



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Sporteventtourismus im Weltcuport Hinterstoder –
Eine Studie zur raumstrukturellen
Nachhaltigkeitswirkung der Weltcuprennen im
Zeitraum von 1984 bis 2011

Verfasserin

Sabine Faderl

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag^a.rer.nat)

Wien, im Juni 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:

A 190 456 299
UF Geographie und Wirtschaftskunde
UF Psychologie und Philosophie
Ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Christian Vielhaber

Betreuer:

In Erinnerung an meinen im April verstorbenen Opa:

*„Hoffnung ist nicht die Überzeugung,
dass etwas gut ausgeht,
sondern die Gewissheit, dass etwas Sinn hat,
egal wie es ausgeht“ (Vaclav Havel)*

EIDESSTAATLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich,

dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig und nur unter Zuhilfenahme der angegebenen Literatur verfasst habe.

dass ich diese Diplomarbeit keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt habe.

dass diese Arbeit mit der vom Betreuer beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Wien, im Juni 2011

DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchte ich all jenen Personen danken, die mich sowohl während meines Studiums als auch bei der Ausarbeitung meiner Diplomarbeit tatkräftig unterstützt haben.

Mein erster Dank gebührt meinen Eltern. Ihr habt mir durch eure finanzielle Unterstützung mein Studium ermöglicht und mir während meines gesamten Werdeganges einerseits Vertrauen und Verständnis, andererseits viel Raum für meine persönliche Entfaltung entgegengebracht. Dir Mama danke ich besonders für das Korrekturlesen meiner Arbeit und dir Papa für inhaltliche Inputs und interessante themenspezifische Gespräche, die mir wertvolle Ideen für meine Arbeit geliefert haben.

Meinem Betreuer – Ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Christian Vielhaber – möchte ich ganz herzlich für die tatkräftige fachkundliche Unterstützung, die hilfreichen Denkanstöße und die rasche Korrektur danken. Während des Schreibens wusste ich mich immer sehr gut betreut, was für das Gelingen meiner Arbeit von großer Bedeutung war.

Weiters gilt ein großer Dank all meinen Gesprächspartnern und Personen in der Gemeinde Hinterstoder, die mir wertvolle Informationen geliefert und mir sämtliches Informationsmaterial zur Verfügung gestellt haben.

Auch danke ich allen MitarbeiterInnen der Statistik Austria, der Oberösterreich Statistik und dem Tourismusdirektor der Region Pyhrn-Priel, Herrn Dietmar Habe, für das Bereitstellen von statistischem Zahlenmaterial.

Ein großes Dankeschön gebührt auch meinen Freundinnen Carina und Kathi, durch deren aufmunternde und motivierende Worte ich immer wieder neue Kraft und Energie schöpfen konnte. Für eure liebevolle Unterstützung bin ich euch unendlich dankbar.

Zu allerletzt möchte ich meinen treuesten Studienkolleginnen Nina, Babsi, Tini und Marlene danken. Mit euch habe ich sowohl bei Exkursionen als auch privat schöne Stunden verbracht. Ihr habt meinen Studienalltag sehr bereichert und lebendig gemacht.

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG	1
1.1. Einführung in das Thema	1
1.2. Erkenntnisinteresse	2
1.3. Zielsetzung	2
1.4. Aufbau der Arbeit	4
1.5. Methodik	5
2. WERTEWANDEL IN DER GESELLSCHAFT	6
2.1. Folgen des Wertewandels	9
3. DIE ERLEBNISGESELLSCHAFT	11
3.1. Entwicklung der Erlebnisgesellschaft	11
3.2. Freizeit und Erlebniskonsum	12
3.3. Flow-Erlebnis	13
4. EVENTS UND TOURISMUS	15
4.1. Einleitung	15
4.2. Der Begriff Event	16
4.3. Definition Event	17
4.4. Von der Veranstaltung zum Event	18
4.5. Charakteristika von Events	20
4.6. Erfolgskriterien für Events	22
4.7. Der Eventtourist	24

4.8.	Größe von Events	25
4.8.1.	Mega-Events	25
4.8.2.	Mittelgroße Events	26
4.8.3.	Mini-Events	26
4.9.	Ziele von Events	28
4.9.1.	Außengerichtete Ziele	28
4.9.2.	Innengerichtete Ziele	30

5. SPORTEVENTS 31

5.1.	Allgemeine Fakten	31
5.2.	Sportzuschauer	33
5.2.1.	Komponenten des Zuschauersports	34
5.2.1.1.	Spannungserleben	35
5.2.1.2.	Zelebrierung von Körperlichkeit	35
5.2.1.3.	Affektives Sich-Ausleben	35
5.2.1.4.	Heldenverehrung	35
5.3.	Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen	36
5.3.1.	Gesellschaftliche Aspekte	36
5.3.2.	Wirtschaftliche Aspekte	38
5.3.3.	Umweltmäßige Aspekte	39

6. WINTERTOURISMUS IN OBERÖSTERREICH 41

6.1.	Das regionale Tourismus-Satellitenkonto für Oberösterreich	41
6.2.	Entwicklung des Wintertourismus in Oberösterreich	42
6.3.	Die Urlaubsregion Pyhrn-Priel	48
6.4.	Der Weltcuport Hinterstoder	52
6.4.1.	Tourismus in Hinterstoder	53

7. SCHIWELTCUP IN HINTERSTODER	56
7.1. Das Phänomen Weltcuprennen	56
7.2. Historie der Weltcuprennen	58
7.3. Rahmenprogramm	59
8. NACHHALTIGKEITSANALYSE DER WELTCUPRENNEN	61
8.1. Entwicklung der touristischen Infrastruktur in Hinterstoder	61
8.1.1. Entwicklung der Ankünfte	61
8.1.2. Entwicklung der Nächtigungen	71
8.1.3. Entwicklung der Beherbergungsbetriebe	77
8.1.4. Entwicklung der Bettenanzahl	81
8.1.5. Entwicklung der Bettenauslastung	84
8.1.6. Erneuerung der Pisten und Liftanlagen	85
8.1.6.1. Neue „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“	90
8.1.6.2. Projekt Schischaukel nach Vorderstoder bzw. auf die Wurzeralm	93
8.2. Entwicklung des traditionellen lokalen Angebots in Hinterstoder	95
8.2.1. Infrastrukturelle Erneuerungen	95
8.2.1.1. Die Hösshalle	96
8.2.1.2. Das Landesnachwuchszentrum	97
8.2.1.3. Der Tunnel	100
8.2.2. Erhebung der Angebote für internationale Tourismuskäste	101
8.2.2.1. Hinweisschilder	101
8.2.2.2. Gästehäuser inklusive Weltcupgerichte	103
8.2.2.3. Mehrsprachige Homepages	104
8.2.2.4. Tourismusmarketing	105
8.3. Marketinganalyse	107
8.3.1. Veränderung der Werbewirksamkeit	107
8.3.2. Werbemaßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen	110
8.3.2.1. Homepage: http://www.weltcup-hinterstoder.com/	110
8.3.2.2. Facebook	111

8.3.2.3.	Homepages mit Verweis auf den „Weltcup“	111
8.3.2.4.	Pressekonferenzen vor dem Weltcupevent	112
8.3.2.5.	Hinterstoder Magazin „pur“	114
8.3.2.6.	Straßenbahn Linz	115
8.3.2.7.	Weltcupstand am Tag des Sports in Wien	116
8.3.2.8.	Plakate	117
8.3.2.9.	Flyer	118
8.4.	Veränderung der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit	120
8.5.	Blick in die zukünftige Entwicklung des Weltcuportes	124
 9. ZUSAMMENFASSUNG		 128

ANHANG

Literaturverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abstract

Lebenslauf

1. EINLEITUNG

1.1. Einführung in das Thema:

In den letzten Jahren hat sich unsere Gesellschaft zu einer freizeitorientierten Erlebnisgesellschaft entwickelt. Aufgrund dieser Tatsache und im Zuge des Wandels vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum nehmen Events einen enorm hohen Stellenwert einerseits für den Tourismus im Allgemeinen, andererseits speziell für die touristische Entwicklung eines Ortes bzw. einer Region ein.

Besonders in den letzten Jahren wurden Events bei den Menschen immer beliebter. Sie spiegeln den Charakter der heutigen Gesellschaft, der an Erlebnissen, Emotionen und bleibenden Eindrücken orientiert ist, wider. Menschen wollen in ihrer Freizeit den speziellen Kick erleben, das Leben soll erlebbar gemacht und emotional beladen werden. Der Wunsch nach vielen unverwechselbaren Erlebnissen ist in der heutigen Gesellschaft stark verankert (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 25ff).

In der heutigen Zeit scheint es aufgrund der Konkurrenz zwischen den einzelnen Destinationen enorm bedeutend zu sein, Reize zu schaffen, um Menschen in bestimmte Regionen zu locken. Events bieten dabei die Möglichkeit und die Chance, Menschen für sich zu gewinnen und mit speziellen Highlights zu begeistern. Events gehören in der heutigen Gesellschaft zu beliebten Freizeitaktivitäten, denen immer mehr Bedeutung beigemessen wird (vgl. FREYER, 1996, S. 211). Der kleine Weltcuport Hinterstoder im Bundesland Oberösterreich hat dieses Phänomen erkannt. Seit dem Jahr 1986 ist die oberösterreichische Gemeinde Austragungsort von bisher acht Schiweltcupveranstaltungen. Laut Aussagen der Verantwortlichen für die Weltcuprennen versucht der Veranstalter auch abseits des sportlichen Wettkampfes das Publikum zu begeistern. Der Sportwettkampf wird zu einer Art Show mit Rahmenprogramm. Solche Veranstaltungen wollen sich auch die Orte und Regionen selbst zu Nutze machen. Sie erhoffen sich dadurch einen Imagegewinn und langfristige positive Effekte für die touristische Entwicklung, einschließlich einer Erhöhung des Bekanntheitsgrades in der breiten Öffentlichkeit. Sind die Weltcuprennen tatsächlich ein Gewinn für den kleinen Ort Hinterstoder?

1.2. Erkenntnisinteresse:

Im Rahmen meines Lehramtsstudiums an der Universität Wien habe ich ein humangeographisches Seminar mit dem inhaltlichen Schwerpunkt „Tourismusland Österreich“ besucht. Diesen Bereich der Geographie fand ich während meines Studiums immer schon sehr interessant. Das Seminar hat mich dann noch mehr bestärkt, dass das Thema meiner Diplomarbeit mit der touristischen Entwicklung einer Region in Zusammenhang stehen muss. Da ich auch ein sehr sportbegeisterter Mensch bin, war es mir ein großes Anliegen die Themenbereiche Tourismus und Sport in meiner Diplomarbeit zu verknüpfen. Meine Begeisterung sowohl für den aktiven als auch den passiven Schisport besteht seit meiner frühen Kindheit. Bereits als kleines Mädchen bin ich jedes Wochenende mit voller Begeisterung und Aufregung vor dem Fernsehgerät gesessen und habe mit den Sportlern gefeiert, gelitten und vor allem mit Leib und Seele mitgefiebert. Ab meinem zwölften Lebensjahr gehörte ich dem Rennkader des Schiclubs Steyr an und bin selbst einige Rennen gefahren. Obwohl ich jetzt aktiv keine Rennen mehr bestreite, bin ich noch immer eine begeisterte Schifahrerin und deswegen war es mir wichtig das Thema meiner Diplomarbeit in diese Richtung zu lenken. Dabei kamen mir die beiden Weltcuprennen in Hinterstoder im Februar des Jahres 2011 in den Sinn. Diese waren im Übrigen die letzten Rennen, um sich noch für die Alpine Schiweltmeisterschaft in Garmisch-Partenkirchen zu qualifizieren, die in der darauffolgenden Woche stattfanden. Daraus entwickelten sich meine Ausgangsüberlegungen zur Themenstellung.

1.3. Zielsetzung:

Für Oberösterreich und speziell für den oberösterreichischen Tourismus stellen die beiden Weltcuprennen, Super G und Riesentorlauf, am 5. und 6. Februar 2011 ein absolutes Highlight dar. Der kleine Weltcuport Hinterstoder steht an diesem Wochenende im Fokus des Weltcupzirkus und kann sich somit der breiten Öffentlichkeit präsentieren. Es stellt sich hierbei die Frage, ob Weltcuprennen ein wichtiger Werbeträger für einen Ort und eine Region sein können und ob sie von nachhaltiger wirtschaftlicher Bedeutung sind. Hinterstoder hat im Zeitraum von 1984 bis 2011 acht Veranstaltungen dieser Größenordnung abgewickelt (insgesamt zwölf

Rennen, viermal wurden je zwei Rennen an einem Wochenende veranstaltet) und die Nachhaltigkeit der ihm Rahmen dieser Ereignisse getroffenen Entscheidungen sollen im Zuge meiner Diplomarbeit überprüft werden. Letztlich geht es um die zentrale Frage, ob Weltcuprennen einen Gewinn für eine Region bedeuten. Dies soll anhand einer Dokumentation raumstruktureller Veränderungen, einer Auswertung des verfügbaren statistischen Zahlenmaterials und auf Grundlage von Expertenbefragungen nachgegangen werden.

Die meiner Arbeit zugrunde liegende zentrale Annahme lautet somit:

„Ein Event in der Größenordnung eines Weltcuprennes steigert in der Folge die touristische Nachfrage signifikant und veranlasst auch die touristische Angebotsseite zu einer signifikanten Erhöhung ihrer Investitionen.“

Bezogen auf diese zentrale Behauptung sollen im Rahmen der raumstrukturellen Nachhaltigkeitswirkung folgende vier Aspekte besonders intensiv unter die Lupe genommen werden:

Als erstes wird der Verbesserung der touristischen Infrastruktur im Beobachtungszeitraum besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Zu dieser zählen die Entwicklung der Bettenanzahl und Beherbergungsbetriebe, die Bettenauslastung, die Ankünfte und Nächtigungen und die Erneuerung der Pisten und Liftanlagen.

Zweitens soll der Frage nachgegangen werden, ob durch die Weltcuprennen auch das traditionelle lokale Angebot erweitert wurde (z.B.: gibt es für internationale Gäste auch eine Ausweitung des lokalen bzw. regionalen Speiseangebots und ist eine auf unterschiedlichen Ebenen dokumentierbare Mehrsprachigkeit als Folge der Internationalisierung des Gästespektrums zu beobachten?).

Drittens wird das Marketing genauer untersucht. Dabei soll der Frage nachgegangen werden, wie sich die Werbewirksamkeit im Beobachtungszeitraum verändert hat, wann die Werbekampagne für die Weltcuprennen beginnt und wie auf unterschiedlichen Ebenen das Weltcuprennen beworben wird.

Viertens sollen Veränderungen der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit analysiert werden. Dabei soll herausgefunden werden, wie viel touristische Nutzfläche im Laufe der Jahre in Anspruch genommen wurde, wie viel bebaubarer Raum noch verfügbar ist und ob spezielle Raumansprüche in direkter Abhängigkeit zu den Weltcuprennen feststellbar sind.

Zusammenfassend soll die Untersuchung dieser vier Aspekte detaillierte Aussagen über die Nachhaltigkeitswirkung internationaler Events an einem ausgewählten Standort zulassen.

1.4. Aufbau der Arbeit:

Die vorliegende Diplomarbeit gliedert sich in neun Kapitel.

Das erste Kapitel dient dazu, in das Thema der Diplomarbeit einzuleiten, das Erkenntnisinteresse und die Zielsetzung darzulegen und die methodische Vorgehensweise zu erläutern.

Das zweite Kapitel widmet sich dem gesellschaftlichen Wertewandel der letzten fünfzig Jahre und zeigt den Wandel vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum. Die Folgen dieses Wandels beschließen das erste Kapitel.

Als Ergebnis dieses Wertewandels wird im dritten Kapitel auf die freizeitorientierte Erlebnisgesellschaft eingegangen.

Das vierte Kapitel beschäftigt sich mit dem Phänomen Event in Verbindung mit dem Tourismus. Im Zuge dieses Kapitels wird das Wort Event definiert, ein Event von einer Veranstaltung unterschieden, charakteristische Eigenschaften und Erfolgskriterien für ein Event dargebracht und zu allerletzt werden Ziele und die Größe von Events erläutert. Im fünften Kapitel wird speziell auf Sportevents eingegangen. Dabei werden Sportzuschauer, die Komponenten des Zuschauersports und Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen thematisiert.

Im Zuge des sechsten Kapitels, Wintertourismus in Oberösterreich, wird zu Beginn die volkswirtschaftliche Bedeutung des Wintertourismus hervorgehoben. Danach wird die Entwicklung des Wintertourismus in Oberösterreich dargelegt. Nach Vorstellung der Urlaubsregion Pyhrn-Priel wird der Untersuchungsgemeinde Hinterstoder besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Das siebte Kapitel führt in das Phänomen „Schiweltcup“ ein. Es wird auf die Historie der Weltcuprennen in Hinterstoder eingegangen und das Rahmenprogramm der Weltcuprennen 2011 vorgestellt.

Im achten Kapitel werden die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsanalyse in Bezug auf die bereits vier vorgestellten Aspekte dargelegt.

Das neunte Kapitel bildet ein abschließendes Resümee der vorliegenden Arbeit.

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Arbeit auf die zweigeschlechtliche Schreibweise verzichtet. Es wird nur die maskuline Form verwendet. Diese bezieht beide Geschlechter mit ein.

1.5. Methodik:

Für den ersten Teil der Diplomarbeit wurde bereits vorhandene Literatur verwendet. Dazu wurden die Literaturbestände der Bibliotheken der Universität Wien, dem Institut für Geographie und Regionalforschung, dem Institut für Sportwissenschaft, dem Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, dem Institut für Soziologie und Politikwissenschaft und dem Institut für Betriebswirtschaftslehre herangezogen. Desweiteren dienten die Homepages der Tourismusregion Pyhrn-Priel und der Gemeinde Hinterstoder als Quelle für Information.

Im zweiten Teil der Arbeit wurden auf der einen Seite Zahlen der Statistik Austria zu aussagekräftigen Diagrammen verarbeitet. Auf der anderen Seite dienten Expertenbefragungen dazu, spezielle Entwicklungen in der Gemeinde Hinterstoder beleuchten zu können.

2. WERTEWANDEL IN DER GESELLSCHAFT

Einleitend in die Thematik der vorliegenden Arbeit wird der Wertewandel in der Gesellschaft kurz thematisiert. Dieser Wandel geht mit einer Veränderung der Lebensstile und einem erhöhten Lebensanspruch der Menschen einher, welche auch in der Entwicklung der Untersuchungsgemeinde Hinterstoder zu beobachten sind. Bevor jedoch tiefer in diese Thematik eingeführt wird, muss zuerst geklärt werden, wie dieser Wandel vorangeschritten ist.

Unsere Gesellschaft befindet sich in einem ständigen Umbruch. Dadurch kommt es auch immer wieder zu Veränderungen gesellschaftlicher Werte. Gerade heute spielen Wertediskussionen – auch angefacht durch politische Einflussnahmen und wirtschaftliche Entwicklungen – im Alltag eine wichtige Rolle. Doch wovon sprechen wir eigentlich, wenn wir Werte thematisieren?

Werte sind nicht naturgesetzlich vorgegeben und nicht gottgewollt. Sie sind geschichtlich entstanden und somit Produkte des menschlichen Zusammenlebens. Weiters sind sie für die Leistungsfähigkeit und Stabilität der Gesellschaft von entscheidender Bedeutung und bilden den Kern der Kultur (vgl. HILLMANN, 2001, S. 16f).

„Werte sind allgemeine, grundlegende, zentrale Ziele, Orientierungsstandards und -leitlinien für das Handeln von Individuen, Gruppen-, Organisations- und Gesellschaftsangehörigen und damit auch für die Aktivitäten sozialer Gebilde. Werte fungieren als sinnstiftende Legitimationsgrundlage für die sozialen Normen [...] Sie sind fundamental wichtig für den Zusammenhalt und für die Leistungsfähigkeit sozialer Gebilde und ganzer Gesellschaften.“ (HILLMANN, 2001, S. 15)

In den letzten drei Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts hat die Forschung über Werte und Wertewandel einen beachtlichen Stellenwert erhalten. Zentraler Gegenstand der Forschung sind bis heute Strukturen und Veränderungen von Einstellungen und Wertorientierungen vor allem in westlichen Gesellschaften (vgl. HILLMANN, 2001, S. 15).

Der Wandel von Werten hängt stark mit Veränderungen im Kontext von Herrschaft, Macht und Emotionen zusammen. Aber auch die wirtschaftliche Entwicklung und die steigende Wohlstandszunahme in den westlichen Gesellschaften spielt dabei eine entscheidende Rolle. Als Konsequenz wurden die Angehörigen der Nachkriegsgeneration sukzessive zu Trägern postmaterialistischer Wertprioritäten. Diese bildeten sich im Rahmen der sogenannten „stillen Revolution“ des 20. Jahrhunderts immer stärker aus. Somit fand in westlichen Gesellschaften eine Verschiebung der Wertprioritäten statt (vgl. HILLMANN, 2001, S. 16ff).

Schon seit Jahrzehnten kündigt sich der Wandel vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum an. Der Versorgungskonsum wird immer mit dem Lebensnotwendigen in Verbindung gebracht. Der Erlebniskonsum hingegen zeichnet sich dadurch aus, dass sich Menschen etwas leisten, was sie im Grunde zum Leben nicht unbedingt benötigen, ihr Leben jedoch schöner und angenehmer macht. Ende der 40er Jahre gaben die Menschen rund drei Viertel ihres Einkommens für Essen und Kleidung aus. In den 50er Jahren setzte die sogenannte „Fresswelle“ ein, in der es Menschen ein Anliegen war nach einer Phase der Entbehrungen das Grundbedürfnis „Essen“ voll zu befriedigen. Ein Jahrzehnt später erlebten die Menschen eine erste Konsumwelle. Die 70er Jahre waren durch eine neue Nachfrageautomatik geprägt, die durch eine Erhöhung frei verfügbarer Zeitblöcke verursacht wurde. Als Folge kam es zur Entstehung einer Freizeitindustrie. Der Wertewandel blieb dynamisch und rückte in den 80er Jahren in den Mittelpunkt einer Konsumszone, die durch eine extreme Vielfalt geprägt war. Anfang der 90er Jahre beherrscht das Schlagwort „Lifestyle“ die Konsumgewohnheiten. Die Entwicklung der nächsten Jahre wird durch eine weitere grundlegende Änderung in der Bedürfnis- und Kaufstruktur der Menschen gekennzeichnet sein. Die Konsumenten verlangen nach mehr Konsumerlebnissen, wobei dabei die Erlebnisqualität das wichtigste Kaufkriterium darstellt (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 29f).

MÜLLER-SCHNEIDER (2001, S. 91ff) beschäftigt sich mit den Phasen des Wertewandels der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, wie er in Österreich zu beobachten war.

Die 50er Jahre waren durch die Schlagworte Wirtschaftswachstum, Existenzsicherung und Sicherheit geprägt. Es kam zur Entwicklung eines Wohlstandes, der bis zu diesem

Zeitpunkt unbekannt war. Dieser gipfelte schlussendlich darin, dass sich Fress-, Wohn-, Auto- und Reisewellen gegenseitig ablösten. Jedoch kann in Bezug auf diese Phänomene noch nicht von einer Erlebnisorientierung die Rede sein. Die Konsummöglichkeiten waren gering und die Menschen mussten zuerst die Anforderungen des alltäglichen Lebens bewältigen. Die Menschen sahen ihr Leben als Aufgabe und nicht als Möglichkeit sich zu amüsieren. Die Arbeit stand an erster Stelle (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER 2001, S. 93f).

In den 60er Jahren erlebte die Versorgung mit Konsumgütern durch die Wohlstandssteigerung ein neues Niveau. Die Möglichkeiten der Menschen Freizeit nach ihren individuellen Wünschen zu nutzen vermehrten sich und dadurch gewann die Erlebnisorientierung im Rahmen der Freizeitplanung stark an Bedeutung (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER, 2001, S. 96).

In den 70er Jahren nahm die Bedeutung der Freizeit für die individuelle Lebensführung noch stärker zu. Die Menschen wollten in ihrer Freizeit das Leben ihren Vorstellungen entsprechend genießen. Protagonisten dieser Zeit waren Angehörige der 68er Generation, die das machen wollten, was ihnen Spaß bereitet. Im Zuge dessen kam es auch zur Entwicklung neuer Geschmacksrichtungen, wie beispielsweise die Rock- und Beatmusik. Wichtige Werte dieser Zeit waren Selbstverwirklichung und Selbsterfüllung (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER, 2001, S. 96ff).

In den 80er Jahren durchdrang die Erlebnisorientierung das Alltagsleben und es entwickelte sich die Erlebnisgesellschaft, in der die eigenen Gefühle ins Zentrum der Wirklichkeits- und Werterfahrung der Menschen gerückt sind. Glück, Freude und Lebensgenuss zählten zu den zentralen Werten in unserer Gesellschaft. Der Sinn des Lebens bedeutete für viele Menschen das Leben zu genießen. Die Erlebnisorientierung umfasste jedoch nicht nur den Freizeitbereich, sondern war auch in andere Bereiche des Lebens vorgedrungen. Beispielsweise sollte auch Arbeit zum persönlichen Wohlbefinden und damit zur Selbsterfüllung beitragen. Zu den Grundlagen eines erlebnisorientierten Lebens zählte die Wählbarkeit der eigenen Lebensumstände, die sich am Erlebnismarkt realisieren lässt (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER, 2001, S. 98ff).

In den 90er Jahren erfuhren Lebensqualität, Lebensgenuss und Erlebnisorientierung einen weiteren Aufschwung. Der Sinn des Lebens bestand darin, erfolgreich zu sein, aber auch sein Leben zu genießen (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER, 2001, S. 103).

Das 21. Jahrhundert ist vom Wunsch vieler geprägt ihr persönliches „schönes“ Leben zu führen. Wenn die materiellen Grundbedürfnisse gedeckt sind, beginnt der Mensch sich um sich selbst zu kümmern und orientiert sich zunehmend hedonistisch. Der materielle Reichtum steht bei vielen nicht mehr an erster Stelle der persönlichen Wunschliste und wird nicht mehr als primärer Sinn des Lebens betrachtet. Diese Werteverstärkung produziert bzw. unterstützt Erlebnisrationalität. Das heißt, um Erlebnisse ihren Erwartungen entsprechend genießen zu können, sind die Menschen bereit, Situationen auch zu manipulieren bzw. manipulierte Situationen zu akzeptieren und zu konsumieren. Ein Markt, auf dem schöne Erlebnisse angeboten und nachgefragt werden, ist die Folge (vgl. MÜLLER-SCHNEIDER, 2001, S. 103f).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der hier aufgezeigte Wertewandel auch zu raumstrukturellen Veränderungen geführt hat, die auch für die Gemeinde Hinterstoder beispielhaft sind. Um das gesteigerte Anspruchsniveau der Menschen befriedigen zu können, muss auch der Raum, an dem diese Ansprüche nachgefragt werden, geschaffen werden. Somit vollzieht sich gleichzeitig mit dem Wandel von Werten auch ein Wandel des Raums.

2.1. Folgen des Wertewandels:

Nach der Erläuterung des Wandels vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum werden in diesem Kapitel kurz die Folgen dieses Wandels thematisiert.

In den letzten vierzig Jahren ist also ein grundlegender Wandel im Verbraucherverhalten festzustellen. Die Konsumprioritäten vieler Menschen verschieben sich aufgrund vermehrter Freizeit, gestiegenen Wohlstands und einem dynamischen Wertewandel. Konsumgüter verlieren an Wert und werden von Konsumerlebnissen verdrängt. Der Mensch kauft nicht nur mehr das Produkt, sondern Erlebnisse und Gefühle. Durch den materiellen Wohlstand wollen viele Menschen das

Paradies erleben. Um die alltäglichen Grundbedürfnisse abdecken zu können, braucht der Mensch im Vergleich zu früher weniger Geld und weniger Zeit (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 28ff).

Der Erlebnishunger vieler Menschen kennt nach oben hin keine Grenzen. Der Wertewandel hat deutlich seine Spuren hinterlassen. Viele Menschen stellen heute ihre eigenen Konsumgewohnheiten nicht infrage, was zu Widersprüchen führt. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass der Mensch das Einsparen ebenso beherrscht wie das Verschwenden. Wenn er beim Erlebniskonsum zu viel ausgibt, dann spart er dies beim Versorgungskonsum ein (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 31).

Eine weitere Folge des Wertewandels ist, dass sich Produkthanbieter kaum noch voneinander unterscheiden. Um sich von anderen Anbietern abgrenzen zu können, müssen einzigartige Konsumerlebnisse vermittelt werden. Dabei werden Marken zu Erlebnisobjekten und bekommen einen emotionalen Zusatznutzen. Erst diese erlebnisorientierte Zusatzqualität ist für viele Menschen ausschlaggebend, das Produkt haben zu wollen. In diesem Sinne muss die Werbung verstärkt auf Erlebnisstrategien zurückgreifen (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 30; vgl. WEINBERG, 1998, S. 66f).

3. DIE ERLEBNISGESELLSCHAFT

Nach Erläuterung des gesellschaftlichen Wertewandels beschäftigt sich dieses Kapitel mit der Erlebnisgesellschaft. Zu Beginn wird die Entwicklung der Erlebnisgesellschaft dargelegt. Im Anschluss daran wird auf die Freizeit im Zusammenhang mit dem Erlebniskonsum und dem „Flow-Erlebnis“ eingegangen. Dies deshalb, weil die Gespräche mit Entscheidungsträgern der Gemeinde in Hinterstoder gezeigt haben, dass der Wandel zur Erlebnisgesellschaft auch ausschlaggebend und verantwortlich war für eine Neuorientierung der Gemeinde und einen Neuaufbau im Bereich des Tourismus.

3.1. Entwicklung der Erlebnisgesellschaft:

Die Erlebnisgesellschaft des 21. Jahrhunderts wurzelt im 18. Jahrhundert, in der Zeit Jean-Jacques Rousseaus (vgl. OPASCHOWSKI, 2002, S. 242).

„Nicht wer am ältesten wird, hat am längsten gelebt, sondern wer am stärksten erlebt hat. Mancher wird mit hundert Jahren begraben, der bei seiner Geburt gestorben war.“ (OPASCHOWSKI, 2002, S. 242)

Ab etwa 1980 erfährt der Erlebnisbegriff eine neue inhaltliche Interpretation und auch die Erlebnisorientierung gewinnt als Lebensperspektive an Bedeutung. Die Bewältigung des Wohlstandskonsums rückt in den Hintergrund. Die „Erlangung einer neuen konsumalternativen Erlebnisfähigkeit“ stellt eine große Herausforderung für den Einzelnen dar. Als Folge des Wandels in den Wertvorstellungen und Lebensorientierungen ist bei den Menschen der Wunsch verankert, ihr Leben intensiv und bewusst zu erleben (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 25f).

Warnende Stimmen wiesen allerdings schon bald auf die Gefahr hin, die darin liegt, wenn *künstliche Erlebnisinseln* geschaffen werden, die raumwirksam gleichzeitig gettoisiert werden (vgl. OPASCHOWSKI, 2000, S. 19).

Erst nach einigen Jahren kam es zu einer kritischen Hinterfragung der Erlebnisorientierung durch Sozialwissenschaftler. Dabei wurden von zahlreichen Autoren viele Fragen aufgeworfen, beispielsweise ob sich der Mensch überhaupt noch diesem ständigen Erleben entziehen kann und ob er überhaupt noch zwischen Selbsterleben und Nacherleben unterscheiden kann. Laut OPASCHOWSKI (2000, S. 20) wird es für den Einzelnen immer schwieriger, sich dem Erlebnisboom zu entziehen, was durchaus negative Konsequenzen zeigen kann:

„Negativ einzuschätzen ist die sich ständig steigende Erlebnissuche aus Angst vor innerer Leere und Langeweile [...] Gefahr besteht, nicht mehr allein sein und zur Ruhe kommen zu können [...] Die Dauerpräsenz von action und motion, Cliquengeselligkeit und Gruppenzwang [...] erzeugt Freizeitstress. Eine neue subtile Form von Einsamkeit kann entstehen: Die innere Vereinsamung inmitten von Kontaktflut und äußerer Hektik.“ (OPASCHOWSKI, 2000, S. 20f)

Trotz dieser schlechten Prognose für die Erlebnisgesellschaft der Zukunft blieb sie auch noch ein Jahrzehnt später das dominante Modell gesellschaftlicher Orientierung (vgl. OPASCHOWSKI, 2000, S. 21).

Die neue Generation lernte schnell, wie man in postmodernen Schein- und Erlebniswelten zu leben hat. Zum Alltag des 21. Jahrhunderts gehört die Inszenierung solcher Scheinwelten. Trotzdem befindet sich der Erlebniskonsum in einem Widerspruch. Auf der einen Seite ist er begeistert und fasziniert von den neuen Illusionswelten, auf der anderen Seite sehnt er sich jedoch nach Realem und Originalem. Problematisch dabei ist, dass das Echte ohne Inszenierung kaum mehr auskommt, dies wird als „*inszenierte Authentizität*“ bezeichnet (vgl. OPASCHOWSKI, 2000, S. 12ff).

3.2. Freizeit und Erlebniskonsum:

Durch die Wandlung der Freizeitindustrie zur Erlebnisindustrie wird „Erlebnis“ zu einem Modewort, zu einem Leitthema und somit zu einem Schlüsselwort der Freizeitforschung der letzten Jahrzehnte (vgl. OPASCHOWSKI 1998, S. 25f).

Im Mittelpunkt der Freizeit steht das Erlebnis. Menschen sind auf der Suche nach neuen Herausforderungen. Sie wollen Selbstständigkeit erfahren und sich gegenüber anderen auszeichnen. Dies können sie während der Arbeitszeit nicht mehr erreichen und deshalb gehen sie der Erfüllung in der Freizeit nach. Immer mehr Menschen wollen Erlebnisse, die ihnen „etwas bringen“, kaufen. Somit hängt die Urlaubsentscheidung nicht mehr von der physischen Beschaffenheit des Ortes ab, sondern von der Erwartung, was an dem Ort an Erlebnissen geboten wird (vgl. INDEN, 1993, S. 18f; vgl. KAGELMANN, 2001, S. 93).

Menschen können sich in ihrem persönlichen Leben dem Erlebnisboom kaum noch entziehen. Alles wird zu einem Erlebnis. Das Element der Erlebnisorientierung rückt in den Vordergrund. Menschen verspüren die Sehnsucht, immer etwas unternehmen zu müssen und Action zu erleben (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 27f).

Der Trend zum Erlebniskonsum lässt sich dadurch erklären, dass Menschen auf der Suche nach Differenzierung, Einzigartigkeit und Individualität sind. Sie wollen weg vom Einheitstyp des Normalverbrauchers und sind auf der Suche nach ihrer ganz persönlichen Nische (vgl. OPASCHOWSKI, 1998, S. 35). Viele Menschen empfinden heute Erlebnisqualität als Lebensqualität, frei nach dem Motto: *„Ich will. Ich will es haben. Ich habe es mir verdient.“* (OPASCHOWSKI, 1998, S. 32).

3.3. Flow- Erlebnis:

„Flow bezeichnet einen Prozeß des Fließens von einem Augenblick zum anderen in einer Mischung aus Traum und Ekstase, der Ängste, Probleme und den Zustand der Langeweile vorübergehend vergessen macht.“ (OPASCHOWSKI, 1993, S. 220)

Der Zustand des Erlebnisses bzw. des völligen Aufgehens in einer Tätigkeit wird als „flow“ bezeichnet. Im Flowzustand folgen Handlungen einer inneren Logik. Der Betroffene muss nicht eingreifen und er verspürt kaum eine Trennung zwischen sich und der Umwelt. Charakteristisch für den Flowzustand ist, dass Menschen sich einem Erlebnis um des Zustandes selbst willen hingeben und nicht wegen äußerer Belohnungen (vgl. CSIKSZENTMIHALYI, 1985, S. 59).

Die dualistische Perspektive wird im Zustand des Flows aufgelöst. Der Mensch ist sich seiner Handlung bewusst, jedoch nicht seiner selbst. Handlung und Bewusstsein werden eins. Voraussetzung für diese Verschmelzung ist, dass die Aufgabe bewältigbar sein muss. Deshalb wird ein Flow am besten bei Aktivitäten mit klar festgelegten Regeln erlebt. Sobald die eigene Aktivität von außen betrachtet wird, wird der Flow unterbrochen (vgl. CSIKSZENTMIHALYI, 1985, S. 61f).

4. EVENTS UND TOURISMUS

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Trenderscheinung unserer heutigen Zeit, nämlich mit Events in Verbindung mit dem Tourismus.

Zu Beginn wird kurz in das Thema eingeführt. In weiterer Folge wird das Wort „Event“ definiert und der Unterschied zwischen einer Veranstaltung und einem Event aufgezeigt. Danach wird das Augenmerk auf die vielfältigen Charaktereigenschaften und die Erfolgskriterien eines Events gelegt. Danach wird der typische Eventtourist kurz beschrieben und die Größe von Events thematisiert. Zum Abschluss dieses Kapitels wird auf die unterschiedlichen Ziele von Events eingegangen.

4.1. Einleitung:

„Ein neuer Begriff erobert das „globale Dorf“: das Event.“ (GEBHARDT, 2000, S. 9)

„E-v-e-n-t“: Fünf Buchstaben können den Tourismus in Zukunft verändern.“ (OPASCHOWSKI, 2002, S. 241)

Wird die Zeitung aufgeschlagen oder der Fernseher aufgedreht, stößt man dabei bestimmt auf verschiedene Ankündigungen von bevorstehenden Events. Die Medien berichten also über Events, obwohl diese noch gar nicht stattgefunden haben (vgl. OPASCHOWSKI, 2002, S. 241).

Was für den einen ein Event ist, muss für den anderen noch lange keines sein. Der eine erlebt einen wundervollen Sonnenuntergang als einmaliges Erlebnis, der andere eine Geburtstagsfeier mit seinen Freunden, wieder ein anderer einen Live-Auftritt seiner Lieblingsband oder einen Besuch im Stadion seiner Lieblingsmannschaft.

Dieses Kapitel widmet sich der Trenderscheinung des 21. Jahrhunderts, der Eventkultur. Aufgrund des Wandels zu einer freizeit- und erlebnisorientierten Gesellschaft, die in

den beiden vorhergehenden Kapiteln dargelegt wurde, müssen viele Fremdenverkehrsorte ihr touristisches Angebot mit Events erweitern. Da der Eventtourismus als Ausdruck des gestiegenen Erlebniskonsums gesehen wird, werden Events in Zielgebieten des Tourismus eine enorm hohe Bedeutung beigemessen. Events bilden zusammen mit der touristischen Infrastruktur die Gesamtheit der „Attraktionen“ eines Ortes. Um besonders Orte mit geringen natürlichen Attraktionen interessanter zu machen, wurden gezielt Events für touristische Zwecke in Anspruch genommen und speziell kreiert. Dabei fällt dem jeweiligen Eventmanagement die Aufgabe zu, diese Events dementsprechend in Szene zu setzen (vgl. FREYER, 1996, S. 211ff).

Eventisierung bedeutet eine *„gelingende Herstellung und Bereitstellung von Erlebniswelten für jede und jeden jederzeit, allerorten und mehr oder weniger „unter allen Umständen“.“* (HITZLER, 2000, S. 406)

4.2. Der Begriff Event:

Das Wort „Event“ kommt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt in der Regel Ereignis, Vorfall oder Begebenheit (vgl. GEBHARDT, 2000, S. 18).

„Unter einem Ereignis versteht man einen zeitlich und räumlich begrenzten Vorgang, der sich durch einen inhaltlichen Fokus und öffentliche Aufmerksamkeit auszeichnet.“ (SCHULZ, 1994, S. 337, zitiert nach HERMANNNS, 2003, S. 134)

Der Begriff Event ist keine objektiv messbare Eigenschaft, sondern eine subjektive Größe, die im Kopf desjenigen entsteht, der es selbst erlebt (vgl. HOLZBAUR, 2002, S. 6).

4.3. Definition Event:

Nachdem der Begriff „Event“ geklärt wurde, wird in diesem Kapitel ein Blick auf verschiedene Eventdefinitionen geworfen. Die Literatur ist überhäuft mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Definitionen, jedoch lässt sich keine einheitliche Definition finden. Im Folgenden sind ein paar Definitionen aufgelistet.

GEBHARDT, HITZLER und PFADENHAUER (2000, S. 53) definieren Events wie folgt:

„Events (...) sind (...) in der Regel aus kommerziellen Interessen organisierte Veranstaltungen, deren primäres Ziel die Herstellung eines alle Teilnehmer umfassenden Wir-Gefühls ist. Dieses Ziel soll erreicht werden durch die Vernetzung unterschiedlichster interaktiver Unterhaltungsangebote, durch die Verschmelzung multinationaler Kulturelemente in allein nach ästhetischen Kriterien konstruierten Spektakeln, so daß der Eindruck eines totalen Erlebnisses entsteht [...]“

Weiters formuliert HITZLER etwas genauer:

„Events sollen heißen: aus unserem spät-, post- bzw. reflexiv-modernen Alltag herausgehobene, raum-zeitlich verdichtete, performativ-interaktive Ereignisse mit hoher Anziehungskraft für relativ viele Menschen. Diese Anziehungskraft resultiert wesentlich aus dem Versprechen eines hohen, teilnehmerspezifisch vorangelegten, typischerweise verschiedene Kulturformen übergreifenden Spaß-Erlebens [...] Events sind vor-produzierte Gelegenheiten zur massenhaften Selbst-Inszenierung der Individuen auf der Suche nach einem besonderen [...] eigenen Leben.“ (HITZLER, 2000, S. 53)

Der Deutsche Kommunikationsverband BDW (zitiert nach JAGERHOFER, 1995, S. 26) definiert Events wie folgt:

„Unter Events werden inszenierte Ereignisse sowie deren Planung und Organisation im Rahmen der Unternehmenskommunikation verstanden, die durch erlebnisorientierte firmen- oder produktbezogene Veranstaltungen emotionale oder physische Reize darbieten und einen starken Aktivierungsprozess auslösen. Event-Ziele können sowohl imageprofilbildender oder motivierender Art sein, als auch zur Unterstützung des Verkaufs beitragen“

JAGERHOFER (1995, S. 26) ist der Ansicht, dass diese Definition auf den Faktor Mensch, als Individuum, zu wenig eingeht. Events müssen sich seiner Meinung nach an den Bedürfnissen der Menschen orientieren.

Zum Abschluss dieses Kapitels sind noch zwei Definitionen aufgelistet, die den Tourismus explizit erwähnen.

„Großveranstaltungen oder sog. Events sind geplante, zeitlich begrenzte Ereignisse, die sich mit ihrem jeweiligen Austragungsinhalt an eine spezifische Zielgruppe richten. Neben periodisch wiederkehrenden Veranstaltungen an gleichen oder wechselnden Austragungsorten können unter diesem Begriff auch einmalige Ereignisse subsumiert werden. Bei der Durchführung eines Events können unterschiedliche – beispielsweise sportliche, kulturelle oder politische – Intentionen eine Rolle spielen. Mit Großveranstaltungen sind stets touristische Attraktionen verbunden, wobei die Teilnehmer von Besuchern – in Abhängigkeit des Veranstaltungstyps – eine unverzichtbare Bedingung darstellt.“ (ZEMANN, 2005, S. 10)

„Unter touristischen Events werden üblicherweise speziell inszenierte oder herausgestellte Ereignisse oder Veranstaltungen von begrenzter Dauer mit touristischer Ausstrahlung verstanden.“ (FREYER, 1996, S. 212)

4.4. Von der Veranstaltung zum Event:

In diesem Kapitel wird der Unterschied zwischen einer Veranstaltung und einem Event geklärt.

Laut KNOBLAUCH (2000, S. 36) sind Veranstaltungen *„anberaumte Zusammenkünfte einer größeren Zahl von Handelnden, die sich für eine bestimmte Zeit an einem bestimmten Schauplatz einfinden und bereit sind, einen oder mehrere gemeinsame Foci der Interaktion zu teilen.“*

„Jedes Event ist eine Veranstaltung, aber nicht jede Veranstaltung ist ein Event.“ (HOLZBAUR, 2002, S. 21)

Zu einem Event gehört laut HOLZBAUR (2002, S. 6ff) das sogenannte „Sahnehäubchen“, welches die Veranstaltung einzigartig macht. Die Veranstaltung ist der Grundnutzen und diese wird durch einen Zusatznutzen zu einem Event, wobei fließende Übergänge möglich sind.



