STADTENTWICKLUNG

Nr. 120

WERKSTATTBERICHTE

Kulturlandschaftsanalyse

Nußberg, Reisenberg

Wien! voraus

Flächenwidmung
Stadtteilplanung

StadtWien

Kulturlandschaftsanalyse Nußberg, Reisenberg

Eigentümerin und Herausgeberin:
Magistrat der Stadt Wien, Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung
http://www.wien.gv.at/stadtentwicklung

Für den Inhalt verantwortlich:
Magistratsabteilung 21A – Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West, DI Jens Sonderegger
http://www.wien.gv.at/stadtentwicklung

AutorInnen:
Mag[a]. Maria Vassilakou, DI Jens Sonderegger, DI Ingrid Nausch, Univ.-Prof. Dr. Jochen Kantelhardt, Dr. Martin Kapfer, Mag. DI Stefan Frank, Ao. Univ.-Prof. DI Dr. Christiane Brandenburg, DI Brigitte Allex, DI Birgit Gantner, DI Florin Hirnschall, DI Andreas Kasper, Mag. Ursula Liebl, Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel, Univ.-Prof. Ing. Dr. Norbert Weixlbaumer, Anton Neureiter, Valentin Kraus

Gestaltung:
derWerbetraeger/Bettina Berger-Zimmermann

Technische Koordination:
Magistratsabteilung 21A – Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West, Ing. Rudolf Polan

Bildrechte:
Magistrat der Stadt Wien, DI Brigitte Allex, Friedrich Arnold, DI Birgit Gantner, Anton Neureiter, Ing. Rudolf Polan, DI Jens Sonderegger

Produktion:
Magistrat der Stadt Wien, Magistratsabteilung 21A – Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West, Repro
Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse" des Österreichischen Umweltzeichens, Magistrat der Stadt Wien, Magistratsabteilung 21A, Referat Reprographie, UW-Nr. 835

Copyright:
Stadtentwicklung Wien – 2011, alle Rechte vorbehalten

Personenbezogene Bezeichnungen, die nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sich in gleicher Weise auf Frauen und Männer

ISBN 978-3-902576-55-2

INHALT

Titel, Impressum 1

Vorwort Mag^{a}. Maria Vassilakou 3

Einleitung 4

Übersichtskarte 6

Positionspapier 7

Studie Landbewirtschaftung und Agrarstruktur 13

Studie Erholungsnutzung 37

Studie Synthesebericht zum Kulturlandschaftsraum 91

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

der Nußberg und der Reisenberg mit seinen Weinkulturen im Nahbereich von Grinzing sind eine über Jahrhunderte geformte einmalige Kulturlandschaft und zählen zu den besten Weinanbaugebieten Wiens. Diese Kulturlandschaft ist Bestandteil des westlichen Wald- und Wiesengürtels und prägt als grüne Kulisse die Stadt.

Dieser Naherholungsraum trägt zur international bestätigten hohen Lebensqualität Wiens bei und ist Ziel vieler Wienerinnen und Wiener, die Erholung, Naturerlebnis oder sportliche Betätigung am Wochenende oder nach einem langen Arbeitstag suchen.

In einem Best-practice-Beispiel wurde dieser Raum in seiner Vielfalt wissenschaftlich untersucht, seine Werte und Qualitäten analysiert sowie sein Potenzial aufgezeigt. Die wirtschaftliche Situation der Weinbauern und -bäuerinnen und deren Stellenwert als „Landschaftserhalter" wurden beleuchtet, BesucherInnen vor Ort nach ihren Wünschen und Erfahrungen befragt sowie die Risken und Chancen dieses Raums erhoben.

Es freut mich, dass diese sehr interessanten Ergebnisse nun vorliegen. Wir verfügen jetzt über eine umfassende Darstellung dieses Kulturlandschaftsraums und auch einen Maßnahmenkatalog, der aufzeigt, wo Verbesserungsbedarf besteht und wie seine herausragenden Qualitäten auch für künftige Generationen gesichert und weiterentwickelt werden können.

Mag^{a}. Maria Vassilakou

Vizebürgermeisterin und Stadträtin für Stadtentwicklung, Verkehr,
Klimaschutz, Energieplanung und BürgerInnenbeteiligung

EINLEITUNG

DI Jens Sonderegger
Projektleiter

Die Bewahrung des Kulturlandschaftsraums im Nahbereich zu Grinzing sowie die Stärkung des Weinbaus sind wichtige Ergebnisse des Leitbildes, welches im Zuge der „Initiative Leitbild Grinzing" gemeinsam mit den ortsansässigen Bürgerinnen und Bürgern ausgearbeitet wurde.

Der Kulturlandschaftsraum Nußberg/Reisenberg, der auch Teil des Biosphärenparks Wienerwald ist, wurde deshalb im Auftrag der MA 21A in seiner Wertigkeit und Einmaligkeit untersucht. Die Analyse erfolgte erstmalig auf Basis von mehreren wissenschaftlichen Betrachtungsebenen und wurde vom Institut für Geografie und Regionalforschung (UNI WIEN), dem Institut für Agrar- und Forstökonomie (BOKU) sowie dem Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung (BOKU) durchgeführt.

Die Zielsetzung dieser drei Forschungsstudien lag in der Erfassung dieses Raums in seiner Gesamtheit. Das Besondere und Charakteristische wurde herausgearbeitet, die Stärken und Schwächen analysiert, erste Maßnahmen entwickelt und der Landschaftsraum in Wert gesetzt.

Die Ergebnisse dieses „Pilotprojekts" sind vielschichtig, führen zu neuen Erkenntnissen und unterstreichen die multifunktionale Bedeutung, welche dieser einmalige, stadtnahe Landschafts- und Erholungsraum für Wien und seine Bewohner einnimmt und in Zukunft noch in verstärktem Ausmaß einnehmen wird.

Ein Themen- und Maßnahmenkatalog, der unter Mitwirkung der MA 22 und MA 49 konzipiert wurde, rundet die Kulturlandschaftsanalyse Nußberg/Reisenberg ab.

DI Ingrid Nausch
Dezernatsleiterin

Die Weingärten des 19. Bezirkes prägen das Stadtbild von Wien und sind durch ihre Topografie weithin sichtbar. Gerade der Nußberg und Reisenberg zählen hier zu den markantesten Blickbeziehungen und wurden deshalb vorrangig für die vorliegende Untersuchung ausgewählt.

In den letzten Jahren wurde einerseits vermehrt die Notwendigkeit und der Wunsch der Weinbaubetriebe für Erweiterungsflächen in den Weingärten an die Stadtplanung herangetragen andererseits wurden die Preise für Weingärten durch Investoren in die Höhe getrieben, sodass sich kleinere Weinbaubetriebe in ihrer Existenz bedroht sehen. Neben der von den Bewohnern Grinzings befürchteten Zerstörung des Ortsbildes war die Zukunft der kleineren Weinbaubetriebe im Zuge der „Initiative Leitbild Grinzing" immer wieder ein heiß diskutiertes Thema. Gerade die Weinbaubetriebe sind maßgeblich an der Kultivierung dieses für Wien so typischen Landschaftsbildes beteiligt und sind somit ein wichtiger Bestandteil im Zusammenhang mit der Erhaltung dieser wertvollen Kulturlandschaft. Daher wurden von der Stadtplanung im Anschluss an die Leitbilderstellung für den Ortskern von Grinzing diese Untersuchungen auf rein wissenschaftlicher Basis beauftragt.

In diesem Zusammenhang möchten wir uns auch für die wirklich gute und kooperative Zusammenarbeit mit den Dienststellen der Geschäftsgruppe Umwelt sowie der Landwirtschaftskammer Wien und Herrn Arnold, der uns neben seinem Wissen auch Bildmaterial zur Verfügung gestellt hat, recht herzlich bedanken.

Untersuchungsraum Nußberg, Reisenberg
ÜBERSICHTSPLAN

Kulturlandschaftsanalyse Nußberg, Reisenberg
POSITIONSPAPIER
Themen- und Maßnahmenkatalog MA 21A

AUSGANGSLAGE

Der Kulturlandschaftsraum am Nußberg und Reisenberg besitzt für die Stadt Wien in vielerlei Hinsicht große Bedeutung. Dieser Raum prägt mit seinen Weinbaukulturen das Stadt- und Landschaftsbild, ist traditionsreiches Landwirtschaftsgebiet mit seiner typischen Heurigenkultur, Lebensraum für Fauna und Flora und dient der städtischen Bevölkerung als unverwechselbares Naherholungsgebiet.

BEAUFTRAGUNG VON FORSCHUNGSSTUDIEN ZUM KULTURLANDSCHAFTSRAUM

Als eines der Ergebnisse des BürgerInnenbeteiligungsprozesses „Initiative Leitbild Grinzing" wurde dieser Kulturlandschaftsraum im Auftrag der MA 21A unter einem kulturgeografischen, agrarökonomischen Aspekt und unter dem Gesichtspunkt der Erholungsnutzung analysiert und erforscht. Beauftragt wurden das Institut für Geografie und Regionalforschung (UNI WIEN), das Institut für Agrar- und Forstökonomie (BOKU) und das Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung (BOKU).

Die Zielsetzung dieser drei Forschungsstudien liegt in der Erfassung dieses Raums in seiner Gesamtheit. Das Besondere und Charakteristische wurde herausgearbeitet, die Stärken und Schwächen analysiert, erste Maßnahmen entwickelt und der Landschaftsraum in Wert gesetzt.

RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Dieser Landschaftsraum ist laut bestehender Rechtslage als Schutzgebiet/Wald- und Wiesengürtel, der „strengsten" Grünlandwidmungskategorie gemäß der Bauordnung für Wien, gesichert. Darüber hinaus ist er auch Bestandteil des verordneten Landschaftsschutzgebiets Döbling.

Im Sinne des Arten- und Lebensraumschutzes ist das Gebiet auch nach § 15 des Wiener Naturschutzgesetzes Teil des „Netzwerk Natur". Seit dem Jahr 2005 ist das Gebiet Teil des Biosphärenparks Wienerwald. Die nachhaltige Entwicklung auf allen Ebenen des menschlichen Lebens und seinem gesamten Umfeld stellt das vorrangige Ziel des Biosphärenparks dar.

Links:
(http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/html/l4801270.htm)

(http://www.wien.gv.at/umweltschutz/naturschutz/wege/netzwerk.html)

(http://www.bpww.at/)

Folgende Aspekte, Themenfelder und Maßnahmen gehen aus den Forschungsstudien hervor und wurden durch Fachgespräche mit den Magistratsabteilungen 22 und 49 ergänzt.

Werte/Stärken der Landschaft; Identifikation

Themenfelder:

- Zahlreiche naturräumliche Strukturen sind vorhanden: Trockensteinmauern, Trockenwiesen, Hohlwege, Hecken.
- Der Raum weist eine große funktionelle Vielfalt auf (Wirtschafts-, Erholungs-, Kultur-, Natur-, Erlebnisraum …), was auch zu Interessenkonflikten führt.
- Landschaftsraum wird durch hohe Reliefenergie geprägt.
- Die Ruhe wird meist als Stärke dieses Kulturlandschaftsraums von den Erholungssuchenden gesehen.
- Einzigartige Aussicht und Ausblick auf das Stadtgebiet.
- Es existiert eine lange historisch gewachsene Kulturlandschaftstradition.
- Siedlungsnähe ist ein Vorteil.
- Die Anbindung an den öffentlichen Verkehr ist sehr gut.
- Das Gebiet weist hohe naturschutzfachliche Werte auf.

Maßnahmen (in Umsetzung oder erfolgt):

- Das Biosphärenparkmanagement bietet Kurse für Trockensteinmauerbau an. Dadurch soll Weinbauern/-bäuerinnen die Möglichkeit geboten werden, einen traditionellen Weinbau zu betreiben, der naturschutztechnisch einen höheren Wert erzielt.
- Vom Biosphärenparkmanagement werden in Kooperation mit der MA 49 zahlreiche Veranstaltungen, die zur Identifikation mit dem Biosphärenpark beitragen, angeboten (etwa „Geheimnisse der Wienerwaldwiesen“, „Biosphärenpark-Wanderung“ etc. unter *http://bpww.at/aktuelles/veranstaltungen/* nachzulesen)
- Freilegung der Trockensteinmauern von Gebüsch zur Verbesserung der Lebensbedingungen von „prioritär bedeutenden“ Arten (etwa Smaragdeidechse) als Initialaktion der MA 22.
- Erarbeitung von Landschaftspflegekonzepten und Umsetzungsprojekten durch die MA 22 und MA 49 (z. B. Anlegen neuer Landschaftselemente etc.).

Maßnahmen (geplant bzw. vorgeschlagen):

- Analog zur bereits bestehenden Waldschule könnte auch eine „Weinschule“ aufgebaut werden.
- Erweiterung der Marketingstrategien für den Wiener Weinbau.

Ökonomische Aspekte

Themenfelder:

- Die Kulturlandschaft spielt auch als „realer Raum" (Ästhetik, Landschaftsbild) für Betriebe und BesucherInnen eine entscheidende Rolle.
- Weingärten werden immer öfter als Spekulationsobjekte gehandelt und Pachtflächen gehortet (neue BesitzerInnen spekulieren mit Umnutzung in Bauland).
- Durch die Grundstücksspekulation kommt es für Sww-Flächen meist zu sehr hohen Kaufpreisen (10 –15 €/m²) oder oft auch zu kurzen Verpachtungszeiten, was den Bodenmarkt unsicher gestaltet.
- Die Betriebe laufen unter unterschiedlichen Geschäftsmodellen (Buschenschank, Heuriger, Gastronomiebetrieb): für BesucherInnen gibt es hier kaum Unterscheidungsmöglichkeiten.
- Die Vermarktung und Produktion ist insbesondere für kleinere Betriebe oft problematisch.
- Kulturlandschaftsraum ist Wirtschafts- und Produktionsraum für Landwirte.
- Ausdünnung der Heurigenbetriebe (Heurigensterben in Grinzing).
- Weintrauben- und Weinblätterraub.
- Wildschweinübergriffe auf Weingärten und Siedlungsbereiche.

Maßnahmen (in Umsetzung oder erfolgt):

- Einführung von Biosphärenparkprodukten (z. B. werden jedes Jahr bei der Veranstaltung „DER WEIN" Weine aus dem Biosphärenpark prämiert. (siehe *http://bpww.at/regionales/wein/praemierte-biosphaerenpark-wienerwald-weine-2010/)*.
- Gemeinschaftliche Weinausschank verschiedener Betriebe.
- Von ca. 100 ha Weinflächen, welche die MA 49 besitzt, werden ca. 50 ha verpachtet. Dadurch kann zumindest eine gewisse Stabilität der Pachtflächen und ein minimaler regulativer Eingriff auf die Entwicklung der Pachtpreise genommen werden.
- Die MA 49 bewirtschaftet zur Erhaltung des Landschaftsbildes auch Weingärten in steilen Lagen und Randlagen. Diese Flächen sind auch Lebensraum für viele Tier- und Pflanzenarten und daher von großer Bedeutung.

Maßnahmen (geplant bzw. vorgeschlagen):

- Einschränkung der Grundstücksspekulationen (durch Infokampagne der Stadt Wien, wertsteigernde Maßnahmen des Kulturlandschaftsraums).
- Aufklärung der Bevölkerung über wirtschaftliche Folgen der Weinstockschädigungen durch Landwirtschaftskammer und örtliche Weinbauvereine (Folder, Begehungen etc.).
- Information der Bevölkerung über den Umgang mit Wildtieren – speziell Wildschweinen – im Rahmen der Stadt Wien Medien.

Orientierung/Image/Bewusstseinsbildung

Themenfelder:

- Ein Besucherleitsystem im Gebiet, aber auch zum Gebiet fehlt.
- Das Wissen um den „Biosphärenpark Wienerwald“ ist kaum vorhanden.
- Zusätzlich gibt es zu wenig Identifizierung der BesucherInnen und BewohnerInnen mit dem Biosphärenpark.
- Die Bedeutung der Weinbauern/-bäuerinnen als Landschaftserhalter wird zu wenig wahrgenommen und sollte seitens der Stadt vermehrt unterstützt werden.
- Die BesucherInnen bringen den Weinbauern/-bäuerinnen im Hinblick auf die Bewirtschaftungserfordernisse oft zu wenig Respekt (Wertschätzung) entgegen.

Maßnahmen (in Umsetzung oder erfolgt):

- Erstellung eines geeigneten Besucherleitsystems im Gebiet (ist durch die MA 22 anhand kleiner Orientierungstafeln angedacht).
- 1x im Jahr findet ein Weinwandertag statt. *(http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/wiener-wein-heurige/weinwanderweg)*
- Errichtung eines Biosphärenpark-Infopoints am Parkplatz Kahlenberg, an dem mit der MA 49 und MA 22 abgestimmte Inhalte dargestellt werden.
- Das Biosphärenparkmanagement bietet das ganze Jahr Veranstaltungen mit Informationen zum Biosphärenpark und dessen Pflanzen- und Tierwelt an. *(http://bpww.at/aktuelles/veranstaltungen)*

Maßnahmen (geplant bzw. vorgeschlagen):

- Erstellung eines Leitsystems zum Gebiet und Informationen an neuralgischen Punkten (wie an Endstellen der öffentlichen Verkehrsmittel).
- Einrichtung eines Weinlehrpfades.
- Informationen zum Biosphärenpark auch über Heurigenlokale vermitteln.
- Die MA 49 plant 2011 gemeinsam mit dem Biosphärenpark zusätzlich zum Weinwandertag einen Obstbaumtag zu veranstalten.
- Verstärkte Vermittlung der Tätigkeiten der Weinbauern/-bäuerinnen auch als LandschaftspflegerIn durch Landwirtschaftskammer oder örtliche Weinbauvereine (z. B. Veranstaltungen, gemeinsame Ernteaktivitäten etc.).

Infrastruktur im Gebiet

Themenfelder:

- Als Problemfeld erweist sich die Wegeerhaltung. Ein großer Teil des Wegenetzes ist asphaltiert (Trenn- und Barrierewirkung für Tiere, nicht unproblematisch für Erholungsnutzung und sportliche Betätigung). Steile, stark frequentierte Wegabschnitte sollten laut MA 49 befestigt sein, um Erosionen durch Regen zu verhindern und um die Nutzung zur Erholung und die Befahrbarkeit für die Bewirtschaftung gewährleisten zu können.
- Viele befragte Erholungsuchende wünschen sich mehr Mistkübel und Trinkbrunnen. Laut MA 49 stellen Mistkübel in der Landschaft jedoch ein überaltetes Konzept dar. Wanderer sollten ihren Abfall mit nach Hause nehmen bzw. in die vorhandenen Mistkübel bei den Zugängen des Gebiets entsorgen.
- Die vorhandenen Sitzgelegenheiten sind oft an nicht optimalen Standorten zu finden und des Öfteren bereits beschädigt.
- Hohes Verkehrsaufkommen zu den Heurigen auf der Kahlenberger Straße.
- Das Gebiet scheint anhand seiner Infrastruktur nicht attraktiv genug für Kinder und Jugendliche zu sein.
- HundehalterInnen kommen oft nicht ihren HundehalterInnenpflichten nach (Konflikte mit freilaufenden Hunden).
- Konfliktpotenzial zwischen Erholungsuchenden und MountainbikerInnen.

Maßnahmen (in Umsetzung oder erfolgt):

- bisher keine.

Maßnahmen (geplant bzw. vorgeschlagen):

- Ausarbeitung eines Konzeptes für Wegeerhaltungsmaßnahmen gemeinsam mit Bewirtschaftern und Wegeerhaltern.
- Verkehrserhebung bzw. Erstellen eines Verkehrskonzeptes im Bereich der Kahlenberger Straße (z. B. Shuttle-Dienste).
- Aufklärung und Information hinsichtlich Abfallentsorgung bei den Zugängen des Gebiets.
- Verstärkte Bewusstseinsbildung und Informationen zum Thema „Hund im Biosphärenpark“.
- Gestaltungswettbewerb zur Ideenfindung und Attraktivierung dieses Gebiets für Kinder und Jugendliche.
- Erstellung eines Möblierungskonzeptes (Standortwahl, Sitzmöglichkeiten, Fußwegenetz).

