

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Technischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or master thesis is available at the main library of the Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>



DIPLOMARBEIT

Untersuchung einer wirtschaftlich vom Tourismus abhängigen Region und Entwicklung einer Strategie zur nachhaltigen Wertschöpfung auf regionaler Ebene am Beispiel des Wintersportortes Leogang im Salzburger Land mit Fokus auf die Asitzhöhe.

**ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades
eines Diplom-Ingenieurs
unter der Leitung von**

**Univ.-Prof. Arch. Dipl.-Ing.
Christoph M. Achammer**

E234
Industriebau und interdisziplinäre Bauplanung

eingereicht an der Technischen Universität Wien
Fakultät für Architektur und Raumplanung

von

Clemens-Veit Josef HÖRL, BSc

0626992

Wien, am 25. 05. 2016

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich, Clemens-Veit Josef Hörl, geboren am 24. September 1987 in Zell am See, erkläre,

- (1) dass ich meine Diplomarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe,
- (2) dass ich meine Diplomarbeit bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Clemens-Veit Josef HÖRL, BSc

Wien, am 25. 05. 2016

INHALTSVERZEICHNIS

1. Themenbeschreibung	4	4. Konzept	22
1.1. Synopsis	4	4.1. Leitidee	22
1.2. Kurzfassung	4	4.2. Referenzen	24
1.3. Abstract	5	4.3. Raumprogramm	26
1.4. Zielsetzung	5	4.4. Raumplan und Orientierung	27
2. Vorbereitung	5	4.4.1. Step 1	28
2.1. Problemstellung	5	4.4.2. Step 2	28
2.2. Kernfragen	6	4.4.3. Regionalität	28
2.3. Stand der Forschung/Methode	7	5. Projektentwicklung	29
3. Untersuchungen	7	5.1. Einfache Developerrechnung	29
3.1. Leogang	7	5.2. Betreiberimmobilie	30
3.1.1. Basisdaten	7	5.3. Projektbestimmende Faktoren	30
3.1.2. Geografische Lage Leogangs	8	5.4. Ökologie und Haustechnik	32
3.1.3. Zukunftsvisionen	8	5.5. Materialien	32
3.1.4. Räumliches Entwicklungskonzept 2015	9	6. Vorentwurf	35
3.1.5. Bestandsaufnahme Areal Hütten	11	6.1. Lageplan	36
3.2. Touristische Kennwerte	12	6.2. Lodges	38
3.2.1. Auslastung	12	6.3. Basecamp	41
3.2.2. Performance	13	6.4. Tragwerk	48
3.3. Asitzkogel	14	6.5. Hochbau	50
3.3.1. Geografie, Topografie	14	7. Quellenverzeichnis	54
3.3.2. Historische Entwicklung	15	7.1. Textquellen	54
3.3.3. Leoganger Bergbahnen	16	7.1.1. Literatur	54
3.3.4. Klima	17	7.1.2. Internet	54
3.4. Tourismus	18	7.1.3. Sonstige	54
3.4.1. Fotodokumentation	19	7.2. Abbildungsquellen	55
3.5. Erkenntnisse aus der Untersuchung	20		
3.6. Conclusio	21		

1. Themenbeschreibung

1.1. Synopsis

Österreich genießt als Wintertourismusziel einen sehr guten Ruf. Um eben diesen zu wahren, werden regelmäßig hohe Investitionen in die dafür erforderliche Infrastruktur getätigt. In alpinen Regionen werden damit vornehmlich neue Areale erschlossen und primär für den Winter-/Skitourismus nutzbar gemacht.

Im Rahmen der hier vorliegenden Arbeit soll das Potenzial der Weiterentwicklung dieser Infrastruktur bzw. der dadurch erschlossenen Areale aufgezeigt werden. Darauf basierend soll mittels einer Projektentwicklung ein mögliches Szenario erzeugt werden, dessen Ausarbeitung das Ziel ist.

1.2. Kurzfassung

Wirtschaftliche Spezialisierungen im Stile von Monokulturen sind hinsichtlich Vermarktung, Rentabilität und einfacher Effizienzsteigerung durchaus von Vorteil. Es entstehen aber auch Probleme – wie z. B. in der Forstwirtschaft, wo sie ein hohes ökologisches Risiko (wie beispielsweise Schädlingsbefall oder Windbruch) bergen. Mischkulturen hingegen helfen oft einen nachhaltigen Zugang mit reduziertem Risiko über mehrere wirtschaftliche Bereiche hinaus zu erzielen^{1,2}. Solche Maßnahmen finden sich vermehrt auch in anderen Wirtschaftsformen – abseits der Land- und Forstwirtschaft – wieder, wie zum Beispiel in der Raumplanung.

Am Beispiel des Ortes Leogang im Salzburger Land, konkreter des dortigen „Hausberges“ Asitzkogel, soll der Tourismus als Monokultur sowie dessen Auswirkungen untersucht werden.

Leogang ist ein Ort, der sich auf den Wintertourismus spezialisiert hat, aber bereits die Problematik der kränkelnden Monokultur erkannt und daher vermehrt in den Sommertourismus investiert hat.

Es stellt sich nun jedoch die Frage, ob es sich dabei nicht immer noch um eine Monokultur handelt, zumal weiterhin gemäß deren Definition eine einseitige Konzentration auf – in diesem Fall – den Tourismus erfolgt. Weiters soll diese Untersuchung die Möglichkeiten, welche nachhaltigen Lösungsformen mittels der vorhandenen Infrastruktur für die Region geschaffen werden können und eine wirtschaftsübergreifende Aufwertung bieten, eruieren. Davor wird anhand entsprechender Voruntersuchungen analysiert, ob die vorhandene Infrastruktur sowie die erschlossenen Gebiete überhaupt noch Kapazitäten zulassen, welche alternativen Nutzungsmöglichkeiten sie abseits des Winter-/Skitourismus bieten und welche nachhaltigen Umweltqualitäten geschaffen werden können. Dabei sollen die derzeitigen Wirtschaftsschwerpunkte des gesamten Ortes sowie die gegenwärtige Infrastruktur und die regionalen Gegebenheiten am Zielort auf ihre Chancen, Risiken, Gefahren und Potenziale hin geprüft werden.

1 Vgl. genius gmbh/Freitag, Jens (Hg): Monokultur. Berlin, o. J., online unter: <http://www.pflanzenforschung.de/de/themen/lexikon/monokultur-786/> (25.01.2015)

2 Vgl. Ithaka Institute for Carbon Strategies (Hg.): Mischkulturen – ein weltweites Erfolgsrezept. Arbaz (CH), o. J., online unter: <http://www.ithaka-journal.net/mischkulturen--ein-weltweites-erfolgsrezept> (25.11.2015)

Anhand einer übersichtlichen Projektentwicklung mit Simulationen entsteht so ein Masterplan, welcher weiter beispielhaft in einer konzeptuellen Ausarbeitung eines architektonischen Entwurfes münden soll. Parallel werden hochbautechnische Speziallösungen für den umweltgerechten und ressourcenschonenden Bau in dieser Höhenlage entwickelt.

1.3. Abstract

Austria is well known for its great offers in winter tourism. Investments in the necessary infrastructure are continuously made to maintain quality and reputation. In alpine regions, this infrastructure is used to exploit new areas of the Alps for winter- and skiing tourism. The purpose of this work is to demonstrate the development potential of said infrastructure and of the areas which it gives access to. Furthermore, a project development shows a possible scenario whose draft is target.

1.4. Zielsetzung

Am Beispiel des Tourismusortes Leogang soll erarbeitet werden, inwiefern die bestehende Infrastruktur am Berg erweitert und ausgebaut werden kann. Vornehmlich mit dem Ziel, neue Angebote zu entwickeln, gleichzeitig Synergien zu schaffen und dadurch den Wirtschaftsstandort zu sichern sowie nachhaltige Ressourcennutzung zu gewähren. Konkret wird dabei das Areal der Asitzmulde als Bebauungsziel evaluiert. Dieses ist ein Teilgebiet des Asitzkogels. Die erste Grundvoraussetzung – ein Zugang zur bestehenden Infrastruktur – ist also gegeben. Weitere Analysen und Details zur Nutzung, dem Ausbau, dessen Auswirkungen und Möglichkeiten sind Thema dieser Untersuchung. Basierend darauf ist das Ziel, eine Leitidee und ein architektonisches Konzept an diesem Standort zu entwickeln, wobei eine nachhaltige und ressourcenschonende Planung im Fokus steht. Dabei soll das Projekt mit dem Anspruch auf wirtschaftliche Machbarkeit hin entwickelt werden.

2. Vorbereitung
2.1. Problemstellung

Die Erschließung des Asitzes als Skigebiet brachte Leogang enorme wirtschaftliche Vorteile. Praktisch alle Wirtschaftszweige im Ort profitierten davon. Der Wintertourismus wurde ständig gefördert und führte zu weiterem Aufschwung. Im Sommer brachte die Liftanlage auch neue Gäste und regte zur Nutzung des Berges für kleine Wanderungen selbst für sportlich Ungeübte an. Doch kommt der Sommertourismus nach wie vor nicht an die Wirtschaftsleistungen des Wintertourismus heran. Nachdem 2001 der Bikepark am Asitz errichtet wurde und 2012 die Weltmeisterschaften des Mountainbikesports in Saalfelden und Leogang abgehalten wurden, erlangte der Ort in dieser Szene weltweite Berühmtheit. Es handelt sich jedoch um eine kleine Szene. Den Statistiken der Leoganger Bergbahnen (Abb. 1 und Abb. 2) ist zu entnehmen, dass die Asitzkabinenbahn im Winter ca. siebenmal so viele Beförderungen verzeichnet wie im Sommer. Die Ausnutzung der Infrastruktur im Sommer liegt somit weit unter ihren Möglichkeiten.



Beförderungen Gesamt	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Differenz	%
Asitz I	802 576	802 954	736 981	729 968	720 332	766 794	601 137	617 590	16 453	3
Asitz II	1 104 900	1 069 081	1 035 069	1 013 138	939 356	1 003 687	1 041 832	896 751	-145 081	-14
Steinbergbahn I	-	-	-	-	-	-	-	175 642	175 642	
Steinbergbahn II	-	-	-	-	-	-	-	177 140	177 140	
8er- SBK Asitz-Gipfel	767 400	850 058	866 430	811 314	764 591	830 011	878 887	905 645	26 758	3
6er Asitz-Muldenbahn	814 338	792 487	807 490	787 183	669 192	727 230	796 204	763 584	-32 620	-4
6er Sportbahn Asitzkogel	794 617	738 079	773 803	726 060	654 004	712 525	748 318	782 900	34 582	5
4er Almbahn	96 216	90 675	175 426	152 669	140 893	149 456	100 166	113 767	13 601	14
Riederfeldlift	172 520	155 409	154 007	147 729	148 172	141 171	110 827	94 084	-16 743	-15
Übungslift Asitz Bergstat.	140 693	124 693	134 600	121 030	95 492	105 709	139 434	131 576	-7 858	-6
Krallerlift	-	-	-	-	-	-	-	33 167	33 167	
Schantei	139 696	146 871	160 135	156 506	142 340	159 362	128 998	125 234	-3 764	-3
Gesamt	4 832 956	4 770 307	4 843 941	4 645 597	4 274 372	4 595 945	4 545 803	4 817 080	271 277	6
A.I = Durchfahrt bis Bergstation A.II									Prozent	
A.II = Fahrten A I und Zustieg Zwischenstation									5,15	
Letzten 5 Jahre					4 581 132					

Abb. 1 Umsätze und Beförderungen Winter



Fahrten	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	zu 14
Wanderer	25 715	21 731	28 159	28 478	35 377	34 942	38 192	40 867	7,00
LöwenCard	5 517	24 210	32 571	38 903	46 790	45 878	56 601	59 335	4,83
Sbg.Card	6 472	6 067	6 598	7 019	6 584	5 467	4 295	4 787	11,46
Biker	64 266	73 570	79 608	88 301	105 289	120 708	118 623	115 833	-2,35
Gesamt	101 970	125 578	146 936	162 701	194 040	206 995	217 711	220 822	1,43

Abb. 2 Fahrtenvergleich im Sommer bis jeweils 31. August

Die Touristen, die im Sommer die Anlage benutzen, sind großteils Mountainbiker und „gemütliche“ Wanderer. Ist es möglich, diese Infrastruktur zu nutzen, um die Anlage in den schwächeren Zeiten wirtschaftlich effektiver zu machen? Ist es möglich, aus der Monokultur des Wintertourismus eine nachhaltigere Mischkultur aus mehreren Wirtschaftszweigen zu erzeugen?

Abgesehen von der saisonal unterschiedlichen Nutzung sind aber auch die klimatischen Bedingungen ein Problemfaktor. Die Jahresdurchschnittstemperaturen stiegen in den letzten 30 Jahren um ca. 2 °C an (siehe Abb. 3 – Anmerkung: Die Schmittenhöhe ist nur 10 km Luftlinie vom Asitz entfernt und entspricht in etwa derselben Höhe, weshalb diese Daten als Referenz für den Asitz herangezogen werden können) und erschweren es bereits jetzt eine lückenlose Schneedecke über die gesamte Wintersaison aufrecht zu erhalten. Selbst mit technischer Beschneigung, welche in einem Großteil der Wintersportregionen zu finden ist.

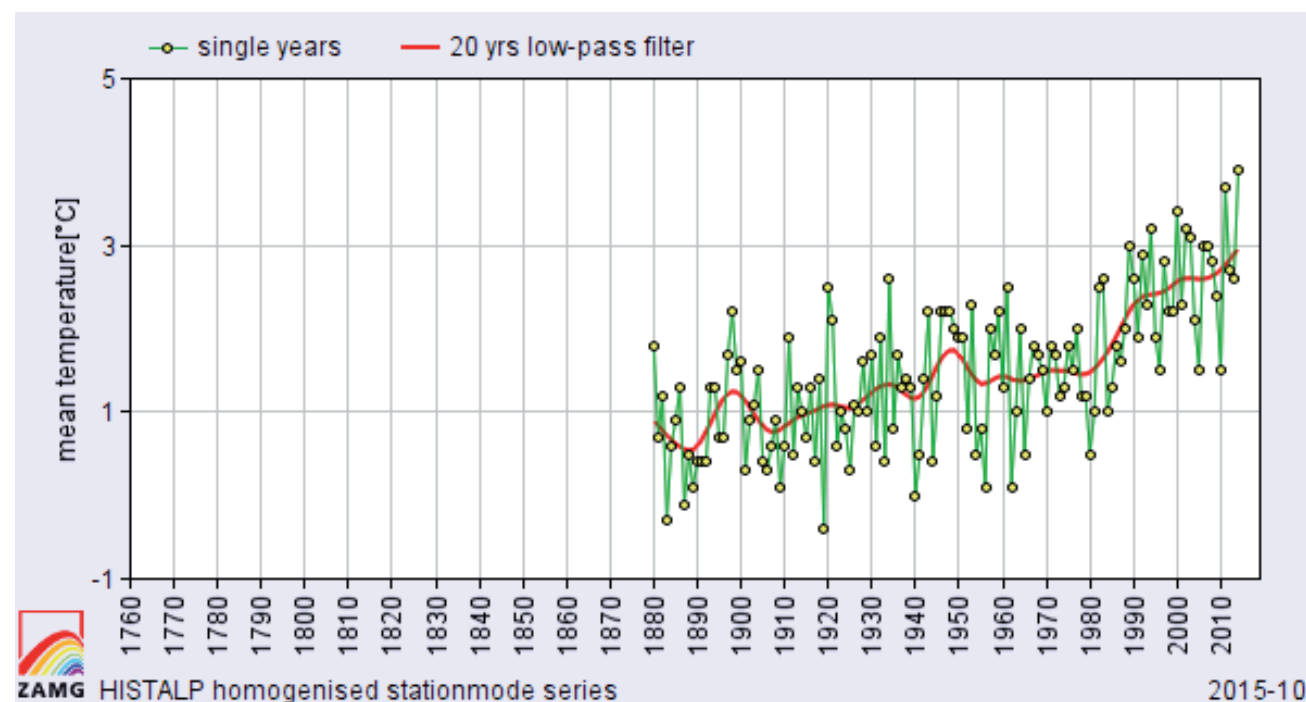


Abb. 3 Jahresdurchschnittstemperaturen Schmittenhöhe, Zell am See, Seehöhe 1.973 m ü. A.

2.2. Kernfragen

Lange Zeit hat der Wintertourismus die wirtschaftlich weniger starken Sommermonate ausgeglichen. Aus o. a. Gründen, aber auch im Sinne einer generell notwendigen Zukunftsorientierung, soll sich die Untersuchung und Konzeptentwicklung mit einer nachhaltigen und effizienten Weiterentwicklung der bestehenden Infrastruktur auseinandersetzen.

Die Kernfragen sind dabei:

- Ist es möglich, die bestehende Infrastruktur zu nutzen, um die Anlage in den wirtschaftlich schwächeren Zeiten effizienter zu machen?
- Ist es möglich, aus der Monokultur des Wintertourismus eine nachhaltigere Mischkultur aus mehreren Wirtschaftszweigen zu erzeugen?

Das Beispiel in Abb. 4 zeigt eine kritische Auseinandersetzung mit der Fragestellung der nicht-touristischen Nutzung der Alpen.



Abb. 4 Fotomontage zur Verfügung gestellt von Arch. Theo Deutinger, TD Architects

2.3. Stand der Forschung/Methode

Da es sich hier um eine noch unbearbeitete Themenstellung am ausgewählten Zielort handelt, gibt es keine Quellen, die konkret auf diese Fragestellung eingehen. Zur Analyse werden jedoch aus verschiedensten Bereichen Informationen generiert.

Daten zur Region, dem Areal sowie der Infrastruktur werden vornehmlich aus Untersuchungen vor Ort, Gesprächen mit relevanten Personen, der Teilnahme an Bürgerinitiativen zum Thema und Spezialpublikationen erhoben. Die Projektentwicklung selbst basiert auf Unterlagen von Fachexperten und eigenen Erkenntnissen.

3. Untersuchungen

In der folgenden Situationsanalyse werden Faktoren betrachtet, die für die Untersuchung und Konzeptentwicklung fundamental, ausschlaggebend und beeinflussend sind.

Die Analyse thematisiert dabei die Gegebenheiten im räumlichen Umfeld wie soziodemografische Faktoren, die ökonomische Situation oder die Regionalplanung. Außerdem wird detailliert auf den Standort eingegangen, vor allem hinsichtlich Lage, Verkehrsanbindung, Grundstücksbeschaffenheit etc.

3.1. Leogang

3.1.1. Basisdaten

Zahlen und Fakten³:

Wappen:	Blaues Schild mit offener Kette und silbernem Löwen
Hauptwohnsitze:	3.183
Zweitwohnsitze:	815 (Stand 1. 1. 2014)
Gästebetten:	4.800
Seehöhe:	786 m (Ortszentrum)
Fläche:	90,32 km ²



Abb. 5
Wappen Leogang

Wanderwege:	250 km
Radwege:	ca. 200 km Rad- und Mountainbikewege
BikePark Leogang:	Freeride, Downhill, BikerX, Dual und Bikeparcours
Wintersportgebiet:	Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang. 850–2.100 m Seehöhe, 200 km Abfahrtspisten, über 50 Liftanlagen (seit Wintersaison 2015/2016 Zusammenschluss mit Fieberbrunn in Tirol – 250 km Pisten)
Leoganger Steinberge:	Birnhorn – höchster Berggipfel mit 2.634 m

Erste Besiedlungen des Tales geschahen in der Bronzezeit und hatten den Zweck des Kupferbergbaues. Ab dem 7. Jh. n. Chr. wurde das Gebiet von den Bajuwaren besiedelt. Um 930 n. Chr. wird der Ort erstmals urkundlich als „Liuganga“ erwähnt. Die heute gebräuchliche Schreibweise „Leogang“ wurde ab Mitte 1.500 n. Chr. verwendet. Historisch betrachtet hat der Name nichts mit dem Löwen zu tun, sondern ist auf „Liu“ für Wasser und „ganga“ für Lauf zurückzuführen. 1.228 n. Chr. ging der Pinzgau und damit Leogang von bayrischem Besitz in salzburgerischen über. Im 14. Jh. n. Chr. war das Tal schon weitgehend besiedelt. Ab 1849 wurde Leogang eine politische Gemeinde, die Zechen Vorder- und Hinterleogang wurden zusammengefasst. 1850 zählte die Gemeinde 1.225 Einwohner und 15.767 Joch (ca. 90 km²).⁴

Die Bebauung in Leogang stellte sich im Jahr 2011 wie in der nebenstehenden Tabelle ersichtlich zusammen.

Wohngebäude	903
Gebäude für Gemeinschaften	1
Hotels oder ähnliche Gebäude	62
Bürogebäude	7
Gebäude des Groß- u. Einzelhandel	12
Gebäude des Verkehrs- und Nachrichtenw.	3
Industrie- und Lagergebäude	29
Gebäude für Kultur- und Freizeit Zwecke	11
des Bildungs und Gesundheitswesens	
Summe Gebäude 2011	1028

Abb. 6 Tabelle Gebäude Leogang nach Eigenschaft 2011

³ Vgl. Gemeinde Leogang (Hg.): Zahlen und Fakten. Online unter: http://leogang.at/Gemeindeamt/Zahlen_und_Fakten (08.12.2015)

⁴ Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 10 ff.

3.1.2. Geografische Lage Leogangs

Die Gemeinde Leogang liegt im Pinzgau (Bezirk Zell am See), dem westlichen Bereich Salzburgs, an der Grenze zu Tirol, zählt 3.183 Hauptwohnsitze und umfasst eine Fläche von ca. 90 km².⁵

Benachbart sind folgende Ortschaften:

- Saalbach-Hinterglemm und Bezirkshauptstadt Zell am See im Süden
- Marktgemeinde Saalfelden im Osten
- Hochfilzen, Fieberbrunn und St. Johann in Tirol im Westen



Abb. 7 Geografische Lage Leogangs in Salzburg

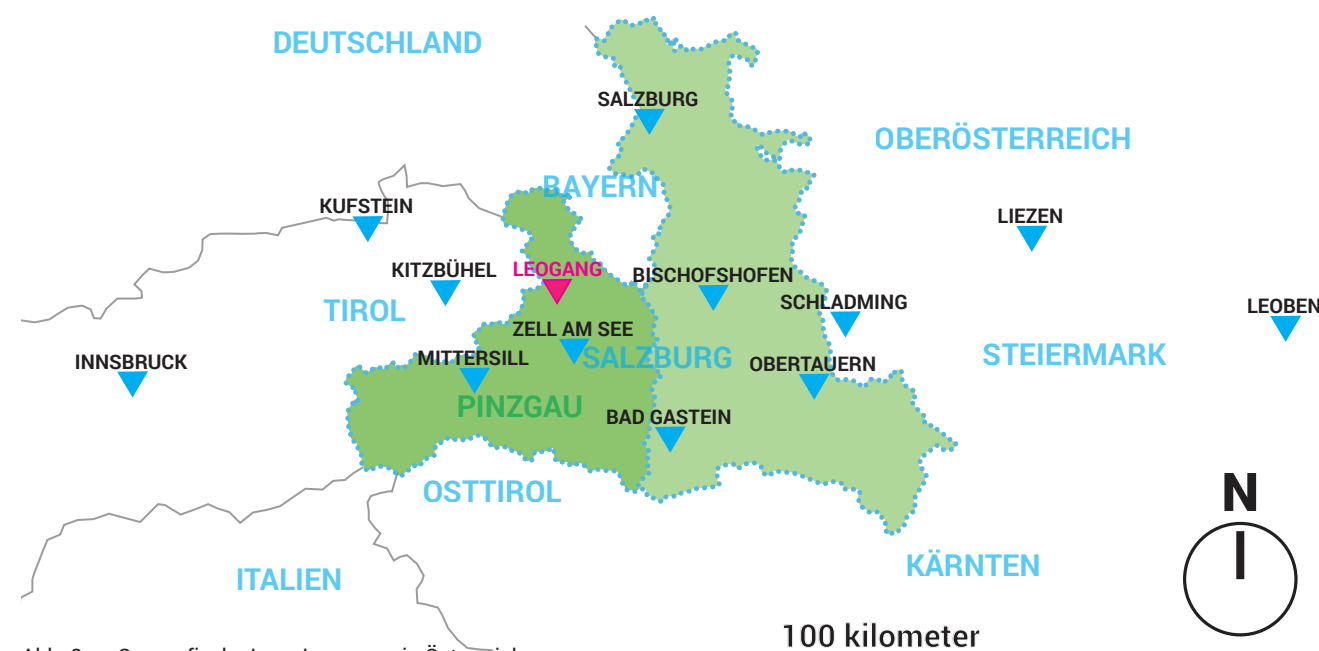


Abb. 8 Geografische Lage Leogangs in Österreich

⁵ Vgl. Gemeinde Leogang (Hg.): Zahlen und Fakten. Online unter: http://leogang.at/Gemeindeamt/Zahlen_und_Fakten (08.12.2015)

3.1.3. Zukunftsvisionen^{6, 7, 8}

Sowohl die Infrastruktur Leogangs als auch dessen Bewohner⁹ zeigen schon jetzt Möglichkeiten, Potenziale und Bestrebungen in Richtung einer zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Ortes.

So fanden beispielsweise im November 2015 wiederholt die „Leoganger Zukunftstage“ statt, eine Initiative, im Rahmen derer sämtliche Bürgergruppen und Wirtschaftszweige Mitsprachemöglichkeit zu öffentlich relevanten Themen bekommen. Bei diesem Bürgerbeteiligungsprozess sollen mögliche Maßnahmen gegen die Betriebsabsiedlung und die Wünsche sowie Entwicklungsmöglichkeiten für Tourismus und Einheimische thematisiert werden.

Im Folgenden werden die wesentlichen Outputs der letzten Veranstaltung dieser Reihe zusammengefasst und um Detailinformationen aus einem Gespräch mit Bürgermeister Josef Griesner ergänzt. Demnach ist die derzeitige wirtschaftliche Situation des Ortes stabil, wobei ein klarer Fokus auf dem Tourismus liegt, der nicht nur dominant, sondern auch existenziell für den gesamten Ort ist. Als Folge dessen formulieren v. a. Kleinunternehmer anderer Wirtschaftszweige klare Wünsche in Richtung einer Förderung von nicht-touristischen Produkten und Dienstleistungen. Aber auch ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen und Natur sowie die Berücksichtigung der Lebensqualität der Einheimischen sind wichtige Themen. Einige konkrete Auszüge aus dem Bericht⁷ sind hier themenspezifisch aufgelistet:

Einheimische/Lebensqualität

- „Wohnungsplätze und Arbeitsplätze schaffen um die Leoganger (Anm. Einheimische und Betriebe) ‚daheim‘ zu behalten“
- „Arbeitsplätze welche im touristischen Nahfeld sind – Nahversorger, Tischler usw. auch entkoppelt sehen ...“
- „Modernen Themen nicht verschließen“

⁶ Die Ergebnisse der Leoganger Zukunftstage wurden seitens der Gemeinde und der Agenda 21 schriftlich zusammengefasst. Die Inhalte des folgenden Kapitels beziehen sich auf diese Dokumentation sowie die Leoganger Gemeinde-Website. Da ein Quellenverweis zu jeder Information und Aussage den Rahmen dieser Arbeit sprengen und den Lesefluss stören würde, wird nur einmal gesamthaft auf die Quellen verwiesen. Alle folgenden Inhalte und Zitate dieses Kapitels beziehen sich demnach auf die Quellen der Fußnote 7 und 8.

⁷ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.): Bürgerbeteiligung. Zukunft Leogang. Aktive Bürgerbeteiligung für ein lebenswertes Leogang. 2015, online unter: <http://leogang.at/Politik/Buergerbeteiligung> (15.02.2016)

⁸ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.): Agenda 21 Prozess Leogang. Dokumentation der Leoganger Zukunftstage. Leogang, 2015/20016, online unter: <http://leogang.at/Politik/Buergerbeteiligung> (15.02.2016)

⁹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit wird hier und im weiteren Verlauf des gesamten Textes verallgemeinernd das generische Maskulinum verwendet. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen; alle sind damit selbstverständlich gleichberechtigt angesprochen.

Wirtschaft

- „Angebot sichtbar machen! Regionale Produkte sichtbar machen“
- „Bessere Zusammenarbeit von bäuerlichen Betrieben und Tourismusbetrieben in Bezug auf Produktvermarktung“
- „Den Mehrwert des Einkaufens im Ort sichtbar machen – Regionalität muss cool werden“
- „Regional ‚Shopping Guide‘ mit örtlichen Produzenten statt Shopping Mall“
- „Alle Unternehmen, auch kleine, sichtbar machen“
- „Landschaft, Tourismus und einheimische Ein- und Verkaufsstrategien entwickeln“
- „Ressourcen für Betriebsgründungen/Flächen schaffen“
- „Förderung bzw. Behalten von Klein- und Mittelbetrieben – Handwerk ist Teil von Leogang“
- „Die Natürlichkeit wahren; echt zu bleiben und zur Region passend“
- „Natur, Kultur, Sport; ausgewogen und herzeigbar“

Umwelt

- „Energie lokal erzeugen, Biomasse, PV-Anlagen“
- „Nutzung von Energieressourcen z. B. der Bergbahnen Abwärme ... Wasserenergie von Beschneigung ... Abwärme von Sägewerk“
- „Touristisches Wachstum soll nie zu Kosten der Umwelt gehen“
- „Steinberge nicht unbedingt in touristisches Gesamtkonzept einbinden – natürlich belassen“
- „Den enormen touristischen Aufwärtstrend ‚nachhaltig‘ zu gestalten“
- „... Nachhaltigkeit in Tourismus Maßnahmen: Bus, E-Mobilität, Umwelt“

Weitere Ideen:

- „Freizeit: Rodelbahn, Eislaufen, Spielplatz“
- „Indoor-Spielplätze für Schlechtwetter und Winter“
- „Talnahe, kinderwagengerechte Wanderwege“

- „E-Bike-to-go‘ als Verbindung zwischen Hütten, Dorf und Saalfelden gegen Entgelt“
- „Belebung durch Veranstaltungen“
- „Vertriebsplattform für regionale Produkte (nicht nur Lebensmittel) und Dienstleistungen einrichten, optimieren und halten – Startförderung“
- „Chancen schaffen für kleine Betriebe? Hotelier/Architekt/Dekoration“
- „Architektur beibehalten“

3.1.4. Räumliches Entwicklungskonzept 2015

Die Gemeinde Leogang hat 2015 das „Räumliche Entwicklungskonzept“ (REK) aus den Jahren 2006/2007 überarbeitet. Dabei wurden die damals definierten Inhalte entsprechend der aktuellen und letztjährigen Entwicklungen in der Gemeinde angepasst. Abgesehen von Fachexperten und Gemeindevertretern wurden auch Bürger und Interessierte dazu eingeladen, Beiträge, Wünsche und Anregungen einzubringen.¹⁰

Die eingearbeiteten finalisierten und geplanten Änderungen sowie Entwicklungsschritte sind ein weiteres Beispiel für die Offenheit und Motivation des Ortes hinsichtlich einer zukunftsorientierten Optimierung und Weiterentwicklung der bestehenden Infrastrukturen. Wesentliche Informationen und Inhalte daraus sollen im Folgenden kurz skizziert werden, da sie für das geplante Projekt möglicherweise von Bedeutung sind.

