Ski Areas to Climate Change. In: Tourism Planning & Development 10(4), S. 480-493. Taylor & Francis.
- Strasser U., Gobiet A., Stötter J., Kleindienst H., Zimmermann F., Steininger K., Prettenhaler F. 2012: Effects of Future Snow Conditions on Tourism and Economy in Tyrol and Styria – CC-Snow II. Final ACRP Report.
- Teich M., Lardelli C., Bebi P., Gallati D., Kytzia S., Pohl M., Pütz M., Rixen Ch. (2007): Klimawandel und Wintertourismus: Ökonomische und ökologische Auswirkungen von technischer Beschneigung. Projektschlussbericht. Birmensdorf, Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL. 169 S.
- Vanat L. (2015): 2015 International Report on Snow & Mountain Tourism - Overview of the key industry figures for ski resorts. <http://www.vanat.ch/RM-world-report-2016-vanat.pdf>. [1.2.2017]
- Wilbanks F., T.J., Abeyasinghe A.C., Burton I., Gao Q., Lemos M.C., Masui T., O'Brien K.L., and Warner K. (2014): Climate-resilient pathways: adaptation, mitigation, and sustainable development. In: Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A: Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, pp. 1101-1131.

8 Annex

8.1 Interviewleitfaden



Interviewleitfaden zur Stakeholderbefragung im Themenfeld Wintertourismus

Basisunterlagen

Ev. Karten, Abbildungen – Auswahl nach Region/Interviewpartner

Zugang

Für die vier Fallbeispiele Raumwärme/Klimatisierung, privater Hochwasserschutz, Wintertourismus und Landwirtschaft werden Stand und Möglichkeiten privater Anpassung untersucht. Hierzu werden Befragungen von privaten Stakeholdern durchgeführt.

In den Interviews zu Wintertourismus geht es darum, zu untersuchen, welche Maßnahmen von privaten Stakeholdern zur Sicherung der Wintertourismus gesetzt werden, welche Barrieren oder Anreize es gibt, wie das Informationsumfeld dafür aussieht und welche Institutionen dabei eine Rolle spielen.

Die Ergebnisse des Projektes sollen in direkte politische Empfehlungen übergeleitet werden, die es den Verantwortlichen in Politik und Verwaltung ermöglichen sollen, die richtigen Weichenstellungen für die Förderung und Steuerung privater Anpassung an den Klimawandel zu treffen. Zur Erreichung dieser Ziele sind nicht nur einzelne sektorale, sondern integrierte Lösungen gefragt.

Die Interviews zielen darauf ab, das Wissen, die Meinungen und Interessen der Stakeholder, Interessensvertreter und Leitbetriebe zu erheben und diese in das Projekt mit einzubeziehen.

Allgemeine Basisinformationen

Kurzbeschreibung des Tourismusgebietes

- Ausrichtung, Schwerpunkte, Zielgruppe, Bedeutung des (Schi-)Tourismus, Wandel in den letzten Jahren, Entwicklung der touristischen Wertschöpfung

Kurze Unternehmensbeschreibung und Rolle im Schigebiet

- Rolle des Interviewpartners im Unternehmen, Betriebsgröße, Pistenlänge, Anzahl Lifte, Anzahl Betten, Anzahl Beschäftigte, saisonale Auslastung, Saisondauer, wirtschaftliche Betriebskenngrößen (Größenordnungen), betriebswirtschaftliche Veränderungen während der letzten Jahre, etc.

Maßnahmen zur Erhaltung des Tourismus in der Region

Bereits umgesetzte Maßnahmen (Zeitraum: ca. die letzten 10 Jahre)

Welche Maßnahmen wurden in Ihrer Region und/oder in Ihrem Betrieb in den letzten ca. 10 Jahren ergriffen, um das touristische Angebot abzusichern?