Landbewirtschaftung und Agrarstruktur am Nußberg und Reisenberg in Wien

Fallstudien zur ökonomischen und sozioökonomischen Situation landwirtschaftlicher Betriebe im Bereich des Nußbergs/Grinzing

Universität für Bodenkultur
Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Institut für Agrar- und Forstökonomie
Wien, 2010

AUFTRAGGEBER:
Stadt Wien, Magistratsabteilung 21A
Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West
1010 Wien, Rathausstraße 14–16
Verantwortlich: DI Jens Sonderegger

AUFTRAGNEHMER:
Universität für Bodenkultur
Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Institut für Agrar- und Forstökonomie
1180 Wien, Feistmantelstraße 4

Projektleitung:
Prof. Dr. Jochen Kantelhardt

Bearbeiter:
Dr. agr. Martin Kapfer

Bearbeiter:
Mag. DI Stefan Frank

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung 16
2. Datengrundlage und Methode 17
2.1 Sozioökonomische Analyse 17
2.1.1 Stärken-Schwächen-Analyse 17
2.1.2 Chancen-Risiken-Analyse 17
3. Betriebsbeschreibungen 18
3.1 Betrieb A 18
3.2 Betrieb B 18
3.3 Betrieb C 19
4. Ergebnisse 21
4.1. Sozioökonomische Analyse 21
4.1.1 Stärken-Schwächen-Analyse 21
4.1.2 Chancen-Risiken-Analyse 26
4.1.3 Chancen 26
4.1.4 Risiken 28
4.2 Stellungnahmen der Winzer 30
4.2.1 Einstellungen zur Kulturlandschaft 30
4.2.2 Mehr Unterstützung seitens der Stadt Wien 31
5. Zusammenfassung 33
Literatur 25

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Einfluss der Rahmenbedingungen auf die Landwirte und die Agrarlandschaft 16

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Vergleich der verschiedenen Stärken und Schwächen der untersuchten Betriebe 25
Tabelle 2: Chancen-Risiko-Tabelle für den Einzelbetrieb 29

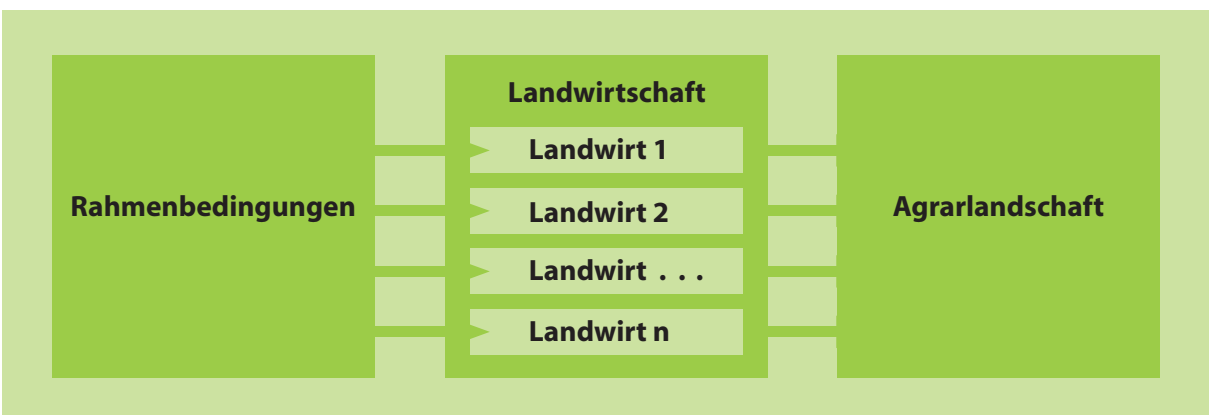
1. EINLEITUNG

Kulturlandschaft wird als Ergebnis einer „dauerhafte(n) Beeinflussung, insbesondere auch (der) wirtschaftliche(n) und siedlungsmäßige(n) Nutzung der ursprünglichen Naturlandschaft durch menschliche Gruppen und Gesellschaften im Rahmen der Ausübung ihrer Grunddaseinsfunktionen (definiert). Ihre regional differenzierte Ausprägung ist nicht durch die Natur determiniert, wohl aber von ihr beeinflusst, und zwar um so stärker, je geringer die technologische Entwicklung der die Kulturlandschaft gestaltenden Gruppe ist. Die Kulturlandschaft erhält ihre regionale Ausprägung insbesondere durch die Wohnfunktion (Art und Verteilung der menschlichen Siedlungen), die Art der wirtschaftlichen Tätigkeit (agrarische Landnutzung, Rohstoffgewinnung, Industrie und Gewerbe) und die Ausbildung des Verkehrsnetzes“ (Leser, 1994).

Obwohl die Kulturlandschaft oft als statischer Idealzustand begriffen wird, unterliegt sie einem fortwährenden Wandel. Dieser ist wesentlich durch die Veränderungen in der Landnutzung bestimmt. Die Agrarlandschaft kann also als „Folgeprodukt“ der landwirtschaftlichen Produktion aufgefasst werden (vgl. Lindenau, 2002). Veränderungen der Kulturlandschaft lassen sich demnach auf veränderte (soziale, technische, biologische, wirtschaftliche und politische) Rah-menbedingungen für die Landwirte zurückführen.

Auch heute ist Landwirtschaft, trotz sinkender gesamtwirtschaftlicher Bedeutung, einer der wichtigsten „Landschaftsgestalter“. Entsprechend dem Begriff der „multifunktionalen Landwirtschaft“ „produziert“ die Landwirtschaft neben Nahrungsmitteln und biogenen Rohstoffen auch noch weitere Güter, wie z. B. die Kulturlandschaft (OECD, 2001). Landwirte reagieren, zeitlich verzögert, auf veränderte Rahmenbedingungen mit einer Änderung, sie dehnen ihre Flächen aus oder schränken ihre Flächennutzung ein, tätigen Investitionen oder scheiden ganz aus der Produktion aus. Aus der Summe der einzelbetrieblichen Entscheidungen und der Interaktion der Betriebe untereinander, z. B. auf dem Flächenmarkt, ergibt sich eine Agrarstruktur, aus der die Landschaft als „Nebenprodukt“ hervorgeht. Schematisch lässt sich dieser Grundgedanke wie folgt darstellen (Kapfer et al., 1998):

Abbildung 1: Einfluss der Rahmenbedingungen auf die Landwirte und die Agrarlandschaft



Ausgehend von diesem Grundgedanken, dass Landwirte durch Rahmenbedingungen beeinflusst werden und selbst wiederum die Landschaft prägen, sollen in dieser Studie wesentliche, die Landbewirtschaftung und die Entwicklung der Landnutzung bestimmende betriebswirtschaftliche und sozioökonomische Parameter für Weinbaubetriebe des Untersuchungsgebiets Nußberg/Reisenberg (19. Wiener Gemeindebezirk) im Hinblick auf die Erhaltung der einzigartigen Kulturlandschaft (Erholungsraum und stadtnahes Weinbaugebiet) beispielhaft analysiert werden. Dazu wird eine ökonomische und sozioökonomische Analyse von drei ausgewählten typischen Weinbaubetrieben, die Weingärten im Untersuchungsgebiet bewirtschaften, durchgeführt.

Die Weinbaufläche Wiens beträgt insgesamt etwa 680 ha (ca. 400 Betriebe), wobei der 19. Bezirk mit 335 ha (90 Betriebe) das größte Weinbaugebiet ist. Von dieser Fläche befinden sich 35 % im Eigentum der Winzer, die restlichen 65 % sind Pachtflächen. Zu den wichtigsten Weinsorten zählen Grüner Veltliner, Rheinriesling und Weißburgunder (Weißweinsorten) sowie Zweigelt, Blauer Burgunder und Blauburger (Rotweinsorten). 70 % der Betriebe werden im Haupterwerb geführt. Die Vermarktung der Weine erfolgt fast ausschließlich in Buschenschanken (90 % der Betriebe), wobei die Bedeutung des Flaschenweinverkaufs zunimmt (Niedl, 2010).

2. DATENGRUNDLAGE UND METHODE

2.1 Sozioökonomische Analyse

In einer sozioökonomischen Analyse soll in erster Linie die arbeitswirtschaftliche Situation am Betrieb, die Hofübergabe und Motivation der BetriebsleiterInnen sowie Spannungsfelder mit Dritten betrachtet werden. Dazu werden die qualitativen Interviews schrittweise analysiert und enthaltene Informationen extrahiert. In einem ersten Schritt werden dabei die transkribierten Interviews nach Schlagworten (z. B. Pachtsituation, Umwidmung, Kulturlandschaft etc.) untersucht, um interessante „Statements" zu identifizieren. Die in diesen „Statements" enthaltenen Informationen werden durch Zusammenfassen, Generalisieren und Konkretisieren abstrahiert, um konkrete Schlüsse aus den geführten Interviews gewinnen zu können. Weitere betriebliche und soziale Aspekte wie z. B. die Betriebsentwicklung der letzten Jahre, Planungen der WinzerInnen zur künftigen Betriebsentwicklung sowie sonstige Problemfelder am Betrieb runden die sozioökonomische Betriebsanalyse ab.

2.1.1 Stärken-Schwächen-Analyse

Die Ergebnisse der ökonomischen, der arbeitswirtschaftlichen und der sozialen Betrachtungen werden in einem weiteren Schritt zusammengeführt und münden in eine Stärken-Schwächen Analyse auf Ebene des Einzelbetriebes. Die Stärken-Schwächen-Analyse wird dabei in drei Schritten durchgeführt (vgl. Camphausen, 2003, 60):

• Ermittlung der unternehmensinternen Ressourcen und Fähigkeiten: Verfügt der Betrieb über besondere Ressourcen (z. B. moderne Kellerausstattung, gute Lage der Buschenschank, gut ausgebildete(r) BetriebsleiterIn etc.) bzw. wodurch unterscheidet sich der Betrieb von anderen Betrieben?

• Bewertung der Ressourcen und Fähigkeiten: Verschafft sich der Betrieb einen Wettbewerbsvorteil durch bestimmte Ressourcen (z. B. besonders gute Eigenvermarktung durch spezielles Know-how etc.) bzw. welche Schwächen hat der Betrieb (z. B. mindere Produktqualität, niedriger Stammkundenanteil etc.)?

• Erstellung des Stärken-Schwächen-Profils: Nach Identifizierung (Schritt 1) und Bewertung (Schritt 2) der am Betrieb vorhandenen Ressourcen (materielle und immaterielle) erfolgt die Gegenüberstellung in einem Stärken-Schwächen-Profil.

2.1.2 Chancen-Risiken-Analyse

Auf Grundlage der Stärken-Schwächen-Analyse erfolgt eine qualitative Abschätzung der Chancen und Risiken der Beispielsbetriebe. Die Chancen-Risiken-Analyse zeigt die Auswirkung von Umweltfaktoren (z. B. Anstieg der Pachtpreise, steigende Nachfrage nach Pachtflächen, sinkende Konkurrenz zwischen den Winzern aufgrund vermehrter Betriebsaufgaben etc.) auf die unternehmerischen Aktivitäten (vgl. Camphausen, 2003, 59). So können sich verändernde Rahmenbedingungen im Unternehmensumfeld positiv (Chancen wie z. B. bessere Vermarktungsmöglichkeiten durch steigendes Image des Wiener Weines) oder negativ (Risiken wie z. B. Flächenkauf ist aufgrund des hohen Verkaufspreises bedingt durch Grundstücksspekulationen für Landwirte nicht mehr möglich) auf die Landwirte auswirken.

3. BETRIEBSBESCHREIBUNGEN

In diesem Kapitel erfolgt auf Basis der Betriebsbefragung eine allgemeine Betriebsbeschreibung der untersuchten Betriebe. Eine Beschreibung der Betriebsabläufe in der Weingartenbewirtschaftung, Kellerei, Buschenschank, Vermarktung und Vertrieb runden die Betriebsbeschreibung ab.

3.1 Betrieb A

Der kleinste der drei befragten Betriebe bewirtschaftet eine Rebfläche von 2,4 ha in der Region Nußberg/Reisenberg. Dabei handelt es sich um tendenziell kleine Schläge, die alle gepachtet sind, wobei die Schlaggröße von 0,25 ha bis 0,75 ha reicht. Auf den sieben Schlägen werden Gemischter Satz, Grüner Veltliner und Riesling kultiviert. Der durchschnittliche Ertrag liegt aufgrund hoher Qualitätsanforderungen nur bei etwa 2.500 l/ha. Von den sieben Schlägen werden fünf biologisch dynamisch bewirtschaftet, der Rest konventionell. Der Betrieb nimmt am ÖPUL teil und wird im Haupterwerb geführt.

Aufgrund der kleinen Betriebsgröße sind die maschinelle Weingartenarbeit (Traktorarbeit wie Anbau und Umbruch der Winterbegrünung, spritzen etc.) sowie die Kellerei ausgelagert. Händische Arbeiten im Weingarten wie z. B. der Rebschnitt, Rebstock putzen, entfernen der Geiztriebe, anbinden und einstricken der Triebe etc. werden von der Betriebsleiterin alleine durchgeführt. Nur während der Weinlese unterstützen freiwillige Erntehelfer die Betriebsführerin. Bei der Arbeit im Weingarten ist eine hohe Traubenqualität das höchste Ziel, weshalb viele arbeitsintensive Maßnahmen, welche die Traubenqualität erhöhen (vor allem intensives Laubwandmanagement z. B. entfernen der Geiztriebe, entblättern in der Traubenzone etc.), gesetzt werden.

Da der Betrieb über keine eigenen Betriebsgebäude verfügt, erfolgt die Verarbeitung der Trauben extern. Dabei werden jedoch die zu setzenden Maßnahmen im Vorfeld mit der Betriebsleiterin abgesprochen und die Trauben nach ihren Vorstellungen (z. B. kein Zusatz von Zuchthefen, sondern Spontanvergärung) gekeltert. Neben den eigenen Trauben werden Trauben für die Verarbeitung zu einem Roséwein zugekauft. Dieser grenzt sich in der Herstellung (Roséwein, Traubenzukauf) und im Preis deutlich von den hochwertigen selbst produzierten Weißweinen ab und stellt den „etwas günstigeren Einstiegswein" dar. Die Buschenschank (90 Sitzplätze im Gastgarten und 135 in der Buschenschank) findet in einer für die Aussteckdauer gemieteten Räumen statt. Sie profitiert stark von der Exklusivität bedingt durch die kurze Aussteckdauer und der hohen Weinqualität. Da nur an 6–8 Wochenenden im Jahr geöffnet ist, ist die Auslastung sehr hoch. Zu den typischen Kunden zählen hier vor allem junge Wiener Familien mit gutem Einkommen. Teilweise kommen jedoch auch Besucher aus dem Großraum Wien bzw. dem Rest Österreichs. Neben der herkömmlichen gastronomischen Funktion dient die Buschenschank gleichzeitig auch als Ab-Hof-Verkaufsmöglichkeit.

Der Vertrieb des qualitativ sehr hochwertigen Weines erfolgt über verschiedene Vertriebskanäle. Zum einen wird rund die Hälfte der Produktion an die gehobene Wiener Gastronomie geliefert, zum anderen wird der Wein in der Buschenschank konsumiert bzw. dort an Kunden Ab-Hof verkauft. Generell werden die Weine aufgrund der hohen Qualität und geringen Menge im Preissegment von 8 € der Schankwein bis zu 20 € die Bouteille verkauft, wobei der überwiegende Teil der Menge im Hochpreissegment abgesetzt wird. Neben den beiden Hauptabsatzkanälen (Buschenschank/Ab-Hof-Verkauf und Gastronomie) wird der Wein teilweise auch über Online-Händler vertrieben bzw. auch von internationalen Weinhändlern gekauft und exportiert. Marketing erfolgt ausschließlich elektronisch über Verteilerlisten auf der Homepage, Mund-zu-Mund-Propaganda bzw. durch Interviews, Artikel und Beiträge im Fernsehen, welche sich durch die gute Zusammenarbeit mit Wien Tourismus ergeben. Bei der Zusammenarbeit mit Journalisten wird jedoch selektiert und auf die Qualität der Berichterstattung geachtet. Inserate in Printmedien oder Fachzeitschriften werden nicht geschalten.

3.2 Betrieb B

Der mittlere Betrieb bewirtschaftet eine Fläche von in etwa 7 ha (0,5 ha Eigenflächen um das Betriebsgebäude und 6,5 ha gepachtet), wovon

sich 1/3 der Flächen in Sievering und 2/3 am Nußberg befinden. Auf rund 20 Schlägen werden alle gängigen Weiß- und Rotweinsorten im Verhältnis 6 : 1 kultiviert. Bei den Weißweinsorten dominieren Riesling, Weißburgunder und Grüner Veltliner, es werden jedoch auch kleine Mengen an Gelber Muskateller, Grauburgunder oder Sauvignon Blanc produziert. Bei den Rotweinsorten machen Zweigelt und Merlot den Großteil der Fläche aus. Die durchschnittliche Schlaggröße liegt bei 0,2 ha. Der Betrieb nimmt derzeit noch am ÖPUL teil und wird ebenso wie die beiden anderen Betriebe im Haupterwerb geführt.

Am Betrieb sind zwei Mitarbeiter vollzeitbeschäftigt, welche zusammen mit dem Betriebsleiter die Arbeiten im Weinbau erledigen. Grundsätzlich wird auf eine gute Traubenqualität geachtet, wobei es Überlegungen gibt, einen Teil der Rebflächen intensiver zu bewirtschaften, um die Produktionskosten des Schankweines durch hohe Erträge zu senken. Durchschnittlich werden pro Hektar mit in etwa 3.000 l/ha eher geringe Erträge erzielt, was nach Aussage des Betriebsleiters auch auf Defizite in der Weingartenbewirtschaftung (möglichst geringer Arbeitskräfteeinsatz und dadurch eine eher extensive Bewirtschaftung) zurückzuführen ist. Zu den Arbeitsspitzen (Weinlese, Sommersaison in der Buschenschank) werden Studenten als Saisonarbeiter beschäftigt, um flexibel auf den Arbeitskraftbedarf reagieren zu können. Die Verarbeitung der Trauben erfolgt im eigenen, modern ausgestatteten Weinkeller.

Die Buschenschank (300 Sitzplätze im Gastgarten und 140 in der Buschenschank) ist von März bis November durchgehend geöffnet. Die typischen Kunden sind Wiener aller Alterklassen (angefangen von Studenten bis hin zu Pensionisten), wobei es nach Ansicht des Betriebsleiters wenige Stammkunden sind. Eine hohe Kundenfluktuation ist die Folge. Im Gegenzug kommen die wenigen Stammkunden dafür sehr häufig. Touristen besuchen selten die Buschenschank, und wenn, dann nur in den Sommermonaten. Die Auslastung der Buschenschank ist, bedingt durch die ausgezeichnete Lage des Gastgartens, bei Schönwetter sehr hoch, während bei Schlechtwetter sehr wenige Kunden die Buschenschank besuchen. Durch Investitionen in die Innenausstattung soll die Auslastung in den nächsten Jahren auch bei Schlechtwetter erhöht werden. Da der Betrieb bei Schönwetter ausgelastet ist, verzichtet der Betriebsleiter auf Marketingmaßnahmen. Der Vertrieb des Weines erfolgt fast ausschließlich über die Buschenschank. Nur ein Bruchteil der Menge (< 5 %) wird an die Gastronomie oder Ab-Hof verkauft. Der Großteil im Buschenschank wird als Schankwein in Literflasche und nur der kleinere Teil in der Bouteille zu moderaten Preisen (9,6 € der Schankwein bis zu 14 € die Bouteille) verkauft.

