

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH

Masterarbeit



Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf die
Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und
Vulkanland Steiermark

**Eingereicht am Fachhochschul-Studiengang
Gesundheits-, Tourismus- und Sportmanagement**

Betreuungspersonen

Wissenschaftlicher Betreuer: FH-Prof. Dr. Kai Illing

Fachlicher Betreuer: Mag. (FH) Dr. Daniel Binder

Eingereicht von: Michelle Stradner, BA

15. August 2023

Eidesstaatliche Erklärung

„Ich erkläre ehrenwörtlich,

- dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig angefertigt und die mit ihr verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe;
- dass ich mich bei der Erstellung der Arbeit an die Richtlinie der FH JOANNEUM zur Sicherung Guter Wissenschaftlicher Praxis und zur Vermeidung von Fehlverhalten gehalten habe;
- dass ich alle aus gedruckten, ungedruckten oder dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gemäß den Regeln für gutes wissenschaftliches Arbeiten zitiert und durch genaue Quellenangaben gekennzeichnet habe;
- dass ich in der Methodendarstellung oder einem Verzeichnis alle verwendeten Hilfsmittel (Assistenzsysteme der Künstlichen Intelligenz wie Chatbots [z.B. ChatGPT], Übersetzungsapplikationen [z.B. DeepL], Paraphrasierapplikationen [z.B. Quillbot]), Bildgeneratorapplikationen [z.B. Dall-E] oder Programmierapplikationen [z.B. Github Copilot] deklariert und ihre Verwendung bei den entsprechenden Textstellen angegeben habe;
- dass die vorliegende Originalarbeit in dieser Form zur Erreichung eines akademischen Grades noch keiner anderen Hochschule vorgelegt worden ist.

Ich wurde darüber aufgeklärt, dass meine Arbeit auf Plagiate und auf Drittautorenschaft menschlichen (Ghostwriting) oder technischen Ursprungs (Applikationen der künstlichen Intelligenz) überprüft werden kann. Ich bin mir darüber im Klaren, dass eine wahrheitswidrige Erklärung rechtliche Folgen wie eine negative Beurteilung meiner Arbeit, die nachträgliche Aberkennung des dadurch erlangten Titels und Strafverfolgung nach sich ziehen kann.“

Feldbach, 15. August 2023

Danksagung

Mit den nachfolgenden Zeilen möchte ich mich bei mehreren Personen bedanken, die mich bei meiner Masterarbeit unterstützt haben. Zu Beginn bei meinem Betreuer, Herrn Illing für die wissenschaftliche und inhaltliche Unterstützung und den wertvollen Austausch während des gesamten Forschungsprozesses. Weiters möchte ich mich bei Herrn Binder für die inhaltliche Betreuung und Unterstützung bedanken.

Ich bedanke mich auch bei allen meinen Interviewpartner:innen, die sich die Zeit genommen haben, um meine Fragen zu beantworten. Ohne eure Unterstützung wäre diese Arbeit nicht zustande gekommen.

Ein besonderes Dankeschön gilt meiner Mama, die meiner Arbeit den richtigen stilistischen und grammatikalischen Schliff gegeben hat. Danke für deine Korrektur und deine Geduld während dieser Zeit.

Abschließend bedanke ich mich bei meiner Familie und meinen Freund:innen für ihre Unterstützung und Geduld während des gesamten Studiums. Nicht zuletzt bedanke ich mich bei meinen Studienkolleg:innen für die schöne Zeit während des Masterstudiums und die entstandenen Freundschaften.

Kurzfassung

Wirtschaftlich gesehen ist der Tourismus in Österreich von großer Bedeutung. Verschiedene Faktoren wie Arbeitskräftemangel, Klimawandel oder internationale Konkurrenz stellen den österreichischen und somit auch den steirischen Tourismus vor komplexe Herausforderungen. Diese Probleme und das immer breiter werdende Aufgabenspektrum im Destinationsmanagement erfordert Maßnahmen, um sich an neue Rahmenbedingungen anzupassen. Um die Herausforderungen zu bewältigen und wettbewerbsfähiger aufzutreten, wurde die Tourismusstrukturreform 2021 veranlasst. Diese Reform wurde seitens des Thermen- und Vulkanland Steiermark bisher noch nicht reflektiert und auch die Auswirkungen dieser wurden noch nicht erhoben. Die daraus resultierende Forschungsfrage lautet: Welche Auswirkungen hat die Tourismusstrukturreform 2021 auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark?

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde als Grundlage eine umfassende Literaturrecherche durchgeführt. Anschließend wurden qualitative Experteninterviews mit Vertreter:innen von verschiedenen Tourismusbetrieben und Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark geführt.

Die Interviews haben gezeigt, dass die verschiedenen Stakeholder unterschiedliche Ansichten haben. Die befragten Personen berichteten sowohl von positiven als auch von einigen negativen Aspekten der Tourismusstrukturreform. Eine der erkannten Chancen mit dem größten Potential ist die Vermarktung im Ausland. Dennoch gibt es Herausforderungen wie beispielsweise fehlende Kommunikation. Zusammengefasst ist die neue Region noch in der Entwicklungsphase und muss noch einige Maßnahmen setzen, um alle Stakeholder zu integrieren.

Keywords: Tourismusstrukturreform, Herausforderungen im Tourismus, Destinationsmanagement, Destination Governance, Destination Leadership

Abstract

Economically, tourism is of great importance in Austria. Various factors such as labour shortages, climate change or international competition create complex challenges for the Austrian and also Styrian tourism. These challenges and the increasingly broad range of tasks in destination management require measures to adapt to new conditions. In order to cope with the challenges and to be more competitive, the tourism structure reform 2021 was initiated in Styria. This reform has not yet been reflected by the region Thermen- und Vulkanland Styria and its effects have not yet been surveyed. The resulting research question is: What are the effects of the tourism structure reform 2021 on the tourism businesses and communities of the Thermen- und Vulkanland Styria?

To answer the research question, a comprehensive literature research was conducted as a basis. Subsequently, qualitative expert interviews were conducted with representatives of various tourism businesses and communities in the Thermen- und Vulkanland in Styria.

The interviews have shown that the different stakeholders have different views. The respondents reported both positive and also negative aspects of the tourism structure reform. One of the strongest opportunities identified is marketing abroad. Nevertheless, there are challenges such as lack of communication. In summary, the new region is still in the development phase and needs to set some actions to integrate all stakeholders.

Keywords: tourism structure reform, tourism challenges, destination management, destination governance, destination leadership

Inhaltverzeichnis

1	Einleitung.....	11
1.1	Hintergrund	11
1.2	Stand der Forschung und Forschungsbedarf	12
1.3	Forschungsfragen	13
1.4	Ziele und Nicht-Ziele der Arbeit.....	14
1.5	Aufbau der Arbeit	15
2	Methodik	15
2.1	Literaturrecherche	16
2.1.1	Suchbegriffe	17
2.1.2	Qualitätskriterien der Literatur	18
2.2	Empirische Forschung	19
2.2.1	Auswahl der Interviewpartner:innen	19
2.2.2	Durchführung der Interviews	21
2.2.3	Transkription.....	21
2.2.4	Datenauswertung	22
2.2.5	Ethik	23
2.2.6	Datenschutz und Zustimmungserklärung	24
3	Ergebnisse der Literaturrecherche	24
3.1	Tourismuspolitik	25
3.1.1	Tourismuspolitik in Österreich	25
3.1.2	Beispiel für ähnliche Tourismusreform	26
3.1.3	Tourismusstrukturreform Steiermark	27
3.2	Region Thermen- und Vulkanland Steiermark	28
3.3	Destinationen	29
3.3.1	Herausforderungen für Destinationen.....	30
3.4	Destinationsmanagement	30
3.4.1	Destination Governance	31
3.4.2	Destination Leadership.....	32

3.4.3	Destinationsmanagement, Destination Governance und Destination Leadership im Vergleich.....	33
4	Ergebnisse der empirischen Erhebung	35
4.1	Allgemeine Veränderungen durch die Tourismusstrukturreform	36
4.2	Allgemeine Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Tourismusgemeinden und -betriebe	38
4.3	Positive Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	39
4.4	Negative Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	40
4.5	Herausforderungen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform.....	41
4.6	Chancen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform.....	44
4.7	Finanzielle Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	46
4.8	Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Marketingaktivitäten.	48
4.9	Veränderungen der Zusammenarbeit seit der Tourismusstrukturreform.....	50
4.9.1	Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden oder Betrieben in der Region	50
4.9.2	Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband TVL.....	52
4.10	Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband	54
5	Diskussion.....	55
5.1	Kritische Reflexion der Arbeit.....	55
5.2	Ausblick und offene Forschungsfragen	56
6	Conclusio.....	57
7	Literaturverzeichnis.....	59
8	Anhang.....	65
8.1	Interviewleitfaden	65
8.2	Transkriptionen der Interviews	68

Abkürzungsverzeichnis

APA	American Psychological Association
DMO	Destinationsmanagementorganisation
Mio.	Millionen
TVL	Thermen- und Vulkanland Steiermark
usw.	und so weiter
z.B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: 5 Phasen der systematischen Literaturrecherche nach vom Brocke.....</i>	<i>16</i>
<i>Abbildung 2: Inhaltsanalyse nach Mayring.....</i>	<i>22</i>
<i>Abbildung 3: Organisation des Tourismus in Österreich</i>	<i>26</i>
<i>Abbildung 4: Karte der 11 neuen Erlebnisregionen.....</i>	<i>28</i>

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Suchbegriffe</i>	<i>17</i>
<i>Tabelle 2: Wortkombinationen mit booleschen Operatoren</i>	<i>18</i>
<i>Tabelle 3: Interviewpartner:innen</i>	<i>21</i>
<i>Tabelle 4: Entwicklungen von theoretischen Zugängen in der Destinationsforschung.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabelle 5: Zuordnung der Kategorien/Unterkapitel zu den einzelnen Unterfragen</i>	<i>36</i>
<i>Tabelle 6: positive Auswirkungen der Tourismusstrukturreform im TVL</i>	<i>40</i>
<i>Tabelle 7: negative Auswirkungen der Tourismusstrukturreform im TVL</i>	<i>41</i>
<i>Tabelle 8: Handlungsempfehlungen für das TVL</i>	<i>54</i>

1 Einleitung

In diesem Kapitel werden die Hintergründe und die Relevanz des Masterarbeitsthemas erläutert. Anschließend werden der Stand der Forschung und der bestehende Forschungsbedarf beschrieben. Des Weiteren wird die zentrale Fragestellung inklusive der dazugehörigen Unterfragen dargestellt. Am Ende dieses Kapitels werden sowohl die Ziele als auch die Nicht-Ziele erläutert.

1.1 Hintergrund

Der Tourismus spielt in Österreich eine wirtschaftlich bedeutende Rolle. In Hinsicht auf die Schaffung von Arbeitsplätzen ist der österreichische Tourismus von großer Bedeutung. Der Tourismus steht durch verschiedene Faktoren wie Arbeitskräftemangel, Klimawandel oder die zunehmende internationale Konkurrenz vor komplexen und großen Herausforderungen (Pröbstl-Haider et al., 2021). Destinationen stehen nicht nur auf internationaler Ebene in einem Wettbewerb miteinander, sondern auch national (Rein & Strasdas, 2017). Zusätzlich zu diesen wachsenden Herausforderungen müssen sich Tourismusdestinationen mit einem erweiterten Aufgabengebiet auseinandersetzen (Raich, 2019). In der touristischen Destinationsentwicklung ist es deshalb von großer Bedeutung, dass diese steuernd und bewusst erfolgt, um marktrelevant und wettbewerbsfähig zu bleiben (Zehrer & Raich, 2015).

Destinationen befinden sich in einem ständigen Entwicklungsprozess und müssen sich immer wieder an Veränderungen sowie an neue und komplexere Rahmenbedingungen anpassen. Diese Anpassungen sind für eine nachhaltige Destinationsentwicklung entscheidend (Kreilkamp, 2015). Neue Ansätze in den Bereichen Destination Leadership und Destination Governance können als unterstützende Maßnahme bei der Bewältigung der Herausforderungen und bei der Anpassung an die veränderten Rahmenbedingungen im Tourismus dienen. Diese Steuerungsansätze zeigen, dass der Zusammenschluss von Destinationen und die damit verbundene

Stärkenbündelung durchaus sinnvoll sein kann. Die diversen Herausforderungen sowie der daraus resultierende Wandel im Tourismus setzen voraus, dass darauf reagiert wird (Pechlaner, 2019). Aus diesen Gründen hat sich der steirische Landtag dazu entschlossen, die Struktur der steirischen Tourismusverbände zu ändern. Damit soll gewährleistet werden, dass die Tourismusverbände auf internationaler Ebene nachhaltig wettbewerbsfähig bleiben. Die mit dem Strukturwandel einhergehende Bündelung von Angeboten, Marketingaktivitäten und Finanzmitteln soll gewährleisten, dass die Herausforderungen im modernen Tourismus zu bewältigen sind. Aus diesem Grund wurde im Zuge der Tourismus-Strukturreform 2021 die Reduktion der 96 steirischen Tourismusverbände auf 11 Verbände umgesetzt (Land Steiermark, o. D.).

1.2 Stand der Forschung und Forschungsbedarf

Anhand der Beschreibung der Hintergründe lässt sich erkennen, dass es sich um ein sehr aktuelles Thema handelt. Das Hauptziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, in welcher Form und wie stark sich diese Reform auf die Tourismusbetriebe im Thermen- und Vulkanland Steiermark auswirkt. Bisher wurden in Bezug auf die steirische Tourismusstrukturreform 2021 noch keine Forschungen durchgeführt. Am Beispiel des Thermen- und Vulkanland Steiermark wurde bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht analysiert, welche Auswirkungen diese auf die Betriebe, aber auch auf die Gemeinden der Region hat. Die Ansichten der verschiedenen Vertreter:innen der Betriebe und Gemeinden unterscheiden sich je nach Größe des Betriebes bzw. der Gemeinde und sind auch je nach Region differenziert. In dieser Masterarbeit werden die verschiedenen Blickwinkel und Meinungen der unterschiedlichen Stakeholder mit einbezogen. Zum einen die Gruppe, die die neue Strukturreform und die damit verbundene größere Bündelung als sinnvoll erachtet. Zum anderen die Gruppe, die unmittelbar von der regionalen Infrastruktur vor der Reform profitiert hat und dem Zusammenschluss kritisch gegenübersteht. Hierbei werden die Sichtweisen großer Betriebe sowie kleiner Betriebe und auch die Sicht der Gemeinden inkludiert.

Mit der Erhebung der Auswirkungen der Tourismusstrukturreform 2021 auf das Thermen- und Vulkanland Steiermark stellt diese Arbeit eine entsprechende Grundlage für zukünftige Entwicklungsprozesse der Destination Thermen- und Vulkanland Steiermark dar. Diese Arbeit gibt einen Überblick über die aktuelle Situation und auch Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband basierend auf den Interviewergebnissen. Dieser Überblick ist von großer Relevanz, denn durch die Ergebnisse hat der Tourismusverband die Möglichkeit, früh genug zu steuern und die Handlungsempfehlungen umzusetzen. Bei solchen Reformen ist es nämlich von Bedeutung, dass alle Akteur:innen an einem Strang ziehen.

1.3 Forschungsfragen

Anhand der oben angeführten Hintergründe und des Forschungsbedarfs ergibt sich die folgende Forschungsfrage:

Welche Auswirkungen hat die Tourismusstrukturreform 2021 auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark?

Aus dieser zentralen Forschungsfrage ergeben sich die folgenden Unterfragen:

Welche konkreten positiven und negativen Auswirkungen hat die Tourismusstrukturreform 2021 auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark?

Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich für die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark aufgrund der Tourismusstrukturreform 2021?

Welche Veränderungen hinsichtlich der Zusammenarbeit zwischen Betrieben und Gemeinden und dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark haben sich aufgrund der Tourismusstrukturreform 2021 ergeben?

1.4 Ziele und Nicht-Ziele der Arbeit

Im Zusammenhang mit der Fragestellung werden die folgenden Ziele für die Arbeit formuliert:

- Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, welche positiven und negativen Auswirkungen die Tourismusstrukturreform auf die Betriebe und Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark hat.
- Ziel ist es herauszufinden, welche konkreten Chancen und Herausforderungen sich für die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark aufgrund der Tourismusstrukturreform 2021 ergeben.
- Ziel dieser Arbeit ist es, die Veränderungen in der Zusammenarbeit zwischen Betrieben, Gemeinden und dem Tourismusverband, die durch die Tourismusstrukturreform 2021 entstanden sind, aufzuzeigen.
- Ziel ist es, eine umfangreiche Literaturrecherche zu den verknüpften Themen Destinationsmanagement, Destination Leadership und Destination Governance durchzuführen, um eine theoretische Grundlage für die Arbeit zu schaffen.
- Ziel dieser Arbeit ist es, durch die Befragung verschiedener relevanter Stakeholder herauszufinden, welche konkreten Auswirkungen die Strukturreform auf die Betriebe sowie Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark hat.

Für eine klare Abgrenzung, welche Aspekte die Arbeit umfasst und welche nicht, wurden folgende Nicht-Ziele formuliert:

- Es ist nicht Ziel dieser Arbeit zu überprüfen oder zu messen, wie erfolgreich die Tourismusstrukturreform wirklich ist.
- Ein weiteres Nicht-Ziel ist die Bewertung der Auswirkungen der Tourismusstrukturreform. Es geht lediglich darum, welche resultierenden Effekte sich entwickelt haben.

1.5 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Masterarbeit gliedert sich in insgesamt acht Kapitel. In der Einleitung werden Hintergrund, Stand der Forschung, Forschungsbedarf, die Forschungsfrage sowie die Zielsetzung der Arbeit erläutert. Das zweite Kapitel befasst sich mit der Methodik der Arbeit. Hier werden einerseits die Literaturrecherche und andererseits die empirische Forschung detailliert beschrieben. Das nächste Kapitel befasst sich mit den Ergebnissen der Literaturrecherche. Diese Ergebnisse werden unterteilt in Tourismuspolitik, Region Thermen- und Vulkanland, Destinationen und Destinationsmanagement.

Im Kapitel vier werden die Ergebnisse der empirischen Erhebung dargestellt. Hier werden die Auswirkungen, die in den Interviews herausgefiltert wurden, strukturiert dargestellt. Das fünfte Kapitel ist die Diskussion der gesamten Masterarbeit mit einer kritischen Reflexion der Arbeitsweise und einem Ausblick sowie den offenen Forschungsfragen. Anschließend wird das Thema in der Conclusio zusammengefasst. Die letzten beiden Kapitel sind das Literaturverzeichnis sowie der Anhang, in dem der Interviewleitfaden sowie alle Transkriptionen der Interviews angeführt sind.

2 Methodik

Im folgenden Kapitel wird die methodische Vorgehensweise detailliert erläutert und die gewählte Methode begründet. Der Forschungsansatz dieser Arbeit basiert auf einer ausführlichen Literaturrecherche sowie auf einer darauf aufbauenden empirischen Forschung.

2.1 Literaturrecherche

Die folgende Grafik zeigt die 5 Phasen der systematischen Literaturrecherche nach vom Brocke:

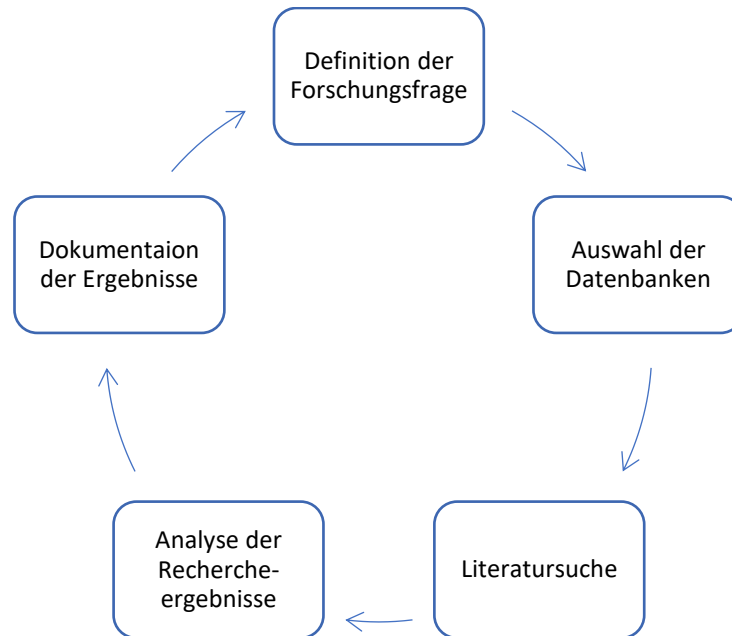


Abbildung 1: 5 Phasen der systematischen Literaturrecherche nach vom Brocke et al. (Basierend auf Brocke et al., 2009)

Im ersten Schritt des Prozesses erfolgte die Definition der Forschungsfrage. Anschließend wurde eine systematische Literaturrecherche durchgeführt. Die Suche wurde auf Google Scholar und spezifischen Webseiten und Institutionen passend zum Themenbereich durchgeführt. Zudem wurden österreichische Regierungsseiten verwendet, um speziell zur österreichischen Tourismuspolitik und -situation Informationen gewinnen zu können. Beispiele hierfür sind das Land Steiermark, das Bundesministerium für Tourismus sowie die Wirtschaftskammer Österreich. Es wurde eine Recherche in diversen wissenschaftlichen Datenbanken, wie Springer Link, Science Direct, Research Gate und Emerald Insight durchgeführt. Die Auswahl der Datenbanken wurde aufgrund der thematischen Ausrichtung und großen Verfügbarkeit von wissenschaftlicher und tourismusbezogener Literatur getätigt. Zudem wurde für die Literatursuche die Bibliothek FH Joanneum, sowie die Stadtbibliothek Graz und der Gesamtkatalog des Österreichischen Bibliothekenverbundes

herangezogen, um Monographien und Sammelwerke zum Themenbereich zu finden. Zudem wurde die Suchmaschine Google verwendet, um Fachliteratur zu finden. Die Auswahl der Bibliotheken erfolgte anhand der Erreichbarkeit und Verfügbarkeit für die Autorin dieser Masterarbeit. Zitiert wurde in der Arbeit nach den APA-Richtlinien der aktuellen Auflage, der Auflage 7. Die Ergebnisse der Literaturrecherche dienten sowohl als Basis für den literarischen Teil der Arbeit als auch als Hintergrundwissen für die qualitativen Interviews.

2.1.1 Suchbegriffe

Um eine systematische Suche in den Datenbanken zu gewährleisten, wurden vorab Suchbegriffe definiert, um geeignete Quellen finden zu können (Döring & Bortz, 2016). Die folgende Tabelle zeigt die deutschen und englischen Suchbegriffe, die in der Arbeit verwendet wurden:

deutsche Suchbegriffe	englische Suchbegriffe
Tourismus	tourism
Tourismusbranche	tourism industry
Tourismusstrukturreform	tourism reform
Tourismusentwicklung	tourism development
Tourismuspolitik	tourism policy
Tourismusstrukturreform	tourism structure reform
Destinationsmanagement	destination management
Destinationsentwicklung	destination development
Destination Leadership	destination leadership
Destination Governance	destination governance
Herausforderungen	challenges
Auswirkungen	impacts
Österreich	Austria
Thermen- und Vulkanland Steiermark	

Tabelle 1: Suchbegriffe (eigene Darstellung, 2023)

Die nachfolgend aufgelisteten Suchbegriffe wurden einzeln sowie unter Verwendung der drei booleschen Operatoren („UND“, „ODER“ sowie „NICHT“) zur Literatursuche eingesetzt. Die booleschen Operatoren ermöglichen die Kombination von zwei oder mehreren Begriffen und erreichen damit eine

gezieltere Suche (Voss, 2020). Die folgenden Wortkombinationen in Verbindung mit den Operatoren wurden bei der Literatursuche verwendet:

deutsche Wortkombinationen mit booleschen Operatoren	englische Wortkombinationen mit booleschen Operatoren
Tourismus UND Auswirkungen	tourism AND impacts
Tourismus UND Herausforderungen	tourism AND challenges
Tourismusstrukturreform UND Auswirkungen	tourism reform AND impacts
Tourismusstrukturreform UND Herausforderungen	tourism AND challenges
Tourismusstrukturreform UND Österreich	tourism reform AND Austria
Destinationsmanagement UND Herausforderungen	destination management AND challenges
Destinationsentwicklung UND Herausforderungen	destination development AND challenges
Destination Leadership UND Herausforderungen	destination leadership AND challenges
Destination Governance UND Herausforderungen	destination governance AND challenges

Tabelle 2: Wortkombinationen mit booleschen Operatoren (eigene Darstellung, 2023)

Zusätzlich zur systematischen Literaturrecherche wurde eine „Backward Search“ und „Forward Search“ durchgeführt. Bei der „Backward-Search“ wurde die im Artikel zitierte Literatur darauf überprüft, ob sich diese in Bezug auf den Forschungsgegenstand eignet. Bei der „Forward Search“ wurde nach Literatur gesucht, die bereits gefundene Artikel zitiert. Im letzten Schritt wurden alle Rechercheergebnisse mit Hilfe eines Excel Dokuments dokumentiert (vom Brocke, 2009).

2.1.2 Qualitätskriterien der Literatur

Es wurden deutsch- und englischsprachige Texte verwendet. Die Suche wurde bei allgemeinen Informationen geografisch nicht eingeschränkt. Im Bereich der touristischen Daten wurde die Suche geografisch auf Österreich beschränkt. Die Literatúrauswahl erfolgte nach verschiedenen Qualitätskriterien. Zum einen wurde die Literatur anhand von Titel und Abstract vorab selektiert. Zum anderen wurde mittels einer Recherche über die

Autoren, sowie einer Überprüfung der Aktualität, Relevanz und Vollständigkeit der Quellen die Qualität der verwendeten Literatur gewährleistet (Voss, 2020). Damit der aktuelle Stand der Forschung aufgezeigt werden kann, wurde bevorzugt auf Literatur mit einem Veröffentlichungsdatum nach 2010 zurückgegriffen, um den zeitgerechten Wissensstand für die Beantwortung der Forschungsfragen zu berücksichtigen. Eine Ausnahme bildeten Grundlagenliteratur, Methodenwissen sowie Begriffsdefinitionen und deren Erläuterungen (Kache et al., 2015). Die inhaltliche Relevanz wurde vor dem Hintergrund des Forschungsstandes beleuchtet und mit Fokus auf das Forschungsproblem und auf die Beantwortung der Forschungsfrage bewertet. (Döring & Bortz, 2016). Zudem wurde bevorzugt auf Primärquellen zurückgegriffen, um die originale Qualität der verwendeten Information verwerten zu können.

2.2 Empirische Forschung

Die Wahl bezüglich der empirischen Erhebung ist auf qualitative Interviews gefallen, da dadurch die individuellen Sichtweisen der Vertreter:innen der Tourismusbetriebe sowie die Ansichten der einzelnen Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark erhoben werden können. Zudem hat es im Thermen- und Vulkanland Steiermark hinsichtlich der Strukturreform noch keine Erhebungen gegeben und diese qualitative Erhebung ist somit ein guter Anfang.

2.2.1 Auswahl der Interviewpartner:innen

Durch eine anfängliche Recherche auf der Webseite des Thermen- und Vulkanland wurden potenzielle Betriebe und Gemeinden herausgesucht. Es wurden Hotels, Gasthöfe/Frühstückspensionen, Privatzimmer- und Apartmentvermieter:innen sowie Gemeinden in verschiedenen Größen und in unterschiedlichen Teilen der Region kontaktiert. Insgesamt wurden 8 Interviews durchgeführt. Pro Interview wurde eine ungefähre Zeitspanne von 20-30 Minuten eingeplant. Die Interviews wurden persönlich durchgeführt und über eine Audio-Aufnahme aufgezeichnet. Vorab wurde von allen Interviewpartner:innen eine Einwilligungserklärung unterzeichnet.

Zur Auswahl der Interviewpartner:innen wurden folgende Gesichtspunkte angewendet:

1. Die Interviewpartner:innen wurden bezüglich der Inhalte, die sie zur Beantwortung der Forschungsfrage liefern können, ausgewählt (Wotha & Dembowski, 2017).
2. Die Auswahl basierte auf einer ausgeprägten Vorinformation des Themas und der Region (Bogner et al., 2014).
3. Es wurden verschiedene Sichtweisen auf die Strukturreform 2021 und ihre Auswirkungen auf das Thermen- und Vulkanland Steiermark mit einbezogen.
4. Auf der einen Seite wurden Geschäftsführer:innen größerer Betriebe befragt. Hierfür wurden Hotels und auch Pensionen in der Region ausgewählt.
5. Auf der anderen Seite wurden Privatzimmer- und Apartmentvermieter:innen befragt.
6. Außerdem wurden auch Vertreter:innen von unterschiedlichen Gemeinden als Interviewpartner:innen ausgewählt.
7. Ein zusätzliches Kriterium war die Auswahl der Interviewpartner:innen aus unterschiedlichen Teilen der gesamten Erlebnisregion. Die befragten Personen arbeiten in Betrieben und Gemeinden, die sich im Gebiet von Bad Waltersdorf bis Bad Radkersburg befinden. Somit kann ein Gesamtbild der Situation aus Sicht verschiedener Tourismusakteur:innen im Thermen- und Vulkanland Steiermark erschaffen werden.

Die folgende Tabelle visualisiert die insgesamt 8 befragten Personen und ihre jeweiligen Tätigkeitsbereiche.

Befragte Person	Tätigkeitsbereich
Befragte Person 1	Privatzimmervermietung/ Apartmentvermietung im TVL
Befragte Person 2	Vertreter:in einer Gemeinde im TVL
Befragte Person 3	Privatzimmervermietung/

	Apartmentvermietung im TVL
Befragte Person 4	Vertreter:in eines Hotels im TVL
Befragte Person 5	Vertreter:in einer Gemeinde im TVL
Befragte Person 6	Vertreter:in eines Gasthofs/Frühstückspension im TVL
Befragte Person 7	Vertreter:in eines Hotels im TVL
Befragte Person 8	Vertreter:in einer Gemeinde im TVL

Tabelle 3: Interviewpartner:innen (eigene Darstellung, 2023)

2.2.2 Durchführung der Interviews

Die Interviews sind subjektbezogen, das heißt, dass die zu befragenden Personen mit ihren individuellen Erfahrungen, Verhaltensweisen und Meinungen den Mittelpunkt des Forschungsinteresses darstellen. Bei den leitfadengestützten Interviews handelt es sich um Interviews, die sich an einem vorab erstellten Leitfaden orientieren. Im Leitfaden werden alle relevanten Fragestellungen und Themen vorgegeben, jedoch muss nicht an der Reihenfolge festgehalten werden, die Reihenfolge kann frei gewählt werden. Trotzdem ist es wichtig, dass alle relevanten Inhalte und Themen des Leitfadens angesprochen werden (Misoch, 2014). Die Fragen im Leitfaden orientieren sich an der Forschungsfrage sowie an den dazugehörigen Unterfragen. Bevor das Interview angefangen hat, wurden die zu befragenden Personen über Inhalte, Ziele, Befragungsdauer, sowie Datenschutz und Anonymität informiert und aufgeklärt.

2.2.3 Transkription

Nach der Durchführung der Interviews folgt die Transkription. Die leitfadengestützten Interviews werden mit einem Smartphone aufgezeichnet und anschließend verschriftlicht. Als Transkriptionsmethode wird ein inhaltlich semantisches Transkript verwendet, um den Inhalt genau zu erfassen (Dresing & Pehl, 2018). Die Transkription der Audiodateien erfolgte mit Hilfe des Analyseunterstützungsprogramms MAXQDA. Die Transkripte der einzelnen Interviews sind im Anhang der Masterarbeit beigefügt (siehe Anhang 8.2). Die Transkription erfolgte wörtlich und nicht lautsprachlich oder zusammenfassend.