Im Ganzen betrachtet hat sich in den sechs Jahren zwar sowohl die Zahl der Einwohner (Abb. 9, folgende Seite) als auch die der Gästebettenauslastung (Abb. 13, Kapitel 3.2.1) kontinuierlich leicht erhöht, in Summe jedoch nicht massiv geändert. Wie auch überregional steigt das Bevölkerungsalter, jüngere Bevölkerungsgruppen tendieren zum Abzug aus der Region. Eine eventuelle personelle Überlastung hinsichtlich der Nutzungskennziffern ist also nach wie vor nicht gegeben.¹¹

¹⁰ Vgl. Gemeinde Leogang (Hg.): Informationen zur Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes der Gemeinde Leogang. 2015, Leogang, online unter:

<http://leogang.at/system/web/news.aspx?bezirkonr=0&detailonr=225005521-223&menuonr=218554084> (02.02.2016)

¹¹ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther:

Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015. Thalgaun, 2015, S. 9

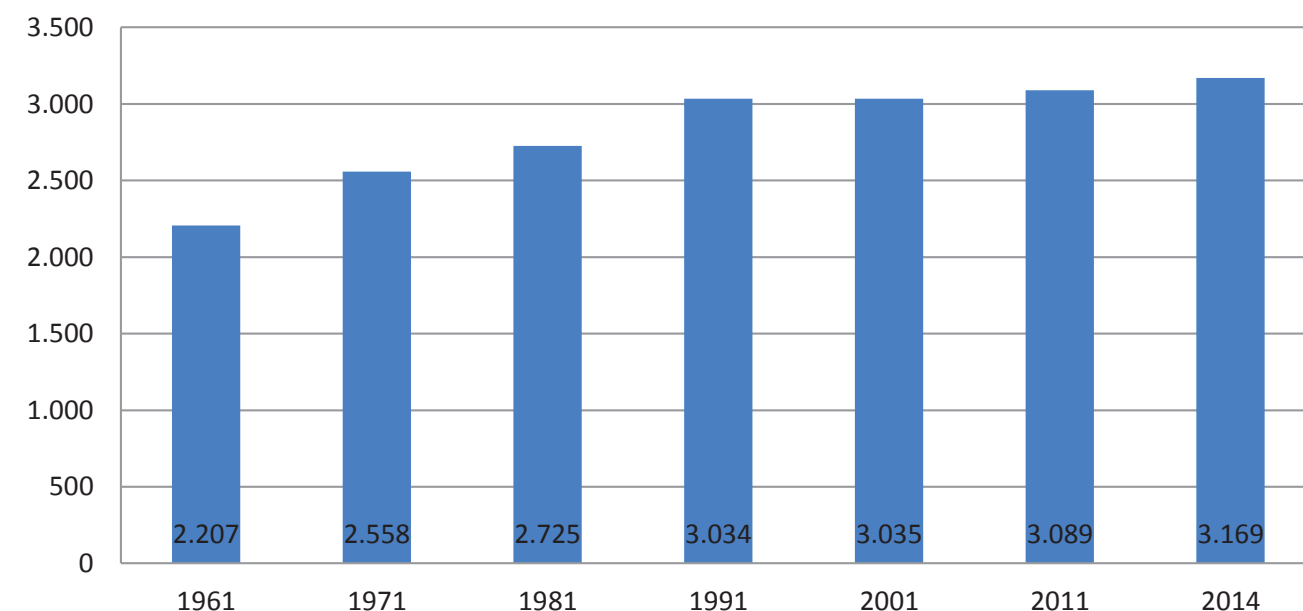


Abb. 9 Entwicklung der Einwohnerzahl in Leogang, 1961 – 2014

Generell ist in den letzten Jahren ein Zuwachs an neu errichteten Gebäuden zu verzeichnen. Obwohl der Trend wieder abnimmt, ist der Zuwachs an Wohnungen im Vergleich zum Bezirksschnitt stark. Besonders hoch ist hier die Anzahl der Wohnungen in Form von Nicht-Hauptwohnsitzen.¹²

Laut derzeitigem Stand betragen die Wohnbaulandreserven ca. sieben ha, die Baulandreserven ca. zwei ha.¹³ Beim Flächenbedarf ist eine größere touristische Nutzung gegenwärtig nicht bedacht. Es müsste im Bedarfsfall also eine zusätzliche Widmung geschaffen werden. Die Gemeinde schätzt den voraussichtlichen Baulandbedarf für die nächsten zehn Jahre auf ca. 7,7 ha.¹⁴

Die Nahversorgung war Anfang der 2000er-Jahre aufgrund der Schließung kleiner Läden quasi nicht mehr vorhanden. Mittlerweile ist diese v. a. durch eine Adaption der Raumordnung und die daraus resultierende Niederlassung eines größeren Lebensmittelmarktes jedoch wieder gegeben.¹⁵ Ebenso wurde eine neue Sportanlage errichtet, ein am Ortsrand befindlicher Trainingsplatz soll in naher Zukunft zentraler umgesiedelt werden.¹⁶ Das touristische Leitbild von 1996 wurde 2003 hinterfragt und neu positioniert. Seither gab es immer wieder Optimierungen und Anpassungen der Strategien und Ausrichtungen, um im nationalen und internationalen Tourismusangebot wettbewerbsfähig zu bleiben.¹⁷

Zuletzt wurde mit der Zusammenlegung der Skischaukel mit Fieberbrunn der Auftritt überarbeitet. Hohe Investitionen der Leoganger Bergbahnen in den Ausbau, Umbau und die Erweiterung der Liftanlagen führten zu mehr Beförderungen. Folglich wurde auch der Talstationsbereich modernisiert und die Parkmöglichkeiten erweitert. Im Nahbereich des Krallerhofs (zwischen Talstation Asitzkabinenbahn und Ortszentrum) wurde 2015 die Steinbergbahn eröffnet, die den dortigen Gästen den Einstieg in den Skicircus erleichtert, die gemeinsame Förderleistung mehr als verdoppelt und eine Ausfallssicherung bildet.¹⁸

Der Ortsteil Hütten erhielt in den letzten Jahren v. a. auch durch ein Kooperationsprojekt mehrerer Betriebe eine infrastrukturelle Aufwertung: Die Errichtung eines gemeinsamen Heizkraftwerkes und einer gemeinsamen Personalunterkunft sind beispielhaft für effiziente Ressourcenteilung und -nutzung.¹⁹

Ökologische Optimierung wurde auch durch die Versorgung mit Fernwärme im Bereich der Talstation des Asitz erfolgreich umgesetzt, im Ortskern scheiterte dies hingegen aufgrund von Anrainerprotesten.²⁰ Weiters wurde durch Verbauungen entlang des Schwarzbachs Entspannung in Bezug auf die Hochwasser- und Murengefährdung erreicht. Die Risikovermeidung wird weiter vorangetrieben, so ist beispielsweise entlang der Leoganger Ache ein größeres Projekt zur Gefahrenreduktion durch extreme Witterungen geplant.²¹

Für die Gemeinde leistet auch der Wald einen wesentlichen Beitrag zur Vermeidung von Naturgefahren. Durch die forstwirtschaftliche Nutzung und die Holzindustrie ist er gleichzeitig aber auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.²² Und schließlich sowohl für Gäste als auch für Einheimische eine Quelle der Erholung und ein das Landschaftsbild positiv prägendes Element.

Im „Räumlichen Entwicklungskonzept 2015“ definiert die Gemeinde Leogang auch konkrete Ziele. Die im Kontext der Arbeit und Planung relevantesten sollen hier erwähnt werden:²³

- Definition von regionalen touristischen Themenschwerpunkten (...), wobei der Fokus auf die Bereiche Freizeit, Action, Event- und Wellness tourismus gelegt wird
- Erhaltung und Weiterentwicklung bestehender Skigebiete, Verknüpfung bestehender Skigebiete in der Region (Skiverbund) und Verknüpfung mit Skigebieten in der Nachbarregion

12 Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgaun, 2015, S. 20 ff.

13 Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015. Thalgaun, 2015, S. 11

14-17 vgl. ebd., S.8 ff.

18 Vgl. Grundner, Kornel (GF Leoganger Bergbahnen): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

19 Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015. Thalgaun, 2015, S. 8

20-22 vgl. ebd., S. 9 ff.

23 Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgaun, 2015, S. 4 f.

- Verbindung und Vernetzung von bestehenden Infrastrukturen, Pisten, Liftanlagen, Beschneiungsinfrastruktur
- Freihaltung der Flächen von Nutzungen/Bebauung, die einer funktionsgerechten Nutzung entgegenstehen, durch Festlegung im REK.
- Festlegung überregionaler und regional bedeutender Verkehrsverbindungen im Bahnverkehr – Salzburg – Tiroler Bahn.
- Verbesserung des bestehenden Radweges zwischen Tirol Leogang und Saalfelden

3.1.5. Bestandsaufnahme Areal Hütten

Geografischer Kernbereich des in dieser Arbeit geplanten Projekts ist der Ortsteil Hütten (siehe Abb. 10), in dem sich ein Teil des Asitzkogels bzw. der Zugang zum Berg befindet (siehe Abb. 11). Darum soll dieser Ortsteil noch einmal detaillierter hinsichtlich Ausgangssituation und Möglichkeiten beschrieben werden.

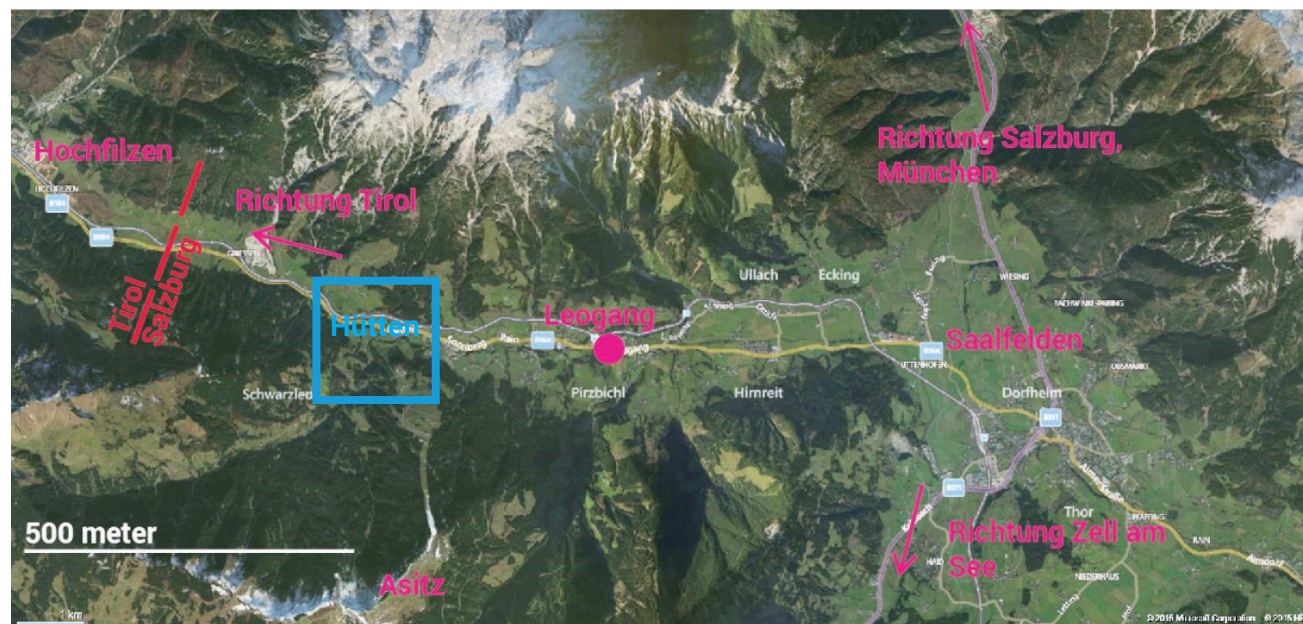


Abb. 10 Luftaufnahme Hütten in Leogang und Umgebung

Hütten ist funktionell hauptsächlich von Tourismus, Land- und Forstwirtschaft sowie Wohnen geprägt (siehe Abb. 12). Durch die Bundesstraße und die Leoganger Ache ist der Bereich jedoch für jedwede Nutzung von Restriktionen beeinträchtigt. Im gesamten Areal ist eine

exponierte Nordhangsituation mit entsprechenden Sensibilitäten gegenüber baulichen Entwicklungen gegeben. Der Bereich der Talstation Asitzkabinenbahn ist als Tourismusstandort festgelegt.²⁴

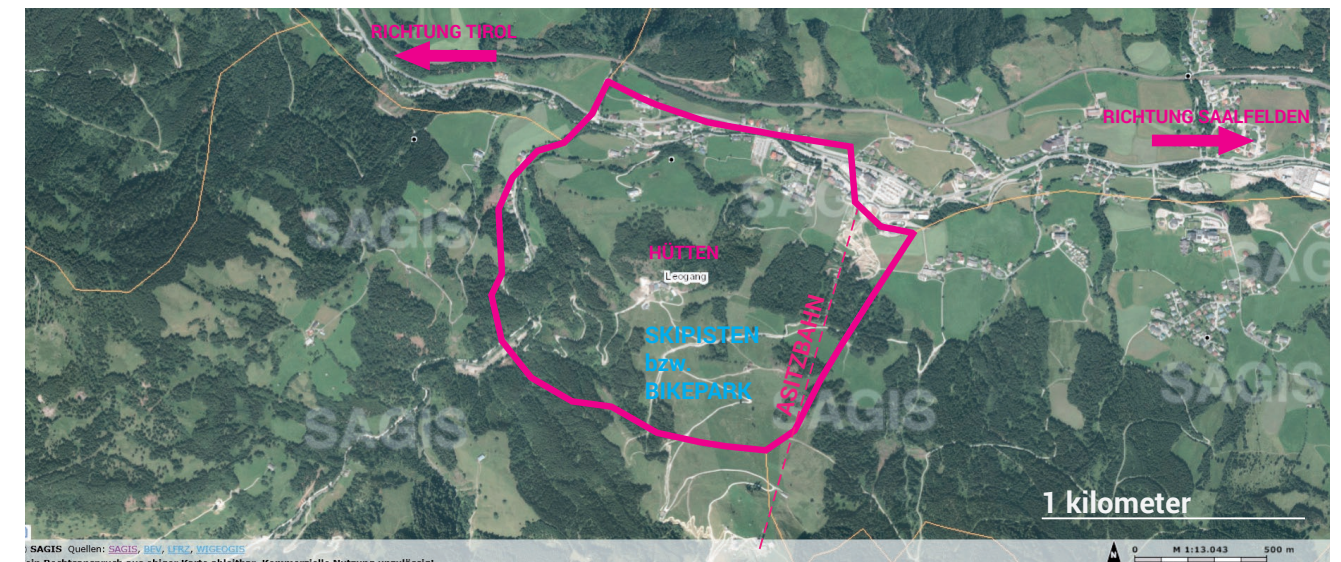


Abb. 11 Luftaufnahme Areal Hütten in Leogang

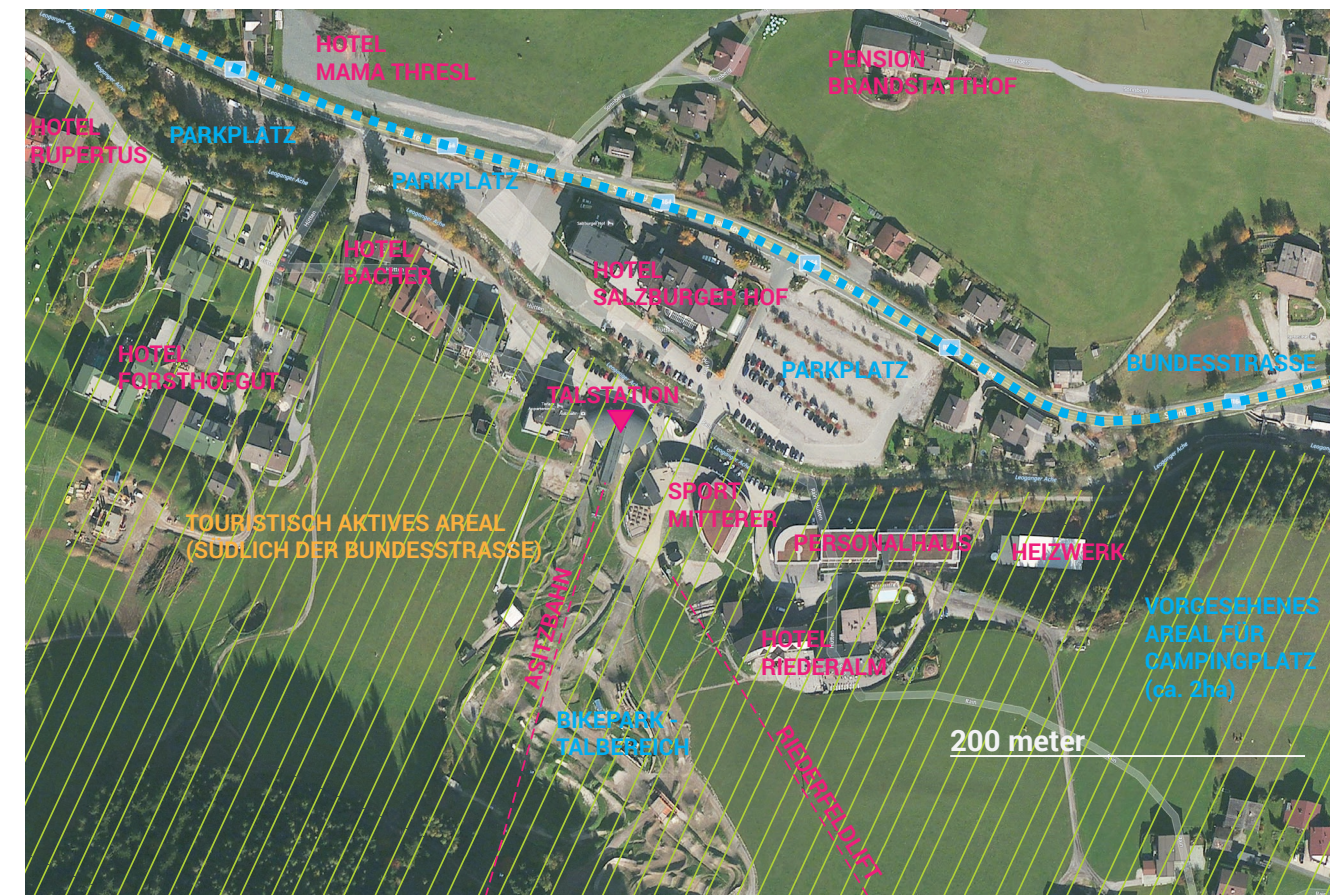


Abb. 12 Luftaufnahme Hütten im Detail

Eine betriebsunabhängige Wohnentwicklung ist hier nicht vorgesehen. Wesentlich ist hier seitens der Gemeinde eher die Standortsicherung sowie Förderung der vorhandenen Fremdenverkehrseinrichtungen. Im Ortsbereich von Hütten ist die hauptsächliche bauliche Entwicklung südlich der Ache in östlicher Richtung möglich. Im Ortsbereich selbst ist bei Baumaßnahmen auf den alten Baubestand des Ortskerns entsprechend zu achten. Bei Inanspruchnahme von Hangflächen ist die bauliche Gestaltung jedoch besonders genau zu prüfen. Östlich des Heizwerkes wurde ein Standort für einen geplanten Campingplatz festgelegt.²⁵

3.2. Touristische Kennwerte

3.2.1. Auslastung

Leogang verfügt gegenwärtig über ca. 5.300 Gästebetten.²⁶ Die Entwicklung ist besonders im gewerblichen Bereich steigend. Das Bettenangebot ist im Sommer wie Winter ähnlich.²⁷ Wie in Abb. 13 ersichtlich, hat sich die Auslastung im Sommer in den letzten zehn Jahren tendenziell derer im Winter angenähert. Im Durchschnitt lag die Bettenauslastung im Jahr 2014 bei 44 % im Winter und 36 % im Sommer.

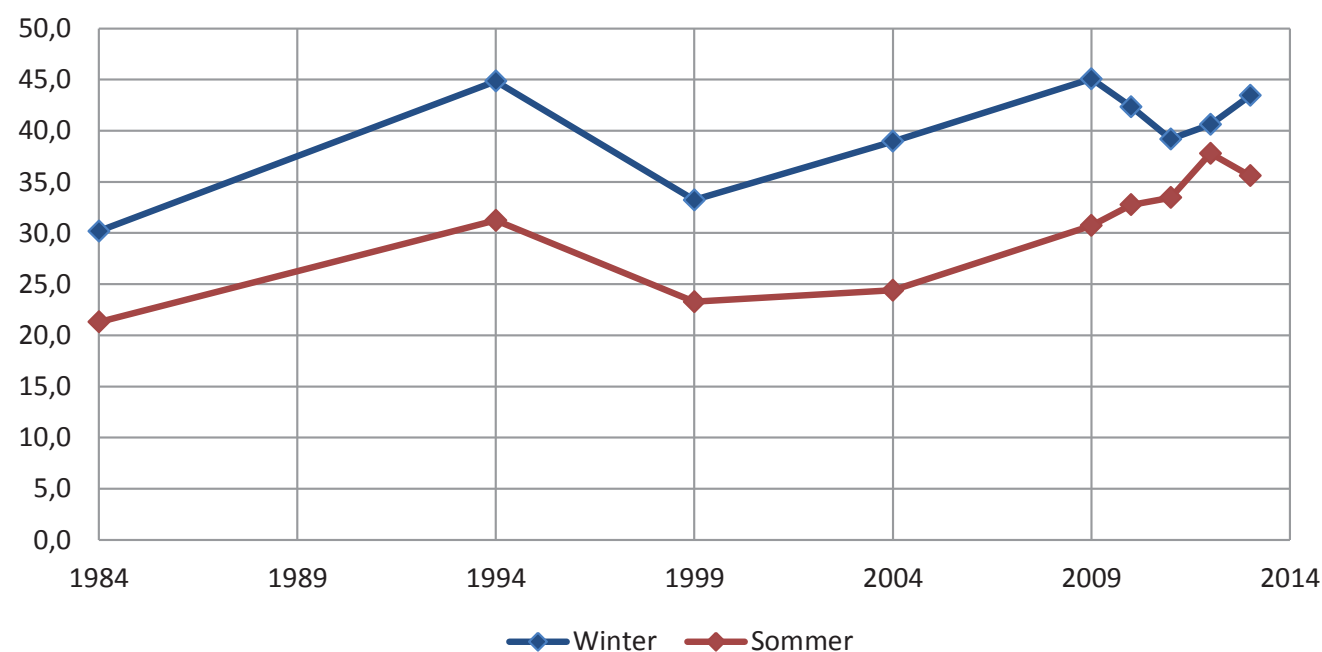


Abb. 13 Bettenauslastung Leogang Vergleich Sommer/Winter 1984 – 2014

In Abb. 14 soll die durchschnittliche Auslastung der Leoganger Beherbergungsbetriebe (grau) und die zweier ausgewählter Hotels (blau und rot) in der Nähe der Talstation der Asitzkabinenbahn veranschaulicht werden. Gut zu erkennen ist hier die starke Verbindung zwischen der Auslastung von Hotel 1 mit den Betriebspausen der Asitzkabinenbahn (November und April). Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Hotel zur Zeit der Betriebspausen der Bergbahn selbst den Betrieb schließt.

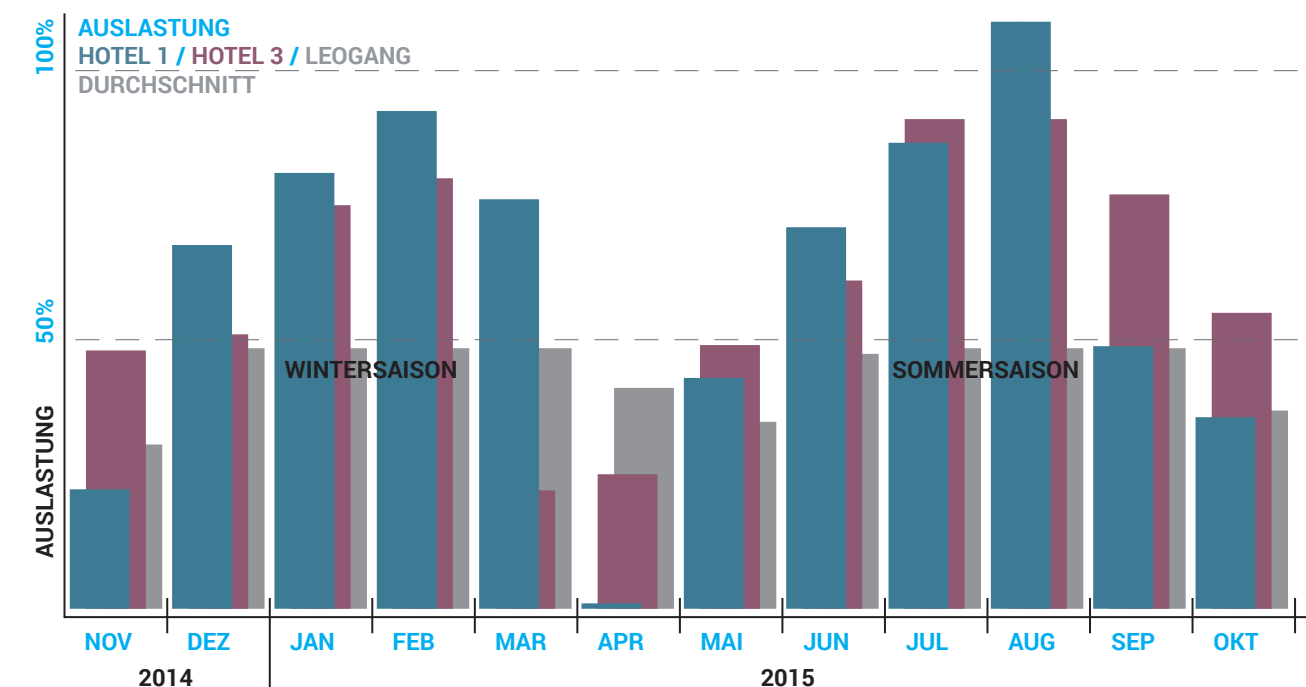


Abb. 14 Auslastung Jahresdurchschnitt Hotelvergleich

Gut zu erkennen sind hier im Allgemeinen die auslastungsschwachen Monate Oktober und November sowie März bis Mai. Hierbei handelt es sich um die Übergangsmonate bzw. die Zwischensaison 2014/2015. Die Auslastung konnte durch die neu errichtete Steinbergbahn seit 2015 gesteigert, zugleich durch eine Qualitätsoffensive die Übernachtungspreise erhöht werden.²⁸ Somit ist ein erster Schritt in Richtung wirtschaftliche Wertsteigerung, unter anderem durch die ausgeweiteten Betriebszeiten der Bergbahnen, bereits getan.

Die Gäste verteilen sich innerorts unter den Hotelklassifikationen sehr ungleichmäßig. Laut der unteren Tabelle (Abb. 15) stehen an erster Stelle 4- und 5-Sterne-Hotels mit fast 50 % aller Übernachtungen. Die zweite Hälfte teilen sich die niedrigeren Kategorien, dabei größ-

²⁵ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther.

Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015. Thalgaug, 2015, S. 45

²⁶ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.): Auflistung Gästebetten gewerblich und privat. Stand 13. 5. 2015. Leogang, 2015.

²⁷ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther. Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgaug, 2015, S. 16

²⁸ Vgl. Hörl, Anton sen. (GF/Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

tenteils Ferienwohnungen (ca. 25 %) und 3-Sterne-Hotels (ca. 15 %). Diese Zahlen decken sich mit den Aussagen von Anton Hörl sen.²⁹ und Marco Pointer³⁰, welche Leogang als Tourismusziel für die obere Mittelschicht sehen.

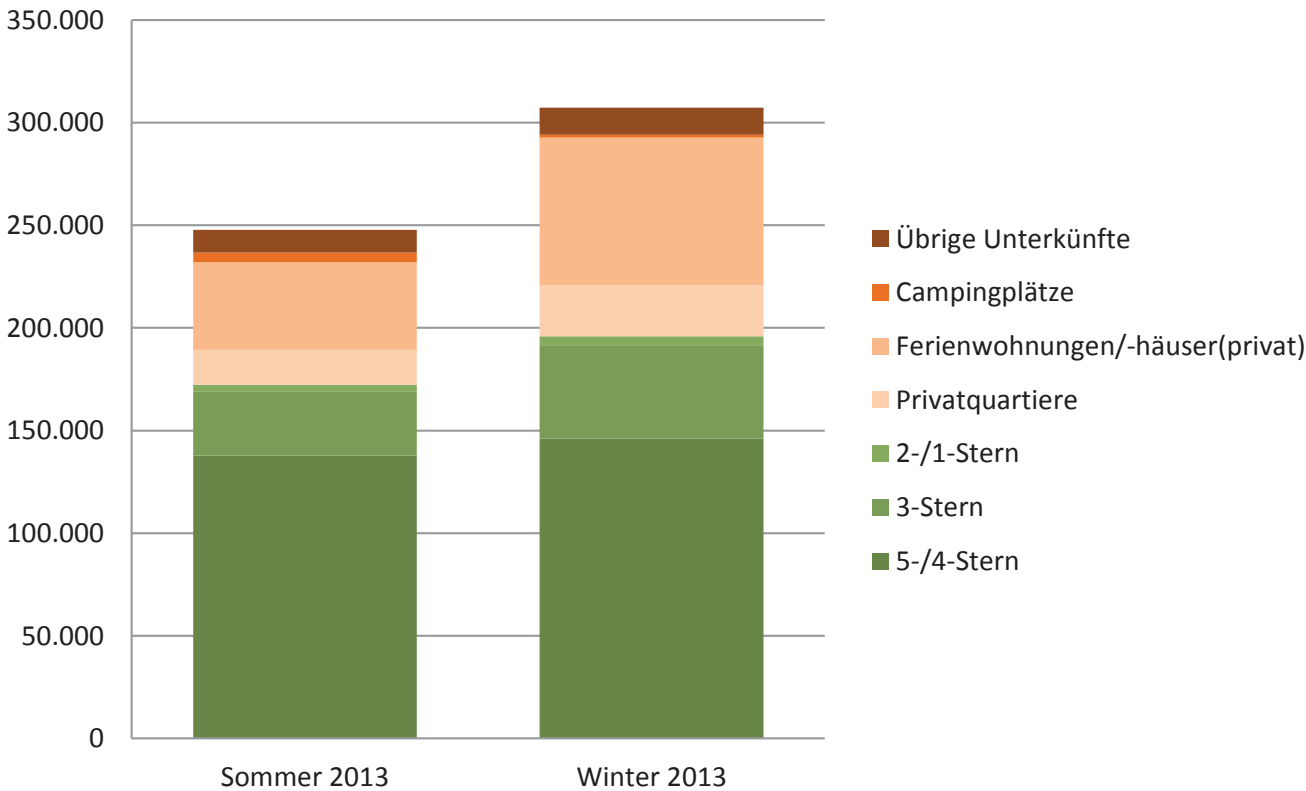


Abb. 15 Übernachtungen in Leogang 2013

3.2.2. Performance

Anhand der Auslastung kann noch kein definitiver Schluss zur Leistung der Betriebe gefasst werden. Hierzu wurden weitere Kenndaten von Hotels im Ort gesammelt und ausgewertet. Mithilfe des Kennwertes RevPAR (Revenue per available room – Logiserlös pro verfügbarer Zimmerkapazität) soll die wirtschaftliche Leistung von drei ausgewählten und anonymisierten Hotels vergleichbar dargestellt werden. Dies soll in der nachfolgenden Tabelle (Abb. 16) veranschaulicht werden. Die hierfür herangezogenen Hotels haben alle ähnliche Klassifizierungen und liegen jeweils max. einen Kilometer Luftlinie von der Asitzkabinenbahn-Talstation entfernt.

	Hotel 1	Hotel 2	Hotel 3
	Geschäftsjahr 2013/2014	Geschäftsjahr 2013/2014	Geschäftsjahr 2014/2015
Kategorie	4* Sport, Wellness, Familie	4* s	4* Wellness
Geöffnete Tage	298	365	347
vollausgelastete Tage	212	287	204
Zimmerzahl	98	124	112
Zimmer belegt	20.816	35.587	22.860
Zimmer möglich	29.204	45.260	38.864
Bettenzahl	198	223	224
Nächtigungen	42.057	64.000	45.719
Mögliche Nächtigungen	59.004	81.395	77.728
Auslastung	71 %	79 %	59 %
Logisumsatz Netto	2.738.349 €	5.752.546 €	2.704.167 €
RevPAR	94 €	127 €	70 €

Abb. 16 Hotelvergleich (anonymisiert) Revenue per available Room

In der unteren Tabelle (Abb. 17) wurden im Zuge einer Studie regionale RevPAR-Kennwerte ermittelt. Für Leogang wurden hier Werte im Bereich von ca. 85 bis 122 € ermittelt. Verglichen mit den ermittelten Werten der drei oben gezeigten Hotels, reißt nur Hotel 3 nach unten hin besonders aus. Dennoch sind die erreichten Einnahmen der drei Hotels verglichen zum österreichischen Schnitt im oberen Drittel angesiedelt.