3.3 Betrieb C

Der größte Betrieb bewirtschaftet eine Fläche von 13 ha im Haupterwerb. Neben 11 ha Rebflächen und 2 ha Obstbau werden außerdem 7 ha von anderen Winzern mitbewirtschaftet. Auf den verschiedenen Schlägen (Schläge am Reisenberg, Hungerberg, Purgstall, Nußberg, Schlegel), welche alle in der näheren Umgebung vom Betriebsgebäude (300 m bis 4 km) im 19. Bezirk liegen, werden alle gängigen österreichischen

Weiß- und Rotweinsorten (Verhältnis 70 : 30) kultiviert, wobei die wichtigsten Sorten Riesling, Grüner Veltliner und Weißburgunder bei den Weißweinen und Zweigelt, Cabernet Sauvignon und Merlot bei den Rotweinen sind. Im Obstbau werden hauptsächlich Äpfel, aber auch Kirschen, Birnen und Pfirsiche produziert, welche zum großen Teil als Frischobst verkauft werden. Ein Teil wird jedoch auch tiefgekühlt und später in der Buschenschank zu Backware (diverse Strudel und Kuchen) weiterverarbeitet bzw. zu Schnaps gebrannt und verkauft.

Der durchschnittliche Ertrag im Weinbau liegt bei in etwa 2.500 l/ha, kann aber je nach Sorte und Qualität stark schwanken (z. B. Pinot Noir 1.000 l/ha, Grüner Veltliner 5.000 l/ha). Der Betrieb nimmt am ÖPUL teil.

Am Betrieb sind während des Jahres 3–5 Mitarbeiter im Weinbau, 12–15 Mitarbeiter in der Buschenschank sowie zwei familieneigene Arbeitskräfte beschäftigt. Zu den Arbeitsspitzen während der Weinlese und in den Sommermonaten in der Buschenschank werden außerdem Saisonarbeitskräfte bei Bedarf angestellt.

Die Buschenschank (280 Sitzplätze im Gastgarten und 260 in der Buschenschank) ist das ganze Jahr durchgehend geöffnet. Typische Kunden in der Buschenschank sind ältere Personen und Wiener Pensionisten, aufgrund des kulturellen Angebots (z. B. „Musikerstammtisch“) aber auch zunehmend jüngeres Publikum. Touristen besuchen die Buschenschank kaum. Durch den hohen Stammkundenanteil ist die Buschenschank während des ganzen Jahres sehr gut ausgelastet.

Der Vertrieb des Weines erfolgt zum Großteil (etwa 80 %) an den Endverbraucher in der Buschenschank, wobei hier der überwiegende Teil in der Buschenschank konsumiert und nur ein äußerst kleiner Teil (<1 %) Ab-Hof verkauft wird. Die restlichen 20 % werden an die Gastronomie verkauft, wobei es hier eine kleine Anzahl an Abnehmern gibt, die jedoch große Mengen kaufen. Da der Verkaufspreis hier deutlich unter dem Preis in der Buschenschank liegt, erfolgt der Verkauf an die Gastronomie ausschließlich als „Übermengenverkauf“.

Der Wein wird größtenteils im gehobenen Preissegment überwiegend in der Bouteille verkauft und vermarktet. Ab-Hof-Preise reichen von 5 € (Junger Wiener) bis 18 € (Pinot Noir). Der persönliche Kontakt zu den Kunden sowie die ausgezeichnete Vermarktung der hochwertigen Produkte (selbst hergestellter Wein und Schnaps, Speisen aus der Region) in Kombination mit einer hohen Produktdiversität garantieren den Betriebserfolg.

Durch die persönliche Kundenbeziehung und hohe Produktvielfalt konnte sich der Betrieb einen treuen Kundenstamm aufbauen. Marketingaktivitäten erfolgen ausschließlich über ausgewählte Medien in Form von Artikeln und Interviews. Inserate oder Anzeigen werden nicht geschalten.

4. ERGEBNISSE

4.1 Sozioökonomische Analyse

4.1.1 Stärken-Schwächen-Analyse

WEINQUALITÄT

Grundsätzlich wissen alle Betriebsführer um die Wichtigkeit einer guten Weinqualität, um langfristig erfolgreich am Markt bestehen zu können. Dennoch haben die Betriebe einen unterschiedlichen Zugang zur Weinqualität und deren Erreichung. So ist für Betrieb A die Weinqualität von höchster Priorität und existenziell für den Betrieb. Aufgrund der geringen Betriebsfläche muss ein möglichst hohes Einkommen pro Hektar Rebfläche erzielt werden, um den Betrieb im Haupterwerb führen und am Markt bestehen zu können.

Deshalb wird der Wein im Hochpreissegment vermarktet; hier ist eine außerordentlich gute Qualität erforderlich. Demnach muss der geringe Naturalertrag (bedingt durch die kleine Betriebsfläche und die hohen Qualitätsansprüche) ein hohes Maß an Qualität aufweisen, um durch den Verkauf im gehobenen Preissegment die Wirtschaftlichkeit des Betriebes sicherzustellen.

Im Gegensatz dazu ist Betrieb B zwar um eine gute Qualität bemüht, räumt der Weingartenbewirtschaftung und somit der Weinqualität aufgrund des ständigen Investitionsbedarfes am Betrieb (Renovierung der Buschenschank, Investitionen in den Weinkeller etc.) und des damit verbundenen Arbeitsaufwandes eine geringere Priorität ein. Dies führt dazu, dass sich aufgrund nicht oder nur unzureichend gesetzter Weinbaumaßnahmen gewisse Defizite beim Ertrag und der Qualität der Trauben ergeben.

Die im Vergleich zu den beiden anderen befragten Betrieben niedrigere Weinqualität (der Betriebsleiter bezeichnet seine Weinqualität als durchschnittlich) spiegelt sich auch im geringen Bouteillen-Ab-Hof-Verkauf und dem hohen Anteil an Schankwein in der Buschenschank wider.

Betrieb C hingegen achtet wiederum sehr auf die hohe Qualität seiner Produkte, stimmt aber sehr wohl die Weingartenbewirtschaftung mit der zu produzierenden Qualität ab (unterscheidet bei der Bewirtschaftung zwischen Schank- und Bouteillenwein). Durch die Vermarktung der eigenen Produkte in der Buschenschank (Wein, aber auch Speisen und Obst) im gehobenen Preissegment ist der Betrieb auch aufgrund seiner Marktstellung als Traditionsbetrieb besonders auf die hohe Qualität seiner Produkte angewiesen. Abschließend kann gesagt werden, dass alle befragten Betriebsleiter in den Interviews angaben, auf hohe Qualität großen Wert zu legen, wobei sich jedoch vor allem Betrieb A und C über konstant hohen Qualitäten am Markt positionieren.

WEINBAU

Der Weinbau hat in allen Betrieben aufgrund der persönlichen Motivation der Betriebsleiter, Wein zu produzieren, einen hohen Stellenwert und wird, obwohl das Einkommen zum Großteil in der Buschenschank erwirtschaftet wird, als zentral angesehen. Die Weingartenbewirtschaftung wird dabei bei Betrieb B und C ausschließlich selbst durchgeführt (Betrieb C bewirtschaftet sogar Flächen von andern Winzern mit), während Betrieb A die Traktorarbeit sowie die Traubenverarbeitung (Kellerarbeit) auslagert.

Mit der Betriebsgröße steigt gleichzeitig auch die Zahl der Mitarbeiter am Betrieb im Weinbau von einer Arbeitskraft (Betrieb A) bis zu 5 Arbeitskräften (Betrieb C). Aufgrund der geringen Anzahl von Arbeitskräften ist vor allem für Betrieb A die Auslagerung von einzelnen Arbeitsschritten (z. B. Traktorarbeit, Traubenverarbeitung) sehr wichtig, während in arbeitsintensiveren Perioden wie der Weinlese auf freiwillige Helfer zurückgegriffen wird. Die größeren Betriebe B und C führen einen Großteil der Arbeiten selbst aus, beschäftigen aber in arbeitsintensiven Perioden Saisonarbeitskräfte, da freiwillige Helfer nicht oder nicht im benötigten Ausmaß vorhanden sind.

Hinsichtlich der Effizienz der Weingartenbewirtschaftung verfügt Betrieb B derzeit nicht die notwendigen Ressourcen, um einerseits arbeitsintensive Investitionen in der Buschenschank zu tätigen und gleichzeitig alle für eine hohe Weinqualität notwendigen Bewirtschaftungs-maßnahmen zu setzen, weshalb der Ertrag, aber auch die Qualität im Weinbau nicht optimal sind. Hinsichtlich der Weinherstellung können alle Betriebe bei der Traubenverarbeitung auf modernste Kellertechnik zurückgreifen. So werden bei Betrieb B und C die Trauben im eigenen Keller und bei Betrieb A bei einem bekannten Winzer verarbeitet. Generell sind die Betriebe hinsichtlich der Weingartenbewirtschaftung gut organisiert und in der Kellerei entsprechend ihrer Betriebsgröße modern ausgestattet. Einzig Betrieb B kann aufgrund beschränkter Ressourcen in der Weingartenbewirtschaftung derzeit das Ertrags- und Qualitätspotenzial nicht voll ausschöpfen.

Betrachtet man die Rebflächen, so verfügen alle Betriebe nach Auskunft der Betriebsführer über ausgezeichnete Lagen. Unterschiede ergeben sich jedoch in der Altersstruktur. Während Betrieb A bewusst ältere Weingärten bewirtschaftet (dies passt auch sehr gut zum Betriebsimage als qualitativ hochwertiger Quereinsteigerbetrieb, außerdem entstehen laut Betriebsleiterin die spannenderen Weine in älteren Weingärten), wirtschaften die Betriebe B und C eher ökonomisch orientiert

und setzen aufgrund des höheren Ertrages auf jüngere Weingärten.

BUSCHENSCHANK

Mit zunehmender Betriebsgröße nimmt die Aussteckdauer der Buschenschänke zu, und so hat Betrieb C durchgehend das ganze Jahr geöffnet, während bei Betrieb A nur an 6–8 Wochenenden geöffnet ist. Außerdem ist zu beobachten, dass mit der Betriebsgröße ebenfalls die Anzahl der Sitzplätze in der Buschenschank steigt. Die Buschenschank ist für alle Betriebe der wirtschaftlich wichtigste Betriebszweig, da mit ihr der Großteil des Einkommens erzielt wird.

Betrachtet man die Besucherzahl bei Schönwetter, haben alle Betriebe eine sehr gute Auslastung, während bei Schlechtwetter vor allem Betrieb B ein großes Problem mit der Auslastung hat. Dies führt der Betriebsleiter auf notwendige Renovierungsmaßnahmen bei der Innenausstattung der Buschenschank und den im Vergleich zu den anderen Betrieben niedrigen Stammkundenanteil zurück. Auch die eher abgelegene Lage der Buschenschank trägt dazu bei, dass bei Schlechtwetter sehr wenige Kunden die Buschenschank besuchen, während bei gutem Wetter die Buschenschank aufgrund des Gastgartens, mit seiner hervorragenden Aussicht auf die Weinberge des Reisenberges, bis auf den letzten Platz gefüllt ist.

Im Gegensatz dazu hat Betrieb C aufgrund des hohen Stammkundenanteils, aber auch aufgrund seiner herausragenden Marktstellung als großer Traditionsbetrieb, bei jedem Wetter eine sehr gute Auslastung. Die Buschenschank überzeugt außerdem durch die konstant hohe Qualität der Produkte und die zentrale Lage.

Betrieb A ist aufgrund der kurzen Öffnungszeiten und der sich daraus ergebenden Exklusivität ebenfalls sehr gut ausgelastet. Dadurch, dass die Buschenschank auch gleichzeitig die einzige Ab-Hof-Verkaufsmöglichkeit ist, erfüllt sie neben der gastronomischen Funktion einer Buschenschank außerdem die wichtige Funktion als Verkostungsort der Weine und Ab-Hof-Kaufmöglichkeit für Kunden. Negativ auf die Besucherzahlen wirkt sich hier vor allem bei Schlechtwetter, ebenso wie bei Betrieb B, die eher abgelegene Lage der Buschenschank aus. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Betriebe ausschließlich durch den erfolgreichen Verkauf ihrer Produkte in der Buschenschank überleben können.

Ohne die Buschenschank könnten die Betriebe in dieser Form nicht erhalten werden. Deshalb kommt der Buschenschank eine wichtige Bedeutung bei der Erhaltung der Betriebe und somit der Kulturlandschaft zu.

KUNDENSTAMM

Bei allen Betrieben zählen die Wiener zur wichtigsten Kundengruppe, während Touristen selten und eher zufällig die Buschenschänke besuchen. Das Publikum unterscheidet sich jedoch deutlich zwischen den Betrieben. Zwar zählen bei allen drei Betrieben durchaus jüngere Leute zu den Kunden, das mit Abstand jüngste Publikum weist jedoch Betrieb A auf. Zu den typischen Kunden zählen hier vor allem junge Familien mit gutem Einkommen, die, passend zur Betriebsleiterin, dynamisch und kreativ sind und durch das innovative Betriebskonzept (Quereinsteiger mit hoher Qualität) angesprochen werden.

Zum typischen Publikum von Betrieb B zählen zwar ebenfalls jüngere Besucher, aber der Anteil älterer Personen ist verglichen mit Betrieb A deutlich höher. Im Vergleich zu den restlichen Betrieben fällt auf, dass Betrieb B über den geringsten Stammkundenanteil sowie über eine hohe Kundenfluktuation verfügt. Dies wirkte sich 2010 negativ auf das erwirtschaftete Einkommen aus, da die Umsatzerlöse, erstmalig, aufgrund des schlechten Wetters und der daraus resultierenden niedrigen Auslastung zurückgingen.

In den Jahren davor stieg trotz geringem Stammkundenanteil und hoher Kundenfluktuation der Umsatz kontinuierlich. Der niedrige Stammkundenanteil kann möglicherweise auf den wenig intensiven Kundenkontakt sowie das kaum vorhandene Marketing zurückgeführt werden. Während nämlich Betrieb C, aber auch Betrieb A auf eine sehr persönliche Beziehung zum Kunden in Kombination mit geschickter Eigenvermarktung setzen, wird bei Betrieb B eine persönliche Beziehung zum Kunden bewusst vermieden, damit

es zu keiner Abhängigkeit der Buschenschankauslastung von der Anwesenheit des Betriebsleiters kommt.

Betrieb C hat das mit Abstand älteste Publikum. Aufgrund des kulturellen Angebotes („Musikerstammtisch", Konzerte etc.) besuchen zunehmend auch junge Leute die Buschenschank. Weiterhin setzt sich das Publikum aber überwiegend aus ortsansässigen Pensionisten bzw. ältere Personen zusammen. Auffallend ist der sehr hohe Anteil an Stammkunden im Vergleich zu den restlichen Betrieben, welcher auf die enge persönliche Beziehung zwischen Kunden und Betriebsleiter zurückzuführen ist. So arbeitet Betriebsleiter C jeden Tag in der Buschenschank und pflegt den Kontakt zu seinen Kunden. Als Folge des Strukturwandels im Bereich der Buschenschanken kommt es zu einem ständigen Zustrom an neuen Kunden.

VERMARKTUNG UND VERTRIEB

Hinsichtlich des Marketings, aber auch der Vertriebskanäle gibt es teilweise große Unterschiede zwischen den Betrieben. Während Betrieb A einen sehr großen Wert auf einen professionellen Werbeauftritt legt (moderne Homepage, eigenes Logo, Eventmarketing wie „Weinsponsoring" für diverse Veranstaltungen etc.) und somit seine Produkte überdurchschnittlich gut vermarktet, setzt Betrieb B kaum Marketingmaßnahmen. Der Grund dafür ist, dass der Betrieb laut Betriebsleiter bei Schönwetter ohnedies ausgelastet ist und daher keine zusätzliche Werbung notwendig sei. Betrieb C wiederum ist als Traditionsbetrieb mit entsprechend bekannten „Namen" kaum auf Marketing angewiesen, um neue Kunden zu gewinnen, setzt aber dennoch vor allem im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz in den Medien immer wieder gezielte Werbemaßnahmen. Außerdem profitiert Betrieb C bei der Neukundenakquisition aufgrund seiner Bekanntheit auch überproportional von der sinkenden Konkurrenz in der Buschenschankszene.

Betrieb A nutzt in Sachen Marketing vor allem die ausgezeichneten Kontakte der Betriebsleiterin zur Werbebranche, aber auch ihre eigene Berufserfahrung im Marketing, um ihre Weine im Hochpreissegment zu verkaufen. Abgesehen von der guten Weinqualität ist nämlich vor allem die ausgezeichnete Vermarktung ausschlaggebend für den Erfolg. Neben dem professionellen Internetauftritt legt Betriebsleiterin A, ebenso wie Betriebsführer C, großen Wert auf positive Öffentlichkeitsarbeit und Präsenz in Medien in Form von Interviews, Artikeln in Zeitschriften oder Fernsehbeiträgen. Durch die hohe Präsenz in ausgewählten Qualitätsmedien ist es für diese Betriebe kein Problem, stets neue Kunden zu gewinnen, da sie es mit Marketing schaffen, Interesse für ihre Produkte zu wecken. Gemein haben alle Betriebsleiter, dass sie keine Anzeigen schalten und auch sehr von der Mund-zu-Mund-Propaganda ihrer Kunden profitieren. Vor allem Betrieb B verlässt sich fast ausschließlich auf die Attraktivität seines Gastgartens bei Schönwetter und die damit verbundene positive Mund-zu-Mund-Propaganda seiner Kunden und verzichtet auf weitere Marketingmaßnahmen.

Betrachtet man die verschiedenen Vertriebskanäle, ist ein deutlicher Unterschied zwischen den „klassischen" Buschenschankbetrieben B und C im Vergleich zum Betrieb A erkennbar. Während die Betriebe B und C ihre Produkte fast ausschließlich in der Buschenschank vertreiben, spielt bei Betrieb A auch der Verkauf an die gehobene Gastronomie bzw. der Verkauf an Weinhändler eine wichtige Rolle. So wird rund die Hälfte der Produktion an die Wiener Top-Gastronomie verkauft. Aufgrund der geringen Produktionsmengen ergeben sich jedoch teilweise Probleme beim Verkauf an internationale Weinhändler oder beim Export ins Ausland; die gewünschten Mengen können oft nicht zur Verfügung gestellt werden. Neben diesen Vertriebszweigen werden die Weine außerdem im Internet in Onlineshops verkauft, d. h. Betrieb A zeichnet sich durch ein breites Spektrum an Absatzkanälen aus. Dagegen gibt es, weil eigene Betriebsgebäude nicht vorhanden sind, keine Ab-Hof-Verkaufsmöglichkeit. Um dies zu verbessern, wird jedoch die Eröffnung eines Ab-Hof-Ladens in Erwägung gezogen.

Im Gegensatz zu Betrieb A verkaufen Betrieb B und C ihre Produkte großteils in der Buschenschank. Der Ab-Hof-Verkauf an Kunden bzw. die Lieferung an die Gastronomie spielen nur eine untergeordnete Rolle. Nur Betrieb C verkauft ei-

nen Teil seiner Produktion an die Gastronomie, jedoch, aufgrund des geringen Verkaufserlöses, nur „Überschussmengen". Die beiden Betriebe sind somit auf die Buschenschank als einzigen Vertriebskanal angewiesen, andere Vertriebskanäle leisten keinen nennenswerten Beitrag zum Einkommen.

Streben die Betriebe eine Verringerung der finanziellen Abhängigkeit von der Buschenschank an, so bietet sich als Diversifizierungsstrategie der Aufbau eines zweiten Vertriebskanals, insbesondere ein verstärkter Ab-Hof-Verkauf, an. Dies ist insbesondere dann sinnvoll, wenn Risikomanagementstrategien zur Verringerung der Einkommensschwankungen z. B. infolge von Schlechtwetterperioden sinnvoll erscheinen.