Die folgenden Regeln wurden für das Transkribieren verwendet:

- Vorhandene Dialekte werden nicht mittranskribiert, sondern so genau wie möglich in das Hochdeutsche übersetzt. Wenn die Übersetzung nicht eindeutig möglich ist, wird der Dialekt beibehalten.
- Wort- oder Satzabbrüche sowie Interpunktionen werden geglättet. Die doppelte Erwähnung eines Wortes wird nur dann erfasst, wenn sie als Stilmittel genutzt wird.
- Unverständliche Wörter wurden durch (unv.) kenntlich gemacht.
- Pausen werden durch drei Auslassungspunkte in Klammern (...) markiert.
- Jeder Sprecherbeitrag erhält eigene Absätze. Zwischen den Sprechern gibt es eine freie, leere Zeile.
- Die interviewende Person wird durch ein „I:“, die befragte Person durch ein „B:“ gekennzeichnet (Dresing & Pehl, 2018).

2.2.4 Datenauswertung

Zur Auswertung der Ergebnisse wird eine Inhaltsanalyse nach Mayring durchgeführt. Die Inhaltsanalyse nach Mayring lässt sich in drei Grundformen der Interpretation gliedern, die sich in ihrer Zielsetzung unterscheiden:

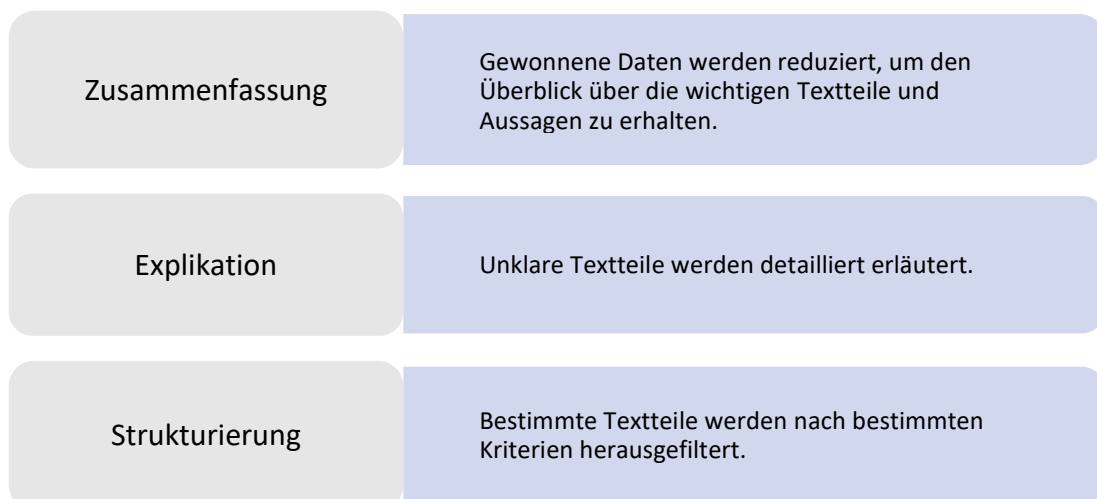


Abbildung 2: Inhaltsanalyse nach Mayring (basierend auf Mayring, 2015)

Zur Auswertung der vorliegenden empirischen Daten wurde die strukturierende Inhaltsanalyse ausgewählt. Das Ziel der strukturierenden Inhaltsanalyse ist es, die Aspekte, die zur Beantwortung der Forschungsfrage

dienen, herauszufiltern (Mayring, 2015). Die Methode der strukturierenden Inhaltsanalyse wurde für diese Forschung ausgewählt, da durch die Literaturrecherche und den Interview-Leitfaden bestimmte Themen bereits vorgegeben sind und es sich daher um eine deduktive Kategorienbildung handelt. Die fertigen Transkriptionen wurden durchgearbeitet und es wurde festgehalten, welche Textstellen Bezug auf die Forschungsfrage haben. Der nächste Schritt war es, die markierten Textstellen und die Kommentare zu strukturieren. Die Strukturierung erfolgt mittels eines Codierungssystems (Dresing & Pehl, 2018). Hierbei wurde zu jeder Frage des Interviewleitfadens eine Kategorie gebildet. Anschließend wurden alle relevanten Interviewaussagen zur jeweilig passenden Kategorie hinzugefügt. Zum Abschluss wurden die Ergebnisse strukturiert und in Textform oder visuell dargestellt. Durch die Verwendungen von wörtlichen Zitaten aus den Interviews werden die Ergebnisse noch stärker verdeutlicht. Somit konnte ein Überblick über die Auswirkungen der Tourismusstrukturreform 2021 auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark gegeben werden. Für die Analyse und Aufbereitung der Ergebnisse wurde die Software MAXQDA verwendet. Diese dient als Unterstützung bei der Organisation, Analyse und Visualisierung der Interview-Ergebnisse (MAXQDA, o. D.).

2.2.5 Ethik

Der gesamte Forschungsprozess unterliegt den ethischen Grundprinzipien. Um Forschungsintegrität gewährleisten zu können, sind die folgenden Prinzipien von großer Bedeutung: Unabhängigkeit, Ehrlichkeit, Gewissenhaftigkeit, Transparenz und Fairness. Die Bewertung der Forschungsdaten und die Beurteilung von Aussagen und Ergebnissen wurden in keiner Weise durch die Autorin durch etwaige wirtschaftliche und politische Weltanschauungen oder andere persönliche Interessen beeinflusst. Hierbei ist es von großer Relevanz, dem ganzen Forschungsprozess objektiv und unparteiisch gegenüberzustehen (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, 2020).

2.2.6 Datenschutz und Zustimmungserklärung

Alle Interviewteilnehmer:innen wurden vor dem Interview über den Datenschutz sowie die Anonymität der Datenerhebung aufgeklärt. Vor Beginn des Interviews bekamen die Interviewpartner:innen die Einverständniserklärung vorgelegt, mit der Bitte, diese zu unterzeichnen. Diese Einverständniserklärung versichert den Teilnehmer:innen ihre Anonymität und verschafft Aufklärung über den Zweck der erhobenen Daten, sowie die anonymisierte Verarbeitung dieser Daten. Sollte es dazu kommen, dass die Einverständniserklärung vor Ort nicht unterschrieben wird, wird das Interview nicht durchgeführt, weil die Interviewpartner:innen somit der Datenerhebung und -verarbeitung nicht zustimmen. Die erhobenen Daten werden nicht an Dritte weitergegeben oder veröffentlicht. Sie werden auf einem externen Speichermedium (USB-Stick) gespeichert. Das Speichermedium sowie die erhobenen Daten werden ausschließlich von der Autorin zum Zweck der Masterarbeit verwendet. Nach Abschluss der Endpräsentation werden Daten, die auf einzelne Teilnehmer:innen hinweisen könnten, gelöscht. Es wird nur noch die anonymisierte Darstellung der Endergebnisse in der Arbeit vorhanden sein. Die einzelnen Transkriptionen und Daten auf dem Speichermedium werden gelöscht. Mit diesen Schritten soll die Wahrung der Anonymität der Interviewpartner:innen gewährleistet werden.

3 Ergebnisse der Literaturrecherche

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Literaturrecherche aufgezeigt. Zu Beginn wird auf die Tourismuspolitik allgemein und die Tourismuspolitik in Österreich eingegangen. Anschließend wird ein Beispiel für eine ähnliche Tourismusreform angeführt und dann wird auf die Tourismusstrukturreform Steiermark eingegangen. Weiters werden wichtige Begriffe in Zusammenhang mit dem Thema erläutert, wie Destination, Destinationsmanagement, Destination Governance und Destination Leadership.

3.1 Tourismuspolitik

Unter dem Begriff Tourismuspolitik versteht man alle politischen Maßnahmen öffentlicher Institutionen, die die Gestaltung und Entwicklung des Tourismus beeinflussen (Gabler Wirtschaftslexikon, o. D.). Zielsetzung der Tourismuspolitik ist es, Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Tourismussituation zu schaffen (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz Deutschland, o. D.). In der Tourismuspolitik wird zwischen der direkten und indirekten Tourismuspolitik unterschieden. Bei der direkten Tourismuspolitik werden alle Maßnahmen hinzugezählt, die sich überwiegend oder zur Gänze auf den Tourismus beziehen. Die indirekte Tourismuspolitik hingegen beinhaltet Maßnahmen, die den Tourismus zwar nicht in erster Linie betreffen, aber dennoch in ökonomischer Hinsicht Einfluss darauf nehmen. Wobei es sich hier um einen eingeschränkten Blickwinkel handelt, denn nicht nur der ökonomische Einfluss ist in Bezug auf den Tourismus bedeutend. Viele andere Faktoren beeinflussen den Tourismus ebenso indirekt. Beispiel hierfür wäre die Bildungs- und Kulturpolitik, welche einen maßgeblichen Einfluss auf das touristische Verhalten haben kann. Oftmals haben Politiker:innen gar nicht das Bewusstsein dafür, dass bestimmte Entscheidungen sich unmittelbar auf den Tourismus auswirken und sie somit indirekte Tourismuspolitik betreiben (Mundt, 2004).

3.1.1 Tourismuspolitik in Österreich

In Österreich ist der Tourismus wie folgt organisiert: Die tourismus- und freizeitwirtschaftlichen Bereiche werden zentral auf Landesebene geregelt, dennoch werden die wesentlichen Rahmenbedingungen vom Bund gestaltet. Hierzu zählen unter anderem Gewerberecht, Arbeitsrecht und Verkehrsrecht (Bundesministerium Arbeit und Wirtschaft, o. D.).

Die nachfolgende Grafik zeigt die Organisationsstruktur des Tourismus in Österreich:



Abbildung 3: Organisation des Tourismus in Österreich (Bundesministerium Arbeit und Wirtschaft, o. D.)

Zum Aufgabenbereich der Bundesländer zählen das Erlassen von Tourismusgesetzen sowie Veranstaltungsregelungen. Eine Teilkompetenz liegt für Regelungen zum Umweltschutz und zur Regelung struktureller Belange vor (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, o. D.).

3.1.2 Beispiel für ähnliche Tourismusreform

Im folgenden Kapitel wird eine ähnliche Tourismusreform in der Schweiz beschrieben, die bereits im Jahr 2006 begonnen hat und somit auch langfristige Auswirkungen aufzeigen kann.

3.1.2.1 Bündner Tourismusreform 2006–2013

Die Tourismusreform „Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus“ die von 2006 bis 2013 vom Kanton Graubünden initiiert wurde, hat die alten Strukturen überarbeitet und neue Formen der Kooperation und Aufgabenteilung veranlasst. Aus den zuvor 92 lokalen Tourismusorganisationen sind vier Destinationsmanagementorganisationen und einige regionale Tourismusorganisationen entstanden. Ziel dieser Reform war eine wettbewerbsfähigere Aufstellung des Tourismus im Kanton Graubünden (Kanton Graubünden, 2013). Eine Evaluation des Bündner

Tourismus, die im Jahr 2014 von der Universität Bern durchgeführt wurde, zeigt, dass der Ansatz der Reform, die Wettbewerbsfähigkeit der Destination zu erhöhen, als sehr sinnvoll und auch zielführend erachtet wird. Unter anderem wurde die Reform auch als Impulsgeber und Beschleuniger angesehen. Bezüglich der Aufgabenteilungen zwischen den Akteur:innen im Marketing gab es dennoch Verbesserungspotential, da hier die Ziele nur in geringem Ausmaß erreicht worden sind (Bandi et al., 2014).

Laut des „Kooperationsprogrammes Graubünden 2014-2021“, welches bis 2023 verlängert wurde, hat die Tourismusreform eine gute Basis geschaffen, auf der nun aufgebaut werden kann. In den Bereichen Destinationsführung, Angebotsgestaltung und Marketing wurde mehr Professionalität erreicht. Aufgrund der Reform haben weniger Destinationen mehr Mittel zur Verfügung und verfolgen somit klare Pläne und Strategien (Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, 2014).

3.1.3 Tourismusstrukturreform Steiermark

Die diversen Herausforderungen im Tourismus sowie der damit einhergehende Wandel und der zunehmende Wettbewerb haben zu der Entscheidung der Tourismusstrukturreform 2021 geführt. Hierbei gilt es in lokaler Ebene die geprägten Tourismusverbände neu zu strukturieren und somit die Wettbewerbsfähigkeit auf internationaler Ebene zu stärken und nachhaltig zu gewährleisten. Die mit der Tourismusstrukturreform verbundene Bündelung von Angeboten und Budget soll die Herausforderungen sowie die neuen Verhältnisse im Tourismus bewältigen. Somit sollen sich durch den Zusammenschluss von Marketingmaßnahmen, Konzentration von Managementtätigkeiten und gezielten Einsatz von Finanzmitteln Chancen ergeben. Die konzentrierte Budgetverwendung soll vor allem die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Die Tourismusstruktur vor dem Jahr 2021 ergab ein Jahresbudget von durchschnittlich EUR 280.000 € pro Verband. Dieses Budget war für einen effizienten nationalen und internationalen Auftritt am Markt kaum machbar. Die Reform sorgt nun für ein jährliches

Verbandsbudget von rund EUR 2,5 Mio. Die Anzahl der durchschnittlichen Nächtigungen je Verband steigt durch die Tourismusstrukturreform von rund 138.000 auf 1,2 Mio. Nächtigungen pro Verband (Land Steiermark, o. D.).

Primäres Ziel der steirischen Tourismusstrukturreform 2021 ist die Reduktion von 96 Tourismusverbänden auf 11 Verbände und die Zusammenführung mit den Tourismusregionalverbänden. Die folgende Grafik stellt die 11 neuen Tourismusverbände dar.

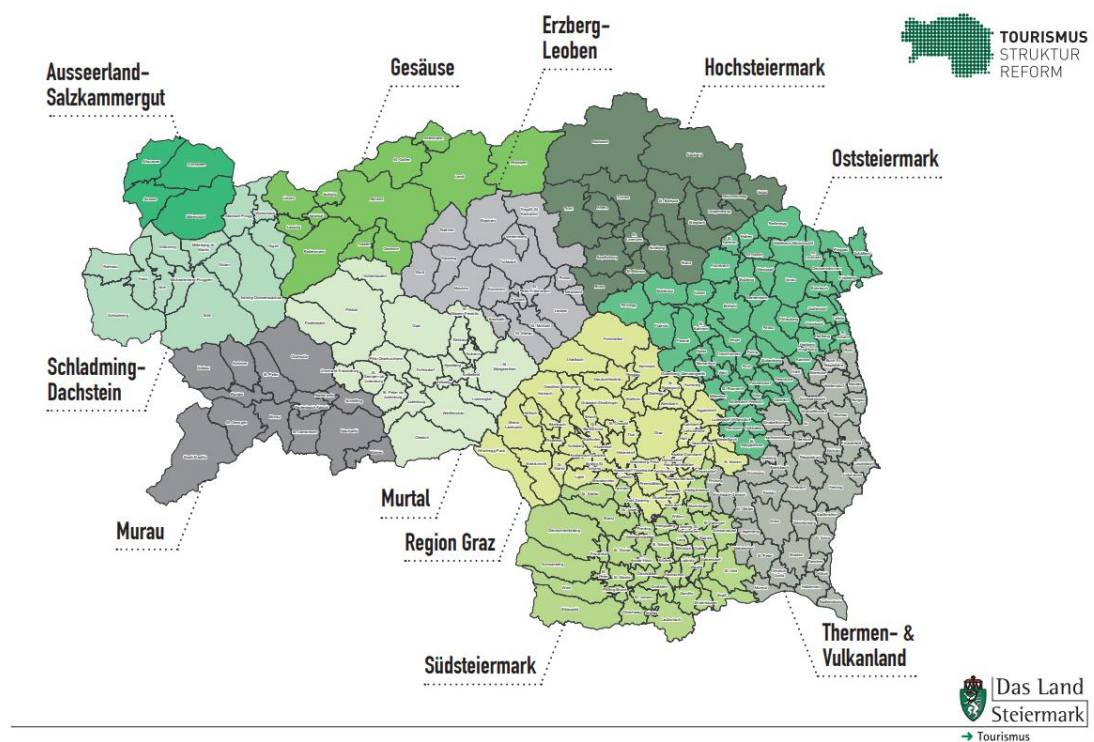


Abbildung 4: Karte der 11 neuen Erlebnisregionen (Land Steiermark, o. D.)

3.2 Region Thermen- und Vulkanland Steiermark

Die Tourismusregion Thermen- & Vulkanland Steiermark liegt mit einer Fläche von ca. 1.300 Quadratkilometer im südöstlichen Teil Österreichs. Es beinhaltet den Bezirk Südoststeiermark und den südlichen Bereich des Bezirkes Hartberg-Fürstenfeld. Das Thermen- und Vulkanland hat rund 120.000 Einwohner:innen. Das Thermen- und Vulkanland setzt sich aus insgesamt 39 Gemeinden zusammen. Zudem beinhaltet es insgesamt sechs Thermenbetriebe: Parktherme Bad Radkersburg, Thermenresort Loipersdorf,

Rogner Bad Blumau, Heiltherme Bad Waltersdorf, H2O Hotel-Therme-Resort Bad Waltersdorf und Therme der Ruhe Bad Gleichenberg. (Thermen- und Vulkanland Steiermark, o. D.).

3.3 Destinationen

Eine Destination ist das Zielgebiet einer Reise. Hierbei handelt es sich um einen Oberbegriff für Tourismusziele. Die Größe dieser Ziele sowie die Organisationsform sind unterschiedlich und können demnach zum einen touristische Unternehmen sein, zum anderen aber auch öffentliche Akteure wie zum Beispiel Gemeinden, Regionen oder Bundesländer (Steinecke & Herntrei, 2017). Die World Tourism Organisation (UNWTO) definiert eine Tourismus Destination als physischen Raum, in dem Besucher:innen übernachten können. Es handelt sich um ein Bündel von Produkten und Dienstleistungen sowie von Aktivitäten und Erfahrungen entlang der touristischen Wertschöpfungskette und bildet somit eine grundlegende Einheit im Tourismus. Eine Destination umfasst verschiedene Akteur:innen und kann sich zu größeren Destinationen vernetzen. Das Image und die Identität einer Destination sind immateriell und können die Wettbewerbsfähigkeit beeinflussen. (UNWTO, 2019).

Destinationen sind geografische Räume, in denen ein touristisches Bündel von Dienstleistungen und Attraktionen für Gäste angeboten wird. Für die Planung, Führung und Steuerung von Destinationen braucht es ein angemessenes Destinationsmanagement auf der Grundlage von wirtschaftlichen, politischen sowie gesellschaftlichen Zielen (Pechlaner, 2019). Zu den zentralen Aufgabenbereichen im Destinationsmanagement zählen unter anderem ein professionelles Management sowie ein auf die Destination abgestimmtes Marketing (Steinecke & Herntrei, 2017).

3.3.1 Herausforderungen für Destinationen

Destinationen stehen vor diversen Herausforderungen wie die wachsende Konkurrenzsituation, gesättigte Käufermärkte und austauschbare Tourismusangebote (Zehrer & Raich, 2015). Eine weitere Herausforderung ist das veränderte Kund:innenverhalten und der damit verbundene Wandel im Tourismus. Diese komplexen Herausforderungen fordern ein Handeln der Tourismusregionen und eine Adaption der Strukturen und Strategien, um wettbewerbsfähig zu bleiben und erfolgreich am Markt bestehen bleiben zu können. Hierbei ist es von großer Relevanz, Entscheidungsfindungs- und Kommunikationsprozesse effizient zu gestalten und ein funktionierendes und erfolgreiches Netzwerk mit regionalen Partner:innen zu generieren und eine Identität der Tourismusdestination mit Wiedererkennungswert zu schaffen. Zudem ist es ein Wettbewerbsvorteil, größere Einheiten mit einem gemeinsamen Marketingbudget zu vermarkten (Anderegg et al., 2008).

3.4 Destinationsmanagement

Destinationsmanagement umfasst das Management, die Planung, die Angebotserstellung und das Marketing von Destinationen. Hierbei sollen alle Stakeholder-Interessen vertreten werden und die gemeinsamen Ressourcen genutzt werden, um die Marke bzw. die Destination koordiniert und kooperativ entwickeln zu können. Die Zusammenführung und Vernetzung zählt zur Hauptaufgabe des Destinationsmanagements. Hierbei reicht das Aufgabenspektrum von der zeitlichen Planung von kulturellen Angeboten über die Transportorganisation bis hin zur Angebotserstellung und einem gemeinsamen Marketing (Tirol Tourism Research, o. D.).

Bei der Vermarktung von Angeboten und dem touristischen Management ist eine starke Plattform und somit eine zentrale Steuerung von großer Bedeutung. Hierbei herrscht eine entsprechende Notwendigkeit einer Destinationsmanagementorganisation (DMO) (Pechlaner, 2019). Eine DMO ist die führende Organisationseinheit für ein gemeinsames Ziel und eine einheitliche Version der Destination unter Berücksichtigung aller Stakeholder

(UNWTO, 2019). DMO's wurden gegründet, um das Marketing sowie das Management von Destinationen zentral zu koordinieren und somit mehr Effizienz zu erreichen. Damit verbunden ist der Zusammenschluss kleinerer Tourismusorganisationen zu größeren Einheiten (Kreilkamp, 2015). Die Zusammenarbeit und Kooperation zwischen Akteur:innen spielt eine zentrale Rolle bei der Entwicklung einer Tourismusdestination und ist bei der nachhaltigen Planung und Entwicklung bedeutend (Beritelli, 2011).

3.4.1 Destination Governance

Der steigende Wettbewerbsdruck im Tourismus sowie das Streben nach adaptierten Strukturen und neuen Aufgabenverteilungen haben dazu geführt, dass Destination Governance ein immer wichtiger werdender Ansatz im Destinationsmanagement wird. Destination Governance versucht die Interessen der Stakeholder und zentrale Grundsätze aufeinander abzustimmen und ein effizientes Management zu wahren. Zudem sollen hierbei ein ausgewogenes Verhältnis von Führung und Kontrolle sowie Transparenz angestrebt werden (Anderegg et al., 2008). Der Ansatz der Destination Governance ist ein System zur Schaffung und Umsetzung integrativer Managementprozesse unter Berücksichtigung der Interessen aller Stakeholder. Damit wird es zum Eckpfeiler für den Erfolg von Destinationen bei der Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung (de Bruyn & Alonso, 2012). Destination Governance setzt auf einen weniger hierarchischen Ansatz, somit sollen DMO's als vermittelndes Zentrum eines Destinationsnetzwerkes dienen (Pechlaner, 2019). Der Prozess der Destination Governance ist sehr komplex, da verschiedene Stakeholder zusammenarbeiten müssen, obwohl ihre einzelnen Ziele oft miteinander konkurrieren. Dies gilt insbesondere in Situationen, in denen die finanziellen Mittel knapp sind (D'Angella et al., 2010). Die Wettbewerbsfähigkeit und Aufgabenteilung touristischer Destinationen ist in erster Linie von der professionellen Organisation und Führung des Tourismus der DMO's abhängig. Bei dem Ansatz der Destination Governance sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

1. Gezielter Aufbau von Vorstand und Geschäftsleitung
2. Aufgabenteilung zwischen Vorstand und Geschäftsleitung

3. Definition von Kennzahlen und Messgrößen
4. Strategische Planung in regelmäßigen Zyklen
5. Interne und externe Kommunikationskonzepte
6. Netzwerkpflege - Lobbying
7. Integration der Anspruchsgruppen

(Anderegg et al., 2008).

3.4.2 Destination Leadership

Destination Leadership gilt als entscheidend für jedes moderne Destinationsmanagement, das eine Verbesserung der Qualität sowie einen erfolgreichen Umsetzungsprozess anstrebt (Pröbstl-Haider et al., 2021). Destination Leadership erlangt immer mehr an Bedeutung, da mit diesem Steuerungsansatz eine effizientere Handlungskoordination ermöglicht werden kann. Destination Leadership kann als ein weiterentwickelter Ansatz des Destinationsmanagementskonzepts angesehen werden (Hristov & Ramkissoon, 2016). Der Ansatz besteht darin, dass mehr Fokus auf die handelnden Akteur:innen und Persönlichkeiten und weniger auf Prozesse und Strukturen gelegt wird (Pechlaner, 2019). Destination Leadership beschäftigt sich mit der Motivation der Akteur:innen auf Basis der systematischen Führung und in Verbindung mit dem Destinationsmanagement (Pechlaner, 2019). Es umfasst alle Stakeholder und deren beeinflussenden Handlungen, welche auf individuellen Motivationsfaktoren und Visionen basieren (Beritelli & Bieger, 2014). Hierbei liegt der Fokus auf Veränderungen in der Langzeitperspektive. Für diese Veränderungen sind Leader notwendig, die Organisationen und Destinationen in eine Richtung lenken und dabei andere Stakeholder beeinflussen, überzeugen und auch motivieren (Zehrer & Raich, 2015).

Eine proaktive und nachhaltige Entwicklung von Destinationen ist von großer Bedeutung. Hierbei müssen lokale und bereits bestehende Netzwerke respektiert und auch berücksichtigt werden (Kozak, 2014). Durch Kooperationsbeziehungen, Koordination und Bündelung können Destinationen Herausforderungen bewältigen und somit stärker und

wettbewerbsfähiger auftreten als einzelne Akteur:innen. Für Destinationen bestehen durch gemeinsame Strategien und Entwicklungsprozesse bessere Wettbewerbschancen (Schulz et al., 2020). Bei der Entwicklung von Destinationen kann ein kollaborativer Ansatz von Vorteil sein, da eine Zusammenarbeit und der Zusammenschluss in größere Einheiten Machtungleichheiten zwischen verschiedenen Tourismus Stakeholdern reduzieren kann (Blichfeldt, et al., 2014).

3.4.3 Destinationsmanagement, Destination Governance und Destination Leadership im Vergleich

Das erweiterte Aufgabenspektrum sowie die wachsenden Herausforderungen, mit denen sich DMO's auseinandersetzen müssen, erfordern zusätzliche Maßnahmen (Raich, 2019). Für Destinationen ist es von großer Relevanz, sich an veränderte und komplexere Rahmenbedingungen anzupassen. Es ist erforderlich, dass Strukturen und Prozesse neugestaltet werden, um eine nachhaltige Destinationsentwicklung gewährleisten zu können (Kreilkamp, 2015). Ansätze in den Bereichen Destination Governance und Destination Leadership sollen als ergänzende Maßnahmen dienen. Diese Steuerungsansätze sollen bei der Bewältigung von Herausforderungen sowie der Aufrechterhaltung einer langfristigen Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen als unterstützende Maßnahmen dienen (Pechlaner, 2019).

Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht über die differenzierten Perspektiven des Destinationsmanagements, Destination Governance und Destination Leadership. Diese einzelnen strategischen Ansätze sind für eine nachhaltige und erfolgreiche Destinationsentwicklung von großer Bedeutung. Diese Grafik zeigt, dass die drei Konzepte des Managements einer Destination unterschiedlich aufgebaut sind. Die einzelnen strategischen Ansätze verfügen über individuelle Aufgabenbereiche, Schwerpunkte und Zeitfenster (Pechlaner, 2019).

	Destinationsmanagement	Destination Governance	Destination Leadership
Forschungsfrage	Was? Was ist das Entwicklungsziel der Destination?	Wie? Wie werden die Gästeströme innerhalb und zwischen den Destinationen gemanaged?	Wer? Wer setzt die mentalen Rahmenbedingungen, um eine Entwicklung nach den Vorstellungen breiter Stakeholder-Gruppen zu ermöglichen?
Zeitraumen	kurz- bis mittelfristig	mittelfristig	langfristig
Fokus	Ziele, Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit: Ziele setzen und deren Erreichung ermöglichen	Prozesse und Struktur: Grenzen setzen und mit Gästeströmen über Grenzen hinweg umgehen	Die menschliche Natur: Menschliche Akteure inspirieren, ermutigen und motivieren, Werte setzen

Tabelle 4: Entwicklungen von theoretischen Zugängen in der Destinationsforschung (basierend auf Pechlaner, 2019)

Die Ansätze Destinationsmanagement und Destination Governance implizieren rationale und statische Aspekte der Problemlösung. Im Destination Leadership werden Chancen und Möglichkeiten auf Basis von emotionalen und dynamischen Elementen entwickelt (Pechlaner, 2019). Die drei unterschiedlichen Forschungsansätze schließen sich in Bezug auf die Planung, das Marketing, das Management und die Entwicklung von Destinationen nicht aus. Die drei Konzepte können sich gegenseitig ergänzen (Hristov & Zehrer, 2015).

4 Ergebnisse der empirischen Erhebung

Dieses Kapitel zeigt die wichtigsten Ergebnisse der empirischen Erhebung. Am Beginn wird die Region Thermen- und Vulkanland erläutert. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgt anhand der erarbeiteten Kategorien. Die Kategorien orientieren sich am Interviewleitfaden. Folgende Tabelle zeigt welche Interviewfragen welchen Unterkapiteln zugeordnet worden sind:

Kategorien/Unterkapiteln	Interviewfragen
Allgemeine Veränderungen durch die Tourismusstrukturreform	Welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen?
Allgemeine Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Tourismusgemeinden und -betriebe	In welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform auf Ihre/n Gemeinde/Betrieb aus?
Positive Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	In welchen Bereichen sehen Sie Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb?
Negative Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	In welchen Bereichen sehen Sie Nachteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb?
Herausforderungen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform	Welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb gebracht?
Chancen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform	Welche konkreten Chancen haben sich mit der Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb ergeben?
Finanzielle Auswirkungen der Tourismusstrukturreform	Wie hat sich für Ihre/n Gemeinde/Betrieb die finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform verändert?
Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Marketingaktivitäten	Wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten bzw. Marketingstrategie Ihrer Gemeinde/Ihres Betriebes ausgewirkt? Gab es Änderungen, die Sie vornehmen mussten?
Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden oder Betrieben in der Region	Wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region Thermen- und Vulkanland

	Steiermark seit der Tourismusstrukturreform verändert?
Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband TVL	Wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark seit der Tourismusstrukturreform verändert?
Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband	Welche konkreten Schritte würden Sie sich in Bezug auf die Tourismusstrukturreform vom Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark wünschen?
	Gibt es abschließend noch etwas, was Sie zu diesem Thema erwähnen möchten?

Tabelle 5: Zuordnung der Kategorien/Unterkapitel zu den einzelnen Unterfragen (eigene Darstellung, 2023)

Pro Unterkapitel werden die ausgewerteten Antworten in Textform erläutert, teilweise visuell dargestellt und zusätzlich werden einzelne ausgewählte Zitate aus den Interviews angeführt. Die Information in Klammer nach jedem Zitat gibt Auskunft über die befragte Person und die Absatznummer der Aussage im jeweiligen Transkript. Die vollständigen Transkriptionen der einzelnen Interviews befinden sich im Anhang 8.2.

4.1 Allgemeine Veränderungen durch die Tourismusstrukturreform

In diesem Unterkapitel werden die von Gemeinden sowie Betrieben allgemein wahrgenommenen Veränderungen der Tourismusstrukturreform aufgezeigt. Im Allgemeinen konnten von den meisten befragten Personen konkrete Veränderungen durch die Tourismusstrukturreform erkannt werden. Die folgenden Aussagen der unterschiedlichen befragten Personen geben einen Überblick über die wahrgenommenen Veränderungen:

„Es war sicher am Anfang für alle Teilnehmer ein Schock, weil es ist sehr plötzlich gekommen. Es war quasi nicht irgendwie ein Vorbereitungsprozess, das war wirklich Knall auf Fall und auf einmal war sie da. Es war dann bei allen wirklich das Entsetzen, wie wird es jetzt weitergehen und was wird jetzt passieren.“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 24)

„Reformen sind immer gut, wenn sie gut vorbereitet sind und vor allem auch langfristig umgesetzt werden. Und genau das sehe ich in unserem Verband im Speziellen gegeben und ich bin sehr dankbar darüber“ (B5, persönliches Interview, 2023, Absatz 24).