Abbildung 1: Grund- und Zusatznutzen eines Events
Quelle: HOLZBAUR, 2002, S. 45

Auch HOSANG (2003, S. 137) ist der Meinung, dass nicht jede Art von Veranstaltung einem Event gleichzusetzen ist. Dies begründet er damit, dass viele Veranstaltungen nichts „Außergewöhnliches“ bieten und dadurch schnell in Vergessenheit geraten.

Eine Veranstaltung geht überall dort über die Bühne, wo eine Botschaft, die direkt erlebt und von Mensch zu Mensch vermittelt wird, in Szene gesetzt wird. Aufgabe ist es nun, diesen Veranstaltungen unvergessliche Erlebnisse, etwas Einmaliges und Unwiederholbares einzuhauchen. Aus der Veranstaltung muss ein Ereignis gemacht werden, das bei den Menschen Emotionen und Sehnsüchte weckt (vgl. INDEN, 1993, S. 8).

4.5. Charakteristika von Events:

Mit Events wird etwas Außergewöhnliches oder etwas Besonderes verbunden. Ein Event ist etwas, was Menschen nicht jeden Tag erleben und ihre alltäglichen Erfahrungen übersteigt. Weiters dienen sie als kommunikative Plattform und unterstützen den sozialen Austausch (vgl. GEBHARDT, 2000, S. 18f; vgl. NICKEL, 1998, S. 3).

„Events sind von ihrem Bauprinzip her „romantische“ Konstrukte, die der „kalten“ und „seelenlosen“ Rationalität moderner Lebenswelten wieder „Gefühl“, „Wärme“ und „Authentizität“ zu verleihen versprechen.“ (GEBHARDT, 2000, S. 11)

GEBHARDT (2000, S. 19ff) hat sich mit charakteristischen Eigenschaften von Events beschäftigt.

- Als erstes charakterisiert der Autor Events als *planmäßig erzeugte* Ereignisse.
- Weiters ist er der Ansicht, dass Events als *einzigartige Erlebnisse* geplant und auch erlebt werden. Aufgrund der zeitlichen Abstände, die zwischen den Events liegen, sind sie einzigartig. Events lassen den Menschen in eine neue Welt eintauchen, die ihnen ein außeralltägliches Erlebnis verspricht. Events unterliegen dem Gesetz „Immer mehr und immer größer“. Ein Event lässt sich nicht auf die gleiche Art und Weise wiederholen und darf auch nicht die gleichen Erlebnisse bieten wie der Vorgänger-Event.
- In seinen weiteren Ausführungen spricht Gebhardt davon, dass sich Events der Formsprache eines *kulturellen und ästhetischen Synkretismus* bedienen. Es werden unterschiedliche ästhetische Ausdrucksformen zu einem „einheitlichen Ganzen“ miteinander verbunden. Dabei sollen alle Sinne des Menschen in das Erlebnis miteinfließen.
- Ein weiteres Charakteristikum von Events ist, dass sie sich im *Schnittpunkt aller möglichen Existenzbereiche* befinden. Der Event soll als „Kraftquelle“ erlebt werden, dem Leben Vitalität einhauchen und kreative Impulse für den Alltag mit sich bringen.
- Weiters kommt es durch Events zur Vermittlung des Gefühls von *exklusiver Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit*. Die Eventteilnehmer haben das

Gefühl in einer „großen Familie“ zu sein und dadurch ist der Event die prototypische Veranstaltungsform spätmoderner Gesellschaften, in denen Menschen Zugehörigkeit erfahren und ich-stabilisierende Identitäten entwickeln können (vgl. GEBHARDT, 2000, S. 19ff).

Die fünf von BRUHN (1997, S. 777) gestellten Anforderungen an ein Event werden im Folgenden kurz zusammengefasst.

- Ein Event muss ein Erlebnis für die Menschen sein. Dieses Erlebnis muss in der Erfahrungs- und Gefühlswelt der Menschen verankert sein. Weiters muss es einen Beitrag zu dessen Lebensqualität liefern.
- Weiters stellt ein Event etwas Besonderes oder Einmaliges dar, das dem Zuschauer die Möglichkeit bietet, kurzfristig aus seinem Alltagstrott auszubrechen und das Bedürfnis nach Individualität befriedigen zu können.
- Ein Event bietet für die teilnehmende Masse die Möglichkeit des Vor-Ort-Erlebnisses. Daraus ergibt sich eine Authentizität und Exklusivität, die wiederum zur Verstärkung der Emotionalisierung beitragen.
- Desweiteren ist für einen Event charakteristisch, dass dieser explizit auf die Bedürfnisse eines ausgewählten Publikums zugeschnitten ist.
- Zuallerletzt tragen Events zur Befriedigung des Bedürfnisses nach Kommunikation bei. Die Möglichkeit zu einem persönlichen Dialog ist vorhanden (vgl. BRUHN, 1997, S. 777).

Ein weiteres charakteristisches Merkmal für Events ist, dass es sich dabei um eine soziale Situation handelt, die nicht abstrakt ist und in der Menschen miteinander interagieren. Die körperliche Ko-Präsenz bildet die Basis für einen Event. Events verbinden zwei wesentliche Komponenten. Erstens werden sie als *ästhetisches Spektakel* und zweitens als *emotionale Gemeinschaft* erlebt. Die Menschen werden in einem erlebnisorientierten Umfeld angesprochen und in die Erlebniswelt miteinbezogen. Dadurch kommt es zu einer Interaktion mit hohem Aktivierungspotential. Der Eventteilnehmer ist somit nicht nur mehr Empfänger, sondern aktiv in das Geschehen miteingebunden (vgl. BETTE, 2000, S. 307f; vgl. KNOBLAUCH, 2000, S. 35f; vgl. NEUMANN, 2003, S. 69).

Die Beteiligten eines Events bilden jedoch keine dauerhafte Gemeinschaft, sie müssen sich nicht über das Event hinaus aneinander binden. Sie teilen nur während des Events ihre Gefühle und Erfahrungen mit den anderen. Events bestehen sozusagen aus Ritualen, welche funktional der Stiftung einer Gemeinschaft dienen. Events zielen auf der einen Seite auf Gemeinschaft und auf der anderen Seite auf individualistische Selbstverwirklichung ab. Dabei wird die Gemeinschaft bloß als Vehikel individueller Bedürfnisbefriedigungen gesehen. Der Mensch sucht nach sogenannten *Gesinnungsfreunden*, die mit ihm seine Interessen, Wünsche und Leidenschaften teilen. (vgl. KNOBLAUCH, 2000, S. 47f; vgl. WILLEMS, 2000, S. 54).

Events weisen auch eine *Verdoppelung der Beobachtung* auf. Nicht nur für die Menschen, die vor Ort dem Event beiwohnen, wird der Event gefeiert, sondern auch für die, die zu Hause das Treiben beobachten und nicht am Event teilnehmen. Die Grundstruktur wird dadurch total auf den Kopf gestellt, denn die Beteiligten wissen ganz genau, dass sie von den Daheimgebliebenen beobachtet werden. Aus diesem Grund wird die Einmaligkeit aufgehoben, jedoch kommt es hier zu keinem Verlust der Aura, sondern zu einem Zusatzgewinn an Qualität. Für die teilnehmende Masse bedeuten einerseits die Aufzeichnungen des Events eine soziale „Denkwürdigkeit“, andererseits sind sie jetzt nicht mehr nur unter sich, sondern sie stehen für die anderen, für die nichtteilhabenden Menschen (vgl. KNOBLAUCH, 2000, S. 45).

„Nichts bewegt Menschen mehr, an nichts erinnert man sich besser, als an Ereignisse an denen man persönlich teilgenommen hat.“ (RITTMANN, 1997, S. 159, zitiert nach NEUMANN, 2003, S. 69)

4.6. Erfolgskriterien für Events:

Für SCHULZE (1998, S. 308f; 2003, S. 23) sind vier Faktoren für wirkungsvolle Events ausschlaggebend, welche im Folgenden kurz erläutert werden.

- Einzigartigkeit: dabei muss es sich um ein Ereignis handeln, welches zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort stattfindet. Auch muss es mit seltenen Erfahrungen verbunden sein, weil ein Event nicht reproduzierbar ist.

- Episodenhaftigkeit: der Ablauf eines Events muss einen gewissen Spannungsbogen, eine Dramaturgie mit einem Anfang und einem Ende und dazwischenliegenden Höhepunkten, aufweisen.
- Gemeinschaftlichkeit: diese zeigt sich durch gemeinsames Applaudieren, Pfeifen, Zwischenrufen, usw. Das Publikum erlebt ein Gemeinschaftserlebnis.
- Minimum an Beteiligung (Sprechgesänge von Fußballfans, Anschauen, Anfassen bei Messen, die Lao-Ola-Welle, usw.) (vgl. SCHULZE, 1998, S. 308f; vgl. SCHULZE, 2003, S. 23).

Laut OPASCHOWSKI (2002, S. 247) leben Events von folgenden drei Erfolgsfaktoren:

- *„Imagination: Illusionierung und inszenierter Kulissenzauber gehören immer dazu – so echt wie möglich. Die Kulisse kann schöner und beeindruckender als die Wirklichkeit sein. Imagination kommt ohne Szenerie und Dramaturgie nicht aus.*
- *Attraktion: Besondere Attraktionen machen das Ereignis unvergleichlich. Das Gefühl des einmaligen und Außergewöhnlichen stellt sich ein, wozu auch der Kick des Überraschenden und Unvorhersehbaren gehört.*
- *Perfektion: die „everything-goes“-Devise verlangt Perfektion bis ins kleinste Detail. Alles wird, alles muss perfekt geplant werden. Es gilt das Null-Fehler-Prinzip“*

Diese vier von Schulze und diese drei von Opaschowski genannten Erfolgsfaktoren für einen Event konnte ich während des Weltcupwochenendes 2011 in Hinterstoder allesamt beobachten. Besonders die Spannungsdramaturgie während des Rennens war in den einzelnen Gesichtern der begeisternden Menge zu sehen. Bei strahlendem Sonnenschein versank die Menge nach den beiden Siegen der Österreicher in einen absoluten Freudentaumel, der sich nach dem Rennen durch den gesamten Ort weiter zog und sich als absoluter Höhepunkt bei der feierlichen Siegerehrung am Abend entlud. Die Freudengesänge und Jubelschreie der Menschen konnten keine Grenzen mehr und so wurde bis spät in die Nacht weitergefeiert.

Neben den von SCHULZE und OPASCHOWSKI genannten Faktoren gibt es noch weitere Merkmale, die entscheidend zum Gelingen eines Events beitragen.

Als erstes wäre hier die Positivität zu nennen. Die Bewertung eines Events beinhaltet eine subjektive Wahrnehmung. Es darf keine Routine und keine Langeweile

aufkommen. Auch sollten keine negativen Eindrücke entstehen. Es muss ein positives Erlebnis geweckt werden und dies kann laut HOLZBAUR (2002, S. 8ff) erreicht werden durch:

- „positive Eindrücke,
- einen Zusatznutzen zum eigentlichen Veranstaltungsinhalt,
- die Vielfachheit von Ereignissen, Medien und Wahrnehmungen,
- die positive Aktivierung der Teilnehmer,
- die Organisation und Inszenierung des Verlaufs.“

Neben der Positivität ist die Kreativität auch eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen eines Events. Kreativ sein heißt auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer einzugehen. Gelungene Events bleiben nachhaltig in den Köpfen der Menschen verankert, weil sie einen bleibenden unvergesslichen Eindruck hinterlassen haben, indem sie emotionale und additive Werte den Zielpersonen vermittelt haben. Auch muss ein Event professionell geplant und perfekt inszeniert werden (vgl. JAGERHOFER, 1995, S. 27ff).

Die Zielgruppe stellt eine weitere Erfolgsgarantie für das Gelingen eines Events dar. Es liegt an der Zielgruppe, ob ein Event ein Erfolg oder ein Flop wird. Da sich jedes Event zum Ziel setzt, die Emotionen seiner Teilnehmer zu befriedigen, muss die Zielgruppe genau unter die Lupe genommen werden (vgl. INDEN, 1993, S. 56ff).

4.7. Der Eventtourist:

Als Folge der Wandlung von Urlaubsansprüchen verlangt der Eventtourist jedes Jahr ein neues Ereignis, welches Einmaligkeit und etwas Außergewöhnliches versprechen soll. Menschen geben sich mit dem kleinen Freuden des Urlaubslebens nicht mehr zufrieden, sie erscheinen langweilig und normal zu sein. Der Eventtourist will etwas erleben (vgl. OPASCHOWSKI, 2002, S. 245).

„Der typische Eventtourist ist eher männlich, gehört der jüngeren Generation an und zählt zu den Besserverdienern.“ (OPASCHOWSKI, 2002, S. 246)

Jeder Eventtourist ist zugleich Erlebniskonsument. Durch das gesteigerte Einkommen will und kann er es sich vor allem leisten, an Events teilzunehmen. Der Wunsch nach intensivem Erleben stellt dabei die entscheidende Motivation dar. Das Live-Erlebnis, das Erleben im Hier und Jetzt, vermittelt den Eventtouristen den besonderen Augenblick der Faszination (vgl. OPASCHOWSKI, 2002, S. 246ff).

Die Menschen werden immer mobiler, um zu ihren Events zu gelangen. Es macht sich eine Erlebnismobilität der besonderen Art breit. Die Zuschauer sind oft schon lange vor dem Eintreffen der Stars vor Ort. Oft benötigen sie für die Anreise zu einem Event länger, als sie dann tatsächlich am Ort des Ereignisses sind. Dabei müssen sie abwägen, wie viel ihnen das Event wert ist. Steigt die Attraktivität des Ereignisses, dann sind die Menschen auch bereit, längere Anfahrtszeiten in Kauf zu nehmen (vgl. OPASCHOWSKI, 2002, S. 248ff).

4.8. Größe von Events:

In Bezug auf die Größe eines Events lassen sich drei verschiedene Gruppen unterscheiden, die Mega-Events, mittelgroße Events und Mini-Events.

4.8.1. Mega-Events:

Die Mega-Events werden auch als Special Events oder Hallmark Events bezeichnet. Charakteristisch für diese Gruppe von Events sind eine überregionale und übernationale Bedeutsamkeit, hohe Kosten und Umsätze, das Ansprechen zahlreicher Interessenten, viele Besucher und eine umfangreiche Medienerstattung. Um ein solches Event auf die Beine zu stellen, bedarf es einer umfangreichen und vor allem mehrjährigen Planungsphase. Mega-Events sprechen neben der einheimischen Bevölkerung vor allem Übernachtungsgäste aus dem In- und Ausland an, was wiederum aus touristischer Sicht bedeutend ist. Wenn von Mega-Events die Rede ist, ist „groß“ eine relative Größe. Aus lokaler Sicht können Events auch „mega“ sein. Dies würde dann zutreffen, wenn die lokalen Kapazitäten zu einem bestimmten Grad ausgelastet sind. Trotzdem werden innerhalb der Event-Diskussion vor allem die national und international herausragenden Events als Mega-Events bezeichnet (vgl. FREYER, 1996, S. 221f).

4.8.2. Mittelgroße Events:

Diese Gruppe von Events kann auch Media- oder Medium-Events genannt werden. Im Gegensatz zu den vorher erläuterten Mega-Events unterscheiden sie sich von diesen vor allem nach Bedeutung und Reichweite, Vorbereitungsphase, Kosten, Medieninteresse und Besucherzahl. Mittelgroße Events weisen nur eine regionale Bedeutung und regionale Besucher auf. Die Vorbereitungsphase dauert meist nicht einmal ein Jahr (höchstens zwei Jahre). Die Kosten sind aus kommunalen und regionalen Budgets zu finanzieren. Ein weiterer Unterschied zu den Mega-Events ist, dass mittelgroße Events häufiger in verschiedenen Destinationen stattfinden. Auch werden sie in den Destinationen häufiger wiederholt (vgl. FREYER, 1996, S. 222f).

4.8.3. Mini-Events:

Mini-Events werden auch als Mikro- oder lokale Events bezeichnet. Charakteristisch für diese Gruppe an Events sind die nur lediglich regionale Bedeutung und die Variation der Wertschöpfungskette. Weiters kann es sich entweder um einmalige Events oder um regelmäßig stattfindende Veranstaltungen handeln. Vor allem die einheimische Bevölkerung und die Bewohner der näheren Umgebung zählen zu den Zielgruppen von Mini-Events. Aus diesem Grund sind die Übernachtungseffekte dementsprechend gering. Jedoch ist die Bedeutung für die lokale Bevölkerung nicht zu unterschätzen. Dies zeigt sich in einer hohen Ausschöpfung oder sogar in einer Überlastung der lokalen Kapazitäten. Für eine Region bedeuten diese Events die Höhepunkte des Jahres. Als Beispiele zu nennen sind Stadtfeste, Weihnachtsmärkte, Weinfeste und viele weitere (vgl. FREYER, 1996, S. 223f).

In Abbildung 2 können die Unterschiede der drei Eventgruppen, wie sie METZLER formuliert, noch einmal gesichtet werden. In Bezug darauf gehören die Weltcuprennen in Hinterstoder zur Gruppe der Medium-Events. Die Sportler gehören absolut zur internationalen Spitze. Auch die Zuschauermassen erreichten mit etwa 20.000 pro Rennen ein hohes Ausmaß. Die Reichweite des Rennens und der TV-Übertragungen reichen weit über die Grenzen von Österreich hinaus. Die Bilder gingen um die ganze Welt. Die Weltcupparty dauerte in Hinterstoder insgesamt drei Tage. Auch in Bezug auf

den Austragungsort passt das Weltcuprennen in die Gruppe der Medium-Events. Das Kriterium „Häufigkeit“ ist das einzige, das in Hinterstoder nicht in die Gruppe der mittelgroßen Events zu zählen ist.

	Mini-Events	Medium-Events	Mega-Events
Sportler	regionale Sportler	nationale / int. Spitze	Internationale Spitze
Zuschauer	meist gering	meist > 100 Tsd.	meist > 1 Million
Reichweite	regional / lokal	national / international	international / weltweit
Dauer	Meist 1-2 Tage	meist 2-14 Tage	meist > 1 Woche
Häufigkeit	mehrmals jährlich	meist jährlich	meist mehrjährig
Ort	meist konstant	varierend / konstant	meist varierend

Abbildung 2: Größe von Events
Quelle: METZLER, 2009, S. 1

Werden die Kriterien von FREYER zur Unterscheidung der drei Eventgruppen herangezogen, dann sind die Grenzen in Bezug darauf, in welche Gruppe Hinterstoder einzuordnen ist, nicht mehr ganz so eindeutig festzulegen. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen Mega-Events und mittelgroßen Events. Das ist jedoch nicht weiters problematisch, da die jeweilig vorgenommenen Gruppierungen zunächst einmal einer grundsätzlichen Orientierung dienen. Wie bereits FREYER beschrieben hat, können auch für kleine Gemeinden Events groß sein. Während des Weltcupwochenendes sind in Hinterstoder die Kapazitäten in Bezug auf die Bettenauslastung vollkommen ausgeschöpft. Aus touristischer Sicht wird der Ort auch für das internationale Publikum interessant.

4.9. Ziele von Events:

Als letzten Punkt des Kapitels „Events und Tourismus“ wird auf die Ziele von Events eingegangen.

Events werden dazu eingesetzt, um entweder bewusst oder unbewusst unterschiedliche touristische Ziele zu erreichen. Dadurch fällt ihnen eine enorm hohe touristische Bedeutung zu. Das oberste Ziel dabei ist die Steigerung der Attraktivität einer Region (vgl. FREYER, 1996, S. 225).

Es wird zwischen außengerichteten und innengerichteten Zielen unterschieden.

4.9.1. Außengerichtete Ziele:

- Steigerung der Destinationsattraktivität für Besucher

Wie schon im Kapitel zwei deutlich herausgearbeitet wurde, sind Touristen in ihren Urlauben auf der Suche nach unvergesslichen Erlebnissen und Attraktionen. Events bieten ihnen zusätzlich zu den sonstigen touristischen Leistungen dazu die Möglichkeit. Viele Orte verfügen bereits über zahlreiche natürliche Attraktionen, die den Touristen jedoch alleine nicht mehr ausreichen. In diesem Sinne dienen Events als neues Mittel zur Attraktivitätssteigerung von Destinationen (vgl. FREYER, 1996, S. 226).

- Erhöhung der Besucherzahlen

Die Steigerung der Besucherzahlen steht in engem Zusammenhang mit der Steigerung der Attraktivität einer Destination. Besonders Events sind in der Lage, neue Zielgruppen anzusprechen und somit in die jeweilige Destination zu locken. Dadurch lässt sich eine direkte Beziehung zwischen der Attraktivität eines Events und der Entfernung, die Besucher absolvieren, feststellen. Als Beispiel eines Events globaler Ordnung wären die Olympischen Spiele, zu denen Besucher aus aller Welt reisen, zu nennen (vgl. FREYER, 1996, S. 226).

- Steigerung des Bekanntheitsgrades

Events tragen dazu bei, dass die jeweiligen Austragungsorte in der Öffentlichkeit an Bekanntheit gewinnen. Dabei ist neben einer möglichst großen Zahl von Besuchern besonders eine an viele Menschen vermittelte Berichterstattung der Medien bedeutsam.

Entscheidend ist dabei, dass die jeweiligen Events mit dem Namen des Veranstaltungsortes verbunden werden (vgl. FREYER, 1996, S. 227).

- Imagebildung

Durch die Veranstaltung eines Events besteht die Möglichkeit der Entwicklung eines bestimmten Images für die Destination bzw. der Stützung eines bereits vorhandenen Images. Unter den Destinationen und Städten ist mittlerweile ein regelrechter Event-Wettbewerb entstanden. Je größer die Städte sind, desto mehr Mega-Events müssen sie für die Besucher auf die Beine stellen. Dadurch müssen Events immer aufwändiger veranstaltet werden, um sich von den Konkurrenzdestinationen entscheidend abheben zu können (vgl. FREYER, 1996, S. 227).

Es ist schwierig, ein bereits eingefahrenes Image einer Destination zu ändern. Wenn sich beispielsweise eine Stadt als Kultur- oder Sportstadt profiliert hat, kann sie mittelfristig der Gefahr ausgesetzt sein, dass sie immer die gleiche Zielgruppe zu ihren Besuchern zählt und dadurch für andere Touristen die Destination uninteressant wird (vgl. FREYER, 1996, S. 227).

- Saisonale Effekte

Aus Sicht des Tourismus werden Events sehr häufig in Zusammenhang mit der saisonalen Entwicklung in Fremdenverkehrsdestinationen gebracht. Werden Events in der Nebensaison veranstaltet, birgt dies die Möglichkeit einer zusätzlichen Auslastung. Dies ist im Besonderen bei saisonunabhängigen Veranstaltungen der Fall. In der Hauptsaison erwarten die Besucher ein attraktives Veranstaltungsprogramm (vgl. FREYER, 1996, S. 228).

Im Zuge meiner Interviews vor Ort habe ich einige Personen, darunter den Bürgermeister, den OK-Chef der Weltcuprennen 2011, den Tourismusdirektor der Urlaubsregion Pyhrn-Priel und einige Bewohner der Gemeinde gefragt, welche Zielsetzungen mit den Rennen in Hinterstoder verbunden sind. Im Rahmen der Antworten wurde immer betont, dass es für die kleine Gemeinde eine Riesenveranstaltung sei und zur Förderung des Bekanntheitsgrades einen entscheidenden Beitrag leiste. Das Rennen löst kurzfristig eine gewaltige Wirkung aus und steht im Interesse der medialen Öffentlichkeit. Dadurch wird ein Werbeeffekt ausgelöst, der für Hinterstoder, so die Meinung der Befragten, unbezahlbar ist.

4.9.2. Innengerichtete Ziele:

- Förderung und Erhaltung der Kultur

Da das Brauchtum und das traditionelle Kunsthandwerk in vielen Destinationen in den Hintergrund gerückt sind und immer weniger gepflegt werden, wird durch die Veranstaltung kultureller Events versucht, die kulturellen Aktivitäten zu erhalten und wenn möglich auch zu fördern (vgl. FREYER, 1996, S. 228).

- Binnen-Marketing

Für die Bewohner des Veranstaltungsortes zeichnen sich Events durch eine bedeutende Innenwirkung aus. Durch Events wird das „Wir-Gefühl“ der Bewohner gestärkt und die Lebensqualität erfährt auch einen Aufschwung. In diesem Sinne sind Events eine bedeutende Maßnahme des touristischen „Binnen-Marketing“ (vgl. FREYER, 1996, S. 229).

Das von FREYER beschriebene „Binnen-Marketing“ ist auch in Hinterstoder zu beobachten. Die Bewohner rücken zusammen und viele waren als freiwillige Helfer vor und während dem Spektakel im Einsatz. Die Bewohner stehen hinter dem Weltcuprennen.

- Stadtentwicklung

Immer häufiger werden Events in Zusammenhang mit der generellen Entwicklung von Städten gebracht. Viele Städte erwarten sich durch die Austragung eines Events eine Entwicklung der eigenen Stadt, indem zum Beispiel für die Events bestimmte Infrastrukturen ausgebaut oder neu errichtet werden müssen. Jedoch sind Events auch eine finanzielle und persönliche Belastung für die Bewohner und die Austragungsorte. Dies kann einen „Aufstand der Gastgeber“ zur Folge haben. Nicht jeder ist von der „Festivalisierung“ der Stadtpolitik begeistert (vgl. FREYER, 1996, S. 229).

Dieser Punkt trifft einerseits auf die Gemeinde Hinterstoder zu. Im Laufe der Jahre musste die Infrastruktur im Ort ausgebaut werden, um die Kriterien für die Austragung eines Weltcuprennens erfüllen zu können. Diesen Punkt werde ich im Zuge meiner Nachhaltigkeitsanalyse noch intensiver beleuchten. Andererseits jedoch ist im Gegensatz zu FREYER das Phänomen, dass die Bewohner von der Veranstaltung nicht begeistert sind, in Hinterstoder nicht zutreffend.

5. SPORTEVENTS

In diesem Kapitel werden zu Beginn allgemeine Fakten zu Sportevents dargelegt. Im Anschluss daran wird der Sportzuschauer charakterisiert und den Komponenten des Zuschauersports besondere Beachtung geschenkt. Als letzten Punkt werden die Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen behandelt.

Die Entwicklung zu einer freizeit- und erlebnisorientierten Gesellschaft wurde bereits in Kapitel zwei ausführlich dargestellt. Im Zuge dessen haben sich auch Sportveranstaltungen einem Wandel unterzogen und sind immer mehr zu Events geworden. Das bedeutet, dass neben dem Sportereignis auch ein umfangreiches Angebot an Entertainment geboten werden muss.

Laut OPASCHOWSKI (2000, S. 173, zitiert nach METZLER, 2009, S. 6f) lässt sich diese Entwicklung wie folgt erklären: *„Die Inszenierung ist die logische Konsequenz der Kommerzialisierung. Wer mit dem Sportinteresse der Bevölkerung Geld verdienen will, darf das Zuschauen nicht dem Zufall überlassen. Infolgedessen werden Sportveranstaltungen als Spektakel und die Sportaktivitäten als Erlebnis dramaturgisch in Szene gesetzt.“*

5.1. Allgemeine Fakten:

Bei Sportevents lässt sich eine große Bandbreite unterscheiden. Was die Größenordnung betrifft, reichen sie von globalen Ereignissen wie Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften hin zu international wichtigen Sport-Events, wie Weltcuprennen oder Länderspielen bis zu regionalen und lokalen Veranstaltungen aus dem Bereich des Freizeitsports. Bemerkenswert ist, dass alle, auch die kleineren vereinsinternen Sportfeste, was die Organisation anbelangt, zunehmenden Eventcharakter aufweisen.

Das Interesse an sportlichen Ereignissen ist seit jeher ungebrochen groß. Das hängt mit der den Menschen gebotenen Möglichkeit zusammen, ihre aus der Alltagswelt aufgestauten Gefühle als Zuschauer ausleben zu können (vgl. BETTE, 2000, S. 316f).

Für METZLER (2009, S. 9) sind folgende Kriterien für Sportevents bedeutsam:

- *„Kompakte, zeitlich geschlossene, sportliche Einheit*
- *Teilnahme mehrerer, aktiv sportlicher Individuen*
- *Physischer Leistungsvergleich mit festgelegtem Regelwerk*
- *Kollektive Leistungsbeurteilung, koordiniert durch eine organisatorische Einheit*
- *Öffentliches Interesse und Präsenz von Zuschauern“*

Bei einem Sportevent stellt das Sportereignis den Kern oder den Grundnutzen des Produktes dar, welcher jedoch in ein „umfangreiches Angebot an Entertainment und Rahmenprogramm mit interaktiver Unterhaltung“ eingebettet ist. Dadurch wird das Sportereignis zu etwas Besonderem, zu einem Sportevent, zu einer erlebnisorientierten Erlebniswelt (vgl. ZANGER, 2003, S. 155; vgl. METZLER, 2009, S. 9).

Sportevents können aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden. Auf der einen Seite, aus der Sicht der Zuschauer, bildet das Sportereignis den Mittelpunkt der Veranstaltung. Auf der anderen Seite, aus der Sicht der Wirtschaft, inszenieren Unternehmen das Sportereignis. Die Wirtschaft zielt primär auf die Vermarktung des Produktes ab (vgl. METZLER, 2009, S. 9f).

Heute gilt die Sportbranche durch die zunehmende Professionalisierung diverser Veranstaltungen und die damit einhergehende Kommerzialisierung als ein bedeutender Wirtschaftszweig. Sportevents erfuhren eine Entwicklung, die von einem primär sportlichen Wettstreit hin zu einer komplexen Organisation mit vielfältigen strukturellen Verzweigungen führte. Durch die Erlebnisorientierung der Gesellschaft erfahren Sportevents, die medial entsprechend inszeniert werden, sehr große öffentliche Aufmerksamkeit. Gerade dies bewirkt nachhaltig positive Nutzeneffekte und macht Veranstaltungen höchst attraktiv (vgl. METZLER, 2009, S. 6).

Ziel eines Sportevents ist es *„eine für die Zielgruppe hochwertige und attraktive Veranstaltung mit einem hohen Aktivierungspotential zu bieten.“* (HERMANNNS, 2003, S. 135).

5.2. Sportzuschauer:

Nach einer kurzen Einführung in das Thema „Sportevents“ wird in diesem Kapitel das Augenmerk auf die Menschen, die solche Veranstaltungen besuchen, gelegt. Dies deshalb, weil ein Event ohne die begeisterten Zuschauermassen kein Event wäre. Dies wird im Unterkapitel „Komponenten des Zuschauersport“ noch näher erläutert.

Sportzuschauer, auch wenn sie nicht direkt am Wettkampf teilnehmen, sind in diesem in gewisser Art und Weise involviert. In der einfachsten Form präsentiert sich ein Wettkampf als triadisches Beziehungsfeld. Es treffen mindestens zwei sportliche Gegner aufeinander und der Zuschauer beobachtet diesen Wettstreit. Natürlich kann so ein Wettkampf auch ohne Zuschauer über die Bühne gehen. Der heutige Spitzensport jedoch ist in hohem Maße Zuschauersport, bei dem es erwünscht ist, dass Zuschauer durch Klatschen, Pfeifen, Jubeln oder Singen aktiv in das Sportgeschehen eingreifen (vgl. BETTE, 2000, S. 308f).

Der Ausgang steht vor dem Wettkampf normalerweise nicht fest. Der Zuschauer kann den Prozess, in dem sich der Sieger herauskristallisiert, überblicken. Dieser Prozess wird als *ergebnisoffenes Interaktionsgeschehen*, welches nach fixen Regeln abläuft und zeitlich, räumlich und sozial überschaubar ist, bezeichnet. Die Zuschauer verlangen von ihren Sportlern, das heißt von jenen Wettkampfteilnehmern, die sie unterstützen, dass sie um den Sieg kämpfen (vgl. BETTE, 2000, S. 309).

Im Verlaufe eines Wettkampfes können Menschen ihre Emotionen ausdrücken, sich mit den Sportlern freuen, mit ihnen leiden und spannende Momente in sich aufsaugen. Der Sportzuschauer befindet sich in einer Situation zwischen Kameradschaft und Anonymität einer Masse. Er kann als Einzelperson mit Fremden seine Gefühle teilen und erlebt dadurch ein gewisses Zugehörigkeitsgefühl. Der Sport wirkt sozial vermittelnd und ermöglicht eine Anteilnahme mit geringstem Aufwand (vgl. WEIß, 1999, S. 182).

Über das Sportereignis wird ein integratives Erlebnis gesucht, welches der Erprobung von Gruppenidentität dient und die Zugehörigkeit zu einer Gruppe demonstriert. Durch den Sport kann es somit zur Weckung eines Zusammengehörigkeitsgefühls kommen, das in einem exzessiven Gefühlsausdruck seinen Höhepunkt erreichen kann. Es kommt zu einer wechselseitigen Identifikation des Sportpublikums. Der Einzelne ist mit seinen

Gefühlen und Emotionen nicht alleine, er teilt sie mit anderen. Das wird als gefühlsmäßiger Rapport bezeichnet (vgl. WEIß, 1999, S. 184ff).

„Die Gruppe oder Gemeinschaft in einem Sportstadion kann als der verallgemeinernde (generalisierte) Andere, der die Erwartungshaltungen des einzelnen Sportzuschauers teilt, interpretiert werden [...] der einzelne Sportzuschauer erfährt sich – nicht direkt, sondern indirekt – aus der Sicht anderer Mitglieder des Sportpublikums.“ (WEIß, 1999, S. 184)

Im Wettkampfgeschehen beobachten die Zuschauer nicht nur die Sportler, sondern sich auch gegenseitig. Man spricht hier von einer massenhaften Synchronisation individuellen Erlebens. Menschen machen die Erfahrung gemeinsamen Leidens und Freuens. Oft geht dies sogar so weit, dass sich die zusehende Menge primär an sich selbst begeistert und der sportliche Wettkampf in den Schatten gestellt wird (vgl. BETTE, 2000, S. 315).

Der Sport lebt verschiedene kulturelle Werte vor. Diese direkte Bestätigung der gesellschaftlichen Werte wird im Sport viel deutlicher sichtbar als in anderen Sozialbereichen. Im Sport zählt nur die erbrachte Leistung, somit erscheint der Sport als *Ideal* bzw. *Utopie der Gesellschaft*. Dadurch wird dem Zuschauer die Möglichkeit gegeben, sich durch die Identifikation mit einem Sportler einer ungerechten Gesellschaft entgegenzustemmen. Auch sein eigener Leistungswille kann eine Stärkung erfahren. Der Sport ist einer der wenigen Bereiche in der Gesellschaft, der das gesellschaftliche Normen- und Wertesystem sehr deutlich zum Ausdruck bringen kann (vgl. WEIß, 1999, S. 182).

5.2.1. Komponenten des Zuschauersports:

Laut BETTE (2000, S. 309ff) zählen das Spannungserleben, das Zelebrieren von Körperlichkeit, das affektive Sich-Ausleben und die Heldenverehrung zu den entscheidenden Komponenten des Zuschauersports, die auch allesamt während des Weltcupwochenendes 2011 in Hinterstoder zu beobachten waren und nachstehend erläutert werden.

5.2.1.1. Spannungserleben:

Der Zuschauersport weist eine enorme Event-Tauglichkeit auf. Erstens ist dies darauf zurückzuführen, dass jeder Wettkampf ein bestimmtes *Spannungserleben* mit sich bringt. Anfangs herrscht eine gewisse Ungewissheit, die sich nach und nach in eine Gewissheit, dass es am Ende einen Sieger geben wird, umwandelt. Da dem Zuschauer durch den sportlichen Ausgang keine Konsequenzen drohen, ist er in der Lage, das Geschehen und den Nervenkitzel genießen zu können. Aus diesem Grund eignen sich sportliche Wettkämpfe als Event sehr gut (vgl. BETTE, 2000, S. 309f).

5.2.1.2. Zelebrierung von Körperlichkeit:

Zweitens ist der Zuschauersport mit einer besonderen *Zelebrierung von Körperlichkeit* verbunden. Die Sportler bedienen sich ihres Körpers in der Wettkampfsituation. Die Regeln sind für die Zuschauer leicht zu verstehen, es sprechen die wahrnehmbaren Körper. Somit lebt die Ästhetik des Sports von der Perfektion körperlicher Abläufe (vgl. BETTE, 2000, S. 311).

5.2.1.3. Affektives Sich-Ausleben:

Sportliche Ereignisse bieten den Zuschauern die Möglichkeit eines *affektiven Sich-Auslebens*. Wer einen Wettkampf verfolgt ohne dabei seine Gefühle zu zeigen, ist fehl am Platz. Das Zuschauen fordert von den Menschen das Ausleben von Affekten. Durch Spannung und Kampf lassen sich Begeisterung, Anfeuerung, Mitfeiern und Mitleiden so richtig hochschaukeln. Die Emotionen spielen Achterbahn. Dadurch wirken die Zuschauer auch in das aktive Geschehen mit ein und können durchaus den Ausgang des sportlichen Wettkampfes in gewissem Maße beeinflussen (vgl. BETTE 2000, S. 312f).

5.2.1.4. Heldenverehrung:

Die *Heldenverehrung* ist eine weitere Komponente des Zuschauersports. Sportliche Helden erscheinen oft in Situationen, in denen sie über sich selbst hinauswachsen, im Rampenlicht und erlangen einen Heldenstatus. Zur Erreichung eines Status als Helden müssen sie nicht einmal Erfolge vorzuweisen haben. Wenn die Zuschauer den unbändigen Willen spüren, dass jemand alles gegeben hat und nicht aufgibt, kann der Funke zum Publikum überspringen. Es ist der Einsatz, der die Zuschauer begeistert. Es müssen also nicht immer fabelhafte Leistungen dazu beitragen, als Held verehrt zu werden. Viele Sportzuschauer richten ihre Emotionen auf ganz bestimmte Personen

oder Mannschaften aus und erleben dadurch deren Schicksal am eigenen Körper selbst mit. Dadurch kommt es zur Bildung von Fangruppen und zur Entfaltung eines Wir-Gefühls (vgl. BETTE, 2000, S. 313f).

Im Zuge meiner Recherchen in Hinterstoder habe ich Herrn Kniewasser, OK-Chef-Stellvertreter der Weltcuprennen 2011 auf das Thema „Heldenverehrung“ angesprochen.

„Ein Weltcuprennen braucht einen Helden. Würden die österreichischen Schirennläufer nicht gut fahren, dann könnte eine solche Veranstaltung nie ein so großer Erfolg werden. Die Menschen wollen die Österreicher gewinnen sehen. Dadurch erleben sie selbst das Gefühl, gewonnen zu haben. Ein Wir-Gefühl ist die Folge.“ (SIEGFRIED KNIWASSER, OK-Chef-Stellvertreter der Weltcuprennen 2011)

Für den Erfolg einer solchen Veranstaltung sind somit laut Herrn Kniewasser die nationalen Heros ein wichtiges und entscheidendes Kriterium.

5.3. Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen:

Im Bezug auf Wintersportgroßveranstaltungen unterscheidet BRÖNNIMANN (1982, S. 30ff) zwischen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und umweltpolitischen Aspekten.

5.3.1. Gesellschaftliche Aspekte:

Emotionsgeladene Massenunterhaltung:

Wintersportgroßveranstaltungen entwickelten sich zu einem spektakulären Massenphänomen. Menschen können zu Hause vor den Fernsehgeräten mit ihren Sportlern hautnah mitfiebern. Der graue Wintertag wird mit Spannungsmomenten, Nervenkitzel und Freudentänzen aufgepeppt. Sportlicher Erfolg unserer Idole löst in uns regelrechte Begeisterungstürme aus und unsere Emotionen laden sich hoch (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 32).

Abwechslung vom Alltag:

Wintersportgroßveranstaltungen können als Gegenpol zu unserem gewöhnlichen Alltag gesehen werden, in denen sich Menschen zurückziehen, abschalten und sich Erholung von ihrem beruflichen Stress verschaffen können. Jede Wintersportveranstaltung hat ihre eigenen Höhepunkte und dramatischen Augenblicke, keine verläuft wie die andere. Trotzdem handelt es sich bei einem Sportereignis um ein überblickbares Geschehen, das nach einfachen Regeln abläuft und das von jedem verstanden wird. Durch das Sportgeschehen besteht die Möglichkeit des menschlichen Beisammenseins und des Kontaktaustausches (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 32f).

Instrument der nationalen Politik:

Der heftige Boykott um die Olympischen Sommerspiele 1980 in Moskau hat verdeutlicht, dass solche Großveranstaltungen oft als Spielball der Politik missbraucht werden. Wintersportgroßveranstaltungen können der nationalen Politik in zwei Richtungen dienen. Einerseits weisen sie nach innen eine gewisse Ablenkungsfunktion auf, in dem sie ernstere und wichtigere Dinge in den Hintergrund rücken lassen. Andererseits besitzen sie nach außen die Möglichkeit, sich selbst darzustellen und als Aushängeschild zu profilieren (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 33f).

Beitrag zur Völkerverständigung:

Großveranstaltungen dienen als friedliches Kräfteressen, fördern die Freundschaft und durch sie ist es möglich, Vorurteile zwischen teilnehmenden Staaten abzubauen. Dieser Blickwinkel ist jedoch stark ins Wanken geraten. Heute weckt der Sport in vielen Fällen Aggressionen und verstärkt chauvinistische Gefühle (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 34).

Prestigemittel:

Wintersportgroßveranstaltungen dienen einer Region oder einzelnen Persönlichkeiten als Prestigemittel, indem der Zusammenhalt innerhalb einer Bevölkerung gestärkt werden kann oder sich einzelne Politiker profilieren können (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 35).

In Bezug auf die Gemeinde Hinterstoder habe ich im Gespräch mit dem Bürgermeister Helmut Wallner entnommen, dass – wie bereits erwähnt – die Bevölkerung absolut

hinter den Weltcuprennen steht und sich in den Wochen vor den jeweiligen Veranstaltungen in die Vorbereitungen einbringt.

5.3.2. Wirtschaftliche Aspekte:

Die Tatsache, dass sich immer mehr Orte für Wintersportgroßveranstaltungen bewerben, zeigt deutlich, dass sie sich durch die Kandidatur wirtschaftliche Vorteile versprechen (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 35).

Mittel der Fremdenverkehrswerbung:

Wintersportgroßveranstaltungen bieten dem Veranstaltungsort die Möglichkeit, seine Region einer breiten Weltöffentlichkeit zu zeigen. Die Massenmedien berichten ausgedehnt über die Region und so können neue Touristengruppen gewonnen werden. Durch die Veranstaltung erhoffen sich die Orte, dass sich ihr Bekanntheitsgrad erhöht, ein positives Image geschaffen wird und die touristische Nachfrage steigt. Ob jedoch diese Erwartungen dann auch tatsächlich eintreten, bleibt umstritten (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 35f).

Diese Erwartungen konnten sich für Hinterstoder nicht erfüllen. Um neue Touristengruppen in Hinterstoder gewinnen zu können, braucht es laut Helmut Holzinger, Vorstand der HIWU-Bergbahnen, mehr Hotelbetten in der gehobenen Sternekategorie. Die Nachfrage, die vor allem aus den Ostländern durchaus da wäre, kann aufgrund des Mangels an Hotelbetten nicht erfüllt werden. Auch konnte die touristische Nachfrage im Beobachtungszeitraum keine Steigerung erfahren. Dies wird in der Nachhaltigkeitsanalyse noch genauer aufgegriffen.

Anstoß zur wirtschaftlichen Gesamtentwicklung:

Wintersportgroßveranstaltungen lassen sich in einem Atemzug mit der Verbesserung des touristischen Angebots und der Infrastruktur nennen. Dies ist insbesondere bei Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen der Fall, welche oft zur wirtschaftlichen Sanierung einer ganzen Region benutzt werden. Dadurch bekommt das Baugewerbe ein großes Auftragsvolumen, der Tourismus hat einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz und die gesamte wirtschaftliche Entwicklung erlebt einen Aufschwung.

Weiters ist die Chance einer überörtlichen Zusammenarbeit gegeben. Jedoch sind nicht alle Wirtschaftsförderungsmaßnahmen auch als positiv zu werten. Es gibt auch die Gefahr eines unkontrollierten Entwicklungstempos durch massiven Bauboom (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 36f).