BETRIEBSLEITER

Eine gemeinsame Stärke der Betriebe ist, dass alle Betriebsleiter sehr innovativ sind und flexibel auf Veränderungen im Betriebsumfeld reagieren bzw. versuchen, den Betrieb ständig weiterzuentwickeln. So wird in allen Betrieben nach Verbesserungspotenzialen gesucht und versucht, diese umzusetzen (z. B. Betrieb A – Ab-Hof-Verkaufsmöglichkeit, Betrieb B – Renovierung der Buschenschank, um Auslastung bei Schlechtwetter zu erhöhen etc.). Gemeinsam haben die Betriebsleiter außerdem, dass jeder den Weinbau als Basis oder Identität des eigenen Betriebes sieht. Er soll auf jeden Fall weitergeführt werden. Die Buschenschank sichert als ökonomisch bei weitem wichtigerer Betriebszweig den an sich wenig(er) wirtschaftlichen Weinbau. Keiner der drei Betriebsleiter kann sich deshalb einen Umstieg auf einen reinen Gewerbebetrieb oder die Aufgabe der Bewirtschaftung der Rebflächen vorstellen, solange der Betrieb wirtschaftlich geführt werden kann. Unterschiede ergeben sich jedoch hinsichtlich der Einstellung zum Weinbau und der Buschenschank. So haben Betriebsleiter B und C einen traditionellen Zugang (beide haben den Betrieb mit Weinbau und Buschenschank übernommen), während bei Betriebsleiterin A immer das Ziel war, ausschließlich Weinbau zu betreiben; die Buschenschank wurde später aus wirtschaftlicher Notwendigkeit etabliert.

SITUATION AUF DEN PACHTMÄRKTEN

Die derzeitigen Pachtverhältnisse stellen für alle untersuchten Betriebe Problem dar. Aufgrund der hohen Grundstückspreise infolge der Spekulation kündigen viele Grundstückseigentümer nach Auslaufen der Pachtverträge diese

Tabelle 1: Vergleich der verschiedenen Stärken und Schwächen der untersuchten Betriebe

	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb C
Weinqualität	++	~	+
Weinbau	++	~	++
Buschenschank	~	++ (Gastgarten)	
	+	– (Innen)	
Kundenstamm	+	~	+
Marketing und Vertrieb	+	–	~
Betriebsleiter	+	+	+
Pachtsituation	––	~	~
Finanzielle Eigenmittel	––	–	+

Quelle: eigene Darstellung *Legende: + Stärke, ~ indifferent, – Schwäche*

oder verlängern sie nur noch begrenzt auf ein Jahr. Zum einen hoffen sie auf mögliche Umwidmungen und in der Folge hohe Gewinne durch den Verkauf der Flächen. Sie haben daher kein Interesse an langfristigen Pachtverträgen mit Winzern. Zum anderen wollen sie aufgrund der hohen Grundstückspreise höhere Pachtpreise durchsetzen, um eine angemessene Verzinsung des eingesetzten Kapitals zu erreichen. Durch die unsicheren Pachtverhältnisse haben alle Betriebe Probleme, ihre Flächen zu erhalten. Vor allem beim kleinsten Betrieb ist die Situation prekär, da ein beträchtlicher Teil der kleinen Betriebsfläche in den letzten Jahren verkauft wurde und der neue Eigentümer bereits mitgeteilt hat, dass der Pachtvertrag nicht mehr verlängert wird. Insbesondere für einen Kleinbetrieb, wie Betrieb A einer ist, kann aufgrund der kleinen Betriebsfläche der Verlust eines Weingartens bereits die Aufgabe des Betriebes bedeuten, da eine gewisse Mindestfläche erforderlich ist, um den Betrieb wirtschaftlich im Haupterwerb führen zu können.

Die beiden größeren Betriebe B und C haben zwar ebenfalls Probleme, ihre Flächen zu erhalten, da sie jedoch einerseits über größere Betriebsflächen verfügen und andererseits in beiden Fällen rund die Hälfte der Flächen von der Stadt Wien gepachtet sind, welche ein Interesse an der Weiterbewirtschaftung der Rebflächen hat, stellt sich die Situation nicht so existenzgefährdend wie bei Betrieb A dar. Dennoch stellt die Unsicherheit am Pachtmarkt, aber auch der Mangel an verfügbaren Rebflächen für diese Betriebe ein Problem dar, welches nach Aussage der Betriebsleiter sich in Zukunft durch das Auslaufen der restlichen Pachtverträge sowie die kontinuierliche Zunahme der Grundstücksspekulationen noch weiter verschärfen wird. Die Gefahr, die sich aus der Situation auf den Pachtmärkten ergibt, schränkt diese Betriebe in erster Linie in der zukünftigen Entwicklung ein: zukünftiges betriebliches Wachstum wird behindert.

Bei allen untersuchten Betrieben ist außerdem ein Druck auf den Pachtpreis (hauptsächlich bei privaten Verpächtern) deutlich spürbar, was in der Folge zu steigenden Produktionskosten führt.

FINANZIELLE EIGENMITTEL

Obwohl die drei Betriebe grundsätzlich positiv wirtschaften, reichen beim kleineren und mittleren Betrieb die Eigenmittel bei Investitionen nicht aus, sodass sie auf Fremdkapital in Form von Bankkrediten angewiesen sind. Die Folge ist ein hoher Fremdkapitalanteil. Einzig Betrieb C kann Investitionen großteils aus Eigenmitteln finanzieren. Durch den hohen Fremdkapitalanteil ergibt sich einerseits eine finanzielle Abhängigkeit von den Gläubigern. Ferner können ökonomisch negative Entwicklungen rasch existenzbedrohend werden, da man über keinen Kapitalpuffer verfügt, um schlechte Zeiten zu überbrücken. Während Betrieb A aufgrund des eher geringen Betriebsvermögens vergleichsweise geringe Investitionen tätigen muss, ist vor allem Betrieb B durch den ständigen Investitionsbedarf am Betrieb auf Fremdkapital angewiesen.

ZUSAMMENFASSUNG

Tabelle 1 zeigt zusammenfassend nochmals die Stärken und Schwächen der einzelnen Betriebe wie zuvor beschrieben. Grundsätzlich zeichnen sich die Betriebe vor allem durch hohe Qualität des Weines (Betrieb A und C), flexible und innovative Betriebsleiter (alle Betriebe) sowie durch eine ausgezeichnete Lage der Buschenschanken (Betrieb B und C) aus, während Schwächen vor allem bei der Pachtsituation (Betrieb A) und der geringen Eigenmittelausstattung (Betrieb A und B) liegen.

4.1.2 Chancen-Risiken-Analyse

4.1.3 Chancen

IMAGE DES WIENER WEINES

Bedingt durch das gute Image des Wiener Weines und der dadurch steigenden Nachfrage eröffnen sich hinsichtlich des Absatzes für die Betriebe neue Chancen und Möglichkeiten. Generell steigt die Nachfrage nach österreichischem Wein aufgrund hoher Weinqualität und gutem Image (ÖWM, 2009). In Wien ist vor allem Wien Tourismus um die Imageförderung des Wiener Weines bemüht. So werden einerseits die lange Tradition, gleichzeitig aber auch die jungen urbanen Win-

zer mit ihren qualitativ hochwertigen Weinen beworben (WIEN TOURISMUS, 2010), was sich positiv auf die Nachfrage nach Wiener Weinen auswirkt. Der Trend geht langfristig weg vom „typischen Heurigenwein" hin zu Spitzenprodukten, welche sich durch die besondere Lage (Stadtnähe), Image (jung und urban) und hohe Qualität ausgezeichnet vermarkten lassen.

Für die Winzer eröffnen sich dadurch neue Absatzmöglichkeiten, auch im Export, welche in Zukunft noch stärker genutzt werden könnten. Besonders interessant ist diese Entwicklung für Betrieb A, der derzeit schon aufgrund der Produktpositionierung im Hochpreissegment auf das gute Image seiner Produkte und des Wiener Weines angewiesen ist. Für ihn könnte aufgrund der steigenden Nachfrage die Ausweitung der Betriebsflächen auch unter den derzeitig eher ungünstigen Pachtbedingungen attraktiv werden. Aber auch Betriebe B und C könnten durch diese Entwicklung profitieren und sich neben der Buschenschank einen zweiten wirtschaftlich interessanten Vertriebskanal aufbauen, um nicht mehr ausschließlich auf die Buschenschank als Einkommensquelle angewiesen zu sein.

VERÄNDERUNGEN IN DER BETRIEBSSTRUKTUR UND DAMIT VERBUNDENE CHANCEN

In den letzten Jahren kam es nach Angaben der Winzer zu einer starken Veränderung der Betriebsstruktur. Vor allem zahlreiche Kleinbetriebe gaben aus wirtschaftlichen Gründen oder weil kein Nachfolger vorhanden war, den Betrieb auf; auch einige größere Betriebe gaben die Weinbergbewirtschaftung auf. So ging/geht die eher klein strukturierte Buschenschankszene in Grinzing rasch verloren, da diese Kleinbetriebe sehr empfindlich auf veränderte wirtschaftliche bzw. sozioökonomische Rahmenbedingungen (unsichere Pachtsituation, schlechte Ernten in den Jahren 2009 und 2010, Schlechtwetterjahr 2010 etc.) reagieren und deshalb Einkommensverluste nicht ausreichend kompensieren können. Da meist kein ausreichender Kapitalstock vorhanden ist, kann für diese Kleinbetriebe, welche im Haupterwerb geführt werden (z. B. Betrieb A), schon ein einzig wirtschaftlich schlechtes Jahr die Betriebsaufgabe bedeuten. Des Weiteren werden viele Kleinbetriebe im Zuge des Generationenwechsels aufgegeben, da sich häufig kein Betriebsnachfolger findet.

Grundsätzlich lässt sich einerseits ein Trend in Richtung Großbetriebe feststellen, aber auch Quereinsteiger bewirtschaften vermehrt Rebflächen und produzieren ihren eigenen Wein. Durch die steigende Anzahl an Quereinsteigern konnte sich die Anzahl der Betriebe, trotz Betriebsaufgabe zahlreicher Kleinbetriebe, auf relativ niedrigem Niveau stabilisieren.

Aufgrund der geringen Anzahl an Buschenschankbetrieben ist die Konkurrenz zwischen den verbleibenden Betrieben deutlich kleiner geworden, da gleichzeitig die Anzahl an potenziellen Buschenschankbesuchern steigt, während die Anzahl der Betriebe jedoch sinkt. So ist es vor allem für die bekannteren Betriebe kein Problem, neue Kunden zu gewinnen, da das Angebot an Buschenschänken ohnehin gering ist.

Ein ebenfalls zu beobachtender Trend der letzten Jahre ist die steigende Anzahl an Quereinsteigern. Hier kann zwischen finanzkräftigen Quereinsteigern, welche nicht auf das Einkommen aus dem Weinbau angewiesen sind, und solchen, die eine berufliche Veränderung durchführen und sich nun hauptberuflich dem Weinbau widmen (z. B. Betrieb A), unterschieden werden. In den geführten Interviews zeigte sich, dass die Betriebsleiter der traditionellen Buschenschankbetriebe grundsätzlich eine positive Einstellung gegenüber Quereinsteigern haben und diese teilweise persönlich unterstützen, solange diese „den Weinbau ernsthaft betreiben" und nicht Grundstücksspekulation hinter dem Engagement steckt. Nicht finanzkräftige Quereinsteiger sind dabei häufig auf Hilfe angewiesen. Da sie nicht über ausreichend Kapital verfügen, um Rebflächen bzw. ein Betriebsgebäude zu kaufen, sind sie in einer schwierigen Lage, da Pachtflächen aufgrund der hohen Nachfrage rar sind.

4.1.4 Risiken

Situation auf den Pacht- und Bodenmärkten und daraus folgende Risiken für die Betriebe

Durch die Grundstücksspekulationen ergibt sich eine Reihe von zum Teil existenzbedrohenden Problemen für die Winzer. Ein massives Problem ist, wie bei der Stärken-Schwächen-Analyse erwähnt, die unsichere Pachtsituation für die Betriebe. Alle Betriebe rechnen daher nicht damit, in Zukunft ihre Flächen erhalten zu können, da einerseits Pachtverträge auslaufen und gekündigt werden und andererseits bereits jetzt die Nachfrage nach Flächen sehr groß ist, gleichzeitig aber das Angebot konstant bleibt bzw. abnimmt, was speziell für Kleinbetriebe mit wenigen Flächen existenzbedrohend sein kann. Des Weiteren sind durch diese Entwicklung Investitionen in gepachtete Weingärten immer mit hoher Unsicherheit behaftet, sie werden deshalb unterlassen: In der Folge wird auch die Bewirtschaftung in Weingärten, deren Pachtverträge auslaufen, angepasst (z. B. Betrieb A stellt auf diesen Flächen aufgrund geringerer Kosten von der biologisch-dynamischen Bewirtschaftung auf die konventionelle Bewirtschaftung um).

Durch die hohen Grundstückspreise steigt ebenfalls der Pachtzins. Auch hier ist ein Druck vor allem seitens der privaten Verpächter spürbar und hat unmittelbare Auswirkungen auf die Produktionskosten. Dies wiederum wirkt sich direkt auf das Einkommen der Landwirte aus. Durch die unverhältnismäßig hohen Grundstückspreise ist zudem der Flächenkauf für Landwirte kaum möglich und wäre auch bei vorhandenem Kapital ökonomisch nicht zu rechtfertigen. Somit sind die Betriebe einzig auf die „unsichere" Pacht von landwirtschaftlichen Flächen angewiesen.

Der Nachfrageüberhang hat eine Verknappung der landwirtschaftlichen Flächen für bestehende Winzer zur Folge. Einerseits gibt es Käufer, die auf den gekauften Flächen selbst Wein produzieren. Nach Aussage der befragten Betriebsleiter scheitern sie aber oft, verpachten ihre Flächen aber dennoch nicht weiter. Grund für das Scheitern ist oft die unzulängliche Vermarktung des Weines. Andererseits ist es durch die große Nachfrage nach Flächen (Flächenkauf als Form der Kapitalanlage, aber auch steigende Anzahl an gut situierten Quereinsteigern, die Wein produzieren wollen) bei gleichzeitig konstantem Angebot, vor allem für Kleinbetriebe und Quereinsteiger, sehr schwer, Pachtflächen zu finden. Auch die Suche nach einer geeigneten Buschenschanklokalität gestaltet sich häufig als äußerst schwierig, da einerseits kein eigenes Betriebsgebäude vorhanden ist und andererseits Buschenschanklokale von aufgegebenen Betrieben häufig schon verloren gegangen sind und nun anderwärtig (oft z. B. als Wohnungen) genutzt werden.

Abschließend lässt sich festhalten, dass mit dem Anstieg der Grundstücksspekulation eine Reihe von Problemen für die Landwirte verbunden ist. Neben dem Anstieg des Pachtzinses kommt es zu einer Verknappung der landwirtschaftlichen Flächen, die Verlängerung der Pachtverträge ist mit großer Unsicherheit behaftet. Diese Entwicklung im Betriebsumfeld der Betriebe birgt wohl die größten Risiken in sich, mit denen die Betriebe in Zukunft konfrontiert sein werden.

SPANNUNGSFELDER MIT ANRAINERN

In den letzten Jahren kam es nach Angaben der Betriebsführer zunehmend von Seiten der Anrainer zu Beschwerden über Lärmbelästigung durch die Bewirtschaftung der Weingärten oder die Öffnung der Gastgärten in der Buschenschank. Die Anrainer schätzen zwar die Nähe zu den Weingärten, doch zeigen sie kein Verständnis, wenn Bewirtschaftungsmaßnahmen z. B. zu ungünstigen Tageszeiten (am Morgen oder Abend) oder am Wochenende gesetzt werden müssen (Pflanzenschutz, sonstige Traktorarbeiten etc.). Vor allem für die zugezogene Bevölkerung stellt dies eine Lärmbelästigung dar, wohingegen es nach Aussage der Betriebsleiter mit der alteingesessenen Bevölkerung kaum Probleme gibt.

Ein weiteres Spannungsfeld ergibt sich aus dem zunehmenden Weinblatt- und Traubendiebstahl, welcher für die Winzer aufgrund der Ertrags-

aber auch der Qualitätseinbußen (Reduktion der Blattmasse und somit Reduktion der Fotosyntheseleistung) ein Problem darstellt. Weiters stellt die Verschmutzung der Weingärten ein Problem für die Winzer dar. Insgesamt stellen die Winzer einen mangelnden Respekt vor der landwirtschaftlichen Fläche und der Arbeit im Weinbau fest. Außerdem wurde kritisch angemerkt, dass die Stadt Wien zwar immer mehr Besucher in die Weingärten „lockt" und die Erholungsfunktion der Kulturlandschaft bewirbt, gleichzeitig aber nicht darauf hinweist, dass dieses Erholungsgebiet gleichzeitig ein Wirtschaftsraum für Landwirte ist, wodurch die oben angesprochenen Spannungsfelder einerseits mit Anrainern, aber auch mit Besuchern entstehen.

Ein weiteres Problem ist außerdem der steigende Wildverbiss der letzten Jahre, da es den Landwirten durch die Sww-Widmung (Schutzgebiet Wald- und Wiesengürtel) nicht erlaubt ist, Zäune aufzustellen, um ihre Weingärten zu schützen.

RISIKEN BEI DER HOFÜBERGABE

Die Hofübergabe ist bei allen untersuchten Betrieben derzeit nicht aktuell, da die drei Betriebsleiter noch sehr jung sind und die Hofübernahme von den Eltern bzw. Betriebsgründung erst vor wenigen Jahren erfolgte. Grundsätzlich würden jedoch alle Betriebsführer eine Weiterführung des Betriebes begrüßen, sofern eines der Kinder Interesse an der Hofübernahme hätte. Die Hofübergabe wird aber nach Aussage der Betriebsleiter B und C bei weitem emotionsloser gesehen, als dies bei früheren Generationen der Fall war. Für den Fall, dass sich kein Nachfolger findet, hätten die Betriebsleiter kein Problem, den Betrieb zu verkaufen oder zu verpachten.

Wichtig für eine erfolgreiche Hofübergabe sind nach Angaben der Betriebsleiter neben dem Vorhandensein eines Nachfolgers auch der finanzielle Erfolg und die wirtschaftliche Sicherheit des Betriebes.

Tabelle 2: Chancen-Risiko-Tabelle für den Einzelbetrieb

Rahmenbedingungen	Chancen			Risiken		
	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb C	Betrieb A	Betrieb B	Betrieb C
Gutes Image des Wiener Weines	+ + +	+	+ +			
Chancen aus dem Strukturwandel	+	+ + +	+ + +			
hohe Kaufpreise				–	–	– – –
unsichere Pachtsituation				– – –	– –	– –
Spannungsfelder mit Anrainern				– –	– – –	– – –
Risiken bei der Hofübergabe				– – –	- -	–

Legende: + + + große Chance + + mittlere Chance + geringe Chance – – – großes Risiko – – mittleres Risiko – geringes Risiko
Quelle: eigene Darstellung

Da dies vor allem bei Betrieb C erfüllt ist, wird der Betrieb wahrscheinlich trotz des bislang fehlenden Nachfolgers auch von der nächsten Generation weitergeführt werden. Bei Betrieb A hingegen ist aufgrund der geringen Betriebsgröße, der unsicheren Pachtsituation und der sich daraus ergebenden wirtschaftlichen Unsicherheit eher davon auszugehen, dass der Betrieb in Zukunft nicht übernommen wird, sondern die Flächen den Pächter wechseln und aufgrund der hohen Nachfrage nach Rebflächen von anderen Betrieben bewirtschaftet werden (das Betriebsmodell des Betriebes A scheint auch nicht langfristig auf eine Hofübergabe ausgelegt zu sein, es ist vielmehr das Ergebnis der beruflichen Selbstverwirklichung der Betriebsleiterin). Betrieb B liegt zwischen den beiden zuvor genannten Betrieben. Durch die in ausreichender Größe vorhandenen Betriebsflächen und Strukturen wäre eine Hofübernahme grundsätzlich möglich und durchaus attraktiv.