„Durch die Tourismusstrukturreform ist alles größer und umfangreicher geworden“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 2).

„Also es ist jetzt eben sehr vieles zu einem großen Verband zusammengefasst worden. Früher haben wir die kleinen Tourismusverbände gehabt beziehungsweise war auch jede Gemeinde selbst für seinen Tourismus verantwortlich. Jetzt läuft alles zentral über den großen Tourismusverband.“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

„Eine Zentralisierung. Die Kommunikation ist deutlich weniger geworden. Der Informationsfluss ist deutlich weniger geworden und die Wege dafür etwas länger. Das mag womöglich kurzfristig vielleicht mühsam klingen und anstrengend. Und vielleicht wird sich das aber mittel- bis langfristig bewähren. Aber ich glaube, dass hier unsere Wahrnehmung ist, dass die Zuständigkeiten und der Weg noch etwas unklar sind. Die Dinge sind ein bisschen mühsamer geworden“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 2).

„Ich kann erkennen, dass es einen guten einheitlichen Internetauftritt gibt. Also das ist jetzt auch auf die Steiermark bezogen. Es gibt einen Steiermark Auftritt und dann gibt es die Unterordnungen der einzelnen Erlebnisregionen. Also die haben jetzt zumindest einen einheitlichen Auftritt und auch relativ gut strukturiert. Also wenn der Gast jetzt zum Beispiel auf Steiermark.com sucht, dann hat er einmal eine gute Übersicht über die Regionen der Steiermark. Und kann sich somit auch zum Beispiel unsere Region, das Thermen- und

Vulkanland Steiermark aussuchen“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 2).

„Sicher eine der größten Umstellungen oder Veränderungen ist der Webauftritt, früher waren ganz viele verschiedene Homepages, Webseiten von jedem einzelnen Verband. Jetzt laufen wir alle gesamt über die TVL-Webseite. Es wird zwar jede Gemeinde auch auf Klick separat dargestellt, aber man hat eben diesen vereinheitlichten Auftritt, ein einheitliches Hauptbüro, quasi die Zentrale.“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

4.2 Allgemeine Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Tourismuskommunen und -betriebe

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den allgemeinen Auswirkungen auf die Kommunen und Betriebe des Thermen- und Vulkanlandes. Drei von den insgesamt acht befragten Personen haben angegeben, dass die Auswirkungen auf ihren Betrieb bzw. auf ihre Kommunen bis zu diesem Zeitpunkt nicht groß sind und dass sich noch nicht wirklich viel für sie verändert hat.

„Ja bei uns wirkt es sich nicht so schlimm aus, wir haben ja auch nach wie vor ein Infobüro bei uns im Ort. Und wir sind einfach als Tourismuskommune gewohnt mit den Dingen umzugehen“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

„Und ja, ich sage jetzt geändert hat sich insofern nicht viel, sondern was ich mir einfach erwarte, dass ich jetzt als kleiner Betrieb in einer vorher kaum Tourismuskommune, also gut mit vermarktet werde“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

„Wir haben das Glück, eben aufgrund unserer Größe, dass das Büro in der Therme, das früher dem Tourismusverband gehört hat, jetzt nach wie vor

aufrecht geblieben ist. Es ist die Mitarbeiterin geblieben und dadurch gibt es in der Zusammenarbeit sozusagen keine großen Veränderungen für uns“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 8).

Die restlichen Interview:partnerinnen spüren die Veränderungen hingegen deutlich. Zwei Personen haben die monetären Veränderungen bezüglich des vorhandenen Budgets der Gemeinden angesprochen. Auf die finanziellen Auswirkungen wird in Unterkapitel 4.7 detailliert eingegangen. Zwei der acht befragten Personen haben angegeben, dass sich keine zuständigen Personen mehr lokal vor Ort befinden bzw. dass nicht mehr alle Erledigungen vor Ort gemacht werden können. Dadurch, dass der Tourismusverband nun einen Sitz für das gesamte TVL hat und es in vielen Gemeinden kein Tourismusbüro oder keine Tourismusverantwortlichen mehr gibt, wirkt sich das auf die Betriebe aus, was die folgenden Zitate aus den Interviews verdeutlichen:

„Also direkt auf den Betrieb wirkte es sich insofern dessen aus, dass vielleicht einige Dinge, die früher immer lokal vor Ort erledigt werden konnten, jetzt nicht mehr so in der Art und Weise erledigt werden“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 6).

„Auf unseren Betrieb insofern, dass wir keinen wirklich zuständigen Tourismusverband mehr vor Ort haben, der früher durchaus regelmäßige Kommunikation organisiert hat zwischen den Betrieben, zwischen den einzelnen Häusern“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

4.3 Positive Auswirkungen der Tourismusstrukturreform

In diesem Kapitel werden alle positiv wahrgenommenen Auswirkungen der Tourismusstrukturreform dargestellt. Die folgende Tabelle zeigt einen Überblick über die positiven Auswirkungen und welche befragten Personen diese Vorteile während des persönlichen Interviews erwähnt haben.

Positive Auswirkungen	Befragte Person
Zusammenschluss macht Region interessanter und bekannter	B1, B6
Besserer und gemeinsamer Auslandsauftritt	B1, B3, B4, B5, B7
Positiv für Leitveranstaltungen in der Region	B2
Schlagkräftigerer Auftritt der gesamten Region	B3
Besserer Messeauftritt	B3
Gutes & informatives Prospektmaterial	B3, B6
MitarbeiterCard	B7
Gut ausgebildete Mitarbeiter:innen, die für den Tourismus und die Betriebe der Region arbeiten	B3, B8
Starke Professionalität in der Entwicklung der Region	B5
Höheres Budget für Marketingmaßnahmen	B4, B5, B6, B7
Bündelung finanzieller Ressourcen	B1, B7, B8
Große Palette für Ganzjahresangebot	B3

Tabelle 6: positive Auswirkungen der Tourismusstrukturreform im TVL (eigene Darstellung, 2023)

4.4 Negative Auswirkungen der Tourismusstrukturreform

Dieses Kapitel führt die negativen wahrgenommenen Auswirkungen der Tourismusstrukturreform an. Die nachfolgende Tabelle zeigt einen Überblick über die negativen Auswirkungen und welche befragten Personen diese Nachteile während des persönlichen Interviews erwähnt haben.

Negative Auswirkungen	Befragte Person
Zu wenig Insiderwissen (Wo liegt der Fokus & wer sind die Entscheidungsträger?)	B1
Viele Dinge, die früher im Verband erledigt wurden müssen jetzt über die Kurkommission erledigt werden	B2
Ortsspezifische Folder müssen selbst gemacht und bezahlt werden	B2
Kleine regionale Prospekte fehlen ein wenig	B5
Fehlender Erfahrungs- und Informationsaustausch	B3
Fehlende Gruppenzusammengehörigkeit	B3
Schlechterer Informationsfluss, fehlende Kommunikation	B3, B7
Überblick fehlt, wer ist für Ortsspezifisches zuständig?	B3
Herausforderung für Gemeinden, wenn es keine Verantwortlichen gibt, für z.B. Veranstaltungen, Infrastruktur, Wanderwege, usw.	B4, B6, B7, B8
Herausforderung für Gemeinden aufgrund des geringeren Budgets	B8
Einzelne Gemeinden und Betriebe, die die Region bekannt gemacht haben, rücken in den Hintergrund	B7

Tabelle 7: negative Auswirkungen der Tourismusstrukturreform im TVL (eigene Darstellung, 2023)

4.5 Herausforderungen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform

Ziel des folgenden Kapitels war es, die Herausforderungen für Betriebe und Gemeinden des TVL durch die Tourismusstrukturreform herauszufiltern. Bezüglich der Herausforderungen sind die Meinungen der befragten Personen etwas gespalten. Zwei der acht Befragten haben angegeben, dass sie bis zu diesem Zeitpunkt noch keine herausfordernden Situationen aufgrund der Tourismusstrukturreform in ihrem Betrieb bzw. in ihrer Gemeinde erlebt haben.

Der andere Teil der befragten Personen hat jedoch Herausforderungen wahrnehmen können. Die Herausforderungen beziehen sich hier sowohl auf Betriebe als auch auf Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark.

Bei zwei der Befragten wurde die Informationsweitergabe bzw. die Kommunikation als Herausforderung genannt.

„Naja, die Herausforderung ist schon auch, dass man dann auch zu den ganzen Informationen kommt. Also was macht der große Verband jetzt? Wo kann ich mich als kleiner Betrieb beteiligen? Wo kann ich da mitmachen? Welche Schwerpunkte sind gesetzt?“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 10).

„Die Kommunikation ist deutlich weniger geworden. Der Informationsfluss ist deutlich weniger geworden und die Wege dafür etwas länger“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 2).

„Wir wurden jetzt offensichtlich, weiß ich nicht, ob bewusst oder unbewusst, keine Ahnung, in eine Holschuld gedrückt bzw. gestellt. Eigentlich muss es eine Bringschuld sein, weil der Tourismusverband sollte uns eigentlich regelmäßig darüber informieren, was machen, was tun wir. Eine Generalversammlung war, dazu hatten wir nicht einmal eine Einladung. Es gibt keine Unterlagen danach und so weiter und sofort“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 10).

Die Herausforderungen für Gemeinden wurden während der unterschiedlichen Interviews immer wieder erwähnt. Die Gemeinden müssen sich in der neuen Erlebnisregion positionieren und brauchen auch jeweils Verantwortliche für diverse ortsspezifische Angelegenheiten. Zudem wurde auch als große Herausforderung erwähnt, dass den kleineren Gemeinden,

aufgrund der Tourismusstrukturreform kein Budget mehr geblieben ist. Gemeinden mit einer Kurkommission haben zumindest die Kurabgabe zur Verfügung.

„Die Bürgermeister, ich glaube es sind 33 Bürgermeister. Die müssen schauen auch einen gerechten Verteilungsschlüssel für ihre Gemeinde zu bekommen. Dass hier auch entsprechend wieder etwas rückfließt“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 4).

„Also das heißt, das war Aufgabe von jeder Gemeinde, dass man sich mit dieser neuen Situation auseinandersetzt. Diesen Tourismusverband gibt es jetzt nicht mehr. Jetzt hast du schauen müssen, dass du irgendetwas anderes ins Leben rufst, weil sonst sterben diese ganzen Veranstaltungen im Ort“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 2).

„Wenn man das Finanzielle hernimmt, hätte man hergehen müssen, vor allem im Sinne der kleineren Orte, nicht die ganzen budgetären Mittel in den einen großen Topf werfen. Sondern den einzelnen Gemeinden auch ein bisschen, wenn ich jetzt sage, ein Körbergeld lassen müssen“ (B8, persönliches Interview, 2023, Absatz 9).

Als weitere problematische Herausforderung wurde von einer befragten Person erwähnt, dass die einzelnen Betriebe und Orte durch den großen Tourismusverband Thermen- und Vulkanland in den Hintergrund rücken.

„...man hat ein bisschen das Gefühl, dass die einzelnen Gemeinden auf der Strecke bleiben. Das TVL, das stellt sich jetzt dar, ein bisschen wie ein Märchenland. Wir verkaufen ein schönes Märchenland, aber eigentlich nicht mehr diese Orte, diese Bereiche, diese Häuser, die eigentlich diese Region

groß gemacht haben. Bad Waltersdorf, Bad Loipersdorf, Bad Blumau, das kennt man. Das Thermen- und Vulkanland Steiermark kennt man eher weniger. Das ist vielleicht gut, wenn ich jetzt einen neuen Markt bearbeiten möchte, wo man das gar nicht kennt. Am heimischen Markt weiß ich nicht und beim Nahbereich, also deutschsprachiger Markt und südlich hinunter die Nachbarn, halte ich das für ein bisschen schwierig. Und das betrachte ich durchaus als Nachteil, dass die Gemeinden und die einzelnen Orte jetzt auf der Strecke bleiben“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 8).

4.6 Chancen für Tourismusgemeinden und -betriebe durch die Tourismusstrukturreform

Ziel des folgenden Kapitels war es, die Chancen für Betriebe und Gemeinden des TVL durch die Tourismusstrukturreform herauszufiltern. Die befragten Personen, die in der Privatzimmer- bzw. Apartmentvermietung tätig sind, sehen als Chance vor allem die Bewerbung als Ganzjahresdestination.

„Also für mich ist eine der Chancen, wie schon gesagt, dass man das ganze mehr ganzjahresmäßig betreibt“ (B1, persönliches Interview, Absatz 14).

„Durch den Zusammenschluss kann das Thermen- und Vulkanland Steiermark mit den Angeboten, wie die unterschiedlichen Ausflugsziele, die Thermen, das Rad fahren, die Buschenschänken oder die Genuss Card Betriebe, als ganzjährige Destination auftreten“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 12).

Weiters wurde als Chance erwähnt, dass der große Verband jetzt viel mehr Möglichkeiten hat, den regionalen Tourismus mit Projekten zu unterstützen.

„Jetzt zurzeit hat der Verband ein großes Projekt. Das Mitarbeiter-, also Employer Branding, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch Vorteile bieten zu können, weil wir in der Branche ganz stark mit dem Fachkräftemangel und auch mit der Mitarbeiter Abwanderung zu tun haben. Das ist jetzt ein Projekt gewesen, wo für die Mitarbeiter dann die kostenlose Mitarbeitercard zur

Verfügung steht. Da geben Betriebe Ermäßigungen wieder für alle Mitarbeiter in der Region und zum Beispiel so ein Projekt hat einen sehr großen Wert und ein sehr großes Finanzierungsvolumen. Sowas wäre früher mit einem kleinen Verband nicht gegangen, also sowas macht jetzt der große Verband“ (B6, persönliches Interview, Absatz 16).

Die Vermarktung im Ausland wurde von sechs der acht Befragten als Chance genannt. Durch die neue Größe der Region ist es nun möglich, auch in weiter entfernten Märkten aufzutreten und potenzielle Gäste aus dem Ausland zu erreichen. Hierzu folgende Interviewausschnitte:

„Weiters ist auch die Vermarktung im Ausland eine Chance, denn kleine Betriebe hatten zuvor wenig Chance von Touristen außerhalb von Österreich entdeckt zu werden. Mit der Tourismusstrukturreform kann die Region im Ausland schlagkräftiger auftreten“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 12).

„Ja die einzige Chance ist wiederum, wie vorher schon erwähnt, die Bewerbung der Region auf entfernteren Märkten. Ja, natürlich ist uns auch klar im Thermenland haben wir 95% Österreicher, also der Anteil des Inlandsmarktes ist sehr hoch, dass wir hier schon in Zukunft was brauchen werden. Einzig und allein Blumau aufgrund von Kulturtourismus ist vielleicht ein bisschen höher, internationaler“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 16).

„Es könnte theoretisch auch funktionieren, dass man als Dachmarke, für die Region, für die Orte und für die Betriebe, durchaus neue Märkte erschließt. Ich denke jetzt einmal ganz besonders vielleicht an den Middle East Bereich, an den asiatischen Bereich. Klassische Märkte muss man glaube ich nur pflegen, aber durchaus ist es notwendig, sich neue Märkte zu erschließen. Das könnte

in dieser Form dann einfacher werden und vor allem finanziell für den Betrieb interessanter werden.“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 6).

„Und auch, dass wir im Ausland ein bisschen Fuß fassen. Hier tut man sich als Ort bestimmt schwer oder es ist nahezu unmöglich. Also das sollte schon oder müsste irgendwie gelingen, zumindest im angrenzenden Ausland, dass man die Region in ihrer Gesamtheit besser vermarkten kann“ (B8, persönliches Interview, 2023, Absatz 16).

4.7 Finanzielle Auswirkungen der Tourismusstrukturreform

In diesem Kapitel wird analysiert, inwieweit die Tourismusstrukturreform finanzielle Auswirkungen aufweist. Die Privatzimmer- bzw. Apartmentvermieter:innen haben unter diesem Punkt die Erhöhung der Nächtigungsabgabe von 1,50 € auf 2,50 € erwähnt. Das betrifft sie nur indirekt, da dieser Betrag von den Gästen bezahlt wird. Dennoch stellen sie sich die Frage, für was dieser Betrag verwendet wird und wo genau das Geld hinfließt. Ansonsten hat sich finanziell nichts für sie verändert.

Die finanziellen Ressourcen in den Gemeinden haben sich durchaus etwas verändert. Bezüglich der finanziellen Situation wurden in Bezug auf die Gemeinden folgende Aussagen getätigt:

„Ja da gibt es schon sag ich einmal so eine Anschubfinanzierung, nennen Sie es für die Tourismusgemeinden. Das wird nach Nächtigungen berechnet und je größer die Gemeinde, als Tourismusgemeinde in dem Verband wahrgenommen wird, umso mehr bekommt man auch finanzielle Unterstützung. Und das verwenden wir eben für unsere zwei Großveranstaltungen. Da sind wir als Gemeinde gut aufgestellt und das ist für uns in Ordnung“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 18).

„Ja ich meine die Folder, und die ortspezifisch oder die früher in der Kleinregion waren. Diese Druckkosten, die bleiben bei uns. Diese müssen wir selbst machen, der Verband hilft zwar mit oder gibt uns auch die Layouts weiter, die sie noch von früher haben, das schon. Aber die Kosten sind jetzt natürlich bei der Gemeinde, sprich bei der Kurkommission“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 10).

„Es gibt ja jetzt einerseits, wie schon gesagt, bei der Gemeinde diesen Tourismus- und Kulturausschuss, der vom Gemeindebudget gefüttert wird. Dann sind wir ja seit 1.1.2020 auch Kurort, also das heißt es gibt die Kurkommission, wo auch ein Geld drinnen ist. Dann gibt es diesen speziellen Fall in Loipersdorf, diese Interessengemeinschaft, wo also auch pro Nächtigung einbezahlt wird. Und wie gesagt aus dieser Summe werden diese Dinge finanziert“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 18).

„Die Beiträge wandern an den Verband, es gibt einen kleinen Rückfluss, ja ansonsten hat sich nichts verändert“ (B5, persönliches Interview, 2023, Absatz 14).

Ein Betrieb aus Bad Radkersburg konnte aufgrund der Tourismusstrukturreform Auswirkungen auf die finanzielle Situation wahrnehmen. Die anderen beiden Hotels konnten bis zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Auswirkungen feststellen.

„Also für den Betrieb, wir als Betrieb steigen jetzt besser aus, wie vorher, weil wir haben ja vorher im ehemaligen Verband den doppelten Interessenten Beitrag bezahlt. Der einfache Interessenten Beitrag ist vorgeschrieben, der ist sowieso zum Einzahlen. Wir haben dann in der Region damals entschieden, dass wir freiwillig den doppelten Betrag bezahlen, damit der Verband mehr Budget zur Verfügung hat. Mit der Zusammenlegung ist man einheitlich auf den einfachen Betrag zurückgefallen, da sind wir jetzt auch geblieben, also wir

sparen uns eigentlich den doppelten Interessentenbetrag, also finanziell steigen wir besser aus“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 16).

„Grundsätzlich keine Veränderungen, das ist relativ gleichgeblieben. Wir bekommen keine Informationen darüber, was mit unserem Geld passiert“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 14).

4.8 Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf Marketingaktivitäten

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Frage, in welchem Rahmen die Tourismusstrukturreform sich auf die Marketingaktivitäten des Thermen- und Vulkanland ausgewirkt hat. Allgemein fällt zum Marketing der gemeinsame und große Markenauftritt des Thermen- und Vulkanland Steiermark auf. Zwei der befragten Gemeindevertreter:innen haben klare Veränderungen im Marketingbereich angegeben. Eine Gemeinde hat ihre Marketingaktivitäten gleich beibehalten.

„Ja, wir beschränken uns jetzt als Gemeinde darauf, dass wir ein Minimum an Marketing machen. Verlassen uns darauf, dass einerseits diese Interessensgemeinschaft weiterhin gut funktioniert und uns unterstützt. Und hoffen natürlich auch, dass der Regionalverband genug Ideen, genug Initiativen setzt, dass man weiterhin oder mehr denn je bemerkbar sind auf den Märkten“ (B8, persönliches Interview, 2023, Absatz 20).

„Im Verband hat es sicher Änderungen gegeben. Es ist ein ganz ein anderer Markenauftritt. Den ich sehr, sehr schön finde, muss ich ganz ehrlich sagen. Und wir als Ort, wir haben unser Logo und den Slogan beibehalten“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 22).

Die folgenden Aussagen bezüglich der Veränderung der Marketingaktivitäten wurden von den Pensionen, sowie von den Privatzimmer- oder Apartmentvermieter:innen getätigt:

„Marketingaktivitäten? Was habe ich als kleiner Betrieb? Ich habe meine Homepage, ich habe Instagram und Facebook. Naja, da gibt es schon Auswirkungen. Gerade auf Instagram und Facebook mit diesen Likes zususagen. Weil, das machen meine Töchter, aber wenn man vom Betrieb irgendetwas postet. Und dann repostet, dass das TVL z.B. Die sind da relativ aktiv. Oder wenn man das TVL mitmarkiert oder so. Da kommt dann schon einiges zurück“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 18).

„Okay, also klar ist, wir haben die Logos geändert. Wir schauen jetzt, dass wir die Logos präsent haben. Was sich noch geändert hat? Irgendwie hat sich das jetzt im eigenen Denkverhalten ein bisschen mitgeändert. Man bewirbt jetzt bewusst wirklich zum Beispiel jetzt, es gibt das Thema Route 66, die sich relativ groß durch das Verbandsgebiet zieht bis Ilz hinauf. Man bewirbt jetzt bewusst mehr Sachen mit und man hat irgendwie jetzt seinen eigenen Horizont ein bisschen erweitert. Wo man früher gesagt hat, man schaut, dass die Leute sich in der näheren Umgebung aufhalten, und jetzt schaut man dann wirklich, dass man das aktiv eben auch erweitert“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 18).

Ähnlich wie bei der finanziellen Situation hat sich bei den großen Betrieben kaum etwas in Bezug auf die betrieblichen Marketingaktivitäten geändert.

„Marketing machen wir für unseren Betrieb selbst. Egal ob der Tourismusverband Loipersdorf ist oder die große Region. Für den eigenen Betrieb bist du sowieso selbst verantwortlich. In der Gemeinde wird zwar viel über diese Interessensgemeinschaft finanziert mit der Therme gemeinsam, die Therme ist natürlich unser Zugpferd. Marketingmäßig von Seiten der Gemeinde passiert gar nichts. Also die Gemeinde hat eher diesen Part

übernommen, der Infrastrukturpflege und vielleicht diese örtlichen Feste entsprechend auch zu unterstützen“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 20).

4.9 Veränderungen der Zusammenarbeit seit der Tourismusstrukturreform

Folgendes Kapitel gibt Auskunft über die Veränderungen in der Zusammenarbeit seit der Tourismusstrukturreform. Zum einen wird auf die Zusammenarbeit mit anderen und Betrieben eingegangen und zum anderen wird die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband erläutert.

4.9.1 Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden oder Betrieben in der Region

In diesem Unterkapitel wird erläutert, wie sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben seit der Tourismusstrukturreform gestaltet hat. Hier hat sich herausgestellt, dass es stark davon abhängig ist, wie die jeweiligen Gemeinden aufgestellt sind und wie stark sie vorher schon im Tourismus vertreten waren. Ein Punkt, der immer wieder heraussticht, ist, dass die einzelnen Betriebe und Gemeinden weniger gemeinsame Treffen als zuvor haben. Hier ist es auch abhängig davon, ob sich jemand in der Gemeinde noch verantwortlich fühlt, so etwas zu organisieren oder ob sich die Vertreter:innen der Betriebe selbst zusammenschließen. Die Meinungen bezüglich der Zusammenarbeit gehen hier ein wenig auseinander. Vier der acht Interviewpartnerinnen finden, dass die Zusammenarbeit gleichgeblieben ist. Wobei aber nur eine Person von einer Verbesserung sprechen konnte, weil man durch die Reform von den umliegenden Orten mehr mitbekommt. Zwei der Befragten haben erwähnt, dass die Zusammenarbeit weniger geworden sei. Zwei der befragten Personen kennen den Zustand zuvor nicht gut genug und können daher wenig Auskunft dazu geben. Die folgenden Zitate aus den Interviews verdeutlichen nochmal die Aussagen zur Zusammenarbeit:

„Ja die Zusammenarbeit funktioniert. Das ist kein Problem. Ich meine es ist vielleicht nicht so intensiv wie früher. Weil wir uns doch bei den Sitzungen gemeinsam getroffen haben usw., aber es gibt viele übergreifende

Veranstaltungen und Dinge, wir besuchen uns gegenseitig. Also das ist nach wie vor ein gutes Einvernehmen“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 26).

„Naja, dass wir jetzt einfach keinen Kontakt mehr haben. Ja es ist wirklich so. Also ich meine, wenn man sich nicht zufällig wo sieht, trifft man sich nicht mehr. Also wir haben keinen Erfahrungsaustausch mehr, keine Gruppenzusammenkünfte mehr, usw. Es arbeitet einfach jeder für sich. Das ist vielleicht in anderen Gemeinden anders, die früher schon schlagkräftigen Tourismusverband gehabt haben“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 10).

„Also ich glaube, dass die Kommunikation sich nicht verbessert hat. Und wenn es irgendwelche Anliegen gibt, eine gemeinsame Wanderkarte, dann muss man etwas Gemeinsames machen. Aber da kommt auch wieder auf die Leute drauf an, die sagen, das müssen wir jetzt gemeinsam angehen. Also es kommt schon sehr viel auf die Persönlichkeiten an, die hier werken“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 22).

„Natürlich ist es ein langer Weg. Am Anfang war es ein sehr steiniger Weg, es ist ein langer Weg, bis wirklich alles jetzt so untergebracht ist, wie es sein soll. Und sonst kann ich eigentlich zu der Zusammenarbeit mit den Gemeinden jetzt wirklich sagen, dass man halt eben mehr auf die anderen Gemeinden Rücksicht nimmt. Und auch mehr über die eigene Region kennenlernt“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 20).

„Aber es macht nach wie vor Sinn, dass es eben hier, als Kleinregion Zusammenarbeit gibt, speziell natürlich auch, wenn es darum geht - jetzt bin ich wieder bei dem Thema - Laufkarten, Wanderkarten, Radfahrkarten. Das sind die Dinge, die hören ja nicht bei der Gemeindegrenze auf“ (B8, persönliches Interview, 2023, Absatz 24).

4.9.2 Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband TVL

In diesem Unterkapitel wird erläutert, wie sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband seit der Tourismusstrukturreform gestaltet hat. Sechs der acht Interviewpartner:innen sprechen von einer positiven Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband. Für einige ist die Zusammenarbeit nach wie vor gleich gut geblieben und für manche ist sie sogar noch enger geworden und hat sich verbessert. Die folgenden Zitate aus den Interviews erläutern dies:

„Also wie ich die Seite eingerichtet habe auf der Seite des Thermen- und Vulkanland Steiermark, bei Fragen, ich habe zwei- bis dreimal mit dem Tourismusverband telefoniert und mit einer Mitarbeiterin gesprochen. Wunderbar und sehr hilfsbereit“ (B1, persönliches Interview, 2023, Absatz 22).

„Naja, diese Zusammenarbeit ist dann schon enger geworden, weil sie diesen Veranstaltungskalender immer wieder ausschicken. Also da ist man im Verteiler drinnen, man bekommt über die ganze Region den Veranstaltungskalender. Dass man weiß, was so in der Region los ist und das eben auch den Gästen weitergeben kann“ (B3, persönliches Interview, 2023, Absatz 24).

„Funktioniert hervorragend, wir haben Mitarbeiter bei uns hier im Büro und auch mit den anderen Mitarbeitern und der Vorsitzenden, sowie dem Geschäftsführer. Wir kennen uns ja auch von früher. Also da gibt es gar kein Problem bei der Zusammenarbeit“ (B2, persönliches Interview, 2023, Absatz 28).

„Nachdem wir viele Veränderungen gewohnt sind, war das für uns kein Schwierigkeitsgrad und die Zusammenarbeit ist sehr gut, ja“ (B5, persönliches Interview, 2023, Absatz 20).

„Also ich muss sagen für uns fühlt es sich gleich an. Weil wir gehen nach wie vor zum gleichen Büro, wir haben das Büro am Hauptplatz, das ist auch ganz normal geöffnet. Wenn man Informationsmaterial braucht, gehen wir hinüber und holen uns das. Ich muss ehrlich sagen, unser Betrieb hat eine gewisse Größe, wo du zum Beispiel jetzt sagst, du brauchst nicht in irgendwelchen technischen Dingen eine Hilfestellung. Es gibt aber das Angebot für die kleineren Betriebe, dass der Verband quasi ins Haus kommt, die Homepage durchschaut und schaut, ob das passt, ob irgendwas, was benötigt wird. Was ich mitbekommen habe, das funktioniert schon recht gut“ (B6, persönliches Interview, 2023, Absatz 22).

Die beiden Vertreter:innen aus den Hotelbetrieben stehen dem Ganzen hingegen etwas kritischer gegenüber. Vor allem fühlen sie sich nicht mehr so eingebunden wie vor der Tourismusstrukturreform.

„Ja. Einerseits haben wir wie gesagt, dieses Büro in der Therme, wo wir die entsprechenden Informationen bekommen. Aber sonst würde ich meinen, je größer die Einheiten sind, umso weniger kommt es beim Betrieb in einer Form an. Weil wenn du früher irgendwo in der Tourismuskommission gesessen bist, hast du die Informationen näher gehabt und sozusagen mitbestimmt“ (B4, persönliches Interview, 2023, Absatz 24).

„Es wäre schön, wenn man das auf ein Niveau bringen kann, wie es vorher mit dem regionalen örtlichen TVB funktioniert hat. Weil wie gesagt Kommunikation, kaum Infos vom Tourismusverband. Wirklich, wirklich wenig. (...) Es wird vielleicht zu wenig auf die einzelnen Betriebe eingegangen, sondern eigentlich nur mehr das große Ganze kommuniziert“ (B7, persönliches Interview, 2023, Absatz 22).

4.10 Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband

Damit sich die Region weiterentwickeln kann, muss der Tourismusverband steuern und Handlungen müssen gesetzt werden. Während der Interviews wurden einige Handlungsempfehlungen herausgefiltert. Diese Empfehlungen leiten sich vorrangig aus den Antworten auf die zwei letzten Fragen aus dem Interviewleitfaden ab. Für eine strukturierte Übersicht werden alle Handlungsempfehlungen, die während der Interviews erwähnt wurden, in einer Tabelle visualisiert.

Handlungsempfehlung	Befragte Person
Gastronomie Öffnungszeiten (7 Tage die Woche)	B1
Leitbetriebe der Region stärker einbinden	B1
Vermarktung als Ganzjahresdestination	B1, B3
Anfrageassistenten für Webseite	B3
Zumindest 1x im Halbjahr eine Informationsveranstaltung	B4
Mehr Bildung für touristische Betriebe, um den höheren Ansprüchen in Zukunft gerecht zu werden	B5
Mehr Kommunikation und regelmäßiger Austausch auf kleinerer Ebene	B7
Stärken und Qualitäten der Betriebe und Gemeinden mehr in den Vordergrund	B7
Auslandsmärkte intensiver angehen	B8
Initiative, damit den Gemeinden Geld bleibt	B8

Tabelle 8: Handlungsempfehlungen für das TVL (eigene Darstellung, 2023)

Die Tabelle mit den einzelnen Handlungsempfehlungen aus den Interviews zeigt, dass die Empfehlungen der befragten Personen sich nicht im direkten Sinne überschneiden. Dennoch kann man Gemeinsamkeiten erkennen. So sind zum Beispiel die stärkere Einbindung der großen Betriebe sowie die Präsentation der Stärken und Qualitäten der Betriebe und Gemeinden weiter in den Vordergrund zu rücken, ziemlich ähnlich. Außerdem wurde die Empfehlung von mehr Kommunikation sowie Information zweimal verdeutlicht. Auch die stärkere Vermarktung als Ganzjahresdestination wurde zweifach als Handlungsempfehlung für den Tourismusverband genannt.