Wie sich die Erlöse saisonal unterscheiden, kann dieser Untersuchung nicht entnommen werden. Die Einnahmen der Beherbergungsbetriebe brachen in den jüngst vergangenen Sommersaisons merklich ein. Um eine adäquate Auslastung zu erreichen, mussten im Sommer die Zimmerpreise gesenkt werden.³¹

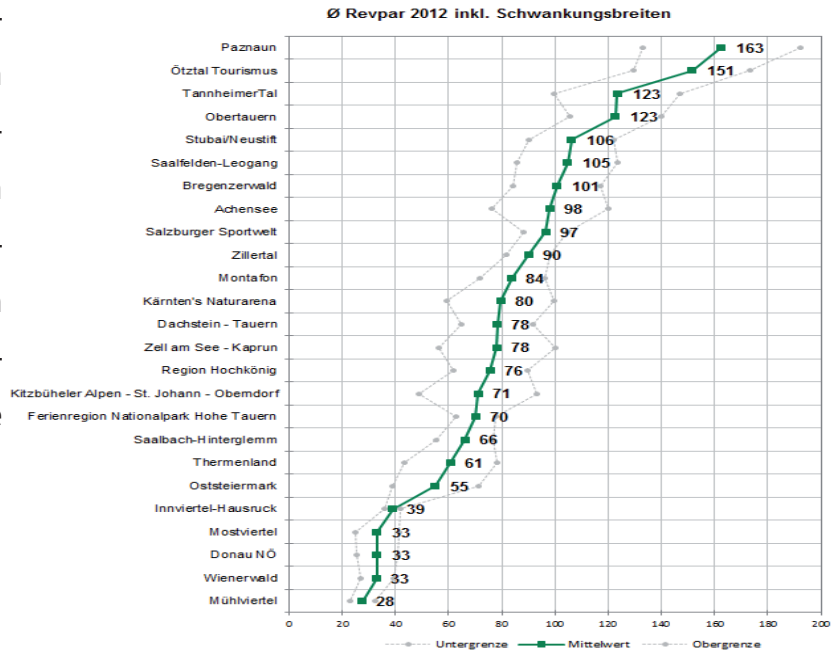


Abb. 17 Österr. Destinationen im Vergleich

29 Vgl. Hörl, Anton sen. (GF/Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

30 Vgl. Pointer, Marco (GF Tourismusverband Saalfelden Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Saalfelden, 13. 01. 2015

31 Vgl. Hörl, Anton sen. (GF/Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

3.3. Asitzkogel

3.3.1. Geografie, Topografie

In Leogang treffen die Nördlichen Kalkalpen im Norden auf die Grauwackenzone³² im Süden (siehe Abb. 18). Im Norden sind die Leoganger Steinberge bei Bergsteigern und Kletterern sehr beliebt, die südlich gelegene Grauwackenzone bildet die Basis für das gegenwärtig größte Skigebiet Österreichs. Der Asitz ist Teil der Pinzgauer Grasberge bzw. der Glemmtaler Alpen, welche wiederum die östlichen Ausläufer der Kitzbüheler Alpen darstellen. Die Grauwackenzone bildet durch das weiche Gestein sanfte, rundliche Bergformen, was sie besonders für den alpinen Skilauf interessant macht. Es werden zwei Gipfel definiert, der Kleine Asitzkopf mit einer Höhe von 1.872 m ü. A. und der Asitzkopf mit 1.914 m ü. A. (siehe Abb.

19). Damit ist der Asitzkopf höhenmäßig vergleichbar mit dem Kitzbüheler Horn. Mit dieser Höhe liegt der Asitz weit unter den höchsten Skigebieten Österreichs, zu denen unter anderem das ca. 20 km entfernte Gletscherskigebiet Kitzsteinhorn mit 3203 m ü. A. zählt. Leicht oberhalb der Bergstation Asitzkabinenbahn befindet sich die Baumgrenze. Auf dem Kleinen Asitzkopf ist knapp kein Baumwuchs mehr vorhanden. Im Bereich der Asitzmulde (gesamtes Areal um den Gipfel) und des Asitzkopfes ist bereits eine ausgeprägte Infrastruktur vorhanden. Neben den bestehenden Liftanlagen gibt es zwei große Gaststätten, die Alte Schmiede und das Asitzbräu, welches 2015 eröffnet wurde (ehem. Asitzhütte).



Abb. 18 Topografie Asitz mit Umgebung

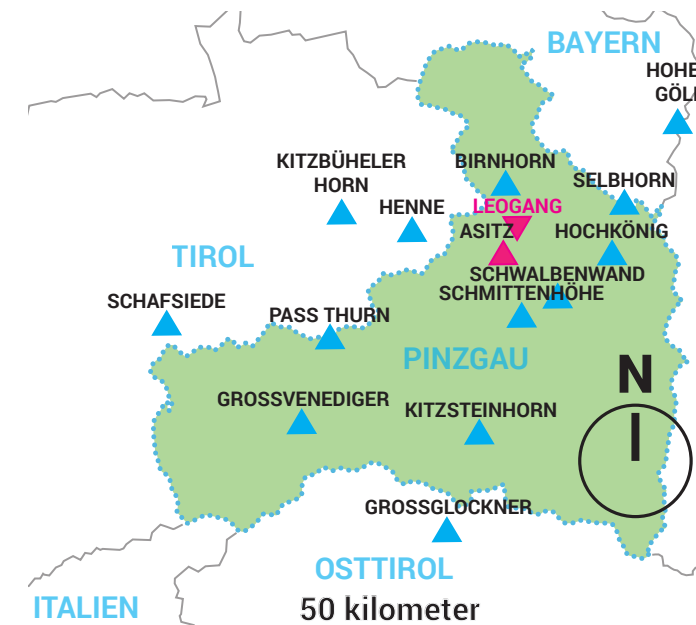


Abb. 19 Übersicht höchste Berge Umgebung Leogang

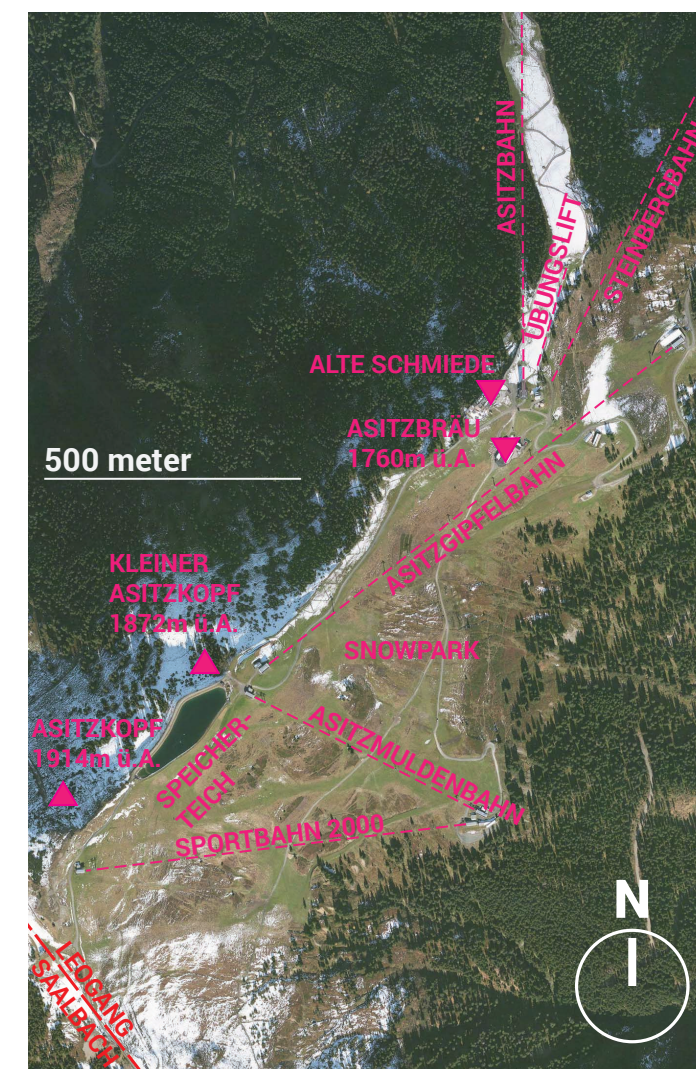


Abb. 20 Topografie Asitz im Detail

Die Alte Schmiede bietet 550³³ und das Asitzbräu 500³⁴ Sitzplätze.

Große Flächen des Berges wurden im 8. Jahrhundert an Bayern veräußert. Durch den Raubbau von Nadelhölzern entstand in den sogenannten Bayrischen Saalforsten eine Monokultur, welche in einer Schädigung durch Käferbefall mündete. Die Besitzrechte der Bayern an diesen Forstgebieten sind auf ewige Zeiten anerkannt. Dafür durfte Österreich unterirdisch auf bayrischem Gebiet Salz abbauen. In Leogang beträgt der Besitz der Bayern ca. 3.000 ha, was ein Drittel der Gemeindefläche darstellt. Diese Fläche wird nach wie vor forstwirtschaftlich genutzt. Die obere Sektion der Asitzbahnen verläuft überwiegend auf bayrischem Forstgebiet. Das Areal Asitzmulde, Asitzkopf bis zur Gemeindegrenze zu Saalbach-Hinterglemm steht im Besitz einer Agargemeinschaft.³⁵

zu Abb. 19: Übersicht höchste Berge Umgebung Leogang: Großglockner 3.798 m ü. A., Großvenediger 3.662 m ü. A., Kitzsteinhorn 3.203 m ü. A., Selbhorn 2.655 m ü. A., Birnhorn 2634 m ü. A., Hoher Göll 2.523 m ü. A., Schafsiede 2.447 m ü. A., Henne 2.078 m ü. A., Schwalbenwand 2.011 m ü. A., Kitzbüheler Horn 1.996 m ü. A., Schmittenhöhe 1.965 m ü. A., Asitzkopf 1.914 m ü. A., Pass Thurn 1.273 m ü. A.

32 Vgl. Salzburgwiki/Salzbürger Nachrichten VerlagsgmbH/Dasch, Maximilian (Hg.): Grauwackenzone. o. J., online unter: <http://www.salzburg.com/wiki/index.php/Grauwackenzone> (08. 04. 2016)

33 Vgl. Just Media GmbH (Hg.): Asitzbräu. o. J., online unter: <http://www.huettenguide.net/huetten/asitzbraeu> (29. 03. 2016)

34 Vgl. Just Media GmbH (Hg.): Alte Schmiede. o. J., online unter: <http://www.huettenguide.net/huetten/die-alte-schmiede> (29.03.2016)

35 Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 175 f.

Im Winter wird das Areal fast flächendeckend für den Skitourismus genutzt. In der unteren Abbildung (Abb. 21) sind rot schraffiert die Skistrecken, rot gekreuzt Freeridestrecken und blau gekreuzt der Snowpark dargestellt. Nordwestlich fällt das Gelände hinter dem Grat bzw. dem Speicherteich steil ab.

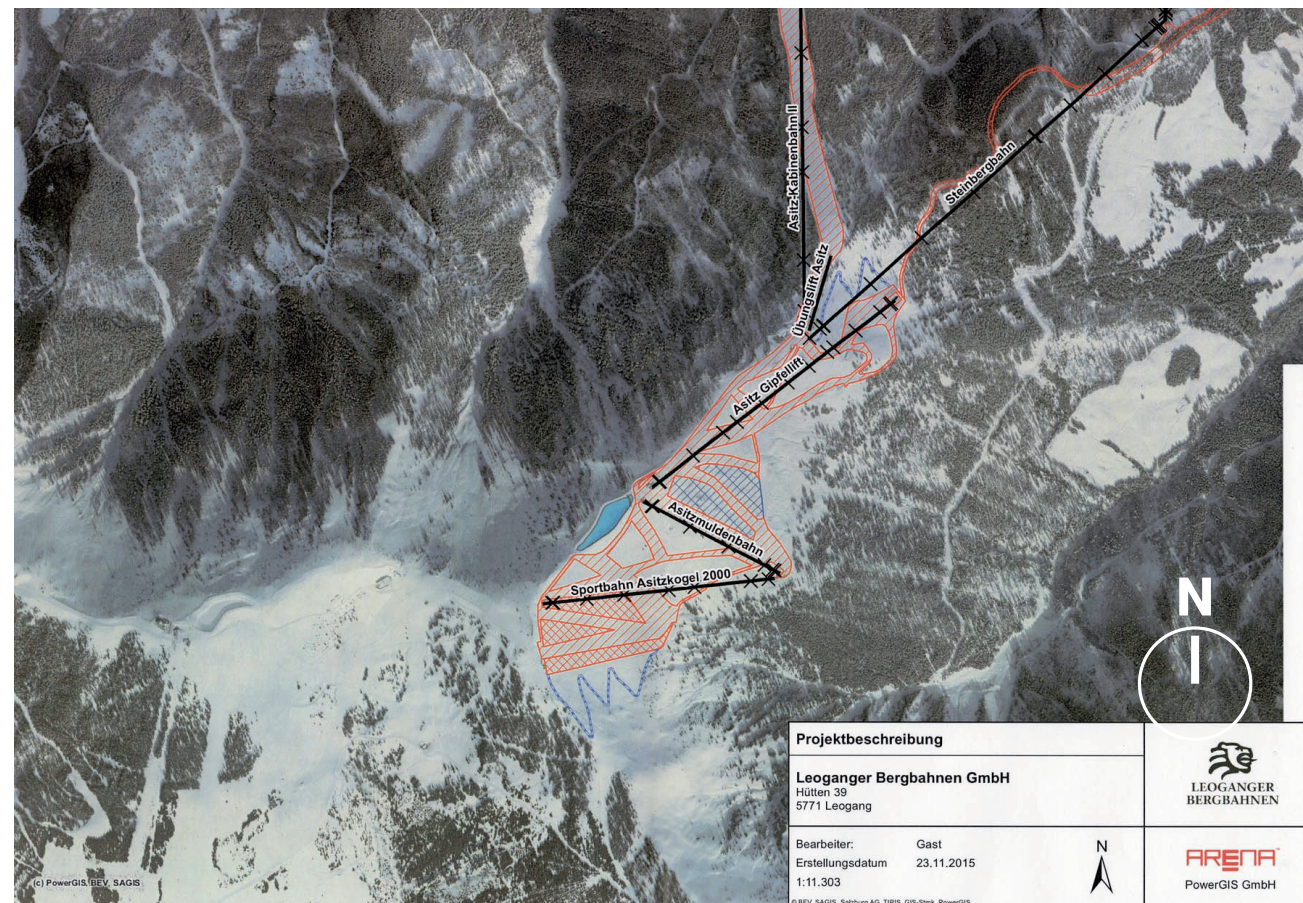


Abb. 21 Flächennutzungsplan Leoganger Bergbahnen

Anhand des folgenden Höhengschichtenplanes und der Geländeschnitte ist die Topografie des Areals zu erkennen (Abb. 22 und Abb. 23). Entlang Schnitt D verläuft der Bergrücken. Südöstlich des Rückens wird das Areal hauptsächlich für den Skisport genutzt. Nordwestlich dessen fällt der Berg steil in ein naturbelassenes und schwer zugängliches Areal mit schnell dichter werdendem Wald ab. Das Gelände erlaubt im Sommer eine recht einfache fußläufige Erreichbarkeit weiter Bergketten sowie eines ausgedehnten Wander- und Bikewegenetzes im Gemeindegebiet von Leogang und Saalbach-Hinterglemm, weiters auch in Saalfelden und Richtung Tirol. Bei Schneelage ist diese Erreichbarkeit zu Fuß extrem eingeschränkt. Doch bietet sich im Gegenzug die Nutzung des gesamten Skigebietes mit entsprechender Skiausrüstung an.

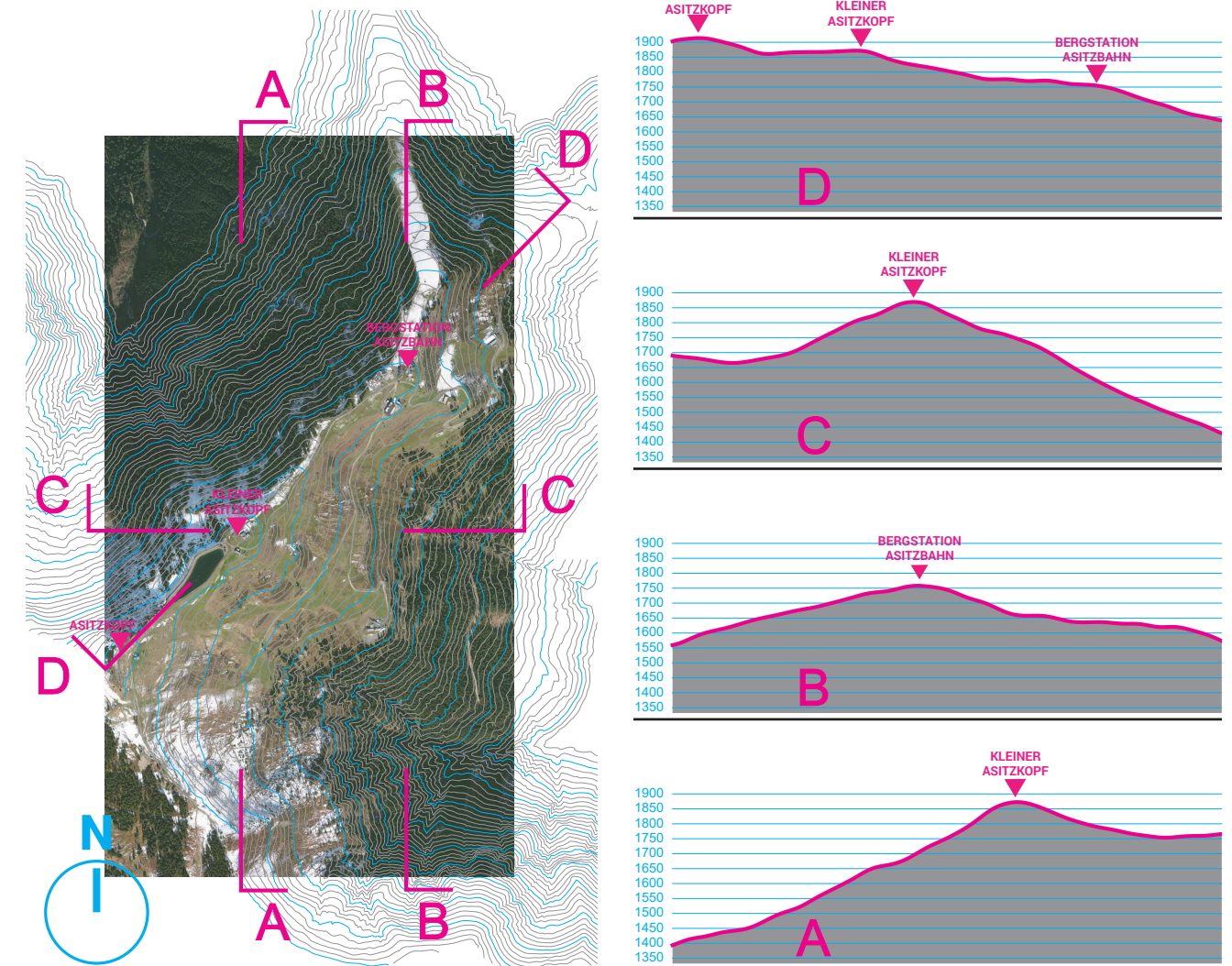


Abb. 22 Höhengschichtenplan Asitz

Abb. 23 Geländeschnitte Asitz

3.3.2. Historische Entwicklung

Der Asitz wurde erstmals 1902 von Oberpolizeirat Theo Gmeiner mit sechs Begleitern von Saalbach aus mit Skiern bestiegen und danach befahren. Dies animierte die junge Bevölkerung zu ersten skifahrerischen Versuchen. Erste Wettrennen wurden 1910 in Leogang ausgetragen. Um 1930 wurde die Asitzhütte errichtet (siehe Abb. 24), was den Asitz zu einem beliebten Tourenskigebiet machte. 1947 wurde der Skiclub Leogang gegründet und 1952 wurde der erste Skilift eröffnet, der Schrattenegglift. 1959 folgte der Schanteilift, welcher von einer Skiliftgesellschaft errichtet wurde. Auch Touristen außerhalb Österreichs kamen bereits auf Urlaub in das Dorf. Weitere Kleinskilifte in Talnähe wurden in den folgenden Jahren gebaut.³⁶



Abb. 24 Asitzhütte mit Asitzgipfel im Winter 1934

1971 wurde der erste Zweiersessellift bis zur heutigen Mittelstation der Asitzbahn gebaut, es folgte ein schneearmer Winter und man erkannte, dass man eine weitere Liftanlage bis auf den Gipfel braucht, um den Berg wirtschaftlich bespielen zu können. Die touristisch-wirtschaftliche Erschließung des Asitzgebietes erfolgte 1973 mittels eines weiteren Zweiersesselliftes auf die Asitzmulde. Der Zusammenschluss mit dem Skigebiet Saalbach-Hinterglemm geschah 1975. 1988 folgte ein Vierersessellift zur Erschließung des Kleinen Asitzkopfes und 1990 wurden die beiden Zweiersessellifte durch die heute bestehende Einseilumlaufbahn mit 8er-Kabinen ersetzt. Weitere Bespielungen der Asitzmulde folgten in den Jahren darauf und die Verbindung mit dem Skigebiet Saalbach-Hinterglemm wurde weiter ausgebaut, der Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang wuchs.³⁷ 2015 wurde die neue Steinbergkabinenbahn eröffnet, welche die Erschließung des Asitzes bei einem möglichen Ausfall einer Liftanlage nachhaltig gewährleistet sowie die Förderleistung verdoppelt. Weiters folgte in der Wintersaison 2015/2016 der Zusammenschluss mit dem Skigebiet Fieberbrunn, wodurch das gegenwärtig größte zusammenhängende Skigebiet Österreichs entstand (siehe Abb. 25).³⁸



Abb. 25 Panoramakarte Saalbach-Hinterglemm-Leogang

3.3.3. Leoganger Bergbahnen

Der Geschäftsführer der Leoganger Bergbahnen, Kornel Grundner³⁹, wurde im Zuge dieser Arbeit befragt. Im folgenden Text sollen die wichtigsten, diese Arbeit betreffenden Punkte des Gespräches aufgezeigt werden.

Der Asitzkogel wird vom Tal aus mittels zwei Einseilumlaufbahnen erschlossen. Die Asitzkabinenbahn wurde 1990 errichtet, die Steinbergbahn 2015. Die Asitzkabinenbahn wird zweimal jährlich wegen Wartungsarbeiten für je einen Monat geschlossen. Bis zur Eröffnung der Steinbergbahn konnte somit der Berg nicht ganzjährig mittels Lift erschlossen werden. Ab 2016 ist der Betrieb und somit auch die Erschließung des Berges per Seilbahn ganzjährig möglich. Die beiden Bahnen erreichen gemeinsam eine Förderleistung von ca. 5.000 Personen pro Stunde. Im Sommer reduziert sich diese Zahl wegen des Umbaues einiger Kabinen

³⁷ Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 308 ff.

³⁸ Vgl. Grundner, Kornel (GF Leoganger Bergbahnen): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

³⁹ Vgl. ebd.

zu für den Fahrradtransport optimierten Bike-Kabinen mit weniger Sitzen. In der Wintersaison 2014/2015 wurden ca. 700.000 bis 800.000 Personen transportiert, in der Sommersaison 2015 waren es ca. 280.000 Personen. Hierbei ist anzumerken, dass sich diese Personmengen im Winter im gesamten Skicircus verteilen und sich somit nie eine so große Menschenanzahl punktuell auf dem Berg befindet. Bei Veranstaltungen (am Abend) gibt es diesbezüglich Beschränkungen in Form eines Notfallplanes. Dieser sieht vor, dass jede Person, die sich auf dem Berg befindet, in Unwettersituationen in befestigte Gebäude flüchten können muss. Gegenwärtig sind das an der Bergstation zwei Gastronomiebetriebe und die Bergstation selbst, welche eine Kapazität von ca. 3.500 Personen aufnehmen können. Nach dem Zusammenschluss des Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang mit dem Skigebiet Fieberbrunn folgt in zwei bis drei Jahren der Zusammenschluss mit dem Skigebiet Schmitenhöhe in Zell am See.

Es wird bereits versucht, den Betrieb der Bergbahnen energetisch zu optimieren. Die Abwärme der Motoren in der Mittelstation wird genutzt, um die Gebäude in diesem Bereich zu heizen. Der Wasserdruck des auf dem Kleinen Asitz situierten Speicherteiches reicht aus, um die Beschneiungsanlagen unter einer bestimmten Seehöhe ohne weitere Pumpenergie zu betreiben. Eine weitere Nutzung dieser Energie mittels Turbinen wird in Betracht gezogen. Die technische Schneeproduktion ist nach wie vor ein Energiefresser. Die Hersteller dieser Anlagen nehmen sich jedoch bereits dieses Problems an. Im Bereich der Mittelstation wird im Sommer 2016 ein neuer Speicherteich errichtet. Es wird angestrebt, diesen für Besucher nutzbar in den sich dort befindlichen „Sinne-Erlebnispark“ einzubinden.⁴⁰

Den Tabellen (Abb. 1 und Abb. 2) auf Seite 5 ist zu entnehmen, dass die Bergbahn im Sommer zu etwas mehr als 50 % von Mountainbikern genutzt wird. Die restlichen ca. 50 % der Nutzer gliedern sich überwiegend in Wanderer sowie Besucher des „Sinne-Erlebnisparks“, der Gastronomien und diverser Veranstaltungen.

Im Winter kann man von einer annähernd 100 %-igen Nutzung durch alpine Skisportler ausgehen.

3.3.4. Klima

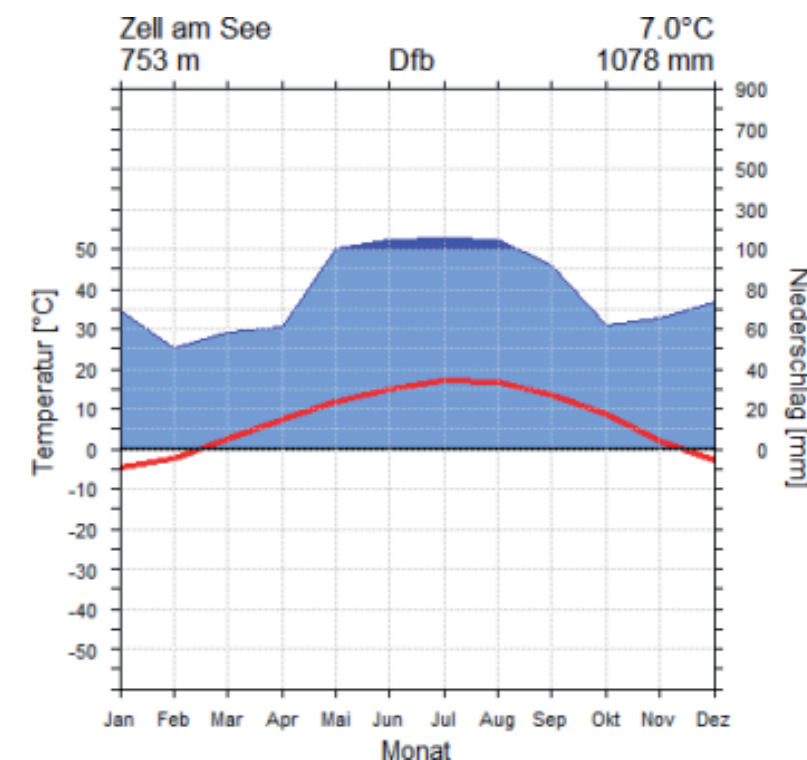


Abb. 26 Klimadiagramm Zell am See

von ca. 60 bis 180 mm über das Jahr verteilt zu rechnen (siehe Abb. 26). Die Jahresdurchschnittstemperaturen stiegen dem Diagramm (Abb. 3) auf Seite 6 zufolge in den letzten 30 Jahren um ca. 2 °C an. Das Diagramm zeigt die Temperaturentwicklung auf der Schmitenhöhe, welche jedoch ähnlich hoch ist wie der Asitzkogel und nur ca. 10 km Luftlinie entfernt. Klimaprognosen sagen einen weiteren Anstieg der Jahresdurchschnittstemperatur in ähnlicher Geschwindigkeit voraus.⁴¹ Diese Tatsache erschwert es, eine lückenlose Schneedecke über die gesamte Wintersaison aufrechtzuerhalten, selbst mit technischer Beschneigung. Im Jahr 2006 galten ca. 90 % der Skigebiete in Österreich als schneesicher. Das bedeutet, dass mindestens 100 Tage im Jahr eine auskömmliche Schneedecke gewährleistet ist⁴², was in Leogang definitiv noch der Fall ist. Bei einem weiteren Anstieg der Durchschnittstemperatur wird die Schneesicherheit von immer mehr Skigebieten bedroht und nur noch die höchstgelegenen Skigebiete werden im Wintertourismus bestehen können. Die Schneesaison ist in der Vergangenheit bereits in den meisten österreichischen Skigebieten merklich kürzer geworden.

40 Vgl. Grundner, Kornel (GF Leoganger Bergbahnen): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

41 Vgl. Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft/BMFWF (Hg.), Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030. Auswirkungen, Chancen & Risiken, Optionen & Strategien. Wien, 2015, S. 6 f.

42 Vgl. OECD (Hg.), OECD - Berechnungen zu den Auswirkungen des Klimawandels auf die Skiregionen in den Alpen. Online unter: <http://www.oecd.org/general/oecd-berechnungenzudenAuswirkungendesKlimawandelsaufdieSkiregionenindenAlpen.htm> (28.04.2016)

Diese Gebiete konzentrieren sich nach wie vor vermehrt auf ökologisch fragwürdige und ressourcenverschwendende Technologie zur Beibehaltung der Schneesicherheit und nicht auf einen Strategiewechsel im Tourismus.⁴³

3.4. Tourismus

Der Tourismus in Leogang begann mit dem Alpinismus. In den Leoganger Steinbergen wurde von 1825 bis 1922 alle Gipfel von Einheimischen oder von weitem angereisten Bergsteigern erstmals bestiegen. 1891 wurde am Birnhorn die Passauerhütte erbaut, um den Alpinisten eine Schutz- bzw. Basisstation zu bieten.



Abb. 27 Ansichtskarte Leogang, 1899

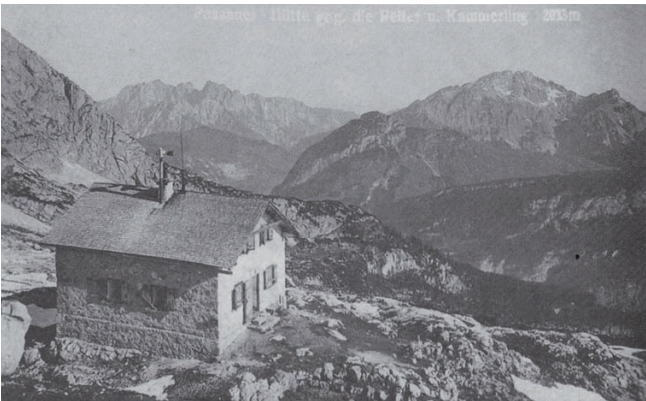


Abb. 28 Foto Passauerhütte, 1935

Mit Josef Oberlader nahm 1893 in Leogang der erste Bergführer seine Tätigkeit auf ⁴⁴. Die Entwicklung des Skisportes wurde bereits in Kapitel 3.3.2. behandelt. Um 1905 gab es in Leogang 10 Wirtshäuser, unter anderem den Kirchenwirt im Dorfzentrum und den Badhauswirt am Fuß der Steinberge. Zu dieser Zeit sah man in der Gemeinde keinen Bedarf für mehr als den vorhandenen ca. 20 Fremdenzimmer. Man ging davon aus, dass sich in Leogang lagebedingt nie ein Fremdenverkehr entwickeln könne. „Wenn aber nicht einmal im Sommer ein reger Verkehr erzielt werden kann, wie sollte in den Wintermonaten ein solcher zustande kommen? Weist ja nicht einmal Zell am See, das doch in jeder Hinsicht ganz andere Anziehungspunkte bieten kann, ständige Wintergäste auf. Von einer Einführung des Wintersportes in den Leoganger Steinbergen kann aus diesen Gründen und vor allem aus dem weiteren

43 Vgl. OECD (Hg.), OECD - Berechnungen zu den Auswirkungen des Klimawandels auf die Skiregionen in den Alpen. Online unter: <http://www.oecd.org/general/oecd-berechnungenzudenAuswirkungendesKlimawandelsaufdieSkiregionenindenAlpen.htm> (28. 04. 2016)
Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 294

Grund überhaupt nie eine Rede sein, weil, wie für jeden auf den ersten Blick einzusehen ist, ein derartiges Terrain ganz und gar ungeeignet für das Skilaufen, Rodelfahren und dergleichen ist. Versuche den Wintersport hier einzuführen, sind nie unternommen worden und gewiss auch nie beabsichtigt gewesen.“⁴⁴, dies war in einem Gemeinderatsprotokoll des Jahres 1905 geschrieben.