Ob sich der potenzielle Nachfolger bereiterklärt, den Betrieb unter der doch eher unsicheren Einkommens- und Pachtsituation weiterzuführen, wird stark von der persönlichen Motivation und dem Bezug zum Weinbau und zur Buschenschank abhängen.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass vor allem die wirtschaftliche Stabilität und der finanzielle Erfolg des Betriebes ein wichtiges Kriterium für eine erfolgreiche Hofübernahme sind. Ist dies nicht der Fall, wird sich selbst bei großer persönlicher Motivation kein Betriebsnachfolger finden, der den Betrieb in dieser Form weiterführt. Deshalb ist es für die Erhaltung der Buschenschankszene und der Kulturlandschaft von hoher Bedeutung, dass die wirtschaftliche Sicherheit der Betriebe auch in Zukunft gewährleistet ist.

ZUSAMMENFASSUNG

Tabelle 2 zeigt zusammenfassend die Chancen und Risiken, mit welchen die Betriebe derzeit, aber auch in Zukunft konfrontiert sind. Diese sind je nach Einzelbetrieb unterschiedlich stark ausgeprägt. Chancen ergeben sich für Betrieb A vor allem durch das steigende Image des Wiener Weines, wodurch sich dem Betrieb neue Absatzmärkte eröffnen. Betrieb B und C wiederum profitieren vom Strukturwandel und der damit verbundenen geringeren Konkurrenz. Risiken hingegen sind für alle Betriebe die unsichere Pachtsituation (insbesondere für Betrieb A), die zunehmenden Spannungsfelder mit Anrainern (z. B. Traubendiebstahl, Lärmbelästigung etc.), aber auch die unsichere Hofübergabe und somit die langfristige Weiterführung des Betriebes.

4.2 Stellungnahmen der Winzer

4.2.1 Einstellungen zur Kulturlandschaft

Die Erhaltung der Weingärten und somit der Kulturlandschaft ist allen befragten Winzern ein großes Anliegen. Es zeigt sich aber ein klassischer Interessenkonflikt, da die Kulturlandschaft neben der wirtschaftlichen Funktion für die Betriebe auch die Funktion als Erholungsraum für die Wiener Bevölkerung erfüllt. Den Winzern ist jedoch bewusst, dass diese Kulturlandschaft nur durch Zusammenarbeit beider Interessengruppen erhalten werden kann. Grundsätzlich ist dies nur möglich, wenn es weiterhin Betriebe gibt, die diese auch bewirtschaften. Betriebe müssen daher einerseits ökonomisch wirtschaftlich sein (Betriebsleiter B „Jeder Weinhauer wird die Fläche bewirtschaften, wo er die Produktion gut verkaufen kann“). Zusätzlich muss langfristig ein Nachfolger gefunden werden. Ähnlich wird die Situation für die Buschenschankszene gesehen, welche ebenfalls nur erhalten werden kann, wenn Lokalflächen nicht durch Umwidmung verloren gehen, sondern von Betrieben (z. B. Quereinsteigern) genutzt werden können.

Nach Meinung der Winzer spielt auch die Bevölkerung bei der Erhaltung der Kulturlandschaft eine wichtige Rolle, da sie durch ihren emotiona-

len Bezug zu den Weingärten und durch deren Nutzung als Erholungsgebiet eine anderwärtige Verwendung (Umwidmung in Bauland etc.) verhindern. Konkret spielt deshalb die Erhaltung der Weingärten eine wichtige Rolle, da diese nach Meinung der Winzer Umwidmungen verhindern. Ohne Weingärten wäre es in ihren Augen nur eine Frage der Zeit, bis erste Umwidmungen stattfinden, da aufgelassene, verbuschte Weingärten auch ihre Erholungsfunktion verlieren und folglich nicht mehr schützenswert erscheinen.

Neben dieser persönlichen Einstellung der Winzer zur Kulturlandschaft und der Funktion der Kulturlandschaft als Produktionsraum sind die Betriebe auch aufgrund ihrer unterschiedlichen Geschäftsmodelle mehr oder weniger stark von der Existenz der „realen" Kulturlandschaft (Ästhetik, Landschaftsbild etc.) abhängig. So benötigt Betrieb B die Existenz von Weingärten am Reisenberg, damit der Gastgarten seiner Buschenschank weiterhin attraktiv ist. Der Betrieb ist deshalb ökonomisch auf die Erhaltung der Kulturlandschaft aufgrund der Einzigartigkeit des Gastgartens explizit angewiesen (andere Betriebe sind nur auf die Flächen an sich zur Produktion angewiesen, nicht aber, wie Betrieb B, auf die Landschaft/das Landschaftsbild). Betrieb A ist zwar nicht direkt von der „realen" Kulturlandschaft abhängig (für ihn spielt es keine Rolle, wo sich die Weingärten befinden, solange das Image des Wiener Weines vermarktet werden kann), profitiert aber indirekt sehr wohl vom Image/Label des „städtischen" Weinbaugebiets, welches genutzt wird, um die Weine entsprechend zu vermarkten. Trotz dieser nicht vorhandenen „direkten" Abhängigkeit von der „realen" Kulturlandschaft bewirtschaftet Betriebsleiterin A eine der letzten Stockkulturen der Untersuchungsregion (alte Reberziehungsform bei der die Rebe lediglich an einem Stock (kein Drahtrahmen) angebunden wird, diese Reberziehungsform, verursacht einen sehr hohen Arbeitsaufwand), da ihr die Erhaltung der Kulturlandschaft ein persönliches Anliegen ist. Im Gegensatz zu den zuvor genannten Betrieben ist Betrieb C aufgrund seiner Marktstellung und dem hohen Stammkundenanteil ökonomisch kaum auf die „reale" Kulturlandschaft angewiesen.

4.2.2 Mehr Unterstützung von der Stadt Wien

Um die Bewirtschaftung der Flächen durch die Landwirte in Zukunft sicherzustellen, wünschen sich die Winzer von der Stadt Wien vor allem in folgenden Bereichen mehr Unterstützung:

- Einschränkung der Grundstücksspekulation
- Spannungsfelder mit Anrainern
- Aufklärungsarbeit – Weingärten sind nicht nur Erholungsgebiet

EINSCHRÄNKUNG DER GRUNDSTÜCKSSPEKULATION

Grundstücksspekulationen stellen ein großes Problem für die Winzer dar (s. o.). Hier erwarten sie sich Lösungen seitens der Stadt Wien. Konkret Vorschläge, wie dies zu erreichen wäre, gibt es jedoch von Seiten der Winzer kaum. Dies wird auch offen zugegeben. Einigkeit herrscht aber darüber, dass die Stadt Wien etwas tun muss, damit die Flächen in Zukunft den Landwirten nicht durch Spekulation verloren gehen, sondern

weiterhin von den Betrieben bewirtschaftet werden können. Vorschläge der Winzer sind unter anderem die Einführung einer Grundverkehrskommission (deren Effekt gilt jedoch selbst unter den Landwirten als höchst umstritten, generell wird nur ein gewisser Signalcharakter erwartet), der Kauf von Rebflächen durch die Stadt Wien und deren Verpachtung an die Winzer bzw. Vorschläge zur generellen Verbesserung der Pachtsituation für die Winzer wären die Reduktion des Pachtzinses der derzeitig durch die Stadt Wien verpachteten Flächen als „Gegenleistung" für die Erhaltung der Kulturlandschaft durch die Winzer.

Hinter dem Anliegen der Winzer, die Grundstücksspekulation einzuschränken, steht vor allem die Angst, dass in Zukunft begonnen wird, brach liegende landwirtschaftliche Flächen umzuwidmen und somit die landwirtschaftliche Grundlage der Betriebe schrittweise verloren geht. Die Sww-Widmung (Schutzgebiet Wald- und Wiesengürtel) wird zwar von den Landwirten als „das Beste für den Schutz der Weingärten" und vor Umwidmung empfunden, prinzipiell wäre es aber von Seiten der Winzer begrüßenswert, wenn ein Regulativ gefunden wird, dass die zwingende Verpachtung oder Bewirtschaftung bestehender Weingärten vorschreibt und somit die Winzer wieder vermehrt Weingärten pachten können bzw. deren Rodung verhindert wird.

SPANNUNGSFELDER MIT ANRAINERN

Ein weiterer Bereich, in dem sich die Winzer Unterstützung der Stadt Wien erhoffen würden, ist das Spannungsfeld hinsichtlich der Bewirtschaftung der Rebflächen, aber auch der Buschenschänke mit Anrainern. Wie erwähnt, kommt es vermehrt zu Beschwerden über Lärmbelästigung in Folge der Weingartenbewirtschaftung, aber auch der Gastgartenöffnung durch Anrainer. Auch hier könnte Aufklärungsarbeit helfen, Konflikte zwischen Winzern und Anrainern zu vermeiden bzw. zu einem besseren Verständnis beider Seiten führen. Die Landwirte haben außerdem das Gefühl, dass in manchen Bereichen mit zweierlei Maß gemessen wird. So dürfen zwar generell Weingärten im Schutzgebiet Wald- und Wiesengürtel nicht eingezäunt werden, bei Privatbesitzern wird dies anscheinend stillschweigend toleriert, während dies bei Landwirten nicht der Fall ist. Ein weiteres Beispiel sind Gewerbebetriebe, die sich als Buschenschänke ausgeben (Föhrenbuschen aushängen), sich jedoch niemand seitens der Stadt Wien zuständig fühlt, dies zu kontrollieren. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Winzer gerne mehr Rückhalt und Unterstützung der Stadt Wien hätten und gleichzeitig in Form von Auflagen etc. weniger „Steine in den Weg" gelegt bekommen würden.

AUFKLÄRUNGSARBEIT

– Weingärten sind nicht nur Erholungsgebiet

Ein in allen geführten Interviews von Seiten der Winzer aufgegriffener Punkt betrifft das Spannungsfeld der Weingärten als Erholungsgebiet und Wirtschaftsraum. So wird kritisiert, dass die Stadt Wien ausschließlich die Erholungsfunktion der Weingärten bewirbt, gleichzeitig bleibt aber unerwähnt, dass dieses Erholungsgebiet auch Wirtschaftsraum der Landwirte ist, dem man nach Aussage der Betriebsleiter mit Respekt begegnen muss.

Die Weingärten werden nach Meinung der Landwirte zu sehr als öffentliches Gut vermarktet, wodurch es zu Problemen mit den Besuchern kommt (Traubendiebstahl, Verschmutzung etc.). Hier würden sich die Landwirte mehr Aufklärungsarbeit durch die Stadt Wien wünschen, sodass die Besucher mehr Rücksicht auf die Flächen der Landwirte nehmen, aber auch Öffentlichkeitsarbeit, in der der Stellenwert der Landwirte als Kulturlandschaftserhalter vermittelt und somit das Image der Winzer als Kulturlandschaftserhalter gefördert wird. Außerdem sollten für die Besucher mehr Abfallentsorgungsmöglichkeiten installiert werden, um die Verschmutzung zu reduzieren.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Ziel dieser Studie ist es, wesentliche, die Landbewirtschaftung und die Entwicklung der Landnutzung bestimmende betriebswirtschaftliche und sozioökonomische Parameter für drei ausgewählte Weinbaubetriebe im Gebiet des Nußberges/Reisenberges gerade im Hinblick auf die Sicherung der einzigartigen Kulturlandschaft beispielhaft zu analysieren. Bestandteil der Studie sind zwei wesentliche methodische Vorgehensweisen: zum einen wird eine Betriebsbefragung mittels qualitativem Interview durchgeführt, zum zweiten werden mittels einer Bilanzanalyse wesentliche ökonomische Kennzahlen zu Rentabilität, Stabilität und Liquidität berechnet.

Die qualitative Analyse besteht aus einer Stärken-Schwächen-Analyse und einer Chancen-Risiken-Analyse. Aus den Ergebnissen dieser Untersuchung kann abgeschätzt werden, inwieweit diese Betriebe, auch unter veränderten Rahmenbedingungen, zukunftsfähig sind. Die Ergebnisse der Bilanzanalyse ergänzen die qualitativen Untersuchungen und geben Einblick in die wirtschaftliche Situation der Betriebe.

Die drei im Haupterwerb geführten Weinbaubetriebe unterscheiden sich im Wesentlichen hinsichtlich ihrer Größe, aber auch in ihrem Geschäftsmodell; dies steht auch im engen Zusammenhang mit der Betriebsleiterpersönlichkeit. Der kleinste der drei Betriebe hat sich auf die Produktion von sehr hochwertigen Weinen spezialisiert. Die Betriebsleiterin, eine innovative Quereinsteigerin, schaffte es trotz ungünstiger Rahmenbedingungen (kaum vorhandene Pachtflächen, wenig Eigenmittel, jedoch hohe persönliche Motivation, Weinbau zu betreiben), ihre Weine erfolgreich im Hochpreissegment zu positionieren. Betrieb B, ein mittelgroßer Buschenschankbetrieb, zeichnet sich vor allem durch die äußerst attraktive Lage der Buschenschank/des Gastgartens aus und versucht mittels ständiger Investitionen in den Betrieb, diesen schrittweise zu modernisieren und wirtschaftlicher zu gestalten.

Der größte der drei Betriebe ist ein bekannter Traditionsbetrieb. Sowohl im Hinblick auf die

Bewirtschaftung der Rebflächen, der Kellerwirtschaft als auch der Buschenschank ist dieser Betrieb der am besten ausgestattete der untersuchten Betriebe.

Beide Analysen zeigen, dass die untersuchten Betriebe trotz mehr oder weniger großer ökonomischer bzw. sozioökonomischer Herausforderungen derzeit wirtschaftlich am Markt bestehen können und somit auch in Zukunft ihre Rebflächen weiter bewirtschaften werden. Entsprechend der unterschiedlichen Unternehmensmodelle unterscheiden sich die Betriebe sowohl in der Stärken-Schwächen- als auch in der Chancen-Risiken-Betrachtung. Die besonderen Stärken des kleinsten Betriebes liegen im Weinbau und in der Vermarktung. Hier profitiert der Betrieb insbesondere auch vom guten Image des Wiener Weines. Besondere Gefahren für diesen Betrieb ergeben sich aus der schwierigen Situation auf den Bodenmärkten. Der mittlere Betrieb zeigt im Vergleich zu den anderen Betrieben Schwächen im Bereich der Weinbergbewirtschaftung, diese werden aber durch die besondere Lage des Gastgartens ausgeglichen. Schwierigkeiten könnten

sich für diesen Betrieb aus dem hohen Investitionsbedarf in der Buschenschank ergeben. Die Analyse hat ergeben, dass der größte Betrieb auch aus wirtschaftlicher Sicht der stabilste der untersuchten Betriebe ist. Seine Stärken liegen sowohl im Bereich des Weinbaus, hier werden unter Zuhilfenahme moderner Weinbau- und Kellertechnik gute Qualitäten effizient erzeugt. Die Buschenschank ist bezüglich ihrer Lage, ihrer ansprechenden Ausstattung und ihrer Bekanntheit als Best-practice-Betrieb zu bezeichnen. Wesentliche Schwierigkeiten in der Zukunft erwarten alle drei Betriebsleiter aus der unsicheren Situation auf den Bodenmärkten im Untersuchungsgebiet. Dies ist eine Folge der Attraktivität des 19. Wiener Gemeindebezirks: Sowohl finanzkräftige „Hobbywinzer", die oft im Weinbau scheitern, als auch Investoren treten als potente Konkurrenten zu traditionellen Weinhauern und ambitionierten Quereinsteigern (kleiner Betrieb) auf den Boden- und Pachtmärkten auf. Diese Situation gefährdet insbesondere den Bestand des kleineren Betriebes, beschränkt aber auch notwendiges betriebliches Wachstum der anderen untersuchten Betriebe.

Konfliktfelder ergeben sich nach Aussage der Betriebsleiter auch zwischen der Erholungs- und der Produktionsfunktion des Untersuchungsgebiets. Neben klassischen Konflikten (z. B. Trauben- und Weinblattdiebstahl, Lärmbelästigung, Verschmutzung) ist nach Aussage der Betriebsleiter insbesondere ein „mangelnder Respekt" der Erholungsuchenden vor der Arbeit der Winzer zu beobachten.

Die betriebswirtschaftliche Analyse hat gezeigt, dass insbesondere im kleineren Betrieb aus ökonomischer Sicht derzeit nur ein unzureichender Gewinn erzielt wird. Insgesamt zeigt sich der Betrieb wenig stabil, sodass sich verschlechternde Rahmenbedingungen zur Betriebsaufgabe führen können. Allerdings ist die Betriebsleiterin sehr eloquent und innovativ; deshalb ist in naher Zukunft keine Betriebsaufgabe zu erwarten. Im Gegensatz dazu zeigt die Bilanzanalyse, dass der größere Betrieb auch aus wirtschaftlicher Sicht sowohl im Hinblick auf Rentabilität, Stabilität und Liquidität gut aufgestellt ist. Die Innenfinanzierungskraft des Betriebes erlaubt selbst größere Investitionen, ohne die Kapitaldienstgrenzen zu überschreiten. Auch schlechtere Jahre haben aufgrund der ausreichenden Kapitalausstattung nicht notwendigerweise eine Gefährdung des Betriebes zur Folge. Alle drei Betriebsleiter zeigten im Interview eine enge emotionale Verbundenheit zur Kulturlandschaft der Weinberge Grinzings. Während diese Verbundenheit bei dem mittleren und größeren Betrieb sich eher aus traditionellen Gründen, beides sind alteingesessene Betriebe, ergibt, resultiert die Bindung der Betriebsleiterin des kleineren Betriebes eher aus den persönlichen Erfahrungen und Einstellungen. Aus ökonomischer Sicht ist insbesondere der mittlere Betrieb wegen der Lage seines Gastgartens auf das Vorhandensein der „realen" Kulturlandschaft (Landschaftsbild, -ästhetik) angewiesen. Hingegen für den kleineren Betrieb ist weniger die „reale" Kulturlandschaft existenziell für das Betriebsmodell, vielmehr ist das Renommee des Wiener Weins und Grinzings von entscheidender ökonomischer Bedeutung.

Es ist anzumerken, dass die Auswahl der Betriebe nicht repräsentativ ist; die Ergebnisse können deshalb nicht auf alle Betriebe des Untersuchungsgebiets übertragen werden. Allerdings gelingt es mit dieser Betriebsauswahl, eine sehr große Bandbreite an verschiedenen Betriebsmodellen darzustellen. Einschränkend ist allerdings anzumerken, dass in dieser Studie keine weniger erfolgreichen Betriebe untersucht werden.

Infolge des Untersuchungsdesigns ist es innerhalb dieser Studie nicht möglich, die Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken für das gesamte Untersuchungsgebiet zu ermitteln, allerdings können Tendenzen abgeleitet werden. Um repräsentative Aussagen treffen zu können, sind weitere Untersuchungen unabdingbar. So sollten in weiteren Studien eine größere Anzahl von Betrieben, auch Nebenerwerbsbetriebe, Hobbywinzer und weniger erfolgreiche Betriebe, analysiert werden. Hierzu ist allerdings die Bereitschaft

der Winzer zur Zusammenarbeit notwendig. Da die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Winzer die unsichere Pachtsituation sowie die Zunahme der Grundstücksspekulation als Hauptproblem betrachten, wären zusätzliche Untersuchungen des Boden- und Pachtmarktes sowie von Landnutzungsänderungen der landwirtschaftlichen Flächen wünschenswert.

Diese könnten eine flächendeckende Analyse der Dynamik des Boden- und Pachtmarktes im Bereich des Nußberges und Reisenberges beinhalten. Darauf aufbauend ist eine Abschätzung möglicher Veränderungen in der Nutzung möglich.

So könnte gezeigt werden, inwieweit die Sorgen der Winzer (Verlust von landwirtschaftlichen Flächen etc.) begründet sind bzw. ob tatsächliche Veränderungen z. B. auf dem Pachtmarkt, die Veränderungen der Landnutzung, der Betriebsstruktur etc. zur Folge haben, auch empirisch beobachtbar sind.

LITERATUR

Auer, K.V. 2004. SWK – Sonderheft Kennzahlen für die Praxis, betriebswirtschaftliche Instrumente für Geschäftsführer/Management, Finanzleiter/Controller, Steuerberater/Wirtschaftsprüfer, Banken. Wien: Linde Verlag.