Auch in Hinterstoder konnte aufgrund der Weltcupevents die Infrastruktur im Dorf kontinuierlich verbessert werden. Dies wird im Zuge der Nachhaltigkeitsanalyse noch speziell aufgegriffen.

Verkaufsförderung weiterer Branchen:

Nicht nur die Fremdenverkehrswirtschaft profitiert von Wintersportgroßveranstaltungen, auch andere Branchen erzielen entscheidende Gewinne. Zu nennen wären die Branche der Unterhaltungselektronik aufgrund des vermehrten Verkaufs von Fernsehgeräten, private Fernsehgesellschaften, die sich die Übertragungsrechte sichern oder Versicherungen, Banken, Kreditkarten-Unternehmen und noch viele weitere (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 38).

5.3.3. Umweltmäßige Aspekte:

Neben den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aspekten großer Wintersportveranstaltungen dürfen die umweltrelevanten Kriterien nicht außer Acht gelassen werden. Durch die Rennen wird der Naturhaushalt noch mehr belastet und das gesamte Ökosystem extrem beansprucht. Deshalb warnen auch viele Experten vor einer Verstädterung und Übertechnisierung der Bergwelt, da dadurch das ursprüngliche Unberührte, also die intakte Landschaft, nicht mehr gegeben ist. Natürlich kann eine Großveranstaltung alleine nicht für diese Misere verantwortlich gemacht werden (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 39).

In Abbildung 3 sind nochmals die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und umweltmäßigen Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen zu sehen. Aus dieser Abbildung ist zu erkennen, dass die drei Aspekte einige gemeinsame Schnittstellen aufweisen und nicht getrennt voneinander betrachtet werden können (vgl. BRÖNNIMANN, 1982, S. 30).

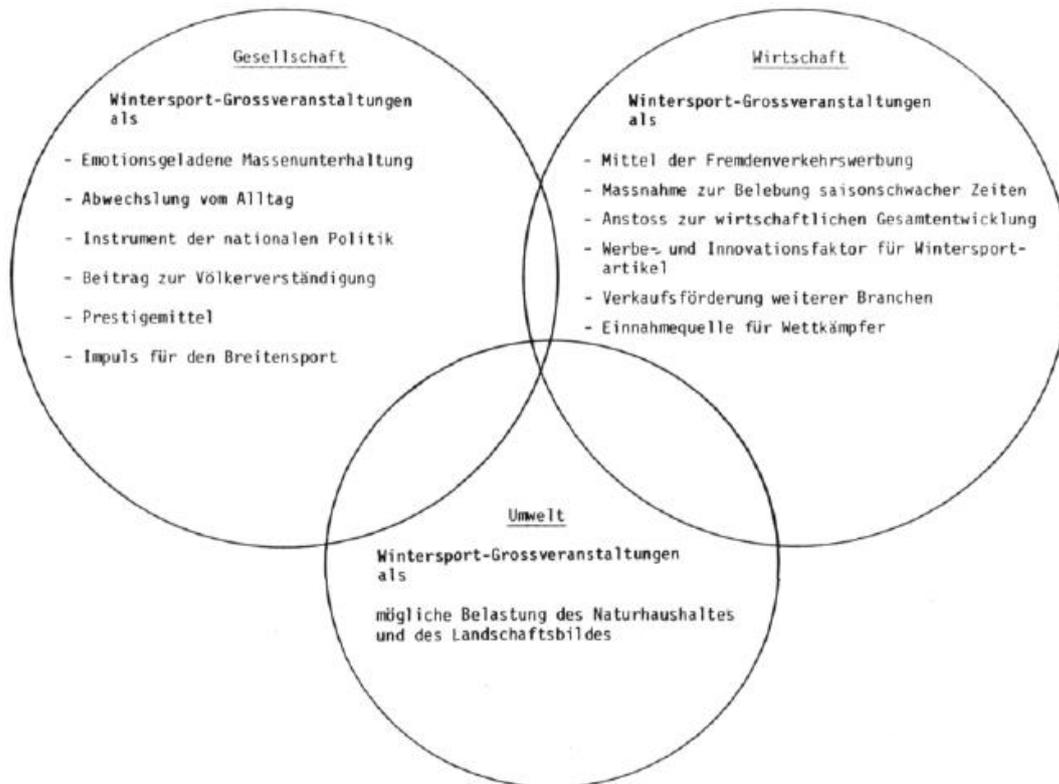


Abbildung 3: Aspekte von Wintersportgrossveranstaltungen
 Quelle: BRÖNNIMANN, 1982, S. 31

6. WINTERTOURISMUS IN OBERÖSTERREICH

Zu Beginn dieses Kapitels soll kurz die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Oberösterreich aufgezeigt werden. Im Anschluss daran wird der Entwicklung des Wintertourismus der letzten zwanzig Jahre besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Nach Vorstellung der Urlaubsregion Pyhrn-Priel wird auf den Weltcuport Hinterstoder gesondert eingegangen.

6.1. Das regionale Tourismus-Satellitenkonto für Oberösterreich:

In der oberösterreichischen Volkswirtschaft nimmt der Tourismus eine herausragende Stellung ein. Durch die Einführung des Tourismus-Satellitenkontos (TSA) für Oberösterreich im Jahr 2003 kann die gesamte monetäre Größenordnung der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft errechnet werden (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2007, S. 2).

Tabelle 1: Das Tourismus-Satellitenkonto 2008

Touristische Nachfrage	Österreich		Oberösterreich (OÖ)		
	Mio. €	Anteil in %	Mio. €	Anteil in %, bezogen auf OÖ Österreich	
Aggregate			2008		
Ausgaben ausländischer Besucher	16.512	54,4	802	25,2	4,9
Übernachtende Touristen	13.709	45,2	399	12,6	2,9
Tagesbesucher	2.803	9,2	403	12,7	14,4
Ausgaben inländischer Besucher	13.742	45,3	2.365	74,4	17,2
Urlaubsreisende	11.076	36,5	1.949	61,3	17,6
Übernachtende Touristen	6.941	22,9	652	20,5	9,4
Tagesbesucher	4.135	13,6	1.297	40,8	31,4
Geschäftsreisende	2.666	8,8	415	13,1	15,6
Übernachtende Touristen	1.708	5,6	225	7,1	13,2
Tagesbesucher	958	3,2	190	6,0	19,8
Ausgaben der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen	101	0,3	12	0,4	11,6
Gesamtausgaben	30.354	100,0	3.178	100,0	10,5

Quelle: Amt der OÖ Landesregierung, 2010b, S. 4

Wie aus obenstehender Tabelle zu erkennen ist, ergaben die Gesamtausgaben im Jahr 2008 für Oberösterreich rund 3,18 Milliarden Euro. Das bedeutete einen Zuwachs zum Vorjahr um 7,7% und entsprach 10,5% der gesamtösterreichischen Einkünfte aus dem

Tourismus (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010b, S. 3f). Dabei entfielen knapp drei Viertel (74,4%) auf inländische Besucher, 25,2% auf ausländische Besucher und 0,4% auf die Ausgaben der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen.

Besonders auffallend für Oberösterreich ist, dass der inländische Tagesbesucher eine extrem wichtige Rolle für die heimische Wirtschaft spielt. Von den 74,4% der Ausgaben inländischer Besucher entfielen nämlich 61,3% auf inländische Urlaubsreisende, davon wiederum 40,8% auf Tagesbesucher und 20,5% auf übernachtende Touristen. Wird Gesamtösterreich als Vergleichsgröße herangezogen, dann lässt sich dieser oberösterreichische Trend nicht bestätigen. Österreichweit gingen 54,4% der touristischen Einnahmen auf ausländische Besucher, die Ausgaben inländischer Besucher trugen mit 45,3% zur touristischen Wertschöpfung bei und die Anteile der Inländer in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen betrugen 0,3%.

Somit lässt sich abschließend festhalten, dass für Oberösterreich der Inländer der wichtigste Urlaubsgast ist. Dieses Phänomen wird im Laufe dieses Kapitels nochmals kurz aufgegriffen.

6.2. Entwicklung des Wintertourismus in Oberösterreich:

Die touristische Entwicklung der letzten Jahre in Oberösterreich verzeichnete einen äußerst positiven Verlauf. Besonders bei den Ankünften lässt sich in beiden Saisonhälften seit dem Jahr 1997 ein deutlicher Aufwärtstrend erkennen (siehe Abbildung 4). Mit Ausnahme der Tourismusjahre 2002 und 2010, welche durch einen geringfügigen Rückgang bei den Ankünften gekennzeichnet sind, konnte für die übrigen Jahre immer ein Nächtigungsplus zum Jahr davor festgestellt werden. Im Jahr 2009 verzeichneten die Ankünfte eine Steigerung von 1,4% im Vergleich zum Vorjahr und betragen absolut gesehen 2.336.896. Im Zeitraum von 1999 bis 2009 erreichten die Ankünfte damit einen Anstieg von 22% (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010a, S. 3). Dieser wurde in der Wintersaison 2010 noch getoppt. 862.196 touristische Ankünfte in Oberösterreich bedeuteten ein Plus von 1,8% gegenüber dem Vorjahr. Besonders die Wintersaisonen im Beobachtungszeitraum erzielten bei den Ankünften ein beachtliches Ergebnis. Die Ankunftsahlen haben sich mehr als verdoppelt, sie erzielten von 1984

bis 2010 eine Steigerung von 112,1 %. Und dies ist aufgrund der Tatsache, dass das Bundesland Oberösterreich eher durch seine vielen Seen im Salzkammergut und nicht als berühmte Schidestination bekannt ist, schon beachtenswert und erfreulich. Auch die Ankünfte in den Sommermonaten erzielten im Beobachtungszeitraum eine Steigerung von 37,7%.

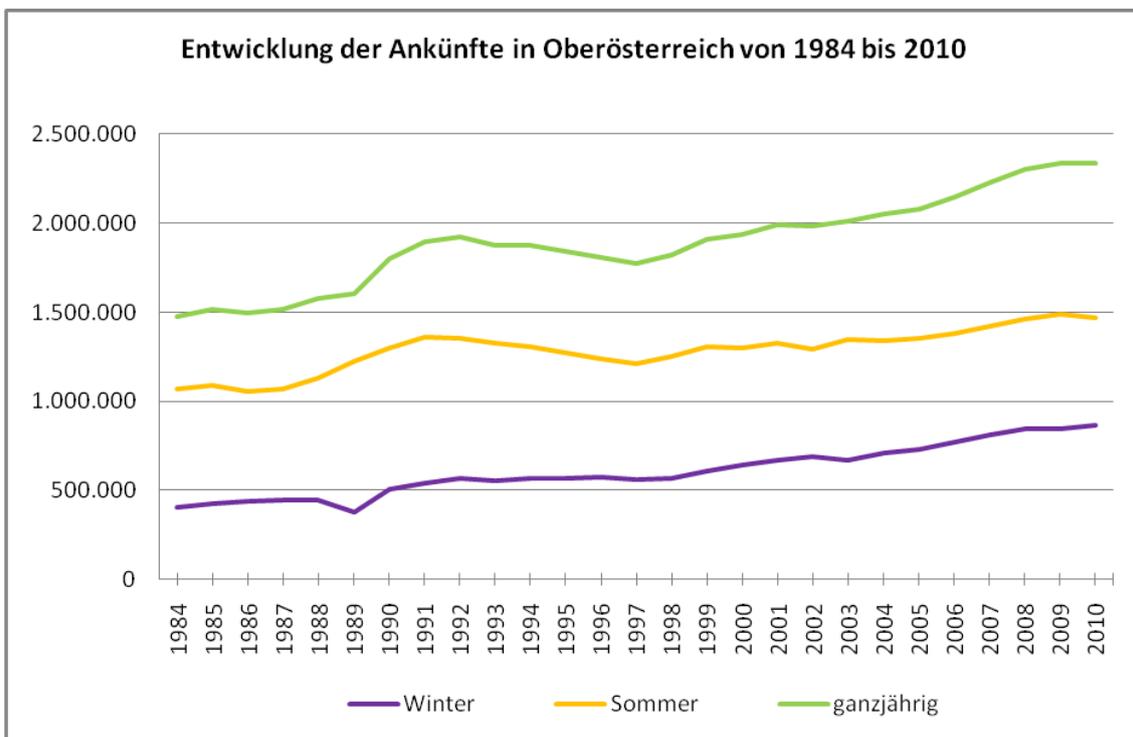


Abbildung 4: Entwicklung der Ankünfte in Oberösterreich von 1984 bis 2010
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Im Gegensatz zur Steigerung der Ankünfte wurde bei den Nächtigungen in der Wintersaison 2010 ein geringfügiger Rückgang von 0,7% verzeichnet. Mit 2.463.285 Nächtigungen pendelten sie jedoch auf dem hohen Niveau der letzten drei Jahre ein. Im Zeitraum von 2000 bis 2010 konnten die Ankünfte in der Wintersaison um etwa ein Drittel (35%) gesteigert werden. Die Nächtigungen erzielten im selben Zeitraum ein Plus von 13% (vgl. Amt der OÖ Landesregierung 2010d, S. 3; vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010e, S. 3).

Die Entwicklung der Nächtigungen von 1984 bis 2010 (siehe Abbildung 5) zeigt einen im Vergleich zu den Ankünften ganz anderen Verlauf. Oberösterreich verzeichnete im Tourismusjahr 2009 6.884.592 Nächtigungen, was einen Verlust von 0,2% gegenüber

dem Vorjahr bedeutete. Von diesen rund 6,9 Millionen Nächtigungen entfielen 2,5 Millionen auf das Winter- und 4,4 Millionen auf das Sommerhalbjahr. Seit dem Jahr 1990 gewinnt Oberösterreich jedoch als Ganzjahresdestination immer mehr an Bedeutung. Der Anteil der Winternächtigungen steigerte sich im Zeitraum von 1990 bis 2009 von 27% auf mittlerweile 36% (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010a, S. 3f).

Eine Differenzierung der Nächtigungsentwicklung in Sommer- und Wintersaison lässt einen unterschiedlichen Verlauf erkennen. Seit der Sommersaison 1992 wiesen die Nächtigungszahlen mit wenigen Ausnahmen einen rückwärtigen Trend auf. Der Verlust im Vergleich der Jahre 1992 zu 2010 beträgt 28,5 %. Im Gegensatz dazu entwickelten sie sich in den Wintersaisonen langsam, aber stetig nach oben. Innerhalb der letzten zehn Jahre verzeichneten sie einen Zuwachs von 9,6 %.

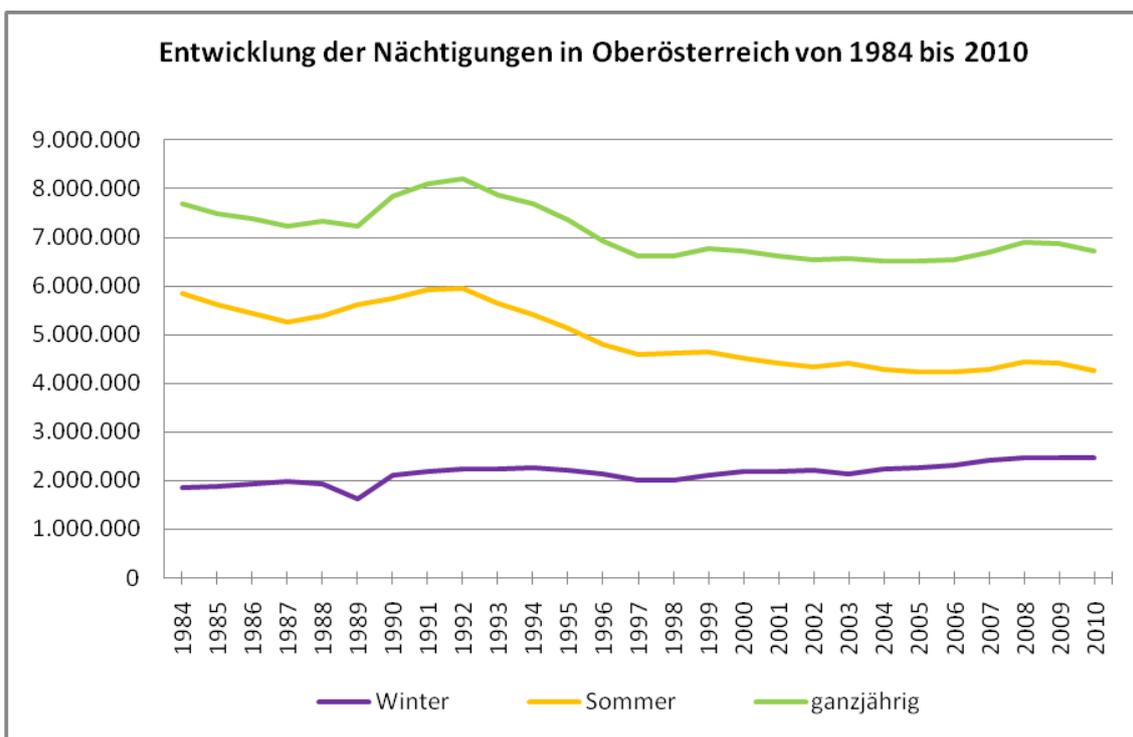


Abbildung 5: Entwicklung der Nächtigungen in Oberösterreich von 1984 bis 2010
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Der Blick auf die monatliche Verteilung in der Wintersaison 2010 lässt erkennen, dass der Monat Februar mit 463.171 Nächtigungen (= 18,8% an den gesamten Winternächtigungen) der nächtigungsstärkste Monat war. Dieser hohe Anteil lässt sich durch die Energieferien erklären. Besonders im Monat März konnte mit einer

Steigerung der Ankünfte um 17,8% im Vergleich zum Jahr davor ein beachtliches Ergebnis erzielt werden. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass im Jahr 2010 die Osterferien bereits in der letzten Märzwoche begonnen hatten. Auch die Monate Jänner und April erreichten über 400.000 Nächtigungen (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010d, S. 4).

Im Bundesländervergleich rangierte Oberösterreich mit 2.463.285 Nächtigungen in der Wintersaison 2010 an sechster Stelle. Absoluter Spitzenreiter war Tirol mit 25.235.864 Nächtigungen, gefolgt von Salzburg mit 13.817.343 Nächtigungen. Oberösterreich erzielte somit 3,9% der gesamten österreichischen Nächtigungen. Tirol lag mit einem Anteil von 40,3% auf Platz eins. Auch bei den Ankünften ergibt sich ein ähnliches Bild (vgl. Amt der OÖ Landesregierung 2010d, S. 8f).

Der Tagesausflügler stellt neben dem Nächtigungsgast eine wichtige Säule der touristischen Wertschöpfung im Winter dar. Das Marktforschungsinstitut Spectra machte im Winter 2009/10 eine Analyse des Ausflugsverhaltens der Oberösterreicher. Ergebnis dieser Studie war, dass der Anteil der oberösterreichischen Tagesausflügler bei 26% liegt. Insgesamt machten in Oberösterreich im Untersuchungszeitraum rund 7,59 Millionen Menschen im vergangenen Winter einen Tagesausflug (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010e, S. 4).

Im Folgenden wird ein kurzer Blick auf die zehn nächtigungsintensivsten Gemeinden in Oberösterreich geworfen und wie aus Tabelle 2 hervorgeht, gehört die Untersuchungsgemeinde Hinterstoder dazu. Hinterstoder rangierte sowohl im Jahr 2008 als auch im Jahr 2009 an zehnter Stelle der nächtigungsintensivsten Gemeinden. Die Landeshauptstadt Linz war mit Abstand die Gemeinde mit den meisten Nächtigungen, sie wies fast sechsmal so viele Nächtigungen wie Hinterstoder auf. Gosau mit dem Schigebiet Dachstein-West rangierte vier Plätze vor Hinterstoder. Die anderen vor Hinterstoder platzierten Gemeinden zeichnen sich überwiegend durch ihren Wellness- und Sommertourismus aus. In der Gemeinde Hinterstoder ist vor allem der Wintertourismus bedeutend.

Tabelle 2: Die zehn nächtigungsintensivsten Gemeinden in Oberösterreich 2008 und 2009

	2008	2009
Linz (Stadt)	668.956	739.434
Bad Schallerbach	426.746	421.821
Bad Ischl	329.780	354.425
St. Wolfgang	310.550	296.128
Bad Hall	214.890	202.762
Gosau	182.069	191.972
Wels (Stadt)	169.794	156.309
Bad Goisern am Hallstättersee	164.735	152.346
St. Georgen im Attergau	140.817	145.383
Hinterstoder	135.885	134.266
Gesamt	2.744.222	2.794.846

Quelle: Amt der OÖ Landesregierung, 2009a, S. 18; Amt der OÖ Landesregierung, 2010a, S. 20; eigene Darstellung

Im Hinblick auf die Zahl der Ankünfte rangierte Hinterstoder 2008 mit 34.126 Ankünften noch an vierzehnter Stelle. Im Jahr darauf überholte Hinterstoder vier Gemeinden und reihte sich mit 36.641 Ankünften an der zehnten Stelle ein.

Tabelle 3: Die zehn ankunftsintensivsten Gemeinden in Oberösterreich 2008 und 2009

	2008	2009
Linz (Stadt)	385.241	421.629
Bad Schallerbach	92.334	94.932
Wels (Stadt)	89.985	85.617
St. Wolfgang	87.380	85.340
Bad Ischl	63.789	70.670
Geinberg	56.716	53.525
Gosau	54.381	49.137
Gmunden	39.663	39.447
Steyr (Stadt)	39.041	37.567
Bad Goisern am Hallstättersee	36.206	35.147
...		
Hinterstoder	34.126	36.641
Gesamt	978.862	1.009.652

Quelle: Amt der OÖ Landesregierung, 2009, S. 18; Amt der OÖ Landesregierung, 2010a, S. 20; eigene Darstellung

Zum Abschluss dieses Kapitels wird den Herkunftsländern der Touristen besondere Beachtung geschenkt. Der wichtigste Wintergast in Oberösterreich ist – wie bereits zu Beginn dieses Kapitels erwähnt – der inländische Urlauber. Fast genau zwei Drittel aller Nächtigungen entfallen auf den inländischen Gast. Dieser erhöhte im Vergleich zum Vorjahr seinen Anteil bei den Nächtigungen um 1,8%, bei den Ankünften um 3,6%. Mit einer Quote von 42,3% sind die Oberösterreicher die treuesten Wintergäste im eigenen Bundesland, gefolgt von den Wienern mit 17,2% und den Gästen aus Niederösterreich mit 15,9%. Die wenigsten Nächtigungen entfallen auf Gäste aus dem Bundesland Vorarlberg mit einem Anteil von 1,3% (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010e, S. 6; vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010f, S. 3f).

Aufgrund der Wirtschaftskrise des Jahres 2008/2009 kam es zu Einbußen bei den Auslandsgästen, vor allem bei den Gästen aus Frankreich, Rumänien, Spanien, Großbritannien, Polen, Belgien und Russland. Die Ankünfte der ausländischen Gäste verzeichneten einen Rückgang von 1,5%, die Nächtigungen einen Rückgang von 5,2%. Es gab jedoch auch Herkunftsländer, deren Anteile an den Ankünften und Nächtigungen in Oberösterreich ein Plus aufwiesen. Zu nennen wären Schweden, Dänemark, Ungarn, Italien, Slowakei und China. Das Ranking der ausländischen Gäste führte mit 55,2% Deutschland an, gefolgt von den tschechischen Gästen mit 8,4% und den Niederländern mit 4,2%. Unterscheidet man die Nächtigungen der deutschen Gäste nach Bundesländern, ist noch erwähnenswert, dass 36% der Nächtigungen auf Touristen aus dem Bundesland Bayern entfielen (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010d, S. 5f; vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010e, S. 4)

Als kurzes Zwischenfazit kann festgehalten werden, dass die Ankünfte in Oberösterreich im Beobachtungszeitraum sowohl in der Sommer- als auch in der Wintersaison eine Steigerung aufweisen, im Sommer um 37,7% und im Winter um 112,1 %. Werden die absoluten Ankunftsahlen als Vergleichsgröße herangezogen, so verzeichnet Oberösterreich noch immer deutlich mehr Ankünfte im Sommer als im Winter. Im Jahr 2010 besuchten im Sommer 1.471.404 Gäste Oberösterreich und im Winter waren es 862.196. Jedoch hat der Winter eine bessere Entwicklung in den letzten Jahren hingelegt. Im Zeitraum von 1984 bis 2010 haben sich die Ankünfte mehr als verdoppelt, absolut von 406.453 Besuchern auf 862.196.

Die Entwicklung der Nächtigungen im selben Zeitraum zeigt ein ganz anderes Bild. Diese wiesen nämlich einen Verlust von 12,6 % auf. Jedoch zeigt sich auch bei den Nächtigungszahlen eine unterschiedliche Entwicklung in den Sommer- und Wintermonaten. Zeigten die Nächtigungszahlen im Sommerhalbjahr eine rückläufige Entwicklung (-27,1%), so verzeichneten sie im Winterhalbjahr einen Anstieg um 33,1%.

Nach Betrachtung der Entwicklung des Wintertourismus in Oberösterreich beschäftigt sich das folgende Kapitel mit der Urlaubsregion Pyhrn-Priel.

6.3. Die Urlaubsregion Pyhrn-Priel:

Die Urlaubsregion Pyhrn-Priel liegt im südlichen Oberösterreich zur Grenze des Bundeslandes Steiermark im Bezirk Kirchdorf an der Krems (siehe Abbildungen 6 und 7). Nördlich ist die Region durch das Kremstal und das Steyrtal begrenzt und liegt zwischen dem Toten Gebirge und dem Sengsengebirge.

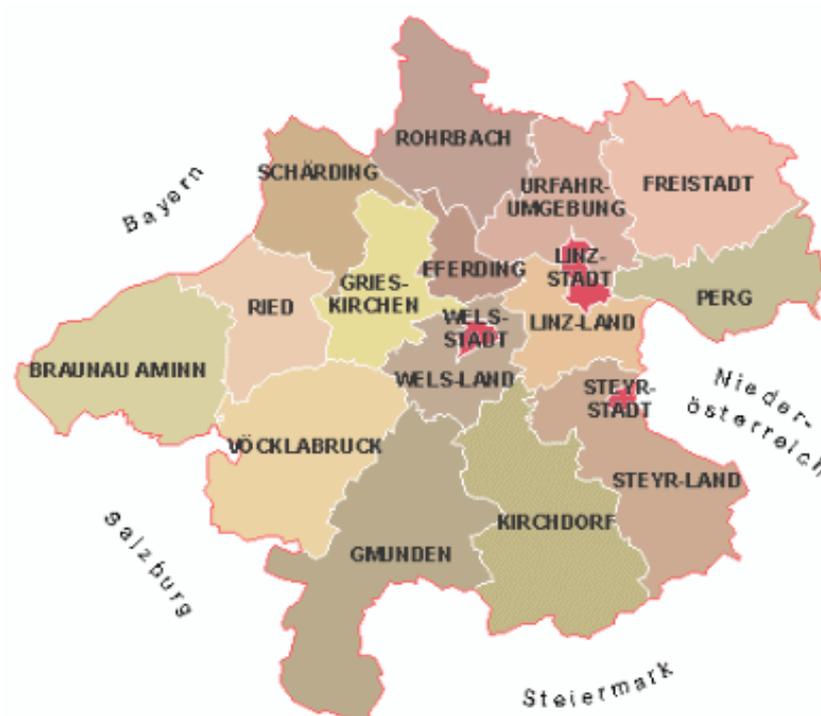


Abbildung 6: Bezirke im Bundesland Oberösterreich
Quelle: <http://doris.ooe.gv.at/geographie/geoinfo/>

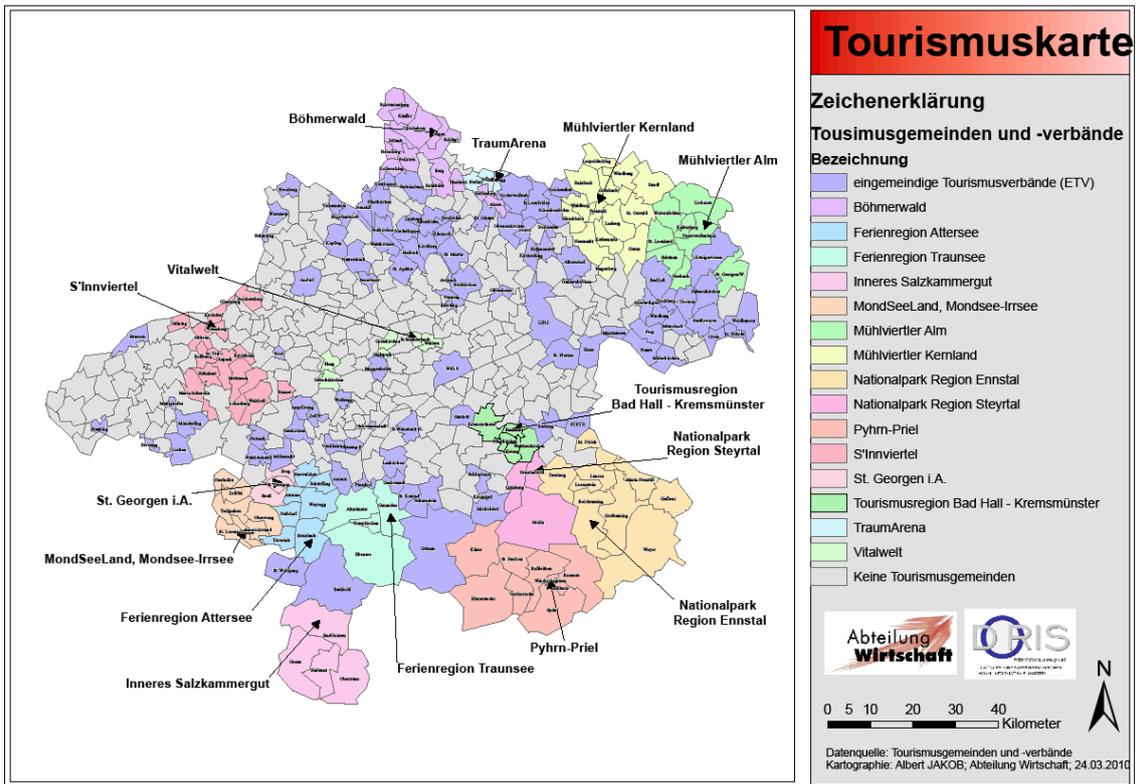


Abbildung 7: Tourismusgemeinden und -verbände in Oberösterreich

Quelle: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/4419/strukturkarteooe.pdf>

Zur Region Pyhrn-Priel zählen die Gemeinden Edlbach, Hinterstoder, Klaus/Steyrling, Rosenau am Hengstpaß, Roßleithen, Spital am Pyhrn, St. Pankraz, Vorderstoder und Windischgarsten (siehe Abbildung 8).



Abbildung 8: Bezirk Kirchdorf an der Krems

Quelle: <http://doris.ooe.gv.at/geographie/geoinfo/>

In der Tourismuswerbung wird mit pathetischen Mitteln die wunderbare Landschaft der Region angepriesen, was folgendes Zitat auf der Homepage der Urlaubsregion Pyhrn-Priel und nachfolgende Schilderungen deutlich zum Ausdruck bringen:

„Eine Landschaft zum Verlieben gepaart mit herzlichen Gastgebern, vielen Sonnentagen, Nebelfreiheit und einer leichten Erreichbarkeit – das ist die Urlaubsregion Pyhrn-Priel im südlichen Oberösterreich. Pyhrn-Priel – die Urlaubsregion für die schönsten Momente des Jahres!“ (<http://www.pyhrn-priel.net/de/start.html/>)

Diese Region bietet dem Besucher alles, was das Herz begehrt, angefangen von einer herrlichen und einzigartigen Landschaft, über glasklare Flüsse und Bäche und frische saubere Luft bis hin zu einer atemberaubenden und wunderschönen Bergkulisse. Im Sommer locken viele Wanderwege (unter anderem auch Themen- und Rundwanderwege), Gipfeltouren, idyllische Almen und unberührte Natur die Besucher in die Region. Die schibegeisterten Menschen wedeln im Winter über die Pisten der Schigebiete in Hinterstoder (Hutterer Höss) und in Spital am Pyhrn (die Wurzeralm) (vgl. <http://www.weltcup-hinterstoder.com/tourismus/>; <http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte.html/>).



Abbildung 9: Logo der Region Pyhrn-Priel
<http://www.lindenhof.at/images/pyhrnpriellogo1.gif>

Neben dem Salzkammergut ist die Region Pyhrn-Priel die älteste und traditionsreichste Urlaubsregion in Oberösterreich. Seit 2001 gibt es einen Tourismusverband für die gesamte Region, der eine Körperschaft öffentlichen Rechts ist. Neben dem Tourismusverband Pyhrn-Priel ist auch noch die Hinterstoder-Wurzeralm Bergbahnen AG Gesellschafter (10%). Dieser Zusammenschluss ist der einzige Tourismusverband in Österreich, wo es einen privaten Gesellschafter gibt. Die Aufgaben beinhalten die Gästeinformation, also das Betreiben von Tourismusbüros, das gesamte Thema um Marketing und Werbung für die Region und verschiedene Projekte.

Der Tourismus spielt in allen Gemeinden der Region eine bedeutende Rolle und stellt den wichtigsten Wirtschaftsfaktor dar. Viele Branchen in der Region sind vom Tourismus abhängig. Da viele Menschen im Tourismus beschäftigt sind, ist er auch als Arbeitgeber bedeutsam.

Aufgrund neuer Herausforderungen und einer Neupositionierung im Rahmen des touristischen Wettbewerbs wurde für die Periode 2009 bis 2012 ein aktuelles Tourismuskonzept Pyhrn-Priel ausgearbeitet. Die darin festgelegten wirtschaftlichen Ziele der Region sind die Schaffung von 1000 Betten in der gehobenen Sternekategorie, die Erhöhung der durchschnittlichen Vollbelegung auf 120 Vollbelegstage in der Region bis zum Jahr 2012 und schlussendlich auch noch die Erhöhung der touristischen Wertschöpfung um 20 Prozent bis 2012 (vgl. Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012, S. 12f).

In der Region Pyhrn-Priel lassen sich sowohl touristische Stärken als auch Schwächen finden. Zu den Stärken der Region zählen die intakte Natur und die landschaftliche Schönheit, weiters die gute Erreichbarkeit mit dem Auto durch die Pyhrn-Autobahn und auch mit der Bahn als öffentliches Verkehrsmittel, das gemäßigte Klima, die gute Infrastruktur, der Nationalpark Kalkalpen als Imagerträger, das ausgewogene Verhältnis von Sommer- und Wintertourismus. Eine zentrale Schwäche ist die Konzentration der Gäste auf nur zwei Herkunftsländer. 90% der Nächtigungen stammen aus Österreich und Deutschland. Weiters fehlt es der Region an Qualitätsbetten, das Radwegenetz ist nicht durchgängig, Schlechtwettereinrichtungen sind nicht ausreichend vorhanden, das Wegenetz für Reiter und Mountainbiker ist ebenfalls nicht konkurrenzfähig. Auch ist die Eigenvermarktung der Vermieter aufgrund kleiner Betriebsstrukturen schwierig. Neue Entwicklungschancen für die Urlaubsregion werden in der Schaffung von Hotelbetten in der gehobenen Kategorie, der Entwicklung offensiver Marketingstrategien in den Hoffnungsmärkten und im Aufbau eines Kompetenzzentrums „Reiten“ gesehen. Die Risiken sind auf jeden Fall der Bettenrückgang bei den bestehenden Betrieben und die angespannte Wirtschaftssituation in den Hauptherkunftsländern (vgl. Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012, S. 13f).

Nach der kurzen Beschreibung der Urlaubsregion Pyhrn-Priel wird im folgenden Kapitel dem Weltcuport Hinterstoder besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

6.4. Der Weltcuport Hinterstoder:

Die Gemeinde Hinterstoder liegt im Süden von Oberösterreich im Traunviertel an der Grenze zum Bundesland Steiermark und ist umgeben von eindrucksvollen Berggipfeln des Toten Gebirges (Spitzmauer, Großer Priel, Kleiner Priel, Ausläufer des Warscheneck). Hinterstoder liegt auf einer Seehöhe von 599 Meter und zählt 938 Einwohner.

Anfang der 90er Jahre ist die Gemeinde Hinterstoder durch sinkende Nächtigungszahlen, sinkende Einwohnerzahlen und Geburtenraten gekennzeichnet. Das hat einen Weggang der Jugendlichen zur Folge. Auch müsste das gesamte Ortsbild renoviert werden und die touristische Infrastruktur lässt auch zu wünschen übrig. Das Jahr 1994 ist sehr entscheidend für die zukünftige Entwicklung der Gemeinde. Seit besagtem Jahr nimmt Hinterstoder an der Aktion „Dorferneuerung“ des Landes Oberösterreich teil und ist somit Dorferneuerungsgemeinde. Im Zuge dessen wurde das Ortsbild zum Positiven verändert. Alle öffentlichen Gebäude wurden renoviert und die Ortsdurchfahrt erneuert. 1998 wurde die Gemeinde in die europäische ARGE für Landentwicklung und Dorferneuerung aufgenommen. Im Zuge der Dorferneuerung hat die Gemeinde zusammen mit seinen Bürgern ein Dorfentwicklungs- und Dorferneuerungskonzept „Talaufwärts 2000“ für den zukünftigen Weg der Gemeinde erstellt. Dafür wurde Hinterstoder im Jahr 2000 der „Europäische Dorferneuerungspreis“ zugesprochen. Durch diese Auszeichnung wurde der eingeschlagene Weg der Gemeinde bestätigt und es wurde an einem weiteren Konzept „Hinterstoder 2010“ gearbeitet. Ein wichtiger und wesentlicher Punkt dieses Konzeptes bezieht sich auf die nachhaltige Entwicklung der Gemeinde.

Hinterstoder ist seit dem Jahre 2007 Mitglied der Kooperationsgemeinschaft „Perlen der Alpen“ (Alpine Pearls). Zu ihr zählen 24 Gemeinden in Deutschland, Frankreich, Österreich, Italien, Slowenien und der Schweiz, die für Nachhaltigkeit, Klimaschutz und höchste Qualität im Tourismus stehen.

Das Konzept „Perlen der Alpen“ steht für sanfte Mobilität. Hinterstoder ist sehr gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden. Den Touristen wird eine gemütliche, stressfreie und klimaschonende Anreise gewährleistet (vgl. <http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735768/perle-der-alpen.html/>).

Momentan wird an einem weiteren Konzept, an dem Strategieprozess „Hinterstoder 2020“ gearbeitet.

6.4.1. Tourismus in Hinterstoder:

Der Tourismus ist der wichtigste Wirtschaftsfaktor im Ort. 85% der Wertschöpfung werden aus dem Tourismus lukriert. Ursprünglich war Hinterstoder ein Sommerfrischeort und dadurch war der Sommertourismus wesentlich stärker als der Wintertourismus. Durch den Seilbahnbau im Jahre 1959 drehte sich das Bild. Seit damals erhöhten sich die Gästeanteile, die dem Wintertourismus zuzurechnen sind, kontinuierlich. Wirtschaftlich ist die Wertschöpfung im Winter höher als im Sommer. Ziel für Hinterstoder ist es, den Sommertourismus wieder zu stärken. Mit dem Ausbau der Wanderwege (Rundwanderwelt) ist ein erster Schritt in die richtige Richtung getan. Hinterstoder soll sich als Ganzjahrestourismusdestination positionieren.

Der Tourismus spielt somit sowohl im Sommer als auch im Winter in der Gemeinde Hinterstoder eine entscheidende und tragende Rolle.

Wirft man einen Blick auf die Homepage von Hinterstoder (<http://www.hinterstoder.at/>) oder spricht man mit Tourismusverantwortlichen und mit Bewohnern der Gemeinde, dann werden die Vorzüge des eigenen Ortes natürlich hervorgehoben, was folgende Schilderungen deutlich zum Ausdruck bringen.

Im Sommer bieten viele Wanderungen unterschiedlichen Schwierigkeitsgrades atemberaubende Ausblicke auf die vielfältige Landschaft und auf die Bergkulisse des Toten Gebirges. Es gibt 14 Rundwanderwege, die die Touristen zu den schönsten Plätzen im Stodertal führen und sehr abwechslungsreich sind. Diese reichen von gemütlichen Runden bis hin zu attraktiveren und anspruchsvolleren Wanderungen.

Somit findet sich bestimmt für jede Könnerschaft das richtige Angebot. Ein fixes Ausflugsziel sollen der Schiederweiher, die Polsterlucke und der Stromboding-Wasserfall sein.

Wer sich für das Wandern nicht so begeistern kann, der kann das kühle Nass im Freibad genießen, eine Runde Minigolf spielen, die Tennisplätze unsicher machen oder sich im Skaterpark vergnügen.

Auch die winterlichen Aktivitäten beschränken sich nicht nur auf das Schigebiet Hutterer Höss. Langlaufloipen sowohl im Tal als auch auf den Hutterer Böden, eine beleuchtete Naturrodelbahn, Eisstockschießen und romantische Pferdekutschenfahrten lassen das Herz der Touristen höher schlagen. Somit ist sowohl für den Sportbegeisterten als auch für den Genießer etwas dabei.

Wenn Schlechtwetter angesagt ist, dann ist der Besuch des Alpineums das perfekte Alternativprogramm bzw. für Kulturliebhaber ist es zu jeder Witterungslage ein Erlebnis.

Das 1998 errichtete Gebäude wurde im Jahr 2000 für den „Museum of the Year Award“ nominiert und von einer internationalen Jury zu einem der 25 originellsten Ausstellungshäuser Europas ernannt. Das Alpineum veranschaulicht die Entwicklung eines Gebirgsbauerdorfes zu einem führenden Sommer- und Wintersportort. Es zeichnet sich durch abwechslungsreiche Gestaltung und moderne Multimedia-Technik aus. Mit Hilfe von Simulatoren lässt sich der Geschwindigkeitsrausch einer Schiabfahrt nachfühlen (vgl. <http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735765/alpineum.html/>).

Dieses Bergwelt-Erlebnismuseum befasst sich mit folgenden fünf Themenschwerpunkten:

- Auf dem Holzweg zur Eisenstraße
- Faszination der Berge
- Wintersport, Breitensport, Spitzensport
- Wandern, Bergsteigen, Klettern
- Alpine Bergwelt: Gefahren, Risiken, Rettung

Wie in Abbildung 10 zu sehen ist, besteht das Alpineum durch eine moderne Konstruktion aus Glas und Holz. Die mehrfarbigen Tafeln vor dem Alpineum beschreiben die 14 Rundwanderwege von Hinterstoder.



Abbildung 10: Alpineum

Quelle: <http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735765/alpineum.html/>

Charakteristisch für den Tourismus im Ort ist auch, dass man überall mit dem Logo von Hinterstoder „*hinterstoder pur*“ konfrontiert wird, zum Beispiel an den Rundwanderwegen, bei der Loipe, online, usw. (siehe Abbildung 11). Dieser nicht alltägliche touristische Weg wurde deswegen eingeschlagen, weil man ein unverwechselbares Dorf sein will, das nicht im Einheitsbrei mit anderen mitschwimmt. Aufgrund des Konkurrenzdruckes mit anderen Destinationen ist es unabdingbar ein Dorf mit seinen Stärken und seiner Unverwechselbarkeit zu präsentieren. In Zukunft wird es das Ziel sein, Hinterstoder als Tourismusdestination mit den Schwerpunkten Wandern und Schi fahren in Kombination mit den qualitativen Kriterien Service sowie Nachhaltigkeit zu positionieren. Dies soll alles vor dem Hintergrund von Ursprünglichkeit und Authentizität geschehen (vgl. Hinterstoder Magazin „*pur*“, 2010/11, S. 46f).



Abbildung 11: Logo Hinterstoder (Sommer – Winter)

Quelle: <http://www.hinterstoder.at/>

7. SCHIWELTCUP IN HINTERSTODER

Zu Beginn dieses Kapitels wird dem Phänomen von Weltcuprennen auf den Grund gegangen. Nach einem historischen Rückblick auf die Weltcuprennen im Stodertal wird zum Schluss noch kurz das Rahmenprogramm des Weltcupwochenendes 2011 vorgestellt.