Abfrage von Attributen für die genannten, bereits umgesetzten Maßnahmen

- **Was war das Ziel der Maßnahmen und der Grund/die Motivation für die Entscheidung / Investition?**
 - Anpassung und Klimawandel-/Wettergeschehen: Temperatur, Schneesicherheit
 - Anpassung an sonstige Rahmenbedingungen
 - Nachfrage (Gästeprofil, Altersstruktur, Urlaubsmotive, wirtschaftliche Bedingungen),
 - Verfügbarkeit von Förderungen,
 - regionale Investitionen, etc.
 - Stärkung der Position im Vergleich zur Konkurrenz:
 - andere Wintertourismusgebiete,
 - Tourismusdestinationen mit Angebot abseits vom Wintersport.
- **Wie relevant war die Investition in diese Maßnahme aus betriebswirtschaftlicher Sicht/für Ihren Betrieb?**
 - Einmalige Kosten: Planung, Errichtung, Investition
 - Laufende Kosten durch die Maßnahme: Betrieb, Instandhaltung, Erhaltung, Kreditraten, zusätzliche Personalkosten, Versicherungsprämien

- Notwendige/absehbare Folgekosten/-investitionen für späteren Ausbau bzw. Änderungen/Anpassung der Maßnahme (z.B. technische Upgrades von Schneekanonen oder Liftanlagen; Erweiterung künstliche Beschneidungskapazität; etc.)
- Kosten für einen (späteren) Rückbau: falls sich Rahmenbedingungen (klimatisch, wirtschaftlich, rechtlich, Nachfragesituation, etc.) in Zukunft ändern sollten
- **Welcher Aufwand war damit verbunden?** Mehraufwand an eigener Arbeitszeit und für erforderliche Absprachen, behördliche Genehmigungen/Verfahren (z.B. UVP), bürokratische Abläufe, Verhandlungen, Vertragserrichtung, Anbahnungen, Informationsbeschaffung, Kontrolle etc. (einmaliger, laufender, zusätzlicher/zukünftiger Aufwand)
- **Wie werden Investitionen abgedeckt/abgesichert:** Kredit, höhere Preise (z.B. Liftkarten); gemeinschaftliche Investition (Kostenbeteiligung durch Private); etc. Amortisationszeit
- **Inanspruchnahme von Unterstützungen durch die öffentliche Hand:** öffentliche Förderungen, Begünstigungen (steuerlich, begünstigte Kredite, etc.), Beratung – Was/welche? Wie hoch? Von wem?
- **Welche Auswirkung hatte diese Maßnahme?**
 - Hat sie ihr Ziel erfüllt und den erwarteten Nutzen gebracht?
 - Hat die Umsetzung der Maßnahme (für Sie, andere oder die Region insgesamt) andere Vorteile bewirkt, die nicht erwartet oder ursprünglich gar nicht beabsichtigt waren?
 - Welche Informationen waren für die Entscheidung, Planung und Umsetzung der Maßnahme notwendig? Woher haben Sie diese Informationen bezogen?
 - Inwieweit haben meteorologische oder klimatische Faktoren (Temperatur, Niederschläge, Schneesicherheit) bei Wahl und Umsetzung der Maßnahme eine Rolle gespielt? Welche diesbezüglichen Informationen wurden verwendet, und von woher stammen diese?
- **Negative (umweltbezogene, soziale) externe Effekte; Zielkonflikte zu Nachhaltigkeit, Umweltverträglichkeit, Ressourcenschonung; Vulnerabilitätstransfers**
 - Gab es Schwierigkeiten bei der Umsetzung der Maßnahme?
 - Sind im Zuge der Umsetzung Konflikte aufgetreten? In welchem Ausmaß, worüber und mit wem?
 - mit öffentlichen Interessen (Behörde, NGOs, Bürgerinitiativen etc.)
 - mit Nachbarn oder anderen Privaten

Derzeit in Umsetzung befindliche oder konkret geplante Maßnahmen

Welche Maßnahmen werden in Ihrer Region und/oder in Ihrem Betrieb derzeit umgesetzt oder konkret geplant?

Abfrage von Attributen für die geplanten Maßnahmen:

- Art der Maßnahme

- Grund/Motivation für diese Entscheidung/Investition (Anpassung an veränderte Bedingungen (Klima, Nachfrage, Gästestruktur, regionale Investitionen etc.) oder z.B. Konkurrenz zu anderen Schigebiet),
- Ungefähre Kosten/Aufwand
- Wie werden Investitionen voraussichtlich abgedeckt/abgesichert

Umsetzungsbereitschaft, Präferenzen für weitere, nicht genannte Maßnahmen

Bitte geben Sie bei den noch nicht besprochenen Maßnahmen auf der Liste an, ob und wie sehr Sie sich vorstellen können, dass die Maßnahmen in Zukunft in Ihrem Betrieb / in der Region umgesetzt werden. Bitte begründen Sie jeweils kurz Ihre Einschätzung.