Camphausen, B. 2003. Strategisches Management. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Häder, M. 2010. Empirische Sozialforschung – Eine Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Kantelhardt, J. 2003. Perspektiven für eine extensive Grünlandnutzung. Modellierung und Bewertung ausgewählter Landnutzungsszenarien. Sonderheft Agrarwirtschaft 177. Bergen/Dumme.

Kapfer, M.; Ziesel, S. und Aufmkolk, G. 2008. Endbericht zum Forschungsauftrag: Visualisierung von Landschaftsentwicklungen. TU München: Selbstverlag.

Leser, H. 1994. Dierke – Wörterbuch der Allgemeinen Geografie (1984). Braunschweig, München.

Lindenau, G. 2002. Die Entwicklung der Agrarlandschaften in Südbayern und ihre Beurteilung durch die Bevölkerung. Berlin.

Niedl, N. 2010. Schriftliche Mitteilung vom 20.12.2010.

Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD) 2001. Multifunctionality: Towards an Analytical Framework. Paris.

ÖWM 2009. Österreichs Wein gewinnt in Krisenzeiten – Marktanteilsgewinne in schrumpfenden Märkten sichern Erfolg. Auf http://www.oesterreichwein.at/ (30.11.2010).

Peemöller, V. H. 2001. Bilanzanalyse und Bilanzpolitik – Einführung in die Grundlagen. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag.

Vollmuth, H. J. 2005. Bilanzen richtig lesen, besser verstehen, optimal gestalten. Bilanzanalyse und Bilanzkritik für die Praxis. Planegg: Haufe Verlag.

Wien Tourismus 2010. Das neue Gesicht des Weines. Auf http://www.wien.info/de/einkaufen-essen-trinken/wiener-wein-heurige/neues-gesicht (30. 11. 2010).

Bedeutung von Nuß- und Reisenberg in Wien für die Erholungsnutzung

Universität für Bodenkultur
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung
Wien, 2010

AUFTRAGGEBER:

Stadt Wien, Magistratsabteilung 21A
Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West
1010 Wien, Rathausstraße 14–16
Verantwortlich: DI Jens Sonderegger

AUFTRAGNEHMER:

Universität für Bodenkultur
Institut für Landschaftsentwicklung,
Erholungs- und Naturschutzplanung
1190 Wien, Peter-Jordan-Straße 82

Ausführendes Projektteam

DI Brigitte Allex

Ao. Univ.-Prof. DI Dr.
Christiane Brandenburg

DI Birgit Gantner

Mag. Ursula Liebl

DI Florin Hirnschall

DI Andreas Kasper

INHALTSVERZEICHNIS

Zusammenfassung 42
1. Einleitung 44
2. Gebietsbeschreibung 45
2.1 Lage 45
2.2 Geschichtlicher Hintergrund vom Nuß-/Reisenberg bzw. von Grinzing 46
3. Methode 49
3.1 Befragung 50
3.2 Zählung 50
4. Ergebnisse der Befragung 51
4.1 Allgemeine Daten der Besucher 51
4.1.1 Nutzergruppen, mitgeführte Hunde und Gruppengröße 51
4.1.2 Geschlecht und Alter 52
4.1.3 Wohnort 53
4.1.4 Touristen 54
4.1.5 Ausbildung und Beruf 54
4.1.6 Anreiseart und Dauer der Anreise 54
4.1.7 Seit wie vielen Jahren und wie häufig die Befragten den Nuß-/Reisenberg besuchen sowie die beliebtesten Freizeitaktivitäten der Besucher 55
4.1.8 Aufenthaltsdauer 56
4.1.9 Besuchsgründe 56
4.1.10 Informationsquellen über die Existenz des Erholungsgebiets 57
4.1.11 Ortskenntnis am Nuß-/Reisenberg 58
4.1.12 Ortsverbundenheit der Besucher 58
4.2 Persönliche Einschätzung der Befragten zum Nuß-/Reisenberg 58
4.2.1 Zufriedenheit der Besucher mit den für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen 59
4.2.2 Äußerung von Wünschen am Nuß-/Reisenberg 60
4.2.3 Empfinden von Störungen am Nuß-/Reisenberg 61
4.2.4 Empfinden von möglichen Störungen am Nuß-/Reisenberg 62
4.2.5 Empfinden des Besucheraufkommens 62
4.2.6 Zustimmung zu Aussagen betreffend das Image des Nuß-/Reisenbergs 63
4.2.7 Was die Befragten am Nuß-/Reisenberg schätzen 64
4.2.8 Was als Stärke des Nuß-/Reisenbergs gesehen wird 65
4.2.9 Was den Befragten am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt 65
4.2.10 Was als Schwäche des Nuß-/Reisenbergs gesehen wird 66
4.2.11 Konflikte mit anderen Nutzern 66
4.2.12 Welche Maßnahmen die Attraktivität des Nuß-/Reisenbergs steigern würden 66
4.3 Wissen der Befragten über den Nuß-/Reisenberg 67
4.3.1 Wissen der Besucher über den Schutzstatus des Nuß-/Reisenbergs 67
4.3.2 Wissen über Biosphärenpark 67

4.3.3 Verfolgung der Entwicklungen am Nuß-/Reisenberg 68
5 Ergebnisse der Zählung 68
5.1 Besucherzahlen gesamt 68
5.1.1 Nutzergruppen 69
5.1.2 Geschlechterverhältnis der Nutzergruppen 71
5.1.3 Gruppengröße 71
5.2 Besucherströme nach Standorten 71
5.3 Tagesverlauf der Besucherströme 75
5.4 Hunde im Erholungsgebiet 78
5.5 Kraftfahrzeuge 78
6 Ergebnisse der Erhebung der Erholungsinfrastruktur 79
7 Vereinfachte SWOT-Analyse 80
8 Diskussion 82
8.1 Reflexion der Befragungsergebnisse 82
8.2 In-Wert-Setzung 84
8.2.1 In-Wert-Setzung auf infrastruktureller Ebene 85
8.2.2 In-Wert-Setzung Wahrnehmung und Wertschätzung 87
8.2.3 In-Wert-Setzung touristische Ebene 88
9 Ausblick 89
Literatur- und Quellenverzeichnis 90

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Blick vom Reisenberg auf Wien 45
Abbildung 2: Blick auf den Kahlenberg, Foto 48
Abbildung 3: Befragungs- und Zählstandorte am Nuß-/Reisenberg 49
Abbildung 4: Aufgenommene Besucher, unterteilt nach Nutzergruppen in % 52
Abbildung 5: Verteilung der Besucher hinsichtlich Geschlecht und Alter 53
Abbildung 6: Dauer der Anreise 55
Abbildung 7: Aufenthaltsdauer 56
Abbildung 8: Besuchsgründe 57
Abbildung 9: Ortsverbundenheit der Besucher 58
Abbildung 10: Zufriedenheit der Besucher mit für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen 59
Abbildung 11: Äußerung von Wünschen am Nuß-/Reisenberg 60
Abbildung 12: Empfinden von Störungen am Nuß-/Reisenberg 61
Abbildung 13: Empfinden von möglichen Störungen am Nuß-/Reisenberg 62
Abbildung 14: Empfinden des Besucheraufkommens 63
Abbildung 15: Aussagen zum Image des Nuß-/Reisenbergs 64
Abbildung 16: Besucher im Erholungsgebiet, alle Standorte, alle Tage 69
Abbildung 17: Besucher nach Nutzergruppen, alle Standorte und alle Tage gemeinsam 69
Abbildung 18: Nutzer nach Gruppen, alle Standorte, alle Tage 70
Abbildung 19: Von-nach-Matrix Reisenberg 72

Abbildung 20: Von-nach-Matrix Kahlenberger Straße 210 73
Abbildung 21: Von-nach-Matrix Wildgrube 74
Abbildung 22: Relative Tagesganglinie für alle Nutzergruppen an allen Zähltagen 75
Abbildung 23: Relative Tagesganglinie für Fußgänger an allen Zähltagen 76
Abbildung 24: Relative Tagesganglinie für Radfahrer an allen Zähltagen 77
Abbildung 25: Anzahl der Hunde im Erholungsgebiet 78
Abbildung 26: Überblick über die Korrelationen zwischen soziodemografischen Variablen und ausgewählten Fragen zum Nuß-/Reisenberg 83

ZUSAMMENFASSUNG

Im Auftrag der Magistratsabteilung 21A (Stadtplanung und Flächennutzung Innen-West) wurde eine Pilotstudie durchgeführt, welche das Ziel hatte, die Freizeit- und Erholungsnutzung sowie die touristische Nutzung der Weinlandschaft vom Nuß-/Reisenberg zu erheben. Dafür wurden eine standardisierte Besucherbefragung sowie eine Zählung der Besucherströme durchgeführt. Die Besucher wurden an vier Tagen am Reisenberg (Paula-Wessely-Weg) sowie an zwei Standorten am Nußberg (Wildgrube, Kahlenberger Straße/Eichelhofweg) im Sommer (22. 8., 25. 8. 2010) und Herbst (3. 10., 14. 10. 2010) befragt und gezählt.

BEFRAGUNG

Insgesamt wurden 180 Personen befragt. Der Großteil der befragten Besucher waren Fußgänger (87,1 %), die restlichen Besuchergruppen bestanden aus Radfahrern/Mountainbikern, Joggern und Nordic Walkern. 13,9 % waren mit Hund(en) unterwegs. Fast die Hälfte (45,5 %) aller befragten Personen war über 60 Jahre alt, ein weiteres Viertel zwischen 46 und 60 Jahren alt. Daher ist es auch nicht überraschend, dass fast die Hälfte (43,3 %) aller Befragten Pensionisten sind. Ein Drittel ist als Angestellter bzw. Beamter tätig (33,9 %). Die Besucher waren entweder alleine oder zu zweit unterwegs, größere Gruppen waren selten anzutreffen. Der Großteil aller Befragten (91,7 %) kommt aus Wien, wobei wiederum fast die Hälfte aller Befragten (46,1 %) im 19. Bezirk wohnt. Außerdem konnten sieben Touristen befragt werden, die aus Deutschland, Schweiz, Frankreich und England stammen. Ein großer Anteil (38,1 %) der Befragten gab als höchsten Ausbildungsgrad einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss an, ein Viertel der Befragten hat Matura (24,3 %). Am häufigsten reisen die Befragten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln in das Erholungsgebiet (38,9 %), ebenso beliebt ist die Anreise zu Fuß (36,1 %). Nur ein Fünftel aller Befragten wählte den Pkw am Befragungstag zur Anreise (20,6 %). Im Durchschnitt blieben die Befragten am Befragungstag 2,2 Stunden im Gebiet. Die beliebtesten Freizeitaktivitäten am Nuß-/Reisenberg sind Wandern (82,8 % der Befragten) und „Besuch von Heurigen/Buschenschanken/Gasthöfen“ (42,8 %). Danach folgen die Aktivitäten „Ausführen von Hunden“ (15,0 %), Radfahren (13,9 %), Joggen (11,1 %) und Nordic Walken (10,6 %).

Die wichtigsten Besuchsgründe waren: Kraft tanken/Erholung, Landschafts- und Naturerlebnis, Körperliche Betätigung/Sport/Fitness, Gesundheit, Ruhe und Aussicht genießen. Die Besucher sind mit dem Erholungsgebiet im Allgemeinen sehr zufrieden bzw. zufrieden (97,8 %). Als Stärken des Nuß-/Reisenbergs werden von den Befragten die Landschaft, das Gesamtbild, die Aussicht, Erholungsmöglichkeit, Ruhe, Nähe und Erreichbarkeit gesehen. Mehr als die Hälfte der Befragten (80 Nennungen) konnten beim Nuß-/Reisenberg keine Schwächen angeben. Nur wenige Befragte nannten als Schwäche „andere Nutzergruppen“ (Radfahrer bzw. Personen mit Hunden), das Verkehrsaufkommen oder Verwahrlosung und Abfall. Drei Viertel der Befragten gaben an, sich am Nuß-/Reisenberg sehr gut bzw. gut (75,5 %) auszukennen. Die Ortsverbundenheit der Besucher ist hoch.

Vorgeschlagene Änderungsmöglichkeiten wurden vielfach als nicht erwünscht eingestuft: Am ehesten wünschen sich die Probanden die Aufstellung von mehr Mistkübeln, Wasserspendern, Sitzgelegenheiten, eine bessere Beschilderung sowie die Errichtung eines Erlebnis-/Lehrpfades. Als Störungen werden eine hohe Anzahl von Radfahrern, das Befahren des Gebiets mit Pkws, Lkws oder Traktoren, vor allem aber freilaufende Hunde und Radfahrer, die illegal und zu schnell auf Wegen fahren, genannt.

ZÄHLUNG

Insgesamt wurden an den vier Tagen 3423 Besucher erhoben. Die beiden Zählstandorte am Nußberg wurden von einer höheren Anzahl von Besuchern aufgesucht als der Standort am Reisenberg. Die Zählergebnisse ergaben – ähnlich wie bei der Befragung –, dass der überwiegende Teil der Besucher zu Fuß unterwegs ist (73,4 %). Die zweitgrößte Nutzergruppe wurde von den

Radfahrern bzw. Mountainbikern mit 17,0 % gebildet. Der Anteil der Jogger war mit 6,0 % ein wenig größer als jener der Nordic Walker mit 3,7 %. Das Geschlechterverhältnis variierte in den einzelnen Nutzergruppen sehr stark. Die Erhebungen zeigten, dass die Mehrheit der Radfahrer bzw. Mountainbiker sowie der Jogger männlich ist. Im Unterschied dazu war der überwiegende Teil der Nordic Walker weiblich. Bei den Fußgängern war das Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen.

Ebenso gab es Unterschiede in der Gruppengröße der Nutzergruppen: Bei den Fußgängern und Nordic Walkern waren beinahe gleich viele Personen alleine unterwegs wie zu zweit, bei den Radfahrern und Joggern fällt auf, dass die meisten diese Sportart alleine ausübten.

Alle Standorte wurden von Personen mit Hunden besucht, im Vergleich zu den anderen Standorten hatten am Reisenberg jedoch mehr Besucher einen Hund dabei (9,6 %). Der Großteil der Hunde war trotz bestehendem Leinen- bzw. Maulkorbgebot nicht angeleint (69,3 %). An den Standorten Reisenberg und Wildgrube wurden fast keine Kraftfahrzeuge aufgenommen. Am Standort Kahlenberger Straße 210 wurden hingegen an allen vier Zähltagen hochgerechnet 778 Kfz erhoben, wovon 682 Pkw und jeweils 48 Motorräder bzw. Mofas und Lkw waren.

ERGEBNISSE DER ERHEBUNG DER ERHOLUNGSINFRASTRUKTUR

Neben der Befragung und Zählung wurde eine grobe Erhebung der Erholungsinfrastruktur des Nuß-/Reisenbergs durchgeführt: Der Großteil der zu Freizeitzwecken genutzten Wege ist asphaltiert. Das Gebiet ist hinsichtlich der Anzahl der Sitzbänke zwar gut ausgestattet, diese sind jedoch nicht über das gesamte Gebiet verteilt. Trinkbrunnen bzw. Informationstafeln konnte lediglich einer bzw. vier erfasst werden, Mistkübel sind ebenfalls nicht ausreichend vorhanden. Sechs Heurigen befinden sich direkt im Erholungsgebiet. Von vielen Strecken aus herrscht eine Aussicht auf Wien. Außerdem ist der Nuß-/Reisenberg gut an die öffentlichen Verkehrsmittel angeschlossen, ebenso sind ausreichend Parkplätze vorhanden.

IN-WERT-SETZUNG

Die In-Wert-Setzung des Erholungsgebiets basiert auf den Ergebnissen der Besucherbefragung, den Zählungen sowie der Analyse des Gebiets und umfasst drei Ebenen: Infrastruktur, Wahrnehmung und Wertschätzung sowie Tourismus. Auf der Ebene der Wahrnehmung und Wertschätzung werden das Erholungsgebiet, der Weinbau, die Natur- und Kulturlandschaft sowie der Biosphärenpark behandelt und erste Maßnahmen formuliert. Die In-Wert-Setzung auf infrastruktureller Ebene beinhaltet Maßnahmen zur Erschließung neuer Nutzergruppen, zur Minderung des Konfliktpotenzials zwischen den Nutzergruppen sowie Maßnahmen in Bezug auf Infrastruktureinrichtungen, Besucherleitsysteme und Wegebelag. Oben genannte Ebenen und Maßnahmen dienen auch der In-Wert-Setzung im touristischen Bereich. Es wird jedoch empfohlen, weitere Erhebungen durchzuführen, um die Datenlage zu verbessern und weiterführende Maßnahmen entwickeln zu können.

1. EINLEITUNG

Grinzing hat vor allem aufgrund des Weinbaus und der daraus entstandenen Heurigenkultur eine Weltberühmtheit erlangt. Während die Heurigenkultur durch die Fremdenverkehrswerbung gefördert, durch Lieder und Filme in der ganzen Welt bekannt gemacht wurde, wissen heute nur wenige Touristen und Einheimische, dass Grinzing mit dem Nuß-/Reisenberg über ein wertvolles Erholungsgebiet verfügt, welches im Vergleich zum Kahlenberg oder Cobenzl auch ein niedriges Besucheraufkommen aufweist.

Das Gebiet Nuß-/Reisenberg ist Teil der Weinbauregion Wien und erfüllt als Lebensraum zahlreiche Funktionen. Neben der primären Produktionsfunktion des Produktes Wein und der damit in Zusammenhang stehenden Erhaltung einer Kulturlandschaft sind aber auch die ökologischen Funktionen dieser Kulturlandschaft hervorzuheben. Im Hinblick auf die landschaftliche Vielfalt, den Schutz des pflanzlichen und tierischen Artenreichtums, sowie den im Vergleich zur Stadt für den Menschen eher günstigeren klimatischen Verhältnissen kann man von einem „lebendigen Lebensraum" sprechen. Zusätzlich erfüllt der Weinbau mit seiner Heurigenkultur eine identitätsstiftende Funktion für Grinzing und auch für Wien. Die Erholungs- und Tourismusfunktion ist somit ein weiterer wesentlicher Bestandteil dieses Lebensraums (Baumgartner, 2004).

Da über die Bedeutung und den Stellenwert des Nuß-/Reisenbergs für die Freizeit- und Erholungsnutzung sowie für den Tourismus noch keine Studien vorliegen, wurde eine Pilotstudie im Auftrag der Magistratsabteilung 21A (Stadtplanung und Flächennutzung Innen-West) beauftragt, dessen Ergebnisse im gegenständlichen Bericht präsentiert werden. Zielsetzung der Pilotstudie war die Erhebung der Freizeit- und Erholungsnutzung sowie der touristischen Nutzung der Weinlandschaft vom Nuß-/Reisenberg, um Grundlagen für darauf aufbauende Maßnahmen zu schaffen, die eine In-Wert-Setzung dieser Region für die Freizeit- und Erholungsnutzung der Wiener Bevölkerung sowie für den Tourismus unterstützen sollen.

Der vorliegende Projektbericht beginnt mit einer kurzen Beschreibung inklusive einer Darstellung der geschichtlichen Entwicklung des Untersuchungsgebiets, das zwar bereits seit Jahrhunderten als Weingegend bekannt war, jedoch erst Anfang des 19. Jahrhunderts ein beliebtes Ausflugsziel wurde und einen immer größeren, v. a. touristischen Aufschwung gegen Ende des 19. Jahrhunderts erlebte.