7.1. Das Phänomen Weltcuprennen:

Sportliche Ereignisse stehen mit Reisen, Unterkunft und Verpflegung in Verbindung. Sie sind zu touristischen Attraktionen geworden, prägen das Image des Gastgeberlandes und stellen nach Meinung vieler Fachleute eine unbezahlbare Werbung für den österreichischen Tourismus dar. Dadurch wird die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in den Mittelpunkt gerückt. (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010c, S. 2)

Jedes Jahr bewerben sich viele Orte um ein Weltcuprennen. Die FIS, der internationale Schiverband, vergibt an einen nationalen Verband ein bestimmtes Kontingent an Rennen. Danach entscheidet der ÖSV, der österreichische Schiverband, an welchen Orten diese Rennen stattfinden. Kitzbühel und Schladming sind jährlich fix im Weltcupkalender vertreten. Hinterstoder steht in Konkurrenz mit wesentlich größeren Schidestinationen, wie Saalbach, St. Anton oder Bad Kleinkirchheim.

„Das sind Schiorte, wie man sie sich vorstellt, wir sind da schon ein kleiner Fisch im großen Haifischbecken. Für so einen kleinen Ort wie Hinterstoder ist das schon eine richtige Herausforderung.“ (GEROLD HACKL, OK-Chef der Weltcuprennen 2011)

Für einen kleinen Ort wie Hinterstoder stellt die Veranstaltung eines Weltcuprennens das Highlight der Wintersaison dar. Durch dieses sportliche Großereignis strömen Menschenmassen nach Hinterstoder und wollen ein Spektakel der besonderen Art erleben. Der Weltcuport Hinterstoder ist an diesem Wochenende sowohl im Blickpunkt

der nationalen als auch der internationalen Öffentlichkeit. Er kann sich einem weltweiten Publikum von seiner besten Seite präsentieren.

Folgende Abbildung lässt in die Atmosphäre des Weltcupwochenendes 2011 eintauchen. Strahlender Sonnenschein, viele mit Fahnen schwenkende Fans, die Stars hautnah erleben und die Sieger am Abend bei der atemberaubenden Siegerehrung lassen die Herzen der Fans höher schlagen.

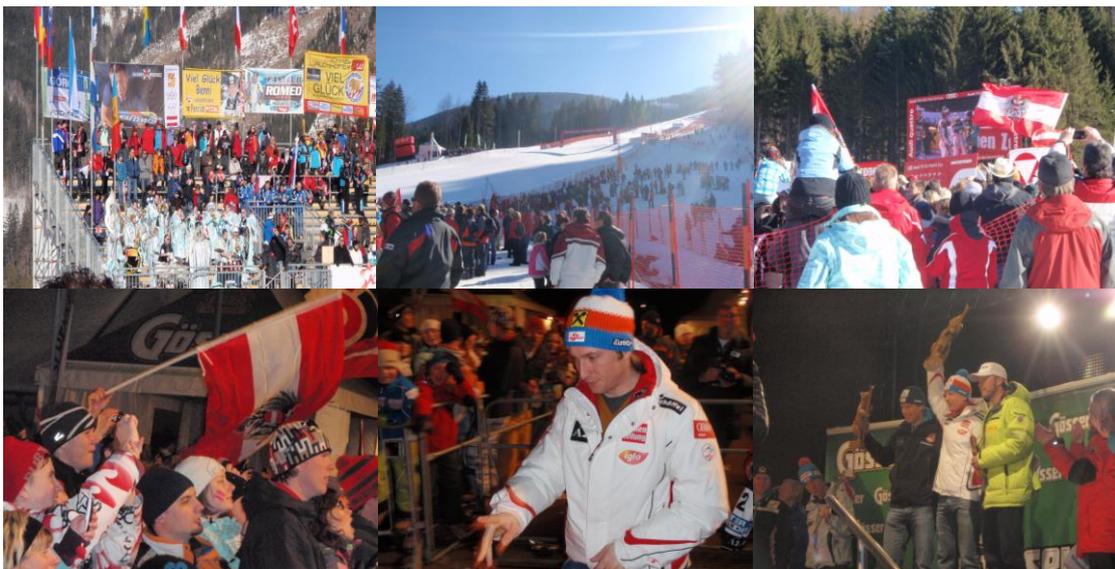


Abbildung 12: Impressionen des Weltcupwochenendes 2011 in Hinterstoder
Quelle: eigene Fotos

Hinterstoder ist der einzige Ort in Oberösterreich, der die Kriterien für die Austragung eines Weltcuprennens erfüllt. Der Streckenverlauf ist dabei ein entscheidendes Kriterium, um Austragungsort eines Weltcuprennens sein zu können. Auch muss ein Beschneigungssystem mit ausreichender Kapazität vorhanden sein, damit gewährleistet werden kann, dass die Pisten weltcup-tauglich präpariert werden können. Um das Brechen der Piste zu verhindern, wurde auch ein neues Verfahren entwickelt. Auf die manuellen Arbeitsleistungen kann auch nicht verzichtet werden. Diese werden von vielen hunderten freiwilligen Helfern und von Angehörigen des Bundesheers verrichtet. Um die Sicherung für die Rennläufer gewährleisten zu können, müssen mehr als 2.500 Meter Sicherheitszäune und Absperrungen aufgebaut werden. Desweiteren muss die technische Infrastruktur für das Fernsehen und die Presse am neuesten Stand sein. Die Abwicklung des Verkehrs und der Parkplatzsituation an den Renntagen müssen

reibungslos funktionieren. Diese geforderten Kriterien führten dann auch dazu, dass der Weltcupross von der Bärenalm auf die Höss umgesiedelt ist (vgl. http://www.hinterstoder.at/detail/dorfundtal/293697-290687/Winter-Dorf-Tal_Weltcup_Schi-Weltcup.html/). Darauf wird im folgenden Kapitel noch näher eingegangen.

7.2. Historie der Weltcuprennen:

Hinterstoder blickt auf eine 25-jährige Tradition des Schiweltcups im Stodertal zurück. Im Zeitraum von 1986 bis 2011 sind acht Weltcupveranstaltungen abgewickelt worden. Insgesamt hat Hinterstoder zwölf Weltcuprennen veranstaltet, viermal wurden je zwei Rennen ausgetragen. Die Premiere ging am 21.12.1986 mit einem Herrenslalom auf der Bärenalm über die Bühne (siehe Tabelle 4) und das war gleichzeitig auch das erste Weltcuprennen auf oberösterreichischem Boden. Jedoch gab es auch davor schon einige FIS- und Europacuprennen und auch österreichische Meisterschaften wurden auf der Höss gefahren. 1986 übersiedelte man dann auf die Bärenalm, weil man auf der Höss aufgrund der Enge des Hanges keine Strecke bauen durfte.

Wie aus Tabelle 4 hervorgeht, wurden bis ins Jahr 2000 die Rennen auf der Bärenalm gefahren. Die Bärenalm liegt ca. 6 km vom Ortskern Hinterstoder taleinwärts und ist ein kleines Schigebiet, das im Jahr 2003 geschlossen wurde. Warum übersiedelte der Weltcupross von der Bärenalm auf die Höss? Zum einen ist die Bärenalm wetterbedingt nicht optimal. Wenn zum Beispiel Föhn auftritt, dann ist dieser im Talschluss meist zwei Tage länger als in Hinterstoder, das am Talausgang liegt. Desweiteren waren in der Region Bärenalm die Beschneiungsanlagen und die Liftanlagen schon ziemlich veraltet. Dort hätte investiert werden müssen und dieses Risiko wollte niemand tragen. Zum anderen wollte man den Weltcup in den Ort hineinbringen. Früher war vielen Menschen nicht einmal bewusst, dass in der Nähe von Hinterstoder ein Weltcuprennen stattfindet. Im Ort war überhaupt kein Weltcupfeeling zu spüren. Auch die Größenordnung heutiger Weltcuprennen mit all den Zusatzangeboten wäre auf der Bärenalm nicht mehr umsetzbar gewesen. Heute gilt als Norm, dass der Zielbereich im Ort selbst liegen muss, um ein Rennen optimal zu vermarkten. Für Hinterstoder gilt zudem, dass sowohl die allgemeine Infrastruktur als

auch insbesondere die Parkplatzverfügbarkeit viel besser ausgebaut ist, als im Bereich der Bärenalm.

Tabelle 4: Historie der Weltcuprennen 1986 bis 2011

Datum	Bewerb	Austragungsort
21.12.1986	Herren Slalom	Bärenalm
08.01.1990	Riesentorlauf Damen	Bärenalm
09.01.1990	Slalom Damen	Bärenalm
14.01.1992	Slalom Damen	Bärenalm
15.01.1992	Riesentorlauf Damen	Bärenalm
11.01.1994	Riesentorlauf Herren	Bärenalm
10.02.1996	Riesentorlauf Herren	Bärenalm
11.03.2000	Riesentorlauf Herren	Bärenalm
20.12.2006	Super G Herren	Hutterer Höss
21.12.2006	Riesentorlauf Herren	Hutterer Höss
05.02.2011	Super G Herren	Hutterer Höss
06.02.2011	Riesentorlauf Herren	Hutterer Höss

Quelle: http://www.hinterstoder.at/detail/dorfundtal/293679-290687/Winter-Dorf-Tal_Weltcup_Sieger-bisher.html/; eigene Darstellung

7.3. Rahmenprogramm:

Ein Weltcuprennen ohne das große Drumherum ist in unserer heutigen Gesellschaft kaum noch denkbar. Heutzutage werden solche Veranstaltungen zu großen Spektakeln, zu Events emporgehoben. Bereits in Kapitel drei wurde die Erlebnisgesellschaft ausführlich erläutert. Die Menschen wollen unterhalten werden, sie wollen etwas erleben und in eine Welt außerhalb ihrer alltäglichen Sorgen eintauchen.

Neben den Entscheidungen auf der Hannes Trinkl Weltcupstrecke wird den Zuschauermassen ein Rahmenprogramm geboten. Damit sollen sie auch abseits der Piste unterhalten werden, beispielsweise mit musikalischen Auftritten, Siegerehrungen und Startnummernvergaben.

In untenstehender Tabelle ist das Rahmenprogramm der Weltcupstage 2011 aufgelistet.

Tabelle 5: Rahmenprogramm an den Weltcupstagen 2011

Freitag, 4. Februar 2011	<p>11:30 Hangbefahrung</p> <p><u>Krone-Bühne/Ortszentrum:</u></p> <p>14:30: Dominik Raab, Radakrobatik powered by Raiffeisenclub</p> <p>ab 15:00 Apres Ski Hits mit Harry Prünster und „Highlights“</p> <p>17:00 Dominik Raab, Radakrobatik powered by Raiffeisenclub</p> <p>17:20 Harry Prünster live & die Millenium Dancers</p> <p>17:30 Marc Pircher</p> <p>18:30 Startnummernvergabe Super G Herren</p> <p>19:30 „Highlights“ – die TopCoverBand anschließend Apres Ski Hits mit DJ Rox</p>
Samstag, 5. Februar 2011	<p><u>Zielgelände:</u></p> <p>09:00-12:00 Unterhaltung im Zielgelände mit den „Stoderkrainern“</p> <p>11:15 Super G Herren</p> <p><u>Ö3-Bühne/Ortszentrum:</u></p> <p>ab 13:30 Apres Ski Party mit „Starmix“</p> <p>17:30-18:00 Boxenstraße – Autogramme der Weltcupstars</p> <p>18:15 Siegerehrung Super G Herren</p> <p>18:30 Startnummernverlosung RTL Herren</p> <p>19:00 Ö3-Welcupparty</p>
Sonntag, 6. Februar 2011	<p>08:30-09:30 Programm im Zielgelände mit dem „Gaudi Express“</p> <p>10:00 Start Herren RTL 1. Lauf</p> <p>10:30-12:30 Programm im Zielgelände mit dem „Gaudi Express“</p> <p>13:00 Start Herren RTL 2. Lauf</p>

Quelle: <http://www.weltcup-hinterstoder.com/zuschauer/rahmenprogramm.html/>;
eigene Darstellung

8. NACHHALTIGKEITSANALYSE DER WELTCUPRENNEN

Dieses Kapitel nimmt Bezug auf die Ergebnisse meiner Nachhaltigkeitsanalyse und widmet sich der Frage, ob Weltcuprennen tatsächlich einen Gewinn für die Gemeinde Hinterstoder bzw. die Region Pyhrn-Priel darstellen oder nicht. Im Zuge dieser Fragestellung wird das Augenmerk auf die Entwicklung der touristischen Infrastruktur, auf die Entwicklung des traditionellen Angebots, auf das Marketing und auf die Veränderung der Raumnutzung und der Raumverfügbarkeit gelegt. Mit Hilfe dieser vier unterschiedlichen Dimensionen soll die zu Beginn meiner Arbeit aufgestellte Annahme entweder bestätigt oder verworfen werden.

8.1. Entwicklung der touristischen Infrastruktur in Hinterstoder:

Die Untersuchungen in Bezug auf die Tourismusintensität und die touristische Infrastruktur im Weltcuport Hinterstoder beziehen sich auf die Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen, die Entwicklung der Beherbergungsbetriebe, die Entwicklung der Bettenanzahl, die Bettenauslastung und die Erweiterung der Pisten und Liftanlagen.

8.1.1. Entwicklung der Ankünfte:

Was den Weltcuport Hinterstoder betrifft, so ist für die Jahre 1984 und 2009 deutlich ersichtlich, dass die Zahl der Ankünfte sowohl in der Sommersaison als auch in der Wintersaison relativ konstant geblieben ist (siehe Abbildung 13). Betrachtet man jedoch den Entwicklungsprozess, dann ist klar zu erkennen, dass die Ankünfte in beiden Saisonen zu Beginn des Beobachtungszeitraumes durch einen unterschiedlichen Verlauf gekennzeichnet sind. Erreichten die Ankünfte in den Sommersaisonen des Zeitraums 1985 bis 1992 noch einen geringfügigen Anstieg, waren die Wintersaisonen durch ein stetiges Auf und Ab der Ankunftsahlen gekennzeichnet. Beide Saisonen erreichten im Tourismusjahr 2003 ihren jeweiligen Höchststand. In der Wintersaison wurden 24.130 Ankünfte erzielt und in der Sommersaison 19.322 Ankünfte. In der darauffolgenden

Saison folgte im Winter ein Verlust von 22,7% und der Sommer erzielte um 43,5% weniger Ankünfte. Der Grund für diesen enormen Rückgang könnte in Verbindung mit der Verringerung des Bettenangebots von 1.322 auf 1.077 Betten gebracht werden. Auch sperrten in diesem Jahr 11 Privatunterkünfte zu. Die folgenden Jahre waren wieder durch einen leichten Anstieg gekennzeichnet. Im Jahr 2007 war allerdings wieder ein massiver Einbruch bei den Ankunftsdaten zu vermelden. In den darauffolgenden Wintersaisons konnten die Ankünfte wieder gesteigert werden.

Vergleicht man die Ankunftsdaten von 1984 und 2009, dann lässt sich für 2009 in beiden Saisons ein Plus erkennen (Sommer ein Plus von 17,2%, Winter ein Plus von 3,7%). Für den gesamten Zeitraum jedoch lässt sich keine stetige Aufwärtsentwicklung der Ankunftsdaten konstatieren. Vielmehr sind beide Saisons, was die Ankünfte betrifft, im Beobachtungszeitraum von einer hohen Volatilität gekennzeichnet.

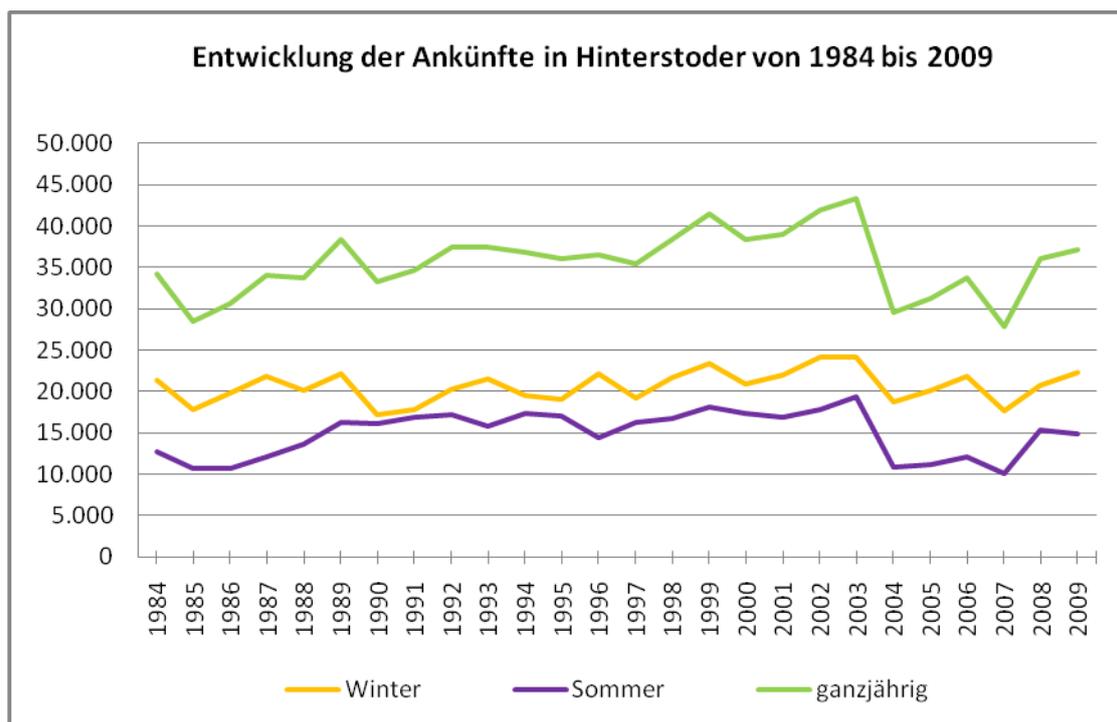


Abbildung 13: Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In Tabelle 6 sind die Ankünfte in Hinterstoder jeweils ein Jahr vor einem Weltcuprennen, im Jahr des Rennens und ein Jahr danach aufgelistet. Die grün eingezeichneten Zahlen kennzeichnen das Jahr der jeweiligen Weltcupveranstaltung.

Es ist sofort ersichtlich, dass die Weltcuprennen nicht in Verbindung mit einer Steigerung der Ankünfte gebracht werden können. Es ist keine signifikante Ankunftssteigerung ein Jahr nach einem Weltcuprennen erkennbar. Die Ankunfts zahlen erlebten unabhängig vom Weltcup ein stetiges Auf und Ab, was auch schon Abbildung 13 deutlich zum Ausdruck gebracht hat.

Tabelle 6: Ankünfte in Hinterstoder in ausgewählten Jahren

Jahr	Wintersaison	Sommersaison	Ganzjährig
1985	17.845	10.679	28.524
1986	19.862	10.728	30.590
1987	21.890 (+10,2%)	12.103 (+12,8%)	33.993 (+11,1%)
1989	22.128	16.223	38.351
1990	17.224	16.092	33.316
1991	17.820 (+3,4%)	16.873 (+4,8%)	34.693 (+4,1%)
1992	20.261	17.264	37.525
1993	21.612 (+6,6%)	15.776 (-8,6%)	37.388 (-0,4%)
1994	19.462	17.401	36.863
1995	19.073 (-2,0%)	16.976 (-2,4%)	36.049 (-2,2%)
1996	22.091	14.462	36.553
1997	19.238 (-12,9%)	16.239 (+12,2%)	35.477 (-2,9%)
1999	23.342	18.066	41.408
2000	20.980	17.346	38.326
2001	22.051(+5,1%)	16.965 (-2,2%)	39.016 (+1,8%)
2005	20.087	11.175	31.262
2006	21.780	12.048	33.828
2007	17.727 (-18,6%)	10.117 (-12,0%)	27.844 (-17,7%)

Grünton = Jahr des Rennens

Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In den Abbildungen 14 und 15 wird ein Blick auf die Entwicklung der Ankünfte sowohl in der Sommer- als auch in der Wintersaison in allen Gemeinden der Urlaubsregion Pyhrn-Priel im Zeitraum von 1984 bis 2009 geworfen. Dabei stellt sich die Frage, ob auch die übrigen Gemeinden einen ähnlichen Verlauf der Ankunfts zahlen wie der Weltcuport Hinterstoder aufweisen.

Allgemein ist festzuhalten, dass nicht alle neun Gemeinden der Region Pyhrn-Priel gleichermaßen vom Tourismus profitieren. Es gibt Orte, die touristisch intensiver sind. Dazu zählen Hinterstoder, Windischgarsten, Spital am Pyhrn und Edlbach. Andere Orte wie Rosenau oder St. Pankraz weisen eine sehr bescheidene touristische Bedeutung auf. Diese Orte verfügen zwar über eine gewisse touristische Infrastruktur, die als

Komplementärangebot für die anderen Orte sehr wichtig ist. Was ihnen jedoch fehlt, sind Betten in entsprechend gehobenen Beherbergungskategorien. Das Ziel dort Betten zu schaffen wird nicht formuliert, weil es als von den Entscheidungsträgern nicht zukunftsfähig, nicht nachhaltig und als unrealistisch eingeschätzt wird. Die Betten müssen nach Angaben der Tourismusexperten in jenen Orten geschaffen werden, wo die Nachfrage hoch und ausbaufähig ist und dies ist primär in den tourismusintensiveren Orten der Fall.

Anhand der Abbildung 14 ist sofort zu erkennen, dass sich Hinterstoder im Sommerhalbjahr mit Spital am Pyhrn an der Spitze der ankunftsstärksten Gemeinden abwechselt.

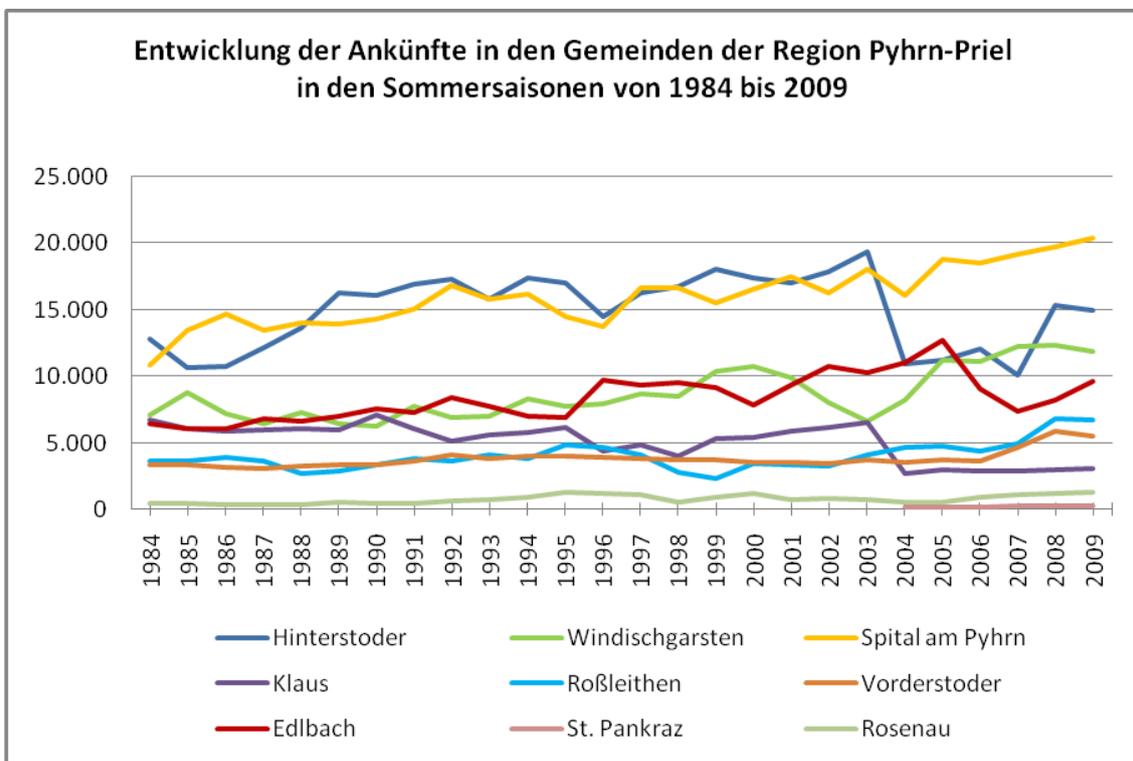


Abbildung 14: Entwicklung der Ankünfte in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Sommersaisonen von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Im Jahre 1984 lag Hinterstoder noch knapp vor Spital am Pyhrn. Die darauffolgenden vier Jahre hatte Spital am Pyhrn die Nase vorn, ehe sich Hinterstoder ab dem Jahre 1989 wieder an die Spitze gesetzt hatte. Im Zeitraum von 1989 bis 2003 wiesen beide etwa die gleichen Zuwachsraten auf. Ab dem Jahr 2003 lässt sich eine deutlich

unterschiedliche Entwicklung erkennen. Der drastische Abfall der Ankünfte in Hinterstoder mit 43,5% war in Spital am Pyhrn nicht so deutlich ausgeprägt (-10,8%). Auch die Gemeinde Klaus wies in diesem besagten Jahr einen starken Verlust auf (-58,5%). Ab dem Jahr 2004 war Spital am Pyhrn jene Gemeinde in der Region, die die meisten Ankünfte verzeichnete. Im Beobachtungszeitraum erlebten die Ankünfte in Spital am Pyhrn einen Anstieg um beachtliche 87,5%. Im Gegensatz dazu konnte Hinterstoder die Ankünfte nur um 17,2% steigern.

Auch die Gemeinden Windischgarsten (+67,4%) und Edlbach (+49,7%) wiesen eine beachtliche Ankunftssteigerung auf. Die Gemeinde Klaus hingegen musste mit 54,7% einen deutlichen Verlust der Ankunftsanzahlen hinnehmen. Die Gemeinden Vorderstoder und Rosenau wiesen im Beobachtungszeitraum einen relativ konstanten Ankunftsverlauf auf. Die Gemeinde St. Pankraz konnte erst ab dem Jahr 2004 ihre ersten Ankünfte registrieren. Diese waren jedoch nicht wirklich ausschlaggebend, da sie sich zwischen 180 und 251 Ankünften in den Sommermonaten abspielten.

Nach näherer Betrachtung der Ankunftsentwicklung in den Sommermonaten werden im Folgenden die Wintermonate genauer unter die Lupe genommen.

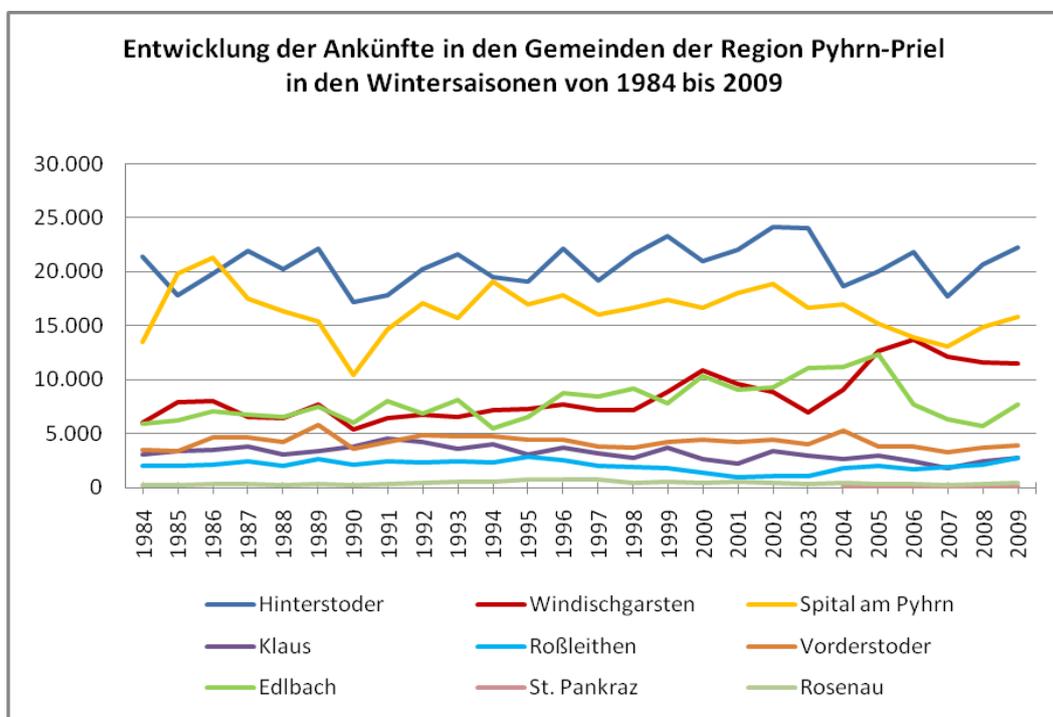


Abbildung 15: Entwicklung der Ankünfte in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Wintersaisons von 1984 bis 2009

Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Bis auf die Jahre 1985 und 1986 ist Hinterstoder im Winterhalbjahr die ankunftsstärkste Gemeinde der Region (siehe Abbildung 15). In diesen beiden Jahren verzeichnete Spital am Pyhrn mit dem Schigebiet Wurzeralm mehr Ankünfte als Hinterstoder.

Deutlich erkennbar ist wieder der enorme Verlust in Hinterstoder im Jahre 2003. Um 22,4% weniger Ankünfte bedeuteten gleichzeitig auch den stärksten Verlust im gesamten Beobachtungszeitraum. Neben der Gemeinde Klaus, die mit 12,9% im Jahr 2003 ebenfalls einen Rückgang zu verzeichnen hatte, wiesen die Ankünfte in allen anderen Gemeinden eine leicht positive Tendenz auf. Besonders die Gemeinde Windischgarsten setzte diesen positiven Trend bis ins Jahr 2006 fort und konnte die Ankunfts zahlen in diesem Zeitraum um 98,4% steigern. In den Jahren danach ist eine leicht fallende Tendenz feststellbar. Die Ankunfts zahlen in der Gemeinde Edlbach von 1984 bis 2005 nahmen eine durchwegs positive Entwicklung. Sie erfuhren eine Steigerung von 107,0%. Jedoch kam es ab dem Jahr 2005 zu einem Verlust von 37,6%. Die Gemeinden Vorderstoder und Rosenau sind - wie auch schon in den Sommermonaten feststellbar war - durch einen relativ konstanten Verlauf der Ankünfte gekennzeichnet. Die Gemeinde Klaus hingegen schneidet in den Sommermonaten deutlich besser ab als in den Wintermonaten. Dies ist dadurch erklärbar, dass Klaus aufgrund des dort befindlichen Stausees mit vielen sommerlichen Freizeitmöglichkeiten wie Fischen oder Boot fahren bekannt ist.

Aus Abbildung 16 lässt sich nochmals die enorm positive Entwicklung der Ankünfte in den Winterhalbjahren in Oberösterreich ablesen. Dazu sind auch die Entwicklungen von Hinterstoder und der gesamten Region zu sehen.

Bis auf den Verlust im Jahr 1988/89 (-21,1%) zeigte das Bundesland Oberösterreich in den weiteren Jahren eine stets steigende Entwicklungstendenz. Dieser Entwicklung konnte sowohl die Region Pyhrn-Priel als auch die Untersuchungsgemeinde Hinterstoder nicht folgen. Wie bereits erwähnt, sind im Beobachtungszeitraum die Ankünfte in Hinterstoder hohen Schwankungen ausgesetzt. Die gesamte Region nahm eine etwas bessere Entwicklung bezüglich der Ankunfts zahlen als Hinterstoder.

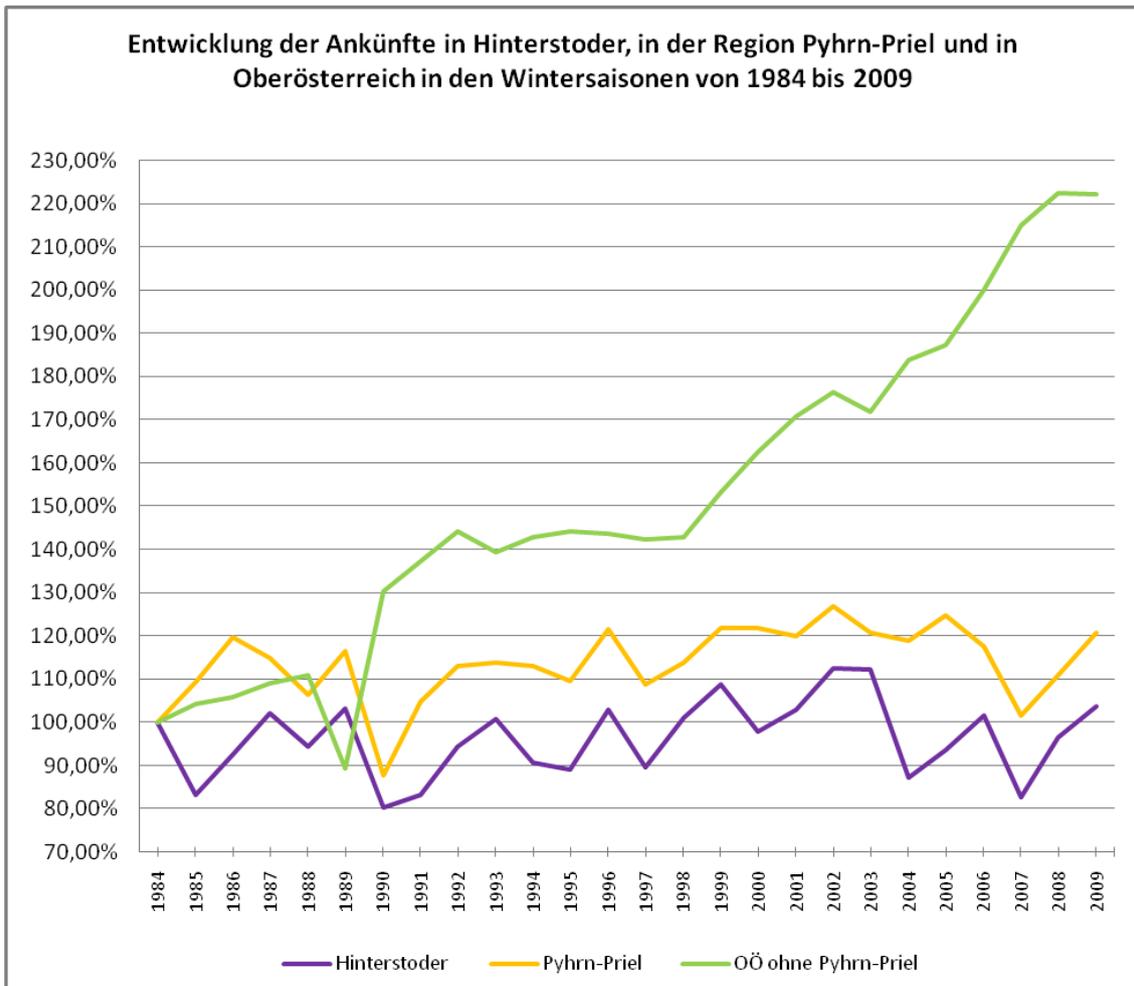


Abbildung 16: Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Wintersaisons von 1984 bis 2009
 Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In Abbildung 17 sind die Entwicklungen der Ankünfte in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich für die Sommersaisons von 1984 bis 2010 zu sehen. Die Entwicklung der Ankünfte in den Sommermonaten zeigt im Gegensatz zu den Wintermonaten einen deutlich unterschiedlichen Verlauf. Sofort lässt sich erkennen, dass besonders die Gemeinde Hinterstoder im Vergleich zum Bundesland Oberösterreich und der Region Pyhrn-Priel in den Sommerhalbjahren eine viel bessere Entwicklung nahm als in den Winterhalbjahren. Der enorme Verlust 2003/04 ist auch wieder deutlich erkennbar. Die Jahre davor jedoch legte Hinterstoder im Vergleich zu den anderen eine durchwegs positive Entwicklung zurück mit Ausnahme der Zeitspanne von 1984 bis 1987.

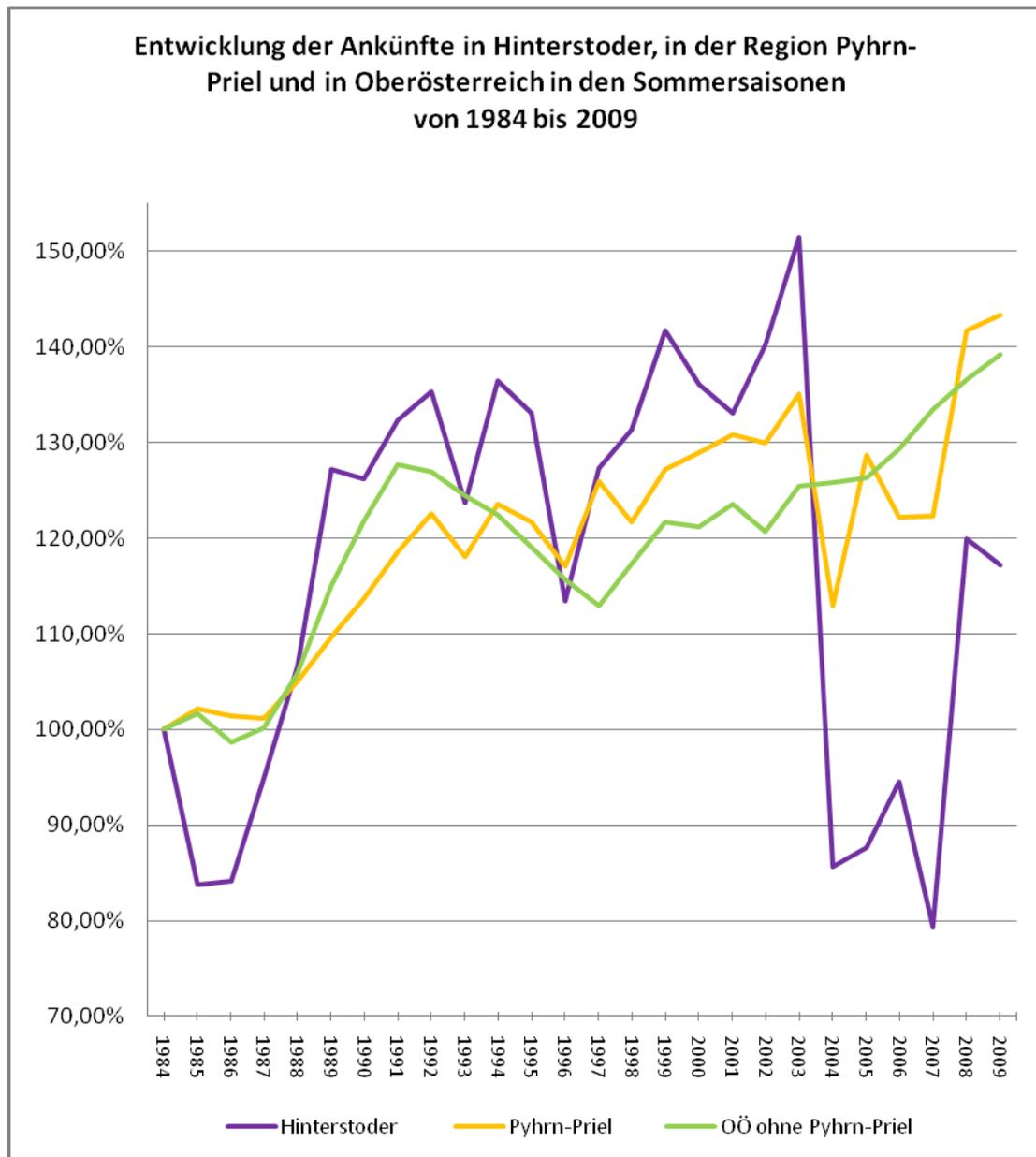


Abbildung 17: Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Sommersaisons von 1984 bis 2009
 Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Zum Abschluss dieses Kapitels werden noch kurz die Inländer- und Ausländerankünfte getrennt betrachtet, um Aufschluss darüber zu bekommen, welche Gruppe für den Verlust der Ankunfts zahlen verantwortlich gemacht werden kann. In Abbildung 18 ist die Entwicklung der Inländer- und Ausländerankünfte in den Winterhalbjahren im Zeitraum von 1984 bis 2009 dargestellt.

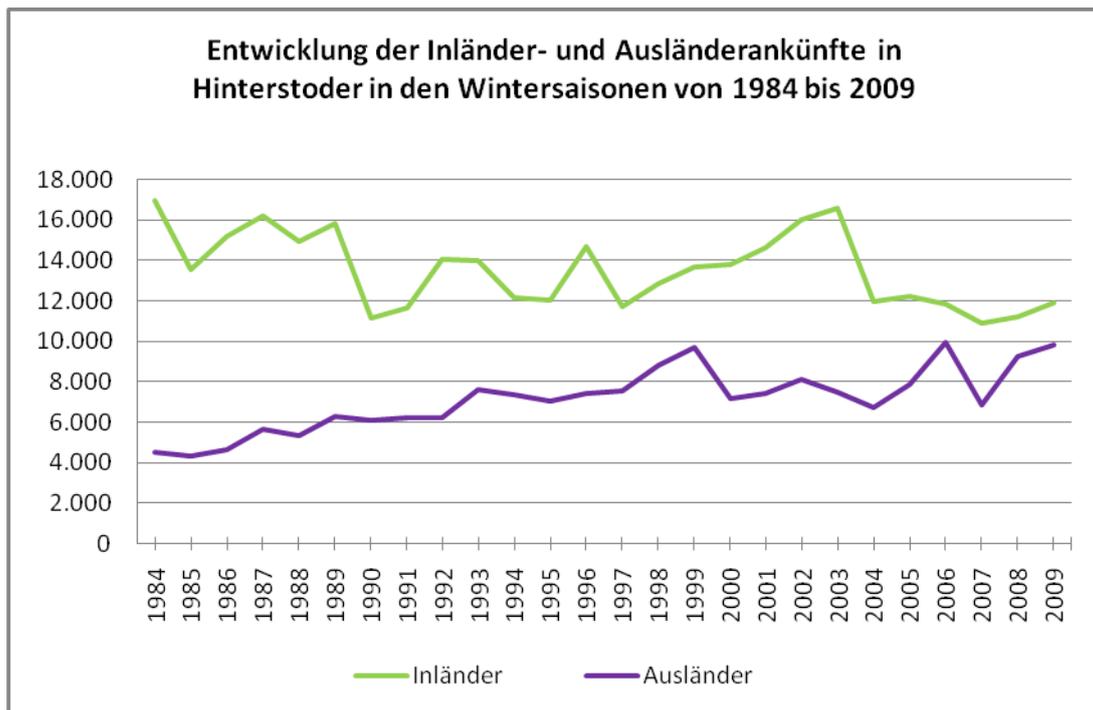


Abbildung 18: Entwicklung der Inländer- und Ausländerankünfte in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009
 Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Sofort lässt sich erkennen, dass sich die Inländer- und Ausländerankünfte ziemlich unterschiedlich entwickelt haben. Die Schere zwischen Inländern und Ausländern rückte immer weiter zusammen. Besuchten im Jahre 1984 noch um 12.401 mehr Inländer als Ausländer die Gemeinde Hinterstoder, zählte das Plus von inländischen Gästen im Jahr 2009 nur mehr 2.036. Bereits bis zum Jahre 1990 sind die Ankünfte der Inländer um 34,3% gesunken, hingegen sind die ausländischen Ankünfte um 35,1% gestiegen. Im Jahre 2006 zählte die Gemeinde die meisten ausländischen Ankünfte (9.920). Im bereits öfters erwähnten Rückgangsjahr 2003/04 sind die inländischen Ankünfte um 27,8% gesunken und die ausländischen Ankünfte um 10,4%.

Somit kann festgehalten werden, dass sich die Ankünfte von inländischen und ausländischen Gästen in den Wintermonaten in den Vergleichsjahren 1984 und 2009 erheblich verändert haben. Die Inländerankünfte verzeichneten einen Verlust von 29,8% und die Ausländerankünfte haben sich mehr als verdoppelt (+117,8%).

In den folgenden Kreisdiagrammen (Abbildungen 19, 20, 21) sind die Herkunftsnationen der ausländischen Gäste in den Winterhalbjahren 1989, 1999 und 2009 dargestellt.

In den Wintersaisons 1989 und 1999 waren die Deutschen noch absoluter Spitzenreiter bei den ausländischen Ankünften und erzielten mehr als die Hälfte aller Auslandsankünfte. Im Zeitraum von 1999 und 2009 verloren sie jedoch deutlich an Boden und wurden von den Gästen aus Tschechien überholt. Diese Gästegruppe legte einen gewaltigen Sprung nach oben hin. Wurden im Winterhalbjahr 1994 erst 672 tschechische Gäste registriert, waren es 1999 immerhin schon 1.519 und schlussendlich kamen im Winterhalbjahr 2009 4.652 Gäste aus Tschechien nach Hinterstoder.