5 Diskussion

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Diskussion der vorliegenden Masterarbeit. Im ersten Teil wird die Arbeit kritisch reflektiert. Es werden hierbei die Limitationen dieser Masterarbeit besprochen. Am Ende des Kapitels wird ein Ausblick gewährt und es wird näher auf die offenen Forschungsfragen eingegangen.

5.1 Kritische Reflexion der Arbeit

Da qualitativ leitfadengestützte Interviews als Methode gewählt wurden, stellen die Ergebnisse nur wenige, einzelne Blickwinkel und Meinungen dar und dürfen somit nicht überinterpretiert werden. Die Ergebnisse lassen somit auch nicht auf die gesamte Region und alle Betriebe und Gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark rückschließen. Dennoch konnte ein guter erster Überblick über die aktuelle Situation und die Meinungen geschaffen werden.

Eine Limitation der vorliegenden Arbeit ist die Auswahl der Interviewpartner:innen, diese musste aufgrund der zeitlichen Ressourcen eingegrenzt werden, um mehrere Personen einer Stakeholdergruppe befragen zu können. Somit wurden nur Vertreter:innen von Nächtigungsbetrieben sowie von Tourismusgemeinden befragt. Hierbei wurde

aber darauf geachtet, verschiedene Nächtigungsbetriebe auszuwählen. Zudem wurde versucht, Gemeinden bzw. Betriebe aus den verschiedensten Teilen der Region auszuwählen. Somit wurden Interviewpartner:innen von Bad Waltersdorf bis Bad Radkersburg ausgewählt.

Die Wahl der qualitativen Erhebung bringt eine weitere Limitation mit sich, da sowohl die Durchführung als auch die Auswertung sehr zeitaufwändig waren und dadurch auch nur eine begrenzte Anzahl an Interviews geführt werden konnte. Zusätzlich ist es eine Schwäche, dass auch wenn die befragte Person und die Interviewerin versuchen, das behandelte Thema objektiv zu betrachten, die Interviews und ihre Auswertung immer persönliche und subjektive Ansichten beinhalten. Nichtsdestotrotz wird die Methode der leitfadengestützten Interviews als die richtige Wahl für die vorliegende Masterarbeit gesehen. Denn bei einer quantitativen Forschung wäre es nicht möglich gewesen, diese Menge an Inhalt und Informationen herauszufiltern.

5.2 Ausblick und offene Forschungsfragen

Die vorliegende Arbeit gibt einen ersten Überblick über die aktuelle Situation und spiegelt die kurzfristigen Auswirkungen wider. Dennoch werden in Zukunft weitere Erhebungen und Forschungen notwendig sein. Denn die vorliegende Arbeit bezieht sich nur auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark. Die Interviewpartner:innen waren Vertreter:innen von Gemeinden, Hotels, Gasthöfen/Frühstückspensionen sowie Privatzimmer- oder Apartmentvermieter:innen. Es wären aber noch einige weitere Stakeholder, die ebenso zu diesem Thema befragt werden könnten, wie z.B. Vereinsvertreter:innen oder Mitglieder des Tourismusverbandes. Weitere Forschungen können sich in der Zukunft auch auf die langfristigen Auswirkungen beziehen, die zu diesem Zeitpunkt noch nicht sichtbar sind. Zudem kann sie auch als Basis für weitere zukünftige Forschungen bezüglich Auswirkungen ähnlicher Strukturreformen fungieren.

6 Conclusio

Die Ergebnisse der empirischen Studie zeigen, dass die Sichtweisen der verschiedenen Stakeholder unterschiedlich sind. Die Tourismusstrukturreform zeigt sowohl Vorteile als auch Nachteile. Im Vergleich zwischen den positiven und negativen Auswirkungen ist erkennbar, dass die positiven Aspekte etwas überwiegen. Als größter Vorteil wurde der gemeinsame und schlagkräftige Auftritt im Ausland erwähnt. Weitere positive Aspekte, die häufig genannt worden sind, sind die Bündelung der finanziellen Ressourcen, sowie das höhere Budget für Marketingmaßnahmen und das professionelle und umfangreiche Prospektmaterial. Als negativer Aspekt wurde vermehrt die große Herausforderung für die Gemeinden genannt, dass es keine ortsspezifischen Tourismus-Verantwortlichen gibt. Und die damit zusammenhängende Frage, wer sich nun um die Organisation von ortsspezifischen Angelegenheiten wie zum Beispiel Veranstaltungen, Wanderwege, Infrastruktur, usw. kümmert. Ein weiterer Kritikpunkt, der mehrfach angeführt wurde, ist der Informationsfluss beziehungsweise die Weitergabe von entsprechenden Informationen. Hier wurde ersichtlich, dass in manchen Bereichen die Kommunikation untereinander fehlt.

Trotz der unterschiedlichen Meinungen haben sich einzelne Gemeinsamkeiten in den Stakeholdergruppen erkennen lassen. Die Privatzimmer- bzw. Apartmentvermieter:innen und Pensionen sehen die Reform als überwiegend positiv an. Sie erhoffen sich durch die Reform bessere Chancen für ihren kleinen Betrieb. Zwei der befragten Gemeinden, die befragt wurden, stehen dem Ganzen offen und eher positiv gegenüber. Ein/e der Gemeindevertreter:innen hingegen sieht die Situation seit der Tourismusstrukturreform hingegen als schwierig für die Gemeinden und das vor allem für die kleineren Gemeinden, da ihnen durch die Reform wenig Budget geblieben ist. Es ist aufgefallen, dass die großen Hotels, die sich in den schon vorher sehr bekannten Tourismusorten befinden, etwas kritisch auf die Tourismusstrukturreform blicken. Vor allem in Bezug auf die nationale

Vermarktung würden sie sich mehr Alleinstellung wünschen und nicht als eine große Region auftreten. Hingegen sehen sie es als positiv für eine Vermarktung im Ausland. Zusätzlich konnte aber auch allgemein erkannt werden, dass die Antworten auch unterschiedlich waren, je nachdem ob die Betriebe und Gemeinden sich in einem zuvor schon schlagkräftigen Tourismusort befinden oder nicht. Zuvor schon große Tourismusorte oder Kurorte haben weniger Herausforderungen als kleine Gebiete mit weniger Schlagkraft im Tourismus.

Zusammenfassend ist diese Tourismusstrukturreform ein Prozess und die Region wird sich in Zukunft noch weiterentwickeln. Die neue Erlebnisregion besteht in dieser Form noch nicht einmal zwei Jahre. Das heißt, der Prozess ist noch immer in seiner Anfangsphase. Darum ist es von großer Relevanz, dass der Tourismusverband sich an den Verbesserungsvorschlägen und Handlungsempfehlungen der einzelnen Betriebe und Gemeinden orientiert. Denn nur wenn alle an einem Strang ziehen, wird sich die Tourismusregion Thermen- und Vulkanland Steiermark weiterentwickeln. Die vorliegende Masterarbeit soll als informative Grundlage für mögliche weitere Entwicklungsschritte des Thermen- & Vulkanland Steiermark dienen. Diese Arbeit liefert einen Überblick über die aktuelle Situation und die kurzfristigen Auswirkungen, aber in den kommenden Jahren wird sich die Region noch weiterentwickeln und somit werden die langfristigen Auswirkungen erst in der Zukunft sichtbar werden.

7 Literaturverzeichnis

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (2014). *Kooperationsprogramm im Bündner Tourismus 2014–2021*. <https://innovationgr.ch/themes/default/downloads/tourismusprogramm-gr-2014-2023-grundlage.pdf>

Anderegg, R., Boksberger, P. & Schuckert, M. (2008). Strukturwandel im Tourismus - Die Chance für Destination Governance. In T. Bieger, P. Beritelli & C. Laesser (Hrsg.), *Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 2008* (S. 197-208). IDT-HSG.

Bandi, M, Friedli, T., Lussi, S. & Mülller, H. (2014). *Evaluation der Bündner Tourismusreform 2006 – 2013*. Center for Regional Economic Development. https://www.cred.unibe.ch/e54587/e57624/e57628/e265883/CRED-BerichtNr.3_ger.pdf

Bogner, A.; Littig, B.; Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung*. Springer VS.

Beritelli, P., & Bieger, T. (2014). From destination governance to destination leadership - defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective. *Tourism Review*, 69(1), 25–46. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2013-0043>

Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination, *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629. 10.1016/j.annals.2010.11.015.

Blichfeldt, B., Hird, J. & Kvistgaard, P. (2014). Destination leadership and the issue of power, *Tourism Review*, 69(1). 10.1108/TR-06-2013-0025.

Bundesministerium für Arbeit & Wirtschaft (o. D.). *Organisation des österreichischen Tourismus*. Abgerufen am 14. April 2023, von <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/Tourismus-in-Oesterreich/organisation.html>

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (2020). *Praxisleitfaden für Integrität und Ethik in der Wissenschaft*. <https://www.bmbwf.gv.at/Themen/Forschung.html>

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz Deutschland (o. D.). *Tourismuspolitik*. Abgerufen am 14. April 2023, von <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/tourismus.html>

D'Angella, F., De Carlo, M., & Sainaghi, R. (2010). Archetypes of destination governance: a comparison of international destinations. *Tourism Review*, 65(4), 61–73. <https://doi.org/10.1108/16605371011093872>

de Bruyn, C. & Alonso, A. (2012). Tourism Destination Governance. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 4, 221-242. [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2012\)0000004015](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2012)0000004015)

Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Springer.

Dresing, T. & Pehl, T. (2018). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse. Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (8. Aufl.). Marburg.

Hristov, D., & Ramkissoon, H. (2016). Leadership in destination management organisations. *Annals of Tourism Research*, 61, 230–234. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.08.005>

Hristov, D., & Zehrer, A. (2015). The destination paradigm continuum revisited: DMOs serving as leadership networks. *Tourism Review*, 70(2), 116–131. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2014-0050>

Springer Gabler (o. D.). Tourismuspolitik. In *Gabler Wirtschaftslexikon*. Abgerufen am 12. April 2023, von <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/tourismuspolitik-51117#references>

Kache, M., Römer, M., Müller, M., & Günther, S. (2015, 5. Oktober). *Leitfaden Literaturrecherche*. Technische Universität Dresden. https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ibb/sft/ressourcen/dateien/lehre/informationen/Leitfaden_Literaturrecherche.pdf?lang=de

Kanton Graubünden (2013). *Bündner Tourismusreform 2006-2013*. <https://www.gr.ch/DE/Medien/Mitteilungen/MMStaka/2013/Seiten/2013111801.aspx>

Kreilkamp, E. (2015). Destinationsmanagement 3.0 – Auf dem Weg zu einem neuen Aufgabenverständnis. *Zeitschrift Für Tourismuswissenschaft*, 7(2), 187–206. <https://doi.org/10.1515/tw-2015-0206>

Kozak, M., Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014). Destination leadership: Leadership for territorial development. *Tourism Review*, 69(3), 169– 172. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2014-0021>

Land Steiermark. (o. D.). *Tourismus-Indikatoren*. Abgerufen am 1. Februar 2022, <https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/beitrag/12656886/141979459/> von

Land Steiermark (o. D.). *Tourismus-Strukturreform 2021*. Abgerufen am 1. Februar 2023, <https://www.verwaltung.steiermark.at/cms/ziel/160457289/DE/> von

MAXQDA (o. D.). *Warum MAXQDA?* Abgerufen am 7. Juli 2023, von <https://www.maxqda.com/de/warum-maxqda>

Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12., vollständig überarbeitete und aktualisierte Aufl.). Beltz Verlagsgruppe.

Misoch, S. (2014). *Qualitative Interviews*. Walter de Gruyter. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110545982/html>

Mundt, J. (2004). *Tourismuspolitik*. Oldenbourg.

Pechlaner, H. (Hrsg.). (2019). *Destination und Lebensraum: Perspektiven touristischer Entwicklung*. Springer.

Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M. & Prettenthaler, F. (Hrsg.). (2021). *Tourismus und Klimawandel*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-61522-](https://doi.org/10.1007/978-3-662-61522-3)

Raich, F. (2019). Governance von touristischen Destinationen: Die Rolle informeller Interaktionen. In H. Pechlaner (Hrsg.), *Destination und Lebensraum* (S. 207–215). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-28110-6_16

Rein, H., & Strasdas, W. (2017). *Nachhaltiger Tourismus*. (2. Aufl.). UKV Verlag.

Schulz, A., Eisenstein, B., Gardini, M. Kirstges, T. & Berg, W. (2020). *Grundlagen des Tourismus*. (3. Aufl.). De Gruyter.

Steinecke, A. & Herntrei, M. (2017). *Destinationsmanagement* (2. Aufl.). UVK Verlag.

Thermen- und Vulkanland Steiermark (o. D.). *Das Thermen- und Vulkanland Steiermark*. Abgerufen am 3. Februar 2023, von <https://www.steiermark.com/de/Thermen-Vulkanland/Region>

Tirol Tourism Research. (o. D.). *Destinationsmanagement*. Abgerufen am 15. Mai 2023, von <https://www.ttr.tirol/glossar/destinationsmanagement>

vom Brocke, J., Simons, A., Niehaves, B., Riemer, K., Plattfaut, R. & Clevén, A. (2009, Juni). *Reconstructing the Giant: On the Importance of Rigour in Documenting the Literature Search Process* [Konferenzbeitrag]. 17th European Conference on Information Systems (ECIS), Verona, Italy. <https://www.researchgate.net/publication/259440652>

Voss, R. (2020). *Wissenschaftliches Arbeiten: Leicht verständlich* (7. Aufl.). UVK Verlag.

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Wotha, B. & Dembowski, N. (2017, 15. Mai). *Leitfaden – qualitative Interviews*. Ostfalia. <https://www.ostfalia.de/cms/de>

Zehrer, A. & Raich, F. (2015). Destinationsentwicklung durch Leadership-Netzwerke. In T. Bieger, P. Beritelli & C. Laesser (Hrsg.), *Strategische Entwicklungen im alpinen Tourismus. Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2014/2015* (S. 93–101). ESV.

8 Anhang

8.1 Interviewleitfaden

Einleitung & Begrüßung

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen an dem Interview teilzunehmen. Mein Name ist Michelle Stradner und ich bin Studentin der Fachhochschule Joanneum Bad Gleichenberg. Im Rahmen meiner Masterarbeit führe ich qualitative Interviews mit verschiedenen Stakeholdern zum Thema „Auswirkungen der Tourismusstrukturreform auf die Tourismusbetriebe und -gemeinden des Thermen- und Vulkanland Steiermark“.

Allgemeines zum Datenschutz

Bevor wir nun das Interview starten, möchten ich Ihnen noch allgemeine Informationen über das Interview und den Datenschutz geben. Das Interview ist völlig anonym und die Daten werden nur zur Transkription aufgezeichnet und die Informationen werden nur anonymisiert für das Verfassen der Masterarbeit verwendet. Vor Beginn hätte ich noch die Bitte zur Unterzeichnung der Einverständniserklärung.

Vielen Dank, ist es in Ordnung, wenn ich nun die Aufzeichnung starte?

Interviewfragen

1. Frage: Welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen?
2. Frage: In welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform auf Ihre/n Gemeinde/Betrieb aus?
3. Frage: In welchen Bereichen sehen Sie Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb?
4. Frage: In welchen Bereichen sehen Sie Nachteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb?
5. Frage: Welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb mitgebracht?
6. Frage: Welche konkreten Chancen haben sich mit der Tourismusstrukturreform für Ihre/n Gemeinde /Betrieb ergeben?
7. Frage: Wie hat sich Ihre/n Gemeinde/Betrieb die finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform verändert?
8. Frage: Wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten bzw. Marketingstrategie Ihrer Gemeinde/Ihres Betriebes ausgewirkt? Gab es Änderungen, die Sie vornehmen mussten?
9. Frage: Wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region Thermen- und Vulkanland Steiermark seit der Tourismusstrukturreform verändert?

10. Frage: Wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark seit der Tourismusstrukturreform verändert?
11. Frage: Welche konkreten Schritte würden Sie sich in Bezug auf die Tourismusstrukturreform vom Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark wünschen?
12. Frage: Gibt es abschließend noch etwas, was Sie zu diesem Thema erwähnen möchten?

8.2 Transkriptionen der Interviews

Interview mit befragter Person 1

Interviewer:	I
Befragte Person 1:	B1
Bereich:	Privatzimmervermietung/ Apartmentvermietung im TVL
Datum des Interviews:	05.06.2023
Dauer des Interviews	19 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Nochmals herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen. Dann starten wir gleich mit der ersten Frage: Welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen?
- 2 [0:00:11.9] B1: Wie bereits im Vorhinein gesagt, nicht wirklich, dass ich dort Veränderungen persönlich erfahren habe oder mitbekommen habe, weil wir uns selbst noch nicht so damit auseinandergesetzt haben und eine Einheit haben, die wir vermieten. Das geht erstaunlicherweise recht gut, muss ich sagen. Ähm wir liegen über den Erwartungen als solches und ja ich habe mitbekommen, dass halt in der Region selber die Tourismuszahlen 2022 gestiegen sind. Worauf das jetzt zurückzuführen ist, ob es jetzt (...) Der Vergleich hin durch Corona oder die ersten Auswirkungen der Zusammenlegung sind. Und ja (...)
- 3 [0:01:10.5] I: Ok super Dankeschön. Dann kommen wir gleich weiter zur zweiten Frage: Im Prinzip haben Sie das schon bisschen beantwortet, dass Sie persönlich nicht wirklich Auswirkungen wahrgenommen haben. Richtig?
- 4 [0:01:21.4] B1: Ja genau.

- 5 [0:01:25.9] I: Dann würde ich gleich mit der dritten Frage weiter machen: In welchen Bereichen sehen Sie die Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb?
- 6 [0:01:32.4] B1: Also aus meiner Sicht, liegen die ganz klar auf der Hand. Einmal der Zusammenschluss macht die Region noch wesentlich interessanter, wenn sie richtig kommuniziert wird. Ich glaube auch speziell im Ausland wird es dort spürbar sein. Ich denke man braucht einmal Technologie oder die Technologien, die dort sind und man braucht Geld und wenn das gebündelt wird, sollte das schlichtweg also ich will nicht sagen nur positives aber doch stark überwiegend positiv sein. Weil man einfach mehr machen kann und ich glaube, wenn man den Anteil an ausländischen Personen, der in der Region Urlaub macht ist im Verhältnis eher geringer und dort ist denk ich mal, ja, noch viel Potential vorhanden.
- 7 [0:02:37.3] I: Ja auf alle Fälle.
- 8 [0:02:39.7] B1: Ja, wie gesagt ich kann es nicht konkret festmachen, aber das Thema, dass die Region einiges zu bieten hat liegt auf der Hand und der (...) wie soll ich sagen. Wenn sich viele gute Dinge zusammentun, müsste da an und für sich für jeden Einzelnen mehr herauskommen.
- 9 [0:03:07.7] I: Okay super. Dann jetzt gleich zur Gegenfrage: In welchen Bereichen sehen Sie vielleicht Nachteile durch die Tourismusstrukturreform.
- 10 [0:03:19.7] B1: Also grundsätzlich. Es wäre jetzt noch mehr Insiderwissen zu haben, wie die Besetzung ist der Gremien, die dort Entscheidungen treffen und wo man sich jetzt drauf fokussiert. Ich denke das ist eine Herausforderung, weil wenn es ein kleiner Bereich ist, die sagen, okay, da ist es einfacher abzudecken, dass diese Bereiche in einen Topf geben. Bei der Größe ist es eher die Herausforderungen, das gerecht oder interessant zu verteilen. Aber auch da denke ich die Region als solches hervorgehoben wird und die

Leute sich dafür entscheiden in diese Region zu fahren und dann genau zu schauen was würden sie genau machen oder wie soll der Urlaub aussehen. Dann passt das schon. Wenn man sieht das die Durchschnittsverweildauer 3,2 Tage oder so was ist, dann ist da noch ein bisschen Platz nach oben. Und die Woche hat ja auch noch mehr wie drei Tage, die dann überwiegend das Wochenende sind. Dass man schaut wie bringt man Leute längerfristig dahin. Ja (...)

- 11** [0:04:52.2] I: Okay ja das macht Sinn, im Prinzip haben Sie schon eine herausfordernde Situation besprochen, aber fällt Ihnen noch eine Herausforderung ein die, die Tourismusstrukturreform mit sich bringen kann?
- 12** [0:05:05.7] B1: Nein, nicht wirklich. Also wie gesagt ich sehe da überwiegend positive Aspekte. Ich tue mir her schwer mit negativem. Ich weiß nicht wie es andere sehen.
- 13** [0:05:19.0] I: Kein Problem. Völlig in Ordnung. Und dann noch zur Frage: Welche konkreten Chancen haben sich aus Ihrer Sicht für Ihren Betrieb durch die Tourismusstrukturreform ergeben?
- 14** [0:05:33.7] B1: Also für mich ist eine der Chancen wie schon gesagt, dass man das ganze mehr ganzjahresmäßig betreibt. Weil der Sommer ist sehr gut, ich glaube ich würde nicht sagen Selbstläufer, auch der muss gepflegt werden. Aber das Frühjahr und auch der Herbst, ich meine der Herbst ist an und für sich stark. Im Moment, wenn ich mir unsere Buchungslage ansehe, dann schauen wir mal. Da kommt es eher auf Kurzentschlossene an. Und das dann zu bewerkstelligen, aber gesamthaft zu sehen, dass es mehr als Ganzjahresdestination (mit wenigen Ausnahmen). Okay im Winter gibt es die Thermen in der Region, aber ja keinen Schnee, nichts zum Schi fahren wirklich. Also von daher denke ich, dass das ein Thema ist, dass stärker hervorzuheben. Und ich denke mal es gibt verschiedene Leitbetriebe in der Region und die irgendwie stärker miteinzubinden. Das könnte ich mir gut vorstellen. Weil wir als Einzelbetrieb fahren da Windschatten

sage ich jetzt mal. Aber wenn ich mir einen Zotter, einen Vulcano oder Gölles, um mal die stärksten hier in der Region zu nennen aus meiner Sicht. Macht es schon Sinn die stärker miteinzubinden. Ja, das würde ich mir wünschen.

- 15** [0:07:38.3] I: Okay vielen Dank und zur nächsten Frage: Hat sich für Ihren Betrieb etwas bezüglich der finanziellen Situation verändert durch die Tourismusstrukturreform?
- 16** [0:07:49.2] B1: Jein, also ich sag mal die 2,50 €, die sind von 1,50 € auf 2,50€ gegangen. Ich mein es wird wenig hinterfragt. Aber ich denke das ist schon ein ordentlicher Betrag. Weil wenn zwei Leute eine Woche da sind, sind das 35€, die die bezahlen und ich mein es hat jetzt noch keiner gesagt wofür ist das und warum. Aber das denke ich, das ist ein bisschen ein kritischer Faktor, wo man sehen muss, was dort mit dem passiert. Ich mein 1,50 € in der Stadt, sag ich jetzt mal in Feldbach oder in dieser Region und 1€ geht in die übergeordnete Vermarktung. Weiß ich nicht ob das Verhältnis so richtig ist oder das vielleicht sogar umgekehrt gehört. Ansonsten vom finanziellen Part ja (...), wobei wie gesagt das schlägt sich nachher in den Buchungen irgendwo eventuell oder idealerweise nieder. Da sind dann vielleicht eher die größeren Häuser, die da was zu sagen haben, denke ich.
- 17** [0:09:16.0] I: Okay und wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten bzw. Strategie auf Ihren Betrieb ausgewirkt? Gibt es Änderungen, die Sie vornehmen mussten, oder?
- 18** [0:09:31.7] B1: Nein nicht wirklich. Weil wir haben uns für den Anfang mal auf Booking.com platziert. Und dann hat es funktioniert. Dann sind wir seit Januar noch auf einer anderen Plattform von Novasol, die bemüht sind es immer für 7 Tage zu vermitteln. Das funktioniert im Sommer, aber dann wie gesagt in den Randzeiten, eher weniger und ja von daher kann ich da sonst so (...) Marketingaktivitäten? (...) Wir mussten da sonst selber nichts in dem Bereich machen.

- 19** [0:10:33.3] I: In Ordnung, dann zur nächsten Frage weiter: Wie hat sich die Zusammenarbeit mit den Gemeinden oder mit anderen Betrieben in der Region seit der Tourismusstrukturreform verändert?
- 20** [0:10:53.0] B1: Also wie gesagt ich kenne das vorher nicht so gut, da ich noch nicht so lange dabei bin. Und was ich gut finde, ist die Einbindung. Nur kann ich nicht ganz sagen, ob das vorher auch schon da war. Man ist schon interessiert Feedback zu bekommen. Es gibt die Mitteilung der (unv.) und der saisonalen Aktivitätenkalender. Wobei die Leute in der Regel schon eine Vorstellung haben, was sie jetzt machen wollen. Wir haben jetzt Gäste da, die kommen aus Tirol und die sind jetzt ein bisschen screwed mit dem Wetter. Weil die haben die Fahrräder mit und wenn man sich die Wettervorhersage für den Rest der Woche anschaut, bleiben die glaub ich stehen, die Räder. Aber von den Aktivitäten selber, ich denke es passt. Was vielleicht noch ein bisschen mehr, was ich anfangs schon einmal meinte, die Ganzjahresaktivitäten. Man ist ja jetzt bemüht, dass Thema Radfahren auch irgendwo oder das Thema Wandern, was man hier an und für sich recht gut kann, das kommt vielleicht noch ein bisschen kurz. Weil speziell hier in dem Bereich, ok man muss bis unten fahren, aber dann wird es mit Radfahrwegen teilweise schon schwierig. Man muss sich dann schon an der Karte orientieren. Teilweise sind die Straßen ja nicht so breit. Also muss man sich schon trauen auf das Fahrrad zu setzen. Also solche Dinge denke ich, dass man die noch anschaut. Wie man dort auf die Region Einfluss nehmen kann, dass sich dort dahingehend Dinge verändern. Aber ansonsten wars das.
- 21** [0:12:58.0] I: Okay, und dann wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland?
- 22** [0:13:09.7] B1: Also wie ich die Seite eingerichtet habe auf der Seite des Thermen- und Vulkanland Steiermark, bei Fragen, ich habe zwei bis dreimal mit dem Tourismusverband telefoniert und mit einer Mitarbeiterin gesprochen. Wunderbar und sehr hilfsbereit. Das ist alles

gut, wenn wir irgendetwas brauchen, schauen wir in Feldbach vorbei und holen uns das ab. Die Leute sind sehr hilfreich und wie gesagt dann gibt es die (unv.) und die quartalsmäßigen Updates, was auch an Veranstaltungen stattfindet. Das drucken wir dann aus und legen das in der Unterkunft auf. Dass die Gäste einen Überblick bekommen, was sonst noch so in der Region passiert. Und es gab vor geraumer Zeit einmal eine Abfrage, irgendwas, was man selber noch so sehen könnte. Und auch da einer meine Vorschläge ist, aber das ist vielleicht generell ein bisschen kritischer, ist das Thema Leute aus dem Ausland. Wobei man redet, immer über zwei verschiedene, die einen, die als Touristen kommen und die einen, die dann vielleicht doch wohnen und länger bleiben. Aber ich denke in dem Bereich ist noch Potential.

- 23** [0:14:36.3] I: Gibt es aus Ihrer Sichtweise konkrete Schritte, die Sie sich in Bezug auf die Tourismusstrukturreform des Tourismusverbands Thermen und Vulkanland Steiermark wünschen würden? Gibt es irgendwelche Anregungen oder Wünsche?
- 24** [0:14:48.7] B1: Nein
- 25** [0:14:50.3] I: Okay und dann komme ich auch schon zur abschließenden Frage: Gibt es noch generell etwas, was Sie gerne zum Thema erwähnen möchten. Etwas, was Ihnen am Herzen liegt?
- 26** [0:15:00.1] B1: Ja, also eins ist, ich weiß nicht, inwieweit der Tourismusverband einwirken kann. Aber was immer schwieriger wird, sind die Öffnungszeiten der Gastronomie. Das macht es teilweise dann ein bisschen schwierig, weil dann muss man schauen, inwieweit man dort die einzelnen Partner oder ich weiß nicht wie weit die Hotellerie (Hotellerie mit Sicherheit), aber die Gastronomie dort eingebunden ist. Um dort zu schauen, dass man halt ein gewisses Spektrum, im Prinzip 7 Tage die Woche bedient. Wenn dann halt die Heurigen, zumindest alle die hier rundherum sind, die haben alle von Montag oder von Sonntag fangen sie jetzt schon an bis einschließlich Mittwoch geschlossen. Und dann drei Tage auf und an diesen drei Tagen sind

sie dann alle wieder da. Teilweise die Gastronomie macht, wenn sie überhaupt sonntags geöffnet haben, bei einigen ist dann zu Mittag Schluss und am Abend gibt es dann gar nichts mehr. In dem Bereich würde ich mir wünschen, dass man irgendwie schaut, dass man die Gastronomie auch mit ins Boot holt oder die Buschenschänken. Weil ich denke die sind speziell für diese Region hier die Gastronomie schlecht hin. Die Buschenschänken sind auch was, was für Regionalität steht und da sollte man schauen wie man die mit ins Boot holt. Und was gibts noch? (...) Ja die Einbindung der lokalen Betriebe, das könnte ich mir vorstellen, ist noch ein bisschen ein Thema, das noch wichtig ist. Und dann und ja das wars eigentlich. Die anderen Dinge haben wir schon angesprochen. Und ja die Südoststeiermark ist ja nochmal der Überverband, hier haben wir das Thermen- und Vulkanland als Tourismusregion. Dass sich die gut (...), weil ich sag mal das baut sich immer weiter auf. Im Prinzip geht es von einem einzelnen Betrieb oder von einem Ort, dann der Verband. Also das ist noch ein Thema, dass es dort eine Einheit gibt. Ob die jetzt gut oder weniger gut ist kann ich so jetzt nicht sagen. Aber ansonsten denke ich passt das weitestgehend.

- 27** [0:17:55.9] I: Okay gut, dann bedanke ich mich für die ausführliche Beantwortung meiner Fragen und ein großes Dankeschön, dass Sie sich die Zeit genommen haben.
- 28** [0:17:58.7] B1: Bitte Gerne

Interview mit befragter Person 2

Interviewer:	I
Befragte Person 2:	B2
Bereich:	Vertreter:in einer Gemeinde im TVL
Datum des Interviews:	07.06.2023
Dauer des Interviews	14 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Vielen Dank nochmal, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview nehmen. Ich würde nun gleich mit meiner ersten Frage beginnen und zwar welche konkreten Veränderungen konnten Sie im allgemeinen durch die Tourismusstrukturreform erkennen?
- 2 [0:00:15.2] B2: Ja konkrete Veränderungen würde ich so jetzt nicht sagen. Es ist jetzt einfach alles viel größer geworden, sag ich einmal und das Klein-klein denken muss jetzt weg sein. Es ist größer und umfangreicher.
- 3 [0:00:33.0] I: Und dann in welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform jetzt auf Ihre Gemeinde aus?
- 4 [0:00:40.0] B2: Ja bei uns wirkt es sich nicht so schlimm aus, wir haben ja auch nach wie vor ein Infobüro bei uns im Ort. Und wir sind einfach als Tourismusgemeinde gewohnt mit den Dingen umzugehen. Wir haben auch eine Kurkommission, die jetzt wieder voll in Takt ist, das war früher nicht so, da hatten wir die Agenten geteilt mit dem kleineren Tourismusverband. Jetzt ist die Kurkommission wieder voll aktiv und so bekommen wir das ganz gut hin.
- 5 [0:01:11.6] I: Okay perfekt, und zur nächsten Frage: In welchen Bereichen sehen Sie die Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihre Gemeinde?
- 6 [0:01:19.5] B2: Für unsere Gemeinde ist es sicher ein Vorteil, natürlich durch manche Veranstaltungen, wirklich vorne mit dabei sein. Weil es

wirklich Leitveranstaltungen für die gesamte Region sind, das ist ein Vorteil.