Im darauf folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Erhebungen präsentiert. So wurden unter anderem eine soziodemografische und psychografische Charakterisierung der Besucher durchgeführt, weiters wurden die Gründe für den Besuch, die Regelmäßigkeit und Frequenz der Besuche, die Aufenthaltsdauer, die Zufriedenheit und Verbesserungsvorschläge näher untersucht. Mit den Zählungen wurde die Besuchsfrequenz ermittelt, das heißt, es wurde an ausgewählten Standorten erhoben, wann und wo Fußgänger, Radfahrer, Jogger oder andere Nutzergruppen im Gebiet unterwegs sind. Als nächste Schritte wurden die Ergebnisse der Befragungen und Zählungen genau analysiert.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen wurden in weiterer Folge verwendet, um eine vereinfachte Stärken-Schwächen-Analyse des Gebiets zu erstellen. Aufbauend auf dieser Analyse, den Ergebnissen der Befragungen und der Zählungen werden Verbesserungsvorschläge sowie erste Aussagen zur In-Wert-Setzung getätigt. Diese In-Wert-Setzung soll vornehmlich einer Attraktivierung der Freizeit- und Erholungsnutzung der Wiener Bevölkerung dienen, aber auch ein zusätzliches Angebot für Touristen darstellen.

2. GEBIETSBESCHREIBUNG

Im folgenden Kapitel wird zuerst auf die Lage des Nuß-/Reisenbergs, anschließend auf seine geschichtliche Entwicklung eingegangen.

2.1 Lage

Das Projektgebiet liegt am nordwestlichen Stadtrand im 19. Wiener Gemeindebezirk Döbling. Wie der Großteil der Wiener Berge stellen auch der Nußberg (322 m) und Reisenberg (382 m) Ausläufer der Ostalpen dar und sind geologisch der Flyschzone zugehörig, die sich aus Quarz, Kalksandgestein, Mergel und anderen Konglomeraten zusammensetzt. Der Nußberg ist im Norden den Abhängen des Leopoldsbergs und des Kahlenbergs vorgelagert und wird im Westen und Süden durch den Schreiberbach begrenzt. Die Nußbergterrasse wird im Süden fortgesetzt durch das Krapfenwaldl, den Reisen- und den Schenkenberg. Der Reisenberg ist der untere Abhang des Latisbergs. Die Hänge nach Süden und Südosten eignen sich hervorragend für den Weinbau, während die Nord- und Westhänge meist mit Wiesen und Wäldern bedeckt sind (Kothbauer, 2001).

Durch die Lage am Rande des Wienerwaldes ist das Projektgebiet Teil des Wald- und Wiesengürtels sowie des seit 2005 bestehenden Biosphärenparks Wienerwald. Ebenso ist es als Landschaftsschutzgebiet „Döbling“ (Teil A und B) deklariert.

Abbildung 1: Blick vom Reisenberg auf Wien
Foto: Allex, 10.10.2010

2.2 Geschichtlicher Hintergrund vom Nuß-/Reisenberg bzw. von Grinzing

VON DEN ANFÄNGEN BIS INS MITTELALTER

Die älteste urkundliche Erwähnung des Namens „Grinzing" fand 1114 im Salbuch des Stiftes Klosterneuburg statt anlässlich der Schenkung seiner „zu Grinzingen" gelegenen Weingärten durch einen Egybo de Nuzdorf. Durch bairische Stifte und Klöster, die im Frühmittelalter Grundstücke für den Weinbau erwarben, stammt der typisch bairische Siedlungsname auf die Endsilbe „-ing(en)", wobei die erste Silbe auf die Lage des Ortes zurückzuführen sein dürfte, da dort zusammenrinnende Bäche ein „Grinn" bilden (Schwarz, 1982).

Für die Herkunft des Namens „Reisenberg", der erstmals 1283 urkundlich erwähnt wurde, gibt es zwei verschiedene Erklärungen aus dem Althochdeutschen. Einerseits deutet der Name auf Jungholz („Reisig") auf diesem Berg hin, andererseits auf den „Reisenden Berg", von dem häufig Erdreich abrutscht. Der Name „Nußberg" hingegen, der bereits 1226 urkundlich erwähnt wurde, lässt vermuten, dass dieser Berg vor der Rodung dicht mit Haselnusssträuchern, in Richtung Nußdorf auch mit Nussbäumen bedeckt war (Kothbauer, 2001).

Im Mittelalter fanden sich unter den Weingartenbesitzern Grinzings vor allem das Stift Klosterneuburg, einige österreichische Klöster, aber auch Ministerialen der Babenberger. Das Dorf war ein sehr begehrter Weinbauort geworden und verzeichnete 1382 bereits 735 Einwohner. Im Spätmittelalter vernichteten jedoch zunächst Heuschreckenschwärme aus Osteuropa die gesamte Wein- und Obsternte, dann verwüsteten die Hussiten und später die Ungarn die Weinbaugebiete um Wien (Schwarz, 1982).

GRINZING ZWISCHEN TÜRKEN- UND FRANZOSENKRIEGEN

In der Zeit vom 16. bis zum 18. Jahrhundert wurde Grinzing abermals schwerer Schaden zugefügt; einerseits durch die zwei Türkenbelagerungen, andererseits durch die Pestwelle, an der 1679 zwei Drittel der Einwohner starben. Erst in den letzten Jahren Kaiser Karls VI. (1711–1740) brachen ruhigere Zeiten an. Die Weindörfer am Abhang des Wienerwaldes erholten sich, und erstmals tauchte auch der Orden der Jesuiten als Weingartenbesitzer auf. Im ganzen Reich Maria Theresias (1740–1780) war Grinzing wegen seines guten Weines berühmt (Schwarz, 1982).

Mitte des 18. Jahrhunderts bedrohte jedoch eine unbekannte Käferart (die „Gappler" genannt wurde) die Reben, die durch kein Mittel bekämpft werden konnte. So wurden viele Gründe in Äcker umgewandelt oder sie verödeten. Zu dieser Zeit ließ Franz Josef von Krapf (gest. 1784) auf Gründen des Stiftes Klosterneuburg ein Waldhaus errichten, in dem auch – da es sich auf kaiserlichem Jagdgebiet befand – Kaiserin Maria Theresia genächtigt haben soll. Von diesem leitet sich der auch heute noch bestehende Name „Krapfenwaldl" ab. Die späteren Besitzer wandelten es in ein Gasthaus sowie eine Volksbelustigungsstätte um, ließen die Gegend gärtnerisch ausgestalten und schufen somit ein beliebtes Ausflugsziel für die Wiener Bevölkerung (Stoeger, 1923).

Um 1750 erwarben die Jesuiten die Weingärten auf dem Latisberg (der ursprünglich Reisenberg genannt wurde) vom Stift Klosterneuburg, errichteten dort zwei Landhäuser als Sommersitz für die Ordensleute und pflanzten neben den Weingärten Obst- und Kastanienbäume (Klusacek & Stimmer, 1988). Nachdem der Jesuitenorden 1773 aufgelassen worden war, erwarb Staatskanzler Philip Graf Cobenzl (geb. 1741, gest. 1810) ebenfalls 1773 die Landhäuser und ließ diese später in ein Schloss umwandeln, das mit seinen Gartenanlagen zu den Sehenswürdigkeiten der Wiener Umgebung gehörte.

Zur Zeit Josephs II. (1780–1790) wurden „Weinfahrten" in die Umgebung Wiens üblich, wodurch immer mehr Weinbauern ihren selbstgebauten Wein an Gäste verkaufen konnten. Dies wurde durch den Erlass der „Keller Schank Ordnung" von 1780/81 genau geregelt, in der u. a. die Ausschankzeiten, Preise und der Buschen an der

Stange als Zeichen des Weinausschanks festgelegt wurden, um Missstände im Gast- und Schankgewerbe zu beenden.

Während der Napoleonischen Kriege zu Beginn des 19. Jahrhunderts suchten die Franzosen auch die Ortsgemeinschaften rund um Wien heim, und Grinzing wurde wiederum schwerer Schaden zugefügt. Weinfässer wurden zertrümmert und Häuser von Soldaten geplündert (Schwarz, 1982).

GRINZING ZUR ZEIT DES BIEDERMEIER

Nach dem Abzug der Feinde folgten Jahre der guten Weinernte, und die Wiener Bevölkerung erkannte immer mehr den Reiz der Gegend, die – neben den Rebflächen – auch eine Aussicht auf die Stadt, die umliegenden Berge sowie die Donau bot. Viele wählten den Ort als Sommerfrische und wohnten dort entweder zur Miete oder bauten selbst Sommerhäuser (Stoeger, 1923).

Als 1827 eine Stellwagenlinie (Stellwagen sind pferdebespannte Wagen mit etwa einem Dutzend Sitzen) zwischen Grinzing und Wien eingerichtet wurde, nahm das Interesse, das Weindorf zu besuchen, rasch zu. Auch für Künstler wie Schubert und von Bauernfeld stellte es ein beliebtes Ausflugsziel dar, das nicht nur wegen des Grinzinger Weins als besuchenswert galt, sondern auch wegen seiner Menschen, seiner Landschaft, seines Ortsbildes und seiner Atmosphäre. Darüber hinaus empfahlen Ärzte erholungsbedürftigen und kränkelnden Wienern die staubfreie und gesunde Luft Grinzings (Schwarz, 1982). Im 19. Jahrhundert wurde auch ein Verschönerungsverein gegründet, der eine Nussbaumallee zum Krapfenwaldl anlegte und an manchen schönen Plätzen Ruhebänke aufstellte. Ebenso wurde ein Promenadenweg neben der Cobenzlgasse errichtet (Stoeger, 1923).

Nach dem Tode Cobenzls 1810 wurden das Schloss und der Park durch seine nachfolgenden Besitzer für unterschiedliche Zwecke genutzt. Gab es 1831 auf der Anlage, die nur mehr „Cobenzl“ genannt wurde, noch ein Restaurant, in dem Volksfeste die Menschenmassen anlockten, so wurde das Grundstück unter seinem nächsten Besitzer, der als Sonderling galt, von der Bevölkerung gemieden. Sein Nachfolger, Baron Sothen, erwarb auch das Terrain „Am Himmel“, wo die Pfarre Sievering im Mittelalter Weingärten besessen hatte und spätere Besitzer das Schlösschen „Bellevue“ sowie einen Park errichtet hatten (Schwarz, 1982).

DER AUFSCHWUNG GRINZINGS ZUR JAHRHUNDERTWENDE

1874 wurde der Kahlenberg durch ein weiteres Verkehrsmittel zugänglich gemacht, nachdem bereits im 18. Jahrhundert Eselritte von Grinzing aus angeboten wurden. Die Kahlenberg-Eisenbahn war die erste Zahnradbahn Österreichs und führte bis zu ihrer Einstellung 1920 von Nußdorf über die Station Grinzing und Krapfenwaldl zum 1872 eröffneten Kahlenberg-Hotel (Klusacek & Stimmer, 1988).

Im späten 19. Jahrhundert erlebte Grinzing einen immer größeren Aufschwung und zog wohlhabende Weinhauer, Industrielle, Künstler und Wissenschaftler an, sich dort niederzulassen. Ebenso empfahl der damals beginnende Fremdenverkehr dem Besucher Wiens auch einen Spaziergang nach Grinzing. Abbildung 2 auf Seite 48 zeigt Ausflügler auf dem Weg vom Kahlenberg in das etwas weiter unten gelegene Krapfenwaldl.

1890 erfolgte der Beschluss der Eingemeindung der Vororte Wiens, und Grinzing wurde zusammen mit den Weinbauorten Döbling, Sievering, Heiligenstadt, Nußdorf, Kahlenbergerdorf und Josefsdorf zum 19. Bezirk „Döbling“ vereinigt. 1902 wird Grinzing an das Netz der Städtischen Straßenbahn angeschlossen und somit für die Wiener Bevölkerung in kurzer Zeit erreichbar. 1905 konnte durch die Schaffung des Wald- und Wiesengürtels, der unmittelbar außerhalb des Grinzinger Ortsgebiets beginnt, die Wienerwaldlandschaft vor zukünftiger Verbauung geschützt werden (Schwarz, 1982).

Abbildung 2: Blick auf den Kahlenberg, Foto: 1890
Quelle: Sinhuber & Stumpf, 1992, Wien Museum

GRINZING IM 20. JAHRHUNDERT

1907 erwarb die Stadt Wien das Anwesen am Cobenzl, auf dem mittlerweile der Umbau zu einem Hotelrestaurant erfolgt war, und verpachtete den Besitz als Schlosshotel – zusammen mit einem neu errichteten Café-Pavillon und einem Restaurant.

Bis zum Ersten Weltkrieg war der Cobenzl eines der beliebtesten Ausflugsziele der Wiener und wurde auch von internationalen Gästen stark frequentiert. Gleichzeitig kaufte die Stadt Wien auch das Krapfenwaldl, das dem Gut Cobenzl einverleibt worden war, und ließ 1923 das Bad errichten, wobei die bestehende Gastwirtschaft integriert werden konnte.

In der Zwischenkriegszeit erhöhte sich die Bedeutung Döblings als Heurigengebiet im Vergleich zu anderen Wiener Heurigenorten. Einerseits waren die meisten Weingärten infolge der Geländestruktur weniger gut zur Verbauung geeignet, andererseits hatten die Döblinger Weinbaubetriebe die finanziellen Mittel, um die Reblaus-Invasion des 19. Jahrhunderts besser überstehen zu können. Vor allem Grinzing erlangte als Heurigenort sogar internationalen Ruf. Zu dieser Zeit versuchte man auch, mit Festen verschiedenster Art (z. B. Kirtag) an wirkliche oder erfundene Traditionen anzuknüpfen, was besonders im wirtschaftlichen Interesse der örtlichen Betriebe lag (Klusacek & Stimmer, 1988).

1934 wurde – als Arbeitsbeschaffungsprogramm und zur Verbesserung der Verkehrsmöglichkeiten im Wienerwald – mit dem Bau der Höhenstraße begonnen. Dieser war zwar bereits 1905 beschlossen worden, aus Geldmangel hatte man vorerst jedoch nur die 1909 fertiggestellte Straße von Grinzing auf den Cobenzl verwirklicht. Eine damals ebenso vorgesehene Umfahrung von Grinzing wurde von den ansässigen Heurigenwirten erfolgreich abgewehrt, die den Verkehr und damit potenzielle Gäste in den

Ort lenken wollten. Ein weiterer Grund für die Realisierung der Höhenstraße war der Ankauf des Kahlenbergs durch die Gemeinde Wien im Jahr 1932, um das mittlerweile halbverfallene Hotel zu renovieren und ein modernes Restaurant zu bauen (Klusacek & Stimmer, 1988).

Der Zweite Weltkrieg fügte Grinzing und seinen Weingärten schwere Schäden zu. Ebenso dem ehemaligen Schlosshotel Cobenzl, in dem in der Nachkriegszeit Flüchtlinge aus dem Osten untergebracht waren und das bald darauf zur Gänze abgerissen wurde. Die Weinanbauflächen wurden – verglichen mit jenen der Vorkriegszeit – geringer und bedingt durch Arbeitskräftemangel und Mechanisierung der Landwirtschaft wurden die Hochkulturen als neue Anbaumethoden eingeführt. War Grinzing bis zum Zweiten Weltkrieg ein Weißweingebiet gewesen, so werden seit etwa 1950 auch Rotweinsorten kultiviert (Schwarz, 1982).

3. METHODE

Im Rahmen des Projektes wurden eine standardisierte Besucherbefragung sowie eine Zählung der Besucherströme durchgeführt, für welche ein strukturierter Fragebogen sowie Zählbogen in enger Abstimmung mit der MA 21A entwickelt wurde.

Die Besucher wurden an drei verschiedenen Standorten befragt und gezählt, wobei sich, wie in Abbildung 3 ersichtlich, zwei Standorte am Nußberg (Wildgrube, Kahlenberger Straße/ Eichelhofweg = Kahlenberger Straße 210) und ein Standort am Reisenberg (Paula-Wessely-Weg) befanden. Die Standorte wurden so gewählt, dass sie sich in gut frequentierten Bereichen befanden und sich Aussagen zur Verteilung der Besucher im gesamten Gebiet tätigen lassen. Die Auswahl des Gebiets erfolgte mit Hilfe der Lokalkenntnis des Projektnehmers sowie in Abstimmung mit der MA 21A sowie der MA 49 (Forstverwaltung Lainz, Revier Sievering).

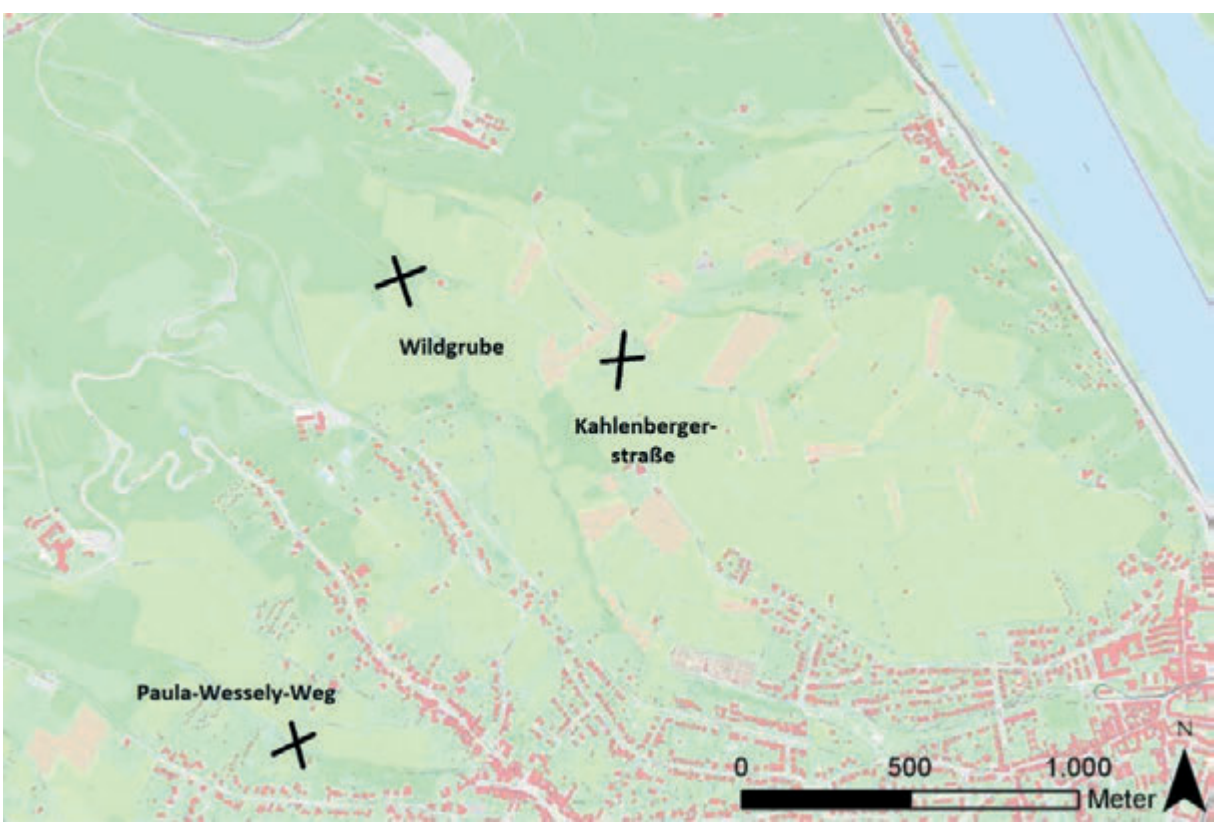


Abbildung 3: Befragungs- und Zählstandorte am Nuß-/Reisenberg
Quelle der Kartengrundlage: Mehrzweckkarte Stadt Wien, 2010

Am 5. 8. 2010 wurde ein Pretest durchgeführt, welcher eine geringfügige Adaptierung des Fragebogens und Zählbogens nötig machte. Die Befragung und Zählung erfolgte dann an vier Tagen, wobei – um ein ausgeglichenes Verhältnis von Probanden unter der Woche und am Wochenende zu erhalten – zwei Sonntage und zwei Wochentage gewählt wurden. Am 22. 8. und 25. 8. 2010 wurde von 8:00 bis 20:00 gezählt und befragt, am 3. 10. und 14. 10. 2010 war es aufgrund der Tageslänge nur noch von 08:00 bis 18:30 bzw. 18:00 möglich.