Auch gut erkennbar ist, dass die Gäste aus den Niederlanden im Beobachtungszeitraum von 1989 bis 2009 Einbußen zu verzeichnen hatten. Auch Großbritannien war 1989 mit einem Anteil von 8% (entspricht 431 Ankünften) noch drittstärkste ausländische Ankunfts-nation. Zehn Jahre später besuchten nur mehr 17 englische Gäste Hinterstoder. Weitere zehn Jahre später waren es 197, was einem Anteil von 3% an allen ausländischen Ankünften entspricht.

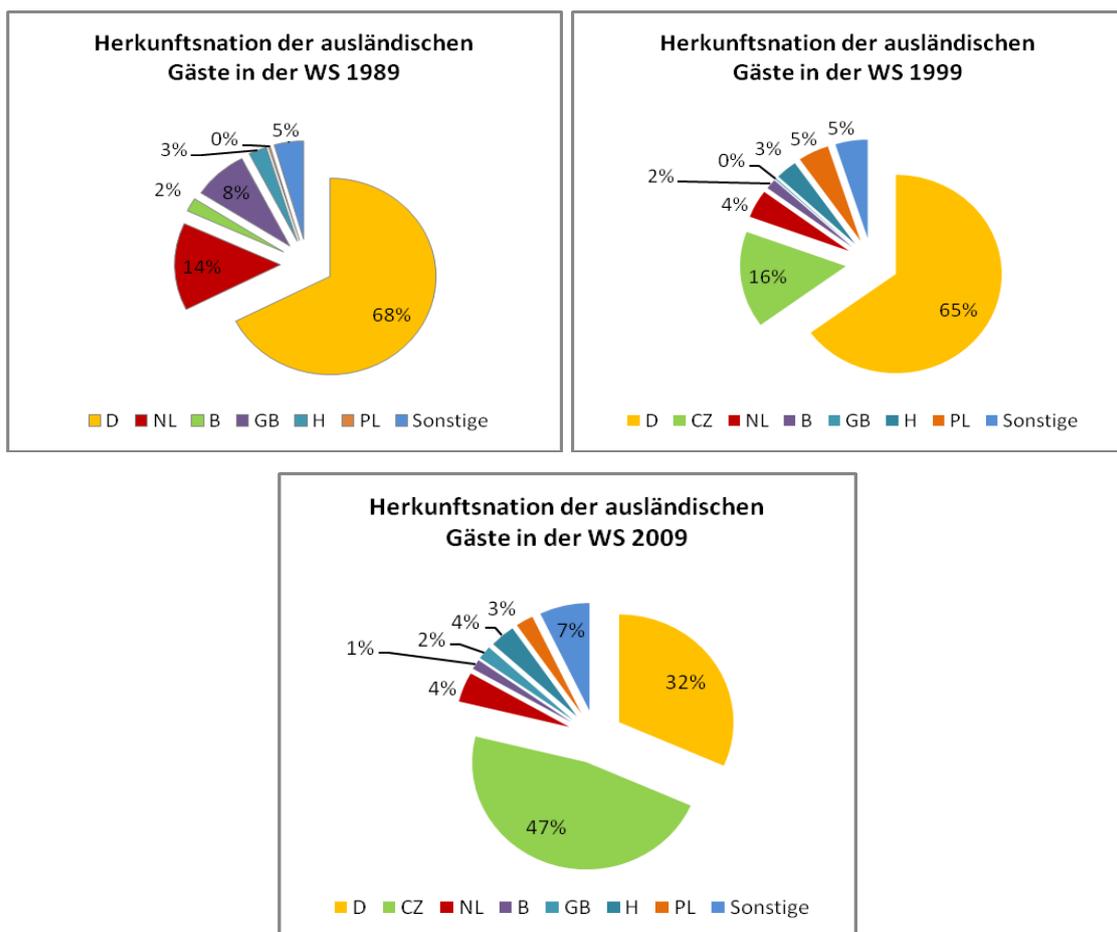


Abbildung 19, 20 und 21: Herkunfts-nation der ausländischen Gäste in der WS 1989, in der WS 1999 und in der WS 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

8.1.2. Entwicklung der Nächtigungen:

Die Zahl der Übernachtungen in Hinterstoder im Beobachtungszeitraum weist eine rückläufige Tendenz auf (siehe Abbildung 22). Hatte Hinterstoder im Jahr 1984 noch 188.518 nächtigende Gäste, waren es im Jahr 2009 um 27,6% weniger.

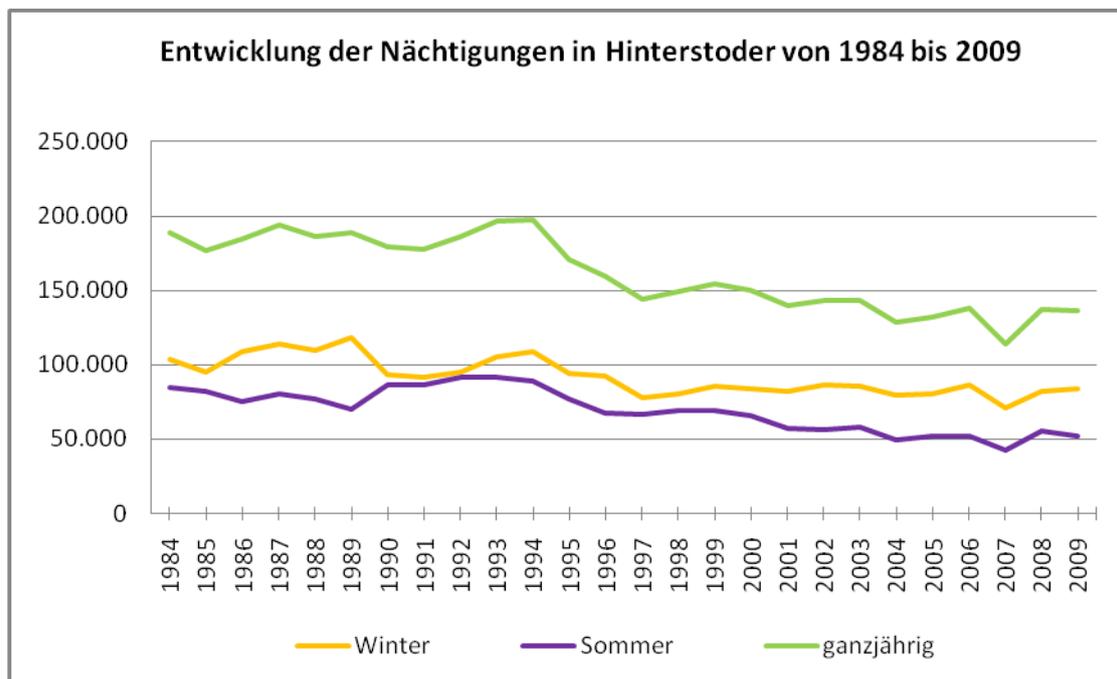


Abbildung 22: Entwicklung der Nächtigungen in Hinterstoder von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Wirft man einen getrennten Blick auf die Entwicklung der Sommer- und Winternächtigungen, lässt sich insbesondere in den Jahren 1986 bis 1990 ein Unterschied erkennen. Im Jahre 1986 sind die Nächtigungen in der Wintersaison gegenüber dem Jahr davor um 14,9% gestiegen, die Sommernächtigungen hingegen wiesen einen Verlust von 8,2% auf. Auf diesem Niveau entwickelten sich die beiden darauffolgenden Jahre beide Saisonhälften etwa gleichermaßen weiter. Ab dem Jahre 1988 bis 1990 ist wieder eine unterschiedliche Entwicklung der Nächtigungszahlen feststellbar. Die Nächtigungen im Winter zeigten von 1988 bis 1989 wieder einen geringen Trend nach oben und die Sommernächtigungen entwickelten sich im selben Zeitraum etwas rückläufig. Dieses Bild drehte sich im darauffolgenden Jahr komplett um. Die Sommernächtigungen sind durch einen Zuwachs von 22,8% und die Winternächtigungen durch einen Verlust von 21,1% gekennzeichnet. Die

daraufliegenden Sommer- und Wintersaisons wiesen eine relativ gleiche Entwicklung auf. Im Beobachtungszeitraum hatten beide Saisonhälften eine negative Entwicklung der Nächtigungen vorzuweisen, jedoch fiel der Verlust in der Winterhälfte geringer aus (-18,7%) als in der Sommerhälfte (-38,6%).

Anhand untenstehender Abbildung ist deutlich ersichtlich, dass die Untersuchungsgemeinde Hinterstoder von 1984 bis 1995 die nächtigungsstärkste Gemeinde der Region war. Ab dem Jahr 1995 überholte Spital am Pyhrn Hinterstoder und blieb bis ins Jahr 2009 an der Spitze. Spital am Pyhrn war auch jene Gemeinde, die im Beobachtungszeitraum das größte Nächtigungsplus (+34,6%) zu verzeichnen hatte. Auch die Gemeinde Edlbach steigerte seine Nächtigungszahlen um 11,1%. Die anderen Gemeinden wiesen alle einen Verlust auf, wobei Hinterstoder mit 38,6% die größten Nächtigungseinbußen hinnehmen musste.

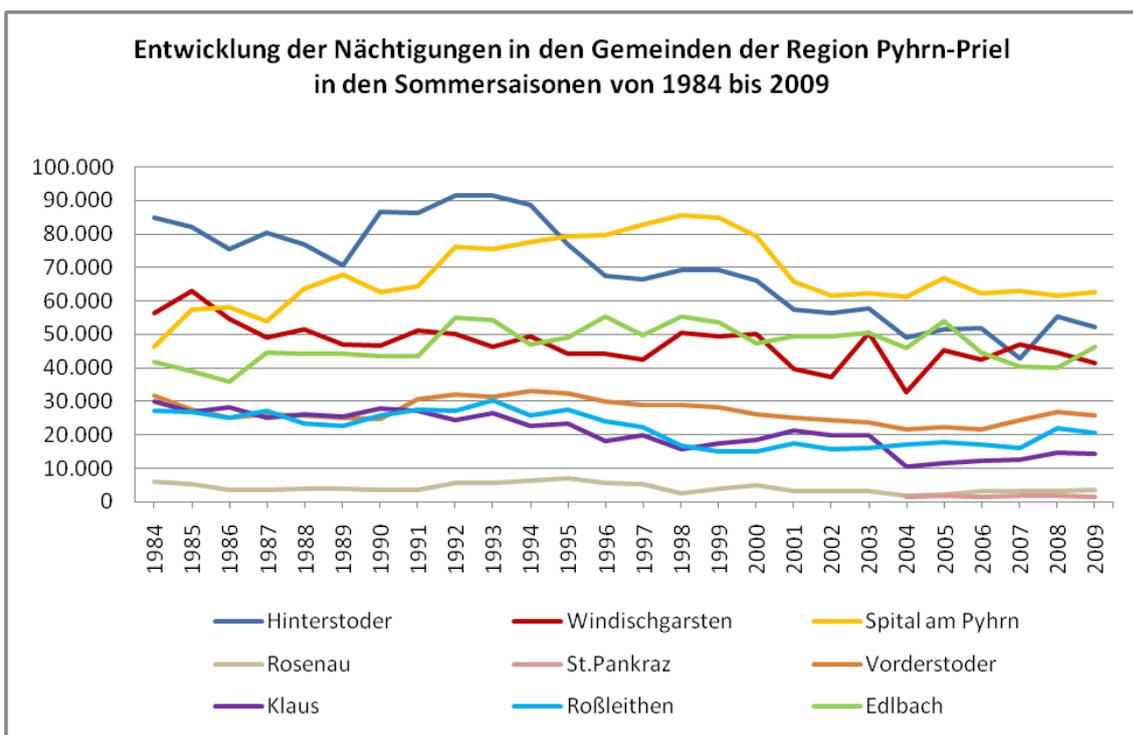


Abbildung 23: Entwicklung der Nächtigungen in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Sommersaisons von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Nachdem die Nächtigungsentwicklung in den Sommermonaten dargestellt wurde, werden im Folgenden die Wintermonate etwas genauer betrachtet.

Bis auf das Jahr 1998 war Hinterstoder im Winterhalbjahr des Beobachtungszeitraumes die nächtigungsintensivste Gemeinde der Region. In diesem besagten Jahr verzeichnete Spital am Pyhrn um 3.247 mehr Nächtigungen als Hinterstoder. Ab dem Jahr 1998 entwickelten sich die Nächtigungszahlen in Hinterstoder relativ konstant weiter mit der Ausnahme 2006/07 (-18,0%). Hingegen verlor die Gemeinde Spital am Pyhrn seit dem Jahr 1998 drastisch an Nächtigungszahlen (-38,9%). Die Gemeinden Edlbach und Windischgarsten wechselten sich im Beobachtungszeitraum als dritt- und viertnächtigungsintensivsten Gemeinden ab. Die übrigen Gemeinden zeichneten sich durch einen relativ konstanten Verlauf ihrer Nächtigungszahlen aus.

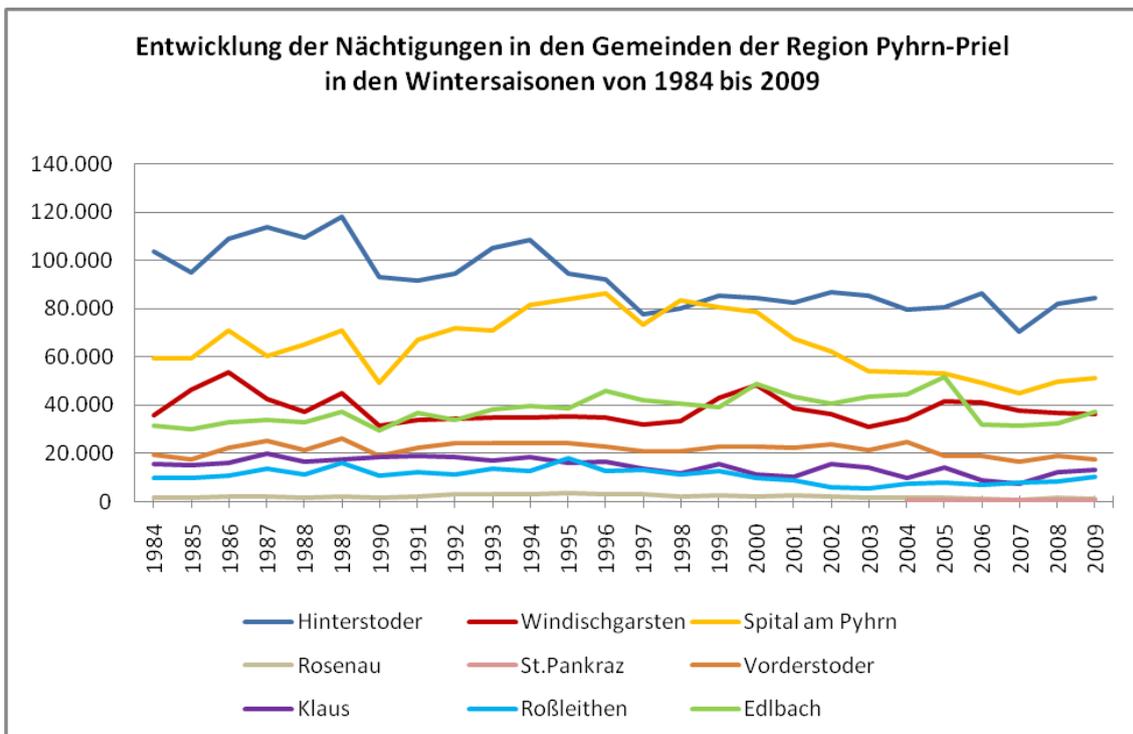


Abbildung 24: Entwicklung der Nächtigungen in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Wintersaisons von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In Bezug auf die Vergleichsräume Oberösterreich und die Region Pyhrn-Priel lässt Abbildung 25 deutlich erkennen, dass in Hinterstoder die Nächtigungsentwicklung in den Wintersaisons im Zeitraum von 1984 bis 2009 den schlechtesten Verlauf aufwies. Alle drei Vergleichsgruppen beginnen im Jahre 1984 mit der gleichen Ausgangsbasis.

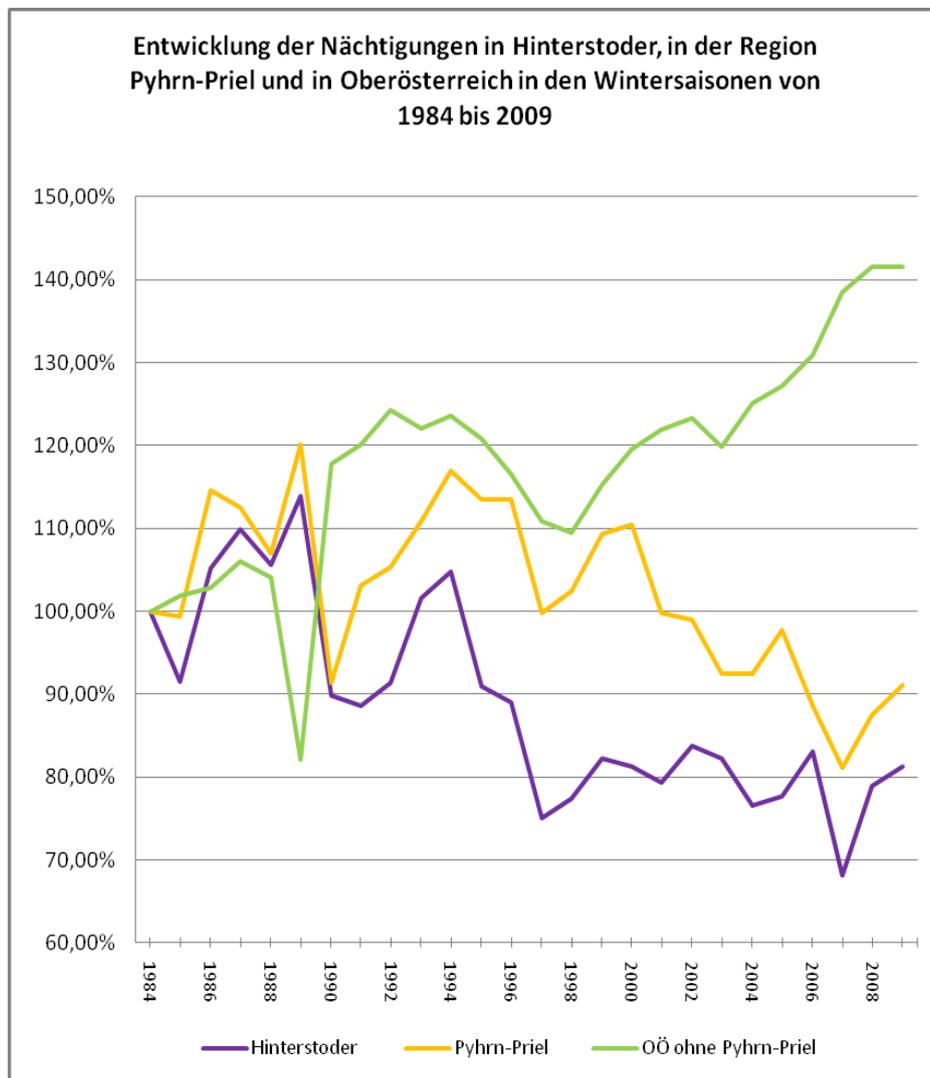


Abbildung 25: Entwicklung der Nächtigungen in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Wintersaisons von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Besonders das Bundesland Oberösterreich zeigte mit Ausnahme der Jahre 1988 bis 1989 und der Periode von 1994 bis 1998 einen äußerst positiven Verlauf, welcher im Kapitel sechs schon kurz angesprochen worden ist. Insbesondere ab dem Jahr 2003 konnte Oberösterreich eine enorm steigende Nächtigungsentwicklung in den Winterhalbjahren (+18,2%) nachgesagt werden. Von so einer positiv verlaufenden Entwicklung konnte in der Gemeinde Hinterstoder und auch in der gesamten Region

Region nicht die Rede sein. Wie bereits erwähnt zeigten die Nächtigungszahlen in Hinterstoder eine rückläufige Tendenz.

Wie bereits bei den Ankünften werden auch zum Schluss dieses Kapitels die Nächtigungen getrennt nach Inländern und Ausländern betrachtet.

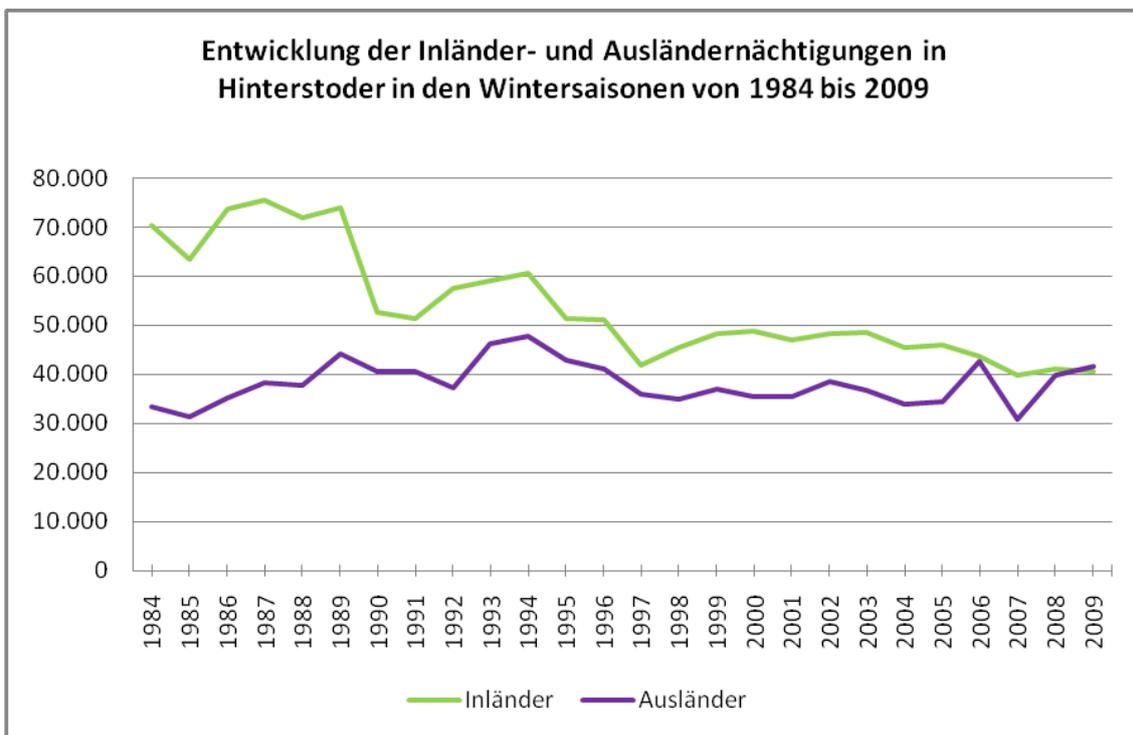


Abbildung 26: Entwicklung der Inländer -und Ausländernächtigungen in Hinterstoder in den Wintersaisons von 1984 bis 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Eine Differenzierung in Inländer- und Ausländernächtigungen lässt in Abbildung 26 deutlich erkennen, dass im Jahre 1984 die Übernachtungen von inländischen Gästen noch ein deutliches Übergewicht aufwiesen. In diesem Jahr zählte Hinterstoder noch um 37.111 mehr inländische als ausländische Übernachtungsgäste. Im Laufe der Jahre änderte sich dieses Bild jedoch gewaltig. Von 1984 bis 1990 verzeichneten die Inländernächtigungen einen Verlust von 25,2%. Im Gegensatz dazu erzielten die Nächtigungen von ausländischen Gästen einen Anstieg von 21,7%. In den darauffolgenden Jahren nimmt die Entwicklung der Inländer- und Ausländernächtigungen einen relativ ähnlichen Verlauf. Im Jahre 2006 gelang es den ausländischen Gästen beinahe die Inländer zu überholen. Im Jahr darauf fielen sie jedoch stark ab. Der Verlust von 27,3% bedeutete gleichzeitig auch den stärksten

Verlust im Beobachtungszeitraum. Danach ging die Tendenz wieder bergauf und im Jahr 2009 zählte Hinterstoder mehr Ausländer- als Inländernächtingungen.

Somit kann festgehalten werden, dass sich sowohl die Inländer- als auch die Ausländernächtingungen zwischen den Vergleichsjahren 1984 und 2009 deutlich verändert haben. Bei den Inländern war ein Verlust von 42,2% zu vermelden und bei den Ausländern ein Anstieg von 25,0%.

Im Folgenden werden die ausländischen Nächtingungen getrennt nach der Herkunftsnation betrachtet, um daraus erschließen zu können, welche ausländische Gästegruppe für den Nächtingungszuwachs verantwortlich ist.

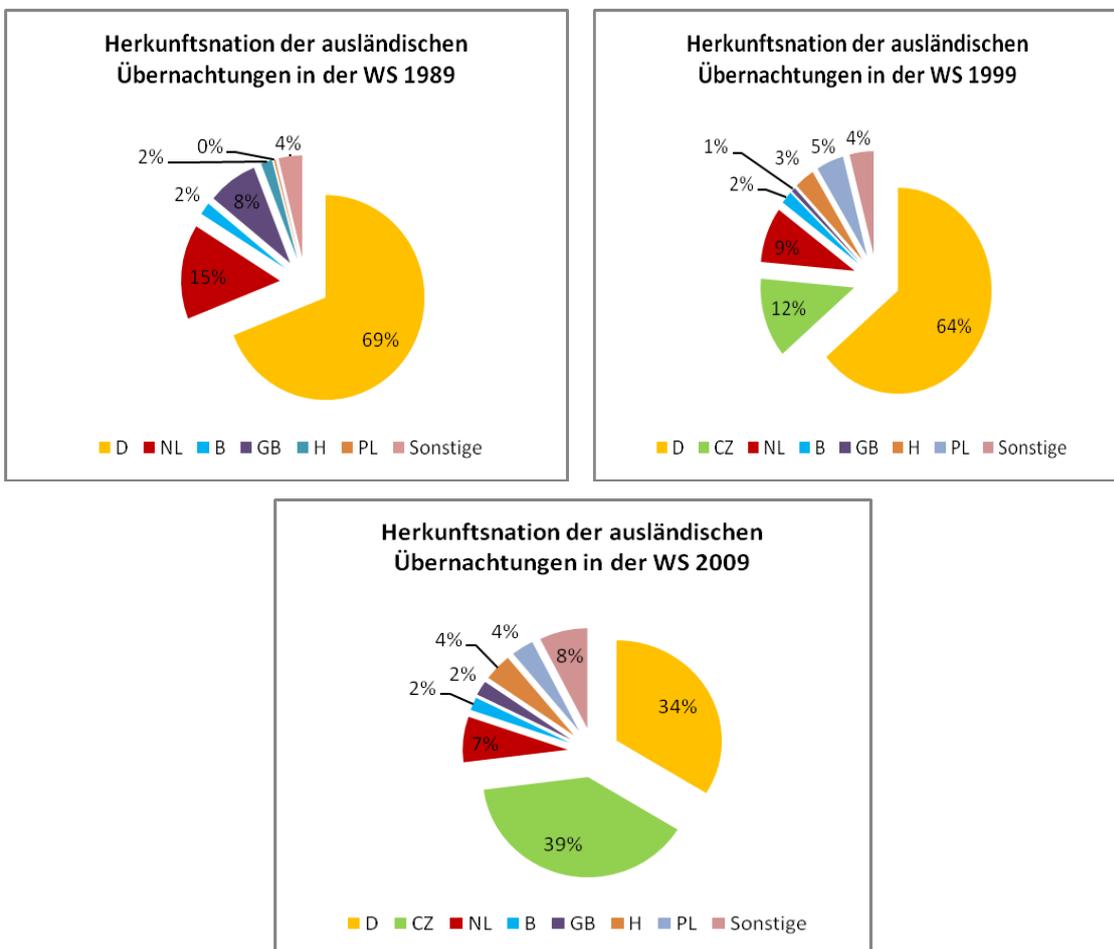


Abbildung 27, 28 und 29: Herkunftsnation der ausländischen Übernachtungen in der WS 1989, in der WS 1999 und in der WS 2009
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Aus den Kreisdiagrammen lässt sich sofort erkennen, dass in den ersten Vergleichsjahren 1989 und 1999 der Anteil der deutschen Nächtigungen mit 69% bzw. 64% an den ausländischen Gesamtnächtigungen die überwiegende Mehrheit darstellte. Genau dasselbe Bild ergab sich bereits bei den ausländischen Ankünften (siehe Seite 70). In der darauffolgenden Dekade büßten jedoch die Deutschen enorm ein und wurden von den übernachtenden Gästen aus Tschechien überholt, die im Winterhalbjahr 2009 mit 39% (entspricht 16.299 Nächtigungen) den Spitzenreiter der ausländischen Übernachtungen darstellten. Ebenso wie bei den Ankünften entwickelten sich auch die Nächtigungszahlen der niederländischen Gäste rückläufig.

Somit kann – wie es auch schon bei den Ankünften der Fall war – festgehalten werden, dass der Weltcup für die Gemeinde Hinterstoder keinen signifikanten Nächtigungsanstieg auslösen konnte. Der Weltcup ist somit kein direkter Impulsgeber und Antriebsmotor für steigende Nächtigungszahlen.

8.1.3. Entwicklung der Beherbergungsbetriebe:

Nachdem in den beiden vorangegangenen Kapiteln die Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen ausführlich dargeboten wurde, beschäftigt sich dieses Kapitel nun mit der Entwicklung der Beherbergungsbetriebe in der Gemeinde Hinterstoder.

Vergleicht man die Jahre 1984 und 2010 so lässt sich in Abbildung 30 erkennen, dass im Beobachtungszeitraum die Beherbergungsbetriebe einen Rückgang zu verzeichnen hatten. Hatte Hinterstoder im Jahr 1984 noch 128 Betriebe, waren es im Jahr 2010 nur mehr 91 Unterkünfte. Der Höchststand mit 134 Betrieben wurde im Jahr 1986 erreicht. Der Tiefpunkt mit 77 Unterkünften fiel in das Jahr 2004, wo die Nächtigungen und die Ankünfte auch einen drastischen Rückgang aufwiesen. Es ergibt sich ein ähnliches Bild wie bereits bei den Ankünften und Nächtigungen festgestellt worden ist. Auch die Beherbergungsbetriebe sind im Beobachtungszeitraum durch eine hohe Schwankungsbreite gekennzeichnet.

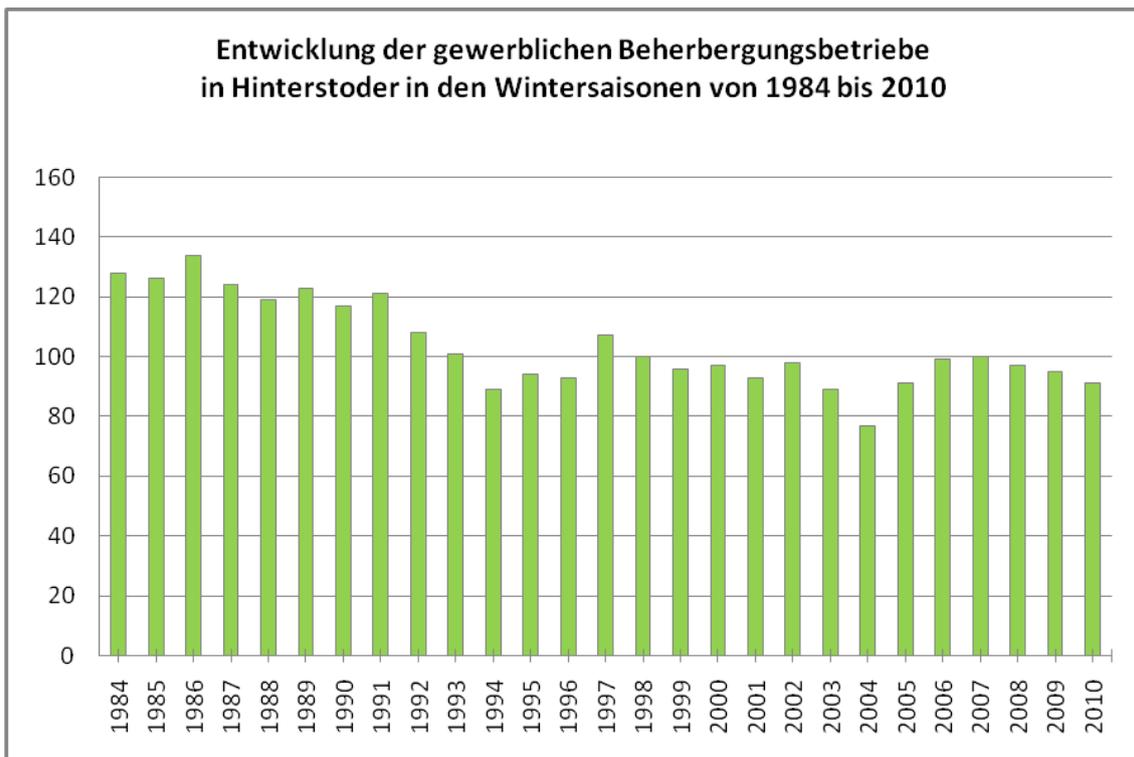


Abbildung 30: Entwicklung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Hinterstoder in den Wintersaisons von 1984 bis 2010
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In Tabelle 7 ist die Veränderung der Beherbergungsbetriebe im Zeitraum von 1993 bis 2010 dargestellt, um besser erkennen zu können, wie sich die einzelnen Unterkunftsarten entwickelt haben.

Zu Beginn folgt kurz eine Erläuterung der verschiedenen Unterkunftsarten. Zu den gewerblichen Beherbergungsbetrieben zählen die 5/4-Stern, 3-Stern und 2/1-Stern Betriebe und die gewerblichen Ferienwohnungen bzw. -häuser. Privatquartiere nicht auf Bauernhof, Privatquartiere auf Bauernhof, Ferienwohnungen bzw. -häuser (privat) nicht auf Bauernhof und Ferienwohnungen bzw. -häuser (privat) auf Bauernhof gehören zur Kategorie „Privatunterkünfte“. Zu den sonstigen Unterkünften gesellen sich Kurheime (private und öffentliche), Kinder- und Jugendherbergen, Jugendherbergen bzw. -gästehäuser und bewirtschaftete Schutzhütten.

Tabelle 7: Veränderung der Beherbergungsbetriebe in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1993 bis 2010

Jahr	5/4 Stern	3 Stern	2/1 Stern	Ferienwhg./ -haus gew.	Privat- unterkünfte	Sonstige	gesamt
1993	1	7	19	0	70	4	101
1994	1	8	17	0	58	5	89
1995	1	10	15	0	63	5	94
1996	1	10	13	0	64	5	93
1997	1	8	16	0	77	5	107
1998	1	8	12	3	71	5	100
1999	1	7	13	2	67	6	96
2000	1	8	13	2	68	5	97
2001	1	9	12	2	65	4	93
2002	2	10	9	10	57	10	98
2003	2	9	12	8	50	8	89
2004	2	11	14	6	39	5	77
2005	2	12	16	7	49	5	91
2006	2	13	14	8	54	8	99
2007	2	10	13	12	56	7	100
2008	3	9	14	10	54	7	97
2009	3	9	11	11	55	6	95
2010	3	9	12	11	50	6	91

Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

In Hinterstoder gibt es kein Hotel, das der 5-Stern Kategorie zuzurechnen wäre. Die 4-Stern Hotels haben sich im Beobachtungszeitraum verdreifacht, im Jahr 2010 verfügte Hinterstoder über drei 4-Stern Hotels. Mit einem Rückgang von 36,8% verzeichneten die 2/1-Stern Betriebe den größten Verlust beim Vergleich der Jahre 1993 und 2010. Auch die Privatunterkünfte haben sich von 70 auf 50 verringert. Die ersten Ferienwohnungen bzw. Ferienhäuser wurden im Jahre 1998 gebaut. Diese haben sich in den weiteren Jahren kontinuierlich vermehrt und im Jahre 2010 verfügte Hinterstoder über 11 Betriebe dieser Unterkunfts-kategorie.

In Hinterstoder fehlt es an qualitativ hochwertigen Betten, um den immer größer werdenden Weltcupross unterbringen zu können. In Anbetracht der Weltcuprennen ist es somit unbedingt erforderlich, das Segment in der 4-Stern Kategorie weiter

auszubauen. Jedoch ein Hotel zu bauen, dass nur am Weltcupwochenende voll ausgelastet ist, macht überhaupt keinen Sinn. Der Weltcup alleine kann nicht als Entscheidungsgrundlage für einen Bau reichen. Jedoch kann das Umfeld durch den Weltcup genutzt werden, um die Projekte schneller vorantreiben zu können. Am Weltcupwochenende 2011 wurden gemeinsam mit dem Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer und dem Wirtschafts-Landesrat Viktor Sigl potentielle Investoren eingeladen, welche eineinhalb Tage betreut wurden. Investorengespräche wurden initiiert, die dem gegenseitigen Meinungs-austausch dienten. Im Zuge dieser Gespräche ist es gelungen, ein neues Hotelprojekt für Hinterstoder an Land zu ziehen. Die Firma Jägerbau aus Vorarlberg verkündete, dass sie im Juni dieses Jahres auf den Hutterer Böden mit ihrem Hotelprojekt „AlpinLodges Hinterstoder“ beginnen werden.



Abbildung 31: AlpinLodges Hinterstoder

Quelle: Broschüre AlpinLodges Hinterstoder - Ferienappartements der Luxusklasse

Jedoch wahrte die Vorfremde über dieses Projekt bei den Tourismusverantwortlichen der Gemeinde nur kurze Zeit. Bereits Anfang Mai wurden aufgrund der zu geringen Nachfrage die Pläne für das Feriendomizil durch die Baufirma gestoppt. Das heißt jedoch nicht, dass dieses Projekt für immer ad acta gelegt wird. Laut Aussagen von Jägerbau kann es durchaus sein, dass das Domizil in ein paar Jahren doch noch Realität

wird. Die Verantwortlichen der Gemeinde werden weiterhin für die Realisierung dieses Projektes kämpfen (vgl. OÖ Nachrichten, 4. Mai 2011, S. 33).

Die Nicht-Umsetzung des Feriendomizils bedeutet für den Weltcuport Hinterstoder und die gesamte Region einen großen Rückschlag. Der Impuls des Weltcupwochenendes konnte nicht nachhaltig genutzt werden. Vor allem Interessenten aus dem Ausland blieben aus und konnten vom Standort nicht überzeugt werden (vgl. OÖ Nachrichten, 4. Mai 2011, S. 33).

8.1.4. Entwicklung der Bettenanzahl:

Sowohl in der Wintersaison als auch in der Sommersaison war im Beobachtungszeitraum die Bettenanzahl rückläufig (siehe Abbildung 32). Im Winter nahm die Bettenanzahl von 2001 Betten auf 1.399 Betten ab und im Sommer von 2.058 Betten auf 1.225 Betten. Im Jahr 1989 standen in beiden Saisonen die meisten Betten zur Verfügung, nämlich 2.107 Betten. Im Gegensatz dazu war das geringste Bettenangebot im Jahr 2004 zu verzeichnen. Im Winter waren es damals 1.077 Betten und im Sommer 1.090 Betten. Danach entwickelte sich besonders in der Wintersaison die Bettenanzahl wieder nach oben.

Der drastische Rückgang der Bettenanzahl kann laut dem Tourismusdirektor der Urlaubsregion Pyhrn-Priel, Herrn Dietmar Habe, mit der speziellen Situation in den 70er Jahren erklärt werden. Aufgrund der Tatsache, dass das Einkommen in der Region damals nicht hoch war, hat jeder, der ein Haus gebaut hat, auch Privatzimmer vorgesehen, um ein Zusatzeinkommen zu erwirtschaften. Es wurde dann dreißig Jahre nichts investiert, wobei aber die Ansprüche der Gäste kontinuierlich stiegen. Dadurch litt die Nachfrage. Weiters haben sich auch die Platzansprüche innerhalb der Familien massiv verändert und die Wohnflächen wurden häufig für Mitglieder der eigenen Familie gebraucht. Heutzutage wollen viele Angehörige der nachrückenden Generation den Betrieb ihrer Eltern nicht mehr weiterführen. Aufgrund ihrer wirtschaftlichen Unabhängigkeit können sie auf den Zuerwerb aus der Privatzimmervermietung verzichten.

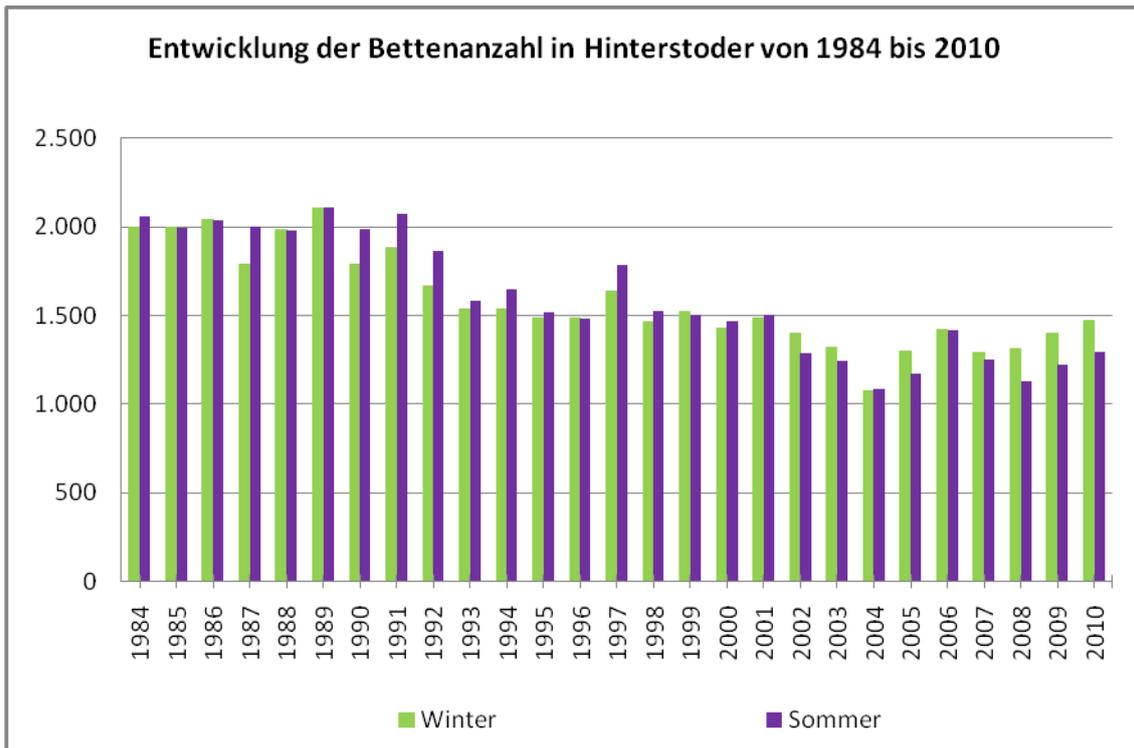


Abbildung 32: Entwicklung der Bettenanzahl in Hinterstoder von 1984 bis 2010
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Um die Entwicklung der Bettenanzahl im Beobachtungszeitraum noch besser analysieren zu können, ist in Tabelle 8 die Veränderung des Bettenangebots von 1993 bis 2009 in den einzelnen Unterkunfts-kategorien dargestellt.

Das Bettenangebot hat sich im Beobachtungszeitraum vor allem in den Unterkünften mit geringerem Standard verkleinert. Die Betten in den 2/1-Stern Betrieben haben sich von 486 auf 342 Betten verringert. Auch die Betriebe der 3-Stern Kategorie verzeichneten einen Bettenrückgang um 40,7%. Im Gegensatz dazu konnten die Ferienwohnungen kräftige Zuwächse verzeichnen. Sie haben ihr Bettenangebot von 1998 bis 2010 mehr als verdoppelt. Wenn man die Jahre 1993 und 2009 bei den 4-Stern Betten als Vergleich heranzieht, dann verzeichneten die Betten einen Anstieg um 75,2%. Jedoch darf die Bettenentwicklung der dazwischen liegenden Jahre nicht außer Acht gelassen werden. Erstaunlicherweise hat sich die Bettenanzahl im Jahr 2003 drastisch verringert, obwohl im Jahr 2002 ein zweites 4-Stern Hotel in Hinterstoder seine Pforten geöffnet hatte. Bis ins Jahr 2008 blieben die Betten der 4-Stern Kategorie vergleichsweise gering, bis sie ab dem Jahr 2008 wieder zulegen konnten und im Jahr 2010 den Höchststand von 226 Betten erreicht haben.