- 7** [0:01:43.0] I: Und sehen Sie auch Nachteile durch die Tourismusstrukturreform speziell für Ihre Gemeinde?
- 8** [0:01:47.7] B2: Natürlich gibt es immer Nachteile. Viele Dinge, die früher über den Verband erledigt wurden, müssen wir jetzt wie gesagt in der Kurkommission erledigen. Die Organisation dieser Feste usw., das ist früher über den Verband gelaufen, das müssen wir jetzt selbst machen über die Kurkommission, über die Gemeinde. Aber die Bewerbung und die ganzen Geschichten, das bleibt natürlich nach wie vor beim Verband.
- 9** [0:02:14.0] I: Gibt es sonst noch Nachteile, die Sie erwähnen möchten?
- 10** [0:02:16.7] B2: Ja ich meine die Folder und die ortsspezifisch oder die früher in der Kleinregion waren. Diese Druckkosten, die bleiben bei uns. Diese müssen wir selbst machen, der Verband hilft zwar mit oder gibt uns auch die Layouts weiter, die sie noch von früher haben, das schon. Aber die Kosten sind jetzt natürlich bei der Gemeinde, sprich bei der Kurkommission.
- 11** [0:02:42.6] I: Und welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform für Ihre Gemeinde gebracht?
- 12** [0:02:54.1] B2: Herausforderungen? Könnte ich gar nicht so sagen (...)
- 13** [0:03:04.5] I: Okay also nicht wirklich noch etwas Herausforderndes bis jetzt?
- 14** [0:03:06.7] B2: Also wir arbeiten nach wie vor sehr gut zusammen und das funktioniert.
- 15** [0:03:16.0] I: Und welche konkreten Chancen sehen Sie durch die Tourismusstrukturreform für Ihre Gemeinde?
- 16** [0:03:27.8] B2: Naja, es ist sicher die Bewerbung, da hat man mit dem größeren Verband natürlich viel mehr Möglichkeiten. Und auch der

Auftritt kann ein ganz anderer sein. Ganz egal wo und wie auch immer. Weil es einfach find ich einmal sehr gut gemacht wird von der Vorsitzende und vom ganzen Vorstand und auch die Mitarbeiter. Die Mitarbeiter haben auch früher schon alle in den einzelnen Tourismusverbänden gearbeitet. Der Großteil ist ja geblieben und es ist einfach wie soll ich sagen, ja wie nach der Gemeindestrukturreform. Es ist einfach größer und opulenter und man kann ein bisschen mehr machen. Man hat mehr vorzuzeigen.

- 17** [0:04:14.7] I: Ja auf alle Fälle, und in Bezug auf die finanzielle Situation, wie hat sich das für die Gemeinde durch die Tourismusstrukturreform verändert? Einen finanziellen Aspekt haben Sie ja bereits angesprochen, aber gibt es noch weitere Aspekte?
- 18** [0:04:29.9] B2: Ja da gibt es schon sag ich einmal so eine Anschubfinanzierung, nennen Sie es für die Tourismusgemeinden. Das wird nach Nüchternungen berechnet und je größer die Gemeinde, als Tourismusgemeinde in dem Verband wahrgenommen wird, umso mehr bekommt man auch finanzielle Unterstützung. Und das verwenden wir eben für unsere zwei Großveranstaltungen. Da sind wir als Gemeinde gut aufgestellt und das ist für uns in Ordnung.
- 19** [0:05:03.7] I: Fällt Ihnen sonst noch etwas zu dem Punkt finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform ein?
- 20** [0:05:04.9] B2: Nein, ich kann mich nicht beklagen. Ich bin zufrieden.
- 21** [0:05:08.2] I: Okay passt in Ordnung, dann zur nächsten Frage: Wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf das Marketing bzw. auf die Marketingstrategie Ihrer Gemeinde ausgewirkt? Gab es hier Änderungen?
- 22** [0:05:23.0] B2: Im Verband hat es sicher Änderungen gegeben. Es ist ein ganz ein anderer Markenauftritt. Den ich sehr sehr schön finde, muss ich ganz ehrlich sagen. Und wir als Ort, wir haben unser Logo und den Slogan beibehalten. (unv.) Und das Große drüber "Zu schön, um

nicht da zu sein", dieses Logo, das der neue Verband hat und auch mit den Werbeauftritten finde ich echt super.

- 23** [0:06:18.0] I: Und wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Betrieben und Gemeinden des Thermen- und Vulkanland verändert durch die Tourismusstrukturreform?
- 24** [0:06:26.3] B2: Nein wir versuchen gleich gut miteinander zusammenzuarbeiten.
- 25** [0:06:30.6] I: Und bis jetzt funktioniert das einwandfrei?
- 26** [0:06:33.1] B2: Ja das funktioniert. Das ist kein Problem. Ich meine es ist vielleicht nicht so intensiv wie früher. Weil wir uns doch bei den Sitzungen gemeinsam getroffen haben usw., aber es gibt viele übergreifende Veranstaltungen und Dinge, wir besuchen uns gegenseitig. Also das ist nach wie vor ein gutes Einvernehmen.
- 27** [0:06:52.7] I: Okay, und jetzt noch zur Zusammenarbeit zwischen Ihrer Gemeinde und dem Tourismusverband, hat sich da etwas seit der Tourismusstrukturreform geändert?
- 28** [0:07:03.3] B2: Funktioniert hervorragend, wir haben Mitarbeiter bei uns hier im Büro und auch mit den anderen Mitarbeitern und der Vorsitzenden, sowie dem Geschäftsführer. Wir kennen uns ja auch von früher. Also da gibt es gar kein Problem bei der Zusammenarbeit.
- 29** [0:07:19.2] I: Und dann zur Frage: Welche konkreten Schritte würden Sie sich in Bezug auf die Tourismusstrukturreform vom Tourismusverband wünschen? Haben Sie hier vielleicht irgendwelche Wünsche oder Anregungen, was man vielleicht noch optimieren könnte?
- 30** [0:07:32.4] B2: Könnte ich jetzt im Moment nicht sagen. Ich finde sie haben in der kurzen Zeit den neuen Verband so gut auf die Beine gestellt. Das ist für mich der Wahnsinn, muss ich wirklich sagen. Und ich glaube das unsere Region mit dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland eine Vorzeigerolle hat. Weil in der Zeit das so zu schaffen,

so präzise und so organisiert und strukturiert. Das finde ich echt super. Ja also ich kann da gar nichts sagen. Man kann immer besser, sie arbeiten ja auch ständig daran, aber sie machen das echt hervorragend. Das verdient große Hochachtung, das muss ich wirklich sagen.

- 31** [0:09:24.2] I: Dann kommen wir nun schon zur abschließenden Frage: Gibt es noch irgendwas was Sie zu diesem Thema erwähnen möchten. Irgendwelche Anregungen?
- 32** [0:09:26.6] B2: Nein ich wünsche mir einfach dass der Tourismusverband so gut weiter arbeitet. Dass es für unsere Region touristisch natürlich aufwärts geht. Das da noch mehr kommt, weil wir haben, noch Platz sage ich einmal. Wir sind immer noch ein Geheimtipp, weil von dem was wir anbieten können, vertragen wir noch mehr an Tourismus. Aber das macht der Tourismusverband auch gut und auch die Gemeinden, gewisse Gemeinden. Wir legen sehr viel Wert auf Qualität, und auf Quantität. Obwohl wir mehr Quantität auch noch haben könnten. Und das wünsche ich mir einfach, dass wir das Beibehalten. Dass das alles immer Stil hat und dass das einfach schön ist. (...) Dass die Gäste sich bei uns wohlfühlen. Und dann passt das alles.
- 33** [0:10:16.6] I: Okay passt dann vielen Dank für die ausführliche Beantwortung und dass Sie sich die Zeit genommen haben.
- 34** [0:10:23.6] B2: Ja bitte gerne.
- 35** [0:10:29.3] - [0:14:12.4] Verabschiedung nicht relevant für das Interview

Interview mit befragter Person 3

Interviewer:	I
Befragte Person 3:	B3
Bereich:	Privatzimmervermietung/ Apartmentvermietung im TVL
Datum des Interviews:	12.06.2023
Dauer des Interviews	28 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview nehmen. Vorab nochmal die Information: das Interview ist völlig anonym und die Daten werden nur zur Transkription aufgezeichnet und werden anschließend anonymisiert in der Masterarbeit verwendet. Starten wir gleich mit der ersten Frage: Welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen?

- 2 [0:00:23.7] B3: Ich kann erkennen, dass es einen guten einheitlichen Internetauftritt gibt. Also das ist jetzt auch auf die Steiermark bezogen. Es gibt einen Steiermark Auftritt und dann gibt es den Unterordnungen der einzelnen Erlebnisregionen. Also die haben jetzt zumindest einen einheitlichen Auftritt und auch relativ gut strukturiert. Also wenn der Gast jetzt zum Beispiel auf Steiermark.com sucht, dann hat er einmal eine gute Übersicht über die Regionen der Steiermark. Und kann sich somit auch zum Beispiel unsere Region das Thermen- und Vulkanland Steiermark aussuchen. Was noch auffällt oder was natürlich gut ist, dass es jetzt die zwei Regionen, die wir gehabt haben. Also das Thermenland auf der einen Seite und das Vulkanland auf der anderen Seite, das sich aber ziemlich mit dem gleichen Gebiet abdeckt. Dass das jetzt unter einem Namen vermarktet wird. Und dass jetzt hoffentlich alle auch an einem Strang ziehen. Das fällt einmal auf. Was aufgefallen ist natürlich, das ganze Presseecho danach. Also wie sich diese Erlebnisregionen zusammengesetzt haben. Das ganze Presseecho

von oben vom Land Steiermark runter bis in die Regionen. Dass hier relativ viel darüber geschrieben wurde. Ja das war es im Prinzip.

- 3 [0:02:03.1] I: Okay in Ordnung. Und in welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform jetzt genau auf Ihren Betrieb aus?
- 4 [0:02:08.9] B3: Auf meinen Betrieb wirkt es sich so aus, dass ich dadurch für meinen Betrieb bessere Chancen sehe. Dass ich dort gut mit vermarktet werde. Das ist jetzt natürlich wir hier im Ort. Wir haben einen kleinen Tourismusverein gehabt. Der aber eigentlich von der Gemeinde mitgeführt wurde. Also wir haben eigentlich kein Tourismusbüro gehabt. Das ist bei den Gemeindearbeiten mitgegangen und dann ein bisschen was zum Tourismus. Es ist eigentlich keine Werbung oder Marketing von unserem Tourismusverein ist sowieso in dem Sinn nicht gemacht worden. Außer dass es halt eine Homepage gegeben hat, aber das war auch nur eine Landingpage auf der Gemeindewebsite sozusagen. Und ja ich sage jetzt geändert hat sich insofern nicht viel, sondern was ich mir einfach erwarte, dass ich jetzt als kleiner Betrieb in einer vorher kaum Tourismusgemeinde, also gut mit vermarktet werde.
- 5 [0:03:20.3] I: Dann zur nächsten Frage weiter: In welchen Bereichen sehen Sie Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb?
- 6 [0:03:26.1] B3: Naja also ich sehe schon einen wesentlichen Vorteil. Weil wenn man sagt, man will, ja auch verstärkt im Ausland auch Werbung machen. Bis jetzt war diese Region oder ist sie hauptsächlich bei den Österreichern bekannt oder es kommen sicher wahrscheinlich 70% Österreicher in diese Region, nimm ich jetzt mal an. Und gerade ein kleiner Bruchteil, der eben dann an deutschen oder Schweizer Gästen und ich weiß nicht aus wem noch besteht. Und für diesen Bruchteil, also wenn man jetzt eine größere Region ist, sich als größere Region vermarkten und positionieren kann, dann wird man viel eher wahrgenommen. Als wie, wenn sich jetzt zum Beispiel nur Orte wie Bad Loipersdorf, Fehring, Bad Gleichenberg präsentiert. Das sind kleine

Punkte hier in der Region. Und wenn ich jetzt hernehme, da sitzt vielleicht jemand in Stuttgart und schaut einmal wo das ca. ist, will ich dort überhaupt hinfahren. Einfach, dass man einmal die Schlagkraft der Region einfach auch erhöht. Also, dass sich einfach eine größere Region vermarktet mit den ganzen Vorzügen und Vorteilen, die wir dann eben haben. Wir haben ein großes Angebot hier, also wirklich ein großes Angebot für den Ganzjahrestourismus. Und diese Vorteile sehe ich jetzt einmal. Und dann Vorteile sehe ich auch noch darin, dass sie gut ausgebildete Mitarbeiter haben. Also so wie es bei uns war hat es damals eine Gemeindekraft mitgemacht. In ihrem Rahmen hat das gepasst, aber jetzt in der großen Erlebnisregion hat man einfach gut ausgebildete Mitarbeiter, die für den Tourismus arbeiten und auch für die Betriebe arbeiten. Dann was noch ein Vorteil ist, sie haben jetzt wirklich ein gutes informatives Prospektmaterial aufgelegt. Also das zieht sich von Radfahrkarten über Wanderkarten bis hin zu kulinarischen Karten, die immer wieder kommen. Und ich sage ich kann jetzt in ein Tourismusbüro fahren entweder ins Thermenland oder nach Feldbach und kann mir für meinen kleinen Betrieb diese ganze Prospektpalette einmal für eine Saison oder für die nächsten Monate mitnehmen. Also ich muss nicht, so wie es früher war bei unserem Tourismusverein, der hat ja auch kaum Prospekte gehabt. Da habe ich immer schauen müssen in der Region rundherum mir das immer alles zusammensuchen, damit der Gast möglichst viele Informationen dann hat. Vorteil sehe ich auch, naja die können sich jetzt natürlich auch auf Messen besser präsentieren. Früher ist halt jeder Tourismusverein (also wir waren kaum auf einer Messe, weil wir viel zu klein waren), also jeder Tourismusverein ist nebeneinander gestanden als Konkurrenz. Und so kann man jetzt unter einem Schirm sozusagen, unterem Thermen- und Vulkanland kann man die ganze Region präsentieren.

- 7 [0:06:51.4] I: Okay ja auf alle Fälle, dann in welchen Bereichen sehen Sie jetzt auch Nachteile durch die Tourismusstrukturreform für ihren Betrieb?

- 8 [0:06:59.1] B3: Ja Nachteile sehe ich, dass der Informationsfluss schlechter geworden ist. Weil früher war es da haben wir zumindest eine Jahreshauptversammlung gehabt vom Tourismusverein und da hast du alle möglichen Informationen bekommen. Und vielleicht dann noch eine Sitzung oder so etwas. Da sind die Informationen weitertransportiert worden. Bzw. es wird jetzt alles auf das Große, auf das TVL abgeschoben. Also wenn du was brauchst, dann musst du dich dorthin wenden so zu sagen. Nur als einzelner wendest du dich nicht dorthin. Es fehlt dann auch so wie bei uns jetzt, also du hast jetzt keine Gruppe mehr, keine Gruppenzugehörigkeit mehr. Zumindest wenn man solche Sitzungen gehabt hat, man hat Denkanstöße bekommen, was fehlt. Man hat da keinen Überblick mehr, werden die Wanderwege jetzt betreut. Sind die ausgeschildert, keine Ahnung, ob die Gemeinde das jetzt macht, oder wer macht das jetzt. Wer kümmert sich jetzt? Es braucht ja trotzdem jede Gemeinde einen Folder, das braucht man trotzdem auch. Wir haben einen, wo Wanderwege, Buschenschänken und das alles eingezeichnet ist. Bei uns ist zumindest jemand der sich darum kümmert. Wir haben diese Folder, diese Buschenschankführer, aber man kann sich jetzt als einzelner schwer einbringen in dieses ganze Gefüge. Das ist früher einfacher gegangen in dem du einfach deine Tourismussitzungen gehabt hast und du dort deinen Anliegen eingebracht hast. Das ist jetzt, bei diesem Großen funktioniert das irgendwie nicht, weil die kleinen fahren jetzt nicht nach Fürstenfeld ins Büro und sagen das hätten wir gerne. Ich weiß nicht, da müsste man vielleicht wieder in jeder Gemeinde trotzdem eine Gruppe schaffen oder zumindest ein bisschen ein Erfahrungs- und Informationsaustausch. Das ist ein Nachteil, dann ist es das gleiche was oft den Anschein hat, es wandert ja das Geld in diesen großen Topf hinein. Also wir in der Gemeinde haben sowieso nicht viel gehabt. Aber bisschen was war trotzdem hier und mit dem Geld hat man bisschen was machen können. Wie funktioniert das jetzt? Wer übernimmt jetzt die Gemeinde zum Beispiel? Man braucht ja eine

gewisse Infrastruktur vor Ort. Wer übernimmt jetzt die Wanderwegbetreuung und die Ausschilderung? Das ist ja immer wieder mit Kosten verbunden oder wenn man irgendwas macht, Veranstaltungen im Tourismus. Wie funktioniert da jetzt die Finanzierung? Also das, ich weiß zwar schon, dass man Projekte dann einreichen kann und eventuell dort dann Geld bekommt, aber das war früher übersichtlicher. Weil du hast, gewusst zum Beispiel du hast 10.000€ zur Verfügung. Und mit den 10.000€ können wir was machen und jetzt hat man im Prinzip nichts mehr und muss schauen zahlt die Gemeinde irgendwas oder zahlt der Verband was. Das ist jetzt schwieriger geworden. Genau, die zwei Sachen sind es im Prinzip.

- 9** [0:10:28.7] I: Okay ja dann zu meiner nächsten Frage: Welche konkreten Herausforderungen hat die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb mit sich gebracht?
- 10** [0:10:38.9] B3: Naja, die Herausforderung ist schon auch, dass man dann auch zu den ganzen Informationen kommt. Also was macht der große Verband jetzt? Wo kann ich mich als kleiner Betrieb beteiligen? Wo kann ich da mitmachen? Welche Schwerpunkte sind gesetzt? Also es gibt schon teilweise Newsletter. Ja Newsletter für die Gäste, ich weiß nicht gibt es hier auch Newsletter für die Betriebe. Damit ich auch zu den Informationen komme. Da fehlt dann vielleicht bisschen dieser Informationsfluss. Ich meine das kann vielleicht auch eine Holschuld sein, aber ja wäre eventuell nett, wenn regelmäßige Infos kommen. Weil die bekommen vielleicht die Gemeinden, aber die geben sie dann vielleicht nicht weiter. Es gibt ja wahrscheinlich pro Gemeinde einen Ansprechpartner. Oder schicken sie das an alle Gemeinden als Info, das kann schon sein. Aber die geben das dann nicht weiter an die kleinen Betriebe. Also man liest dann irgendwann in der Zeitung wieder etwas. Das und das wird gemacht, aber man hat halt dann nicht so den Überblick. Das sind im Prinzip die Herausforderungen. (...) Was ist noch herausfordernd? (...) Nein fällt mir dazu jetzt nichts mehr ein.

- 11** [0:12:14.4] I: In Ordnung, und jetzt zur Gegenfrage: Welche konkreten Chancen haben sich jetzt mit der Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb ergeben?
- 12** [0:12:24.3] B3: Naja die Chancen das habe ich vorher schon kurz angeschnitten, dass die größere Region jetzt einfach schlagkräftig wird. Zum Beispiel auch in Deutschland vermarktet wird und auch wahrgenommen wird. Ich meine Deutschland, das merke ich von unseren Gästen, die kennen die Steiermark nur von Schladming vom Schi fahren und dann bis Graz und die Region unten ist dann ja teilweise unbekannt. Dann glauben sie da ist dann e schon Slowenien und Ungarn. Das ist im Prinzip, wenn sie mal in Graz beruflich waren und dann noch bisschen hinaus kommen zu den Buschenschänken oder wenn sie Verwandte und Bekannte in der Umgebung haben. Die kann man dann eher locken. Also jetzt viele neue Gäste ist teilweise schwierig, weil sie die Region nicht so kennen. Durch den Zusammenschluss kann das Thermen- und Vulkanland Steiermark mit den Angeboten, wie die unterschiedlichen Ausflugsziele, die Thermen, das Rad fahren, die Buschenschänken oder die Genuss Card Betriebe, als ganzjährige Destination auftreten. Also das man mit diesem Angebot, dass man eine gute Werbung also z.B. auch in Deutschland und anderen Ländern macht. Damit die Gäste aufmerksam darauf werden. Weil die Gäste, die von weiter wegkommen, die bleiben bekanntlich auch länger. Das erwarte ich mir und dann natürlich auch durch die Digitalisierung einen guten Marketingauftritt. Und dass man die ganzen Chancen nutzt. Jetzt Social Media und das ganze wie Instagram, dass man auch die jüngere Generation ansprechen kann. Also auch für diese ist die Region relativ interessant.
- 13** [0:14:22.9] I: Okay, und wie hat sich die finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform für Sie als kleiner Betrieb verändert?
- 14** [0:14:35.3] B3: Ist das jetzt auf den Umsatz bezogen oder auf was genau?

- 15** [0:14:40.0] I: Ja also die Frage ist allgemein gemeint. Generell alles, was mit Geld zu tun hat? Hat es irgendwelche Änderungen gegeben?
- 16** [0:14:49.0] B3: Finanziell? Die Nächtigungsabgabe ist erhöht worden. Aber das ist ja eigentlich Landessache. Hängt aber sicher mit der Tourismusstrukturreform zusammen. Das mehr Geld hereinkommt, aber das muss sowieso jeder Gast schlucken. Das ist ja eigentlich nicht mein Kaffee sag ich mal. Weil die wird sowieso extra ausgewiesen, die Nächtigungsabgabe. Sonst habe ich eigentlich keinen finanziellen Nachteil oder Vorteil gehabt. Sonst haben wir auch nichts einbezahlt und auch finanziell nichts zurückbekommen.
- 17** [0:15:35.8] I: Okay in Ordnung, zur nächsten Frage: Wie sich die Tourismusstrukturreform auf Ihre Marketingaktivitäten des Betriebes ausgewirkt? Hat es hier Veränderungen bzw. Auswirkungen gegeben?
- 18** [0:15:48.2] B3: Marketingaktivitäten? Was habe ich als kleiner Betrieb? Ich habe meine Homepage, ich habe Instagram und Facebook. Naja da gibt es schon Auswirkungen. Gerade auf Instagram und Facebook mit diesen Likes sozusagen. Weil das machen meine Töchter, aber wenn man vom Betrieb irgendetwas postet. Und dann repostet dass das TVL z.B. Die sind da relativ aktiv. Oder wenn man das TVL mitmarkiert, oder so. Da kommt dann schon einiges zurück. Also das ist dann schon wieder gut, wenn Posts vom Betrieb gemacht werden und dass die dann geteilt werden. Also das habe ich dann im Prinzip gemerkt. Sonst von den Marketingaktivitäten, hat man die Vernetzung der Homepage. Man ist dann eben auch auf feratel. Und man hat wahrscheinlich einige Beteiligungsmöglichkeiten im TVL. Aber die sind dann für so kleine Betriebe wie für uns oft nicht interessant, weil sie einfach zu teuer sind. (...) Und im Prinzip fällt mir nur das positive über Instagram und Facebook ein. Dieses markieren und reposten und dass wir halt gut auf Steiermark.com vertreten sind. Also einfach durch diesen einheitlichen schönen Internetauftritt.

- 19** [0:17:31.1] I: Okay dann weiter zur nächsten Frage: Wie hat sich die Zusammenarbeit mit Gemeinden und anderen Betrieben der Region seit der Tourismusstrukturreform verändert?
- 20** [0:17:42.5] B3: Naja, dass wir jetzt einfach keinen Kontakt mehr haben. Ja es ist wirklich so. Also ich meine, wenn man sich nicht zufällig wo sieht trifft man sich nicht mehr. Also wir haben keinen Erfahrungsaustausch mehr, keine Gruppenzusammenkünfte mehr, usw. Es arbeitet einfach jeder für sich. Das ist vielleicht in anderen Gemeinden anders, die früher schon schlagkräftigen Tourismusverband gehabt haben. Da kümmert sich vielleicht noch wer, dass man die Vermieter ab und zu zusammenbringt und auch die Direktvermarkter zusammenholt. Aber des passiert bei uns jetzt eigentlich überhaupt nicht. Jetzt arbeitest du einfach so für dich dahin und schaust welche Vorteile ich jetzt durch diese große Strukturreform an Infomaterial usw. bekommen kann. Auch, dass ich dort gut positioniert bin. Aber ich habe eigentlich kaum noch Kontakt zu irgendwelchen anderen Vermietern bzw. zu der Gemeinde.
- 21** [0:18:48.3] I: Okay ja das ist eigentlich wirklich schade.
- 22** [0:18:50.8] B3: Ja das ist echt schade, weil man weiß auch gar nicht was die anderen alle so machen. Oder was da so passiert oder du weißt auch gar nicht mehr genau, was in der eigenen Gemeinde so passiert. Man weiß von Veranstaltungen usw. aber wie es jetzt anderen Vermieter geht oder ab und zu, dass man mal einen Gast vermittelt, wenn man nichts mehr frei hat. Dass man dann sagt, frag bei dem nach frag bei dem nach. Aber es fehlt schon so dieser Erfahrungsaustausch, diese Kleingruppen im Prinzip.
- 23** [0:19:24.2] I: Dann, wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband für Sie als Betrieb durch die Strukturreform verändert?
- 24** [0:19:33.3] B3: Naja diese Zusammenarbeit ist dann schon enger geworden, weil sie diesen Veranstaltungskalender immer wieder

ausschicken. Also da ist man im Verteiler drinnen, man bekommt über die ganze Region den Veranstaltungskalender. Dass man weiß, was so in der Region los ist und das eben auch den Gästen weitergeben kann. Man ist vielleicht öfter mal in diesem großen Tourismusbüro, weil man sich das Prospektmaterial dann holt und kann dort ein paar Worte wechseln. Und was sich noch verändert hat, sie haben ja auch diesen Tourismuscoach eingeführt oder jetzt haben es glaube ich schon mehrere. Das finde ich ist eine klasse Geschichte, weil die ja eben auch zu den Betrieben fährt. Bei uns war eine Dame und wir haben das dann aber auch gleich so verbunden, weil ich ja auch bei Urlaub am Bauernhof in der Region dabei bin. Da funktioniert der Informationsfluss gut, also wir haben zweimal im Jahr unsere Gruppentreffen. Da war dieser Tourismuscoach eingeladen und hat uns dann informiert, also dass die Informationen weitergegeben werden. Welche Aktivitäten werden gesetzt, welches Prospektmaterial gibt es. Und was ist zu beachten auf der Homepage und bezüglich feratel. Also ich glaube sie sind sehr bemüht und man hätte auch eine große Hilfestellung, auch wenn man was braucht.

- 25** [0:21:15.3] I: Okay super, gibt es noch konkrete Schritte, die Sie sich jetzt vom Tourismusverband in Bezug auf die Tourismusstrukturreform wünschen würden?
- 26** [0:21:27.3] B3: Konkrete Schritte würde ich mir wünschen, dass einfach dieses feratel, diese Homepage besser funktioniert. Man kann sich zwar gut dort darstellen, die Verbindung von der eigenen Homepage zu feratel funktioniert auch gut, also die Verknüpfung zu steiermark.com. Aber ich habe so das Gefühl, dass da nichts kommt. Also irgendwie kann ich mir das nicht vorstellen, weil ich glaube, dass viele Gäste ins TVL möchten und dann auch anfragen. Also ich würde mir wünschen, dass es so eine Art, das hat es ganz früher mal gegeben, so eine Art Anfrageassistenten gibt. Dass der Gast auch selbst Anfragen stellen kann. Wir haben das z.B. bei Urlaub am Bauernhof, da kann der Gast selbst eine Anfrage stellen. Und das wäre hier auch, der könnte

reinstellen ich möchte jetzt 10 Angebote haben oder max. 20 vom TVL. Er will z.B. auf einen Bauernhof oder er will auf einen Weinhof oder in ein Thermenhotel. Diese Auswahl könnte er dann z.B. anklicken und dann müsste das in dem System drinnen stehen, das ich die Möglichkeit hätte diese Anfragen zu entnehmen. Der würde schon gerne buchen, ich weiß nicht buchen die dann immer direkt bei den Betrieben. Kann aber auch nicht sein, weil ich bekomme über feratel fast keine Buchung. Das sehe ich ja, weil es läuft viel über booking.com oder Urlaub am Bauernhof. Aber sonst würde man ja sehen Buchung über feratel oder Anfrage. Es sind auch eigentlich keine Anfragen, also hier weiß ich nicht. Also das müsste meiner Meinung nach gut verbessert werden. Weil es ist schon jeder im Internet unterwegs und sucht sich oder bucht eigentlich dort den Urlaub. Die Wenigsten rufen irgendwie an oder so. Da würde ich mir wünschen, dass einfach mehr passieren würde. Dass der Gast, wenn er Interesse für die Region hat, dass er schneller dann zum Betrieb kommt oder der einzelne Betrieb auch die Möglichkeit hat diese Anfragen zu bekommen und diese selbst zu bearbeiten. Das würde ich mir wünschen. Naja, und dann zu schauen, dass man doch so unter dem Jahr, diese Erfahrungsaustauschgruppen installiert. Also wenn jetzt von der Gemeinde selbst nichts kommt, dass man den Anstoß dafür gibt. Dass man schaut, dass man ein paar Gemeinden z.B. zusammenfasst. Also wir haben jetzt auch, irgendwie habe ich mitbekommen, dass die Nachbargemeinde, also Unterlamm ist Wanderdorf geworden. Und da müsste man schauen, aha Wanderdorf da würden vielleicht andere auch noch irgendwie dazu. Dass man vielleicht großflächig ein paar Gemeinden zusammenholt und da einmal oder zweimal im Jahr einen Erfahrungsaustausch macht. Und es kommt ein Tourismuscoach oder die Vorsitzende vom Tourismusverband oder der Geschäftsführer. Und informiert die Betriebe einmal alle, was so passiert und die haben dann das Prospektmaterial mit und dies und jenes. Es fehlt da einfach ein bisschen diese Gruppenzusammenkunft und der Erfahrungsaustausch untereinander und der Informationsfluss

von oben. Weil nur mit einer Generalversammlung im Jahr, da gehen ja auch nicht alle hin, wo ein bisschen was transportiert wird. Das würde ich mir wünschen, wenn das von oben vom großen Verband ein bisschen gesteuert wird. Weil es machen sicher manche Gemeinden, wie gesagt, die früher schon stark waren oder wo sich ein paar dahinter klemmen. Aber ich sage gerade so kleine Gemeinden, da kümmert sich keiner mehr darum. Also die verweisen dann und da muss dann jeder schauen, dass er selber wieder weiterkommt.

27 [0:25:39.0] I: Ja, das sind auf jeden Fall gute Verbesserungsansätze. Dann noch zur letzten Frage: Gibt es jetzt von Ihrer Seite noch abschließend etwas, was Sie zu dem ganzen Thema erwähnen möchten?