Dass das Terrain der Steinberge für den Wintertourismus ungeeignet ist, lässt sich nicht bestreiten. Doch wie sich zeigte, sind die Pinzgauer Grasberge sehr wohl dafür geeignet. In den 1920er-Jahren nahm der Fremdenverkehr in Leogang langsam zu und der „Verschönerungsverein“ kassierte bereits eine „Fremdenzimmerabgabe“. 1930 wurde das erste Fremdenverkehrsprospekt Leogangs veröffentlicht, siehe Abb. 29.

LEOGANG IM PINZGAU
Höhenluftkurort und Wintersportplatz (786 Meter Seehöhe)

In einem der schönsten Teile unseres Salzburger Landes, dort, wo sich die Hauptstrecke der auf elektrischen Betrieb eingerichteten Eisenbahnlinie Saalfelden-Innsbruck, von Zell am See kommend, der nahen Grenze zuwendet, liegt das Dorf Leogang, 5 Minuten von der Haltestelle Leogang-Steinberge (Schnellzugstation Saalfelden, Personenzugstation Leogang). – In sonnigem Hochtal, bekrönt von ausgedehnten Nadelwäldern, bietet es nicht nur jenen, die in beschaulicher Ruhe, fern vom Lärm der Meieplätze, Gottes freie Natur suchen, bequeme Spaziergänge, sondern es kommt vor allem auch als besonders günstiger Stützpunkt für hochalpine Klettertouren in Betracht. Die gewaltigen Südabstürze der Leoganger Steinberge (Birnhorn, 2634 m, in 4 1/2 Stunden, mit Passauer-Hütte, 2020 m, in 3 Stunden) begrenzen es gegen Norden. Von Osten her ladet das gewaltige Massiv des Steinernen Meeres, daranschließend die Lofener Steinberge zu genussreicher Bergfahrt nach dem Königssee zu ein und die gegen Süden gelegenen Ausläufer der Kitzbüheler Alpen (Assitzkogel, 1917 m, mit Skihütte), gewähren nicht nur die schönsten Ausblicke auf die nahen Gletscher der Hohen Tauern, sondern bilden gleichzeitig als anerkannt herrliches Skigelände den Übergang nach dem bestens bekannten Wintersportplatz Saalbach. – Gute Eisenbahnverbindungen ab Station Leogang (867 m) und Haltestelle Leogang lassen das nahe Zell am See und Kitzbühl in einer Stunde Fahrzeit leicht erreichen und bieten daher die Möglichkeit, auch diese weltbekannten Sportplätze von Leogang aus bequem zu besuchen. Gern aber kehrt man auch wieder in unser stilles Tal zurück, und es ist daher nicht zu verwundern, daß der Kreis der ständigen Besucher von Leogang alljährlich zunimmt, denn altrenommierte Gaststätten und eine hinreichende Anzahl sauberer Privatzimmer bieten genügend Unterkunft zu mäßigen Preisen. Ein Schwimmbad für Luft-, Sonnen- und Schwimmbäder (auch Heilbäder) wurde jüngst errichtet. Auto-Taxi, Post, Telegraph, Arzt, Damen- und Herren-Frisier-Salon sind im Orte, ebenso stehen Berg- und Skiführer für alpine Touren in die Leoganger Steinberge zur Verfügung, deren Tourenkarte und Beschreibung im Jahrbuche des D. u. O. Alpenvereines 1926 neu erschienen ist. Im Sommer sorgen ländliche Feste, wie Preisrangeln, Schuhplatteln usw., im Winter sportliche Übungen auf dem hervorragenden Skigelände Leogangs für die Unterhaltung der Besucher. – Ausländer, die der deutschen Sprache nicht mächtig sind, finden überdies auf dem für anspruchsvolleren Geschmack eingerichteten, nahe der Bahnstation gelegenen Privatbesitz Familienpension „Bad Leogang“ (900 m) Anschluß in ihrer Muttersprache (Englisch, Französisch und Italienisch). – Den ganzen Winter Skikurse. – Alle sonstigen Auskünfte erteilt der Fremdenverkehrs- und Verschönerungsverein Leogang im Pinzgau.

Wohnungs - Liste

Name des Wohnungsinhabers	Anmerkung	Name des Wohnungsinhabers	Anmerkung
GASTHÖFE MIT PENSION			
Madreiter Johann Georg	Gasthof	Gaßner Johann	Wannenbad
Stöckl Georg	"	Gruber Leonhard	Privat
Fridl Thomas	"	Zehentner Mart.	"
Schwabl Christ.	"	Genluckner Resi	"
Höller Anton	Wirt	Madreiter Joh.	"
Rieser Alois	Brentwirt	Rieder Joh.	"
Haglreiter Joh.	Häutwirt	Riedelsberger J.	"
Zehentner Seb.	Wirt	Scheiber Rudolf	Bäckerei
Hasenauer Alois	Passauerhütte	Perwein Leonh.	Privat
PRIVAT			
Schlemer Mart.	Privat	Hechenberger Joh.	"
Brandstätter Al.	"	Schwabl Johann	"
Graf Alois	"	Schreder Josef	"
Waggal Jakob	Kaufmann	Holzer Otto	"
Höll Matthias	Tischler	Schmatz Josef	"
Resch Rudolf	Wagner	Günther Emma	"
Oberlader Josef	Privat	Schwabl Hans	"
		Salzmänn Hippol.	"
		Niedermoser Andr.	"
		Hutter Hippolyt	Kaufmann
		Stöckl Josef	Privat

Voller Pensionspreis bei guter und reichlicher Verpflegung von Schilling 6,50 bis Schilling 7,50. Preis pro Bett von Schilling 1,50 aufwärts inkl. aller Abgaben.

Leogang, am 193

Abb. 29 Prospekt Leogang, 1930

1933 brach der Fremdenverkehr in Österreich völlig zusammen. Mit der Öffnung der Grenzen zu Deutschland 1938 kamen wieder deutsche Gäste nach Leogang. Im Jahr 1969 überschritt der Ort erstmals eine Zahl von 100.000 Nächtigungen. Ab 1972 stiegen die Nächtigungszahlen stärker an, was direkt mit dem Bau der Sitzlifte und dem damit stark geförderten Wintertourismus zusammenhängt.⁴⁵ Dies wurde durch den Zusammenschluss des Skigebietes

44 Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 316
45 Vgl. ebd., S. 319 ff.

mit Saalbach-Hinterglemm zusätzlich unterstützt. Seit 2001 betragen die Nächtigungszahlen über 400.000 pro Jahr. Die Gästebettenkapazitäten wurden entsprechend stark ausgebaut.⁴⁶ Gegenwärtig verzeichnet der Ort ca. 550.000 Nächtigungen im Jahr.⁴⁷ Die Tourismusverbände von Leogang und Saalfelden schlossen sich 1998 zusammen um in den beiden Saisons voneinander zu profitieren.⁴⁸

„... dieses kleinräumige Denken – Kirchenturmdenken ist der typische Ausdruck dafür – im Tourismus längst nicht mehr Platz hat, sondern dass wir großzügig uns präsentieren müssen. Und deshalb glaube ich, es ist an der Zeit, dass wir uns in größeren Regionen präsentieren müssen.“⁴⁹

Wenn man dieses Zitat des damaligen Bürgermeisters Matthias Scheiber im Jahr 1998 dem Gemeinderatsprotokoll des Jahres 1905 (zitiert auf der vorigen Seite) gegenüberstellt, ist es kaum vorstellbar, dass diese beiden grundsätzlich konträren Aussagen nur knapp hundert Jahre trennen. Entsprechend groß gedacht wurde auch 2015/2016 beim Zusammenschluss der Skigebiete zum größten zusammenhängende Skigebiet Österreichs.

3.4.1. Fotodokumentation

Im Zuge der Recherchearbeit vor Ort wurde eine Fotodokumentation des Areals auf dem Asitz erstellt. Aufnahmedatum war Ende November 2015. Mit dem Skibetrieb wurde in diesem Jahr Anfang Dezember begonnen.

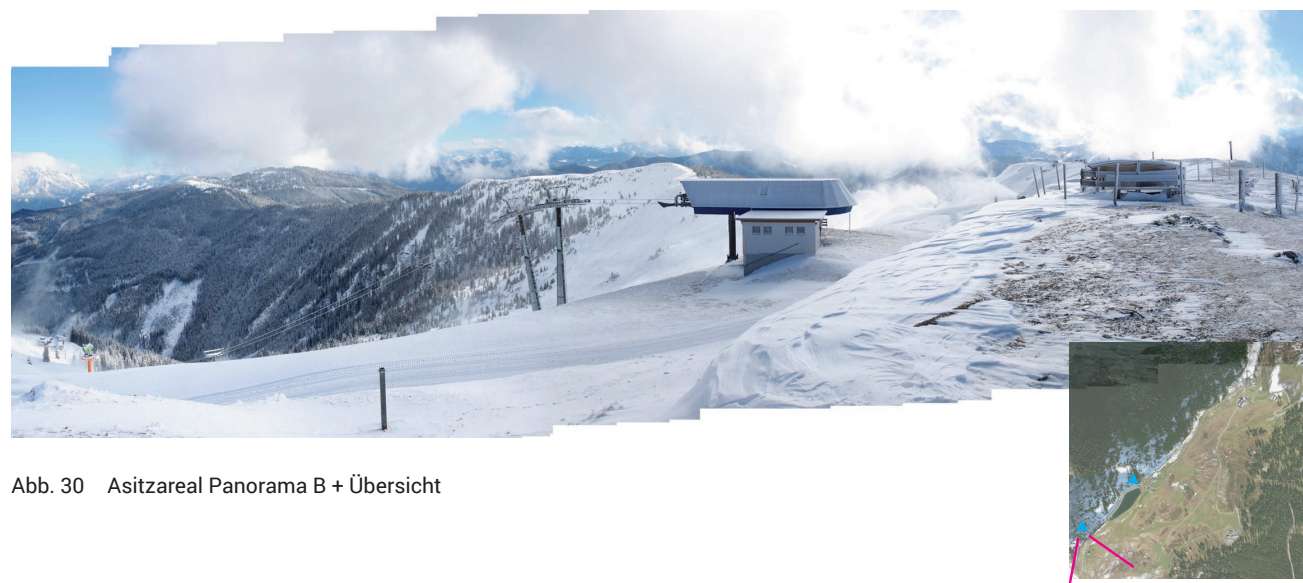


Abb. 30 Asitzareal Panorama B + Übersicht

⁴⁶ Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 319 ff.

⁴⁷ Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.)/Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgau, 2015, S. 17

⁴⁸ Vgl. Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 321

⁴⁹ Ebd., S. 321

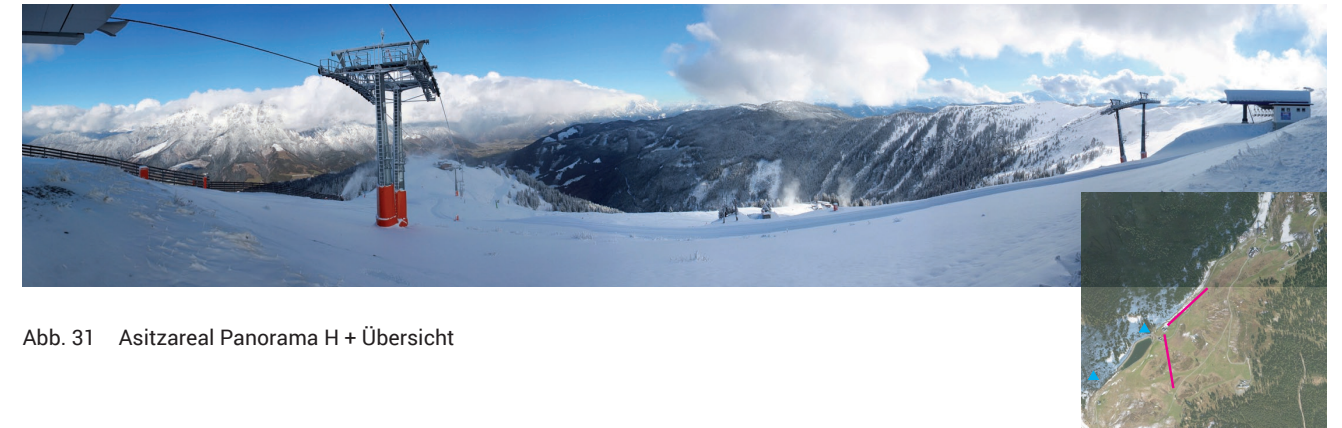


Abb. 31 Asitzareal Panorama H + Übersicht

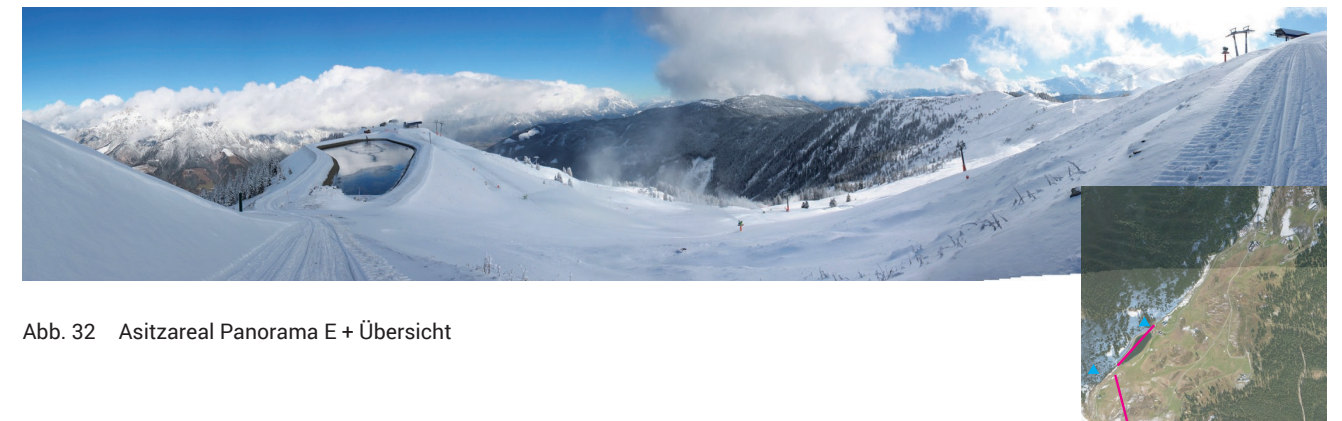


Abb. 32 Asitzareal Panorama E + Übersicht

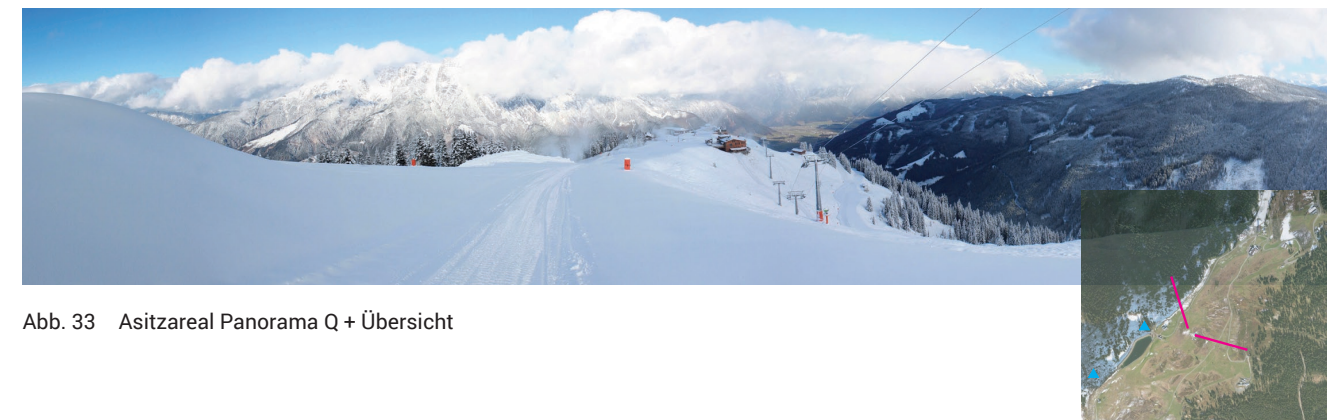


Abb. 33 Asitzareal Panorama Q + Übersicht

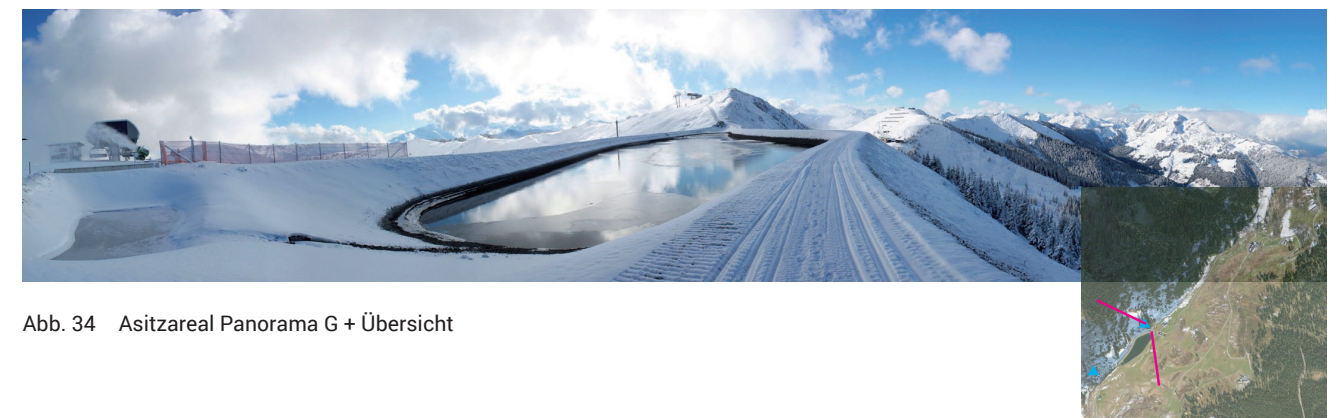


Abb. 34 Asitzareal Panorama G + Übersicht



Abb. 35 Asitzareal Panorama M + Übersicht

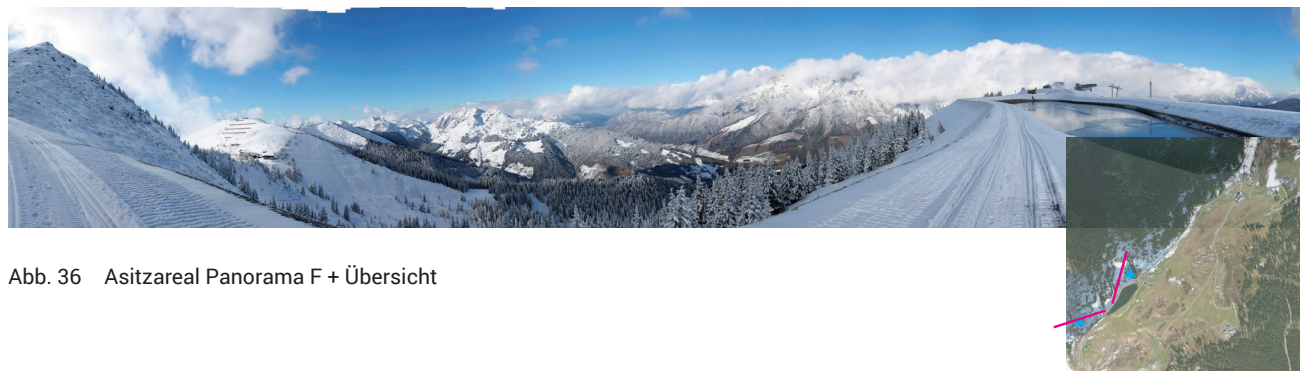


Abb. 36 Asitzareal Panorama F + Übersicht

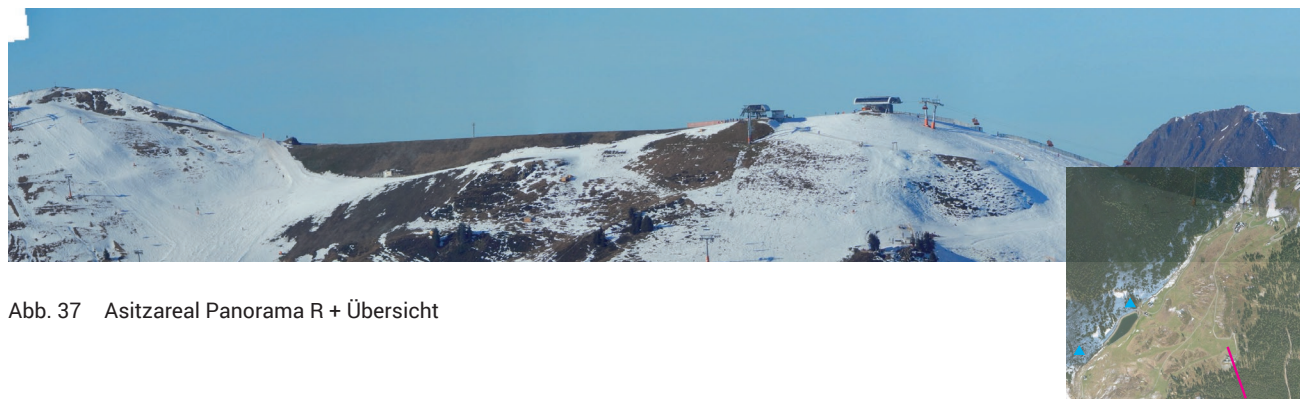


Abb. 37 Asitzareal Panorama R + Übersicht



Abb. 38 Asitzareal Panorama S + Übersicht

3.5. Erkenntnisse aus der Untersuchung

Standort Leogang

Der Ort wirbt mit seiner Tradition und Entspannungsqualität gleichermaßen wie mit seinen sportlichen Möglichkeiten, welche fortlaufend aufgestockt werden und die Zugpferde des Tourismus sind. Hotels und Beherbergungsbetriebe haben grundsätzlich gute Auslastungen, tendenziell höherkategorisierte Hotels bessere. Dem entgegenzustellen ist ein starker Preisverfall in den Zwischensaisons und teilweise im Sommer. Diesem konnte seit dem Jahr 2015 durch eine qualitätsorientierte entgegengewirkt werden. Leogang profitiert vom Tourismus und lebt damit grundsätzlich gut. Kleine und mittlere Betriebe in Produktion und Dienstleistung, aber auch im Gastgewerbe könnten davon potenziell mehr profitieren.

Standort Asitzmulde

Von der Haupteinschließung des Tals durch die beiden Umlaufkabinenbahnen ist eine eventuelle Nutzung stark abhängig. Die Asitzmulde kann zwar im Sommer per Kfz erschlossen werden, allerdings nur über Geländewege, ist aber während schneereicher Winterperioden mit dem Auto gar nicht zugänglich. Eine Zielgruppe muss dort hinwollen. Belohnt wird das mit einer Mischung aus Naturbelassenheit nordwestlich des Berggrates und mit einer gewaltigen „Sportarena“ südöstlich des Grates. Beide Seiten profitieren zudem von der Aussicht und der Nähe zum Bergsportgebiet Saalbach-Hinterglemm sowie Saalfelden, welche beide für Sportenthusiasten sowie geübtere und motivierte Bewegungsmuffel erreichbar sind.

Markt⁵⁰

Leogang ist ein Winterskigebiet gehobener Kategorie wie es viele weitere in Österreich und im Ausland gibt. Die Leoganger Bergbahnen heben deren kontinuierliche Schneesicherheit und Kulinarik an den Pisten sowie die durchgehend gute Qualität hervor. Ein weiteres Kriterium ist die Größe, die Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn zurzeit zum größten Skigebiet Österreichs macht. Bedeutende Sportveranstaltungen gibt es im Winter nicht. Im Sommer ist der Bikepark hervorzuheben, welcher mittlerweile weltweite Bekanntheit erlangt hat, unter anderem wegen der Austragung der Mountainbike-Weltmeisterschaft 2012 sowie den jährlich stattfindenden Mountainbike-Worldcup Rennen. Durch die Anbindung an die umliegenden Sportgebiete ist hier auch der Mountainbike-Enduro-Sport ein an Bedeu-

⁵⁰ Grundsätzlich wird der Markt in Form des vorhandenen Angebotes am Berg betrachtet

tung zunehmendes Segment. Weitere Anziehungspunkte sind Wanderwege, der Sinne-Erlebnispark im Bereich der Mittelstation, der Flying-Fox und diverse kleinere Events. Besonders im Sommer gibt es stark aufkommende Alternativen wie unter anderem die Region Serfaus-Fiss-Ladis mit ihrem umfangreichen Unternehmungsangebot und deren Erlebnispark Hög mit Badeteich auf 1800 m ü. A.⁵¹ Die Tourismusregion Saalfelden-Leogang betont besonders den Regionalitätsbezug sowie die Wahrung der Traditionen in der Region.⁵² Dieser Weg soll weiter beschritten und gefördert werden und ist für deren Stellung am Tourismusmarkt essenziell.

Infrastruktur

Durch die touristische Nutzung des Gebietes ist eine gute Versorgung mit Gebäudeinfrastruktur gegeben (Strom, Telekommunikation, Frischwasser, Abwasser). Die Anbindung an das Tal erfolgt hauptsächlich über die Bergbahnen, ist aber auch zu Fuß für Sportliche oder per Kfz für Lastenlieferungen im Sommer möglich. Bei den Bergbahnen sind die limitierte Beförderungszahl und der stark begrenzte Beförderungszeitraum hervorzuheben. Dies ergibt eine erhebliche Einschränkung der Nutzungszeit am Berg. Im Sommer sind die Lifte in der Asitzmulde nicht in Betrieb, weshalb für die weitere Erschließung mit längeren Fußwegen zu rechnen ist. Weiters sind zwei große Gastronomiebetriebe im Bereich der Asitzbahn-Bergstation vorhanden.

3.6. Conclusio

Das touristische Konzept basierend auf Qualität, Nachhaltigkeit und Regionalität scheint in Leogang aufzugehen. Wirtschaftliche Benchmarks und Fakten aus Gesprächen bestätigen dies. Nach der Wintersaison 2015/2016 erkannte man, dass mit Qualitätssteigerung und einer Fokussierung auf spezielle Zielgruppen Auslastung und Preise sowohl bei den Liften als auch bei den Hotels gesteigert werden können.⁵³ Gegenwärtig gilt es festzuhalten, dass Klein- und Mittelbetriebe in Handwerk und Dienstleistungen, aber auch in der Gastwirtschaft sich eine höhere Wertschöpfung durch den Tourismus in ihren Betrieben wünschen.

Durch eine Verlängerung der Sommersaison und Sommeraktivitäten auch in Zwischensaisonen bzw. schneearmen Wintern, ohne dabei dem Skisport in schneereichen Wintern im Weg zu stehen, kann bereits eine kleine Brücke geschaffen werden.

Stärkeres Einbeziehen der Natur in ein Konzept sowie die Themen Regionalität und Nachhaltigkeit als Fokus einer Projektentwicklung sind anzustreben. Da sich die Region bereits anhand dieser Themen identifiziert, kann ein Vorzeigeprojekt mit Integration dieser Themen genauso ein Sprungbrett darstellen wie die Mountainbike-Weltmeisterschaft 2012 für den Bikepark.

„Das regionale immaterielle Erbe wird in zukunftsweisender Form wertschöpfend genutzt und bringt einen nachhaltigen Erlebniswert in den Urlaub.“⁵⁴ Entsprechend diesem Zitat kann diese Fokussierung indirekt auch für die regionalen Produzenten und Dienstleister wertschöpfend sein, da diese die Bewahrer der gegenwärtigen Regionalität sind.

Weiters sollten die klimatischen Veränderungen, welche sich bereits jetzt im (Winter-)Tourismus bemerkbar machen, nicht außer Acht gelassen werden. Besonders sind hier die problematischer werdende Schneesicherheit und der erhöhte Aufwand für technische Beschneigung zu erwähnen.

Weiters gilt es festzuhalten, dass die klimatischen Veränderungen genauso gut eine Chance für eine Weiterentwicklung im österreichischen (Alpen-)Tourismus darstellen können.

51 Vgl. Hörl, Anton sen. (GF/Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23. 11. 2015

52 Vgl. Pointner, Marco (GF Tourismusverband Saalfelden Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Saalfelden, 13. 01. 2015

53 Vgl. Hörl, Anton sen. (GF/Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang): Kommunikation per E-Mail, geführt von Clemens Hörl. 02. 05. 2016

54 Österreich Werbung (Hg. u. a.): Nachhaltigkeit im Tourismus. Grundlagenpapier und Diskussionsgrundlage der Österreich Werbung. Wien, 2012, S. 9

4. Konzept

4.1. Leitidee

Aus den vorangehenden Punkten ergeben sich einige Hauptschwerpunkte, welche eine nachhaltige Wertschöpfung für die Region fördern können.

Die Nutzung des Berges ist gegenwärtig nur in einem stark eingeschränkten Zeitfenster tagsüber möglich. Durch eine Ausdehnung dieses Zeitfensters über die Betriebszeiten der Bergbahnen hinaus ergäbe sich bereits ein wesentlich größeres Nutzungspotenzial im Bereich der Asitzmulde. Folglich kann ein besonders starker und individueller Bezug zur Natur und weiter ein guter Spagat zur gegenwärtigen Nutzung hergestellt werden. Der Naturbezug soll hier auch mit einem besonderen Maß an Rücksicht gegenüber der Natur selbst einhergehen. Sowohl in Bezug auf die Nutzungsintensität bzw. die Menge der Besucher, als auch den Umgang mit der Natur in der Planung und Realisierung des Projektes. Hier ergänzen sich die beiden Punkte der besonders individuellen Nutzung sowie der reduzierten Nutzungsintensität. Die Reduktion der Intensität in diesem ausgedehnten Zeitbereich bedeutet, dass sich weniger Menschen in einem gleich großen Areal aufhalten.

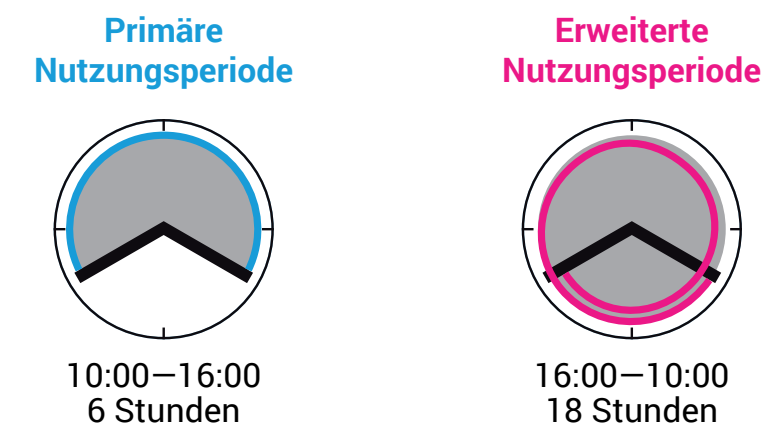


Abb. 39 Vergleich Nutzungsperioden

Eine erweiterte Nutzung in der Sommersaison soll von der bestehenden Infrastruktur, die Nutzung im Winter von einer Aktivitätsüberschneidung, um problematische, schneearme Zeiten im Winter wirtschaftlich positiv überwinden zu können, profitieren.