Tabelle 8: Veränderung des Bettenangebots in Hinterstoder in den Wintersaisons von 1993 bis 2009

Jahr	5/4 Stern	3 Stern	2/1 Stern	Ferienwhg./ -haus gew.	Privat- unterkünfte	Sonstige	gesamt
1993	129	268	486	0	464	189	1536
1994	129	284	439	0	474	213	1539
1995	129	331	379	0	432	213	1484
1996	129	342	333	0	442	240	1486
1997	129	304	402	0	540	264	1639
1998	110	304	260	50	505	238	1467
1999	108	272	299	34	516	296	1525
2000	108	329	283	34	409	265	1428
2001	112	359	262	32	462	262	1489
2002	134	267	180	85	367	367	1400
2003	73	291	235	63	321	339	1322
2004	85	288	162	43	251	248	1077
2005	83	325	278	48	299	264	1297
2006	83	341	256	56	343	344	1423
2007	95	265	236	102	356	238	1292
2008	118	242	280	80	356	238	1314
2009	197	161	279	102	373	287	1399
2010	226	159	342	108	360	275	1470

Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Im Bezug auf den Weltcup ist es Hinterstoder also nicht gelungen Betten in der Region zu halten bzw. viele neue dazu zu bekommen. Dabei kann die Frage gestellt werden, ob die Erwartungen möglicherweise zu hoch geschraubt waren. Kann wirklich erwartet werden, dass durch ein Sonderereignis wie den „Weltcup“ in einer unbekanntem Region neue Betten gebaut werden? Wie bereits erwähnt, kann der Weltcup nicht der ausschlaggebende Grund sein, neue Hotelprojekte zu starten. Jedoch kann der Weltcup sehr wohl als Anreiz und Impulsgeber fungieren.

8.1.5. Entwicklung der Bettenauslastung:

Nachdem im vorangegangenen Kapitel die Entwicklung der Bettenanzahl thematisiert wurde, wird nun ein Blick auf die Bettenauslastung geworfen, die Aufschluss darüber gibt, wie intensiv die Gäste das Bettenangebot nutzen.

In Abbildung 33 ist die Veränderung der Bettenauslastung in Hinterstoder sowohl in der Sommersaison als auch in der Wintersaison zu sehen.

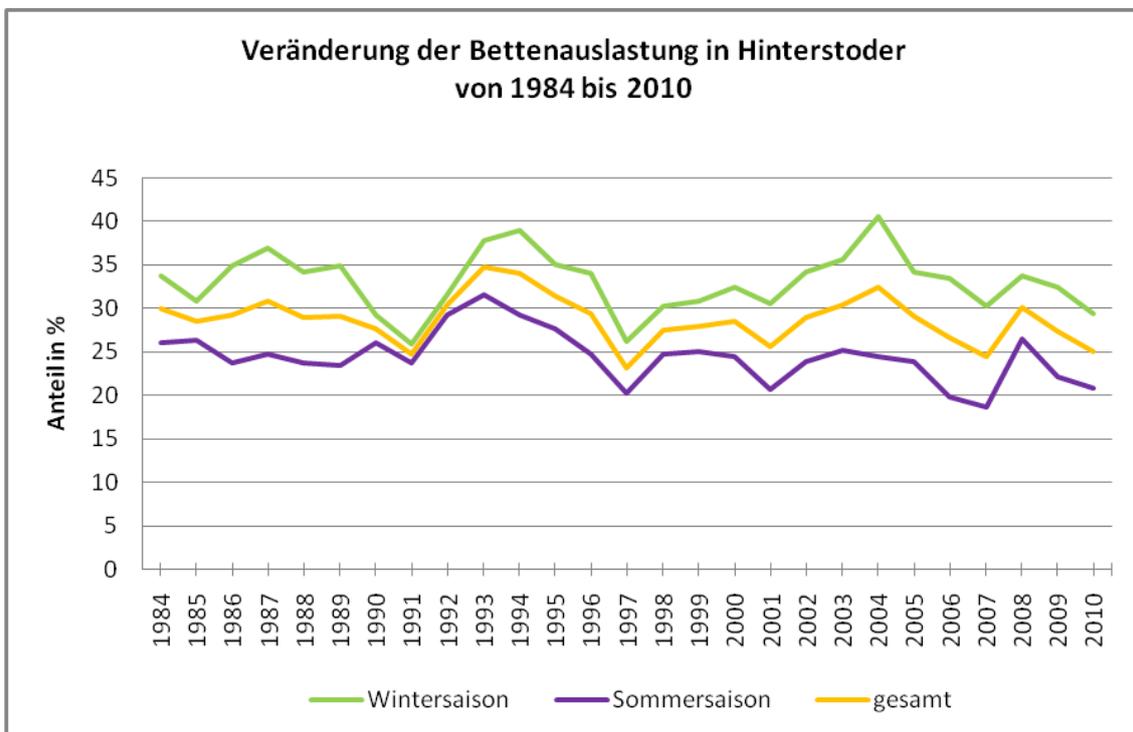


Abbildung 33: Veränderung der Bettenauslastung in Hinterstoder von 1984 bis 2010
Quelle: STATISTIK AUSTRIA; eigene Darstellung

Sofort zu erkennen ist, dass die Auslastung im gesamten Beobachtungszeitraum im Winter immer höher war als im Sommer. Beide Saisonen sind durch ein stetiges Auf und Ab der Bettenauslastung gekennzeichnet. Die beste winterliche Bettenauslastung mit 40,5% wurde im Jahr 2004 erzielt, den Tiefpunkt erreichte das Jahr 1991 mit einer 25,9%igen Auslastung. Die Sommerhöchstauslastung mit 31,6% wird dem Jahr 1993 zugeschrieben. Dies war auch das einzige Jahr im Sommer mit einer Auslastung über 30%. Eine 18,7%ige Auslastung im Jahr 2007 bedeutete den Tiefpunkt im Sommertourismus.

Vergleicht man die Bettenauslastungen in der Weltcupgemeinde mit denen im Bundesland Oberösterreich, so lässt sich kurz festhalten, dass die Auslastung in Hinterstoder im Winter um einiges höher war als im gesamten Bundesland, im Durchschnitt um 10% mehr. Im Sommer hingegen wies Oberösterreich eine um etwa 10%ig bessere Bettenauslastung auf als der Ort Hinterstoder.

8.1.6. Erneuerung der Pisten und Liftanlagen:

Einleitend wird das Schigebiet „Hutterer Höss“ kurz beschrieben. Wie bereits bei der Vorstellung der Tourismusregion Pyhrn-Priel und der Untersuchungsgemeinde Hinterstoder wird auch das Schigebiet von der Tourismuswerbung mit einer sehr emotionalen Note beschrieben, wie im Folgenden dargelegt wird.

„Im Süden Oberösterreichs, umgeben von den eindrucksvollen Berggipfeln des Toten Gebirges, befindet sich das traditionsreiche Schi- und Weltcupdorf Hinterstoder. An den Südhängen des Stodertals – genauer auf den ausgedehnten Almen der Hutterer Böden und des 2.000 hohen Hutterer Höss – erstreckt sich das Schigebiet Hinterstoder Höss [...] Wenn man vom Tal mit der Gondelbahn durch dichten Wald bergwärts fährt, Wald, der nur vereinzelt von Schipisten unterbrochen wird, vermutet man gar nicht, dass sich auf gut 1.300 Metern Seehöhe ein Plateau ungeahnter Größe auftut – die Hutterer Böden. Von dort führen wie in einer Arena sämtliche Schipisten und Lifte hinauf auf den Hutterer Höss, dem eigentlichen Schiberg Hinterstoders. Auf diesem Plateau befinden sich aber auch ein Großteil der Schihütten, die Schischule, der Sunny’s Kids Park, die Snowboardarena, die Stoderer Höhenloipe und einige Häuser nebst einem Hotel. Dieses enge Nebeneinander trägt sehr zur familiären Atmosphäre unseres Schigebietes bei. Man trifft sich, verabredet sich in einer Hütte oder schaut mal kurz bei den Kindern im Schikindergarten vorbei – alles sehr entspannt [...] Rund 36 Kilometer toppräparierte, breite Pisten aller Schwierigkeitsgrade bieten Schianfängern und -profis gleichermaßen Fahrspaß. Die Routen lassen sich nach Belieben kombinieren – mal endet die Abfahrt auf der Mittelstation, mal führt sie ins Tal, mal bewegt man sich dazwischen – variantenreich und kurzweilig. Erwähnt sei auch die neue „Hannes Trinkl-Weltcupstrecke“, die seit der Wintersaison 2005/06 eine spektakuläre Alternative zur alten Talabfahrt bietet und Austragungsort für internationale FIS-Bewerbe ist.“ (http://www.hinterstoder.at/sub/dorfurlaub/2236232-293673-290966/Winter-Dorf-Tal_Infrastruktur_Schigebiet.html/).

In Abbildung 34 ist das Schigebiet, wie es sich im Jahre 2011 präsentiert, zu sehen.



Abbildung 34: Schigebiet Hutterer Höss

Quelle: <http://www.wintersport.at/sixcms/media.php/4848/Panorama-Hoess-2010.jpg>,

Nach der kurzen Beschreibung des Schigebiets wird nun die Entwicklung des Schigebiets dargelegt.

Im Jahr 1958 kam es durch den Bürgermeister von Hinterstoder und einigen Industriellen zur Gründung eines Komitees. Relativ schnell ist dann auch das Land eingestiegen und so wurde im Jahr 1959 die erste Sesselbahn, ein 2er-Sessellift mit einer Fahrzeit von mehr als 20 Minuten bis zur Mittelstation, errichtet. Ein Jahr später wurde dann die zweite Sektion zur Höss hinauf gebaut. Neben diesen beiden Aufstiegshilfen wurde der Schullift, ein Schlepplift von den Hutterer Böden, realisiert. Rund um die Hutterer Böden begann sich dann auch schon langsam die Gastronomie zu

entwickeln. Die Errichtung der nächsten Schlepplifte fiel in die 70er Jahre. Um die Förderkapazität entscheidend zu erhöhen und die Wartezeiten zu verringern, wurde im Jahr 1999 der Höss-Express, ein 6er Sessellift, von den Hutterer Böden auf die Höss gebaut. Dieser Lift befördert pro Stunde 2.800 Menschen. Die zwei letzten Lifte wurden im Jahr 2007 errichtet. Diese führen von der Hutterer Höss auf den Schafkogel bis auf 1.986 Meter (siehe Abbildung 34 und Tabelle 9).

In Tabelle 9 sind alle Liftanlagen auf der Höss abgebildet.

Tabelle 9: Liftanlagen auf der Höss 2011

Liftanlagen	Baujahr	Art	Länge	Kapazität Pers./Std.	Fahrdauer
Hössbahn	1985	Gondel	2.522 m	2.460	8,4 min
Höss-Express	1999	6er Sessellift	1.276 m	2.800	4,3 min
Hösskogellift	1985	2er Sessellift	1.300 m	1.305	8,7 min
Lärchenlift	1982	Schlepplift	743 m	1.008	4,8 min
Schullift	1960	Schlepplift	500 m	962	2,5 min
Almlift	1971	Schlepplift	569 m	1.012	4,0 min
Hösslift	1975	Schlepplift	983 m	1.205	5,0 min
Sonnkogellift	1969	Schlepplift	260 m	1.269	1,7 min
Hirschkogellift	1977	Schlepplift	825 m	1.200	4,0 min
Übungslift	1977	Schlepplift	118 m	706	1,0 min
2000er Lift	2007	Schlepplift	664 m	1.168	3,5 min
Panoramalift	2007	Schlepplift	357 m	1.040	2,2 min

Quelle: HIWU Bergbahnen AG; eigene Darstellung

Mehrere Lifte wurden im Laufe der Jahre modernisiert, der Lärchenlift im Jahre 2000, der Schullift im Jahre 1989, der Almlift in den Jahren 1986 und 2000, der Hösslift im Jahre 1986 und der Sonnkogellift im Jahre 2000.

Bis ins Jahr 1999 war das Bergbahnunternehmen Hinterstoder im Besitz des Landes Oberösterreich. Hinterstoder und die Wurzeralm waren eigene Betriebe des Landes. 99% gehörten dem Land und 1% den Gemeinden. Für weitere Investitionen wurde dann

die Bedingung, dass sich auch Private beteiligen müssen, gestellt. Im Jahre 1999 kam es dann zur Privatisierung der Höss-Bergbahnen. Der Hauptaktionär war dabei Peter Schröcksnadel, der Präsident des österreichischen Schiverbandes. Gemeinsam mit dem Land Oberösterreich und den neun Gemeinden der Region konnten 30 private Investoren (Grundeigentümer, Banken, Versicherungen, usw.) für das Projekt gewonnen werden. In den letzten elf Jahren wurden 40 Millionen Euro in die Erneuerung und Erweiterung des Schigebiets investiert.

Hinterstoder gehört zur Vereinigten Bergbahnen AG Innsbruck. Dazu zählen auch noch die Schigebiete Wurzeralm, Hochficht, Lackenhof, Heiligenblut, Kössen, Patscherkofel und seit heuer auch der Kasberg, der von Hinterstoder für diesen Winter gepachtet wurde. Dies hat den Vorteil eines sehr breiten Know Hows und des Wirkens von Synergieeffekten, was schitouristisches Marketing und den Aufbau einer entsprechenden fremdenverkehrstechnischen Infrastruktur betrifft. Um Kosten zu sparen, werden Kooperationen zwischen einigen Standorten eingegangen.

Das Säulendiagramm in Abbildung 35 zeigt, dass im Winter 1988/89 im Gegensatz zum darauffolgenden Winter viele schibegeisterte Menschen nach Hinterstoder reisten. Ein Grund für den Rückgang könnte in einem sehr schneearmen Winter zu suchen sein. Damals gab es noch keine Beschneiungsanlagen. Ab der Wintersaison 1994/95 konnte dann die Talabfahrt maschinell beschneit werden. Besonders in den 90er Jahren musste Hinterstoder mit teils sehr schlechten, das heißt schneearmen, Wintern kämpfen. Durch die Privatisierung des Schigebiets wurde in der Saison 1999/00 in eine weitere Beschneiungsanlage im oberen Bereich der Höss investiert. Durch die Investitionen in die Beschneiung kann das gesamte Schigebiet binnen vier bis fünf Tagen beschneit werden. Dies garantiert auch bei einer schlechten natürlichen Schneelage einen einwandfreien Lift- und Pistenbetrieb.

Von der Wintersaison 1996/97 bis in die Wintersaison 2005/06 ist ein deutlicher Aufwärtstrend ersichtlich. In dieser Saison erreichte die Zahl mit 354.275 verkauften Tickets den Höhepunkt. Im darauffolgenden sehr schneearmen Winter ist ein enormer Rückgang auf 229.628 Gasteintritte feststellbar. In den darauffolgenden zwei Saisonen stiegen die Gasteintritte wieder an bis sie in der Wintersaison 2009/10 wieder einen Rückgang von etwa 10% verzeichneten.

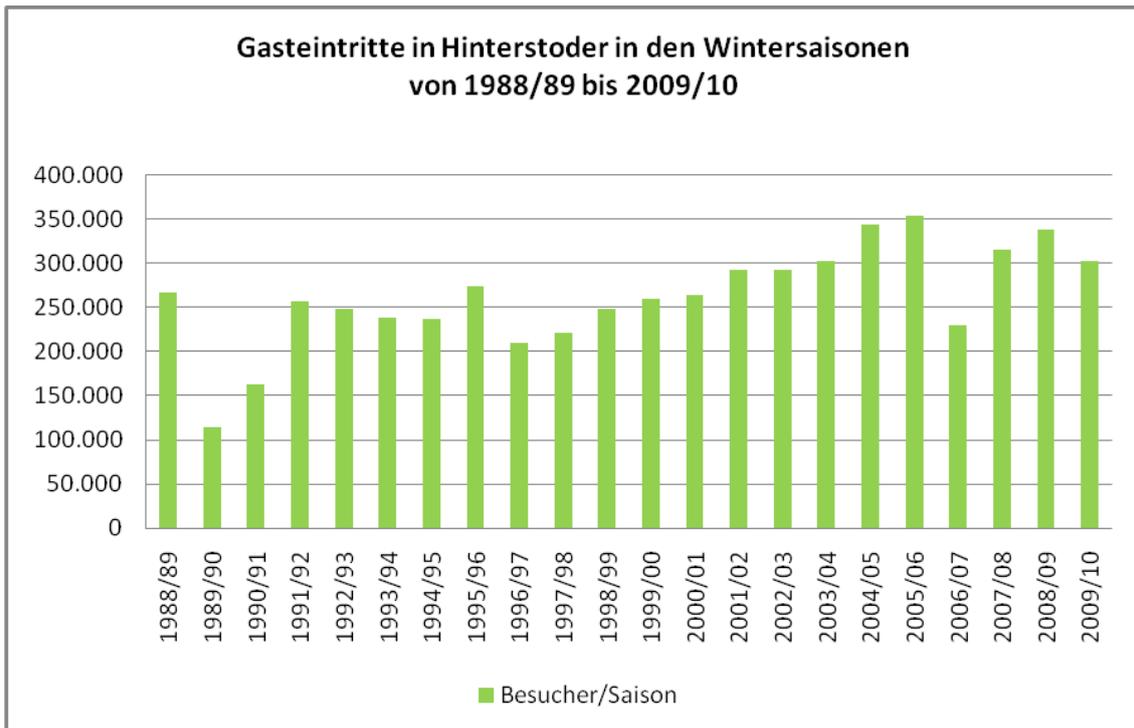


Abbildung 35: Gasteintritte in Hinterstoder in den Wintersaisons 1988/89 bis 2009/10
Quelle: HIWU Bergbahnen AG; eigene Darstellung

Im Folgenden stellt sich die Frage, ob die Erweiterung der Lifte mit dem Weltcup in Verbindung gebracht werden kann. Anfänglich war der Weltcup für das Schigebiet kein Impulsgeber für den Neubau von Liftanlagen. Wie bereits in Kapitel sieben erläutert wurde, war bis in das Jahr 2000 die Bärenalm der Austragungsort der Weltcuprennen und nicht die Hutterer Höss. Erst nach der Jahrtausendwende ist im Bezug auf die Investitionen in das Schigebiet ein Zusammenhang mit den Weltcuprennen feststellbar. Erstmals wurde mit der Planung der neuen „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“, die im Folgenden noch genau beschrieben wird, im Jahr 2003 in einer Seehöhe von 1.300m ein großer Speicherteich mit 120.000 Kubikmeter Wasser errichtet. Der kleine Teich, der zuerst vorgesehen war, wurde in den Bereich der Talabfahrt verlegt. Somit wurden in nur kurzer Zeit zwei Speicherteiche für die Beschneigung der Pisten gebaut. Auch wurde mit der Neufestlegung der Weltcupstrecke das neue Beschneigungskonzept nochmals überarbeitet. Im Zuge dessen hat das Schigebiet eine sehr schlagkräftige Schneeanlage dazubekommen. Heute werden 80% der Pisten regelmäßig beschneit.

Somit kann festgehalten werden, dass ab der Jahrtausendwende der Event „Weltcup“ einen entscheidenden Beitrag für Investitionen in das Schigebiet geleistet hat.

8.1.6.1. Neue „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“:

Bevor die Weltcupstrecke „Hannes Trinkl“ vorgestellt wird, folgt zu Beginn dieses Kapitels ein kurzes Portrait des oberösterreichischen Vorzeigesportlers Hannes Trinkl. Dies geschieht deshalb, weil – wie bereits in den Komponenten des Zuschauersports erläutert wurde – jedes Event einen Helden braucht, nicht nur einen derzeitig aktuellen schifahrerischen Helden, sondern auch einen Helden im Vorfeld der Rennen. Und Hannes Trinkl stellt jene Personifizierung der Region für die Weltcuprennen dar.

„Der Hannes ist für uns ein Idealfall, als ehemaliger Weltmeister ist er sehr bekannt im Schisport. Bei uns als Streckenchef ist er eine Bezugsperson. Wann immer wer eine qualitativ hochwertige Information haben wollte, ist er zum Hannes gegangen. Da weiß man er ist ein kompetenter Ansprechpartner. Und alles, was der Hannes sagt, wirkt auch sehr glaubhaft und authentisch.“ (SIEGFRIED KNIEWASSER, OK-Chef-Stellvertreter der Weltcuprennen 2011)

Hannes Trinkl erblickte am 1. Februar 1968 als Bergbauernsohn in St. Pankraz das Licht der Welt. Sein Weg in den Weltcup war kein leichter gewesen, zwei schwere Verletzungen hatten ihn lange zurückgeworfen. Den ersten Weltcupstreckensieg seiner Karriere (Super G) feierte Trinkl 1993 in Lech am Arlberg. Im selben Jahr erreichte er auch seinen ersten Abfahrtsstreckensieg in Bormio. Seine ersten Olympischen Winterspiele in Lillehammer 1994 beendete er als Sechster in der Abfahrt. Sein zweiter olympischer Antritt war erfolgreicher, er kehrte von Nagano 1998 mit einer Bronzemedaille nach Oberösterreich zurück (vgl. EHRICH, 1998, S. 52). Seinen wohl größten und schönsten Erfolg feierte Hannes Trinkl bei der Heim-Weltmeisterschaft 2001 in St. Anton. In der Königsdisziplin krönte er sich zum Abfahrtsstreckensweltmeister. Heute lebt er mit seiner Gattin und seinen drei Kindern in St. Pankraz.

Nach der kurzen Schilderung des Lebenslaufs von Hannes Trinkl, wird im Folgenden die Weltcupstrecke erläutert.

Entscheidungsträger für den Weltcupevent 2011 haben mir allesamt bestätigt, dass die einzige Chance den Schiweltcup wieder ins Stodertal und somit ins Bundesland Oberösterreich bringen zu können, der Bau einer neuen selektiven Strecke, der sogenannten „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“, war. Diese führt von den Hutterer Böden

direkt ins Ortszentrum, also von 1.380 Meter auf etwa 600 Meter. Die Strecke kann entweder mit der Gondel oder mit der Bergstraße erreicht werden. Der Zielraum bietet den Zuschauern einen imposanten Blick auf 75 Prozent der gesamten Rennstrecke.

Im Sommer 2004 wurde mit dem Bau der selektiven Rennstrecke begonnen. Schon in der darauffolgenden Wintersaison konnte die Piste abschnittsweise befahren werden. Schlussendlich kam es am 7. Jänner 2006 zur Eröffnung der „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“. Die geplanten Weltcuprennen im Jahr 2006 fielen dem Wetter zum Opfer und wurden nach oben verlegt, wo sie dann auch planmäßig durchgeführt werden konnten. Somit ging die Premiere der Weltcupstrecke erst beim Super G am 5. Februar 2011 über die Bühne. Alle Läufer waren von der Strecke mehr als begeistert und wollen so schnell wie möglich wieder im Renntempo herunterfahren.

In untenstehender Tabelle sind sowohl für den Super G als auch den Riesentorlauf alle Streckendaten aufgelistet.

Tabelle 10: Streckendaten für Super G und Riesentorlauf

Strecke Super G	Strecke Riesentorlauf
Startpunkt (m): 1.286	Startpunkt (m): 1.086
Zielpunkt (m): 636	Zielpunkt (m): 636
Höhendifferenz (m): 650	Höhendifferenz (m): 450
Schräge Länge (m): 1.942	Schräge Länge (m): 1.374
Durchs. Neigung in %: 36	Durchs. Neigung in %: 35
Größte Neigung in %: 60	Größte Neigung in %: 60
Geringste Neigung in %: 13	Geringste Neigung in %: 13
Erbaut: 2005/06	Erbaut: 2005/06

Quelle: <http://www.hinterstoder.at/sub/dorfundleben/100729212-293664-290632/.html/>;
eigene Darstellung

Neben dem Super G und dem Riesentorlauf der Herren können auf der „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ auch noch ein Slalom für Damen und Herren, ein Damenriesentorlauf, ein Damen Super G und eine Damen Abfahrt ausgetragen werden.

Nicht nur der Weltcupross ist von der neuen selektiven Strecke begeistert, auch die Hobbyschiläufer sind sehr angetan und wollen unbedingt die Weltcupstrecke bewältigen.

Im Zuge meiner Recherchen vor Ort habe ich viele Schifahrer getroffen, die mir alle von der neuen Strecke vorgeschwärmt haben. Ausdrücke, wie *super*, *geil*, *klass*, *spektakulär*, *schwer*, *usw.* zeigen die absolute Begeisterung der Menschen. Diese Strecke ist ein Highlight und sollte das Schigebiet enorm aufwerten.

In folgender Abbildung ist der Streckenverlauf der Rennen Super G, Riesentorlauf und Slalom zu sehen.

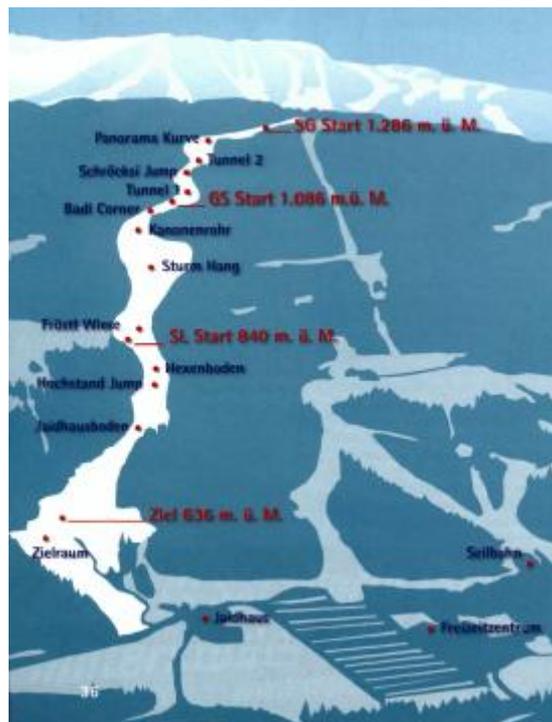


Abbildung 36: „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“
Quelle: Hinterstoder Magazin „pur“, 2010/11, S. 36

In die Modernisierung des Schigebiets wurden im vergangenen Jahr drei Millionen Euro investiert. Es wurde eine neue Hössbahn-Talstation mit Chill-out Bereichen und bequemen Zugängen über Rolltreppen errichtet. Auch wurde in neue Gondeln und komfortablen Skiwegen investiert und die Beschneiungsanlagen werden auf 60 Schneekanonen und 160 Schneelanzen aufgerüstet (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010d, S. 12). Am 10. Dezember 2010 wurde die neue Talstation (siehe Abbildung 37) eröffnet.



Abbildung 37: Hössbahn-Talstation
Quelle: eigenes Foto

8.1.6.2. Projekt Schischaukel nach Vorderstoder bzw. auf die Wurzeralm:

Um das Schigebiet für die Gäste noch größer und attraktiver zu machen, wird über eine Schischaukel nach Vorderstoder bzw. auf die Wurzeralm diskutiert.

Der Naturschutz wehrt sich strikt gegen eine Verbindung bis auf die Wurzeralm, weil dabei ein Naturschutzgebiet zerstört würde. Die Erweiterung bis nach Vorderstoder ist für die Naturschützer mit gewissen Einschränkungen zu akzeptieren. Bereits im Jahr 2005 wurde das mit dem Naturschutz und dem Umweltamt abgestimmt. Das Projekt, das eine Verbindung zur Wurzeralm vorsieht, wurde einstweilig auf Eis gelegt.

Die Erweiterung bis nach Vorderstoder würde die Errichtung von drei bis vier Liften notwendig machen, wie in Abbildung 38 erkennbar ist. Von heutiger Sicht erscheint es durchaus realistisch das Projekt in einem Zeitrahmen von drei bis fünf Jahren in die Tat umzusetzen, so Helmut Holzinger, technischer Vorstand der HIWU-Bergbahnen.

Was den touristischen Mehrwert betrifft, ist die Vergrößerung des Schigebiets absolut zu begrüßen und zu unterstützen. Dieses Projekt hat jedoch keinen Sinn, wenn die Hotellerie nicht nachzieht und in die Erhöhung des gehobenen Bettenangebots investiert.

Dabei ist besonders wichtig, dass von den Verantwortlichen der Gemeinden in der Region ein Vertrauen in die bestehenden Betriebe geschaffen wird. Die Hoteliers sollen spüren, dass in der Region etwas weiter geht. In einem ersten Schritt ist somit das Ziel, dass die bestehenden Betriebe weiter ausbauen. In Vorderstoder gibt es einige Betriebe mit Entwicklungspotential, die auch gewillt sind, aufzustocken. In einem weiteren Schritt sollen auch neue Projekte realisiert werden. Aufgrund der neuen Pistenflächen und der Sicherung bestimmter Flächen werden sich diese Hotelprojekte stark auf Vorderstoder beziehen.



Abbildung 38: Schischaukelprojekt nach Vorderstoder bzw. auf die Wurzeralm
 Quelle: http://www.naturschutzbund-ooe.at/mollner_kreis.html/

Wir können uns nun die Frage stellen, ob es ohne die Weltcuprennen auch zu einer Erweiterung des Schigebiets kommen würde. Alle Interviewpartner haben mir bestätigt, dass der Weltcup und das dadurch erzeugte vermehrte öffentliche Interesse als Sprungbrett zur endgültigen Umsetzung des Projektes dienen könnten. Der Weltcup hilft somit definitiv, das Projekt weiter voranzutreiben. Auch glauben alle Interviewten, dass es ohne den Weltcup die Erweiterung nach Vorderstoder nicht geben würde. Im Zuge des Weltcupwochenendes fanden Gespräche mit dem Land statt. Dadurch ist die Investitionsbereitschaft seitens des Landes wieder gestiegen. Die Verantwortlichen

haben gesehen, dass die Unternehmer in der Region gewillt sind Verantwortung zu übernehmen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass dieses Projekt eine Chance für eine zukunftsfähige touristische Entwicklung in der Region ist. Besonders Vorderstoder würde dadurch eine enorme touristische Aufwertung erfahren und das Schigebiet hätte einen zweiten zusätzlichen Zubringer.

8.2. Entwicklung des traditionellen lokalen Angebots in Hinterstoder:

Nach ausführlicher Analyse der Entwicklung der touristischen Infrastruktur im Beobachtungszeitraum von 1984 bis 2010 in Hinterstoder beschäftigt sich der zweite Teil der Nachhaltigkeitsanalyse mit der Entwicklung des traditionellen lokalen Angebots in der Gemeinde. Nach Darlegung der infrastrukturellen Erneuerungen wird im Weiteren das Ergebnis der Angebotserhebung für internationale Gäste erläutert.

8.2.1. Infrastrukturelle Erneuerungen:

Wie die Ergebnisse der Interviews mit den kommunalen Entscheidungsträgern gezeigt haben, würde es ohne die Weltcupbewerbe einige infrastrukturelle Erneuerungen in Hinterstoder nicht geben. Der „Weltcup“ war bei der Realisierung verschiedener Projekte ein treibender Impulsgeber und bedeutender Anstoß. Wie bereits im ersten Teil der Nachhaltigkeitsanalyse erläutert, wäre beispielsweise ohne Berücksichtigung der Gemeinde Hinterstoder im Weltcupkalender die „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ nicht gebaut worden und auch in die Erneuerung der Hössbahn-Talstation wäre nicht investiert worden.

„Wir haben die Infrastruktur ausbauen müssen, sonst gäbe es den Weltcup nicht. Das kommt unseren Gästen, aber auch unserem Ort und unseren Einwohnern sehr zugute.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

Im Folgenden werden die Erneuerungen, die dem Weltcupevent 2006 und dem Weltcupevent 2011 in Hinterstoder zu verdanken sind, beschrieben.

8.2.1.1. Die Hösshalle:

„Wir haben einen Veranstaltungssaal gebraucht, sprich die Hösshalle als Pressezentrum für den Weltcup. Sie haben uns ein Ultimatum gestellt: entweder ihr baut sie oder der Weltcup kommt nicht.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

Die Hösshalle, ein Veranstaltungs- und Seminarhaus in Holz-Glas-Konstruktion, wurde im Dezember 2002 eröffnet. Diese Halle bietet Platz für Veranstaltungen von 20 bis 300 Personen. Es wurde bereits eine breite Palette an Seminaren, Ärztekongressen, Jazzworkshops, Tagungen, Literaturtage oder verschiedene Bälle in der Hösshalle veranstaltet. Die bauliche Konstruktion wurde mit dem oberösterreichischen Holzbaupreis ausgezeichnet. Die Gesamtkosten beliefen sich auf 2.470.000 Euro.

„Mit dem Nutzungsprofil der Hösshalle wurde auf kosteneffiziente Synergien und auf die besonderen Erfordernisse der Gemeinde Bedacht genommen. Die Hösshalle mit ihrer (Presse-) Konferenztauglichkeit ersetzt die aufwändigen Provisorien der Vergangenheit und verbessert die Position gegenüber den internationalen Mitbewerbern im Ski-Weltcup. Die Hösshalle dient aber primär der Bevölkerung von Hinterstoder und den Gästen. Sie ist das lang ersehnte Kommunikationszentrum, steht für Seminar- und Kongresstourismus zur Verfügung und gewährleistet die Absicherung und Stärkung der wirtschaftlichen Basis. Vielfältige und erfolgreiche Initiativen – insbesondere am kulturellen Sektor – belegen, dass Wille, Fantasie und die nötige Leistungsbereitschaft vorhanden sind, die Halle inhaltlich qualifiziert und attraktiv zu füllen. Bei der Planung wurde darauf geachtet, unter Bedachtnahme auf das Gebot der Sparsamkeit ein Gebäude zu entwickeln, das im Sinne der Anforderungen leistungsfähig ist. Das bedeutet, dass es die notwendige Ausstattung, Atmosphäre und Attraktivität besitzt, um möglichst eine intensive Auslastung sicher zu stellen.“ (PETER RIEPL, Architekt, Quelle: Broschüre: Talaufwärts – Dorfentwicklung in Hinterstoder, September 2003)

Die Hösshalle wird auch von den Bewohnern der Gemeinde selbst genutzt. Veranstaltungen der Musikschule und Hochzeiten werden in der Halle gefeiert. Im Winter werden beispielsweise auch viele Siegerehrungen regionaler Wettkämpfe abgehalten.

In Abbildung 39 ist die Hösshalle, wie sie sich zur Zeit des Weltcupwochenendes 2011 präsentiert hat, zu sehen. Während der Weltcuptage war die Hösshalle das Pressezentrum, aber auch Mannschaftsführersitzungen wurden darin abgehalten und das Rennbüro war in der Halle untergebracht.



Abbildung 39: Hösshalle
Quelle: eigenes Foto

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Hösshalle aufgrund einer Vereinbarung im Rahmen der Berücksichtigung von Hinterstoder als Ort der Austragung von Schiweltcuprennen gebaut werden musste. Das Objekt wird allerdings nachhaltig genutzt, was etwa 55 bis 60 Auslastungstage im Jahr 2010 belegen. Wenn eine Veranstaltung mehrere Tage dauert, profitieren vor allem auch die Beherbergungsbetriebe im Ort.

8.2.1.2. Das Landesnachwuchszentrum:

In einer Pressekonferenz am 6. April 2009 in Hinterstoder gaben der Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer und die Spitzen des Landeschiverbandes Oberösterreich unter Präsident Dipl.-Ing. Friedrich Niederndorfer bekannt, dass in den kommenden zwei

Jahren auf den Hutterer Böden ein Landesnachwuchszentrum für den Alpinen Schirennlauf, Langlauf, Sprunglauf, Snowboard und Skicross errichtet wird. Weiters wird dieses Zentrum für Leistungsdiagnostik, Trainerfortbildungen und Vereinsseminare verwendet. Das Leistungszentrum bietet somit den Sportlern aller Sparten beste Voraussetzungen. Es können gleichzeitig an einem Ort trainiert, Kurse abgehalten und sportmotorische Tests durchgeführt werden. Somit fallen die Reisestrapazen weg, was wiederum eine finanzielle Erleichterung und eine Vereinfachung für den Trainerstab mit sich bringt (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2009, S. 2f; <http://www.skiverband-ooe.at/der-lsv-ooe/1001-news-lsv-ooe/1108-neues-landesnachwuchszentrum-in-hinterstoder-geplant.html/>).



Abbildung 40: Landesnachwuchszentrum und Umgebung

Quelle: <http://www.skiverband-ooe.at/der-lsv-ooe/1001-news-lsv-ooe/1108-neues-landesnachwuchszentrum-in-hinterstoder-geplant.html/>

Genutzt wird dieses Zentrum von den alpinen und nordischen Kadergruppen des Landesschiverbandes und den Schülern der Schihauptschule Windischgarsten. Aufgrund der sicheren Schneelage auf den Hutterer Böden und des großen Know Hows in Bezug auf die Pistenpräparation haben bereits auch Kadergruppen des österreichischen Schiverbandes und internationale Teams ihr Interesse bekundet. Weiters werden in diesem Leistungszentrum Aus- und Fortbildungen für Trainer,

Funktionäre und Vereinsbetreuer, die einen wichtigen Erfolgsfaktor für spätere Spitzenleistungen der Athleten darstellen, abgehalten (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2008, S. 5; vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2009, S. 3f).

Das Leistungszentrum kann ganzjährig genutzt werden. Zur Infrastruktur dieses Zentrums zählen ein Aufenthaltsraum mit Verpflegungsmöglichkeit, ein Videoanalyse- und Besprechungsraum, ein Seminar- bzw. Ausbildungsraum, ein Büro, Schlaf- und Ruheräume, ein Wasch- und Duschaum, eine Sauna und eine Infrarotsauna, Räume für Physiotherapie, Massagen und Ergometrie, ein Fitness- und Gymnastikraum, ein Wachsraum mit Entlüftung, ein temperierter Schiraum, Trockenraum und eigener Schischuhraum, ein Materiallager, eine Werkstätte und Stellplätze für Busse und Schidoos. Die Gesamtkosten für dieses Zentrum beliefen sich auf rund 2,5 Millionen Euro (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2009, S. 5ff).

„Freilich sind Sportler wie Andreas Goldberger, Hannes Trinkl und Christian Hoffmann Ausnahmetalente. Mit den neuen Sportstätten ist in Oberösterreich jedoch eine gute Basis gelegt, die für die eine oder andere Nachwuchshoffnung ein Sprungbrett zum Durchbruch sein kann.“ (FRIEDRICH NIEDERNDORFER, Amt der OÖ Landesregierung, 2008, S. 7)

Das Landesnachwuchszentrum wurde am 6. Oktober 2010 eröffnet und präsentiert sich auf dem Hochplateau der Hutterer Böden wie folgt:



Abbildung 41: Landesnachwuchszentrum
Quelle: eigenes Foto

8.2.1.3. Der Tunnel:

Der Tunnel bzw. die kurze Unterführung der Schipiste in der Gemeinde Hinterstoder ist ein Projekt, das nach Aussagen des Bürgermeisters Helmut Wallner ebenfalls mit dem Weltcupevent in Zusammenhang gebracht werden kann und im Jahr 2003 realisiert wurde. Es war eine Investition, die zu diesem Zeitpunkt unbedingt notwendig war, um einen flüssigen Verkehrsablauf durch die Gemeinde gewährleisten zu können. Die Gesamtkosten dieses Projektes beliefen sich auf 1,5 Millionen Euro.

Vor dem Jahr 2003 hat es in Hinterstoder nur eine Talabfahrt, die direkt zur Gondelbahn geführt hatte, gegeben. Die Gäste, die keinen Parkplatz in unmittelbarer Nähe der Seilbahn finden konnten, mussten einen mindestens fünfminütigen Fußweg auf sich nehmen, um von dem etwas entfernt gelegenen Parkplatz zur Bergbahn zu gelangen. Aus diesem Grund wurde die Talabfahrt bis zum großen Parkplatz geführt, der bisher nicht an die Abfahrtsstrecke angebunden war. Um dies zu ermöglichen musste der oben angesprochene Tunnel gebaut werden, um allen Gästen eine sichere und komfortable Abfahrt bis zu ihren Autos bieten zu können. Wenn jemand die „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ ins Tal nehmen will, kommt er durch einen kurzen Ziehweg neben dem Wald (zu sehen links im Bild) auch problemlos zum großen Parkplatz.



Abbildung 42: Unterführung Hinterstoder
Quelle: eigenes Foto

8.2.2. Erhebung der Angebote für internationale Tourismusküste:

Nach Darstellung der infrastrukturellen Erneuerungen werden in diesem Kapitel die Ergebnisse der Erhebung relevanter Angebote für internationale Tourismusküste vorgestellt. Wie bereits im ersten Teil der Nachhaltigkeitsanalyse festgestellt wurde, nahm in Hinterstoder besonders der Anteil der tschechischen Übernachtungsküste in den letzten zehn Jahren enorm zu. Im Jahr 2009 sind die Tschechen jene Küstegruppe mit dem größten Nüchtigungsanteil gemessen an allen ausländischen Übernachtungen (39%). Die zweitnüchtigungsstärksten Küste mit einem Anteil von 34% sind die deutschen Urlauber, gefolgt von den Niederländern mit 7% aller ausländischen Nüchtigungen. Gibt es nun für diese Küstegruppen spezielle Angebote? Werden diese im Tourismusmarketing besonders berücksichtigt?

8.2.2.1. Hinweisschilder:

Der erste Weg im Rahmen meiner Erhebung in der Gemeinde Hinterstoder führte mich vorbei an zahlreichen Hinweisschildern bzw. Wegweisern. Ich musste feststellen, dass im Ort bis auf eine Ausnahme keine mehrsprachigen Schilder angebracht sind. Die einzig doppelsprachige Tafel befindet sich vor der Hösshalle. Da diese während der Weltcuprennen das Pressezentrum war, wurde sie auch in Englisch beschriftet.



Abbildung 43: Hinweistafel Weltcup
Quelle: eigenes Foto

Im Gespräch mit dem Bürgermeister Helmut Wallner habe ich erfahren, dass es nicht angedacht ist, in naher Zukunft mehrsprachige Hinweisschilder in der Gemeinde zu positionieren, da die Wanderwegbeschilderungen so angefertigt wurden, dass sie für jeden verständlich sind. Die verschieden gefärbten Schilder zeigen die Richtung der jeweiligen Rundwanderwege (siehe Abbildung 44). Diese Beschilderungen sind im Ort an jeder Weggabelung angebracht, sodass ein Verlaufen sowohl für die inländischen als auch ausländischen Gäste kaum möglich ist.



Abbildung 44: Hinweisschilder für verschiedene Rundwanderwege
Quelle: eigenes Foto

8.2.2.2. Gasthäuser inklusive Weltcupgerichte:

Im weiteren Verlauf meiner Erhebung stattete ich drei Gasthöfen (Gasthof zur Post, Restaurant Dorfstub'n und Pizzeria Mamma Mia) und dem Kaffehaus „Annemarie“ einen Besuch ab. Dabei ging es um die Frage, ob die Speisekarten in Verbindung mit dem Weltcup gebracht werden können (spezielle Gerichte), ob internationale Gerichte auf der Speisekarte angeboten werden und weiters ob die Speisekarten mehrsprachig verfasst sind.

Im *Gasthof zur Post* haben sie aufgrund der Weltcuprennen einen „Weltcupspieß“ in ihre Speisekarte aufgenommen. Diesen Spieß gibt es seit Beginn der ersten Rennen im Jahre 1986.

Im *Gasthof Dorfstub'n* gibt es keine Gerichte, die mit dem Weltcup in Verbindung gebracht werden können. Auch während der Weltcupwochenenden bieten sie den Gästen keine weltcupspezifischen Gerichte an.

In der *Pizzeria Mamma Mia* hat es seit Beginn der ersten Rennen den „Weltcuptoast“ und den „Weltcupsalat“ gegeben. Für das Weltcuprennen 2011 hat der Inhaber der Pizzeria, Herr Alois Mühlbacher, den „Weltcuptoast 2011“ in seine Speisekarte aufgenommen. Herr Mühlbacher war auch der Gastronomiechef im Organisationskomitee für die Weltcuprennen 2011.