28 [0:25:48.3] B3: Ich sage jetzt mal diese kurze Zusammenfassung für uns als kleiner Betrieb in einer kleinen Tourismusgemeinde, es ist eigentlich nur ein Vorteil. Dass wir unter dieser großen und schlagkräftigen Region eben mit dabei sind und mit vermarktet werden. Und was ich noch einmal hervorheben muss, dass es ganz super ist dass man das geschafft hat dieses Thermen- und Vulkanland zusammenzulegen. Weil früher sind wir immer ein zwischen zwei Stühlen gesessen. Auf der einen Seite sind wir selbst Bauern und haben Produkte zum vermarkten und waren Mitglied beim Vulkanland. Auf der anderen Seite sind touristisch aber auch unter dem Thermenland natürlich mit vermarktet geworden. War nicht immer ganz einfach das den Gästen zu erklären. Warum gibt es das und das und warum ist das nicht eines. Das ist wurde jetzt zusammengeführt und es ziehen jetzt hoffentlich alle an einem Strang. Also das find ich ganz super und ja, dass man einfach gut für die Region arbeitet. Und schaut, dass man unsere Region ganzjährig als Ganzjahresdestination vermarktet. Also auch im Winter als Alternative zum Schi fahren, bei uns ist es ja eher Schneearm, da ist ja auch das Winterwandern natürlich ein großes Thema. Und im Sommer das Rad fahren und die

ganze Kulinarik. Dass man das alles ganzjährig gut vermarkten kann.
Genau.

- 29** [0:27:34.1] I: Ja dann bedanke ich mich nochmal, dass Sie sich die Zeit genommen haben und für die ausführlichen Antworten.
- 30** [0:27:38.2] B3: Ja, gerne.
- 31** [0:27:39.1] I: Und für die Antworten aus Ihrer sehr spannenden Perspektive. Dankeschön.

Interview mit befragter Person 4

Interviewer:	I
Befragte Person 4:	B4
Bereich:	Vertreter:in eines Hotels im TVL
Datum des Interviews:	19.06.2023
Dauer des Interviews	17 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Okay also danke, dass Sie sich die Zeit für das Interview nehmen. Vorab noch die Information, dass Interview völlig anonym und die Daten werden dann in der Masterarbeit anonymisiert verwendet. Dann starten wir gleich mit der ersten Frage: Welche konkreten Veränderungen konnten sie durch die Tourismusstrukturreform wahrnehmen?
- 2 [0:00:20.0] B4: Naja, es ist alles, wie gesagt, wir sind ja ein starker Tourismus Ort mit Loipersdorf und ich bin der Meinung, dass wir als Loipersdorf also schon (...) zumindest auf dem österreichischen Markt die Größe haben, dass wir alleine auftreten. Wir haben also auch schon davor neben dem Tourismusverband eine eigene Interessengemeinschaft gehabt. Das ist die IG, die sich in Loipersdorf so nennt, wo also die Betriebe freiwillig in einen Topf einbezahlt haben, und das ist von der Therme entsprechend auch verwaltet worden und damit sind Marketingaktivitäten gemacht worden. Aber so der Tourismusverband wie er früher war, ist einfach Mittellos gestellt. Und wir haben Diskussionen in der Gemeinde geführt, dass man sozusagen ein fixes Budget im Rahmen des Gemeinde Budgets reservieren. Es gibt einen Bereich, der sich Kultur und Tourismus Ausschuss nennt. Das haben wir jetzt umgedreht auf Tourismus und Kulturausschuss. Weil der Tourismus einfach der Stärkere ist. Und hier ist unser ehemaliger Mitarbeiter, der beim Tourismusverband tätig war, ist im Gemeinderat und hat diesen Bereich übernommen. Also das heißt, das war Aufgabe von jeder Gemeinde, dass man sich mit dieser neuen

Situation auseinandersetzt. Diesen Tourismusverband gibt es jetzt nicht mehr. Jetzt hast du schauen müssen, dass du irgendetwas anderes ins Leben ruft, weil sonst sonst sterben diese ganzen Veranstaltungen im Ort. Es muss sich einer darum kümmern, dass irgendwo dieses Maibaum aufstellen passiert. Und so weiter. Und das geht nach wie vor nur im örtlichen im Bereich.

- 3 [0:02:22.9] B4: Ich bin ja schon lange im Tourismus. Ich komme aus einer Zeit, wo es noch die Fremdenverkehrsvereine gegeben hat. Die haben sich damals Fremdenverkehrs und Verschönerungsvereine genannt. Und damals war sehr, sehr viel auf freiwilliger Basis, also die Damen aus dem Ort unten haben sich um die Blumen gekümmert, die Blumen gegossen. Wie dann das Tourismus Gesetz gekommen ist und wie dann auch mehr Geld da war, hat sich diese Freiwilligkeit total aufgehört. Weil die haben dann gesagt, es ist viel Geld hier, dann stellt jemanden dafür an. Und das Gleiche sehe ich jetzt, dass wieder eine Stufe einfach drüber gegangen ist. Dass sehr viele, ich muss mich hier auch ein bisschen mithineinnehmen, ich war sehr aktiv im heimischen Tourismusverband und jetzt im Rahmen des Thermen- und Vulkanland kümmere ich mich jetzt gar nicht mehr.
- 4 [0:03:31.1] B4: Also ich bin zu einer Informationsveranstaltung gegangen, und dort waren auch viele neue Geschichten für mich dabei. Aber ich bin jetzt nicht sehr aktiv dabei. Also das ganze ist irgendwie sehr zentral. In 11 Regionen haben wir, glaube ich. Wenn es darum geht, die Steiermark im gesamten irgendwo zu vermarkten, du gehst nach München usw. und du versuchst irgendwie die Steiermark zu präsentieren hat das sicher Sinn. Da braucht man als Bad Loipersdorf oder Bad Waltersdorf nicht hinaus gehen und ja auch als Thermenland ja. Aber natürlich je weiter weg, umso größere Einheiten. Aber in Österreich haben wir von der Bekanntheit sowohl Bad Loipersdorf, Bad Waltersdorf oder Bad Radkersburg, diesen Ruf, diese Kraft, dass man sagt, man macht das irgendwie als Ort selber. Ja, aber wie gesagt, die Entscheidung ist gefallen und das Geld, das wandert dorthin. Die

Bürgermeister, ich glaube es sind 33 Bürgermeister. Die müssen schauen auch einen gerechten Verteilungsschlüssel für ihre Gemeinde zu bekommen. Dass hier auch entsprechend wieder etwas rückfließt. Ich habe jetzt nicht nur konkret auf diese Frage geantwortet, sondern einfach.

- 5 [0:04:58.0] I: Ja das passt, das war einfach einmal der allgemeine Überblick.
- 6 [0:05:01.2] B4: Ja genau, einfach mal ein allgemeiner Überblick.
- 7 [0:05:03.9] I: Ja passt, super. Dann gleich zur nächsten Frage. In welcher Form wirkt sich jetzt die Tourismusstrukturreform auf Ihren Betrieb aus?
- 8 [0:05:10.1] B4: Wir haben das Glück, eben aufgrund unserer Größe, dass das Büro in der in der Therme, das früher dem Tourismusverband Loipersdorf gehört hat, jetzt nach wie vor aufrecht geblieben ist. Es ist die Mitarbeiterin geblieben und dadurch gibt es in der Zusammenarbeit sozusagen keine großen Veränderungen für uns. Es passiert zwar nichts aktives, aber das laufende Geschäft, das wird so abgewickelt. Und das passt so.
- 9 I: [0:05:47.2] Dann, in welchen Bereichen sehen Sie die Vorteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb?
- 10 [0:05:51.7] B4: Der einzige Vorteil, den ich sehe, dass die Einheit größer ist, dass das Geld gebündelt wird. Und dass wir in weiter entfernten Märkten sozusagen einen gemeinsamen Auftritt haben. Ja, das sehe ich als einzigen Vorteil, aber wirklich nur in entfernten Märkten.
- 11 [0:06:16.5] I: Okay, passt. Dann zur Gegenfrage in welchen Bereichen sehen Sie jetzt die konkreten Nachteile für Ihren Betrieb durch die Tourismusstrukturreform?
- 12 [0:06:27.9] B4: Ja ich würde es eher so beantworten, wenn es die Gemeinden jetzt nicht geschafft haben irgendwelche Ersatz-

Tourismusverbände ins Leben zu rufen, dann bleiben die auf der Strecke. Dann wird immer weniger und weniger im Ort passieren und das ist ja auch sehr viel in Richtung Infrastruktur, wer kümmert sich um die Wanderwege und so weiter also das bleibt bei der Gemeinde hängen. Und wenn du da niemanden hast, der sich darum kümmert. Das geht einfach nicht. Das braucht es einfach dazu.

- 13** [0:07:04.5] I: Ja, dann gleich zur nächsten Frage, welche konkreten Herausforderungen bzw. herausfordernden Situationen haben Sie jetzt für Ihren Betrieb ergeben, seit der Tourismusstrukturreform?
- 14** [0:07:19.4] B4: So Herausforderungen sind natürlich, dass der Bürgermeister schauen muss, dass er einen gewissen Geldfluss retour gibt. Ja, dass dieser Schlüssel irgendwo gerecht aufgeteilt ist. Es soll nicht sein, der der lauter schreit bekommt mehr, sondern dass hier einfach aufgrund der eingezahlten Summen ein Rückfluss an die Gemeinde passiert. Die Gefahr ist natürlich, wenn das nicht passiert, dass viele Dinge, die in den letzten Jahren gut gelaufen sind, zum Beispiel in Loipersdorf, gibt es den Buschenschank Lauf. Das ist ein Halbmarathon, der vor Corona mit fast 1000 Leuten war. Dass diese Dinge dann nicht mehr passieren, weil da brauchst du einfach Geld, damit das ganze ins Laufen gebracht wird. Und es braucht die Leute die das organisieren, die müssen auch bezahlt werden.
- 15** [0:08:22.6] I: Ja klar, dann zur Frage, welche konkreten Chancen haben sich jetzt durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb ergeben?
- 16** [0:08:30.2] B4: Ja die einzige Chance ist wiederum, wie vorher schon erwähnt, die Bewerbung der Region auf entfernteren Märkten. Ja, natürlich ist uns auch klar im Thermenland haben wir 95% Österreicher, also der Anteil des Inlandsmarktes ist sehr hoch, dass wir hier schon in Zukunft was brauchen werden. Einzig und allein Blumau aufgrund von Kulturtourismus ist vielleicht ein bisschen höher, internationaler. Aber sonst sind wir sehr ostösterreichlastig mit Wien, Niederösterreich,

Steiermark und auch ein paar von Kärnten. Der Westen ist uns ja auch schon weggebrochen die letzten Jahre, weil natürlich der Tiroler oder Vorarlberger in Richtung Kurzurlaub. Und du fährst einfach von Tirol inzwischen fünf einhalb Stunden, von Innsbruck und für zwei bis drei Tage ist das zu viel. Die Anreise ist einfach zu viel. Und sehr viel hat uns der oberösterreichische Markt abgefangen, der mit Thermen auch gut aufgestellt ist, mit Bad Schallerbach, Geinberg usw.

- 17** [0:09:36.1] I: Ja, dann gleich zur nächsten Frage. Wie hat sich jetzt für Ihren Betrieb die finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform verändert? Hat es hier irgendwelche Veränderungen geben?
- 18** [0:09:47.3] B4: Es gibt ja jetzt einerseits, wie schon gesagt bei der Gemeinde diesen Tourismus und Kulturausschuss, der vom Gemeindebudget gefüttert wird. Dann sind wir ja seit 1.1.2020 auch Kurort, also das heißt es gibt die Kurkommission, wo auch ein Geld drinnen ist. Dann gibt es diesen speziellen Fall in Loipersdorf, diese Interessengemeinschaft, wo also auch pro Nächtigung einbezahlt wird. Und wie gesagt aus dieser Summe werden diese Dinge finanziert.
- 19** [0:10:32.4] I: Okay, und wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten bzw. die Marketingstrategie Ihres Betriebes ausgewirkt. Gab es hier Veränderungen?
- 20** [0:10:44.3] B4: Marketing machen wir für unseren Betrieb selbst. Egal ob der Tourismusverband Loipersdorf ist oder die große Region. Für den eigenen Betrieb bist du sowieso selbst verantwortlich. In der Gemeinde wird zwar viel über diese IG finanziert mit der Therme gemeinsam, die Therme ist natürlich unser Zugpferd. Marketingmäßig von Seiten der Gemeinde passiert gar nichts. Also die Gemeinde hat eher diesen Part übernommen, der Infrastrukturpflege und vielleicht diese örtlichen Feste entsprechend auch zu unterstützen. Wenn z.B. die Feuerwehr ein Fest hat oder wenn die Musikkapelle eine Veranstaltung hat. Aber marketingmäßig von der Gemeinde gar nicht und das sehe ich dort auch nicht angesiedelt.

- 21** [0:11:43.8] I: Dann weiter zur nächsten Frage. Inwieweit hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden oder Betrieben der Region seit der Tourismusstrukturreform verändert.
- 22** [0:11:57.7] B4: Wir haben früher einen 4-Dreier Verband gehabt, also das heißt, es war Loipersdorf die Geschäftsstelle und dann hat sich Unterlamm angeschlossen an Loipersdorf und die Jennersdorfer sozusagen freiwillig. Also dieser 4-Dreier ist ja nie über die Grenze Steiermark hinausgegangen und das ist jetzt weg. Also da sind wir alle in diesem großen Verband drinnen. Also ich glaube, dass die Kommunikation sich nicht verbessert hat. Und wenn es irgendwelche Anliegen gibt, eine gemeinsame Wanderkarte, dann muss man etwas gemeinsames machen. Aber da kommt auch wieder auf die Leute drauf an, die sagen das müssen wir jetzt gemeinsam angehen. Also es kommt schon sehr viel auf die Persönlichkeiten an, die hier werken.
- 23** [0:13:04.7] I: Okay, und wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband seit der Strukturreform verändert?
- 24** [0:13:13.0] B4: Ja. Einerseits haben wir wie gesagt, dieses Büro in der Therme, wo wir die entsprechenden Informationen bekommen. Aber sonst würde ich meinen, je größer die Einheiten sind, umso weniger kommt es beim Betrieb in einer Form an. Weil wenn du früher irgendwo in der Tourismuskommission gesessen bist, hast du die Informationen näher gehabt und sozusagen mitbestimmt. Und jetzt, naja. (...)
- 25** [0:13:56.0] I: Ja, dann zu der nächsten Frage, welche konkreten Schritte würden Sie sich in Bezug auf die Tourismus Strukturreform vom Tourismusverband selbst wünschen?
- 26** [0:14:01.7] B4: Ich habe diese eine Informationsveranstaltung, die wir gehabt haben, als sehr gut empfunden. Da sind Infos dabei gewesen, die einfach in der Menge der Informationen untergegangen sind. Aber dann hörst du es wieder mal komprimierter. Du kommst mit diesen Leuten zusammen. Also das heißt, dass würde ich gerne, dass das

zumindest zweimal oder einmal im Halbjahr passiert. Ja, einmal im Halbjahr, wo man auch unsere Marketingverantwortlichen mit hinnimmt. Weil wir gesagt, die sollen sich dann auch vor Ort austauschen. Das heißt, wir haben in allen Häusern eigentlich die Marketingleute, die sind im täglichen Business drinnen und sind viel mehr mit dem Thema frequentiert oder vertraut, als ich z.B. Also wie gesagt, einmal im Halbjahr eine Infoveranstaltung. Ich glaube das wäre wichtig.

- 27** [0:15:13.2] I: Super, sonst noch irgendwelche Wünsche, Anregungen?
- 28** [0:15:18.7] B4: Nein, eigentlich nicht ich habe vorher einiges gesagt und ja sonst fällt mir nichts ein.
- 29** [0:15:21.8] I: Passt. Gibt es dann vielleicht abschließend noch irgendwas, was sie zu dem Thema erwähnen möchten? Etwas, was Ihnen vielleicht noch am Herzen liegt zu dem Thema?
- 30** [0:15:26.9] B4: Ich glaube, dass je größer die Einheit, dass sich die Identifikation der Einzelnen, dass die sinkt. Je kleiner die Einheiten, desto mehr Bezug hast du dazu, denke ich. Aber die handelnden Personen, die hier auch teilweise freiwillig in diesen Funktionen sind, die machen das sehr engagiert. Also man sieht immer wieder bei dieser Eröffnung dort gewesen und da brauchst du die Zeit. Aber ich glaube, wenn sie bezahlt sind, das weiß ich gar nicht, dann sicher nicht sehr hoch. Aber sie machen es mit viel Herz und mit viel Engagement. Also das muss man den handelnden Personen wirklich stark anrechnen, dass sie das sehr gut machen. Hat aber nichts mit dem Grundthema zu tun.
- 31** [0:16:22.4] I: Ja passt, dann sage ich vielen Dank für die Beantwortung meiner Fragen und dass Sie sich die Zeit genommen. Dankeschön.
- 32** [0:16:32.5] B4: Bitte gerne. Ich hoffe, es war für sie etwas Wertvolles dabei.
- 33** [0:16:35.3] I: Ja auf alle Fälle. Danke.

Interview mit befragter Person 5

Interviewer:	I
Befragte Person 5:	B5
Bereich:	Vertreter:in einer Gemeinde im TVL
Datum des Interviews:	22.06.2023
Dauer des Interviews	13 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Okay also vielen Dank, dass Sie sich für das Interview Zeit nehmen. Vorab die Information das Interview ist völlig anonym und die Daten werden dann anonym in der Arbeit verwendet und fangen wir gleich mit der ersten Frage an. Welche konkreten Veränderungen konnten sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen?
- 2 [0:00:24.1] B5: Naja also die erste Veränderung für die Gemeinde ist natürlich eine monetäre Veränderung, weil ja die Tourismus Beiträge sozusagen an den Regionalverband gehen und das ist natürlich das erste. Das zweite, dass die Strukturen sich aufgelöst haben. Wir dafür Ersatz schaffen mussten oder müssen, das war so der gravierende Teil. Und das natürlich jetzt ein sehr großer Regionalverband, also eine Erlebnis Region entstanden ist.
- 3 [0:00:51.0] I: Jetzt zur Frage in welcher Form wirkt sich die Tourismus Strukturreform genau auf ihre Gemeinde aus?
- 4 [0:01:03.1] B5: Nachdem wir eine Stadt sind, sozusagen mit sehr hohen Einnahmen aus den Abgaben des Tourismus, wirkt sich das, wie ich schon vorher genannt habe, schon sehr stark budgetär aus, weil wir damit auch ein Stadtmarketing betrieben haben. Das gilt es jetzt zu kompensieren, das haben wir auch einigermaßen hinbekommen. Nachdem wir noch ein Tourismusbüro in der Stadt haben, wo die

Information an die Gäste und all diese Dinge passiert, hat sich das gemildert. Ja.

- 5 [0:01:37.3] I: Okay dann, in welchen Bereichen sehen Sie jetzt die Vorteile durch die Tourismus Strukturreform für ihre Gemeinde?
- 6 [0:01:45.0] B5: Ja, nachdem einem Jahr des Aufbaus und dieses Zusammenführens erkennen wir jetzt natürlich, dass eine sehr starke Professionalität also auch in der Entwicklung der Tourismusregion entsteht. Und das natürlich auch mit dem Budget, das im ersten Jahr eingeschränkt war, aber jetzt mit einem höheren Budget natürlich auch überregional, national und international auch geworben werden kann. Ich erkenne vor allem die Anknüpfung an den Landes Tourismus und auch an den Bund Tourismus sehr gut. Das ist sozusagen jetzt im Werden, und da bin ich sehr optimistisch.
- 7 [0:02:30.9] I: Dann gleich zur Gegenfrage, in welchen Bereichen sehen Sie vielleicht die Nachteile durch die Tourismusstrukturreform?
- 8 [0:02:38.0] B5: Ja ein Nachteil, der nicht unmittelbar ein Nachteil ist. Aber die kleinen Tourismusverbände waren sehr nah und haben auch sehr viele Prospekte entwickelt. Diese Prospekte haben meistens nur eine geringe Reichweite gehabt, aber regional waren sie sehr präsent. Das fehlt jetzt ein wenig sozusagen, wird sich aber in den nächsten Jahren lösen, weil zu viele kleine Prospekte unterwegs waren, die nie auf den Markt also auf nationaler und internationaler Ebene gekommen sind.
- 9 [0:03:10.7] I: Dann gleich zur nächsten Frage. Welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform vielleicht bis jetzt schon mit sich gebracht? Hat es irgendwelche Herausforderungen bis jetzt schon gegeben?
- 10 [0:03:21.3] B5: An und für sich nicht. Also wir haben ja an der neuen Struktur mitgearbeitet, als Gemeinde, also als Gemeindevertreter. Wir versuchen jetzt, uns als Stadt in dieser neuen Erlebnisregion zu positionieren. Und es werden einige Formate umgesetzt, wir sind schon

im Gemeinderat gewesen und werden es demnächst abschließen und es wird dann präsentiert und auch umgesetzt. Also dass wir auch einen USP in dieser neuen Tourismusregion haben.

- 11** [0:04:06.6] I: Okay, Sie haben bereits Chancen erwähnt, aber sehen Sie noch weitere Chancen für die Zukunft, die sich durch die Tourismusstrukturreform für ihre Gemeinde ergeben können?
- 12** [0:04:19.0] B5: Ja, es ist so, dass wenn wir das Konzept, das wir jetzt im Finale haben, konsequent in den nächsten Jahren umsetzen. Dann haben wir als Stadt die Chance, wir haben voriges Jahr schon 25% Steigerung gehabt in den Nächtigungen, dass wir in den nächsten Jahren eine recht gute touristische Entwicklung haben werden.
- 13** [0:04:40.0] I: Ja, dann genau zur finanziellen Situation habe Sie schon was gesagt, aber gibt es noch irgendeinen Aspekt, wo sich die finanzielle Situation konkret geändert hat durch die Tourismusstrukturreform?
- 14** [0:04:50.6] B5: Die Beiträge wandern an den Verband, es gibt einen kleinen Rückfluss, ja ansonsten hat sich nichts verändert.
- 15** [0:04:56.8] I: Passt, dann zur nächsten Frage. Wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten beziehungsweise auf die Marketingstrategie ihrer Gemeinde ausgewirkt? Hat es hier Änderungen gegeben?
- 16** [0:05:15.1] B5: Ja, das habe ich vorher auch schon angeschnitten, dass früher viel im Klein-Klein gemacht wurde, also auch sehr sichtbar war. Jetzt wird es im größeren, im Netz sozusagen national und international gemacht. Das für viele nicht so unmittelbar wahrnehmbar ist. Das ist etwas, was schon so manche vermissen, was aber in der Aktivität und zum Erreichen der Ziele, Gäste herzubekommen, nicht so relevant ist.
- 17** [0:05:43.0] I: Perfekt. Dann zur nächsten Frage: wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region seit der Tourismusstrukturreform verändert?

- 18** [0:05:55.2] B5: Ja wir haben schon sehr früh auf diese neue Tourismusregion reagiert. Also es hat eine Kooperation gegeben mit dem Vulkanland und dem Thermenland. Wir haben dann selbst organisiert, eine Bündelung der touristischen Kräfte und haben dann ein neues Format entwickelt. Die Vulkanland Route 66, die Straße der Lebenslust. Mit diesem Produkt arbeiten jetzt alle Gemeinden in unserer Region. Einerseits Erlebnismanufakturen, andererseits Erlebnis-Einkaufs-Betriebe an einem Neuaufbau und einer doch sehr tollen touristischen Destination. Die auch die Chance hat, zusammen mit vereinigten Kräften, ein europäisches Format zu werden. Also so gesehen ist es für uns jetzt, die neue Erlebnisregion sehr gut. Vor allem hat sie auch eine exzellente Führung, möchte ich dazu sagen, tollen Vorstand. Also für uns ist das sehr gut, ja.
- 19** [0:06:54.7] I: Okay, und wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Thermen- und Vulkanland Steiermark seit der Tourismus Strukturreformen verändert?
- 20** [0:07:05.0] B5: Nachdem wir viele Veränderungen gewohnt sind, war das für uns kein Schwierigkeitsgrad und die Zusammenarbeit ist sehr gut, ja.
- 21** [0:07:24.6] I: Perfekt. Dann zur Frage, welche konkreten Schritte würden sie sich noch in Bezug auf die Tourismus Strukturreform vom Tourismusverband wünschen? Also gibt es hier irgendwelche Wünsche, Anregungen?
- 22** [0:08:01.5] B5: Es ist so, dass wir im Gespräch sind und ein Paket auch entstanden ist. Und was wir nur sehen ist, dass der Tourismus der auf uns zu kommt hat höhere Ansprüche. Wir müssen unsere touristischen Betriebe mehr bilden, mehr schulen auch mehr im Bereich des sozialen Netzes. Aber vor allem auch eben im Internet sozusagen affiner machen und fitter machen, aber das läuft schon mit einem Coach jetzt auch. Der die Betriebe besucht, dass sie auch gefunden werden, dass

sie gelistet sind usw. Also, da sind sie darauf eingegangen, und da sind sie sehr gut unterwegs und auf dem richtigen Weg.

- 23** [0:08:57.5] I: Sonst noch irgendwelche Anregungen? Irgendetwas, was Sie noch abschließend zu dem ganzen Thema erwähnen möchten? Etwas, was Ihnen noch am Herzen liegt?
- 24** [0:09:30.2] B5: (...) Reformen sind immer gut, wenn sie gut vorbereitet sind und vor allem auch langfristig umgesetzt werden. Und genau das sehe ich in unserem Verband im Speziellen gegeben und Ich bin sehr dankbar darüber.
- 25** [0:10:01.8] I: Super Dankeschön und das war es dann auch schon mit dem Interview. Danke für die Beantwortung aller meiner Fragen und dass Sie sich die Zeit genommen haben.
- 26** [0:10:23.7] - [0:12:34.4] Verabschiedung nicht relevant für das Interview.

Interview mit befragter Person 6

Interviewer:	I
Befragte Person 6:	B6
Bereich:	Vertreter:in eines Gasthofes bzw. einer Frühstückspension im TVL
Datum des Interviews:	26.06.2023
Dauer des Interviews	16 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Also danke, dass Sie sich die Zeit nehmen für das Interview und vorab noch die Informationen das Interview ist völlig anonym und es wird eben nur zur Transkription aufgezeichnet und dann eben anonymisiert für die Arbeit verwendet.
- 2 [0:00:17.2] B6: Ja das passt.
- 3 [0:00:19.5] I: Dann fangen wir gleich mit der ersten Frage an, welche konkreten Veränderungen konnten sie durch die Tourismusstrukturreform ganz allgemein erkennen?
- 4 [0:00:24.4] B6: Also es ist jetzt eben sehr vieles zu einem großen Verband zusammengefasst worden. Früher haben wir die kleinen Tourismusverbände gehabt beziehungsweise war auch jede Gemeinde selbst für seinen Tourismus verantwortlich. Jetzt läuft alles zentral über den großen Tourismusverband. Sicher eine der größten Umstellungen oder Veränderungen ist der Webauftritt, früher waren ganz viele verschiedene Homepages, Webseiten von jedem einzelnen Verband. Jetzt laufen wir alle gesamt über die TVL-Webseite. Es wird zwar jede Gemeinde auch auf Klick separat dargestellt, aber man hat eben diesen vereinheitlichten Auftritt, ein einheitliches Hauptbüro, quasi die Zentrale. Wir sind, was die Folder betrifft alle einheitlich, also wir haben die Wanderwege, die Radwege, es gibt eben nicht nur die unterschiedlichste Folder- und Medienlandschaft. Und auch, was die Inserate betrifft, also es läuft unter einem Claim, es ist einfach eine Linie, die sich wirklich durch alle Bereiche durchzieht.

- 5 [0:01:44.1] I: Okay, das war einmal allgemein und jetzt ein bisschen zur konkreteren Frage. In welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform auf ihren Betrieb aus?
- 6 [0:01:57.9] B6: Also direkt auf den Betrieb wirkte es sich insofern dessen aus, dass vielleicht einige Dinge, die früher immer lokal vor Ort erledigt werden konnten, jetzt nicht mehr so in der Art und Weise erledigt werden. Was wir wiederum als positive Seite sehen ist, dass durch den größeren Auftritt, den einfach die Region jetzt hat wirklich noch ganz andere Kanäle angesprochen werden können und auch mehr Budget für das Marketing allgemein da ist, also quasi die Region bekannter gemacht wird. Sicherlich ein bisschen, was früher wahrscheinlich mehr war, war die persönliche Betreuung vor Ort. Weil man einfach vor Ort dann einfach gewusst hat, das ist jetzt der Ansprechpartner, der ist wirklich immer da. Jetzt wird sehr viel aufgeteilt innerhalb des großen Verbandes. Ja, aber bis jetzt muss ich wirklich sagen, nicht zu unserem Nachteil also es läuft wirklich gut ab. Wir fühlen uns jetzt nicht schlechter betreut als zuvor.
- 7 [0:03:26.7] I: Passt, dann jetzt vielleicht noch ein bisschen mehr in Richtung die Vorteile, also welche genauen Vorteile sehen Sie durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb?
- 8 [0:03:35.8] B6: Also zum einen einmal, dass die Region selber bekannter wird. Also für den Gast endet ja jetzt das Urlaubsgebiet nicht mit der Ortstafel und dem eigenen Ort, der Gast möchte ein möglichst umfangreiches Programm. Und früher es so, natürlich ganz klar, der kleine Tourismusverband hat dann seine Betriebe in seinem Ort mehr hervorgehoben. Und der große Tourismusverband hat jetzt wirklich ein tolles Gebiet von Bad Radkersburg bis Bad Waltersdorf hinauf und nimmt die ganzen Ausflugsziele und Weinwege mit. Ein klassisches Beispiel, vorher sind die Weinwege von Klöch und Tieschen stark transportiert worden, weil die eben gemeinsam in einem Verband waren. Und dann sind die Gäste gekommen und haben nachgefragt, ob

wir nichts von St. Anna hier haben von dem Weinweg der Sinne, weil den kennen wir ja. Dann hat man wieder extra Prospektmaterial holen müssen, direkt von St. Anna, damit man das dem Gast geben kann. Und jetzt läuft eben wirklich alles unter einer Schiene und man hat wirklich alles gesammelt in der Ausflugszielekarte und auch wirklich alle dabei. Und der Gast bekommt jetzt nicht nur einen kleinen Folder, sondern wirklich ein großes Heft mit. Wo sich der Gast dann denkt, wow da gibt es so viel, vielleicht bleibe ich nächste Mal wirklich ein oder zwei Tage länger. Oder auch das Gäste, die immer wieder kommen, wenn Sie sich die Bücher mitnehmen und durchschauen und sagen das kenne ich noch gar nicht. Da komme ich jetzt schon zehn Jahre her nach Bad Radkersburg und jetzt ist hier in der Nähe noch einiges zum Entdecken. Also für den Gast bietet sich mehr und dadurch ist es für uns die Chance, dass der Gast länger bleibt und mehr Nächte bei uns bleibt.

- 9** [0:04:59.6] I: Ja, dann gleich zur Gegenfrage, in welchen Bereichen sehen Sie dann die Nachteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb?
- 10** [0:05:07.4] B6: Also, das ist ganz sicher, was die Veranstaltungen betrifft. Weil früher haben die Tourismusverbände die Veranstaltungen nicht nur eben komplett finanziert, sondern auch persönlich betreut. Also da war dann wirklich wenn Veranstaltungen im Ort waren, da hat dann das ganze Informationsbüro mit den ganzen Mitarbeiter:innen auch wirklich mitgeholfen. Und das fällt jetzt weg, weil jetzt sind die Mitarbeiter in Ihren Büros und haben Ihre anderen Arbeiten und ihre anderen Vermarktungsgeschichten zu erledigen. Und dadurch ist jetzt die eine oder andere Veranstaltung, wo man halt dann Bedenken hat, wird das so weiter gemacht. Viele Gemeinden haben jetzt eigene so Vereine gegründet oder ein eigenes City-Management, damit es einfach koordiniert und abgehalten werden kann. Aber das ist sicher sowas, wo man sich denkt, okay das war früher in einem anderen Umfang möglich.