Ergänzende Nutzungen des Areals Asitzmulde sind mit den bestehenden, besonders in der Wintersaison, in Einklang zu bringen.

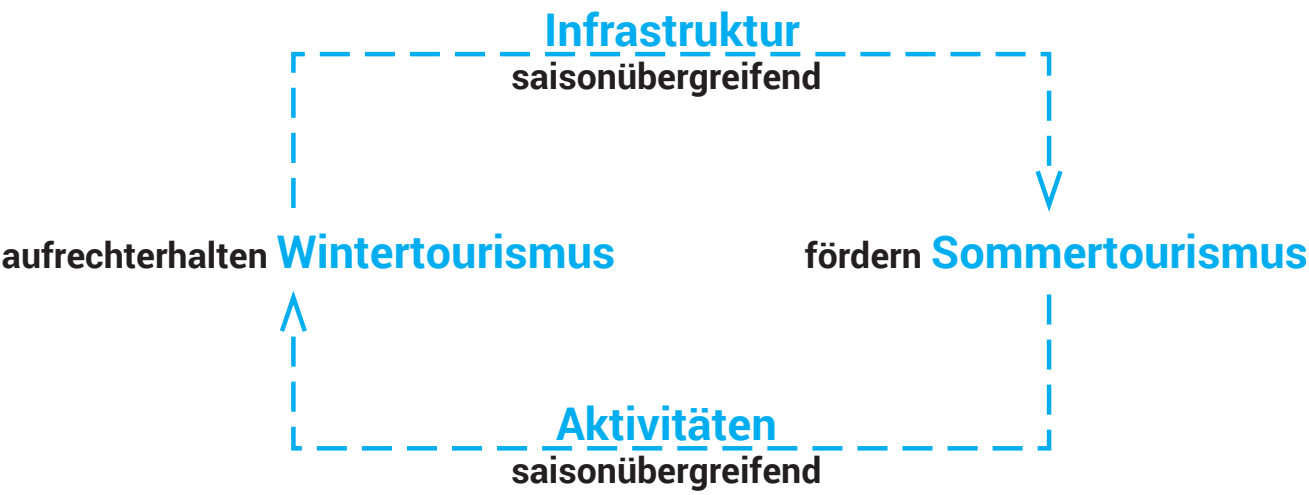


Abb. 40 Bezugsdiagramm Tourismus

Das vorhandene Aktivitäts- und Sportangebot im Sommer kann, sofern dies die Kapazitäten der Lifte zulassen sowie in ökologischer Sicht unproblematisch bleibt, durchaus weiter ausgebaut werden, um die Marke „Erlebnisberg“ zu unterstützen. Im nachfolgenden Diagramm (Abb. 41) sollen Schwächen, Risiken, Stärken sowie Chancen des Wertschöpfungspotenzials von Aktivitäten bzw. Nutzungen am Areal Asitzmulde aufgezeigt werden.

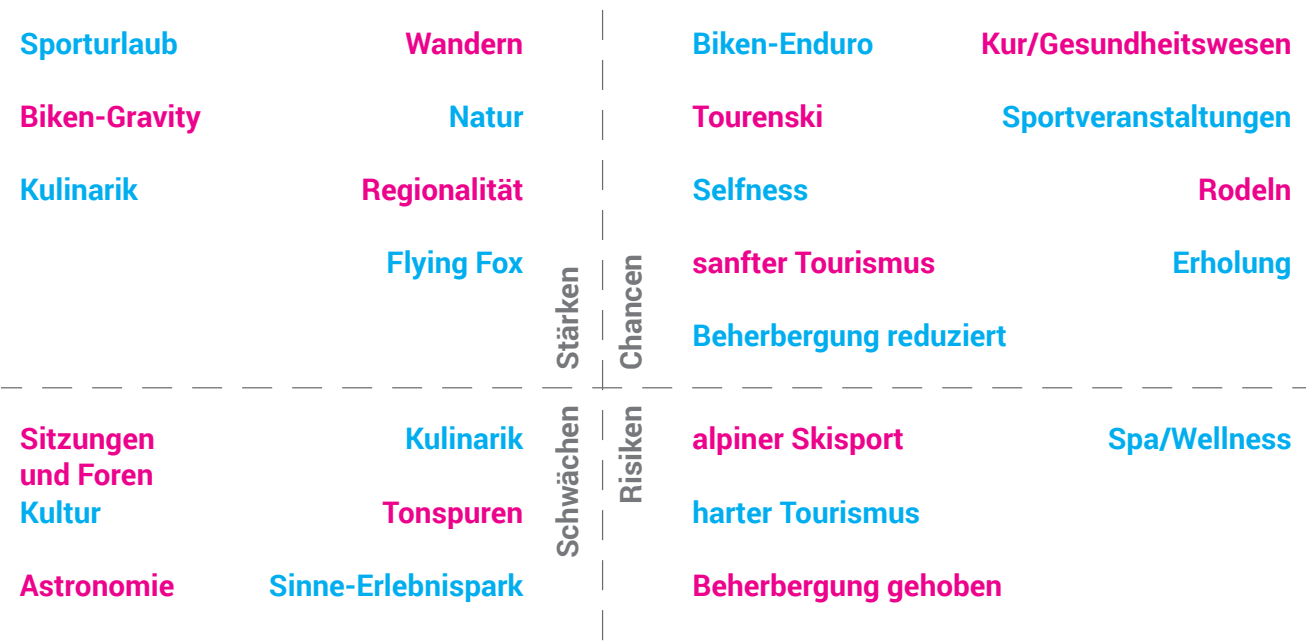


Abb. 41 Wertschöpfungspotenzial für die Region (auf dem Berg)

„Kuranstalten sind Orte, die man aufsucht, um gesünder zu werden; nicht selten schlanker, fast immer beweglicher.“⁵⁵

Die Nähe zur Natur und die stark reduzierte Nutzungsintensität während des erweiterten Nutzungszeitraumes bieten eine besondere Qualität der Entspannung. Vor allem intensiv berufstätige und dadurch überlastete Menschen haben hier die Möglichkeit, vom Alltag abzuschalten und sich zu erholen. Während tagsüber die Bergregion hauptsächlich für sportliche Aktivitäten genutzt wird, können Besucher abends inmitten der gewaltigen Naturkulisse Kraft tanken. Im eigentlichen Sinne eine Kur („Eine Kur (von lat. cura ‚Sorge‘, ‚Fürsorge‘, ‚Pflege‘), ... soll sowohl der Vorsorge als auch der Stärkung einer (geschwächten) Gesundheit ... dienen“⁵⁶) entsprechend dem obigen Zitat .

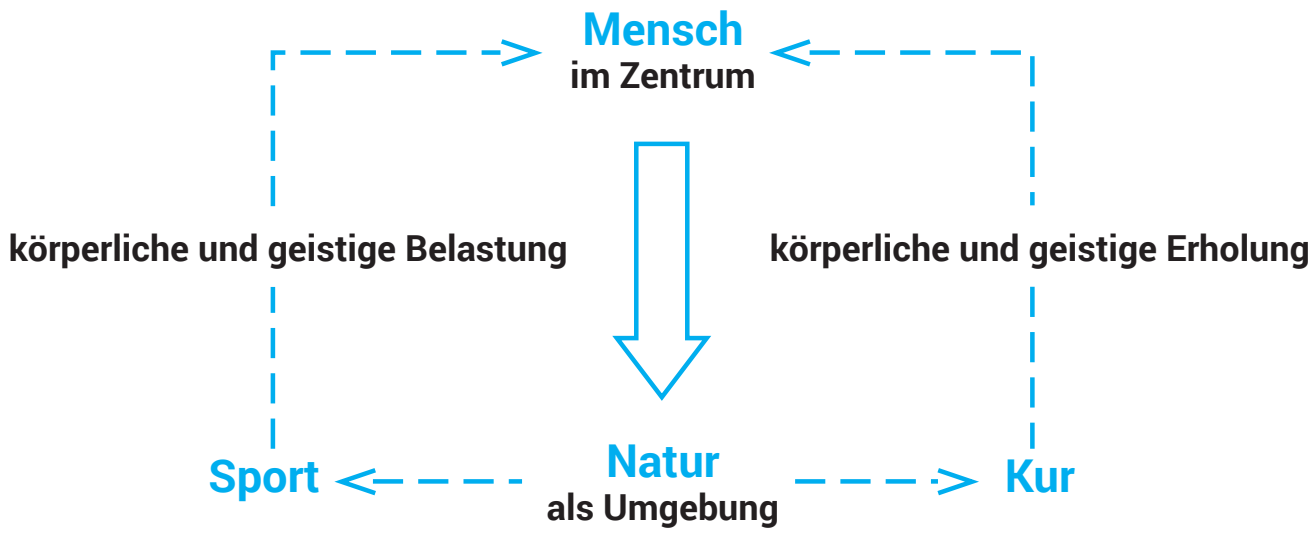


Abb. 42 Bezugsdiagramm Mensch – Natur

55 Vgl. Ring, Romana: Architects Collective: Gesundheitseinrichtung der VAEB, Bad Schallerbach, Oberösterreich – Schöner, schlanker, effizienter. 2014, online unter: <https://www.architektur-aktuell.at/projekte/architects-collective-gesundheitseinrichtung-der-vaeb-bad-schallerbach-oberoesterreich-schoener-schlanker-effizienter> (27.12.2015)

56 Vgl. Wikipedia, Die freie Enzyklopädie (Hg.): Kur. 2016, online unter: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Kur&oldid=152286657> (17.01.2016)

4.2. Referenzen

Der Alpine Shelter auf dem Skuta in Slowenien bietet in einer extrem exponierten Lage einen Schutzraum nach den Vitruv'schen Vorstellungen. Das Gebäude erfüllt ein grundlegendes Bedürfnis: Unterkunft.



Abb. 43 Alpine Shelter Skuta/Slowenien Außenansicht, OFIS Architects



Abb. 44 Alpine Shelter Skuta/Slowenien Innenansicht, OFIS Architects

Das Juvet Landscape Hotel in Norwegen besteht aus sieben containerartigen, frei stehenden Hotelzimmern. Diese sind vorsichtig in die Waldumgebung eingebunden und reduzieren ihren Footprint auf null durch Aufständigung auf filigranen Stützen. Jedes Zimmer hat seine eigene Landschaft, ist somit föllig isoliert.



Abb. 45 Juvet Landscape Hotel/Norwegen Aussenansicht, Jensen + Skodvin Architects



Abb. 46 Juvet Landscape Hotel/Norwegen Innenansicht, Jensen + Skodvin Architects

Der norwegische Wild Reindeer Centre Pavilion im Nationalpark Dovrefjell von Snøhetta zeichnet sich durch seine harte Außenhülle und seinen weichen inneren Kern aus. Das Beobachten wird durch die Gestaltung besonders inszeniert.



Abb. 47 Reindeer Pavilion/Norwegen, Außenansicht, Snøhetta Arkitektur

Die von Snøhetta entwickelte Ansammlung von Gebäuden auf einem Bergplateau in Norwegen zeichnet sich durch seine Kleinteiligkeit und Organisation zwischen den einzelnen Gebäuden aus. Es scheint keinen geeigneteren Platz für dieses Ensemble zu geben.



Abb. 49 New Tungestølen Tourist Cabin, Außenansicht 1, Snøhetta Arkitektur



Abb. 48 Reindeer Pavilion/Norwegen, Innenansicht, Snøhetta Arkitektur



Abb. 50 New Tungestølen Tourist Cabin, Außenansicht 2, Snøhetta Arkitektur

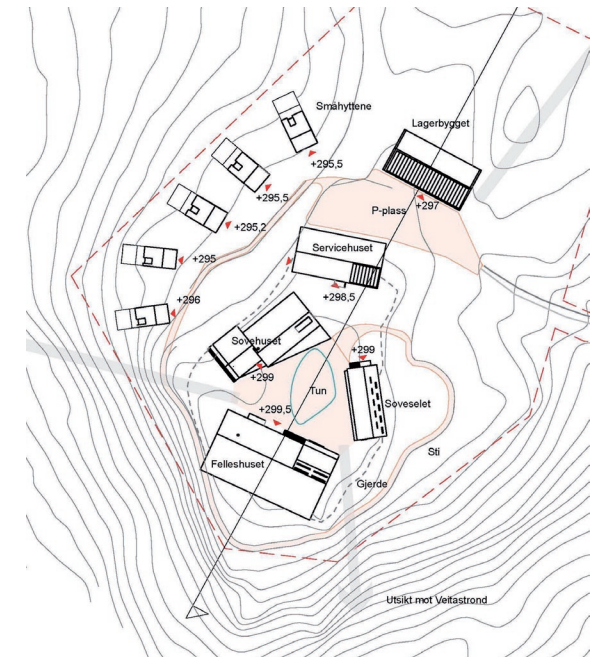


Abb. 51 New Tungestølen Tourist Cabin, Lageplan, Snøhetta Arkitektur

4.3. Raumprogramm

Das Raumprogramm wurde infolge einiger, im Zuge dieser Arbeit untersuchten Varianten stark bereinigt und reduziert. Der Naturbezug soll durch die Reduktion des Raumprogrammes gefördert werden. Gleichzeitig soll eine Basis für ausgedehnte, sportliche und naturnahe Aktivitäten geboten werden.

Prinzipiell sollen einfache und inhaltlich reduzierte Unterkünfte für größere Gruppen, Familien sowie Paare die Basis für die Erweiterung der Nutzungsperiode bilden und somit einen sicheren Aufenthalt über Nacht im Areal der Asitzmulde ermöglichen. Diese Unterkünfte sollen besonders kompakt und inhaltlich schlicht gehalten werden und einen starken Bezug zur Umgebung herstellen. Die nötige und funktional auf das Wesentliche beschränkte Infrastruktur für den Betrieb dieser Unterkünfte soll ebenfalls vor Ort entstehen. Dies soll mit dem Hintergrund der sportlichen, naturnahen, entspannten und reduzierten Nutzung in Einklang stehen.

Weiters ist eine Möglichkeit zur Reparatur von Sportausrüstung und deren Verleih anzudenken, da dafür kurzfristig der Weg ins Tal einen unangenehmen Aufwand darstellt. Hier ist wiederum die Reduktion beizubehalten, die Betriebe im Tal sollen dadurch nicht negativ beeinflusst werden.

Es soll bewusst keine Kulinarik in größerem Stil eingebracht werden, um den bestehenden Lokalen an der Asitzbahn-Bergstation entgegenzukommen. Eine essenzielle Verpflegung soll jedoch gewährleistet werden.

Die besondere Lage erzeugt das Bedürfnis, diese auch zur Schaustellung zu nutzen. Deshalb soll eine Einbindung einer bühnenartigen Situation angedacht werden, welche diversen kulturellen Veranstaltungen als Basis dient.

Ein Hauptanliegen soll jedoch die nachhaltige und reduzierte Einbindung in die Umgebung sein, damit das Projekt eine geringe Last für den Berg darstellt.

Folgende Flächen sind für das Raumprogramm vorgesehen:

Unterbringungen:

Unterbringung Typ 1: Gruppen bis zehn Personen, je Einheit ca. 65 m², 30 Betten, reduzierte Ausstattung

Unterbringung Typ 2: Familien oder Gruppen bis fünf Personen, je Einheit ca. 30 m², 30 Betten

Unterbringung Typ 3: Paare, je Einheit ca. 20m², zwölf Betten

Erschließung und Terrassen (Überschneidungen möglich)

Lager für persönliche Sportausrüstung

Basecamp:

Reparatur und Verleih Sportausrüstung, E-Bikes

Verpflegung

Backbone (Putzmittel, Wäsche, Lager)

Technik (Photovoltaik, Lüftung)

Umkleiden, WCs

Lager (Sportausrüstung, Verpflegung, Wäsche)

Erschließung und Terrasse

Bühne/Steg mit entsprechender Landschaftsgestaltung

4.4. Raumplan und Orientierung

Die Erschließung des Areals Asitzmulde erfolgt mittels Asitzkabinenbahn oder Steinbergbahn. Somit ist die Haupteerschließung am Berg von den nebeneinander liegenden Bergstationen ausgehend.

Ein gut geeignetes Areal für die Realisierung ist im Bereich des Kleinen Asitzkopfes bzw. an der Bergstation der Asitzgipfelbahn. Diese Bahn ist gegenwärtig im Sommer nicht im Betrieb, weshalb von den Bergstationen der Asitzkabinenbahn und Steinbergbahn ein Fußweg von ca. 1.000 m bei ca. 100 hm Steigung zurückgelegt werden muss. Eine mögliche Inszenierung des Weges ist zu überlegen. Da das Hauptzielpublikum sport- bzw. naturfokussiert ist, wird diese Wegstrecke als annehmbar, eigentlich sogar angemessen gesehen. Es wird bereits auf dem Weg zur Unterkunft die Nähe zur natürlichen Umgebung hergestellt.

Folgende Punkte sprechen für eine Bespielung dieses Bereiches:

- Nutzung des Geländes zur Integration des/der Gebäude/s
- Ausblicke und Orientierungen zur Auslegung der Raumstrukturen
- Vorhandene Infrastruktur durch die Nähe der Asitzgipfelbahn-Bergstation
- Bezug zum vorhandenen Speicherteich
- Räumliche Integrierbarkeit in die gegenwärtige Skisportnutzung
- Zentrale Lage in der Asitzmulde, sowohl Richtung Leogang als auch Richtung Saalbach-Hinterglemm gute Anbindung (sportlich betrachtet)
- Solare Erträge (PV-Erträge) und Belichtung
- subjektive Qualitäten und die vorhandene Aussicht

Punkte, die gegen eine Bespielung sprechen:

- Schwierige Bodenphysik, wahrscheinlich Schiefer mit dünner Vegetationsschicht
- mögliche vorhandene Fundamentierung der Bergstation
- Speicherteich – künstliche Böschungen und Sensorik
- ev. Weg von Bergstation
- Exponierte Lage gegenüber Witterung und Wind

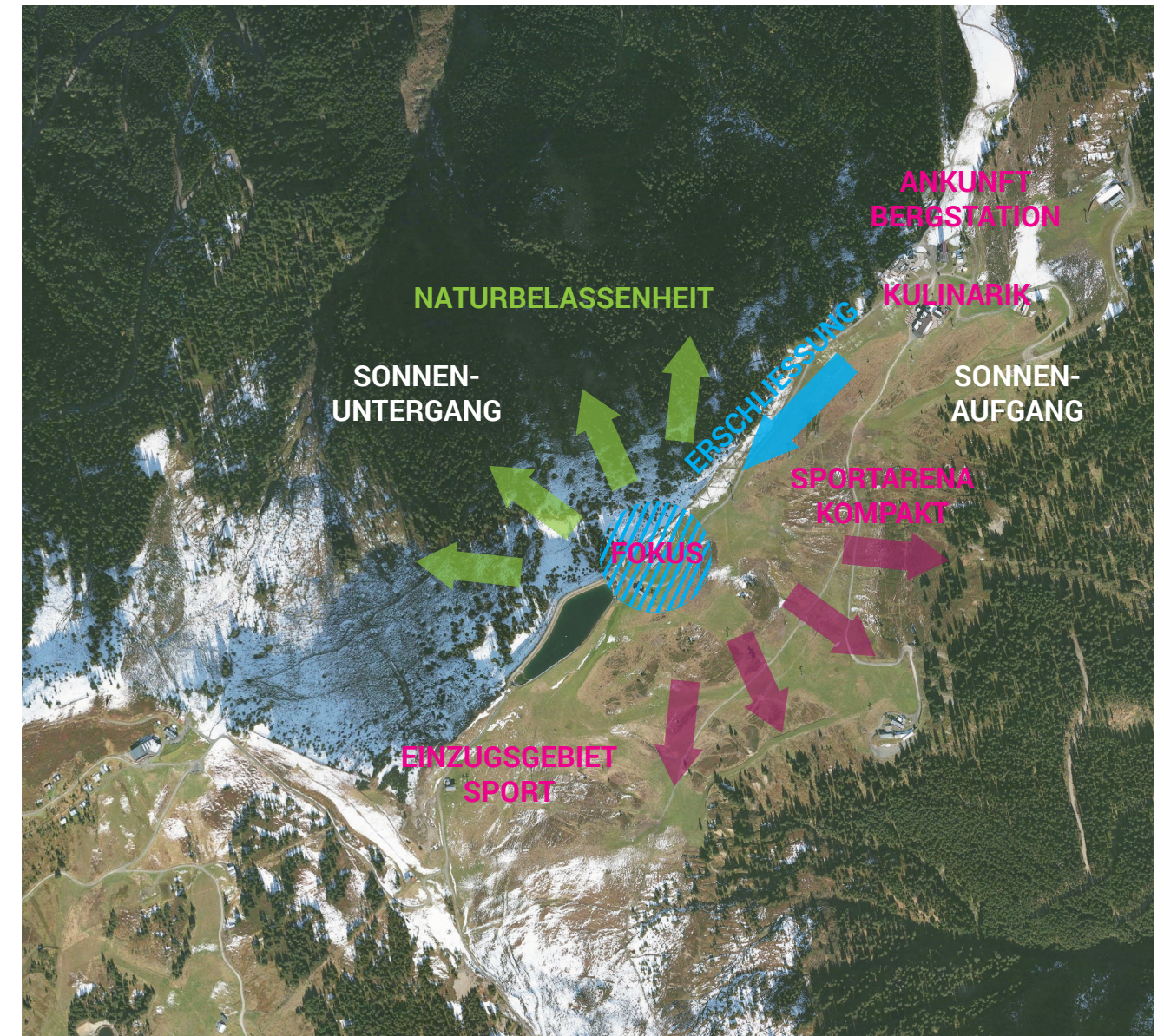


Abb. 52 Luftbild räumliche Fokussierung

Die Orientierung der Unterkünfte soll grundsätzlich aufgrund deren Nutzung erfolgen. Gäste erschließen diese voraussichtlich am späten Nachmittag und verlassen diese morgens, um das Areal zu erkunden oder sportlichen Tätigkeiten nachzugehen. Somit ist eine Belichtung mit Südsonne bezogen auf die Nutzung nicht erforderlich bzw. im Bezug auf die sommerliche Überhitzung sogar zu vermeiden. Eine strikte Ost-West-Orientierung wird angepeilt. Die somit geschlossene Südfassade bietet sich besonders aufgrund der guten solaren Exposition auf dieser Seehöhe an, um aktiv Solarenergie zu gewinnen. Die besondere Aussicht nach Norden soll punktuell erfasst werden, die Nordfassade selbst aber möglichst geschlossen sein.

4.4.1. Step 1

Im ersten Schritt sollen die Unterkünfte in drei Nutzungstypen, zusammengefasst in Einheiten geringen bebauten Fußabdruckes, realisiert werden. Hierbei werden drei Baukörper mit je fünf Unterkunftseinheiten bzw. 24 Betten und ein Baukörper als „Basecamp“ vorgeschlagen (siehe Abb. 53). Dieser beinhaltet eine Werkstatt/Shop für Reparaturen von Sportausrüstung bzw. Verleih, eine Bar mit Aufenthaltsmöglichkeit und einer Terrasse sowie die nötigen Räumen für den Betrieb u. a. der Lodges.

4.4.2. Step 2

Nach einer Nutzungsdauer von mindestens einem Jahr soll untersucht werden, ob das Projekt entsprechend der Auslastung erfolgreich verläuft und ob die Nachfrage sowie die Wertschöpfung für die Region eine weitere Bebauung rechtfertigt bzw. fordert.

4.4.3. Regionalität

Sowohl in der Herstellung als auch im Betrieb soll Regionalität einen hohen Stellenwert haben. Bei der Herstellung soll ausschließlich auf regionale Lieferanten und Professionisten zurückgegriffen werden. Dies ist wiederum zu dokumentieren und in einer Projektbeschreibung den Nutzern und Konsumenten vor Ort zur Verfügung zu stellen (siehe beispielhaft Abb. 54).

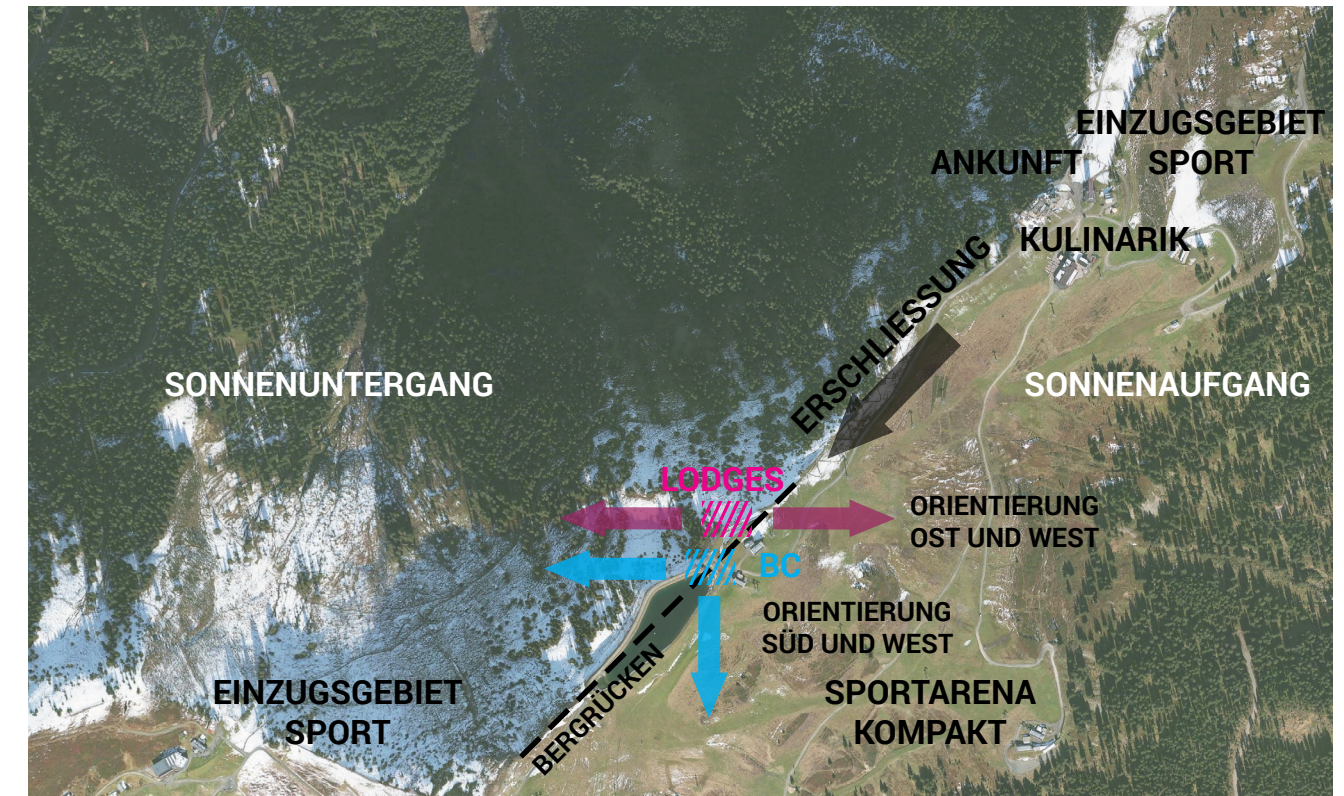
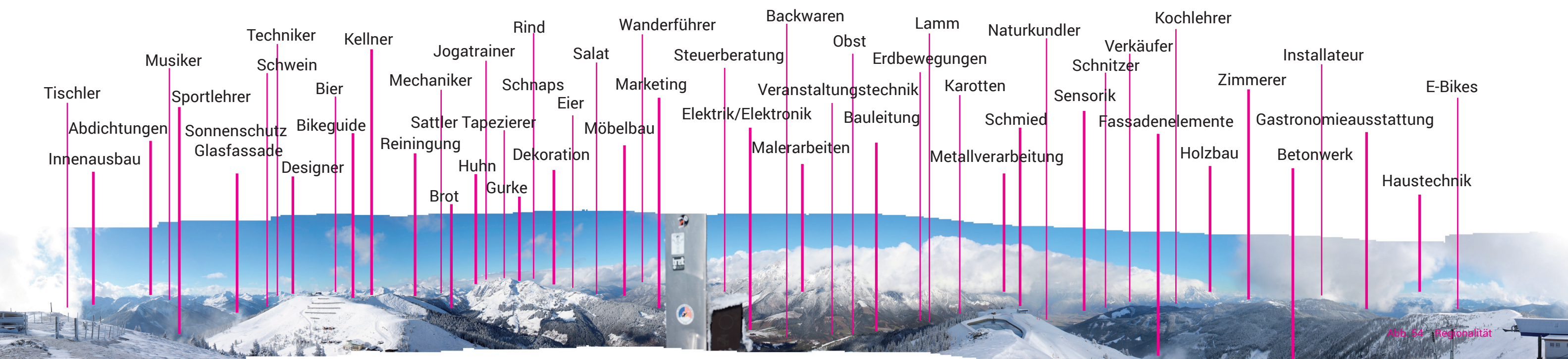


Abb. 53 Luftbild Raumplan

In weiterer Folge werden Gäste der Lodges vor ihrer Ankunft kontaktiert und ihren Wünschen entsprechend Verpflegungspakete mit regionalen Produkten, also „Regionalitätenkisterln“ zusammengestellt. Diese Pakete enthalten Informationen über Herkunft und Produzenten des Inhaltes sowie Verarbeitungsempfehlungen und werden bei Ankunft der Gäste zu den Lodges geliefert. Dieses Konzept kann entsprechend mit weiteren Produkten oder Dienstleistungen ausgeweitet werden.



5. Projektentwicklung

Der Asitz gilt als Erlebnisberg und ist auch laut Räumlichem Entwicklungskonzept die touristische und sportliche Aktivzone in Leogang.⁵⁷ Dieser Weg soll auch weiter verfolgt und ausgebaut werden. Die Fokuspunkte liegen hier im Sommer bei den Mountainbikern, Wanderern, Flying-Fox-Nutzern, und Sinne-Erlebnispark-Besuchern, im Winter gegenwärtig bei den Skifahrern und Snowboardern. Im Zuge der Projektentwicklung soll dieses Portfolio unterstrichen und ausgeweitet werden. Der aktuelle Werbeslogan des Skicircus Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn lautet „Home of Lässig“ und spricht die „aktiven Genießer“ an.

In Folge der Fokussierung des Projektes auf Sport und Entspannung sowie Natur und Regionalität muss in weiterer Folge eine Marketing-Strategie entwickelt werden, welche die Fokuspunkte koexistieren und voneinander profitieren lässt. Die Ausarbeitung einer solchen Strategie würde den Rahem dieser Arbeit sprengen und wird somit nicht weiter verfolgt.

5.1. Einfache Developerrechnung

Anhand der einfachen Developerrechnung⁵⁸ soll die mögliche Rentabilität des Projektes ermittelt werden. Auf Grund fehlender Informationen wird die Grundpacht in diese Rechnung (Abb. 56) nicht mit einbezogen. Parallel wird mittels einer Simulation das Optimale Verhältnis der unterschiedlichen Lodge-Typen zueinander ermittelt (Abb. 55).

	A	B	C	€ / j	€ Herstellung	Faktor
á€ / j	21681	24638	24638			
€ / m²	1.800	1.800	1.800			
m² BGF	158	187	216			
Variante 1	3	5	7	360.693 €	5.261.760 €	6,855
Variante 2	5	3	7	354.780 €	5.158.080 €	6,878
Variante 3	7	3	5	348.867 €	4.950.720 €	7,047
Variante 4	7	5	3	348.867 €	4.847.040 €	7,198
Variante 5	5	7	3	354.780 €	4.950.720 €	7,166
Variante 6	3	7	5	360.693 €	5.158.080 €	6,993
Variante 7	6	6	3	351.824 €	4.898.880 €	7,182

Variante 4 und 7 sind am günstigsten, da Herstellungskosten am geringsten und Einnahmen am höchsten.

Abb. 55 Zusammenstellungssimulation

57 Vgl. Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015. Thalgau, 2015, S. 19

Aufgrund des optimalen Verhältnisses zwischen Herstellungskosten und Einnahmen, sowie der gemischten Aufteilbarkeit der drei Lodgetypen in 3 Gebäude wird die Zusammenstellungsvariante 7 weiterverfolgt.