Im *Kaffehaus „Annemarie“*, das auch von der Familie Mühlbacher betrieben wird, wurde für die Weltcuprennen 2011 eine „Weltcuporte“, eine Kreation aus Schokolade, angeboten, die sich auch nach dem Weltcupwochenende noch im Tortensortiment befindet.

Ein Blick in die Speisekarte aller Restaurants hat gezeigt, dass primär regionale Gerichte angeboten werden. Alle Gasthöfe stehen für die typische regionale Küche der Region. Die internationalen Gäste, vor allem die tschechischen Gäste, bevorzugen das lokale Speiseangebot und genießen in ihrem Urlaub die regionale Küche.

Der Gasthof zur Post, die Pizzeria Mamma Mia und das Kaffehaus Annemarie bieten aufgrund der Internationalisierung des Gästespektrums das ganze Jahr eine englischsprachige Speisekarte an. Im Gasthof Dorfstub'n gibt es nur in der Hauptsaison eine englischsprachige Speisekarte.

Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass im Gasthof zur Post, in der Pizzeria Mamma Mia und im Kaffehaus Annemarie der Weltcup Einzug in der Speisekarte erhalten hat und diese Gerichte von den Gästen sehr gut nachgefragt werden.

8.2.2.3. Mehrsprachige Homepages:

Die weitere Recherche betrifft folgende Homepages:

- Region Pyhrn-Priel,
- Hinterstoder,
- Hinterstoder und Wurzeralm Bergbahnen und
- <http://www.wintersport.at/>,

wobei überprüft wurde, in welchen Sprachen diese abrufbar sind. Die Homepage <http://www.wintersport.at/> wurde deshalb ausgewählt, weil sie neben den drei regionalen Homepages eine bundeslandweite Homepage ist, welche Auskunft über die Wintersportmöglichkeiten in Oberösterreich gibt.

Tabelle 11: Mehrsprachige Homepages

Homepage	Deutsch	Englisch	Tschechisch	andere Sprachen
Region Pyhrn-Priel (http://www.pyhrn-priel.net/de/start.html/)	ja	ja	ja	
Hinterstoder (http://www.hinterstoder.at/)	ja	nein	nein	
HIWU Bergbahnen (http://www.hiwu.at/de/start.html/)	ja	nein	ja	
http://www.wintersport.at/	ja	ja	ja	polnisch, ungarisch, rumänisch

Quelle: eigene Darstellung

Wie Tabelle 11 zeigt, ist die Homepage <http://www.wintersport.at/> in den meisten Sprachen abrufbar. Die Homepage der Gemeinde Hinterstoder wird den Ansprüchen in Bezug auf die vielen internationalen Gästegruppen nicht gerecht.

8.2.2.4. Tourismusmarketing:

Der letzte Punkt der Recherche nach Angeboten für internationale Gäste behandelt die Frage, auf welche Gästegruppen das touristische Marketing abzielt.

Wie bereits erwähnt, wurden im Jahr 2001 neun Gemeinden zu einem mehrgemeindigen Tourismusverband, der Region Pyhrn-Priel, zusammengefasst. Dies musste geschehen, weil es sonst keine Förderungen seitens des Landes mehr gegeben hätte.

In mehreren Gesprächen mit Verantwortlichen der Gemeinde und Leuten aus dem Organisationskomitee für die Weltcuprennen 2011 wurde deutlich, dass dieser Zusammenschluss nicht bei allen Betroffenen auf Zustimmung gestoßen ist und von manchen sogar negativ gesehen wird. Die Kritiker argumentieren, dass das Konzept falsch sei, weil immer die Region Pyhrn-Priel vermarktet wird, welche den Gästen nicht so vertraut ist wie der Weltcuport Hinterstoder. Ihrer Ansicht nach müsste vielmehr mit der Marke Hinterstoder geworben werden. Bürgermeister Wallner teilte mir mit, dass der Weltcup für eine gewisse Zeit eine gewaltige Werbewirksamkeit entfaltet, es fehlt jedoch das Geld, um mit der Werbung längerfristige und damit nachhaltige Effekte zu erzielen.

„Jetzt sind wir auf dem Weltcupniveau, wo Hinterstoder im Vordergrund steht und dann fallen wir wieder runter auf Pyhrn-Priel und das kennt keiner. Genau das ist das Problem. Wir fahren gegen eine Wand. Deswegen wollen wir unseren Tourismus neu aufsetzen. Die Aufgaben müssen neu verteilt werden.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

Auf die konkrete Frage – welche Gästegruppen beim Marketing in Hinterstoder berücksichtigt werden – erteilte das Tourismusbüro die Auskunft, dass das Marketing auf die gesamte Region abzielt und es in Hinterstoder keine speziellen Angebote für

ausländische Gäste gibt. Im Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012 werden unter anderem Themen und Projekte für die kommenden Jahre vorgestellt - das Thema Wandern, das Thema Golf, das Thema Wintersport, das Thema Reiten, das Thema Gesundheit/Wellness, das Thema Rad/Mountainbike, das Thema Geschäftstourismus/MCI/Kultur und das Thema Fischerei werden offensiv angesprochen. Den ersten vier Themen werden konkrete Zielmärkte zugeordnet, die im Folgenden kurz beschrieben werden (vgl. Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012, S. 3ff).

Anhand Tabelle 12 ist sofort ersichtlich, dass für die Themen Wandern, Golf, Wintersport und Reiten der wichtigste Zielmarkt der oberösterreichische Urlauber ist, gefolgt von den Ostösterreichern. Beim Thema Wintersport und Wandern wird auch der tschechische Urlaubsgast bei der Aufstellung der Zielmärkte berücksichtigt, auch werden die Zielmärkte Holland, Belgien, Ungarn und Polen genannt. Diese beiden Themenbereiche will auch der Ort Hinterstoder für seine zukünftige touristische Entwicklung verstärkt in sein Marketing miteinbeziehen.

Tabelle 12: Zielmärkte für die Urlaubsregion Pyhrn-Priel

Thema	Zielmärkte nach dem Tourismuskonzept Pyhrn-Priel
Wandern	Segment 1: Oberösterreich, Ostösterreich, Achse Passau-Nürnberg Segment 2: Achse Dresden-Leipzig, Tschechien Segment 3: Holland, Belgien, Ungarn
Golf	Segment 1: Oberösterreich, Ostösterreich Segment 2: Süddeutschland München bis Stuttgart Segment 3: Deutschland
Wintersport	Segment 1: Oberösterreich, Ostösterreich, Achse Passau-Nürnberg Segment 2: Tschechien, Achse Dresden-Leipzig Segment 3: Holland, Belgien, Ungarn, Polen
Reiten	Segment 1: Oberösterreich, Ostösterreich Segment 2: Deutschland Segment 3: Schweiz

Quelle: Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012; eigene Darstellung

Die Ziele für die kommenden Jahre in der Gemeinde Hinterstoder formuliert HELMUT HOLZINGER, technischer Vorstand der HIWU Bergbahnen, wie folgt:

„Unsere Aufgabe muss es sein, am Markt professioneller aufzutreten. Wir haben einen großen Markt mit Slowakei, Ungarn, Tschechien, Polen und Deutschland. Von der Autobahn und mit dem Trend Kurzurlaub liegen wir optimal. Wir haben eine Chance und die müssen wir rund um das Weltcuprennen sehen.“

8.3. Marketinganalyse:

Dieser Teil der Nachhaltigkeitsanalyse in Bezug auf die Weltcuprennen beschäftigt sich mit dem Aspekt des Marketings. Werbemaßnahmen im Vorfeld einer großen Veranstaltung sind unverzichtbar und stellen ein absolutes Marketingmuss dar, um viele Menschen für den kommenden Event aufmerksam zu machen.

Im Zuge der Analyse wird als erstes ein Blick auf die Veränderung der Werbewirksamkeit im Beobachtungszeitraum geworfen. Im Weiteren werden die Werbemaßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen näher betrachtet.

8.3.1. Veränderung der Werbewirksamkeit:

Die Gespräche mit Verantwortlichen für die Weltcuprennen 2011 ergaben, dass sich die Werbewirksamkeit im Beobachtungszeitraum enorm entwickelt hat und die Werbemaßnahmen in Zusammenhang mit den ersten Rennen im Jahr 1986 mit der Werbeintensität des Jahres 2011 in keiner Weise vergleichbar ist. Im Jahr 1986 ist der Ort für seine Bewerbung für ein Weltcuprennen noch belächelt worden. Kaum jemand hätte geglaubt, dass ein kleiner Ort wie Hinterstoder einen solchen Event auf die Beine stellen kann. Werbung hatte von Beginn an einen hohen Stellenwert, allerdings standen bei den ersten Rennen 1986 kaum entsprechende Mittel zur Verfügung.

Was die Medien, insbesondere die Berichterstattung im Vorfeld der Rennen betrifft, ist eine gewaltige Veränderung im Beobachtungszeitraum festzustellen. Bei den ersten Rennen war der wesentliche Partner Radio Oberösterreich, der die Veranstaltung immer

sehr unterstützt hat und von Anfang an dabei war. In den 90er Jahren wurden dann die Oberösterreichischen Nachrichten als Medienpartner gewonnen. Dies war auch das erste Mal, dass Printmedien als Sponsoren auftraten. Über Preisausschreiben, Gewinnspiele, usw. wurde das Rennen damals enorm „gepusht“. Ein Wechsel in der Marketingabteilung der OÖ Nachrichten Ende der 90er Jahre führte allerdings zu einem Ende der Zusammenarbeit. Es wirkte sich positiv für die Rennen in Hinterstoder aus, dass sich die Kronen Zeitung als ÖSV Sponsor engagierte, denn diese Sponsorentätigkeit war automatisch auch mit der Berichterstattung bei den Weltcuprennen in Österreich verbunden. Aus diesem Grund ist die Kronen Zeitung indirekt auch ein Sponsor der Weltcupveranstaltung in Hinterstoder geworden.

Im Laufe der Jahre wurden die medialen Berichterstattungen vor und während der Rennen immer breiter angelegt und erreichten im Jahr 2011 einen neuen Höhepunkt. Im Vorfeld der Weltcupveranstaltung 2011 war Hinterstoder über mehrere Wochen in vielen unterschiedlichen Medien präsent. Bei den Medien Kronen Zeitung (Ausgabe Wien, NÖ, OÖ und Steiermark) und ORF hat Hinterstoder die größte Werbewirksamkeit erreicht. Absolut an erster Stelle mit einem Werbewert von rund 1,5 Millionen Euro steht die Kronen Zeitung, gefolgt vom oberösterreichischen Rundfunk mit knapp einer Million Euro. In kleineren Radiosendern, wie Life Radio Oberösterreich, Antenne Steiermark oder Radio Passau wurden immer wieder Eintrittskarten oder VIP-Karten für die Rennen verlost. Österreichweit wurde mit Hitradio Ö3 geworben. Dieser Sender ist der beliebteste Radiosender in Österreich und somit Marktführer. Er spricht besonders die Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren an, eine Altersgruppe, die auch vermehrt bei den Rennen in Hinterstoder überproportional vertreten waren. Hinterstoder war somit vor und auch während der Veranstaltung medial permanent präsent. Heuer wurde sogar erstmals im amerikanischen Fernsehen ein fünfminütiger Bericht über Hinterstoder gebracht und auch im holländischen und englischen Fernsehen wurde über Hinterstoder im Rahmen einer einstündigen Sendung berichtet. Gäste aus diesen Märkten haben in Hinterstoder angerufen und von den Berichterstattungen erzählt. Diese mediale Präsenz war bei den früheren Weltcupveranstaltungen nicht so stark ausgeprägt und zeigte eine dementsprechende Wirkung. Waren beispielsweise bei den Startnummernverlosungen des Jahres 2006 nur etwa 350 Zuschauer vor Ort, konnten im Jahr 2011 ein paar tausend registriert werden.

Diese Steigerung lässt sich auch auf das dargebotene Rahmenprogramm und die Kooperation mit Ö3 zurückführen, die sich als sehr erfolgreich erwiesen.

Für das Weltcupwochenende 2011 wurde von der Oberösterreichwerbung elf Monate vor Beginn der Rennen ein „Touristisches Marketing- und Eventkonzept Weltcup Hinterstoder 2011“ erstellt. Darin sind alle Ideen gesammelt, die jedoch aufgrund des limitierten Budgets nicht alle umgesetzt werden konnten. Unter anderem finden sich in diesem Konzept folgende vier Maßnahmenpakete für die Weltcupveranstaltung 2011:

- *Das ÖSV-Regional-Paket: Dieses Paket ist verpflichtend zu beauftragen und deckt die mit der Veranstaltung verbundene Marketing- und Werbeleistungen des Veranstalters, wie z.B. Fernsehübertragungen, Medienpräsenz oder Werbeflächen vor Ort – für Hinterstoder, Pyhrn-Priel und Oberösterreich – ab.*
- *Event-Paket. Die Eventisierung der Veranstaltung ist gegenüber der Vergangenheit besonders stark zu verbessern, nur so wird es uns gelingen den Weltcup langfristig in Hinterstoder zu behalten. Konkret geht es um ein Rahmenprogramm für die Zuschauer im Zuge der Veranstaltung. Darunter fallen z.B. ORF OÖ-Party am Freitag und Ö3-Mountainmania am Samstag bzw. die Startnummernauslosungen und Siegerehrungen oder die Bereitstellung eines großen Publikumszeltes samt Partyzelt für die Verpflegung und Unterhaltung der Besucher und Gäste. Das Branding und Angebot des Publikumszeltes könnte z.B. unter Genussland Oberösterreich laufen.*
- *Marketing-Paket. Durch ein Bündel von Maßnahmen im Bereich Werbung und Marketing wird ein bestmöglicher touristischer Zusatznutzen für Hinterstoder, Pyhrn-Priel und Oberösterreich erreicht. Die Maßnahmen sind in den klassischen Bereichen wie Pressearbeit, Kooperation mit Printmedien, TV und Radio, sowie neu auch in den Bereichen Online-Marketing und Social-Web angesiedelt.“*
- *Im Rahmen der Veranstaltung wird auch ein Side-Event für Projektentwickler, Investoren, Hotelbetreiber und Netzwerkpartner für zukünftige Hotelprojekte in Hinterstoder, der Region Pyhrn-Priel und Oberösterreich veranstaltet. Die TMG ist als Projektpartner selbstverständlich mit einbezogen.“ (Touristisches Marketing- und Eventkonzept Weltcup Hinterstoder 2011, S. 3f)*

8.3.2. Werbemaßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen:

Nach einem kurzen Einblick der Veränderung der Werbeintensität im Beobachtungszeitraum widmet sich dieses Kapitel speziell der Frage, auf welchen unterschiedlichen Ebenen das Weltcuprennen 2011 beworben wurde.

8.3.2.1. Homepage: <http://www.weltcup-hinterstoder.com/>

In der heutigen Zeit ist eine Homepage ein Medium, das für eine Veranstaltung unbedingt notwendig ist und viele Vorteile mit sich bringt. Die Veranstalter in Hinterstoder haben bereits sehr früh die Bedeutung dieses Mediums erkannt:

„Wir waren bestimmt einer der ersten Weltcupveranstalter, die eine Homepage gehabt haben.“ (SIEGFRIED KNIEWASSER, OK-Chef-Stellvertreter)

Die Homepage wurde von Anbeginn an von der TTG – Tourismus Technologie Gesellschaft – in Linz gestaltet und hat den Veranstaltern keinen Cent gekostet, weil zwei Mitarbeiter des Schiclubs freiwillig die Homepage betreut und gewartet haben.

Im Folgenden wird die Homepage kurz vorgestellt. Es gibt folgende Kategorien:

- Rennen: Programm für das Weltcupwochenende, Ergebnislisten der letzten Rennen, Streckendaten zu Super G und Riesentorlauf, Preisgeld
- Zuschauer: Informationen über Tickets, Quartiere, Rahmenprogramm, Veranstaltungsgelände, Anreise, Zug mit einer direkten Anreiseabfragefunktion und Parkplätze
- News: sämtliche aktuelle Artikeln und News
- Medien: Interview Corner, Akkreditierung, Presseberichte, Bilder, Youtube Channel und Logo
- Tourismus: Verweis auf die Homepages von Hinterstoder, der Region Pyhrn-Priel, den OÖ Tourismus, der Homepage Wintersport und den Homepages der Partnerbetriebe
- Kontakt: Erreichbarkeitsdaten des Organisationskomitees
- Download:

- Aktuelle Zeitungsartikel
- Aktuelle Interviews
- Videos: beispielsweise die Vorstellung der Rennstrecke oder Interviews über den Stand der Vorbereitungen
- Verweis auf nationale und regionale Partner der Weltcuprennen

8.3.2.2. Facebook:

Für die Weltcuprennen 2011 wurde zum ersten Mal eine Fanseite auf Facebook erstellt. Jeder konnte sich auf dieser Seite registrieren und wurde insbesondere vor der Veranstaltung mit allen wichtigen Neuigkeiten auf dem Laufenden gehalten. Es wurden Interviews, die der Pressechef der Rennen mit anderen Verantwortlichen geführt hat und einige Zeitungsartikeln auf die Seite gepostet. Auch wurden einige Bilder zu den Aufbauarbeiten des Rennens oder zur Rennstrecke online gestellt. Wer diese Seite angeklickt hat, war immer am neuesten Stand.

8.3.2.3. Homepages mit Verweis auf den „Weltcup“:

Neben der eigenen Weltcuphomepage des Veranstalters und der Facebook-Seite gab es noch weitere Homepages mit Informationen über das Weltcupwochenende, die auch noch Monate nach dem Weltcupevent präsent waren:

- <http://www.hinterstoder.at/>: die Homepage von Hinterstoder bietet die meisten Informationen rund um das Weltcuprennen. Unter dem Link „Ski-Weltcup“ sind Berichte und Interviews zu den Rennen zu finden. Weiters wird die Strecke, das Rahmenprogramm und die sanft-mobile Anreise per Bahn vorgestellt.
- <http://www.wintersport.at/>: auf dieser Seite befindet sich ein Link „Weltcup“ mit einem Artikel „Hinterstoder im Weltcup-Fieber“ und dem Verweis auf die Weltcuphomepage.
- <http://www.pyhrn-priel.net/de/start.html/>: auf der Seite der Urlaubsregion Pyhrn-Priel findet sich unter dem Button „Wintersport“ ein Link „Ski-Weltcup“. Es

wird kurz über den Weltcup berichtet, auf die aktuelle Weltcuphomepage und auf eine Buchungsanfrage verwiesen.

- <http://www.hiwu.at/hinterstoder/de/start.html/>: auf der Seite der Hinterstoder und Wurzeralm Bergbahnen wird die Weltcupstrecke vorgestellt und im Zuge dessen auf die Weltcupbewerbe verwiesen.

8.3.2.4. Pressekonferenzen vor dem Weltcupevent:

Im Rahmen von Pressekonferenzen, zu welchen die Pressevertreter bereits vor dem Weltcupwochenende eingeladen wurden, wurde intensiv für die beiden Rennen geworben. Insgesamt gab es fünf Pressekonferenzen, die von den Journalisten immer gut besucht waren.

Die Auftaktpressekonferenz fand am 04. Februar 2010, also ein Jahr vor Beginn der Rennen statt. Es wurde ein Rückblick auf die bisherigen Weltcuprennen und allgemeine Informationen zu der bevorstehenden Veranstaltung gegeben. Desweiteren wurde das Organisationskomitee kurz vorgestellt.

Die nächste Pressekonferenz („Oberösterreich rüstet sich für den Weltcup-Winter 2010/11“) ging am 11. Oktober 2010 über die Bühne. Viktor Sigl, Wirtschafts- und Tourismuslandesrat OÖ, berichtete unter anderem über die erfolgreiche Wintersaison 2009/10 und stellte die Investitionen in die touristische Infrastruktur dar. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ Tourismus, sprach von einem enormen Marktpotential in den Ostmärkten, über das Image Oberösterreichs als Wintersportland für Familien und über familienfreundliche Angebote in den oberösterreichischen Schigebieten. Im Bezug auf den Weltcup erläuterte Dietmar Habe, Tourismusdirektor der Urlaubsregion Pyhrn-Priel, die Erfolgsstory der letzten 25 Jahre und betonte die Modernisierung der Schigebiete Hinterstoder und Wurzeralm. Gerold Hackl, der OK-Chef der Rennen 2011, gab einen Einblick in den Stand der Vorbereitungen (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010e, S.2ff).

Bei der dritten Pressekonferenz („70 Tage bis zum Weltcupwochenende - Countdown in Hinterstoder läuft“) am 25. November 2010 sprach Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer unter anderem über die Investitionsmaßnahmen in Bezug auf das Weltcupzentrum Hinterstoder und über die einmalige Chance der Profilierung als Wintersportland Oberösterreich. Weiters wurde die Weltcupstrecke kurz vorgestellt.

Viktor Sigl strich die enorme wirtschaftliche Bedeutung der Rennen für die oberösterreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft hervor und erwähnte nochmals das große Marketingpotential, vor allem in den Ostmärkten. In den Erläuterungen von Hannes Trinkl und Gerold Hackl ging es wiederum um den Stand der derzeitigen Vorbereitungen. Sie sprachen über das Zuschauerinteresse, die Quartiere, die Sicherheitsmaßnahmen und über das einzigartige Rahmenprogramm (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010f, S. 2ff).

Am 22. Dezember 2010 fand die vierte Pressekonferenz („45 Tage bis zum Weltcup-Wochenende - ÖSV-Athleten trainieren in Hinterstoder“) statt. Der Landeshauptmann lud alle SchülerInnen aus Oberösterreich zu den Rennen ein und sprach weiter über die Förderung von Schulschikursen. In Viktor Sigls Ausführungen ging es um professionelle Nachwuchsförderung oberösterreichischer Athleten. Dr. Leo Windtner, Generaldirektor der Energie AG, stellte die Energie AG Oberösterreich als Partner für die Weltcuprennen in Hinterstoder vor. Der Regionalmanager ÖBB Personenverkehr OÖ, Dr. Paul Sonnleitner, berichtete über das ÖBB-Kombiticket, das um nur 23 Euro die Anreise zum Weltcup mit der Bahn erschwinglich und attraktiv machen sollte. Der Präsident des oberösterreichischen Schiverbandes, Dipl. Ing. Friedrich Niederndorfer, schilderte die erfreulichen sportlichen Leistungen der oberösterreichischen Athleten in der vergangenen Saison und sprach auch über das Landesnachwuchszentrum. Zu allerletzt berichtete Gerold Hackl über den Kartenvorverkauf, den Event der kurzen Wege und die Begeisterung der heimischen Topstars in Bezug auf die Weltcupstrecke (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2010g, S. 2ff).

Die letzte Pressekonferenz fand am 28. Jänner 2011 unter dem Motto „Finalwoche in Hinterstoder“ statt. Viktor Sigl betonte abermals den Schiweltcup als wichtigen Imagefaktor für das Sportland Oberösterreich. Harald Hois, der Geschäftsführer der OÖ Werbung, schilderte den zufriedenstellenden Beginn der Wintersaison 2010/11 und stellte das umfangreiche Rahmenprogramm vor. Unter dem Titel „Bereit für die Stars“ wurde der letzte Stand der Vorbereitungsmaßnahmen erläutert (vgl. Amt der OÖ Landesregierung, 2011, S. 2ff).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass diese fünf Pressekonferenzen nicht nur dafür genutzt wurden, um für die anstehenden Weltcuprennen zu werben, sondern auch um das Bundesland als Tourismus- und Sportland der Öffentlichkeit zu präsentieren. In

jeder Pressekonferenz wurde die wirtschaftlich hohe Bedeutung der Weltcuprennen für Oberösterreich hervorgehoben.

8.3.2.5. Hinterstoder Magazin „pur“:

Das Hinterstoder Magazin „pur“ ist ein Magazin, das seit dem Jahr 2003 herausgegeben wurde. Dabei wurden pro Jahr sowohl ein Sommer- als auch ein Wintermagazin produziert. Seit dem Winter 2009/2010 ist das Magazin hochwertiger und umfangreicher. Aus diesem Grund wird das Magazin seit diesem Zeitpunkt für das ganze Jahr erstellt, jeweils mit einem Sommer- und einem Wintercover. Der Inhalt bleibt jedoch der gleiche, nur das Cover ist unterschiedlich.

Im Zuge der Medienanalyse wurden die Inhalte beider Magazine der Jahre 2006/07 und 2010/11, in denen jeweils die Weltcuprennen stattgefunden hatten, untersucht.

Das Cover beider Jahre zeigt ein Schirennläufer. Am Cover 2006/07 ist der Namensgeber der neu erbauten Weltcupstrecke Hannes Trinkl während eines Rennens abgebildet. Auf der Coverseite des Magazins 2011/11 ist Bode Miller (USA) in Siegerpose nach seinem Erfolg beim Weltcupbewerb Super G am 20.12.2006 in Hinterstoder abgelichtet.

Im gesamten Magazin 2006/07 sind dem Weltcup zwei Seiten gewidmet. Im Gegensatz dazu berichtet das Magazin 2010/11 auf sechs Seiten über den Weltcupevent.

Vergleicht man nun beide Magazine, so ist die Berichterstattung des Jahres 2010/11 viel intensiver und ausführlicher, wobei jedoch im Gegensatz zum Jahr 2006/07 das Rahmenprogramm nicht vorgestellt wird.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass im Magazin 2010/11 über die Weltcupveranstaltung informationsintensiver berichtet wird. Dies hängt bestimmt auch damit zusammen, dass das Magazin als Ganzes seit zwei Jahren umfangreicher gestaltet wird.

8.3.2.6. Straßenbahn Linz:

Um auch in der Landeshauptstadt Linz auf das Weltcupwochenende in Hinterstoder aufmerksam zu machen, nahmen ab 1. Dezember 2010 in Linz Straßenbahnen als Werbeträger des Weltcups ihren Betrieb auf und fuhren von da an zwei Monate lang (siehe Abbildung 45). Dadurch konnte auch in Linz das Weltcupwochenende medial speziell in Szene gesetzt werden.

Auch wurde in den öffentlichen Verkehrsmitteln in Oberösterreich ein Hinweis auf die Weltcuprennen angebracht.



Abbildung 45: Weltcupstraßenbahn Linz

Quelle:

<http://www.facebook.com/index.php?lh=2876e6dd431c3cf8ef91f2cb4809c85e&#!/photo.php?fbid=467881968739&set=a.467881893739.252267.214869163739&type=1&theater/>

Weiters wurde den Zuschauern erstmalig eine sanft-mobile Anreise per Bahn zu den Rennen angeboten (siehe Abbildung 46). Da – wie bereits erwähnt – der Ort ein Mitglied der Kooperation „Perlen der Alpen“ ist, die auf nachhaltigen Tourismus setzt, wollte man dieses Konzept übernehmen und auf den Weltcup übertragen. Die Verantwortlichen für die Rennen 2011 gaben an, dass etwa 10-15% der Zuschauer mit der Bahn zu den Rennen angereist sind. Dabei ist noch anzumerken, dass sich der Bahnhof Hinterstoder etwa 10 km vor dem Ort befindet. Dadurch müssen etwa 2000 Personen mit 40 Autobussen zum Weltcupgeschehen befördert werden.



Abbildung: 46: Anreise per Bahn zu den Weltcuprennen 2011
Quelle: Hinterstoder Magazin „pur“, 2010/11, S. 37

8.3.2.7. Weltcupstand am Tag des Sports in Wien:

Am 25. September 2010 präsentierten sich die Verantwortlichen der Weltcuprennen 2011 am Tag des Sports mit einem Stand am Wiener Heldenplatz und schlugen somit auch die Werbetrommel für das Weltcupwochenende 2011. Marcel Hirscher, ein aktueller österreichischer Schirennläufer, war der Stargast. Er war das Werbegesicht für die Rennen. Die Besucher konnten sich an diesem Tag zahlreiche Informationen über die Weltcuprennen einholen und sich über den Stand der Vorbereitungen erkundigen.

In Abbildung 47 von links zu sehen sind Gerold Hackl (OK-Chef der Rennen), Viktor Sigl (Wirtschafts- und Tourismuslandesrat), Hannes Trinkl (Pistenchef), Karl Pramendorfer (Vorstand OÖ Tourismus) und Dietmar Habe (Tourismusdirektor der Urlaubsregion Pyhrn-Priel).



Abbildung 47: Tage des Sports 2010 in Wien

Quelle: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/alias/lto/news/100574708/news.html/>

8.3.2.8. Plakate:

Es wurden 16 Bogenplakate angefertigt (siehe Abbildung 48), die im ganzen Bundesland Oberösterreich angebracht wurden. Durch die Kooperation mit der Bundesbahn wurden sowohl an allen Bahnhöfen in Oberösterreich als auch im Ennstal und der Steiermark Plakate affiziert. In der Gemeinde Hinterstoder wurden zudem einige Weltcupfahnen angebracht, die auch noch nach dem Weltcupwochenende zu sehen waren (Abbildung 49).



Abbildung 48: Plakat Weltcup 2011
Quelle: Organisationskomitee Weltcup Hinterstoder



Abbildung 49: Fahne Weltcup 2011
Quelle: eigenes Foto

8.3.2.9. Flyer:

Seit Beginn der Rennen 1986 in Hinterstoder hat es für jedes Rennen einen speziellen Flyer gegeben. Leider erfolgte keine Archivierung bzw. Dokumentation der verwendeten Medien, sodass nur mehr die Flyer der Jahre 2006 und 2011 verglichen werden konnten (siehe Abbildung 50 und 51).

SKI-WELTCUP HINTERSTODER
SCHNUPPERN SIE WELTCUP-LUFT IN HINTERSTODER!

Der Weltcup macht Halt in Oberösterreich! Zum ersten Mal seit 1986 trifft sich heuer die Ski-Elite auf der neuen Weltcupstrecke, deren Namenspatron kein geringerer als Abfahrts-Weltmeister Hannes Trinkl ist. Am 20. Dezember wird die „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ mit dem ersten Speedwettbewerb in Hinterstoder aus der Taufe gehoben. Tags darauf kämpfen die besten Fiesentorlaufkroketen um die vordersten Plätze.

Kontaktadresse:
Weltcup Organisations-Komitee
A-4573 Hinterstoder 19
Tel.: +43 (0) 75 64 / 52 16 - 78
Fax: +43 (0) 75 64 / 52 16 - 85
weltcup@pptv.at
www.weltcup.at

Ticketpreise (1 Tag):
inkl. MWST

Kategorie	normal	Vorverkauf	im Paket = Mikroweg- abnahme 30 Karten
Kinder b. 15 J	frei	frei	frei
Erwachsene	€ 11,-	€ 10,-	€ 8,-
Tribüne SG	€ 25,-	€ 22,-	€ 22,-
Tribüne RTL	€ 25,-	€ 22,-	€ 22,-
VIP SG	€ 130,-	€ 110,-	€ 110,-
VIP RTL	€ 130,-	€ 110,-	€ 110,-
Fan-Club			€ 5,-

**Gesamtes Rahmenprogramm:
freier Eintritt!**

Ticketvorverkauf von Eintritts- und Tribünenkarten bei allen Raiffeisenbanken Österreichs außer Wien und Niederösterreich und bei österreichTicket. Sehen Sie live dabei & sichern Sie sich Ihre Tickets!
www.weltcup.at
E-Mail: weltcup@pptv.at
Tel.: +43 (0) 75 64 / 52 16-73

PROGRAMM

DIENSTAG, 19. 12. 2006

Krone-Ski Austria Weltcup Party / Höss Halle
ab 17:00 Uhr: Moderation durch **Harry Prünster**, begleitet von DJ und Millennium-Dancers
18:00 Uhr: **Shining Shadows**
18:30 Uhr: Startnummernvergabe Herren-Super-G
19:15 Uhr: **Aschenputtel**
20:10 Uhr: **Shining Shadows**
20:45 Uhr: Party pur mit **Liveband V-I-A**
22:15 Uhr: Party-Hits mit DJ
23:00 Uhr: Ende

MITTWOCH, 20. 12. 2006

Krone-Ski Austria Weltcup Party / Höss Halle
ab 17:00 Uhr: Moderation durch **Harry Prünster**, begleitet von DJ und Millennium-Dancers
18:15 Uhr: Siegerehrung Super G Herren
18:30 Uhr: Startnummernverlosung RTL Herren
19:15 Uhr: **Rising Girl**
20:30 Uhr: **Party pur mit Liveband V-I-A**
22:15 Uhr: Party-Hits mit DJ
23:00 Uhr: Ende

DONNERSTAG, 21. 12. 2006

ORF OÖ Bühne / Zielgelände
10:00 Uhr: Start Herren-RTL 1. Lauf
13:00 Uhr: Start Herren-RTL 2. Lauf

ORF OÖ Bühne / Zielgelände
12:00 Uhr: **Manuel Ortega**
14:00 Uhr: **Mystic Alpin**

HINTERSTODER

Abbildung 50: Flyer Weltcup 2006
Quelle: Organisationskomitee Weltcup Hinterstoder

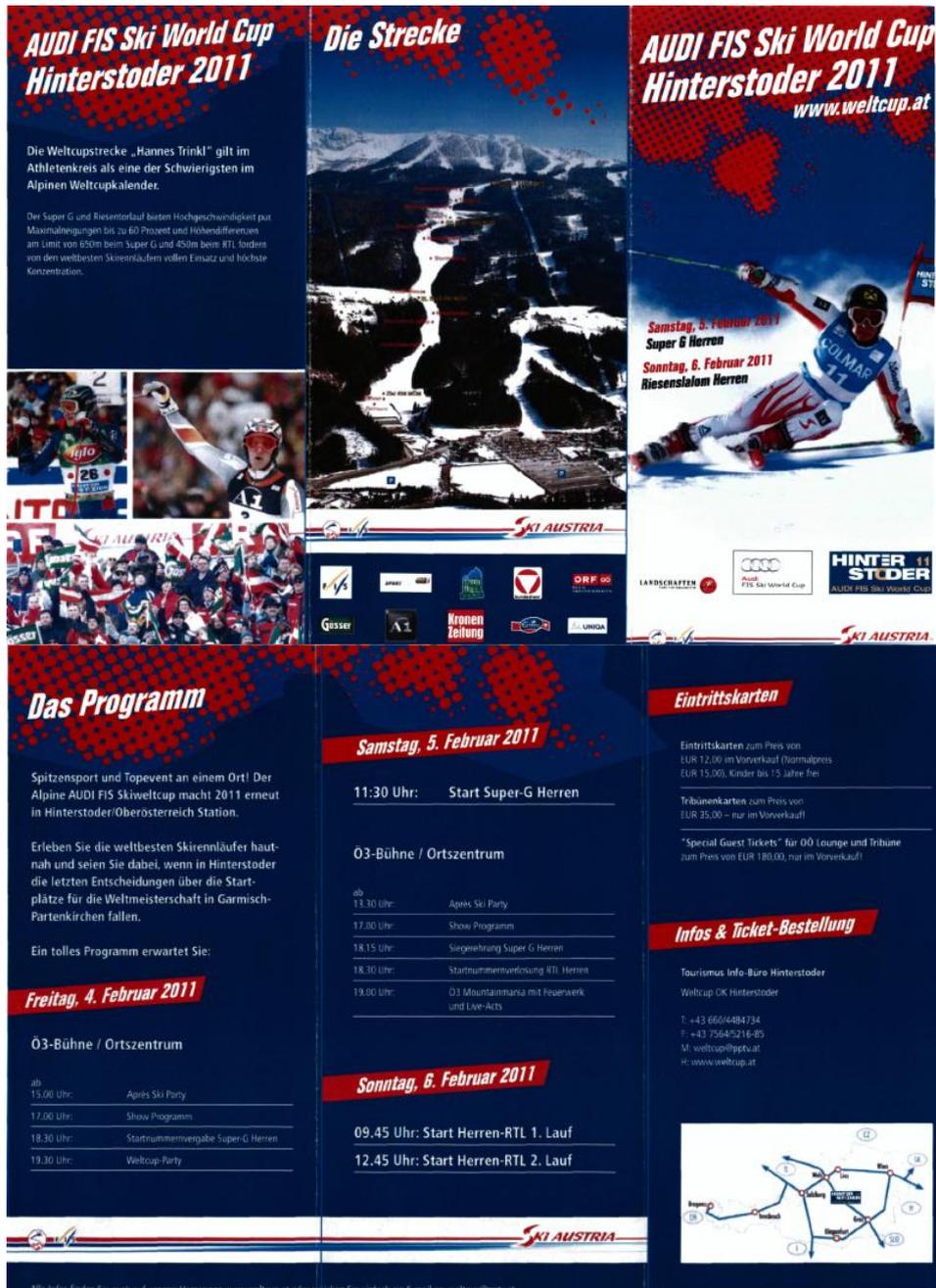


Abbildung 51: Flyer Weltcup 2011
Quelle: Organisationskomitee Weltcup Hinterstoder

Der Gesamteindruck beider Flyer lässt den Flyer 2011 als gelungenes Produkt erscheinen und zwar aus folgenden Gründen: er ist übersichtlicher, fokussierter und farbintensiver.

8.4. Veränderung der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit:

Als letzten Punkt der Nachhaltigkeitsanalyse wird kurz auf die Veränderung der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit eingegangen.

Die Gemeinde Hinterstoder hat laut Aussagen des Bürgermeisters Helmut Wallner heute einen immensen Baulandüberhang, sodass in den nächsten 60 Jahren kein Bedarf an neuen Widmungsflächen zu erwarten ist. Es wurden einige Hektar wieder rückgewidmet. Für Zweitwohnsitze sind in den letzten Jahren sogar in der Gemeinde keine Widmungen mehr vorgesehen. Allerdings werden bei der Standortsuche für größere Betriebe, die rein für den Tourismus genutzt werden, Ausnahmen in Aussicht gestellt.

In den Tabellen 13, 14 und 15 sind die Flächenbilanzen der Jahre 1994, 2000 und 2005 tabellarisch aufbereitet. In der Flächenbilanz des Jahres 1994 zählen die Tourismusflächen zur Kategorie „Kur- und Fremdenverkehrsgebiete“, im Jahr 2000 werden sie der Kategorie „Sondergebiete des Baulandes“ zugeordnet.

Weiters ist anzumerken, dass die Weltcupstrecke in die Kategorie Sportfläche fällt. Im Gegensatz dazu sind die Pisten Sonderwidmungen. Die Piste ist somit Sondergebiet Bauland und die Weltcupstrecke ist eine Sportfläche.

Tabelle 13: Flächenbilanz November 1994

	GESAMT (in m²)	BEBAUT	%	NICHT BEBAUT	%	ANTEIL %
BAULAND GESAMT	1.082.700	611.893	56,52	470.807	43,48	100,00
DAVON						
WOHNGEBIET	356.025	220.875	62,04	135.150	37,96	32,88
REINES WOHNGEBIET	58.825	40.150	68,25	18.675	31,75	5,43
DORFGEBIET	53.050	32.550	61,36	20.500	38,64	4,90
GEMISCHTES BAUGEBIET	97.600	59.975	61,45	37.625	38,55	9,02

EINGESCHRIEBENES GEMISCHTES BAUGEBIET	7.300	-----	0,00	7.300	100,00	0,67
BETRIEBSBAUGEBIET	26.900	12.700	47,21	14.200	52,79	2,49
GEBIET FÜR ZEITWEILIGEN WOHNBEDARF	338.175	188.928	55,87	149.247	44,13	31,23
KUR- U.FREMDEVERKEHR SGEBIET	144.825	56.715	39,16	88.111	60,84	13,38

Quelle: Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder

Tabelle 14: Flächenbilanz März 2000

	GESAMT (in m²)	BEBAUT	%	NICHT BEBAUT	%	ANTEIL %
BAULAND GESAMT	1,158.552,00	628.916,00	54,28	529.636,00	45,72	100,00
DAVON						
WOHN- GEBIET+REI- NES WOHN- GEBIET	463.615,00	275.023,00	59,32	188.592,00	40,68	40,02
DORF- GEBIET	70.023,00	46.126,00	64,04	25.897,00	35,96	6,22
GEMISCHTES BAUGEBIET	110.451,00	57.662,00	52,21	52.789,00	47,79	9,53
BETRIEBS- BAUGEBIET	43.596,00	17.234,00	39,53	26.362,00	60,47	3,76
GEBIET FÜR ZEITWEILIGEN WOHNBEDARF	319.758,00	178.784,00	55,91	140.974,00	44,09	27,60
SONDER- GEBIET DES BAULANDES	149.109,00	54.087,00	36,27	95.022,00	63,73	12,87

Quelle: Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder

Tabelle 15: Flächenbilanz April 2005

	GESAMT (in m²)	BEBAUT	%	NICHT BEBAUT	%	ANTEIL %
BAULAND GESAMT	1.064.103,24	690.443,35	64,88	373.659,89	35,12	100,00
DAVON						
WOHNGEBIET	379.741,90	258.341,91	68,03	121.399,99	31,97	35,69
DORFGEBIET	60.584,55	53.660,14	88,57	6.924,41	11,43	5,69
GEMISCHTES BAUGEBIET	107.528,82	85.731,75	79,73	21.797,07	20,27	10,11
EINGESCHRIEBEN ES GEMISCHTES BAUGEBIET	20.273,54	4.520,74	22,30	15.752,80	77,70	1,91
GEBIET FÜR GESCHÄFTSBAUT EN	2.354,64	2.354,64	100,0	0,00	0,00	0,22
BETRIEBSBAUGE BIET	35.733,01	20.400,84	57,09	15.332,17	42,91	3,36
GEBIET FÜR ZEITWEILIGEN WOHNBEDARF	301.671,36	184.687,37	61,22	116.983,99	38,78	28,35
SONDERGEBIET DES BAULANDES	156.215,42	80.745,96	51,69	75.469,46	48,31	14,68

Quelle: Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder

Der Vergleich der Kur- und Fremdenverkehrsgebiete bzw. der Sondergebiete des Baulandes zeigt besonders im Zeitraum von 2000 bis 2005 eine deutliche Veränderung. Waren im Jahr 2000 nur 36,27% der gewidmeten Flächen verbaut, erhöhte sich dieser Anteil im Jahr 2005 auf 51,69%.

Im Folgenden wird ein Blick auf den Baulandverbrauch geworfen. Im Zeitraum von 1994 und 2001 betrug der Verbrauch pro Jahr im Schnitt 12.051 m². Der Anteil des nicht konsumierten Baulandes konnte von März 2000 bis April 2005 von 45,72% auf

35,12% gesenkt werden (vgl. Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder, S. 71).

Aufgrund geänderter Zuordnungen im Laufe der Jahre ist ein Baulandverbrauch nach Kategorien nicht zielführend. Es wurde jedoch der Flächenverbrauch für touristische Einrichtungen überprüft. Darunter fallen Einrichtungen für Nächtigungen, Gastronomie, Seilbahn, Museum usw., unter anderem die Erweiterung des Landhotels Poppengut, die Errichtung des Alpineums, die Planung der Hösshalle und noch weitere. Den Bedarf für private, öffentliche und gewerbliche Bauten gemessen an der Bautätigkeit im Zeitraum von 1998 bis 2005 würde eine Fläche von ca. 15.100 m²/Jahr abdecken können (vgl. Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder, S. 72).

In der Gemeinde Hinterstoder ist seit einigen Jahren ein Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen. Die Entscheidungsträger der Gemeinde nannten dafür folgenden Grund: Für die Einheimischen war das Angebot an gut gelegenen und preislich erschwinglichen Grundstücken zu gering und deshalb hat eine Abwanderungswelle eingesetzt. Würden die Grundstücke für Wohnbebauung weiter reduziert werden, hätte dies eine Erhöhung der Grundstückspreise zur Folge (vgl. Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder, S. 72).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass im Bezug auf die Weltcupbewerbe im Ort Hinterstoder keine speziellen Raumansprüche festgestellt werden konnten. Die Veränderung des Raumes steht nicht in direkter Abhängigkeit zu den Weltcuprennen. Es wurden keine Flächen auf Grund des Events „Weltcup“ umgewidmet. Somit übt der Weltcup keinen Einfluss auf die Raumansprüche der Gemeinde aus.

8.5. Blick in die zukünftige Entwicklung des Weltcuportes:

In diesem Kapitel wird noch kurz ein Blick auf die zukünftige Entwicklung der Gemeinde Hinterstoder geworfen.

Der Nächtigungsrückgang in der Gemeinde Hinterstoder wurde im ersten Teil der Nachhaltigkeitsanalyse schon eingehend beleuchtet. Das Ziel des Bürgermeisters ist es, die Nächtigungen in den kommenden Jahren wieder zu steigern.