- **Kann ich mir vorstellen, umzusetzen** (Präferenzskala von „sehr wahrscheinlich / sehr gut vorstellbar“ bis „sehr unwahrscheinlich / gar nicht vorstellbar“), **kurze Begründung**
- **Kann ich mir nicht vorstellen, umzusetzen, kurze Begründung**
Zusatzfrage: Würden ausreichende Förderungen oder anderweitige Unterstützungen der öffentlichen Hand etwas an Ihrer Einschätzung ändern?

Betroffenheit und Wahrnehmung des Risikos Schneesicherheit

- Wie sehr war die Tourismuswirtschaft und ihr Betrieb **in den letzten 10 Jahren** von schneearmen Wintern betroffen? Finden Sie, dass sich die natürliche **Schneesicherheit** / das Schneedargebot (Beginn/Ende/Dauer der Schneeperiode, Schneemenge/-höhe) in diesem Zeitraum verändert hat? Sind besonders schneearme oder schneereiche Wintersaisons aufgetreten?
- Haben diese Erfahrungen die i) **Tourismusstrategien** in der Region sowie ii) Ihr **eigenes unternehmerisches Denken und Handeln** beeinflusst / verändert?
- Wie schätzen Sie die **zukünftige Schneesicherheit** für Ihre Region ein? Wie wird sich diese (mit und ohne künstliche Beschneigung) in **den nächsten 30 Jahren** verändern?
 - Glauben Sie, dass Sie/ihre Region in Zukunft stärker/häufiger von schneearmen Wintern betroffen sein werden/wird?
 - Was wären Ihrer Meinung nach in diesem Fall die Auswirkungen für Ihren Betrieb/die Tourismuswirtschaft in der Region?

Governance

Information

- Wie gut fühlen Sie sich über veränderte klimatische Bedingungen, sich daraus ergebende Risiken und Maßnahmen zur Anpassung in Ihrer Umgebung informiert?
- Wann und von wem haben Sie zum letzten Mal Informationen zu veränderten klimatische Bedingungen und möglichen Auswirkungen auf den Wintertourismus in Ihrer Umgebung erhalten oder selbst eingeholt (Institutionen, Behörden, Interessenverbände, Gemeinde, Nachbarn/andere Tourismusakteure in der Region, Freunde, Fernsehen, Internet (konkret welche Websites))? Wer ist der wichtigste Ansprechpartner?
- Würden Sie gerne mehr Information über veränderte klimatische Bedingungen, Auswirkungen und Maßnahmen zur Anpassung in Ihrer Region oder über Ihre persönliche Betroffenheit von diesen Risiken erhalten? Welche Informationen würden Sie benötigen?
- Wissen Sie, bei wem/wo Sie Informationen zu veränderten klimatischen Bedingungen oder Maßnahmen zur Anpassung daran in Ihrer Gemeinde/Region erhalten können? Vertrauen Sie auf diese Informationen?

Vertrauen

- Wie gut, glauben Sie, können die Experten (z.B. Klimatologen/Meteorologen) Risiko und Auswirkungen veränderter klimatischer Bedingungen in Ihrer Region vorhersagen?
- Wird Ihrer Meinung nach von Seiten der Gemeinde/des Tourismusverbands/der Tourismusregion offen über das derzeitige Risiko von veränderten klimatischen Bedingungen in Ihrer Region gesprochen?
- Wie hohes Vertrauen haben Sie in Verwaltung und Behörden/Interessensvertreter, dass sich diese um veränderte klimatische Bedingungen in Ihrer Region kümmern? Wie hoch ist ihr Vertrauen, dass die derzeitigen Maßnahmen geeignet und ausreichend sind, um mit den Auswirkungen klimatischer Veränderungen zurecht zu kommen?

Abschlussfrage

Können Sie uns weitere Interviewpartner nennen?