Kosten	m² BGF	Geschoßhöhe	m³ BRI	€ / m³	€
Lodges	750	3	2.250	750	1.687.500 €
Basecamp	630	6	3.780	500	1.890.000 €
Bauwerkskosten:					3.577.500 €

Außenanlagen, Erdbewegung	3.000	35	105.000 €
Baukosten:			3.682.500 €

Planung	3.682.500 €	0,15	552.375 €
Entwicklung	3.682.500 €	0,02	73.650 €
Marketing	3.682.500 €	0,03	110.475 €
Unvorhersehbares	3.682.500 €	0,05	184.125 €
Nebenkosten:			736.500 €

Finanzierung Bau	4.419.000 €	0,08	353.520 €
Finanzierung:			353.520 €

Gesamtinvestitionskosten	4.772.520 €
--------------------------	-------------

EXKLUSIVE GRUNDPACHT			
Erlöse:	GOP je Einheit	Einheiten	€ / j
Lodges A	21.681 €	6	130.086 €
Lodges B	24.638 €	6	147.825 €
Lodges C	24.638 €	3	73.913 €
Basecamp Bar und Veranstaltung			148.781 €
Basecamp Shop / Werkstatt			47.700 €
GOP			548.305 €

Einstandsfaktor	%	11,49
-----------------	---	-------

Ergänzung zu jährlichen Erlösen:					€ / j
Lodges A:	2 Personen, je 110 € / Nacht				80.300 €
	Auslastung 0,6	GOP Factor	0,45		21.681 €
Lodges B:	5 Personen, je 50 € / Nacht				91.250 €
	Auslastung 0,6	GOP Factor	0,45		24.638 €
Lodges C:	10 Personen, je 25 € / Nacht				91.250 €
	Auslastung 0,6	GOP Factor	0,45		24.638 €
Lodges Gesamt				Revpar	48 €
Basecamp Bar und Veranstaltung	90 Plätze indoor, ca. 90 x 15 € x 5 Tischwechsel				2.463.750 €
	8 Angestellte				480.000 €
	Einnahmen				1.983.750 €
	Auslastung 0,5	GOP Factor	0,15		148.781 €
Basecamp Shop / Werkstatt	Leihbikes, Ausrüstung, Reparaturen, ca. 1.000 € / Tag				438.000 €
	2 Angestellte				120.000 €
	Einnahmen				318.000 €
	Auslastung 0,5	GOP Factor	0,3		47.700 €

Abb. 56 einfache Developerrechnung

Im Fall einer in Kapitel 5.2 definierten Betreiberimmobilie erreicht das Projekt einen Einstandsfaktor von 11 % jährlich. Somit ist die Investition in die Errichtung der Gebäude durch deren Betrieb in 9 Jahren vollständig amortisiert.

58 Anmerkung zu Abb. 56: GOP 45% bei den Lodges da Wareneinsatz und Mitarbeiterkosten gering gehalten werden können. Aktive Verpflegung fällt vollkommen in Bereich des Basecamp. Somit sind Erlöse von Lodges (incl. selbst zubereitende „Regionalitätenkisterln“) reine Beherbergungsumsätze.

5.2. Betreiberimmobilie

In der Konzeptphase wurde als potenzielle Nutzung eine Mischung aus intimen Lodges, Sportbasecamp, Veranstaltung und Verpflegung ermittelt. Die Immobilie selbst erreicht durch ihren Betrieb ihre Wertschöpfung. Eine Mischung aus „Hotelimmobilie“ und „Freizeit-/ Wellnessimmobilie“. Projektbestimmende Faktoren sind dessen Marktwert, der Nutzwert und der Imagewert. Diese drei Faktoren sollen in einem ausgewogenen Verhältnis stehen und ergeben den Gebäudewert.⁵⁹

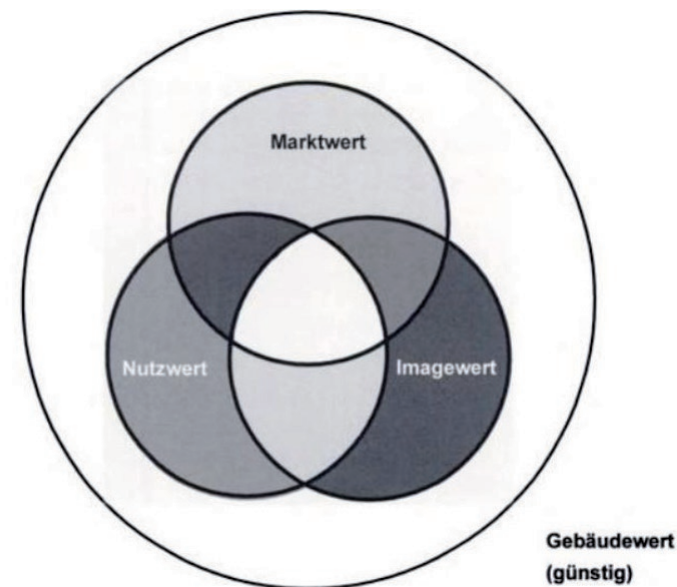


Abb. 57 Elemente, die den Wert einer Immobilie bestimmen

Imagewert: Vorzeigeprojekt inhaltlich sowie ökologisch/regional

Nutzwert: Sowohl im Winter als auch im Sommer in Verbindung mit Umgebung und vorhandener Infrastruktur hohe Auslastung der Lodges und hohe Frequenz im Basecamp. Weiters Nutzwertsteigerung der Bergbahnen.

Marktwert: Ergibt sich entsprechend der beiden vorherigen Faktoren.

Um den Nutzwert nachhaltig aufrechterhalten zu können, ist eine Struktur notwendig, welche auch in Zukunft ohne hohen Adaptionaufwand unterschiedlichen Nutzungen entsprechen kann. Als realistische Lebensdauer für die Grundstruktur eines Gebäudes in dieser exponierten Lage und dieser Bauweise (lt. Detailausarbeitung – verkleideter Holzrahmenbau auf Stahlbetonsockel) können 50 Jahre angenommen werden. Durch die Trennung der Lebensdauer für unterschiedliche Gebäudesysteme soll sich das Nutzwertisiko für Investoren verringern.⁶⁰ Weiters soll die materielle Lebensdauer durch die Nutzung nachhaltiger Baumaterialien nicht negativ beeinflusst werden.

5.3. Projektbestimmende Faktoren

Die Festlegung der projektbestimmenden Faktoren soll anhand von fünf Hauptgruppen⁶¹ zusammengefasst werden.

Standort:

Der Mikrostandort kann als unikal und sehr speziell betrachtet werden. Die exponierte Lage sowie die hohen Qualitäten in Ausblick, Natur und Freizeitangebot sind besonders positiv. Die schwierige Erschließbarkeit, die besonders relevante Auseinandersetzung mit der Umwelt und die etwas spezielle technische Infrastruktur (bzw. Erschließung) fallen auf und erscheinen anfangs negativ. Einige dieser Eigenschaften können auch als besonders positiv hervorstechen, je nach Nutzung. Untersuchungen zum Makrostandort und weitere Fakten zur Wirtschaft des Ortes können Kapitel 3 entnommen werden.

Die Standortqualität ist besonders abhängig von der Projektidee. In den konkreten Fällen eines Sportbasecamps und reduzierter Lodges sticht der Standort außerordentlich positiv hervor. Die Lage zieht v. a. spezifische Zielgruppen an und ist speziell bei einem Betrieb der Bergbahnen von 365 Tagen sehr förderlich für die Region. Die Marktentwicklung im Bereich naturverbundenen Sports ist sehr hoch und kann hier besonders gut ausgeschöpft werden. Durch die trennende Funktion des Bergrückens erhält der Standort nördlich davon einen ruhigen Charakter und scheint nichts mehr mit dem sportlich intensiv genutzten Südrücken zu tun zu haben. Hier finden die Lodges einen perfekten Ort, um den Besuchern Rückzug und Intimität zu bieten.

Die beiden weiteren Funktionen Veranstaltung und Bar profitieren von diesem Standort nur mäßig. Bar bzw. Verpflegung für über Nacht bleibende Sportenthusiasten scheint essenziell; ein gemütliches Zusammensein nach einem körperlich anspruchsvollen Tag bei einem Glas Spritzwein und Kuchen ist besonders bei Gruppen ein Muss, bei Familien eine schöne Erweiterung. Weiters ist zu berücksichtigen, dass es im nahen Umfeld bereits zwei Gastronomiebetriebe gibt und mit diesen nicht konkurriert werden soll. Sollte ein Bedarf an Kulinarik entstehen, so sollten besondere Zielgruppen angesprochen werden (Nachhaltigkeit und Regionalität im Fokus – siehe Kapitel 4.4.3.).

⁵⁹ Vgl. Teubner (Hg.): Entwicklung werthaltiger Immobilien, Einflussgrößen – Methoden – Werkzeuge, Richard Dietrich, 1. Auflage, März 2005, S. 111

⁶⁰ Vgl. ebd., S. 112

⁶¹ Vgl. ebd., S. 113 ff.

Bei Veranstaltungen könnte grundsätzlich auch mit der Lage gepunktet werden; um das entsprechend wertsteigernd argumentieren zu können, bedarf es landschaftsgestalterischer bzw. inszenierender Maßnahmen. Es werden bereits regelmäßig Konzerte auf dem Berg veranstaltet, für diese wird aber immer eine provisorische Bühne hergestellt. Somit ergäbe sich wohl der Bedarf nach einer – sehr naturbezogenen und reduzierten – Bühne oder Arena. Dies ist besonders gut in Anlehnung an antike griechische Theaterformen in der Natur zu realisieren. Begrenzender Faktor: maximale Beförderungszahl der Bergbahnen bzw. Fluchtplan; realistisch wesentlich geringere Personenanzahl, um „gemütlichen“ Charakter zu wahren.

Marktentwicklung und Nutzung:

Die Marktentwicklung ist grundsätzlich sehr durchwachsen. Es wird in dieser Arbeit grundsätzlich von einem kränkelnden Winter- bzw. spezifisch Skitourismus aufgrund häufiger werdenden Schneemangels ausgegangen.

Nachdem der Wintertourismus in Leogang und der weiteren Region nach wie vor das stärkste Zugpferd ist⁶², bedarf es künftig einer offeneren Denkweise im regional wirtschaftlich sehr stark fördernden Tourismus. Der sommerliche Sporttourismus bringt nicht die Wertschöpfung des Skitourismus im Winter.⁶³ Eine Verlängerung der Sommersaison über die Zwischensaisons, hinein in die schneearmen Wintermonate könnte grundsätzlich bereits eine erhöhte Wertschöpfung hervorrufen. Besonders (Extrem-)Sportler würden auf dieses zeitlich stark verlängerte Angebot zur Ausübung gewisser Outdoorsportarten aufmerksam werden.

Zum Thema Beherbergung lässt sich festhalten, dass die Beherbergungsbetriebe im Ort hauptsaisonal gut ausgelastet sind, aber einem starken Preisverfall v. a. in den Zwischensaisons unterlagen. Eine Attraktivierung des Berges durch zusätzliche Angebote für Gäste wird hier die Qualität steigern und in den Zwischensaisons Frequenz schaffen. Die Beherbergung in Form der Lodges soll nicht mit den Beherbergungen im Tal konkurrieren. Darum ist ein besonderes Augenmerk auf die Faktoren Kur und Selfness⁶⁴ gerichtet. Hier sollen spezielle Zielgruppen angesprochen werden, die weitere Frequenz in den Ort bringen.

Reduziertes Wohnen, nachhaltige Bauweise und Intimität in der Natur sollen Zugpferde der Lodges sein. Es wäre in einer weiterführenden Arbeit zu untersuchen, ob ein Marktkonzept zu realisieren ist, in dem die Hotels im Tal diese Lodges verwalten und betreiben, eventuell sogar finanzieren.

Das Basecamp soll eine Bereitstellung von Sport- und Aktivitätswaren zum Mieten bzw. die Möglichkeit der Reparatur und Wartung dieser und eigener Ausrüstung bieten. Saisonal entsprechend kann dieses Angebot angepasst werden; So wird etwa im Winter ein zentraler Anlaufpunkt für das Testen des am Markt neu eingetroffenen Skiequipments bereitgestellt. Dies bringt dem Konsumenten ein großes Plus an Komfort, da das Material direkt an Ort und Stelle ausprobiert werden kann und Wege reduziert werden. Weiters fasst das Basecamp ca. 90–150 Indoorsitzplätze für Verpflegung, Veranstaltungen und allgemeinen Aufenthalt. Dies ist nicht in Konkurrenz zu den vorhandenen Betrieben am Berg zu sehen, welche je mindestens 500 Indoorsitzplätze aufweisen. Weiters bietet das Basecamp modernen Charakter entgegen dem traditionellen Stil der beiden anderen Betriebe. Für das kulinarische Angebot ist ein stark durch regionale Lebensmittel geprägter, aber moderner und „junger“ Stil zu wählen, um dem Gesamtkonzept zu entsprechen.

Rentabilität und Erträge:

Das Projekt basiert finanziell auf den Einnahmen der Lodges und des Basecamps mit Verpflegung und Workshop. In der einfachen Developerrechnung auf Seite 29 wird vereinfacht auf diese Einnahmen eingegangen. Das gesamte Projekt basiert somit auf den drei Einnahmequellen, welche wiederum voneinander profitieren. Die Lage an diesem speziellen Standort bedingt, dass der Betrieb der Immobilie und damit verbunden die dadurch ausgeweitete Nutzung der Umgebung Konsumenten anzieht.

Hierbei ist der sanfte Umgang mit der natürlichen Umgebung in der Herstellung sowie der Nutzung von essenziellem Wert für die nachhaltige Rentabilität der Immobilie. Ein Raubbau an der Natur an diesem sensiblen Ort mündet potenziell in einer negativen Entwicklung des Marktwertes des Projektes.

Bauqualität und Ökologie

Um ein Projekt nachhaltig zu realisieren, ist der Einsatz ökologisch nachhaltiger Baumaterialien nicht zwangsläufig der einzig richtige Weg. Wenn dadurch die materielle Lebenserwar-

62 Vgl. Pointner, Marco (GF Tourismusverband Saalfelden Leogang): persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Saalfelden, 13. 01. 2015

63 wie oben.

64 Vgl. Wenzel, Eike/Rauch, Christian/Kirig, Anja: Zielgruppe LOHAS: Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert. Zukunftsinstitut, Kelkheim, 2007, S. 21, 61

tung des Gebäudes in Mitleidenschaft gezogen wird, kann nicht von Nachhaltigkeit im weiteren Sinne gesprochen werden. Darum ist bei dem Einsatz ökologisch nachhaltiger Rohstoffe sowohl auf den passenden Einsatzzweck als auch auf eine bauphysikalisch korrekte Einbindung in das Bauwerk zu achten. Weiters soll in der Detailplanung auf Schutz- und Kontrollmechanismen im Bereich der Abdichtungen und derer Anschlüsse geachtet werden. Dadurch sollen unvorhergesehene Wartungsarbeiten auf ein Minimum reduziert werden und wiederum die Erträge nicht gefährdet werden.

Architektur

Die Architektur soll primär die Weiterentwicklung und den Weitblick des touristischen Denkens der Region verkörpern. Der gegenwärtig noch wirtschaftlich starke Skitourismus könnte bald dem erstarkenden Sommertourismus am Berg wertschöpfend unterlegen sein. Mit der initialen Geste dieses Projektes soll der möglicherweise noch visionär wirkende Zukunftsentwicklung des Tourismus in dieser Region der Weg geebnet werden.

5.4. Ökologie und Haustechnik

Obwohl oder gerade weil der Asitz durch den Tourismus bereits schwer belastet wird, ist besondere Aufmerksamkeit auf eine ökologisch nachhaltige Ausführung und reduzierte Eingriffe in die natürliche Umgebung zu richten.

Hierbei gilt es primär, den bebauten Footprint zu reduzieren. Es soll so wenig Grünfläche wie möglich verbaut werden. Dies kann idealerweise durch Aufständern oder eine besonders kompakte Gebäudeform geschehen. Weiters soll die Flächennutzung durch begrünte Dachflächen kompensiert werden.

Die Errichtungszeit am Berg soll auf ein Minimum reduziert werden. Die Transportwege vom Tal auf den Berg sollen verkürzt und optimiert werden. Wegstrecken für Transport- und Baufahrzeuge werden nach Möglichkeit eingeschränkt und Kleintransporte sowie Arbeitertransporte sollen per vorhandener Infrastruktur, sprich der Bergbahn erfolgen. Weiters sollen überregionale Transportwege durch Nutzung regionaler Baustoffe und Fertigung durch ansässige Betriebe vermieden werden.

Die Lodges sollen großteils im Tal teilverfertigt werden und per Lastenhelikopter auf den Berg transportiert werden. Hierbei ist auf das Transportgewicht zu achten. Es bietet sich

eine leichte Rahmenkonstruktion an, welche auf dem Berg montiert wird. Die kleinen Einheiten sollen weiters schnell aufheizbar sein und müssen nutzungsbedingt über keine besonderen Wärmespeicherkapazitäten verfügen. Hier soll auch Nachhaltigkeit durch einen bedachten Spagat zwischen Materialeinsatz und Vernunft gezeigt werden.

Das Basecamp mit seiner formalen Schichtung der Flachdächer wird überwiegend in Rahmenkonstruktion geplant. Dadurch sind zwar Materialeinsparungen zu erwarten, dafür jedoch potenziell höhere Bauteildicken möglich. Die markanten Auskragungen über dem Gebäudezugang sowie der Terrasse beinhalten Photovoltaik-Kombimodule zur Gewinnung von Strom und Warmwasser durch solare Energie. Weiters bieten diese während der strahlungsintensiven Stunden nötigen Sonnenschutz. Die nötige Technik zur Wandlung bzw. Speicherung der Energie befindet sich im Untergeschoß des Gebäudes.

Das Lüftungskonzept des Basecamps sieht drei im Keller situierte Abluftgeräte für Küche, Hauptraum und Feuchträume vor. Die Zuluft erfolgt über ein zentrales Gerät und drei Lüftungsstränge. Somit soll auf die unterschiedlichen Nutzungs- bzw. Heizperioden der verschiedenen Bereiche eingegangen werden. Die Zuluft des Lokals soll durch die Rückwand des offenen Kamins im Hauptraum geleitet und somit durch die Abwärme zusätzlich geheizt werden, um anderwärtige Heizenergie zu reduzieren. Dieses Prinzip soll auch in der weiteren Warmwasseraufbereitung parallel zur solaren Aufheizung verfolgt werden.

Die Heizung und Klimatisierung des Gebäudes soll ausschließlich durch die Lüftung erfolgen. Hierfür sollen in den Lüftungsgeräten Wärmetauscher sowie Luft-Luft-Wärmepumpen für effiziente Klimatisierung sorgen.

Für die einzelnen Nutzungseinheiten der Lodges ist eine Grundheizung zur Frostfreiheit bei Nichtnutzung vorgesehen. Diese wird über eine Fußbodenheizung erreicht. Die dafür nötige Heizenergie wird vom Technikraum im Basecamp bereitgestellt. Die weitere Klimatisierung der Nutzungseinheiten erfolgt individuell über kompakte Kamine, durch welche, ähnlich wie im Basecamp, ein Heizungskreislauf durch Strahlungswärme aufgeheizt wird und die Einheiten gleichmäßig erwärmt werden.

5.5. Materialien

Eine mögliche Materialauswahl für die Herstellung der Lodges sowie des Basecamps ist nachfolgend aufgelistet.



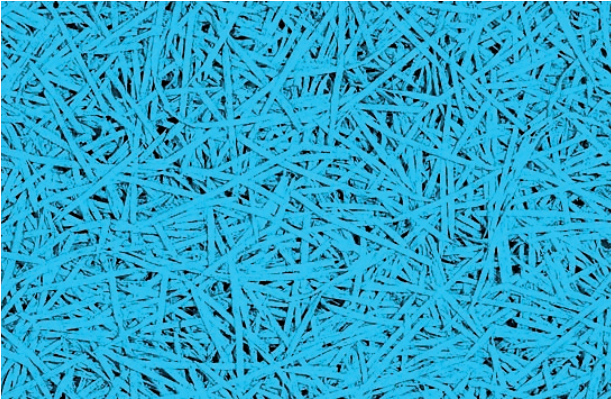
Fassadenverkleidung
Abb. 58 Rieder Ökoskin



Dachfläche
Abb. 59 Extensiv begrüntes Flachdach



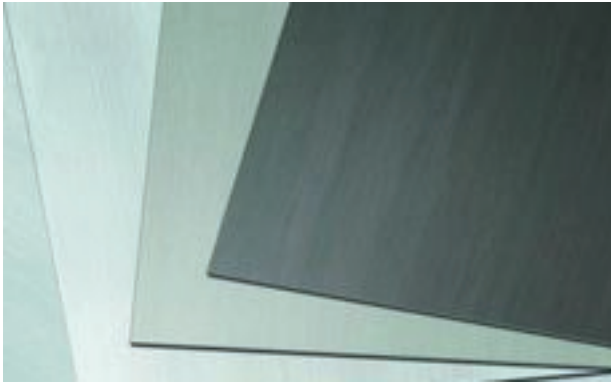
Gestaltungselemente outdoor, thermisch aktivierter Beton
Abb. 60 Rieder Bionics



akustische Optimierung indoor
Abb. 61 Heradesign



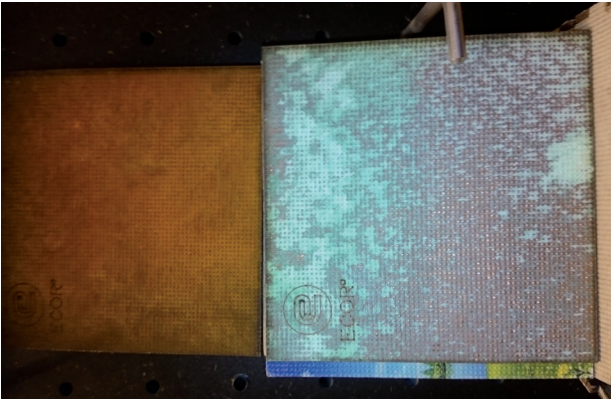
Fassadenverkleidung, Terrassenbelag
Abb. 62 Lärche verwittert



Dachfläche, Traufbereich und Einfassungen
Abb. 63 Rheinzink Patina Line



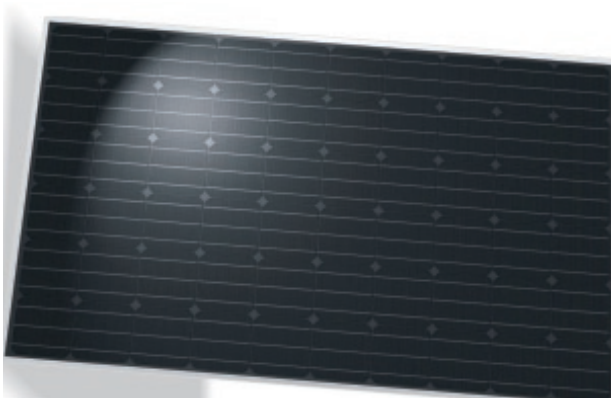
Tragende Innenwände
Abb. 64 Holzrahmen-Lehm-Verbund



Deckenunterseite indoor
Abb. 65 ECOR, gepresste Zellulosefasern



Oberlichten, Photovoltaik-Glas
Abb. 66 Lumineszierender Solarkonzentrator



Sonnenschutz
Abb. 67 PV-Kombimodule



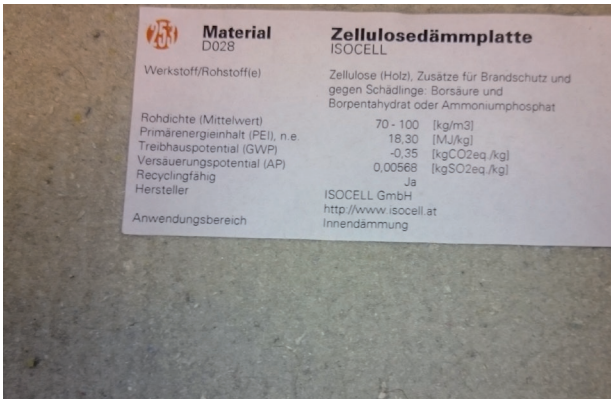
Innenverkleidungen
Abb. 68 Lehmbauplatte mit Putzträger



Unterkonstruktion indoor
Abb. 69 Extrudiertes Holz



harte Wärmedämmung
Abb. 70 Holzschaum



weiche Wärmedämmung
Abb. 71 Zellulosedämmplatte oder Granulat



Bodenbelag Indoor-Feuchtbereiche
Abb. 72 Kalkstein Anthrazit



Verglasung vertikal
Abb. 73 „rahmenlose“ Schiebefenster



6. Vorentwurf

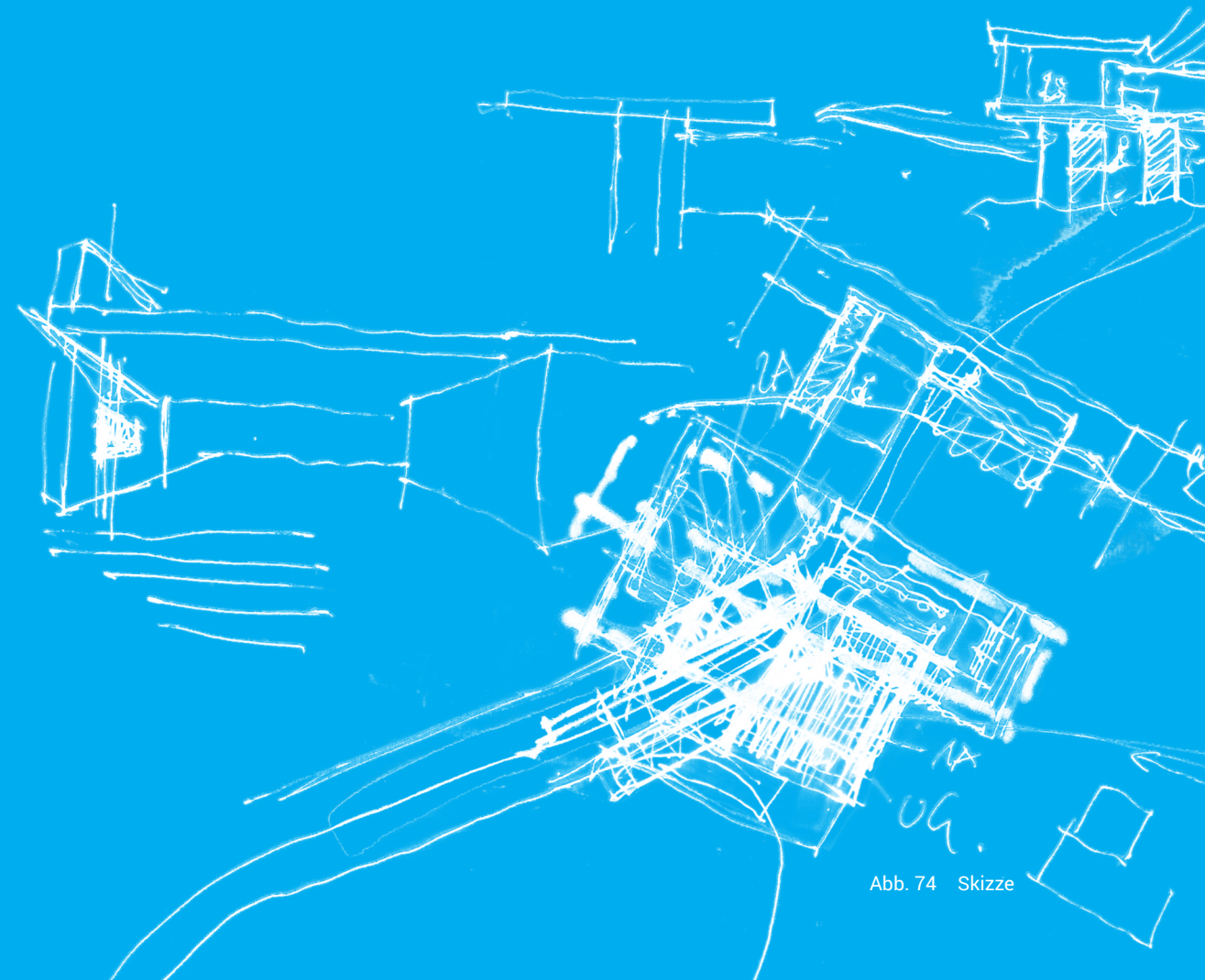
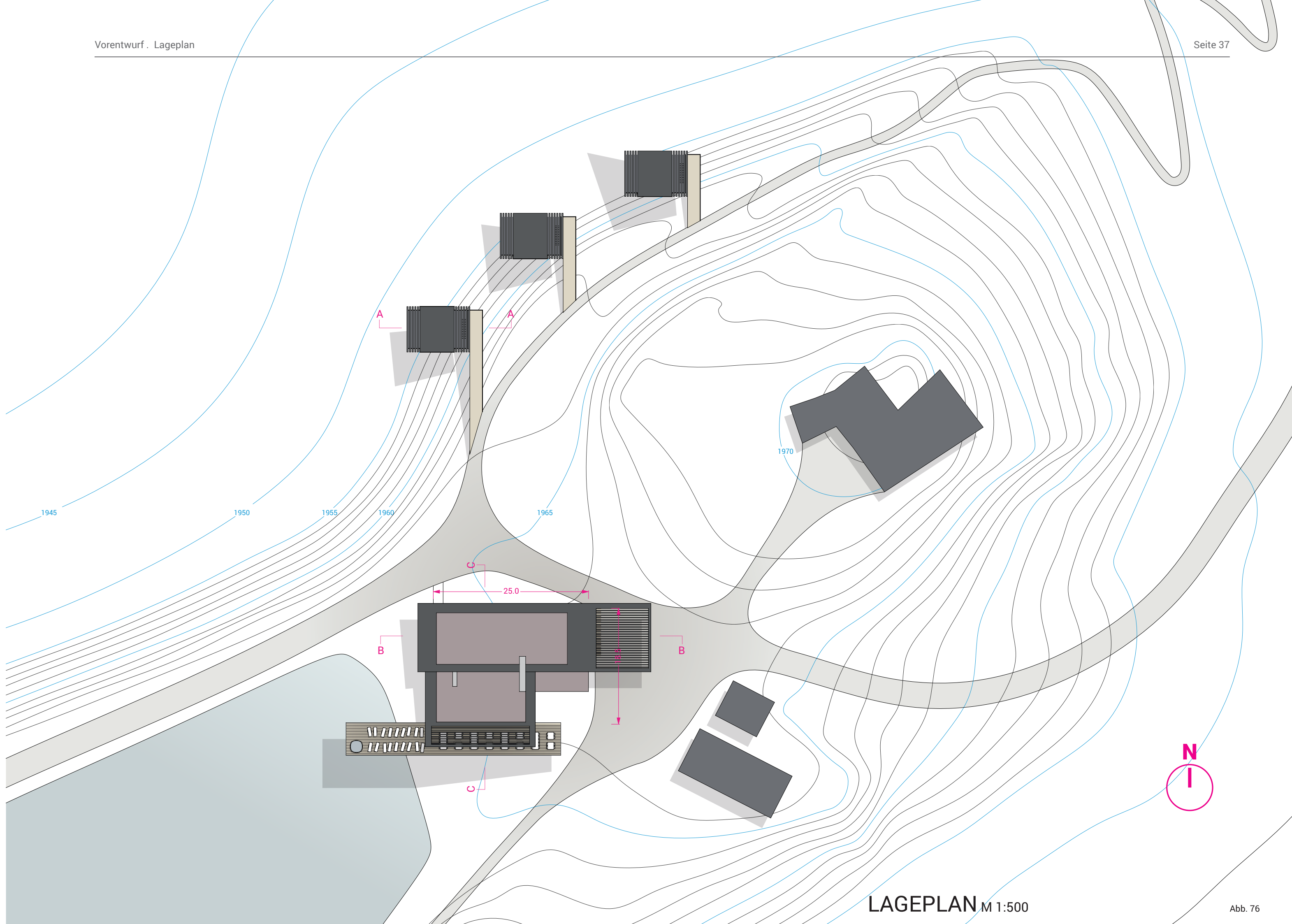