„Da wo wir jetzt sind, können wir nicht überleben. Die Betriebe brauchen die Auslastung. Alles kann man nicht mit Tagesgästen auffüllen. Es müssen auch Gäste im Ort sein.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

Weiters erläutert der Bürgermeister, dass die Erhöhung der Nächtigungszahlen mehr Arbeitsplätze schaffen und somit der Abwanderungsproblematik entgegenwirke würde. Im gleichen Atemzug erwähnt er jedoch, dass viele Einheimische nicht im Tourismus beschäftigt sind und die Mitarbeiter von überall nach Hinterstoder strömen. Dadurch ist ein weiteres Ziel die Förderung des Hauptwohnsitzes, um wieder mehr Einwohner zu bekommen. Auch die Erhöhung der Gästezahlen nennt der Bürgermeister als Ziel. Da sich eine Gemeinde aus den Ertragsanteilen finanziert, ist dies dringend nötig. Die Strategien für diese Ziele müssen jedoch noch entwickelt werden. Momentan wird am zukünftigen Weg der Gemeinde im Strategieprogramm „Hinterstoder 2020“ schon gearbeitet. Dabei können alle Bürger der Gemeinde ihren Beitrag leisten. Das aktive Mitwirken des gesamten Dorfs ist dabei besonders erwünscht.

Im Örtlichen Entwicklungskonzept der Gemeinde Hinterstoder befindet sich ein Passus mit Problembereichen des Ortes. Für den Problembereich „Tourismus“ sind einige Ziele und dazugehörige Maßnahmen aufgeschlüsselt. Es muss in den nächsten Jahren eine bessere Auslastung der Tourismuseinrichtungen angestrebt werden. Die Maßnahmen dafür werden in der 4-Stern-Kategorie, in Qualitätsverbesserungen und einer gezielten Werbung mit neuen Werbestrategien gesehen. Weiters muss eine ständige Weiterentwicklung geschehen und es darf die Zufriedenheit über das Erreichte nicht Überhand gewinnen. Die Qualität ist ein weiterer Problembereich. Das Ziel hierbei

sollte sein neue Qualitätsbetriebe und neue touristische Freizeitanlagen zu verwirklichen. Auch müssen bestehende Betriebe erhalten und qualitativ verbessert werden (vgl. Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder, S. 81ff).

Weiters will sich die Gemeinde als Ganzjahresdestination profilieren. Deshalb wurde auch in den vergangenen Jahren intensiv in den Sommertourismus investiert, indem die Wanderwege ausgebaut wurden und im Zuge dessen die Rundwanderwelt entstanden ist. Für den Wintertourismus hat das Schischaubahnprojekt nach Vorderstoder in den kommenden Jahren höchste Priorität.

Alle Interviewten haben mir bestätigt, dass sie im aktuellen Trend zum Kurzurlaub eine Riesenchance für die Gemeinde sehen. Die Menschen wollen nicht mehr weit weg reisen, sondern das Angebot, das sich in ihrer unmittelbaren Nähe befindet, wahrnehmen. Durch die Anbindung an die Autobahn liegt Hinterstoder verkehrsgünstig.

Mit der Kooperation „Perlen der Alpen“ hat die Gemeinde einen neuen und vor allem nachhaltigen Weg im Tourismus eingeschlagen. Diese zweite touristische Schiene ist den Verantwortlichen in der Gemeinde enorm wichtig und wurde auch bei den Weltcupbewerben 2011 mit dem Angebot einer umweltfreundlichen und komfortablen Anreise per Bahn umgesetzt. Das Projekt „Stoder sanftmobil“ ist dem Bürgermeister der Gemeinde ein großes Anliegen, um dem Thema Nachhaltigkeit gerecht werden und das zukünftige Verkehrsaufkommen in der Gemeinde einschränken zu können. Es werden den Gästen verschiedene Mobilitäts-Services (z.B.: Wandertaxi, Rodeltaxi, Schibus, Transferfahrten vom Flughafen, usw.) angeboten. In Hinterstoder gibt es auch zahlreiche Perlen der Alpen-Partnerbetriebe, die diesen umweltfreundlichen Weg des Reisens unterstützen und auch bei der Umsetzung von Mobilitätsprojekten mitwirken. Ziel ist es in naher Zukunft das Mobilitätsangebot von Hinterstoder weiter auszubauen und zu verbessern (vgl. Hinterstoder Magazin „pur“, 2010/11, S. 52ff).

Helmut Holzinger, Vorstand der HIWU Bergbahnen, betonte im Interview, dass er die Schulschikurse weiter forcieren will, um die Wertschöpfung im eigenen Bundesland halten zu können. Derzeit gibt es in Oberösterreich 21.000 Schüler, die auf Schikurs fahren. Tatsächlich verbringen jedoch nur 7.000 Schüler die Schiwoche im eigenen Bundesland. Von diesen 7.000 bleiben 3.500 Schüler in der Region, sprich entweder im

Schigebiet Hinterstoder oder auf der Wurzeralm. Der Schikurs kostet den Schülern 150 Euro. Das Land sponsert gemeinsam mit den Bergbahnen die Liftkarten. Dies ist für fünf Jahre gesichert. Das Problem jedoch ist, dass es der Region an Jugendquartieren fehlt.

Laut dem Organisationschef der Weltcuprennen 2011 Gerold Hackl ist das Ziel für die Gemeinde künftig in einem Drei-Jahres-Rhythmus den Weltcup ins Stodertal zu bringen und einen entsprechend großen Event zu veranstalten.

Ein weiteres klares Ziel für Hinterstoder ist die Suche nach Investoren für neue qualitativ hochwertige Hotelprojekte. Dazu will man insbesondere den Rückenwind des Weltcups nutzen. Gleichzeitig ist es aber genauso wichtig, in die bestehenden Betriebe zu investieren und diese qualitativ zu verbessern, um die dörfliche Struktur der Gemeinde erhalten zu können.

Auf die Frage, wo die Gemeinde Hinterstoder in zehn bzw. zwanzig Jahren positioniert ist, antwortet der Bürgermeister wie folgt:

„Unsere Hardware, also unsere Gebäude, haben wir bis auf ein paar Kleinigkeiten ziemlich ausgereizt. Von der Gemeinde müssen wir den Wert darauf legen, dass wir uns touristisch weiterentwickeln und dass die Vermarktung und die Werbung noch besser funktionieren.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

Mit dem Wort „ausgereizt“ meint der Bürgermeister, dass die infrastrukturelle Basis des Ortes bereits in den letzten Jahren erschaffen wurde und in naher Zukunft keine neuen Gebäude errichtet werden müssen.

Auch Hinterstoder kann sich dem Klimawandel in naher Zukunft nicht entziehen. Die dadurch entstehenden Problembereiche, wie beispielsweise teurere Erreichbarkeit durch steigende Benzinpreise oder steigende Schikartenpreise, werden auch Auswirkungen auf die Entwicklung der Gemeinde mit sich bringen. Der Bürgermeister sieht dem jedoch gelassen entgegen. Er konnte allerdings nicht konkret sagen, wie sich die

Auswirkungen in den nächsten Jahren in der Gemeinde im Besonderen darstellen werden.

Zum Abschluss dieses Kapitels beschreibt der Bürgermeister von Hinterstoder Helmut Wallner seine persönliche Vision für die zukünftige Entwicklung der Gemeinde wie folgt:

„Das Hinterstoder in meiner Vision ist ein Dorf, das uns alle fordert – es soll so sein wie die grandiosen Berge rundherum – charakternvoll, einzigartig und unverwechselbar. Wir werden dahingehend gefordert, als dass wir mit allem, was wir tun, das Ziel verfolgen, unverwechselbar zu sein. Das Hinterstoder in meiner Vision ist nichts für „Weicheier“ – es ist kein klassisches Alpendorf, das es allen recht machen will [...] Wenn ich möchte, dass mein Dorf unverwechselbar wird, dann hat das vehemente Auswirkungen auf die Art, wie ich Tourismus in einem Alpental betreibe [...] Ich muss mich auf meine Stärken besinnen und diese weiterentwickeln. Unsere Stärke liegt in einer beachtlichen Ganzjahrestourismus-Infrastruktur [...] Unser Schwerpunkt für die Zukunft kann nicht auf dem Mehr, sondern nur auf dem Besser liegen.“ (Hinterstoder Magazin „pur“, 2010/11, S. 45f).

9. ZUSAMMENFASSUNG

Diese Zusammenfassung soll alle wichtigen Aspekte meiner Diplomarbeit in komprimierter Form darlegen und im Zuge dessen eine Antwort auf die zu Beginn meiner Arbeit formulierten zentralen Fragestellung geben, nämlich ob die Veranstaltung eines Megaevents, wie es ein Weltcuprennen darstellt, eine dörfliche Struktur nachhaltig zu verändern vermag.

Zu Beginn der vorliegenden Diplomarbeit wurde der Wertewandel in der westlichen Gesellschaft, der den Grundstein für eine freizeitorientierte Erlebnisgesellschaft gelegt hat, erläutert. Viele Menschen wollen in ihrer Freizeit Einzigartiges erleben. Und genau dies kann durch Events in die Realität umgesetzt werden. Besonders der Bereich von Sportevents zählt in der heutigen Gesellschaft zu beliebten Freizeitaktivitäten. Die Sportzuschauer fühlen sich in das Wettkampfgeschehen involviert und fiebern mit den Sportlern mit.

Nach diesem einleitenden Theorieteil wurde die positive touristische Entwicklung in Oberösterreich geschildert. Besonders die Entwicklung der Ankünfte zeigt einen äußerst positiven Verlauf. Die Ankünfte im Winter konnten im Beobachtungszeitraum 1984 bis 2010 um 112,1% gesteigert werden. Im Gegensatz dazu konnte die Nächtigungsentwicklung in Oberösterreich kein so positives Ergebnis liefern. Besonders die Nächtigungen im Sommer verzeichneten im Beobachtungszeitraum einen Verlust von 27,1%, im Winter hingegen war im selben Zeitraum ein Nächtigungszuwachs von 33,1% zu vermelden.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wurde die Urlaubsregion Pyhrn-Priel, die älteste und traditionsreichste Urlaubsregion in Oberösterreich, und die Untersuchungsgemeinde Hinterstoder vorgestellt. Seit 2001 haben sich die neun Gemeinden der Region zu einem mehrgemeindigen Tourismusverband zusammengeschlossen. In den vergangenen zwanzig Jahren hat sich in der Untersuchungsgemeinde, in welcher der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor ist, in Bezug auf die infrastrukturellen Einrichtungen viel verändert. Seit 1994 ist Hinterstoder Dorferneuerungsgemeinde und auf Grund dieses

Titels wurden alle öffentlichen Gebäude renoviert. Seit 2007 ist Hinterstoder Mitglied der Kooperationsgemeinschaft „Perlen der Alpen“, die einen nachhaltigen Tourismus betreiben.

Weiters wurde auf das Phänomen „Schiweltcup“ näher eingegangen. Hinterstoder ist der einzige Ort in Oberösterreich, der die Voraussetzungen für die Austragung eines Weltcuprennens erfüllt. Die kleine Gemeinde blickt auf eine 25-jährige Tradition von Veranstaltungen im Rahmen des Schiweltcups im Stodertal zurück. Es wurden im Zeitraum von 1986 bis 2011 zwölf Rennen veranstaltet. Bis ins Jahr 2000 wurden die Rennen noch auf der Bärenalm, ein Schigebiet, das etwa 6 km taleinwärts liegt, ausgetragen. Die letzten beiden Weltcupveranstaltungen fanden dann schon auf der Hutterer Höss statt.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wurde der Frage nachgegangen, ob die Rennen tatsächlich eine positive Entwicklung in Hinterstoder bzw. in der Region Pyhrn-Priel unterstützen und ob diese auch von nachhaltiger wirtschaftlicher Bedeutung sind. Die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsanalyse sollen eine Antwort auf die zu Beginn meiner Arbeit formulierten Annahme liefern:

„Ein Event in der Größenordnung eines Weltcuprennes steigert in der Folge die touristische Nachfrage signifikant und veranlasst auch die touristische Angebotsseite zu einer signifikanten Erhöhung ihrer Investitionen.“

Diese Annahme wurde anhand der Entwicklung der touristischen Infrastruktur, der Entwicklung des lokalen Angebots, einer Marketinganalyse und der Veränderung der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit untersucht.

Durch die Analyse der Entwicklung der touristischen Ankünfte und Nächtigungen in Hinterstoder konnte der erste Teil des geäußerten vermuteten Zusammenhanges sofort verworfen werden. Jeweils in den Saisonen nach den Weltcupbewerben war kein Anstieg der touristischen Nachfrage nachweisbar. Sowohl die Ankünfte als auch die Nächtigungen sind im gesamten Beobachtungszeitraum durch eine hohe Volatilität gekennzeichnet. Bei den Ankünften schnitt die gesamte Region in den Winterhalbjahren besser ab als der Weltcuport. Die positivste Entwicklung im Hinblick auf die

Entwicklung der Ankünfte legte das Bundesland Oberösterreich hin. Diese Entwicklung konnte Hinterstoder in keinsten Weise mitgehen. Bei einer differenzierten Betrachtung der Inländer- und Ausländerankünfte wurde sofort ersichtlich, dass die Schere zwischen Inländern und Ausländern immer weiter zusammengerückt ist. Besonders die tschechischen Gäste besuchten in den letzten Jahren vermehrt Hinterstoder. Im Jahr 2009 waren sie mit 47% die ankunftsstärkste ausländische Nation in Hinterstoder.

Auch die Entwicklung der Nächtigungen zeigte im Beobachtungszeitraum eine rückläufige Tendenz. Im Vergleich mit der Region und dem Bundesland Oberösterreich schnitt die Untersuchungsgemeinde am Schlechtesten ab.

Die Beherbergungsbetriebe wiesen im Beobachtungszeitraum auch einen Rückgang auf. Somit war es nicht möglich Betten aufgrund des Weltcupevents in der Region dazu zu bekommen. Ein weiteres Faktum ist, dass es dem Ort an Qualitätsbetten fehlt. Aus diesem Grund ist es ein Ziel für die Verantwortlichen der Gemeinde für die kommenden Jahre Betriebe der höheren Sternekategorie zu realisieren.

Für das Schigebiet Hutterer Höss waren die Weltcupbewerbe anfänglich keine Impulsgeber für den Bau neuer Liftanlagen. Ein entscheidender Meilenstein war die Privatisierung des Schigebiets im Jahre 1999 durch ÖSV-Präsident Peter Schröcksnadel. Ab diesem Zeitpunkt hat das Land in die Erneuerung der Beschneiungsanlagen und in die Erweiterung des Schigebiets investiert. Somit kann ab der Jahrtausendwende ein kausaler Zusammenhang zwischen den Weltcuprennen und der Investition in das Schigebiet hergestellt werden.

Der zweite Teil der zentralen Annahme konnte durch die Ergebnisse meiner Analysen durchaus bestätigt werden. Durch die Veranstaltung der Weltcuprennen der Jahre 2006 und 2011 wurden einige infrastrukturelle Erneuerungen im Ort umgesetzt, wie folgende Aufzählung zeigt:

- Hösshalle (Jahr 2002)
- Tunnel (Jahr 2003)
- „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ (Jahr 2006)
- Neue Talstation (Jahr 2010)
- Landesnachwuchszentrum (Jahr 2010)

Diese umgesetzten Projekte würde es ohne den Rückenwind des Weltcupevents in der Gemeinde nicht geben. Durch die „Hannes Trinkl Weltcupstrecke“ konnte eine zweite sehr selektive Talabfahrt realisiert werden und diese verspricht auch für die kommenden Jahre, dass der alpine Weltcuptrass wieder nach Hinterstoder zurückkehrt.

Die Recherche nach speziellen Angeboten für internationale Tourismuskäste ließ mich zu dem Ergebnis kommen, dass die Weltcuprennen in bestimmten Bereichen kleinere Veränderungen des lokalen Angebots, vor allem im Gastronomiebereich, bewirkt haben. Mehrsprachige Hinweisschilder für die ausländischen Besucher sind hingegen in der Gemeinde nicht angedacht. Die Wanderwegbeschilderungen wurden auf der Basis von Orientierungsfarben konzipiert, sodass sie für jeden verständlich sind.

Ein Blick auf das Tourismusmarketing hat gezeigt, dass dieses seit dem Jahr 2001 mit dem Zusammenschluss der Regionen zu einem mehrgemeindigen Tourismusverband für die gesamte Region organisiert wird. Dabei werden die ausländischen Besucher, besonders die Deutschen und die Tschechen berücksichtigt.

Von den aufrufbaren Homepages, die Informationen über die Region für ausländische Besucher beinhalten, ist die Homepage Hinterstoder jene, die nur in deutscher Sprache verfügbar ist. Die Texte der Homepage der Region Pyhrn-Priel hingegen sind sowohl in Deutsch als auch auf Englisch und Tschechisch verfasst.

Im Zuge der Interviews die Marketingmaßnahmen betreffend, wurde darauf hingewiesen, dass eine gezielte Werbung im Vorfeld einer großen Veranstaltung ein absolutes Muss darstellt, um so viele Menschen wie möglich anzusprechen. Dabei bedarf es Maßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen, um auch verschiedene Sozial- und Altersgruppen zu erreichen. Die Effizienz der PR-Kampagne war 2011 extrem hoch. Es gab laut Aussagen einiger Verantwortlichen im Organisationskomitee fast keinen Oberösterreicher, der nicht über die Weltcuprennen 2011 Bescheid wusste oder in irgendeiner Art und Weise darauf aufmerksam gemacht wurde. Erreicht wurde dieser Erfolg durch multimediale Präsenz. Angefangen von den Radiospots, den Fernseheinschaltungen, über die Berichterstattung der Rennvorbereitungen bis hin zur oftmaligen Vorstellung des Rahmenprogramms wurde der potentielle Besucher intensiv umworben. Hinterstoder war über Wochen hinweg in vielen unterschiedlichen Medien Thema. Die deutlich gestiegenen Buchungsanfragen nach dem Weltcupwochenende 2011 dokumentieren den nachhaltig wirksamen Erfolg der eingesetzten Werbestrategien.

Besonders erwähnenswert sind die fünf Pressekonferenzen, die im Vorfeld der Weltcuprennen abgehalten wurden. Sie trugen maßgeblich dazu bei, dass die Journalisten schon im Vorfeld der Veranstaltung ausführlich über den Weltcup berichten konnten. Weiters wurde als besonders effektiver „eyecatcher“ in Linz eine Straßenbahngarnitur mit dem Weltcuplogo beschriftet und in allen öffentlichen Verkehrsmitteln ein Hinweis auf die Weltcuprennen geschaltet. Der budgetäre Mehraufwand im Vergleich zu früheren Veranstaltungen machte sich bezahlt. Der Zuschaueransturm an beiden Tagen mit etwa 20.000 Personen/Tag gab den Verantwortlichen des Organisationskomitees recht.

In zahlreichen Interviews mit Verantwortlichen und Bewohnern der Gemeinde wurde immer die Frage nach der nachhaltigen Wirkung der Weltcuprennen für den Ort Hinterstoder gestellt. Exemplarisch sind im Folgenden ein paar Antworten aufgelistet:

„Der Weltcup hilft uns beim Image schon sehr [...] Durch den Weltcup haben wir unsere Infrastruktur ausbauen können. Das kommt unseren Gästen, aber auch unserem Ort und unseren Einwohnern zugute [...] Wir haben einen Bekanntheitsgrad erreicht, den viele Orte nicht haben. Das hat man nicht nur durch ein Weltcuprennen erreicht, sondern durch die Wiederholungen.“ (HELMUT WALLNER, Bürgermeister von Hinterstoder)

„Die Rennen sind ein absoluter Gewinn für Hinterstoder. Jedoch ist das Marketingkonzept falsch. Es wird immer Pyhrn-Priel vermarktet und das kennt kein Mensch. Ich muss mit der Marke Hinterstoder werben. Wenn ich Hinterstoder vermarke, dann kann ich bestimmt nachhaltig etwas bewegen. Gerade jetzt muss man das umdrehen, da man die Chance durch den Weltcup hat.“ (GEROLD HACKL, OK-Chef der Weltcuprennen 2011)

„Es geht um das Sportland Oberösterreich. Das Land kann zeigen, dass man in Oberösterreich Schi fahren kann. Das Image muss weiter gefördert werden und dies ist für einen Ort unbezahlbar. Hinterstoder kennt man. Wir dürfen mit den Top Playern in Europa mitspielen.“ (HELMUT HOLZINGER, technischer Vorstand der HIWU-Bergbahnen)

„Das Rennen bringt natürlich unmittelbar eine verstärkte Nachfrage, das ist klar. Ob es den Titel Nachhaltigkeit verdient, bin ich mir nicht so sicher [...] Aber was für mich das Thema Nachhaltigkeit ist, was wir aber nie geschafft haben, ist strukturell etwas zu verändern. Was man nicht unterschätzen darf und das ist ja positiv – es ist viel

Infrastruktur geschaffen worden durch den Weltcup und das ist nachhaltig [...] Die Hannes Trinkl Piste hat eine sehr starke touristische Bedeutung [...] Was uns aber nicht gelungen ist, Betten in der Region durch den Weltcup zu halten. So ehrlich müssen wir auch sein, da haben wir versagt. Vielleicht ist auch die Erwartung zu groß.“ (DIETMAR HABE, Tourismusdirektor der Urlaubsregion Pyhrn-Priel)

„Besonders heuer hat man gesehen, dass die Nachfrage nach den Rennen sehr groß war. Der Ort war sehr gut gebucht und die Lifte haben eine gute Auslastung gehabt [...] Hinterstoder ist die Veranstaltung mit der größten Werbewirksamkeit im Bundesland Oberösterreich.“ (SIEGFRIED KNIEWASSER, OK-Chef-Stellvertreter der Weltcuprennen 2011)

„Der Weltcup ist eine Riesenveranstaltung und hat eine enorm hohe wirtschaftliche Bedeutung für unseren Ort. Man braucht sich nur die infrastrukturellen Erneuerungen anschauen, die hätte es ohne den Weltcup bestimmt nicht gegeben.“ (BEWOHNER DER GEMEINDE)

„Die Werbung in den TV-Berichterstattungen ist für unseren kleinen Ort unbezahlbar. Die Bilder gehen um die ganze Welt. Viele Menschen kennen unseren Ort.“ (BEWOHNER DER GEMEINDE)

„Viele Menschen haben mir während des Weltcupwochenendes gesagt, wie schön der Ort mit seiner einzigartigen Bergkulisse ist und dass sie bestimmt wieder kommen werden.“ (BEWOHNER DER GEMEINDE)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der Weltcup zwar durchaus die Entwicklung eines kleinen Ortes wie Hinterstoder kurzfristig positiv stimulieren kann, längerfristig bedarf es allerdings stärkerer lokaler touristischer Marketingstrategien, um dem Ort nachhaltig eine positive Entwicklungsperspektive zu geben. Mit Hilfe der durchgeführten Nachhaltigkeitsanalyse konnte zumindest aufgezeigt werden, dass es eine Hannes Trinkl Piste, die Hösshalle, den Tunnel, die neue Talstation und das Landesnachwuchszentrum ohne den Rückenwind und direkten Impulsgeber „Weltcup“ bis heute in der Gemeinde nicht geben würde. Jetzt geht es darum auf der Basis dieser infrastrukturellen Erneuerungen nachhaltig die Ankunfts- und Nächtigungszahlen zu erhöhen. Nur wenn das gelingt kann den Weltcuprennen gerechtfertigter Weise die Funktion einer Triebfeder zur Absicherung einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung der Kommune zuerkannt werden.

ANHANG

Literaturverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abstract

Lebenslauf

LITERATURVERZEICHNIS

BETTE, Karl-Heinrich und Uwe SCHIMANK (2000): Sportevents: Eine Verschränkung von „erster“ und „zweiter“ Moderne. In: GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

BRÖNNIMANN, Max (1982): Die touristische Bedeutung von Wintersport-Großveranstaltungen. Bern

BRUHN, Manfred (1997): Kommunikationspolitik. Bedeutung – Strategien – Instrumente. München: Franz Vahlen

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly (1985): Das flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile: im Tun aufgehen. Stuttgart: Klett-Cotta

EHRYS, Bernd (Hrsg.) (1998): Wintersport im Pyhrn-Priel-Gebiet. Vom ältesten Ski zur Olympia-Medaille. Kirchdorf a. d. Krems: Verlag Ziegler

FREYER, Walter (1996): Event-Management im Tourismus. In: DREYER, Axel (Hrsg.) (1996): Kulturtourismus. Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit. München, Wien: R. Oldenbourg

GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

GEBHARDT, Winfried (2000): Feste, Feiern und Events. Zur Soziologie des Außergewöhnlichen. In: GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

HERMANNNS, Arnold und Christian MARWITZ (2003): Bedeutung und Erscheinungsformen von Sportevents. In: HERMANNNS, Arnold und Florian RIEDMÜLLER (Hrsg.) (2003): Sponsoring und Events im Sport. Von der Instrumental Betrachtung zur kommunikationsplattform. München: Franz Vahlen

HILLMANN, Karl-Heinz (2001): Zur Wertewandelforschung: Einführung, Übersicht und Ausblick. In: OESTERDIEKHOF, Georg W. und Norbert JEGELKA (Hrsg.) (2001): Werte und Wertewandel in westlichen Gesellschaften. Resultate und Perspektiven der Sozialwissenschaften. Opladen: Leske und Budrich

HITZLER, Ronald (2000): „Ein bisschen Spaß muss sein!“ Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten. In: GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

HOLZBAUR, Ulrich et. al. (2002): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Berlin, Heidelberg: Springer

HOSANG, Michael (2003): Events benötigen Professionalität. In: TROSIEN, Gerhard und Michael DINKEL (Hrsg.) (2003): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events. Faktoren – Fallbeispiele – Folgerungen. 2. Auflage. Butzbach-Griedel: Afra Verlag

INDEN, Thomas (1993): Alles Event?! Erfolg durch Erlebnismarketing. Landsberg/Lech: Moderne Industrie

JAGERHOFER, Hannes (1995): Eventmarketing. 10 Schritte zum Erfolg. Perchtoldsdorf: Manstein

KAGELMANN, H. Jürgen (2001): Erlebnisse, Erlebniswelten, Erlebnisgesellschaft. Bemerkungen zum Stand der Erlebnistheorien. In: KEUL, Alexander G., BACHLEITNER, Reinhard und H. Jürgen KAGELMANN (2001): Gesund durch Erleben? Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft. 2. Korrigierte Auflage. München, Wien: Profil Verlag GmbH

KNOBLAUCH, Hubert (2000): Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events. In: GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

METZLER, Birgit (2009): Qualitätsmanagement bei Sportevents. Entwicklung eines Modells und Anwendung am Beispiel der Deutschland Tour. Saarbrücken: Dr. Müller

MÜLLER-SCHNEIDER, Thomas (2001): Wertewandel, Erlebnisorientierung und Lebensstile. Eine gesellschaftsgeschichtliche und modernisierungstheoretische Interpretation. In: OESTERDIEKHOF, Georg W. und Norbert JEGELKA (Hrsg.) (2001): Werte und Wertewandel in westlichen Gesellschaften. Resultate und Perspektiven der Sozialwissenschaften. Opladen: Leske und Budrich

NEUMANN, David (2003): Erlebnismarketing und Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Düsseldorf: Dr. Müller

NICKEL, Oliver (1998): Event – ein neues Zauberwort des Marketing? In: NICKEL, Oliver (Hrsg.) (1998): Eventmarketing – Grundlagen und Erfolgsbeispiele München: Franz Vahlen

OPASCHOWSKI, Horst W. (1993): Freizeitökonomie: Marketing von Erlebniswelten. Opladen: Leske und Budrich

OPASCHOWSKI, Horst W. (1998): Vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum: Die Folgen des Wertewandels. In: NICKEL, Oliver (Hrsg.) (1998): Eventmarketing – Grundlagen und Erfolgsbeispiele. München: Franz Vahlen

OPASCHOWSKI, Horst W. (Hrsg.) (2000): Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Hamburg: Germa Press

OPASCHOWSKI, Horst W. (2002): Tourismus. Eine systematische Einführung, Analysen und Prognosen. 3. Aktualisierte und erweiterte Auflage. Opladen: Leske und Budrich

SCHULZE, Gerhard (1998): Die Zukunft der Erlebnisgesellschaft. In: Nickel, Oliver (Hrsg.) (1998): Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele. München: Franz Vahlen

SCHULZE, Gerhard (2003): Vier Faktoren für wirkungsvolle Events. In: TROSIEN, Gerhard und Michael DINKEL (Hrsg.) (2003): Ökonomische Dimensionen von Sport-Events. Faktoren – Fallbeispiele – Folgerungen. 2. Auflage. Butzbach-Griedel: Afra Verlag

WEINBERG, Peter und Oliver NICKEL (1998): Grundlagen für die Erlebniswirkungen von Marketingevents. In: NICKEL, Oliver (Hrsg.) (1998): Eventmarketing – Grundlagen und Erfolgsbeispiele. München: Franz Vahlen

WEIß, Otmar (1999): Einführung in die Sportsoziologie. Wien: WUV Universitätsverlag

WILLEMS, Herbert (2000): Events: Kultur – Identität – Marketing. In: GEBHARDT, Winfried, HITZLER, Ronald und Michaela PFADENHAUER (Hrsg.) (2000): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen: Leske und Budrich

ZANGER, Cornelia (2003): Planung von Sportevents. In: HERMANNNS, Arnold und Florian RIEDMÜLLER (Hrsg.) (2003): Sponsoring und Events im Sport. München: Franz Vahlen

ZEMANN, Christian (2005): Erfolgsfaktoren von Sportgroßveranstaltungen. Entwicklung eines Verfahrens zur Ex-ante-Analyse sportlicher Großereignisse. Mannheim: Geographisches Institut der Universität Mannheim

Broschüren:

- AlpinLodges Hinterstoder - Ferienappartements der Luxusklasse
- Hinterstoder Magazin „pur“, 2006/07
- Hinterstoder Magazin „pur“, 2010/11
- Örtliches Entwicklungskonzept Gemeinde Hinterstoder, 1994, 2000 und 2005
- Talaufwärts – Dorfentwicklung in Hinterstoder, September 2003
- Tourismuskonzept Pyhrn-Priel 2009 – 2012
- Touristisches Marketing- und Eventkonzept Weltcup Hinterstoder 2011

Zeitung:

- OÖ Nachrichten, 4. Mai 2011

Internetquellen:

Amt der OÖ Landesregierung, 2007: Tourismus-Satellitenkonto bestätigt Erfolg für das Tourismusland Oberösterreich

http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1271/PK_tsa_31.pdf [Stand: 10.01.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2008: Oberösterreich ist fit für die Wintersaison 2008/09 – Investitionen in die öö. Schigebiete und Sportstätten

http://www.ooe.gv.at/cps/rde/xbcr/SID-06EB796A-EDD19496/ooe/PK_LH_02.12.2008_Internet.pdf [Stand: 18.04.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2009: Präsentation des Öo. Landesnachwuchszentrums in Hinterstoder

http://www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/rde/xbcr/SID-628A6865-1F04AFF0/ooe/PK_LH_6.4.2009_Internet.pdf [Stand: 18.04.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010a: Das Tourismusjahr 2008/2009

<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1304/tj09-bericht.pdf> [Stand: 05.12.2010]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010b: Tourismus-Satellitenkonto Oberösterreich 2008
http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/2022/Mafo%20News_Ergebnisse%20TSA%202008.pdf
[Stand 10.01.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010c: Sport & Tourismus. Im Doppelpack erfolgreich für OÖ
<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1271/sport%20tourismus%pk.pdf> [Stand 27.11.2010]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010d: Das Winterhalbjahr 2009/2010
<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1305/whj10-bericht.pdf>
[Stand: 11.01.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010e: Oberösterreich rüstet sich für den Weltcup-Winter 2010/2011
[http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1271/PK_Winterauftakt.pdf](http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/1271/PK_Winteraauftakt.pdf)
[Stand 28.11.2010]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010f: 70 Tage bis zum Weltcup-Wochenende - Countdown in Hinterstoder läuft
http://www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/rde/xbcr/SID-5E5FBAE4-BB167194/ooe/PK_LH_Sigl_25.11.2010_Internet.pdf [Stand: 27.11.2010]

Amt der OÖ Landesregierung, 2010g: 45 Tage bis zum Weltcup-Wochenende – ÖSV-Athleten trainieren in Hinterstoder
http://www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/rde/xbcr/SID-A618A56F-62593060/ooe/PK_LH_Sigl_22.12.2010_Internet.pdf [Stand: 19.04.2011]

Amt der OÖ Landesregierung, 2011: Finalwoche in Hinterstoder
http://www.ooe.gv.at/cps/rde/xbcr/SID-90D86256-D77EF245/ooe/PK_Sigl_28.01.2011_Internet.pdf [Stand: 19.04.2011]

<http://www.weltcup-hinterstoder.com/> [Stand 25.04.2011]

<http://www.weltcup-hinterstoder.com/tourismus/> [Stand 25.04.2011]

<http://www.weltcup-hinterstoder.com/zuschauer/rahmenprogramm.html/> [Stand 25.04.2011]

<http://www.hinterstoder.at/> [Stand 25.04.2011]

http://www.hinterstoder.at/detail/dorfundtal/293679-290687/Winter-Dorf-Tal_Weltcup_Sieger-bisher.html/ [Stand 10.01.2011]

<http://www.hinterstoder.at/sub/dorfundleben/100729212-293664-290632/.html/>
[Stand: 11.01.2011]

http://www.hinterstoder.at/sub/dorfundurlaub/2236232-293673-290966/Winter-Dorf-Tal_Infrastruktur_Schigebiet.html/ [Stand: 08.03.2011]

http://www.hinterstoder.at/detail/dorfundtal/293697-290687/Winter-Dorf-Tal_Weltcup_Schi-Weltcup.html/ [Stand: 08.03.2011]

<http://www.pyhrn-priel.net/de/start.html/> [Stand: 25.04.2011]

<http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte.html/> [Stand: 20.02.2011]

<http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735765/alpineum.html/> [Stand: 20.02.2011]

<http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735768/perle-der-alpen.html/> [Stand: 20.02.2011]

<http://www.hiwu.at/de/start.html/> [Stand: 25.04.2011]

<http://www.hiwu.at/hinterstoder/de/start.html/> [Stand: 25.04.2011]

<http://www.wintersport.at/> [Stand: 25.04.2011]

<http://www.facebook.com/home.php#!/pages/Weltcup-Hinterstoder/112308492126753/>
[Stand: 25.04.2011]

Bildquellen:

<http://doris.ooe.gv.at/geographie/geoinfo/> [Stand: 16.02.2011]

<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/sixcms/media.php/4419/strukturkarteooe.pdf>
[Stand: 24.04.2011]

<http://www.lindenhof.at/images/pyhrnpriello1.gif> [Stand: 24.04.2011]

<http://www.pyhrn-priel.net/de/region-orte/2735765/alpineum.html/> [Stand: 20.02.2011]

<http://www.hinterstoder.at/> [Stand 25.04.2011]

<http://www.wintersport.at/sixcms/media.php/4848/Panorama-Hoess-2010.jpg> [Stand: 20.02.2011]

http://www.naturschutzbund-ooe.at/mollner_kreis.html/ [Stand: 10.03.2011]

<http://www.skiverband-ooe.at/der-lsv-ooe/1001-news-lsv-ooe/1108-neues-landesnachwuchszentrum-in-hinterstoder-geplant.html/> [Stand: 17.04.2011]

<http://www.facebook.com/index.php?lh=2876e6dd431c3cf8ef91f2cb4809c85e&#!/photo.php?fbid=467881968739&set=a.467881893739.252267.214869163739&type=1&theater/> [Stand: 21.04.2011]

<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/alias/lto/news/100574708/news.html/> [Stand: 21.04.2011]

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Grund- und Zusatznutzen eines Events	19
Abbildung 2:	Größe von Events	27
Abbildung 3:	Aspekte von Wintersportgroßveranstaltungen	40
Abbildung 4:	Entwicklung der Ankünfte in Oberösterreich von 1984 bis 2010	43
Abbildung 5:	Entwicklung der Nächtigungen in Oberösterreich von 1984 bis 2010	44
Abbildung 6:	Bezirke im Bundesland Oberösterreich	48
Abbildung 7:	Tourismugemeinden und -verbände in Oberösterreich	49
Abbildung 8:	Bezirk Kirchdorf an der Krems	49
Abbildung 9:	Logo der Region Pyhrn-Priel	50
Abbildung 10:	Alpineum	55
Abbildung 11:	Logo Hinterstoder (Sommer – Winter)	55
Abbildung 12:	Impressionen des Weltcupwochenendes 2011 in Hinterstoder	57
Abbildung 13:	Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder von 1984 bis 2009	62
Abbildung 14:	Entwicklung der Ankünfte in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Sommersaisonen von 1984 bis 2009	64
Abbildung 15:	Entwicklung der Ankünfte in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	65
Abbildung 16:	Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	67
Abbildung 17:	Entwicklung der Ankünfte in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Sommersaisonen von 1984 bis 2009	68
Abbildung 18:	Entwicklung der Inländer- und Ausländerankünfte in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	69
Abbildung 19, 20 und 21:	Herkunftsnation der ausländischen Gäste in der WS 1989, in der WS 1999 und in der WS 2009	70
Abbildung 22:	Entwicklung der Nächtigungen in Hinterstoder von 1984 bis 2009	71

Abbildung 23:	Entwicklung der Nächtigungen in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Sommersaisonen von 1984 bis 2009	72
Abbildung 24:	Entwicklung der Nächtigungen in den Gemeinden der Region Pyhrn-Priel in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	73
Abbildung 25:	Entwicklung der Nächtigungen in Hinterstoder, in der Region Pyhrn-Priel und in Oberösterreich in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	74
Abbildung 26:	Entwicklung der Inländer- und Ausländernächtigungen in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1984 bis 2009	75
Abbildung 27, 28 und 29:	Herkunftsnation der ausländischen Übernachtungen in der WS 1989, in der WS 1999 und in der WS 2009	76
Abbildung 30:	Entwicklung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1984 bis 2010	78
Abbildung 31:	AlpinLodges Hinterstoder	80
Abbildung 32:	Entwicklung der Bettenanzahl in Hinterstoder von 1984 bis 2010	82
Abbildung 33	Veränderung der Bettenauslastung in Hinterstoder von 1984 bis 2010	84
Abbildung 34:	Schigebiet Hutterer Höss	86
Abbildung 35:	Gasteintritte in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1988/89 bis 2009/10	89
Abbildung 36:	„Hannes Trinkl Weltcupstrecke“	92
Abbildung 37:	Hössbahn-Talstation	93
Abbildung 38:	Schischaukelprojekt nach Vorderstoder bzw. auf die Wurzeralm	94
Abbildung 39:	Hösshalle	97
Abbildung 40:	Landesnachwuchszentrum und Umgebung	98
Abbildung 41:	Landesnachwuchszentrum	99
Abbildung 42:	Unterführung Hinterstoder	100
Abbildung 43:	Hinweistafel Weltcup	101
Abbildung 44:	Hinweisschilder für verschiedene Rundwanderwege	102
Abbildung 45:	Weltcupstraßenbahn Linz	115
Abbildung 46:	Anreise per Bahn zu den Weltcuprennen 2011	116
Abbildung 47:	Tag des Sports 2010 in Wien	117

Abbildung 48:	Plakat Weltcup 2011	117
Abbildung 49:	Fahne Weltcup 2011	117
Abbildung 50:	Flyer Weltcup 2006	118
Abbildung 51:	Flyer Weltcup 2011	119

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Das Tourismus-Satellitenkonto 2008	41
Tabelle 2:	Die zehn nächtigungsintensivsten Gemeinden in Oberösterreich 2008 und 2009	46
Tabelle 3:	Die zehn ankunftsintensivsten Gemeinden in Oberösterreich 2008 und 2009	46
Tabelle 4:	Historie der Weltcuprennen 1986 bis 2011	59
Tabelle 5:	Rahmenprogramm an den Weltcup Tagen 2011	60
Tabelle 6:	Ankünfte in Hinterstoder in ausgewählten Jahren	63
Tabelle 7:	Veränderung der Beherbergungsbetriebe in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1993 bis 2010	79
Tabelle 8:	Veränderung des Bettenangebots in Hinterstoder in den Wintersaisonen von 1993 bis 2009	83
Tabelle 9:	Lifтанlagen auf der Höss 2011	87
Tabelle 10:	Streckendaten für Super G und Riesentorlauf	91
Tabelle 11:	Mehrsprachige Homepages	104
Tabelle 12:	Zielmärkte für die Urlaubsregion Pyhrn-Priel	106
Tabelle 13:	Flächenbilanz November 1994	120
Tabelle 14:	Flächenbilanz März 2000	121
Tabelle 15:	Flächenbilanz April 2005	122

ABSTRACT

„Sporteventtourismus im Weltcuport Hinterstoder – Eine Studie zur raumstrukturellen Nachhaltigkeitswirkung der Weltcuprennen im Zeitraum von 1984 bis 2011“

Aufgrund der Tatsache, dass Events heutzutage aus dem medialen aber auch individuellen Alltag nicht mehr wegzudenken sind, für viele Menschen eine große Anziehungskraft ausüben und für viele Orte bzw. Regionen zur Imageförderung beitragen, habe ich mich im Rahmen meiner Diplomarbeit mit diesem Phänomen bezogen auf eine spezifische Fragestellung auseinandergesetzt. Konkret habe ich die Nachhaltigkeit der Weltcuprennen in Hinterstoder für die Urlaubsregion Pyhrn-Priel genauer unter die Lupe genommen. Der Beobachtungszeitraum beginnt mit der Wintersaison 1984/1985 und endet 2010/2011.

Die Weltcuprennen stellen für den kleinen Weltcuport Hinterstoder das klare Highlight der Saison dar. Der Ort kann sich einem großen Publikum präsentieren und steht somit im Fokus der Öffentlichkeit. Im Zuge meiner Diplomarbeit gehe ich der Frage nach, ob Weltcuprennen tatsächlich einen Gewinn für einen Ort oder sogar für eine ganze Region bedeuten und von nachhaltiger wirtschaftlicher Bedeutung sind. Somit lautet die meiner Arbeit zugrunde liegende zentrale Annahme wie folgt:

„Ein Event in der Größenordnung eines Weltcuprennes steigert in der Folge die touristische Nachfrage signifikant und veranlasst auch die touristische Angebotsseite zu einer signifikanten Erhöhung ihrer Investitionen.“

Diese Vermutung wurde anhand der Entwicklung der touristischen Infrastruktur, der Entwicklung des lokalen Angebots, einer Marketinganalyse und der Veränderung der Raumnutzung und Raumverfügbarkeit untersucht.

Der erste Teil der Annahme erwies sich auf Grund der Datenanalyse auf der Basis der Nächtigungs- und Ankunfts zahlen als nicht haltbar. Der zweite Teil der Behauptung konnte zumindest teilweise bestätigt werden, da ohne die Weltcupbewerbe wichtige infrastrukturelle Erneuerungen in der Gemeinde nicht hätten umgesetzt werden können.

CURRICULUM VITAE

PERSÖNLICHE DATEN

Name: Sabine Faderl
Staatsangehörigkeit: Österreich
Geburtsdatum: 15.04.1986
Geburtsort: Steyr
Familienstand: ledig

SCHULISCHER WERDEGANG

2005 – 2011 Lehramtsstudium Geographie und Wirtschaftskunde und
Psychologie und Philosophie an der Universität Wien
2004 – 2005 Lehramtsstudium Mathematik und Geschichte und
Sozialkunde an der Universität Wien
1996 – 2004 Bundesgymnasium Werndlpark in Steyr
1992 – 1996 Volksschule in Steyr

BERUFSERFAHRUNG

2006 – 2010 Ferialpraxis Tabor Warenhaus GmbH (Kassierin)
2002 – 2005 Ferialpraxis bei der MAN-Steyr AG (Büro, Montage)

ZUSATZQUALIFIKATIONEN

Diplom für Berufsorientierung an der Universität Wien
Ausbildung zum Begleitlehrer einer Wintersportwoche

PUBLIKATION

„Berufsorientierung – das Bewerbungsgespräch“ Unterrichtsbeispiel für
Sekundarstufe II; In: GW-Unterricht 113