- 11** [0:05:51.5] I: Passt dann gleich zur nächsten Frage, welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform für den Betrieb mitgebracht?
- 12** [0:06:00.4] B6: Herausfordernd? (...) Herausfordernd war am Anfang sicher, dass wir immer gewohnt waren, dass man sein Logo mit "Bad Radkersburg die Region die bewegt" überall gehabt hat. Das heißt, der Name Bad Radkersburg stark transportiert worden. Jetzt ist das Logo vom TVL, dass wir einfach präsent in Position bringen. Das heißt, man hat vielleicht schon ein bisschen Angst des Identitätsverlustes, dass man sagt jetzt, so viel Geld eigentlich reingeflossen, um das Bad Radkersburg bekannt zu machen. Jetzt wiederum geht man eher unter in einem größeren Bereich, aber da sehe ich dann wieder einfach das. Wir versuchen es jetzt so auszumerzen, dass wir jetzt schreiben: der Betriebsname in Bad Radkersburg im Steirischen Thermen- und Vulkanland. Also wir versuchen die Ortsbezeichnung eben aufrechtzuerhalten, dass man nicht irgendwo untergehen und aber dieses TVL, was die Leute jetzt immer auch in den Medien hören, dass das mitschwingt und dass man da die Bezeichnung hat.
- 13** [0:07:03.9] I: Okay, perfekt. Und welche konkreten Chancen haben sich mit der Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb ergeben oder was sehen Sie in Zukunft noch als Chancen?
- 14** [0:07:15.6] B6: Jetzt zurzeit hat der Verband ein großes Projekt. Das Mitarbeiter-, also Employer Branding, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch Vorteile bieten zu können, weil wir in der Branche ganz stark mit dem Fachkräftemangel und auch mit der Mitarbeiter Abwanderung zu tun haben. Das ist jetzt ein Projekt gewesen, wo für die Mitarbeiter dann die kostenlose Mitarbeitercard zur Verfügung steht. Da geben Betriebe Ermäßigungen wieder für alle Mitarbeiter in der Region und zum Beispiel so ein Projekt hat einen sehr großen Wert und ein sehr großes Finanzierungsvolumen. Sowas wäre früher mit einem kleinen Verband nicht gegangen, also sowas macht jetzt der große

Verband. Dieser hat dadurch, dass eben die Kompetenzen im Verband jetzt gebündelt werden, jemanden der sich wirklich nur Förderungen konzentriert und das wäre früher undenkbar gewesen, dass man gesagt hätte, wir haben einen in unserem Verband, der nur sitzt und wegen Förderungen schaut. Dadurch ist schon mehr möglich, die ganzen Geschichten wie, dass wir jetzt mehr auf Messen fahren können. Also das sind Sachen, die gehen jetzt, weil wir einen größeren Auftritt haben. Das wäre früher nicht so möglich gewesen.

- 15** [0:08:16.1] I: Ja, auf alle Fälle. Okay dann gleich zur nächsten Frage. Wie hat sich für Ihren Betrieb die finanzielle Situation seit der Tourismusstrukturreform verändert? Also hat es überhaupt Veränderungen gegeben, oder?
- 16** [0:08:44.9] B6: Also für den Betrieb, wir als Betrieb steigen jetzt besser aus, wie vorher, weil wir haben ja vorher im ehemaligen Verband den doppelten Interessenten Beitrag bezahlt. Der einfache Interessenten Beitrag ist vorgeschrieben, der ist sowieso zum Einzahlen. Wir haben dann in der Region damals entschieden, dass wir freiwillig den doppelten Betrag bezahlen, damit der Verband mehr Budget zur Verfügung hat. Mit der Zusammenlegung ist man einheitlich auf den einfachen Betrag zurückgefallen, da sind wir jetzt auch geblieben, also wir sparen uns eigentlich den doppelten IB, also finanziell steigen wir besser aus.
- 17** [0:09:12.4] I: Okay. Das haben Sie kurz vorher schon angesprochen haben, aber wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten beziehungsweise die Marketingstrategie des Betriebes ausgewirkt?
- 18** [0:09:24.3] B6: Okay, also klar ist, wir haben die Logos geändert. Wir schauen jetzt, dass wir die Logos präsent haben. Was sich noch geändert hat? Irgendwie hat sich das jetzt im eigenen Denkverhalten ein bisschen mitgeändert. Man bewirbt jetzt bewusst wirklich zum Beispiel jetzt, es gibt das Thema Route 66, die sich relativ groß durch

das Verbandsgebiet zieht bis Ilz hinauf. Man bewirbt jetzt bewusst mehr Sachen mit und man hat irgendwie jetzt seinen eigenen Horizont ein bisschen erweitert. Wo man früher gesagt hat, man schaut, dass die Leute sich in der näheren Umgebung aufhalten, und jetzt schaut man dann wirklich, dass man das aktiv eben auch erweitert. Weil die Leute sind jetzt sehr viel mit E-Bikes unterwegs und das heißt, da ist der Radius größer geworden und man wird jetzt offener. Mir kommt vor früher war halt so klassisch, da haben wir beworben entweder im Winter die Therme und im Sommer so das Rad fahren durch die Region Bad Radkersburg. Jetzt sagt man, schauen sie sich die Schlösser an, die Burgen, gehen sie hinauf zu irgendeinem Buschenschank oder zu dem Ausflugsziel oder zu dem Ausflugsziel. Wir sind sicher offener geworden und mit mehr Weitblick.

- 19** [0:10:45.8] I: Dann zur nächsten Frage. Wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region durch die Tourismusstrukturreform verändert?
- 20** [0:10:57.0] B6: Also ich bin selber im neuen Tourismusverband tätig. Wir sind im Tourismusverband, also im neuen Verband arbeitet man schon gemeinsam. Natürlich ist es ein langer Weg. Am Anfang war es ein sehr steiniger Weg, es ist ein langer Weg, bis wirklich alles jetzt so untergebracht ist, wie es sein soll. Und sonst kann ich eigentlich zu der Zusammenarbeit mit den Gemeinden jetzt wirklich sagen, dass man halt eben mehr auf die anderen Gemeinden Rücksicht nimmt. Und auch mehr über die eigene Region kennenlernt. Weil wenn die Bewerbung wirklich, oder die die ganzen Medien wirklich raufgehen und man hört dann was über einen Kren-Wanderweg in Mettersdorf. Das würde man ohne dem nicht wissen. Also man weiß jetzt eigentlich noch besser, was in anderen Gemeinden passiert und kann das auch dann dem Gast mitteilen.
- 21** [0:11:50.7] I: Perfekt. Und jetzt vielleicht noch zur Frage, das ist vielleicht ein bisschen schwierig zu beantworten, da Sie selbst im

Tourismusverband tätig sind. Aber generell wie ist die Zusammenarbeit zwischen Ihrem Betrieb und dem Tourismusverband seit der Tourismusstrukturreform?

- 22** [0:12:14.5] B6: Also ich muss sagen für uns fühlt es sich gleich an. Weil wir gehen nach wie vor zum gleichen Büro, wir haben das Büro am Hauptplatz, das ist auch ganz normal geöffnet. Wenn man Informationsmaterial braucht, gehen wir hinüber und holen uns das. Ich muss ehrlich sagen, unser Betrieb hat eine gewisse Größe, wo du zum Beispiel jetzt sagst, du brauchst nicht in irgendwelchen technischen Dingen eine Hilfestellung. Es gibt aber das Angebot für die kleineren Betriebe, dass der Verband quasi ins Haus kommt, die Homepage durchschaut und schaut, ob das passt, ob irgendwas, was benötigt wird. Was ich mitbekommen habe, das funktioniert schon recht gut. Aber von dem her haben wir die Leistung vorher jetzt nicht in Anspruch genommen und nehmen sie jetzt nicht in Anspruch. Und für uns ist es gleich, also wenn wir den Gästen Fragen im Haus nicht beantworten können oder wenn wir spezifisches Informationsmaterial nicht im Haus haben, schicken wir es weiterhin ins Büro. Genau.
- 23** [0:13:09.7] I: In Ordnung und gibt es etwas, was Sie abschließend zu dem Thema erwähnen möchten. Etwas, was Ihnen vielleicht noch am Herzen liegt zu dem Thema?
- 24** [0:13:22.1] B6: Es war sicher am Anfang für alle Teilnehmer ein Schock, weil es ist sehr plötzlich gekommen. Es war quasi nicht irgendwie ein Vorbereitungsprozess, das war wirklich Knall auf Fall und auf einmal war sie da. Es war dann bei allen wirklich das Entsetzen, wie wird es jetzt weitergehen und was wird jetzt passieren. Auch bei uns selbst, also bei mir als Person jetzt in Form des in meiner damaligen Funktion im damaligen Verband und in Form als Betriebsinhaberin. Aber wir haben immer diese Meinung dann gelebt, dass man gesagt hat, es ist jetzt so. Wir können jetzt entweder sagen, okay wir boykottieren es, dadurch wird es nicht verändert werden, es sind die Weichen gestellt. Oder wir

sagen jetzt, wir nutzen jetzt das aus, wo vielleicht andere noch ein bisschen in einer Schockstarre drinnen stehen und schauen gezielt, dass man die Vorteile herausholen und das Beste herausholen. Und abschließend, wir Unternehmer sind immer gewohnt, dass wir uns auf irgendwelche neuen Dinge einstellen müssen. Und es bleibt nie alles so, wie es einmal war.im Endeffekt einfach das Beste daraus und schauen, dass man einfach erfolgreicher wie die anderen zehn Erlebnisregionen

- 25** [0:15:02.6] I: Okay perfekt, das ist auch das Ende des Interviews. Danke, dass Sie sich die Zeit genommen haben und danke für die ausführliche Beantwortung.
- 26** [0:15:13.6] B6: Bitte, sehr gerne.

Interview mit befragter Person 7

Interviewer:	I
Befragte Person 7:	B7
Bereich:	Vertreter:in eines Hotels im TVL
Datum des Interviews:	29.06.2023
Dauer des Interviews:	18 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Also vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für das Interview nehmen. Vorab die Information das Interview ist völlig anonym und die Daten werden nur zur Transkription aufgezeichnet und anonym für das Verfassen der Arbeit verwendet. Und ja, fangen wir gleich mit der ersten Frage. Welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform erkennen? Also was sind ganz allgemein die Veränderungen, die Sie erkennen konnten?
- 2 [0:00:23.6] B7: Eine Zentralisierung. Die Kommunikation ist deutlich weniger geworden. Der Informationsfluss ist deutlich weniger geworden und die Wege dafür etwas länger. Das mag womöglich kurzfristig vielleicht mühsam klingen und anstrengend. Und vielleicht wird sich das aber mittel- bis langfristig bewähren. Aber ich glaube, dass hier unsere Wahrnehmung ist, dass die Zuständigkeiten und der Weg noch etwas unklar sind. Die Dinge sind ein bisschen mühsamer geworden.
- 3 [0:01:03.8] I: Okay das war einmal allgemein und dann schon zu einer bisschen konkreteren Frage. In welcher Form wirkt sich die Tourismusstrukturreform auf Ihren Betrieb aus?
- 4 [0:01:13.1] B7: Auf unseren Betrieb insofern, dass wir keinen wirklich zuständigen Tourismusverband mehr vor Ort haben, der früher durchaus regelmäßige Kommunikation organisiert hat zwischen den Betrieben, zwischen den einzelnen Häusern. Das hat sich eigentlich aufgehört. Also es gibt keine regelmäßigen Meetings der Hotelbetriebe mehr, welches vom Tourismusverband organisiert wurde. Wir haben keine Einladung zu irgendwelchen Generalversammlungen oder

sonstigen Veranstaltungen. Wir wissen eigentlich nicht, was die dort drüben machen. So sinngemäß. (...) Man hat uns mehr in die Hohlschuld gebracht, wie eigentlich den Tourismusverband in die Bringschuld. Ja zum Thema Kommunikation und eben fehlende Kommunikation. Möchte ich damit ausdrücken.

- 5 [0:02:04.5] I: Und in welchen Bereichen sehen Sie jetzt die Vorteile durch die Tourismus Strukturreform für Ihren Betrieb?
- 6 [0:02:14.0] B7: Also ganz positiv, was unmittelbar gerade passiert ist die Mitarbeiter Card. Die halte ich für eine sehr gute Initiative, um auf das wertzuschätzen, was die Mitarbeiter hier in der Gegend machen und tun. Das ist ganz positiv aufgefallen. Ich glaube das hat auch hohes Potenzial, um speziell in Zeiten, wo man ohnehin am Arbeitsmarkt kämpft oder sehr umkämpft ist. Mitarbeiter wertzuschätzen, zu respektieren und ihnen auch einen Anreiz zu geben. Das betrachten wir als sehr positive Veränderung in der Struktur. Ich glaube auch, dass das Potenzial für gemeinsame Marketingaktivitäten möglicherweise dadurch doch schon gestiegen ist. Warum? Weil eigentlich mehr finanzielle Mittel vorhanden sein sollten. Und man hier gemeinsam an einem Strang zieht. Es könnte theoretisch auch funktionieren, dass man als Dachmarke, für die Region, für die Orte und für die Betriebe, durchaus neue Märkte erschließt. Ich denke jetzt einmal ganz besonders vielleicht an den Middle East Bereich, an den asiatischen Bereich. Klassische Märkte muss man glaube ich nur pflegen, aber durchaus ist es notwendig, sich neue Märkte zu erschließen. Das könnte in dieser Form dann einfacher werden und vor allem finanziell für den Betrieb interessanter werden.
- 7 [0:03:46.6] I: Okay dann gleich zur Gegenfrage, Sie haben bereits die Kommunikation erwähnt, aber wo sehen Sie vielleicht noch Nachteile durch die Tourismusstrukturreform?
- 8 [0:03:55.2] B7: Ja, die schlechte Kommunikation kann ich nur noch mal betonen. Die Wege werden länger, so wie vorhin schon gesagt und man

hat ein bisschen das Gefühl, dass die einzelnen Gemeinden auf der Strecke bleiben. Das TVL, das stellt sich jetzt dar, ein bisschen wie ein Märchenland. Wir verkaufen ein schönes Märchenland, aber eigentlich nicht mehr diese Orte, diese Bereiche, diese Häuser, die eigentlich diese Region groß gemacht haben. Bad Waltersdorf, Bad Loipersdorf, Bad Blumau, das kennt man. Das Thermen- und Vulkanland Steiermark kennt man eher weniger. Das ist vielleicht gut, wenn ich jetzt einen neuen Markt bearbeiten möchte, wo man das gar nicht kennt. Am heimischen Markt weiß ich nicht und beim Nahbereich, also deutschsprachiger Markt und südlich hinunter die Nachbarn, halte ich das für ein bisschen schwierig. Und das betrachte ich durchaus als Nachteil, dass die Gemeinden und die einzelnen Orte jetzt auf der Strecke bleiben.

- 9** [0:04:54.9] I: Okay, dann zur nächsten Frage, welche konkreten herausfordernden Situationen hat die Tourismusstrukturreform bis jetzt schon für Ihren Betrieb mit sich gebracht? Gibt es irgendwelche konkreten Herausforderungen?
- 10** [0:05:06.6] B7: Naja, primär der Informationsfluss. Wir wurden jetzt offensichtlich weiß ich nicht, ob bewusst oder unbewusst, keine Ahnung, in eine Holschuld gedrückt bzw. gestellt. Eigentlich muss es eine Bringschuld sein, weil der Tourismusverband sollte uns eigentlich regelmäßig darüber informieren, was machen, was tun wir. Eine Generalversammlung war, dazu hatten wir nicht einmal eine Einladung. Es gibt keine Unterlagen danach und so weiter und sofort. Wenn du jetzt nicht als Betrieb aktiv wirst für eine Institution, für die ich eigentlich Geld bezahle, ist das ein bisschen problematisch. Das betrachte ich als konkrete herausfordernde Situation. Also natürlich muss ich das Einschleifen und auch zu leben, lernen oder zu laufen lernen, aber das ist eine massive Herausforderung.
- 11** [0:05:59.9] I: Und jetzt zur Gegenfrage, welche konkreten Chancen haben sich jetzt mit der Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb

ergeben oder beziehungsweise was sehen Sie noch in Zukunft als Chancen?

- 12** [0:06:12.0] B7: Genau das umgekehrte von dem Negativen, was ich gesagt habe, dass man hier gemeinsam einfach viel mehr bewegen kann. Und neue Märkte erschließen kann und das es für den einzelnen Betrieb viel einfacher wird. Man hängt sich zwar in einem großen Pool mit an, aber trotzdem wird man möglicherweise wahrgenommen.
- 13** [0:06:27.2] I: Okay, dann in Bezug auf die finanzielle Situation. Wie hat sich die finanzielle Situation für Ihren Betrieb seit der Tourismusstrukturreform verändert oder bzw. hat es überhaupt Veränderungen gegeben?
- 14** [0:06:35.5] B7: Grundsätzlich keine Veränderungen, das ist relativ gleichgeblieben. Wir bekommen keine Informationen darüber, was mit unserem Geld passiert.
- 15** [0:06:49.0] I: In Ordnung dann zum nächsten Thema. Wie hat sich oder inwiefern hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten beziehungsweise auf die Marketingstrategie ihres Betriebes ausgewirkt?
- 16** B7: Naja, bis dato eigentlich wenig bis keine gemeinsamen Aktivitäten. Also jetzt haben wir speziell auf die Gemeinde Bad Waltersdorf bezogen. Für uns war sehr positiv, die erste Zusammenarbeit war auf der Frühjahrsmesse dieses Jahr auf der Ferienmesse 2023, das hat hervorragend funktioniert. Also da kann man auch ein großes Lob aussprechen. Ich war schon erstaunt. Es war schön, alle gemeinsam unter dem grünen Herz, das hat super funktioniert, das war toll. Und der Steiermark Frühling am Rathausplatz, da hat jetzt einerseits für uns die Kommunikation mit dem Tourismusverband sehr gut funktioniert, da wurde schnell effizient kommuniziert, unkompliziert das ganze aufgebaut und erledigt. Und die Veranstaltungen waren beide für uns ein voller Erfolg. Also das war eine tolle Geschichte, das weiß ich nicht, ob man das in der altbewährten Form rein mit dem Tourismusverband

Bad Waltersdorf so hingebraucht hätte. Das weiß ich nicht, dafür bin ich zu kurz hier. Da steht mir auch kein Urteil zu. Aber da kann ich sagen, sonstige Aktivitäten gemeinsam Null. Diese zwei haben wir gemacht, die waren unkompliziert, sauber, schnell und sehr erfolgreich. Also das hat gut gepasst und da waren wir sehr zufrieden.

- 17** [0:08:17.8] I: Okay passt. Und wie hat sich die Zusammenarbeit speziell mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region jetzt seit der Tourismusstrukturreform verändert?
- 18** [0:08:27.4] B7: Das kann ich überhaupt nicht beantworten, da ist überhaupt nichts spürbar. Also ich weiß nicht, wie es eben vorher war. Seitdem ich jetzt da bin, gar nichts. Ich persönlich habe meine Hausaufgaben gemacht, wie ich gekommen bin. Ich war bei meinen Fachkollegen und Kolleginnen. Ich war in der Wirtschaft und Politik, habe mich überall vorgestellt, somit haben sie alle ein Gesicht zu meiner Person. Ich habe die anderen kennengelernt, aber jetzt rein auf den auf den TVB bezogen oder auf die Gemeinden, da passiert gar nichts, weder positiv noch negativ.
- 19** [0:09:00.2] I: In Ordnung, also ist keine Zusammenarbeit vorhanden?
- 20** [0:09:02.0] B7: Nichts. (...) Ja, eigentlich nicht, aber ich weiß nicht, wie es vorher war. Das werden Sie vielleicht besser wissen, dann am Ende ihrer Auswertung. Ich bin jetzt ein halbes Jahr hier oder ein bisschen länger, aber nicht merkbar. Finde ich persönlich sehr schade. Ich glaube schon, dass Bad Waltersdorf der wirtschaftliche Erfolg, der speziell hier in der Gemeinde Bad Waltersdorf dem Altbürgermeister Pichler zu verdanken ist. Der damals der erste war, wir bohren hier jetzt ein Loch und schauen, das warmes Wasser kommt. Und der Ort ist eigentlich wirtschaftlich erfolgreich. Er verschwindet ein wenig in den Hintergrund durch das TVL und den Tourismusverband, was etwas schade ist, weil das kennt man. Bad Waltersdorf ist in den Köpfen, Bad Loipersdorf ist in den Köpfen, Bad Blumau ist in den Köpfen, Fürstenfeld

ist in den Köpfen. Die Region Thermen und Vulkanland nicht, aber wie gesagt nochmal Zusammenarbeit gemeinsam kann ich nicht beurteilen.

21 [0:10:07.3] I: Okay, dann gleich zur nächsten Frage zur Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband. Was hat sich hier verändert oder würden Sie sich in Zukunft wünschen?

22 [0:10:16.6] B7: Es wäre schön, wenn man das auf ein Niveau bringen kann, wie es vorher mit dem regionalen örtlichen TVB funktioniert hat. Weil wie gesagt Kommunikation kaum Infos vom Tourismusverband. Wirklich, wirklich wenig. (...) Es wird vielleicht zu wenig auf die einzelnen Betriebe eingegangen, sondern eigentlich nur mehr das große Ganze kommuniziert. Wir haben so viel spezialisierte Betriebe und gerade hier in Bad Waltersdorf zum Beispiel. Da haben wir eine H2O Therme, die ausschließlich für Kinder ist. Das einzige Adults Only Resort in diesem Bereich. Dann ein 5 Sterne Hotel. Dann haben wir ein Haus für jedermann, das Quellen Hotel. Und da unten haben wir die Kunsttherme Rogner Bad Blumau. Das ist eine Einzigartigkeit in einem Tourismus Ort für ganz Österreich. Das gibt es nirgends. Wir haben hier 5 hochqualitative, und den Wilfinger, den nehme ich auch noch mit. Wir haben hier 6 hochqualitative Betriebe und jeder einzelne Betrieb macht was anderes und tut sich nicht weh gegenseitig. In Wahrheit sind wir ein Riesenresort mit verschiedensten Möglichkeiten. Ja, und das ist schon eine Stärke, das hat kein anderer Ort in ganz Österreich. Ich glaube nicht einmal im angrenzenden Ausland, im deutschsprachigen Raum schon gar nicht und im Süden auch nicht. Und das sind Dinge, wo ich schon sage, das könnte man durchaus ein bisschen forcieren. Weil die gesamte Region, wir haben ein warmes Wasser und wir haben ein bisschen was zum Wandern und wir haben was zum Essen. Das gibt es überall. Ja, das holt keinen hinterm Ofen vor, aber doch die einzelnen Leistungen der einzelnen Betriebe, hervorzuheben und die Stärken hervorzuheben und speziell über den Ort zu legen. Wenn sie jetzt nehmen, Bad Loipersdorf, dort machen alle das gleiche. Da haben sie viele Häuser, alle machen dasselbe, alle schwimmen im selben

Wasser und alle machen das Gleiche. Hier haben sie das komplett differenziert, wir haben alle Thermalwasser, aber jedes Haus hat eine komplett andere Ausrichtung und Stärke. Und das macht es spannend und das finde ich ein bisschen schade, wenn hier die Kommunikation untereinander leidet. Würden wir als Hoteliers nicht sagen ich rufe dort drüben an und sage treffen wir uns auf einen Kaffee und reden wir miteinander. Wie geht es euch? Das hat es früher über den örtlichen Tourismusverband gegeben. Das gibt es jetzt quasi nicht mehr. Wären wir nicht so schlau und würden sagen, tun wir was gemeinsam, würde das nicht funktionieren. Siehe, schönes Beispiel sind die Layjet Open. Ich glaube, die werden noch nicht einmal kommuniziert auf der Tourismusverbandsseite. Da zeigt sich, wie gut wir hier im Ort zusammenarbeiten können. Die Frage war wie sich die Zusammenarbeit verändert hat. (...) Ja das fällt halt negativ auf.

- 23** [0:13:44.2] I: Ja im Prinzip kommen wir dann eh schon zur abschließenden Frage. Haben Sie noch irgendwelche Handlungsempfehlungen für den Tourismusverband oder irgendetwas, was Sie zu dem Thema noch sagen möchten? Etwas, was Ihnen noch am Herzen liegt?
- 24** [0:14:10.3] B7: Ich möchte das noch einmal unterstreichen, die Stärken der Gemeinden und der Betriebe hervorzuheben. Jede Region braucht einen Leithammel und wir brauchen ein paar Betriebe und die haben wir, die muss man ein bisschen im Vordergrund stellen, damit Menschen kommen.
- 25** [0:14:30.9] B7: (...) Nehmen wir ein paar Beispiele. Was fällt mir ein? Wolfgangsee. Jeder am Wolfgangsee kennt das Weiße Rössl und durch das Weiße Rössl, ist der Wolfgangsee berühmt geworden. Und alle kriegen einen Zuspruch. Für uns lautet, für mich lautet die Devise, der Gast muss hierherkommen. Und wenn er da ist, findet er sich sein Produkt. Vom Campingplatz angefangen, über die kleine Pension, übers 3 Sterne, 4 Sterne, 5 Sterne Hotel, Adults Only, Kinder, usw. Egal,

wichtig ist, dass wenn der von hier nach Hause fährt und seiner Familie oder seinen Freunden sagt, ich sage euch was, dort müsst hier hinfahren, weil das war klasse. Das muss das Ziel sein und hierzu wäre schön, wenn man die Stärken der Betriebe, die Stärken und Qualitäten der Gemeinden hervorhebt und vielleicht die Gemeinden. Warum nochmal? Weil die gelebt sind, weil jetzt irgendwas Neues erfinden ist ein bisschen kontraproduktiv. Die sind gelebt und mehr Kommunikation, regelmäßiger Austausch, vielleicht auch auf kleinerer Ebene. Weil Bad Radkersburg ist für mich jetzt schon sehr weit weg. Weil wir sind ziemlich weit oben und die sind ziemlich weit unten und wenn man das auf 3 Dinge splittet in der Kommunikation oder generell mehr kommunizieren über elektronische Medien. Also zusammengefasst regelmäßige Kommunikation, Informationsaustausch, mehr Informationen, eventuell sogar mehr eingebunden werden. Und die Stärken der Häuser und Gemeinden etwas mehr in den Vordergrund stellen. Wie gesagt, Eindruck Märchenland, Allerweltsbrei. Was macht uns besonders?

- 26** [0:16:35.8] Okay super, dann Dankeschön für die Beantwortung meiner Fragen und danke, dass Sie sich die Zeit genommen haben.
- 27** [0:16:40.2] Bitte gerne, Frau Stradner.
- 28** [0:16:42.7] - [0:17:34.4] Verabschiedung nicht relevant für das Interview.

Interview mit befragter Person 8

Interviewer:	I
Befragte Person 8:	B8
Bereich:	Vertreter:in einer Gemeinde und einer Pension im TVL
Datum des Interviews:	18. 07. 2023
Dauer des Interviews:	46 Minuten

- 1 [0:00:00.0] I: Also dann vielen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen für das Interview. Starten wir gleich mit der ersten Frage, welche konkreten Veränderungen konnten Sie durch die Tourismusstrukturreform einmal ganz allgemein erkennen?

- 2 [0:00:15.8] B8: Das ist natürlich für die einzelnen Orte eine neue Herausforderung. Quasi jetzt, was auf sie zugekommen ist, indem sie sich einfach für touristische Belange als Gemeinde entsprechend mehr kümmern müssen. Was sie im Vorfeld zumindest dort wo es Strukturen dafür gab, sprich bei größeren Tourismusverbänden, hat man Mitarbeiter, die sich um das Touristische gekümmert haben, in den letzten 20-30 Jahren. Aber es gab natürlich auch viele Gemeinden, die das nicht hatten. Aber eben selbst die sogenannten großen Gemeinden, und Loipersdorf bezeichne ich als solche. Die haben sich jetzt auch als Gemeinde auf die Füße stellen müssen und sagen müssen, ich muss jetzt schauen, dass ich meine örtlichen Aufgaben, die eben vorher der Tourismusverband erledigt hat, jetzt selbst in die Hand nehme. Oder auch die Städte und und und. Die haben dann Marketinggesellschaften gegründet usw. Aber jetzt nur für Loipersdorf gesehen. Wir sind hergegangen, dass ich als seinerzeitiger Mitarbeiter vom Tourismusverband schlussendlich jetzt bei der Gemeinde angestellt bin und halt jetzt versuche, die Aufgaben, die man früher als Tourismusverband gemacht haben, jetzt über die Gemeinde eben machen. Und so müssen sich einfach viele Orte irgendwie jetzt eine Struktur suchen, wie sie ihre Aufgaben bestmöglich erfüllen.

- 3** [0:02:03.0] I: Also das war mal ganz allgemein und jetzt eben noch zur Frage, in welcher konkreten Form wirkt sie Tourismusstrukturreform auf die Gemeinde beziehungsweise auf Ihren Betrieb aus?
- 4** [0:02:15.4] B8: Wir haben das Glück zumindest, dass wir als Thermenort, in dem Fall auch Kurort finanzielle Möglichkeiten haben. Tätigkeiten und Aufgaben, die wir bisher erledigt haben, auch finanzieren zu können. Und in dem Fall, dass ich hier personell zur Gemeinde gewechselt bin, auch die personellen Ressourcen haben. Wobei das ist, noch alles ein bisschen im Werden. Das heißt die Auswirkungen sind so... Ich kümmere mich halt jetzt... an einfachen Beispielen vielleicht: Wir haben ein Radwegenetz, wir haben ein Wanderwegenetz, das gilt es zu pflegen. Man braucht die dementsprechenden Karten dazu, die Internetauftritt etc. und und und. Diese Dinge, da muss uns bewusst sein, dass wir jetzt niemanden mehr haben, dem wir das irgendwie anschaffen kann und der dafür bezahlt wird. Sondern wir müssen das jetzt selbst auf die Füße stellen und das ist sicher eine Herausforderung für viele Gemeinden, für viele kleine Gemeinden, die auch kein Budget dafür haben. Und diese müssen das jetzt irgendwie von den Gemeindegeldern aus finanzieren. Und ich weiß nicht, muss die Gemeindesekretärin möglicherweise jetzt Arbeiten übernehmen, die sie eigentlich nie machen hat müssen, weil diese von anderen erledigt worden sind? Also es ist halt jetzt ein Findungsprozess, auch bei uns in Loipersdorf, wie man diese neuen Strukturen so hinbringen, dass schlussendlich der Gast im Idealfall nichts merkt, davon, dass sich jetzt im Hintergrund was gravierend geändert hat.
- 5** [0:04:27.1] I: Okay passt, dann gleich zur nächsten Frage. In welchen Bereichen sehen Sie die Vorteile durch die Tourismusstrukturreform?
- 6** [0:04:35.7] B8: Vorteile sind sicher, dass dadurch, dass man jetzt die Mitarbeiter bündelt, wo alle verschiedene, wenn ich jetzt Talente haben sage ist das vielleicht der falsche Ausdruck. Aber es gibt einfach Leute

im Tourismusverband, wie ich mitgekriegt habe, zumindest ein Jahr lang, die spezialisiert sind in ihrem Metier und somit das große Ganze durchaus gut abdecken. Also man hat Leute, die sich mit den Social Media auskennen, besser, wie wir uns ausgekannt haben. Und all die Bereiche, die es einfach gibt im Tourismus, auch im Marketingbereich. Dafür gibt es, wenn man so will, Experten, das vielleicht der bessere Ausdruck. Also das ist sicher ein Vorteil, dass man hier durch das Bündeln der Mitarbeiter und das hat man glaube ich auch gut hingebraucht, kann man schon sagen. In dem man einfach im Vorfeld gesagt hat, was könnt ihr oder man hat einfach Bereiche vorgegeben und gesagt, so wo würdet ihr euch wohlfühlen? Was glaubt ihr wo ihr euch am meisten einbringen könntet? Und ich glaube, das war damals schon jetzt mittlerweile schon vor 2 Jahren, ein wichtiger Schritt und ein richtiger Schritt. Und so haben sich, glaube ich, die Leute in ihren Bereich gut eingefunden und fühlen sich sicher, glaube ich, gut aufgehoben. Das denke ich mir jetzt zumindest, so wie ich die meisten so kenne. Und man tut sich jetzt halt leicht zu sagen okay, da geht es um dieses und jenes Thema, ich mein im Groben kenne ich mich schon aus, aber die wirklichen Experten sind die und der. Also ziehen wir die zurate oder die sollen das machen. Und somit funktioniert das vielleicht von Anfang an besser. Also das ist sicher der Vorteil, der rein die Mitarbeiter betrifft.