Abb. 74 Skizze

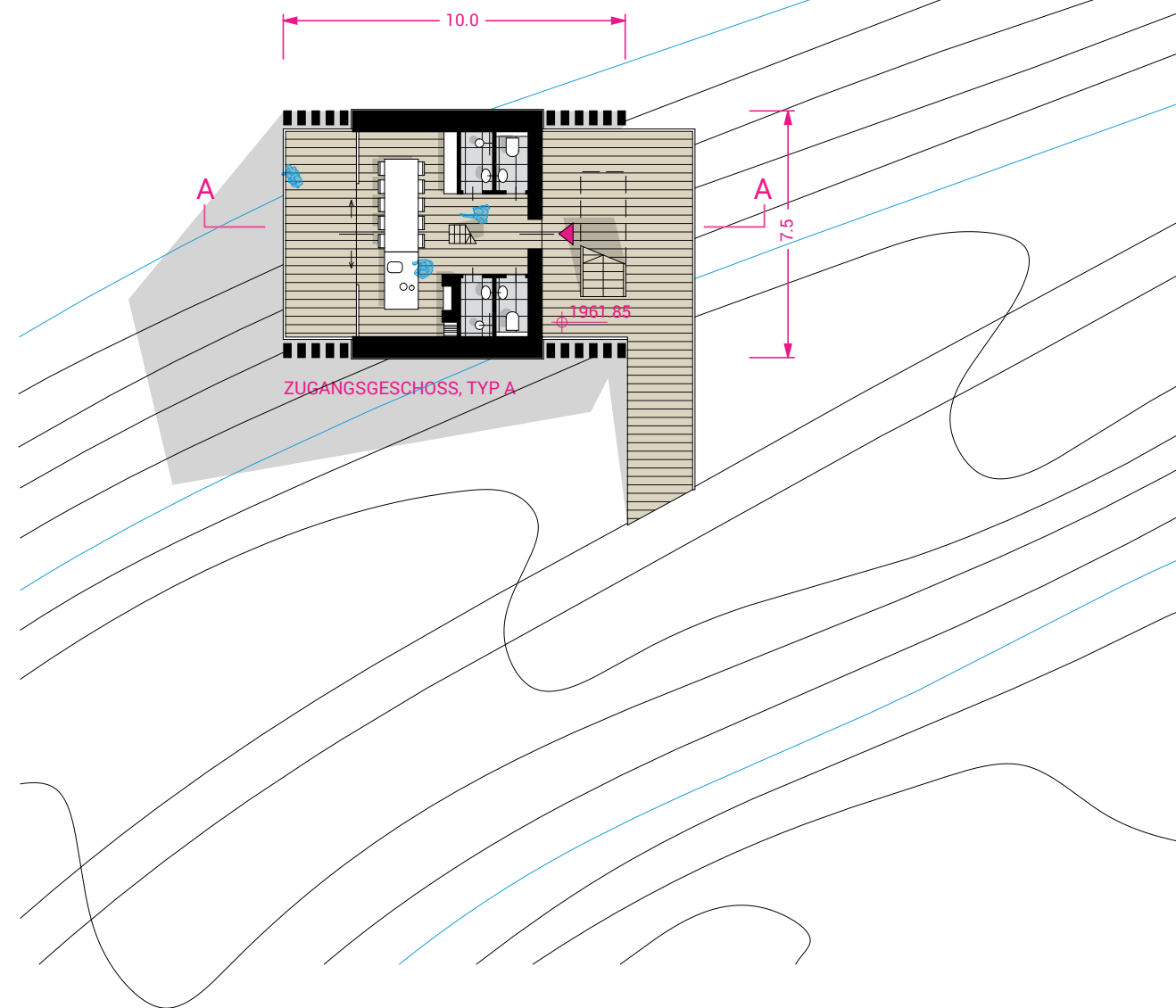
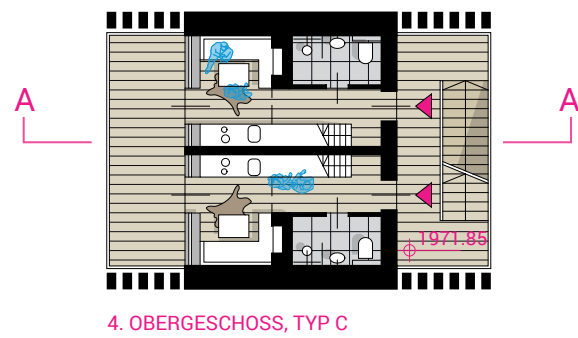
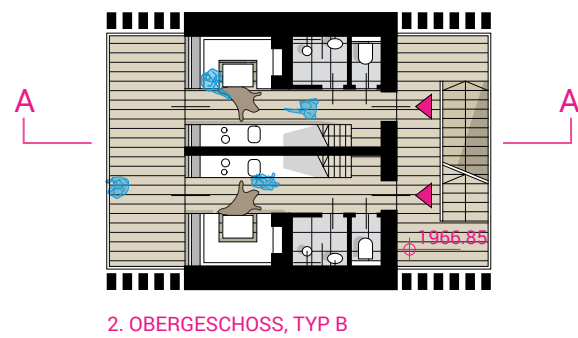
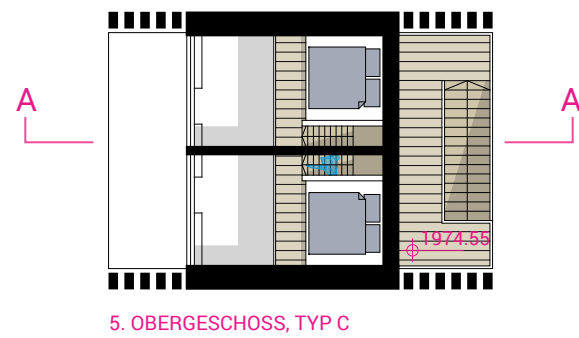
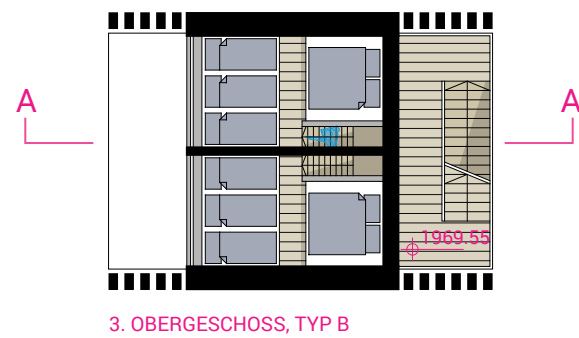
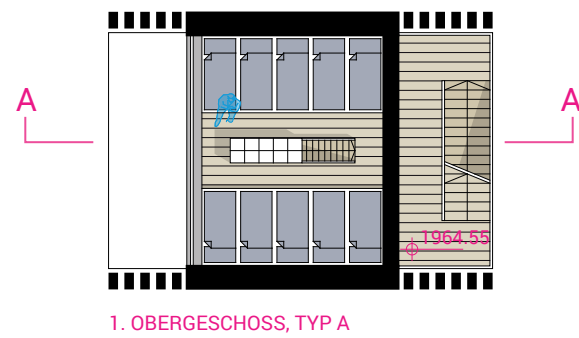
6.1. Lageplan

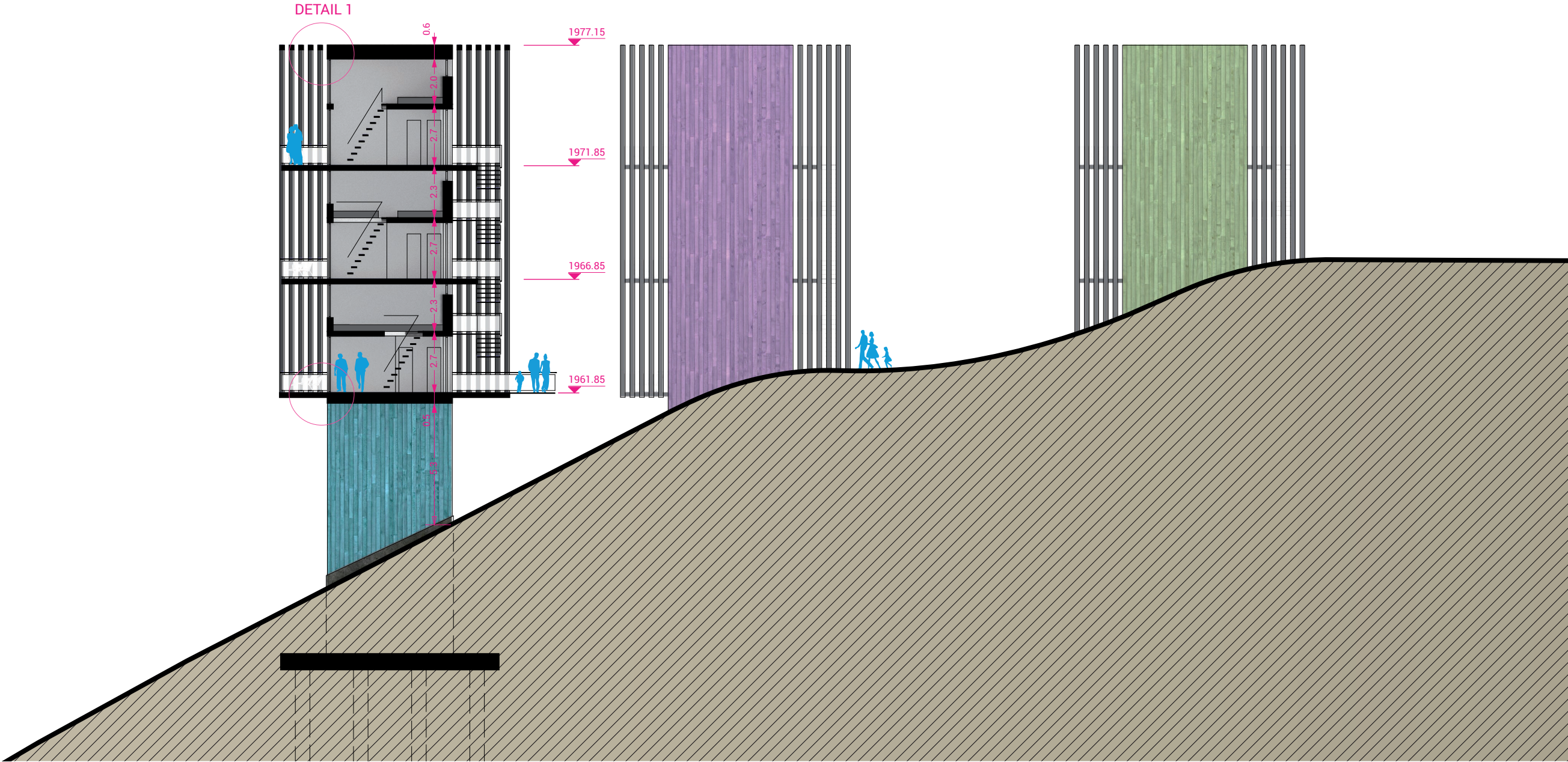


LAGEPLAN M 1:2500



6.2.Lodges

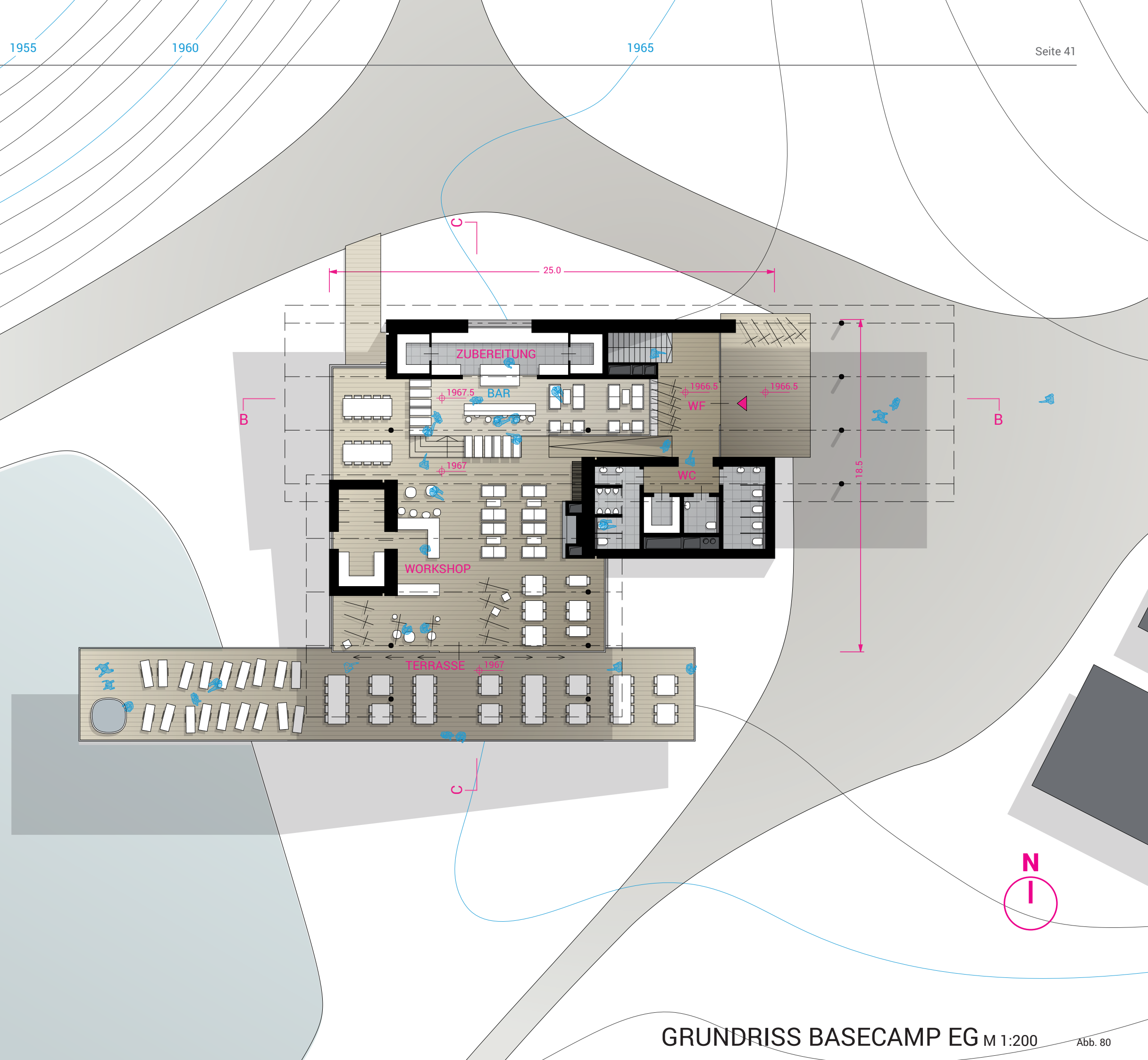


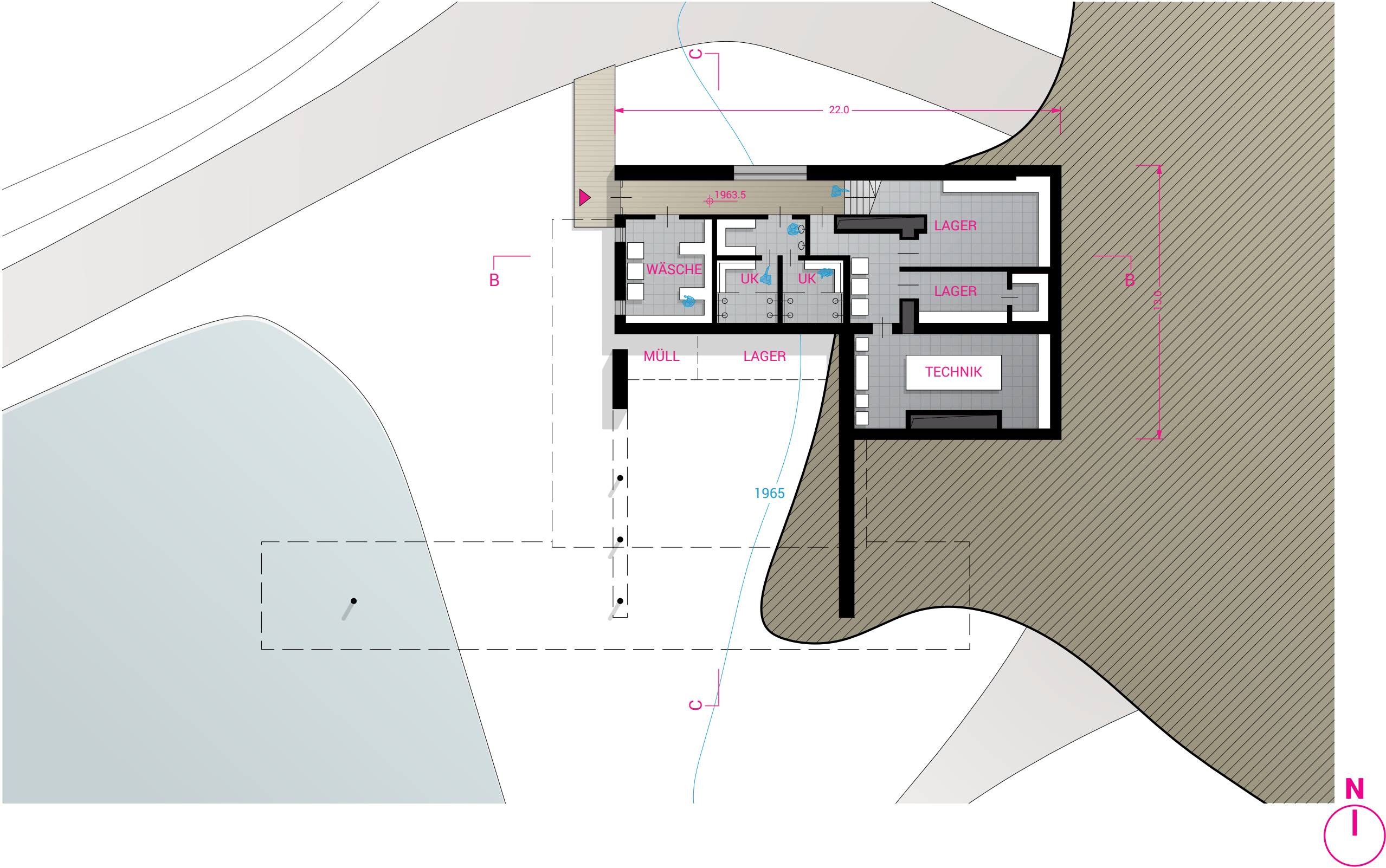


SCHNITT A-A LODGES M 1:200

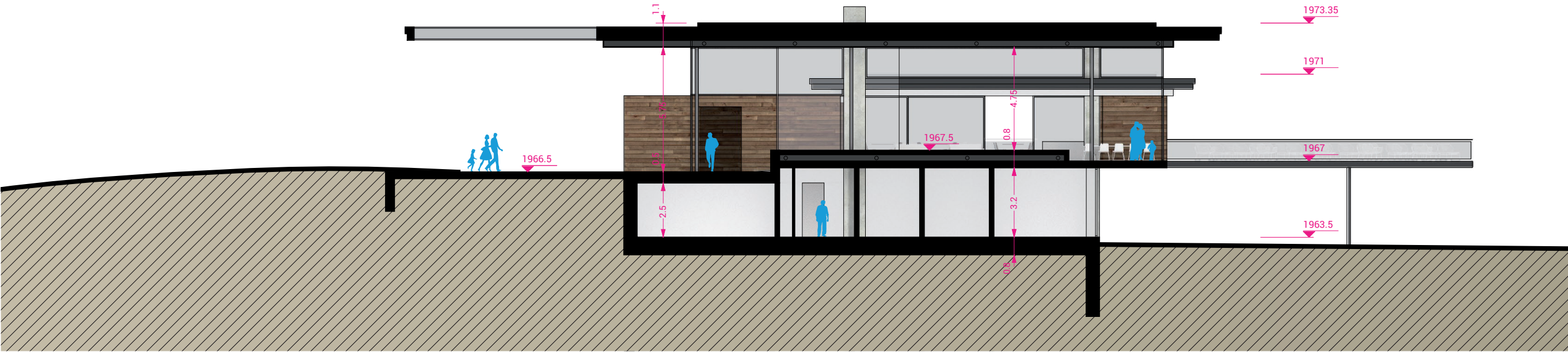


6.3. Basecamp



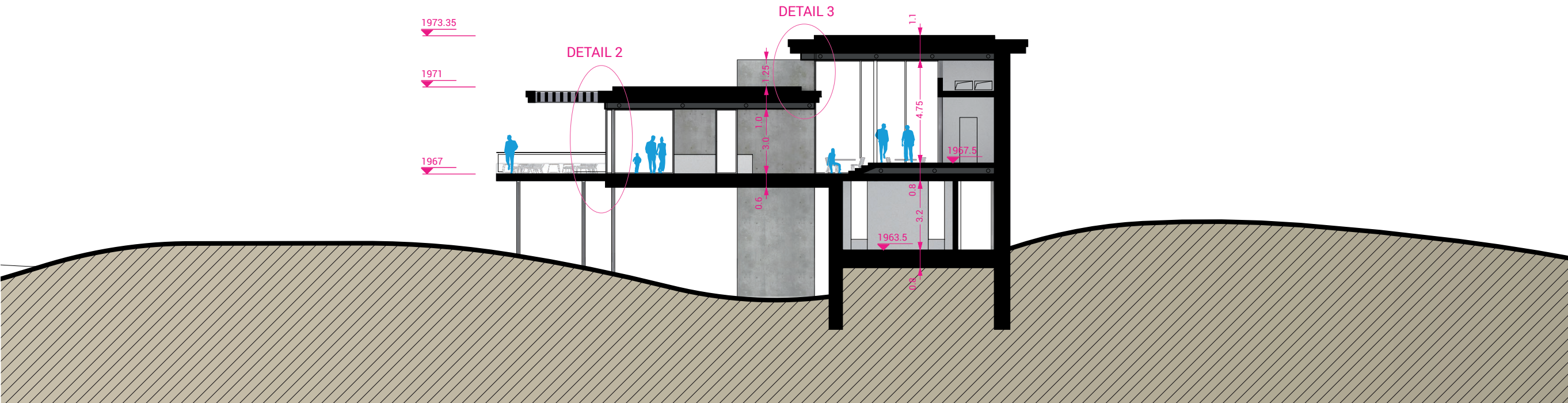


GRUNDRISS BASECAMP UG M 1:200



SCHNITT A-A BASECAMP M 1:200

Abb. 82



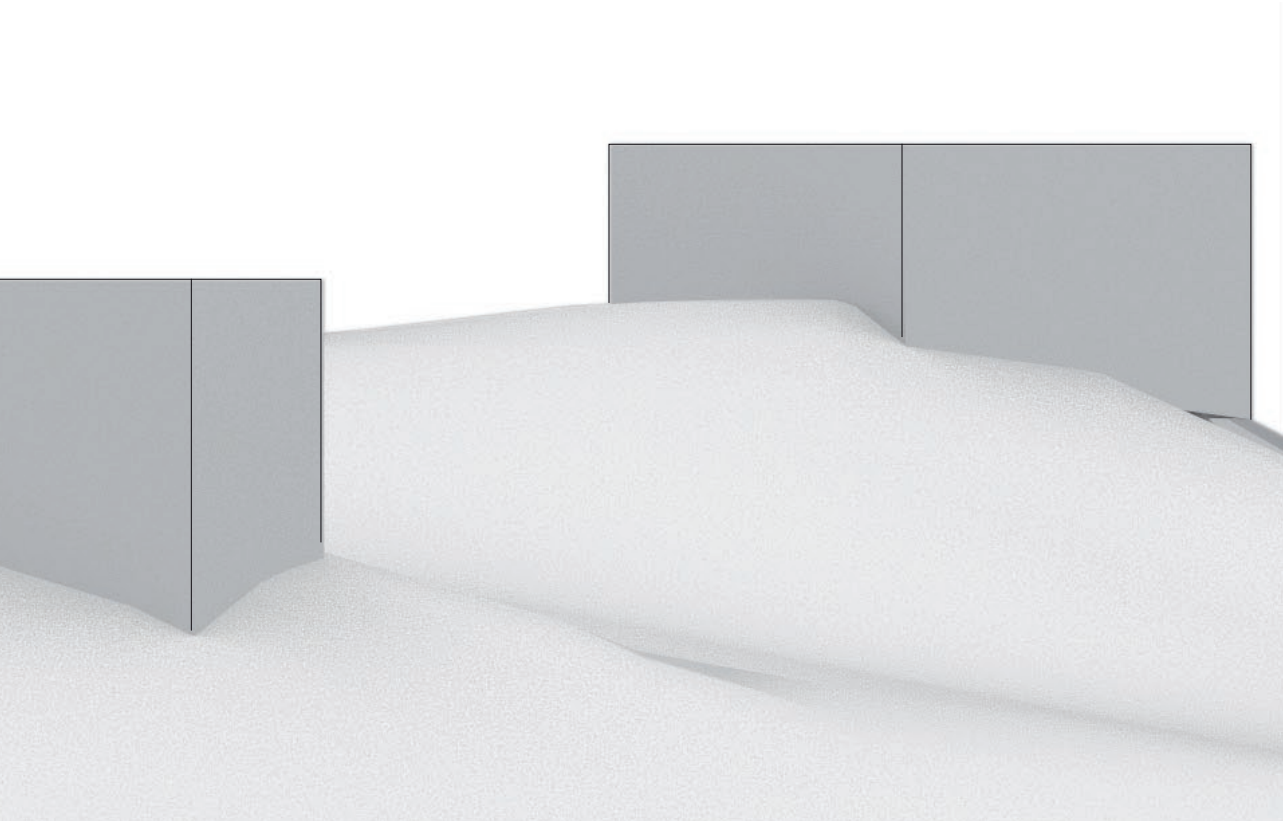
SCHNITT B-B BASECAMP M 1:200

Abb. 83



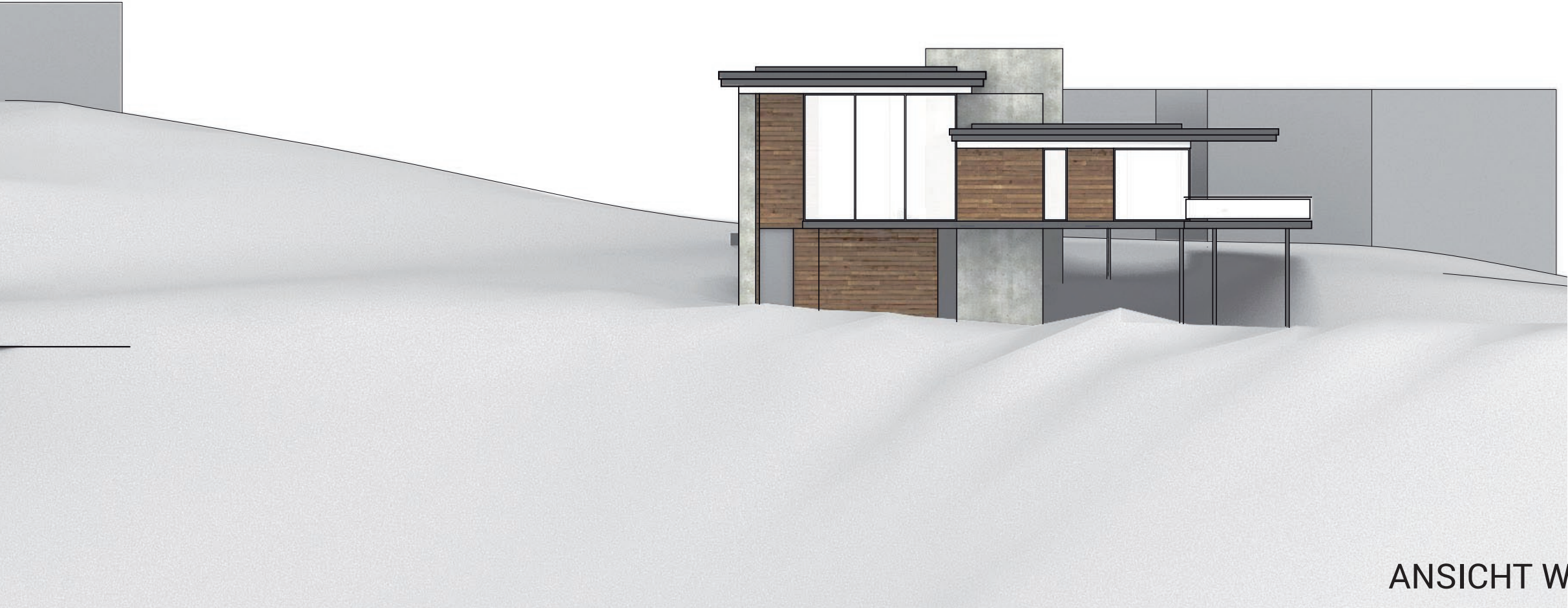






ANSICHT SÜD M 1:200

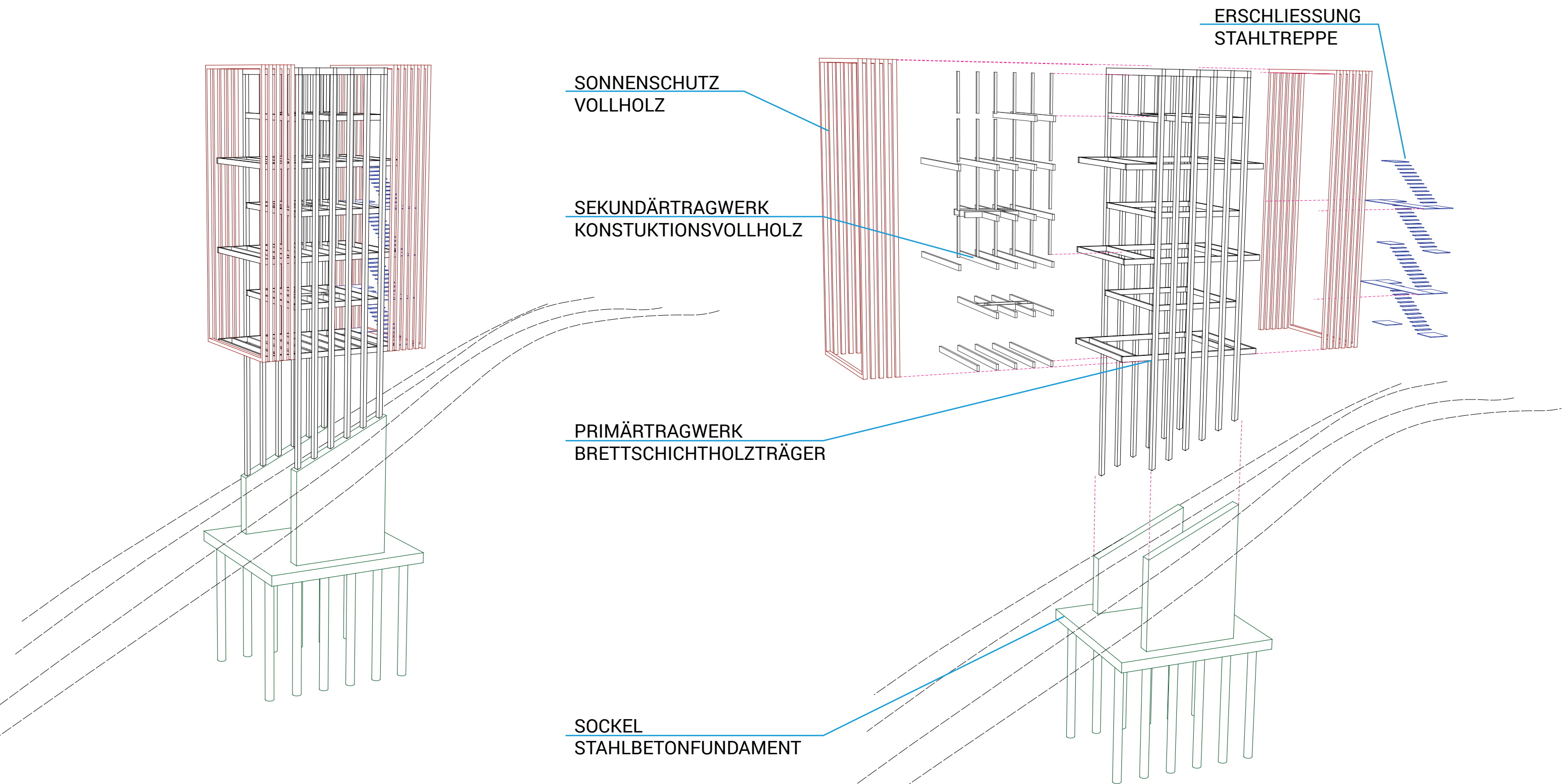
Abb. 86



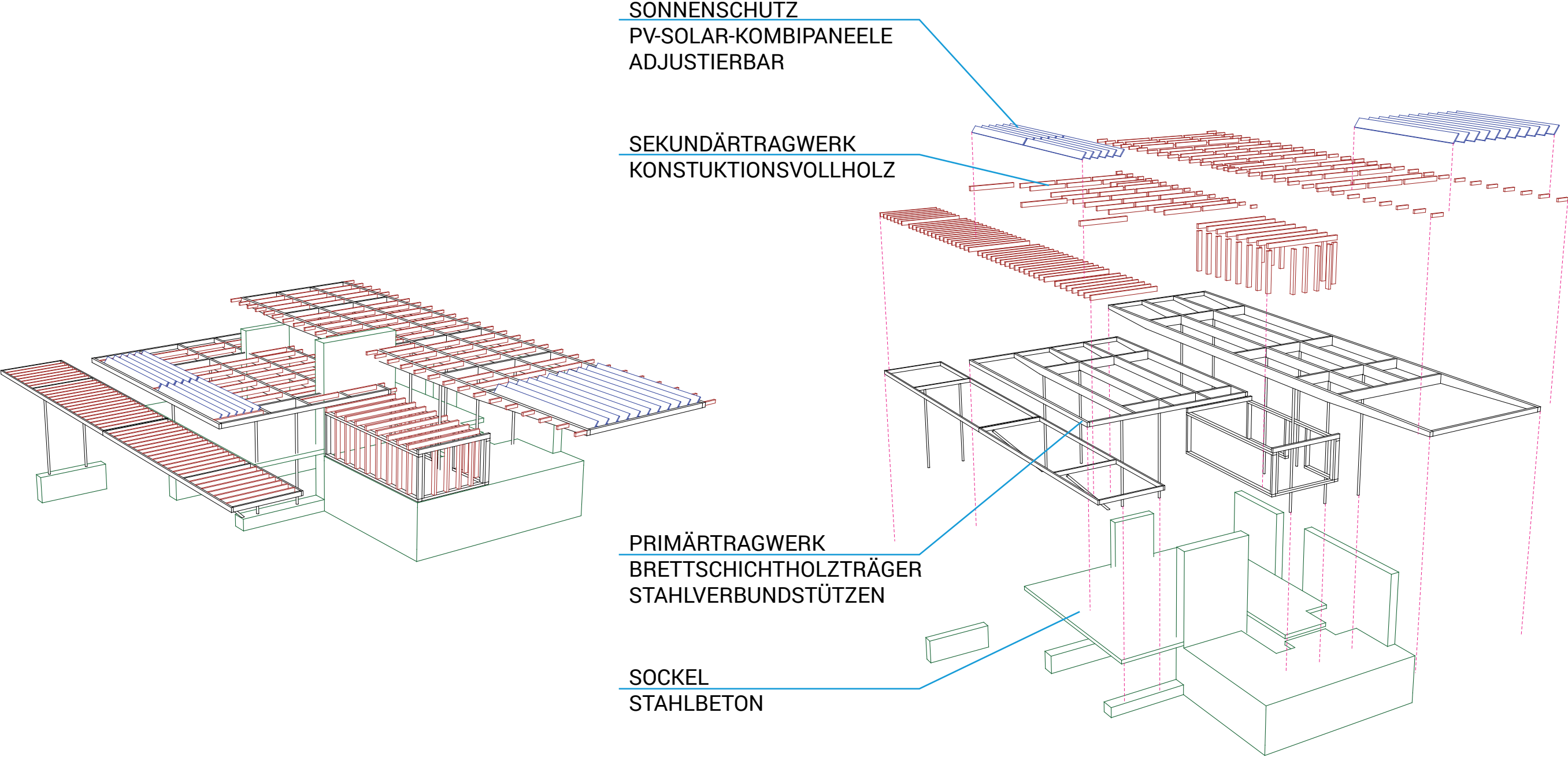
ANSICHT WEST M 1:200

Abb. 87

6.4. Tragwerk

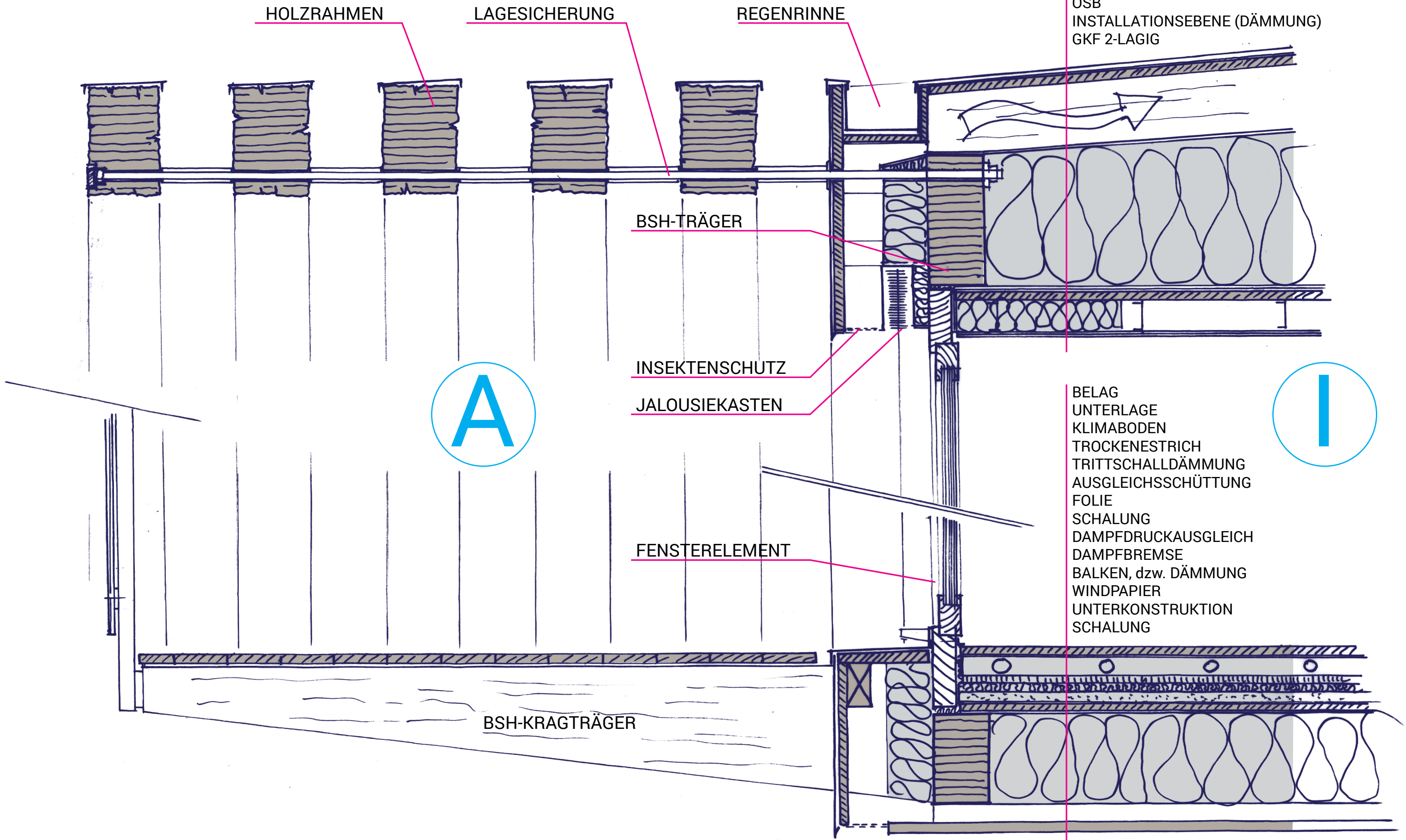


TRAGSYSTEM LODGES

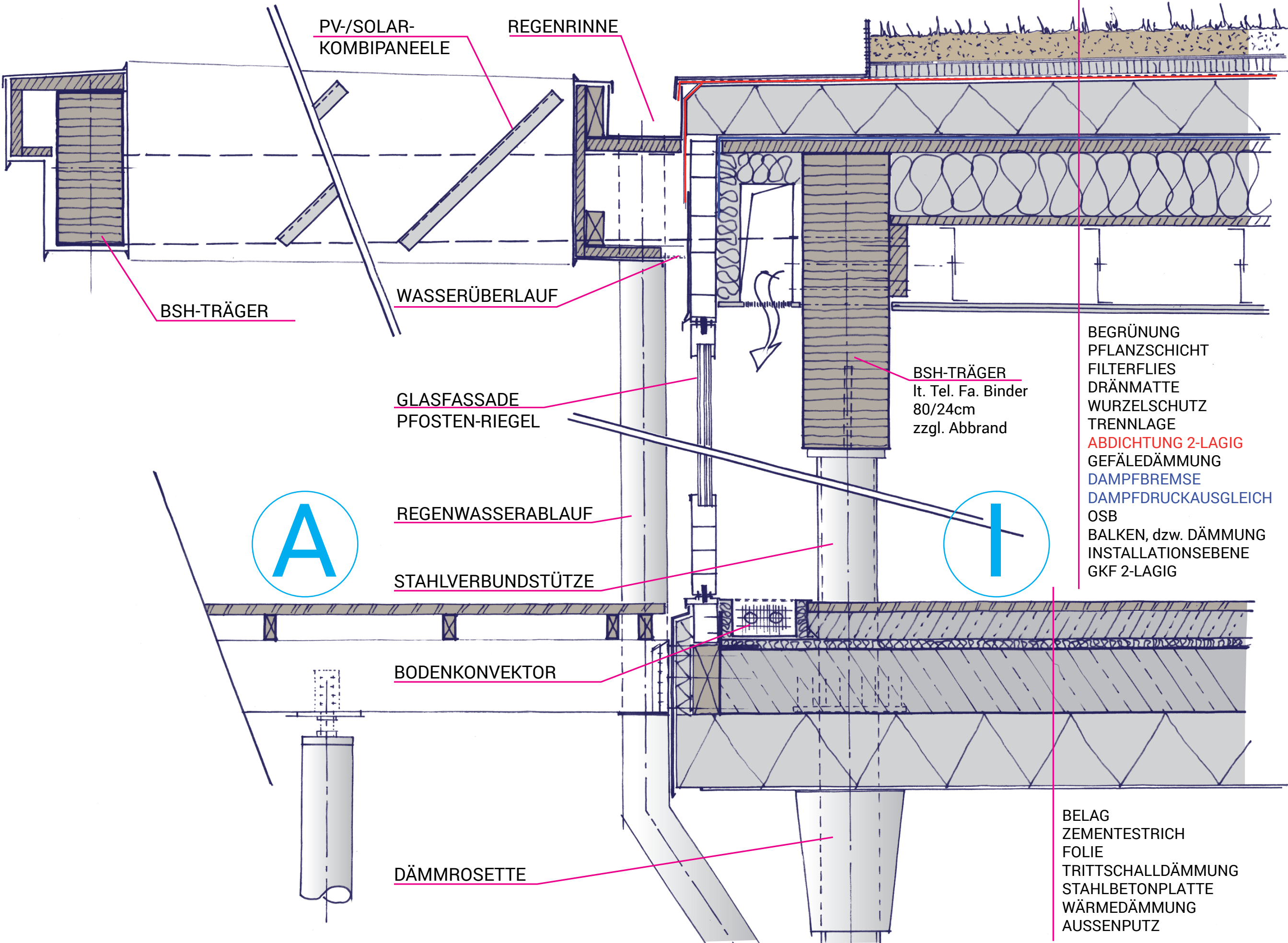


TRAGSYSTEM BASECAMP

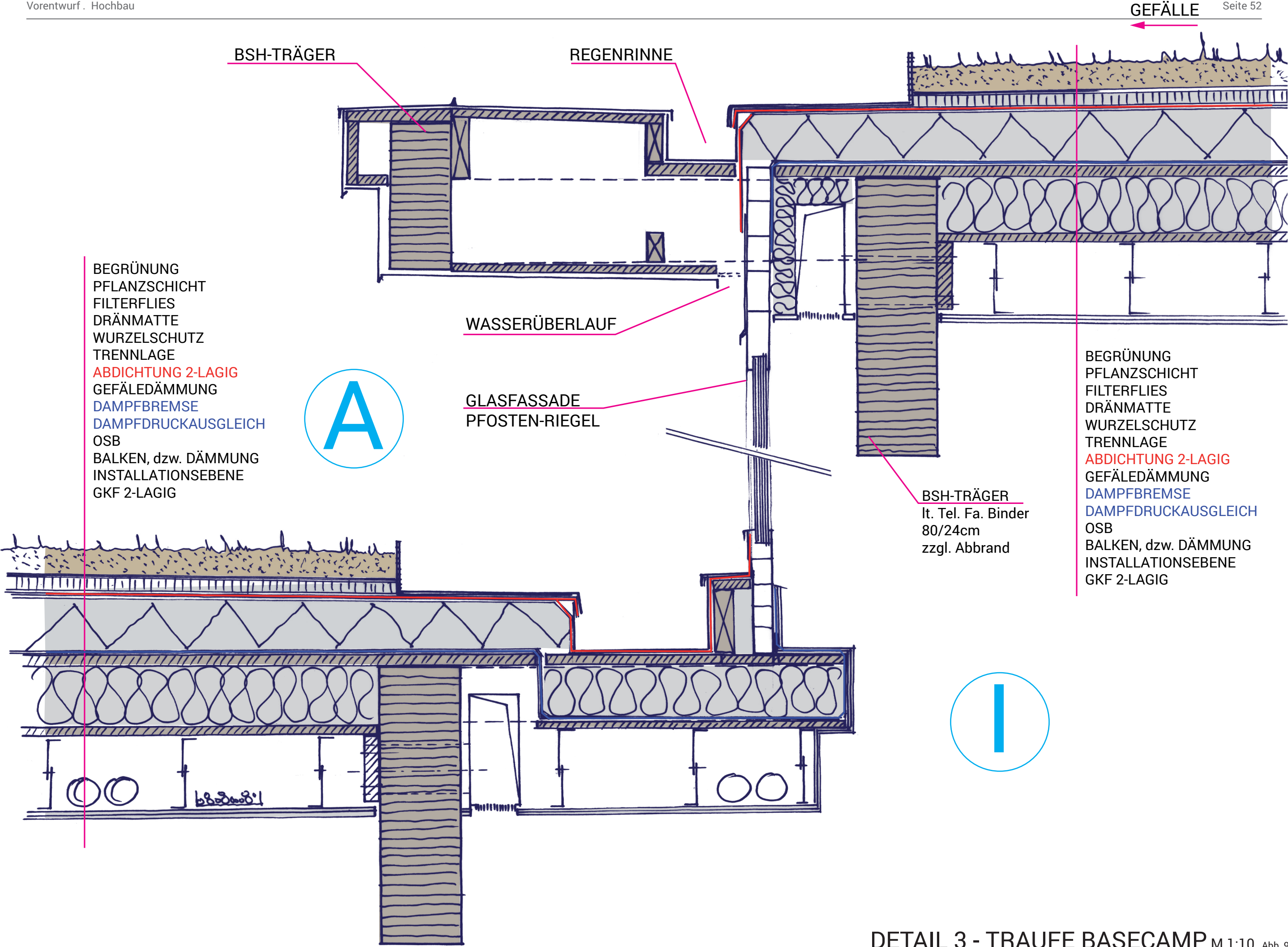
6.5.Hochbau



DETAIL 1 - LODGES



DETAIL 2 - TRAUFEN BASECAMP M 1:10 Abb. 91



DETAIL 3 - TRAUFEN BASECAMP M 1:10 Abb. 92

7. Quellenverzeichnis

7.1. Textquellen

7.1.1. Literatur

Dietrich, Reinhard:
Entwicklung Werthaltiger Immobilien. Einflussgrößen - Methoden – Werkzeuge. Teubner, Stuttgart, 2005

Gemeinde Leogang (Hg.) / Schwaiger Alois:
Leogang. Fakten, Bilder und Geschichte. Leogang, 2. Auflage, 2012

Österreich Werbung (Hg. u. a.):
Nachhaltigkeit im Tourismus. Grundlagenpapier und Diskussionsgrundlage der Österreich Werbung.
Wien, 2012

Wenzel, Eike / Rauch, Christian / Kirig, Anja:
Zielgruppe LOHAS: Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert. Zukunftsinstitut, Kelkheim, 2007

Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther:
Gemeinde Leogang. Räumliches Entwicklungskonzept 2007. Teilabänderung 2015, Thalgau, 2015

Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther:
Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme –
allgemeiner Teil. Thalgau, 2015

7.1.2. Internet

genius gmbh / Freitag, Jens (Hg.):
Monokultur. Berlin, o. J. online unter: <http://www.pflanzenforschung.de/de/themen/lexikon/monokultur-786/>
(25. 11. 2015)

Ithaka Institute for Carbon Strategies (Hg.):
Mischkulturen – ein weltweites Erfolgsrezept.
Arbaz (CH), o. J. online unter: <http://www.ithaka-journal.net/mischkulturen---ein-weltweites-erfolgsrezept>
(25. 11. 2015)

Gemeinde Leogang (Hg.):
Zahlen und Fakten. Online unter: http://leogang.at/Gemeindeamt/Zahlen_und_Fakten (08. 12. 2015)

Gemeindeamt Leogang (Hg.):
Bürgerbeteiligung. Zukunft Leogang. Aktive Bürgerbeteiligung für ein lebenswertes Leogang.
Leogang, 2015, online unter: <http://leogang.at/Politik/Buergerbeteiligung> (15. 02. 2016)

Gemeindeamt Leogang (Hg.):
Agenda 21 Prozess Leogang. Dokumentation der Leoganger Zukunftstage.
Leogang, 2015/20016, online unter: <http://leogang.at/Politik/Buergerbeteiligung> (15. 02. 2016)

Gemeinde Leogang (Hg.):
Informationen zur Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes der Gemeinde Leogang.
Leogang, 2015, online unter: <http://leogang.at/system/web/news.aspx?bezirkonr=0&detailonr=225005521-223&menuonr=218554084> (02. 02. 2016)

Salzburgwiki / Salzburger Nachrichten VerlagsgmbH / Dasch, Maximilian (Hg.):
Grauwackenzone. o. J., online unter: <http://www.salzburg.com/wiki/index.php/Grauwackenzone>
(08. 08. 2016)

Just Media GmbH (Hg.):
Asitzbräu.
o. J., online unter: <http://www.huettenguide.net/huetten/asitzbraeu> (29. 03. 2016)

Just Media GmbH (Hg.):
Die Alte Schmiede.
o. J., online unter: <http://www.huettenguide.net/huetten/die-alte-schmiede> (29. 03. 2016)

OECD (Hg.):
OECD - Berechnungen zu den Auswirkungen des Klimawandels auf die Skiregionen in den Alpen. Online unter:
<http://www.oecd.org/general/oecd-berechnungenzudenAuswirkungendesKlimawandelsaufdieSkiregionenindenAlpen.htm> (28. 04. 2016)

Ring, Romana:
Architects Collective: Gesundheitseinrichtung der VAEB, Bad Schallerbach, Oberösterreich – Schöner, schlanker, effizienter. 2014, online unter:
<https://www.architektur-aktuell.at/projekte/architects-collective-gesundheitseinrichtung-der-vaeb-bad-schallerbach-oberoesterreich-schoener-schlanker-effizienter> (27. 12. 2015)

Wikipedia, Die freie Enzyklopädie (Hg.):
Kur. 2016, online unter: <https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Kur&oldid=152286657> (17. 01. 2016)

7.1.3. Sonstige

Grundner, Kornel (GF Leogangner Bergbahnen):
Persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23.11.2015

Hörl, Anton sen. (GF / Inhaber Hotel Salzburgerhof, Leogang):
Persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 23.11.2015 und 02.05.2016

Pointner, Marco (GF Tourismusverband Saalfelden Leogang):
Persönliches Interview, geführt von Clemens Hörl. Leogang, 13.01.2016

7.2. Abbildungsquellen

Abb. 1: Umsätze und Beförderungen Winter Leoganger Bergbahnen

Quelle: Leoganger Bergbahnen GmbH, Aushändigung am 20.10.2015 durch Riedelsberger Julia

Abb. 2: Fahrtenvergleich Sommer Leoganger Bergbahnen

Quelle: Leoganger Bergbahnen GmbH, Aushändigung am 20.10.2015 durch Riedelsberger Julia

Abb. 3: Jahresdurchschnittstemperaturen Schmittenhöhe Zell am See

Quelle: HISTALP Management (Hg.), Wien, 2015, online unter: www.zamg.ac.at/histalp (20.12.2015)

Abb. 4: Fotomontage

Quelle: Theo Deutinger / TD Austria, Flachgau, 2014.

Abb. 5: Wappen Leogang

Quelle: Gemeinde Leogang (Hg.), online unter:

<http://www.leogang.at/system/web/fakten.aspx?menuonr=218554147> (20.12.2015)

Abb. 6: Tabelle Gebäude Leogang nach Eigenschaft 2011

Quelle: Statistik Austria (Hg.), Gebäude und Wohnungszählung 2011

In: Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgau, 2015, S. 20

Abb. 7: Geografische Lage Leogang in Salzburg Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2015

Abb. 8: Geografische Lage Leogang in Österreich Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2015

Abb. 9: Entwicklung der Einwohnerzahl in Leogang, 1961-2014

Quelle: Statistik Austria (Hg.), Volkszählung 1961-2001, Registerzählung 2011, 2014-Melderegister (1.Quartal 2014)

In: Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgau, 2015, S. 7

Abb. 10: Luftaufnahme Hütten in Leogang und Umgebung

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2015, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 11: Luftaufnahme Areal Hütten in Leogang

Quelle: Land Salzburg Referat Landesplanung, SAGIS (Hg.), online unter:

<http://www.salzburg.gv.at/sagisonline>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 12: Luftaufnahme Hütten im Detail

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2015, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 13: Bettenauslastung Leogang Vergleich Sommer / Winter 1984-2014

Quelle: Statistik Austria (Hg.), Tourismus in Österreich 1984-2013

In: Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgau, 2015, S. 19

Abb. 14: Auslastung Jahresdurchschnitt Hotelvergleich

Quelle 1: Gemeinde Leogang, Touristische Kenndaten der Region, Stand 31.05.2015

Quelle 2: Touristische Kenndaten (anonymisiert) von 2 Hotels auf Anfrage per Mail erhalten im Zeitraum November – Dezember 2015, Diagramm erstellt durch Hörl Clemens, 2016

Abb. 15: Übernachtungen in Leogang 2013

Quelle: Statistik Austria (Hg.), Tourismus in Österreich 2013

In: Gemeindeamt Leogang (Hg.) / Poppinger, Günther: Gemeinde Leogang. Teilabänderung des Räumlichen Entwicklungskonzeptes. Bestandsaufnahme – allgemeiner Teil. Thalgau, 2015, S. 18

Abb. 16: Hotelvergleich (anonymisiert) Revenue per available room

Touristische Kenndaten (anonymisiert) von 3 Hotels auf Anfrage per Mail erhalten im Zeitraum November – Dezember 2015, Tabelle erstellt durch Hörl Clemens, 2016

Abb. 17: Österr. Destinationen im Vergleich

Quelle: Österreichische Hotelvereinigung (Hg.), Österreichs Destinationen im Vergleich. Jahresvergleich 2011 - 2012, Wien, 2014, S. 160

Abb. 18: Topografie Asitz mit Umgebung

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2015, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 19: Übersicht höchste Berge Umgebung Leogang Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 20: Topografie Asitz im Detail

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2015, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 21: Flächennutzungsplan Leoganger Bergbahnen

Quelle: Leoganger Bergbahnen GmbH, Stand 2015

Aushändigung Ausdruck am 23.11.2015 persönlich von Grundner Kornel / GF

Abb. 22: Höhenschichtenplan Asitz

Quelle Bild: Bing Maps, Microsoft Corp., 2015, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Quelle Höhenschichtlinien: Leoganger Bergbahnen GmbH, (Aushändigung CAD-Daten am 20.10.2015 durch Riedelsberger Julia) Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 23: Geländeschnitte

Quelle: Leoganger Bergbahnen GmbH, Geländeschnitte Asitz, (Aushändigung CAD-Daten am 20.10.2015 durch Riedelsberger Julia)

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2015

Abb. 24: Asitzhütte mit Asitzgipfel im Winter 1934

Quelle: Bergbaumuseum Leogang, 1934, In: Schwaiger Alois, Asitz - Chronik, Leogang, 2015, S. 13

Abb. 25: Panoramakarte Saalbach-Hinterglemm-Leogang

Quelle: Tourismusverband Saalbach Hinterglemm, online unter: http://www.saalbach.com/fileadmin/user_storage/saalbach_com/Bilder/images/winter/bergbahnen/Pano_Web_NEU_01.jpg (30.03.2016)

Abb. 26: Klimadiagramm Zell am See Jahresdurchschnitt

Quelle: Klimadiagramme weltweit (Hg.), Karlsruhe, online unter: http://www.klimadiagramme.de/GMA_neu/Europa/Oesterreich/Plots/zellamsee_s.png (30.03.2016)

Abb. 27: Ansichtskarte Leogang, 1899

Quelle: Kunstanstalt Karl Schwidernoch, Wien

In: Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 295

Abb. 28: Foto Passauerhütte, 1935

Quelle: J. Schmidt, Lofer

In: Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 296

Abb. 29: Prospekt Leogang, 1930

Quelle: Anton Madreiter, Leogang

In: Schwaiger, Alois: Leogang. Fakten, Bilder, Geschichte. Gemeindeamt Leogang, 2007, S. 317

Abb. 30 - 38: Asitzareal Panorama _ + Übersicht

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Leogang/Wien, 2015

Abb. 39: Vergleich Nutzungsperioden Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 40: Bezugsdiagramm Tourismus Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 41: Wertschöpfungspotential für die Region (auf dem Berg)

Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 42: Bezugsdiagramm Mensch – Natur Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 43: Alpine Shelter Skuta / Slovenien Aussenansicht, OFIS Architects

Quelle: Ofis Architects / Anze Cokl (Fotograf), Skuta (SI), 2015, online unter: http://www.ofis-a.si/str_8%20-%20HOUSE/17_ALPINE_SHELTER_SKUTA/ofis_17_ALPINE_SHELTER_SKUTA.html (27.12.2015)

Abb. 44: Alpine Shelter Skuta / Slovenien Innenansicht, OFIS Architects

Quelle: Ofis Architects / Anze Cokl (Fotograf), Skuta (SI), 2015, online unter: http://www.ofis-a.si/str_8%20-%20HOUSE/17_ALPINE_SHELTER_SKUTA/ofis_17_ALPINE_SHELTER_SKUTA.html (27.12.2015)

Abb. 45: Juvet Landscape Hotel / Norwegen Aussenansicht, Jensen + Skodvin Architects

Quelle: Jensen & Skodvin Architects, Valldal (NO), 2009-2011, online unter: <http://www.e-architect.co.uk/norway/juvet-landskaps-hotel> (04.01.2016)

Abb. 46: Juvet / Norwegen Innenansicht, Jensen + Skodvin Architects

Quelle: Jensen & Skodvin Architects, Valldal (NO), 2009-2011, online unter: <http://www.e-architect.co.uk/norway/juvet-landskaps-hotel> (04.01.2016)

Abb. 47: Wild Reindeer Pavilion Norwegen Aussenansicht, Snøhetta Arkitektur

Quelle: Snøhetta Arkitektur og Landskap, Tverrfjellhytta (NO), 2008/09, online unter: <http://snohetta.com/project/2-tverrfjellhytta-norwegian-wild-reindeer-pavilion> (06.01.2016)

Abb. 48: Wild Reindeer Pavilion Norwegen Innenansicht, Snøhetta Arkitektur

Quelle: Snøhetta Arkitektur og Landskap, Tverrfjellhytta (NO), 2008/09, online unter: <http://snohetta.com/project/2-tverrfjellhytta-norwegian-wild-reindeer-pavilion> (06.01.2016)

Abb. 49: New Tungestølen Tourist Cabin Aussenansicht 1, Snøhetta Arkitektur

Quelle: Snøhetta Arkitektur og Landskap, Luster (NO), 2015, online unter: <http://snohetta.com/project/243-new-tungestolen-tourist-cabin> (06.01.2016)

Abb. 50: New Tungestølen Tourist Cabin Aussenansicht 2, Snøhetta Arkitektur

Quelle: Snøhetta Arkitektur og Landskap, Luster (NO), 2015, online unter: <http://snohetta.com/project/243-new-tungestolen-tourist-cabin> (06.01.2016)

Abb. 51: New Tungestølen Tourist Cabin Lageplan, Snøhetta Arkitektur

Quelle: Snøhetta Arkitektur og Landskap, Luster (NO), 2015, online unter: <http://snohetta.com/project/243-new-tungestolen-tourist-cabin> (06.01.2016)

Abb. 52: Luftbild räumliche Fokussierung

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2016, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2016

Abb. 53: Luftbild Raumplan

Quelle: Bing Maps, Microsoft Corp., 2016, online unter: <http://www.bing.com/maps>

Bearbeitet durch Hörl Clemens, 2016

Abb. 54: Regionalität Eigene Aufnahme bzw. Darstellung / Hörl Clemens, Leogang/Wien, 2016**Abb. 55: Zusammenstellungssimulation** Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016**Abb. 56: Einfache Developerrechnung** Eigene Darstellung / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 57: Elemente, die den Wert einer Immobilie bestimmen Teubner (Hg.), Entwicklung werthaltiger Immobilien, Einflussgrößen – Methoden – Werkzeuge, Richard Dietrich, 1. Auflage, März 2005, S. 111

Abb. 58: Rieder Ökoskin online unter:

http://www.stylepark.com/db-images/cms/rieder/img/l2_p356975_488_336-8.jpg

Abb. 59: Extensiv begrüntes Flachdach

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Leogang, 24.06.2012

Abb. 60: **Rieder Bionics** online unter:

<http://www.rieder.at/typo3temp/pics/f3feab994c.jpg>

Abb. 61: **Heraklith unter Textildecke** online unter:

<http://www.heradesign.com/heradesign-deutsch/img/farben/ral-5015.jpg>

Abb. 62: **Lärche Verwittert** online unter:

<http://www.proholz.at/typo3temp/pics/f26b38d789.jpg>

Abb. 63: **Rheinzink Patina Line** online unter:

http://www.rheinzink.at/fileadmin/_processed_/csm_24102012_rheinzink-prepatina-composing_min_7c764f5b4e.jpg

Abb. 64: **Holzrahmen-Lehm-Verbund** online unter:

http://baubiologie.pege.org/wand-lehm/anwendung_print.jpg

Abb. 65: **ECOR, gepresste Cellulosefasern**

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 66: **Lumineszierender Solarkonzentrator** online unter:

<http://sustainablereview.net/photovoltaic-building-glass-developer-wins-2m-funding/>

Abb. 67: **PV Kombimodule** online unter:

http://www.res-energie.eu/assets/images/res-PV_244_.jpg

Abb. 68: **Lehmbauplatte mit Putzträger**

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 69: **Extrudiertes Holz**

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 70: **Holzschaum** online unter:

<https://www.fraunhofer.de/de/presse/presseinformationen/2014/Maerz/effektive-waermedaemmung.html>

Abb. 71: **Zellulose Dämmplatte oder Granulat**

Eigene Aufnahme / Hörl Clemens, Wien, 2016

Abb. 72: **Kalkstein Anthrazit** online unter:

<https://www.jonastone.de/w/anwendung/naturstein-anthrazit.html>

Abb. 73: **„rahmenlose“ Schiebefenster** online unter:

<http://www.af-z.ch/sky-frame>

Abb. 74 - 92: **Pläne und Skizzen**

Eigene Darstellungen / Hörl Clemens, 2016