- 7 [0:07:05.2] Die finanzielle Bündelung, ja die natürlich auch. Man hat schlussendlich weit mehr Geld zur Verfügung, aber was natürlich auch vielleicht passiert ist, dass der "Kleine", unter Anführungszeichen. Das heißt ein kleiner Betrieb oder ein kleiner Ort, der natürlich in diesem großen und ganzen vielleicht ein bisschen untergeht oder fürchtet, unterzugehen. Denn man muss halt schlussendlich jetzt natürlich eine Region abdecken, auch wenn es darum geht, es in die Auslage zu stellen. Das kann immer nur das große Ganze sein und nicht die vielen kleinen Dinge. Und da haben sicher Betriebe und auch kleine Orte, Angst oder vielleicht auch berechtigt Angst, das weiß ich nicht. Dass sie

sagen, okay gut ich bin überhaupt nicht mehr existent, obwohl sie natürlich existent sind. Aber natürlich halt im großen Verbund ja.

- 8** [0:08:16.4] I: Okay, jetzt haben Sie bereits einen Nachteil angesprochen, aber wo sehen Sie vielleicht noch Nachteile durch die Tourismusstrukturreform für Ihren Betrieb bzw. Ihre Gemeinde?
- 9** [0:08:26.7] B8: Wenn man das Finanzielle hernimmt, hätte man hergehen müssen, vor allem im Sinne der kleineren Orte, nicht die ganzen budgetären Mittel in den einen großen Topf werfen. Sondern den einzelnen Gemeinden auch ein bisschen, wenn ich jetzt sage, ein Körbergeld lassen müssen. Ja Faktum ist, ich denke schon, dass man in den Kleinstrukturen, wie wir sie hatten, gibt es natürlich auch insofern Vorteile, als dass - jetzt kommen wir schon wieder zu einer Wanderkarte - Thema Wandern. Wir haben im Thermenland, ich weiß nicht wie viele Wanderwege, die jetzt auf einer, zum Beispiel auf einer ausgedruckten Karte eigentlich nicht abbildbar sind. Das sind einfach zu viel und das Gleiche gilt für die Radwege. Das heißt, es ist durch die Summe des Angebotes einfach zu groß, als dass sich das abbilden lässt. Im Internet sehr wohl, keine Frage, da ist Platz genug. Aber auch vielleicht mit Strukturen und so weiter arbeiten mit Weglängen und und und, so dass der Gast letztlich gezielt zu dem kommt, was er sucht. Aber ich sag jetzt mal, es kann keine Wanderkarte geben, die das ganze Thermenland und alle Wanderwege abdeckt. So, das heißt, es ist notwendig, dass es diese Wanderkarten, von mir aus, wie es sie immer schon gegeben hat. Nahezu jeder Ort hat wahrscheinlich eine Wanderkarte gehabt oder nahezu, die muss es irgendwie weiterhin geben. Der Gast kommt hierher, es gibt ein bestehendes Wanderwegenetz und das will er irgendwo abgebildet haben und das sehe ich eben durchaus als Nachteil. Das heißt auch für solche Zwecke hätte es gebraucht, dass der Gesetzgeber sagt, okay es bleibt ein gewisser Prozentsatz an Geldern bleibt bei den Gemeinden, weil Tourismusverbände gibt es ja nicht mehr. Daher soll die Gemeinde dafür einen Teil behalten können, damit sie ihre Aufgaben erledigen kann, also das sehe ich eigentlich

fast als den größten Nachteil. Das hat jetzt mit dem Gesetzgeber zu tun, gar nicht jetzt mit dem Tourismusverband TVL. Dass der Gesetzgeber gesagt hat, so aus und Schluss alles an Geld kommt dort rein. Wie die Gemeinden dort zurechtkommen mit diesen Aufgaben, die man ihnen auch in den Gesetzestext geschrieben hat, was sie alles zu tun haben. Wie sie damit zurechtkommen, ist ihnen egal. So jetzt ist man zumindest im Thermenland hergegangen und hat das umgesetzt, dass man den Orten, und das hat anscheinend ein bisschen Überzeugungsarbeit gebraucht gegenüber der Aufsichtsbehörde, dass man den einzelnen Orten durchaus ein bisschen ein Geld für Veranstaltungen, für weiß ich nicht was auch immer, doch zurückgibt. Das sind in unserem Fall glaube ich 8.000€ im Jahr. Das ist gegenüber einem Budget, wir haben gehabt 400.000€ seinerzeit. Ja gut ich muss jetzt kein Marketing damit machen. Und die 8.000€ sind ein Anerkennungsbeitrag für unsere Veranstaltungen, die wir haben. Aber das ist jetzt eine Initiative der Region gewesen, dass das so passiert. Gar nicht gern gesehen vom Land, vom Gesetzgeber. Also da wird hoffentlich irgendwann nachjustiert, wenn es geht, bald einmal, dass man einfach den einzelnen Orten für ihre Aufgaben, die definiert sind, quasi per Gesetz, halt auch ein bisschen Geld lässt.

- 10** [0:12:33.9] Ich sage eh, wir als Loipersdorf brauchen nicht jammern. Wir haben unsere Kurabgabe, aber ich brauche nur über die Grenze schauen, Unterlamm, die haben das schon nicht. Das heißt, was immer die tun, muss aus dem Gemeindebudget rauskommen. Und jetzt ist das aber auch keine superreiche Gemeinde und das hat sie bis jetzt zumindest nicht tun müssen. Und jetzt zu sagen, ja es gibt den großen Verband, die machen eh alles für euch. Alles kann der Verband nicht machen. Jetzt bin ich wieder bei der Wanderkarte, aber das soll nur als Beispiel gelten für viele Dinge, bis hin zu Beschilderung von Radwegen, usw. Und ähnliche Dinge mehr wie Veranstaltungen und und und, was eben seinerzeit zumindest ein bisschen mitfinanziert wurde. Wo auch viele Ehrenamtliche mitgeholfen haben, weil das ist ja der ortseigene

Tourismusverband. Die Leute hat man ja gekannt und die hat man dann angeredet, ob sie uns beim Fest helfen. Wir brauchen Kellner, Abwäscher, wir brauchen weiß ich nicht, Tisch herräumen und wegräumen. Das geht auch leichter, wenn das vom Ortsverband aus initiiert wird. Es tut sich der Regionalverband, wenn ich sage, schwer, es ist nahezu unmöglich. Also wenn jetzt der Geschäftsführer vom Tourismusverband nach Bad Loipersdorf käme und sagt, er braucht die Vereine, weil irgendein Fest zu organisieren ist, werden sie ihm die lange Nase zeigen. Für sowas ist er unter Anführungszeichen einfach zu weit weg.

- 11** [0:14:23.4] I: Okay, danke für die ausführliche Beantwortung. Dann vielleicht noch zu den konkreten herausfordernden Situationen aufgrund der Tourismusstrukturreform. Fällt Ihnen hier noch etwas in Bezug auf den Betrieb oder auf die Gemeinde ein? Ich meine, Sie haben bereits sehr viel dazu erwähnt.
- 12** [0:14:51.1] B8: Ja vieles war sicher schon verpackt in dem, was ich vorher gesagt habe. Ja, zusätzlich gar nicht wirklich etwas. Ich sage eh, die Gemeinden müssten bisschen finanziell ausgestattet werden.
- 13** [0:15:17.4] I: Ja, das passt dann noch zur Frage, welche konkreten Chancen haben sie jetzt mit der Tourismusstrukturreform für ihre Gemeinde beziehungsweise für ihren Betrieb ergeben?
- 14** [0:15:32.2] B8: Ja da tue ich mir ehrlich gesagt schwer. Vielleicht ist es noch zu früh was zu erkennen.
- 15** [0:15:41.1] I: Ja im Prinzip bezieht sich die ganze Arbeit eigentlich auf die kurzfristigen Auswirkungen, weil langfristig kann man noch gar nichts dazu sagen. Aber was sehen Sie vielleicht auch in Zukunft noch als Chancen durch die Tourismusstrukturreform?
- 16** [0:16:05.1] B8: ... Dass man durch die Schlagkraft, die finanzielle Schlagkraft sag ich jetzt einmal, durch den Verband es eben schafft, unsere Region mit den wichtigsten Themen, wie wir sie eben touristisch haben, das sind eben die Thermen, das Rad fahren, das Wandern, das

ist vor allem die Kulinarik auch. Dass uns vielleicht dadurch noch mehr gelingt. Und auch dass wir im Ausland ein bisschen Fuß fassen. Hier tut man sich als Ort bestimmt schwer oder es ist nahezu unmöglich. Also das sollte schon oder müsste irgendwie gelingen, zumindest im angrenzenden Ausland, dass man die Region in ihrer Gesamtheit besser vermarkten kann. Was man als Ortsverband sicher nicht kann. Ich weiß zwar auch wie schwierig das ist, weil es Thermenland gibt es ja nicht erst seit 2 Jahren. Aber letztlich muss das auch eine Aufgabe der Region sein. Zumindest im angrenzenden Ausland mehr Gäste heranzuziehen. Dass wir, wenn wir doch jetzt seit jeher sehr stark österreichlastig sind, mit unseren Gästen. Das hat nicht nur Nachteile, das weiß ich schon. Ganz im Gegenteil, das hat in der Pandemiezeit oder danach große Vorteile gehabt. Dass man nicht angewiesen war auf Flugreisende. Aber gehen wir davon aus, es gibt nicht alle 3 Jahre eine Pandemie. Also soll und muss es gelingen, in der Region oder mit der Region oder durch die Region, ausländische Gäste mehr ins Land zu ziehen.

- 17** [0:18:25.2] I: Passt perfekt. Dann zur nächsten Frage. Die finanzielle Situation haben sie schon etwas angesprochen. Hat sich sonst noch, was an der finanziellen Situation seit der Tourismusstrukturreform verändert? Vielleicht auch in Hinsicht auf den Betrieb? Oder ist alles gleich geblieben?
- 18** [0:18:38.8] B8: Beim Betrieb ist es gleich geblieben. Wir haben ja vielleicht ein bisschen eine Besonderheit hier bei uns in Loipersdorf. Seit über 20 Jahren gibt es das glaube ich. Eine sogenannte Interessensgemeinschaft. Die hat sich früher sogar gespannt über 4 Gemeinden: Jennersdorf, Unterlamm, Loipersdorf und Stein. Das heißt, vor 20 Jahren ist man hergegangen und hat gesagt, wir bilden einen Geldtopf, damit bewerben wir diese Region. Die Vermieter zahlen pro Nächtigung in diesen Topf was ein, haben dafür gewisse Gegenleistungen. Und dieser Geldtopf wird auch seitens der Therme aufgefüllt, quasi verdoppelt. Und diese Interessensgemeinschaft gibt es

nach wie vor. Das heißt, die ist jetzt nicht gestorben durch die Tourismusstrukturreform. In anderen oder um andere Thermenorte, ist das oft gesetzlich entstanden. Es hat da gegeben, die nennen es 4-Dreier Regionen. Sprich, da hat man sich einfach zusammengetan als Tourismusverbände bei Gesetz und hat dann gemeinsam einen Geldtopf gehabt und gemeinsam Marketing gemacht. Es ist bei uns nicht auf gesetzlicher Basis passiert, sondern wenn man so will freiwillig. Und diese freiwillige Gemeinschaft gibt es nach wie vor. Somit ist bei uns auch aus Betriebssicht jetzt nicht irgendwas weggebrochen, sondern mit diesem Geldtopf wird einfach unsere Kleinregion, sag ich jetzt mal halt mitbeworben. Das geht in erster Linie über die Therme, über deren Marketingabteilung. Wobei ich jetzt nicht so gewichten kann, was bringt was. Alles bringt was. Wenn ich jetzt rein die Buchungszahlen hernehme oder wo die Buchungen herkommen. Da kommt sicher der größere Teil von der eigenen Homepage und dann kommt ein gewisser Teil über diese Interessensgemeinschaft. Wenig kommt noch, muss ich auch gestehen über den Regionalverband. Also wenn man das rein auf das festmacht, wo Buchungen herkommen, kann man natürlich schon ein bisschen gewichten. Aber es ist oft so, buchen kommt nicht nur zustande, in dem es online passiert, sondern man informiert sich über diverse Plattformen im Vorfeld und greift dann schlussendlich zum Telefon und so entsteht auch eine Buchung, nach wie vor. Und somit lässt sich nicht irgendwie nachvollziehen, ist der jetzt über die TVL-Seite zu mir gekommen oder über die Thermenseite oder wie auch immer. Und jeden fragst du auch nicht. Also die Auswirkungen als Betrieb oder als Gemeinde? Ja, die negativen habe ich schon gesagt, indem man sich finanziell auf die eigenen Beine stellen musste und das gilt wahrscheinlich auch für die Betriebe, dass die einfach mehr selber initiativ werden müssen. Noch mehr Marketing, hauseigenes Marketing machen, weil sie halt jetzt auch unter der Seite des TVL, einer von vielen sind, keine Ahnung wie viele Nächtigungsbetriebe im TVL sind. Dem muss man sich von Anfang an bewusst sein. Ich habe zwar

mehr Schlagkraft als Region, nach außen hin, aber der Moment, wo dann der Gast aufmerksam wird auf die Region, da muss ich halt irgendwie schauen und darauf achten als Betrieb, Gemeinde irgendwie hervorstechen mit was auch immer. Und andererseits können wir sagen, es kochen alle nur mit Wasser. Ja letztlich für einen, der im Thermenland nach einem Wellnessurlaub sucht, der hat natürlich die unterschiedlichen Themen zur Auswahl, wenn er die Ruhe sucht, hat er aber trotzdem nicht nur eine Therme. Sondern ich kann sagen ich gehe nach Bad Radkersburg oder noch mehr Ruhe in Bad Gleichenberg. Ich habe auch wenn ich nach Loipersdorf ins Schaffelbad gehe meine Ruhe. In Bad Waltersdorf habe ich sie auch. Da fällt vielleicht gerade mal die H2O Therme weg, wenn ich meine Ruhe will. Dann ist man mit der Familie unterwegs, habe ich trotzdem wahrscheinlich auch in einigen Thermen mein Angebot, dass mir passt. Was ich damit nur sagen möchte, ist, es ist nicht so leicht, hervorstechen, auch als Betrieb nicht. In diesem großen Ganzen. Also man muss halt hoffen, dass die irgendwie über mich drüber stolpert und ich halt mit dem, was ich ein Angebot habe, wie ich mich darstelle und und und. Und der Gast dann schlussendlich bei mir hängen bleibt. Also das ist auch eine neue Herausforderung für die Betriebe, für die Gemeinden. Wenn ich jetzt hernehme den Kastner und Öhler in Graz, da als einzelnes Geschäft, wo ich halt z.B. meine Sonnenbrillen anbiete, und da gibt es aber in jeder Etage Sonnenbrillen, dass ich da halt trotzdem zu meinen Gästen kommen. Es ist natürlich schwierig.

- 19** [0:25:06.4] I: Ja, auf alle Fälle, dann komme ich weiter zur nächsten Frage. Wie hat sich die Tourismusstrukturreform auf die Marketingaktivitäten beziehungsweise die Marketingstrategie ausgewirkt? Hat es hier Veränderungen gegeben im Vergleich zu vorher?
- 20** [0:25:18.6] B8: Ja, wir beschränken uns jetzt als Gemeinde darauf, dass wir ein Minimum an Marketing machen. Verlassen uns darauf, dass einerseits diese Interessensgemeinschaft weiterhin gut funktioniert und

uns unterstützt. Und hoffen natürlich auch, dass der Regionalverband genug Ideen, genug Initiativen setzt, dass man weiterhin oder mehr denn je bemerkbar sind auf den Märkten. Es ist sogar so, dass der Gesetzgeber vorgibt diese Kurtaxe, die ich erwähnt habe, die wir haben und auch die andere Kurorte haben. Es ist sogar vorgeben, was mit diesem Geld passieren darf. Und da ist durchaus der Bereich Marketing sehr eingeschränkt. Du darfst also mit dem Geld, deine Infrastruktur erhalten, kannst du auch neue Angebote, irgendwie touristische Angebote initiieren und machen und auch vielleicht Veranstaltungen damit umsetzen. Aber ein Marketing ist eigentlich, ich glaube 20% bis knappe 30% Prozent von dem gesamten Budget darfst du dafür hernehmen und das wird auch angeschaut anscheinend. Das heißt auch von dem her sind wir irgendwie gezwungen. Wir müssen darauf hoffen, dass - jetzt wiederhole ich mich - sprich Interessentengemeinschaft und der Regionalverband und auf den Märkten bestmöglich in die Auslage stellt und Leute nach wie vor kommen. Es ist nicht leicht.

- 21** [0:27:33.8] Ich meine wir haben Gott sei Dank glaube ich insgesamt einen hohen Stammgästeanteil, der Marketing für uns macht. Also von dem glaube ich leben eh alle sehr stark. Und das braucht es auch. Umgekehrt, wenn ich mir denke, ein neuer Betrieb, der in unserer Region vielleicht eröffnet, hat es wahrscheinlich doppelt schwer. Bis der zu einem Stammgästestock kommt, der ihm eine gewisse Grundauslastung verschafft. Ja, aber gut, es ist so. ...
- 22** [0:28:26.9] I: Ja okay, dann kommen wir zur nächsten Frage. Wie hat sich die Zusammenarbeit mit anderen Gemeinden und Betrieben der Region Thermen- und Vulkanland seit der Tourismusstrukturreform verändert?
- 23** [0:28:34.8] B8: Dadurch, dass wir eben diese Interessensgemeinschaft haben, die es nach wie vor gibt, gab es bei uns diesen Cut nicht. Beziehungsweise hat es nicht gebraucht, dass die Gemeinden sagen

haben müssen, Herrschaften wir müssen uns da zusammentun, weil im Thermenland gehen wir unter, wir müssen schauen, dass wir irgendwie zu seinem Budget kommen, zu einem Geld kommen. Und dann machen wir was gemeinsam damit. Diese Frage hat sich bei uns deswegen nicht gestellt, weil es eben diese Strukturen noch gibt. Aber das ist halt bisschen was Besonderes bei uns hier. Ich habe nur mitgekriegt, dass es in den in den größeren Orten und größeren Städten Entwicklungen gegeben hat, dass sie GmbHs gegründet haben usw. Und das kommt noch dazu früher waren wir zumindest vorsteuerabzugsfähig als Tourismusverband. Als Gemeinde bist du das nicht. Und jetzt, werden eben GmbHs gegründet, damit man sich halt die Vorsteuer wiederholen kann. Aber hier geht es ja auch darum, dass man ja eine neue Struktur braucht, um die ortseigenen Aufgaben, die man bisher gehabt hat, dass man die erledigen kann.

- 24** [0:30:16.3] Zusammenarbeit mit den umliegenden Gemeinden passiert nach wie vor, eben auf Basis dessen, was ich vorher erwähnt habe. Aber ich höre auch Stimmen, dass das, aber das hat vielleicht mit der mit der Institution selbst zu tun, dieser Interessensgemeinschaft, dass man halt auch nicht ganz zufrieden ist damit, aber das ist ein eigenes Thema. Aber es macht nach wie vor Sinn, dass es eben hier, als Kleinregion Zusammenarbeit gibt, speziell natürlich auch, wenn es darum geht - jetzt bin ich wieder bei dem Thema - Laufkarten, Wanderkarten, Radfahrkarten. Das sind die Dinge, die hören ja nicht bei der Gemeindegrenze auf. Das heißt, die führen natürlich über das Umfeld und entweder es gibt eine gemeinsame Radkarte, Wanderkarte, die eben das Ganze abdeckt. Was natürlich Sinn macht. Wir haben auch sowas, unsere Wanderwege gehen in Burgenland rein und nach Unterlamm rüber und die Radwege sowieso bis Heiligenkreuz und bis Riegersburg hinüber. Also bei diesen Dingen macht es Sinn, wenn man es dort, wo es thematisch zusammenpasst, auch nach wie vor, sich zusammentut und bündelt. Und so die Dinge nicht einfach aufhören, nur weil kein Geld hier oder keine Leute hier sind, die das umsetzen. Also

das, wenn es wir nicht hätten in Form dieser IG, müssten wir es jedenfalls tun oder bereits gemacht. Weil, wie schon erwähnt, die Großregion kann nicht alles abdecken.

25 [0:32:13.1] I: Okay. Ja, dann gleich weiter, wieder zum Thema Zusammenarbeit. Wie hat sich die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband TVL seit der Tourismusstrukturreform verändert? Also wie schaut die Zusammenarbeit jetzt aus?

26 [0:32:33.2] B8: Ja wir haben einerseits das Glück, dass man in Loipersdorf immer schon ein Tourismusbüro hatte. Deswegen haben wir eine Mitarbeiterin des damaligen Tourismusverbands Loipersdorf jetzt auch als Mitarbeiterin des Thermen- und Vulkanlandes vor Ort. Und das wird auch hoffentlich so bleiben. Das heißt, wir haben nach wie vor, wenn man so will als Betrieb die gleiche Ansprechpartnerin wie immer schon. Und deswegen ist auch hier kein Cut passiert in dem Sinn. Wenn es um irgendwelche Dinge geht, dann greifen wir zum Telefon oder schickt eine Mail an die Mitarbeiterin im Büro. Sie macht ihre Arbeit hervorragend. Und kann das meiste abdecken, was so an Problemen, Problemchen als Betrieb vielleicht auftaucht. Wo sie nicht weiter weiß, jetzt sind wir wieder dort, gibt es Experten, die irgendwo sitzen dafür. Ja und damit eben umgekehrt die Betriebe auch das Thermenland wahrnehmen, haben wir jetzt vor zwei Monaten dürfte es her sein, einen Tourismusstammtisch gemacht. Wo man eben die Führung vom TVL eingeladen haben, dass die Leute auch ein Gesicht bekommen. Weil eines muss man auch sagen, die Gesichter wird man natürlich sehen, wenn man zumindest einmal im Jahr zur Vollversammlung geht. Wo alle eigentlich eingeladen sind, wo ich aber weiß, dass keiner hinget. Ja, das heißt, man muss den Umweg oft gehen, dass man das Thermen- und Vulkanland in den Ort holt in Form von der Vorsitzenden und der Geschäftsführer war dabei. Und in dem Fall, der Philip Borckenstein ist Vorsitzender Stellvertreter. Ich mein, der sitzt eh quasi im Ort. Aber dort hat man gemerkt, es ist schon richtig und gut, dass man und das werden wir ein bis zweimal im Jahr vielleicht

tun oder zumindest einmal im Jahr tun. Wenn die Leute schon nicht hingehen zur Vollversammlung, dann muss man sie wahrscheinlich herholen. Faktum ist, es waren dann doch, ich sage jetzt einmal die halben Leute waren da, die kommen hätten können. Das haben wir schon mal als Erfolg verbucht, aber ich kenne das auch noch von früher wie wir noch den Tourismusverband Loipersdorf gehabt haben und es auch Vollversammlungen gegeben hat. Da waren auch maximal 20%, wenn überhaupt 30% der Mitglieder da. Im Hintergrund wird sich immer viel beschwert, aber dass man dann an passender Stelle seine Anliegen vor bringt bei Sitzungen etc., da ist man dann oft nicht anwesend oder man traut sich nicht. Gut, also die Zusammenarbeit durch das, dass wir eine gute Mitarbeiterin quasi hier vor Ort sitzen haben, das, was wir brauchen, klappt sehr gut. Und umgekehrt holen wir halt jetzt wie erwähnt in Form von Versammlungen die Mitarbeiter vom TVL her. Ja, es ist natürlich auch für die einzelnen Betriebe auch Neuland, auch die waren es gewohnt, dass es halt Ansprechpartner vor Ort gibt, die ständig herum waren, ständig irgendwie da waren. Die hat man dann angerufen usw. Man greift als Betrieb nicht zum Telefon und telefoniert mit dem Geschäftsführer vom TVL. Das passiert eher nicht, sondern da ist die erste Ansprechpartnerin, die Mitarbeitern vor Ort. Das ist ja auch okay so, weil wenn alle den Geschäftsführer anrufen würden, dann kommt er wahrscheinlich nicht zum Arbeiten. Aber das soll nur ein bisschen symbolisieren, auch natürlich da ist jetzt eine Entfernung entstanden. Aber das war auch absehbar. Und den Nutzen, den man aus dem TVL hat, auch als Betrieb, den sieht man heute vielleicht noch nicht so. Wenn es ihn gibt, ich will es nicht schlecht reden, aber es wird dann wahrscheinlich nicht nur in Loipersdorf, keiner wird juhu sagen können. Ja, seit wir keinen kleinen Tourismusverband mehr haben, sind die Buchungen hinaufgeschneilt, weil das jetzt halt ein professioneller mit mehr Budgetmittel ausgestatteter Großverband macht. Das wird so nicht sein. Und trotzdem wird er vielleicht wieder hoffentlich indirekt was bewirken, weil immerhin ist ja Geld da, mit dem gewirtschaftet wird und

letztlich irgendwie, soll es sich natürlich auch runter bis zum kleinen Betrieb auswirken.

- 27** Aber natürlich, der Betrieb selbst muss auch schauen, dass er das was er anbietet marktkonform ist und halt schaut, dass er gescheit aufgestellt ist mit allen, dass man halt jetzt braucht im Bereich also im Internet schon länger. Aber da geht es darum, ist man da dahinter, dass man Anfragen entsprechend rasch beantwortet. Tut man Kontingente warten usw. Das klingt alles so als grundsätzliche Dinge, aber das ist nicht bei jedem Betrieb selbstverständlich. Und bei kleinen und oft auch irgendwie verständlich, weil da gehen vielleicht sogar beide arbeiten oder eine halbtags oder wie auch immer. Oder die Frau, die daheim ist, muss sich um die Zimmer kümmern und macht das Frühstück ein Privatzimmerbereich. Also, die sitzt nicht den ganzen Tag vor dem Computer und wartet bis die Emails eintrudeln zum Beantworten. Also das ist eine generelle Herausforderung der Betriebe und bin ich bei Booking buchbar usw. Das sind alles so Dinge, wo man natürlich schon auch merkt, dass Private damit zu kämpfen haben. Und jetzt auch, das wird jetzt nicht unbedingt mit der Tourismusstrukturreform zu tun haben. Aber es wird eine Generation in Pension gehen, zumindest in den Thermenorten. Die sind alle in einer bisschen ähnlichen Zeit entstanden vor 30 Jahren und bisschen was dazu. Und dort sind auch diese Betriebe entstanden im Umfeld und die Jugend ist oft nicht bereit diese Betriebe jetzt zu übernehmen, abgesehen davon, dass sie wahrscheinlich einen Job irgendwo anders haben und auch nicht mehr im Betrieb wohnen. So, und jetzt sind beide, die den Betrieb irgendwie geführt haben, nochmal sie hat das Frühstück gemacht und die Zimmer und er hat den Rasen ums Haus gemäht. Beide sind in Pension und sagen jetzt, das Haus ist abbezahlt, was soll ich mich jetzt herunkämpfen mit ein paar Stammgästen und sperrt zu. Das ist eine Entwicklung, die wird im Thermenland und in den nächsten Jahren noch intensiver werden. Aber so geht das. Das hat jetzt nichts mit der Strukturreform direkt zu tun. Das ist ein Nachfolger Problem.

- 28** [0:41:05.1] I: Ja okay, dann noch zur Frage, welche konkreten Schritte würden Sie sich in Bezug auf die Tourismusstrukturreform vom Tourismusverband wünschen?
- 29** [0:41:14.3] B8: Ja, dass sie die Auslandsmärkte intensiver angehen. Aber da müssen wir jetzt nicht irgendwo in ferne Länder gehen, wo wir wahrscheinlich zu klein sind. Also Auslandsmärkte. Tatsächlich darauf einwirken, dass in den Gemeinden ein Geld bleibt, das ist natürlich zu Lasten des Verbandes. Weil ich nehme an, zusätzliche Mittel werden nicht irgendwo herkommen, also wenn was bei den Gemeinden ankommen soll, weil der Gesetzgeber darauf kommt, das ist vielleicht doch wichtig. Geht es wahrscheinlich zu Lasten des Regionalverbandes, der wieder ungern Geld hergeben, also von dem her, wird von dort wenig Initiative kommen. Das wird eher seitens der Gemeinden kommen, kommen müssen. Aber hier muss vielleicht der Schmerzpegel noch höher werden in den Gemeinden, dass man da schlussendlich dann zum Land geht und sagt so passt das nicht. Wir müssen, wir müssen hier was ändern. Ja ansonsten ich denke eigentlich, dass der Verband bemüht ist, Kontakt zu halten mit seinen vielen Schäfchen, die er in der Region zu betreuen hat. Es ist halt manches auch eine Holschuld seitens der Gemeinden und seitens der Betriebe. Also hier würde ich jetzt dem Verband selbst gar nicht etwas vorwerfen, dass da was versäumt wurde. Aber es ist halt für alle Beteiligten nach wie vor, glaube ich, ein Lernprozess. Wie jetzt diese neue Struktur. Wie man mit dem am gescheitesten zurechtkommt. Ich glaube, das wird noch brauchen.
- 30** [0:43:38.0] Wie es seinerzeit bei den Gemeindefusionierungen, dass jetzt auf einmal keinen Bürgermeister mehr gibt im Ort und kein Gemeindeamt. Und man muss drei Kilometer weiterfahren und dort mein Anliegen als Bürger vorbringen. Es ist hier in Wahrheit dasselbe. Es braucht seine Zeit, bis man mit diesen neuen Gegebenheiten umgehen kann. Es muss auch der Tourismusverband einen langen Atem haben oder nicht nur unserer, alle in der Steiermark. Dass man

nicht aufhört, auch wenn es Rückschläge gibt. Dass man nicht aufhört, den Kontakt zu den Betrieben weiterhin zu suchen. Ich kann halt auch nicht von Haus zu Haus gehen als Geschäftsführer und mit jedem eine Mischung trinken und sagen reden wir übers Geschäft. Das muss in einer anderen Form passieren. Das muss aber auch umgekehrt von den Betrieben angenommen werden. Dann sind wir wieder dort, die Entfernung, also nicht nur die geographische Entfernung, sondern eine emotionale und mit dem müssen wir irgendwie leben lernen.

- 31** [0:45:15.0] I: Okay, gibt es sonst noch irgendwas, was Sie abschließend zu dem Thema erwähnen möchten?
- 32** [0:45:29.4] B8: ... Nein, ich denke ich habe viel geredet und es ist alles gesagt.
- 33** [0:45:32.1] I: Passt, das war jetzt auch schon die Abschlussfrage. Dann sage ich danke fürs Zeitnehmen, für das Interview und für die ausführliche Beantwortung.
- 34** [0:45:40.3] B8: Bitte gerne.