3.1 Befragung

Bei der Befragung wurden diverse Besucherdaten erhoben, welche sich aus den nachstehenden Themen zusammensetzen:

- Soziodemografische und -psychografische Charakterisierung der Besucher des Untersuchungsgebiets (Geschlecht, Alter, Beruf, Wohnort, Nutzerart, Anreiseart, Besuchsmotive, Ortsverbundenheit, Angabe von Kindern, mitgeführte Hunde, Anleinung des Hundes etc.)
- Charakterisierung der Erholungsaktivitäten (Regelmäßigkeit und Frequenz der Besuche, Aufenthaltsdauer und Zeitraum der Besuche, Zufriedenheit mit dem Untersuchungsgebiet)

Insgesamt wurden 180 Befragungen am Nuß-/Reisenberg durchgeführt, wobei jeweils nur ein Gruppenmitglied befragt wurde. Nach Beendigung eines Interviews wurde die nächste ankommende Person angesprochen und um ein Interview gebeten. Die Befragung dauerte im Durchschnitt 15 Minuten.

Die Verweigerungsrate lag bei 56,6 %, das heißt von 235 angesprochenen Personen wollten 127 nicht an der Befragung teilnehmen. Nach Einschätzung der Interviewer ist der hohe Anteil der Verweigerungsrate u. a. darauf zurückzuführen, dass beispielsweise Jogger oft ihren Laufrhythmus nicht unterbrechen wollten. Da Radfahrer häufig schnell unterwegs waren und nicht angehalten werden konnten oder ihre Fahrt nicht unterbrechen wollten, konnte diese Gruppe oft gar nicht befragt werden. So ist auch die Zahl jener, die ohne Grund die Teilnahme verweigert haben, mit 20,5 % relativ hoch.

Ein hoher Prozentsatz (30,6 %) der Personen, die an der Erhebung nicht teilnehmen wollten, gab jedoch einen Grund an: So meinte die Hälfte der Personen, dass sie keine Zeit hätten. Einige weitere Personen gaben den Faktor Zeit zwar nicht direkt als Verweigerungsgrund an, jedoch wollten 3 % nach Hause, 2 % zum Heurigen und je 2 % mussten in die Arbeit oder hatten einen Termin, was ebenfalls fehlende Zeit für die Befragung ausdrückt.

Neben fehlender Zeit wurden Verständigungsschwierigkeiten (11 Nennungen) oder die Kälte (7 Nennungen) angegeben, sowie die Tatsache, dass der Befragte gerade mitten im Sport war (7 Nennungen).

Ein paar Befragte gaben weiters an, bereits bei einer früheren Erhebung beziehungsweise am selben Tag befragt worden zu sein (insgesamt 5,6 %).

Die Befragungsdaten wurden in eine selbst erstellte Datenbank eingegeben. Die Auswertung erfolgte mit dem Statistikprogramm SPSS (Version 15.0) für Windows. Zuerst wurden Häufigkeitsanalysen zur Beschreibung der Stichprobe durchgeführt. Danach wurden die Stichproben mit Hilfe des T-Tests verglichen. Um die Stärke des Zusammenhangs zwischen zwei Variablen zu testen, wurden Korrelationsanalysen nach Pearson angewandt.

3.2 Zählung

Für jeden Befragungsstandort wurde ein Zählbogenformular erstellt, auf dem die Kreuzung schematisch abgebildet und die Richtungen mit Nummern codiert waren.
Bei den Zählungen wurden unter anderem folgende Daten erfasst:

- Nutzerart (Radfahrer, Fußgänger, Nordic Walker, Jogger und Sonstige) unterteilt nach männlich, weiblich, Kind (unter 12 Jahre, auch im Kinderwagen)

- Gruppengröße
- Hunde (freilaufend oder mit Leine), Pkw, Lkw, Motorrad/Mofa
- Wegerichtung

Die Zählblätter wurden in eine Microsoft Office Access-Datenbank eingegeben. Die Auswertung wurde mit Hilfe von Microsoft Office Excel 2007 für Windows durchgeführt. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass es sich lediglich um eine erste Erhebung handelt und die Daten keinen Anspruch auf Repräsentativität haben. Es wäre sinnvoll, die Zählung der Besucher in einem Folgeprojekt auf weitere Standorte und Tage zu verschiedenen Jahreszeiten auszuweiten.

Am Standort Reisenberg (Paula-Wessely-Weg) wurde aufgrund der geringen Besucherfrequenz den gesamten Tag durchgehend gezählt. An den beiden Standorten am Nußberg (Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube) war die Besucherfrequenz wesentlich höher, sodass eine Zählung parallel zur Befragung nicht möglich war. An diesen Standorten wurde von jeder vollen Stunde während der ersten dreißig Minuten gezählt, der Rest der Stunde wurde für die Befragungen genutzt.

Am 22. 8. 2010 sowie am 25. 8. 2010 wurde am Nußberg von 08:00 bis 19:30 gezählt, am Reisenberg von 08:00 bis 20:00. Am 3. 10. 2010 wurde am Nußberg von 08:00 bis 18:30 und von 8:00 bis 19:00 am Reisenberg gezählt. Am 14. 10. 2010 wurden am Nußberg von 08:00 bis 17:30 Zählungen durchgeführt und am Reisenberg von 08:00 bis 18:00. Dass am Reisenberg jeweils eine halbe Stunde länger gezählt wurde, ergibt sich daraus, dass an diesem Standort jeweils die gesamte Stunde durchgezählt wurde.

Um alle drei Standorte miteinander vergleichen zu können, wurden Zählergebnisse der Standorte am Nußberg jeweils auf die volle Stunde hochgerechnet. Bei hohen Besucherfrequenzen ist eine Hochrechnung von einer halben Stunde auf eine volle Stunde zulässig, da die Hochrechnungsergebnisse mit Ergebnissen einer durchgehenden Zählung statistisch signifikant übereinstimmen (vgl. Brandenburg, 2001). Die Zahlenangaben in den Auswertungen der Zählungen stellen am Reisenberg somit die erhobenen Zahlen dar, an den Standorten Wildgrube sowie Kahlenberger Straße 210 die jeweils auf die volle Stunde hochgerechneten Zahlen.

4. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung zum Thema der Erholungsnutzung am Nuß-/Reisenberg in Wien vorgestellt. Zunächst wird auf die allgemeinen Daten der Besucher eingegangen. Im Anschluss daran werden die Ergebnisse zur persönlichen Einschätzung der Befragten sowie das Wissen der Probanden über das Gebiet dargestellt. Anschließend werden die signifikanten Zusammenhänge bzw. Unterschiede zwischen ausgewählten Fragen und den soziodemografischen Merkmalen der Besucher dargelegt.

4.1. Allgemeine Daten der Besucher

Bei den allgemeinen Daten der Befragten werden die Ergebnisse zu den unterschiedlichen Nutzergruppen und der Gruppengröße dargestellt; weiters wird auf die soziodemografischen Daten Geschlecht, Alter, Wohnort, Ausbildung und Beruf sowie auf die Anreise zum Nuß-/Reisenberg, wie lange das Erholungsgebiet bereits genutzt wird und die Aufenthaltsdauer eingegangen. Weitere Themen in dem Kapitel stellen die Besuchsgründe dar sowie die Frage, wie die Befragten von dem Erholungsgebiet erfahren haben, die Ortskenntnis am Nuß-/Reisenberg und auch die Ortsverbundenheit der Besucher.

4.1.1. Nutzergruppen, mitgeführte Hunde und Gruppengröße

Insgesamt wurden 180 Befragungen am Nuß- und Reisenberg erfolgreich durchgeführt, wobei jeweils nur ein Gruppenmitglied befragt wurde. Von den befragten Personen am Nuß-/Reisenberg war der Großteil (87,1 %) zu Fuß unterwegs (siehe Abbildung 4). Radfahrer und Nordic Walker machten je knapp über 5 % aus (5,1 %),

Jogger nicht einmal 3 % (2,8 %). Da die Radfahrer nur schwer zu einer Befragung zu motivieren waren bzw. nicht angehalten werden konnten, ist diese Nutzergruppe bei der Befragung unterrepräsentiert. Das Ergebnis der Zählung (siehe Kapitel 5) ergibt ein etwas anderes Bild:

Der Großteil der gezählten Personen waren zwar auch Fußgänger (73,4 %), jedoch sind mit 17,0 % mehr Radfahrer unterwegs. Jogger (6,0 %) und Nordic Walker (3,7 %) wurden bei der Zählung ebenfalls nicht so häufig aufgenommen.

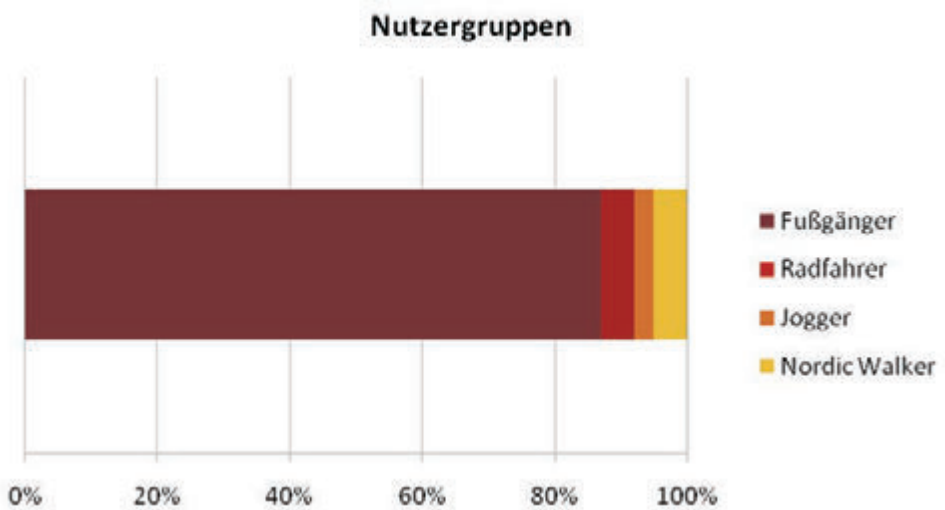


Abbildung 4: Aufgenommene Besucher, unterteilt nach Nutzergruppen in %, n = 178 [2]

In Summe waren fünf befragte Personen mit Kindern am Nuß-/Reisenberg unterwegs, insgesamt wurden im Rahmen der Befragung zehn Kinder (alle zu Fuß) aufgenommen. Die Ergebnisse der Zählungen hinsichtlich Anzahl der Kinder werden im Kapitel 5 dargelegt.

Der Anteil der befragten Personen, die mit Hund(en) unterwegs waren, beträgt 13,9 % (25 Personen), wobei 23 Hundehalter einen Hund und zwei Personen je zwei Hunde mit sich führten. Von den insgesamt 27 Hunden wurden 66,0 % ohne Leine angetroffen.

Fast die Hälfte (49,4 %) der Besucher war alleine unterwegs, gefolgt von Personen, die zu zweit angetroffen wurden (44,4 %). Gruppen ab drei Personen waren nur noch sporadisch vertreten.

4.1.2 Geschlecht und Alter

Bei den befragten Personen überwiegt der Anteil der Frauen mit 53,4 % leicht. Bezüglich der Verteilung des Geschlechts bei den unterschiedlichen Nutzergruppen zeigt sich, dass vor allem Frauen der Sportart Nordic Walking nachgehen. So waren sechs der befragten Nordic Walker Frauen, jedoch nur drei Personen Männer. Dieses Ergebnis deckt sich mit dem Ergebnis der Motivationsstudie Outdoorsport von Brehm et al. (2010), die besagt, dass Frauen bei der Aktivität Nordic Walking stärker vertreten sind als Männer. Auch bei den Fußgängern überwiegt der Anteil der Frauen mit 83 Personen gegenüber der Anzahl von 72 Männern, ansonsten ist das Verhältnis ziemlich ausgeglichen.

Fast die Hälfte (45,5 %) der Befragten war älter als 60 Jahre, 25,3 % waren zwischen 46 und 60 Jahre alt, 17,4 % der Besucher im Bereich von 31 bis 45 Jahren und nur 11,8 % waren zwischen 16 und 30 Jahre alt. Der jüngste Besucher war 19 Jahre, der älteste Befragte 87 Jahre alt.

Durch die Gewichtung in Richtung älterer Besucher gestaltet sich das Durchschnittsalter aller befragten Personen mit 55,4 Jahren bei Vergleich mit dem Durchschnittsalter der gesamten österreichischen Bevölkerung von 41,0 Jahren und dem der Wiener Bevölkerung von 41,1 Jahren als relativ hoch (Vergleichsdaten von Statistik

[1] Im Falle, dass „n" (Gesamtanzahl der Befragten) von 180 (Summe aller befragten Personen) abweicht, ist es darauf zurückzuführen, dass die betreffende Frage nicht von allen Befragten beantwortet wurde bzw. beantworten werden musste. Dies bezieht sich auf alle in weiterer Folge angegebenen „n".

Austria). Bei einer Gegenüberstellung des Durchschnittsalters der Befragten mit dem der Bevölkerung im 19. Wiener Gemeindebezirk zeigt sich kein so konträres Bild. So beträgt im 19. Bezirk das Durchschnittsalter 46,2 Jahre (Statistik Austria).

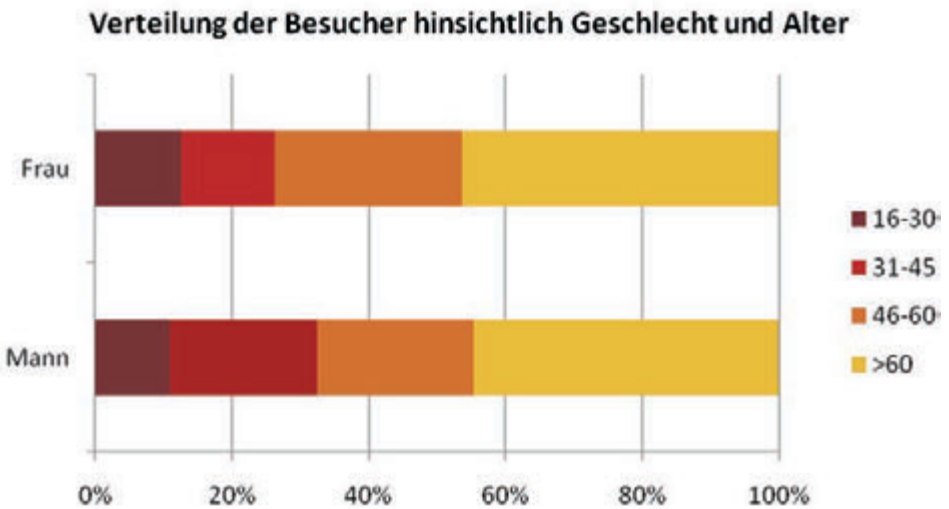


Abbildung 5: Verteilung der Besucher hinsichtlich Geschlecht und Alter, n = 178

Bezüglich der Geschlechterverteilung zeigt sich, dass sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern der Anteil der Personen, die 60 Jahre und älter sind, jeweils fast die Hälfte ausmacht (Abbildung 5). Wird das Alter der Befragten hinsichtlich der Nutzerart näher betrachtet, zeigt sich, dass fast die Hälfte der Radfahrer (44,4 %) zwischen 31 und 45 Jahre alt ist. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Auswertungen von Reimoser et al. (2008) im Biosphärenpark Wienerwald, wonach 49,6 % der Radfahrer in derselben Alterskategorie zu finden sind.

4.1.3 Wohnort

Der Großteil aller Befragten (91,7 %) kommt aus Wien, wobei wiederum fast die Hälfte aller Befragten (83 Personen, 46,1 %) im 19. Bezirk wohnt. Am zweitstärksten sind Probanden aus dem 9. Bezirk (12 Personen) und am drittstärksten aus dem 18. Bezirk (10 Personen) vertreten. Bei jeweils vier Befragten befindet sich der Wohnsitz in Niederösterreich (Weidlingbach, Deutsch Wagram, Mauerbach und Görlitz) oder im restlichen Österreich (Linz, Reichraming [jeweils Oberösterreich], Bad Aussee [Steiermark] und Stadt Salzburg).

Auf die sieben Personen, die aus dem Ausland kommen und als Touristen eingestuft werden, wird im nächsten Kapitel näher eingegangen.

Bei genauerer Betrachtung der Besucher aus dem 19. Bezirk überwiegt der Anteil der Grinzinger mit 34 Personen. An zweiter Stelle mit je 14 Personen stehen die Bezirksteile Nußdorf und Oberdöbling, gefolgt von Heiligenstadt mit zehn Personen. Besucher aus Sievering, Neustift am Walde und Salmannsdorf waren kaum vertreten.

4.1.4 Touristen

Sieben Befragte wohnen im Ausland (Deutschland [3 Personen], Schweiz [2 Personen], Frankreich und England [jeweils 1 Person]) und wurden als Touristen eingestuft. Probanden aus dem „übrigen Österreich" wurden nicht als Touristen eingestuft, da sie schon seit einigen Jahren den Nuß-/Reisenberg besuchen und ihn mehrmals pro Jahr aufsuchen.

Die Touristen wurden gebeten, den Fragebogen sowie einige zusätzliche Fragen zu Aufenthaltsdauer in Wien, Besuchsgründen etc. zu beantworten, wobei die Ergebnisse nicht als repräsentativ bezeichnet werden können, da lediglich vier Touristen Antworten gaben.

Im Mittel blieben die Touristen 5,3 Tage in Wien, jeweils eine Person blieb drei bzw. vier Nächte und zwei Personen eine Woche. Zwei Touristen sind das erste Mal in Wien, zwei kommen schon zum 4. Mal nach Wien, am Nuß-/Reisenberg war jedoch noch keiner zuvor. Die Gründe für den Besuch des Erholungsgebiets waren Abwechslung zur Stadt, Aussicht, Ruhe, Natur, das Kennenlernen des Gebiets und die Empfehlung von einem Bekannten (jeweils 1 Nennung).

4.1.5 Ausbildung und Beruf

Der größte Anteil der 180 Befragten hat mit 38,1 % einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss, gefolgt von Personen mit Matura (24,3 %), Fachschul- (16,0 %) und Lehrabschluss (9,9 %). Einen Volksschul- oder Hauptschul- beziehungsweise einen Fachakademieabschluss haben jeweils 6 % der Besucher.

Diese Auswertungen decken sich hingegen nicht mit den Daten von Statistik Austria bezüglich des Bildungsstandes der Wiener Bevölkerung (Statistik Austria, 2009) und auch nicht mit dem einer Umfrage von Besuchern der Lobau von Arnberger et al. (2009), da bei beiden Vergleichsreferenzen der Anteil der Personen mit höherer Bildung bei weitem nicht so hoch war wie jener bei dieser Erhebung am Nuß-/Reisenberg. So hatten in Wien 2008 nur 19,8 % einen Abschluss einer Universität bzw. hochschulverwandten Lehranstalt, ähnlich wie bei den Befragten in der Lobau, wo 19,1 % einen solchen Abschluss aufwiesen.

Fast die Hälfte der befragten Personen (43,3 %) sind Pensionisten, 33,9 % üben einen Beruf als Angestellter oder Beamter aus und 13,9 % sind beruflich selbstständig. Gerade einmal 5,6 % sind Schüler und Studenten, die weiteren Berufsgruppen der Hausfrauen, Hausmänner, Arbeitslosen, Arbeiter und karenzierten Personen machen in Summe nicht einmal 4 % aus.

Dieses Ergebnis ähnelt dem der Umfrage von Arnberger et al. (2009) in der Lobau, da auch bei jener Erhebung die Zahl der Angestellten (44,4 %) und der Pensionisten (31,6 %) überwiegt und auch Allex (2008) kommt bei ihrer Umfrage zu einem vergleichbaren Ergebnis. So waren am Bisamberg 41,3 % Angestellte und 37,8 % Pensionisten unterwegs.

4.1.6 Anreiseart und Dauer der Anreise

38,9 % reisten mit öffentlichen Verkehrsmitteln an, wobei das beliebteste öffentliche Verkehrsmittel, das die Besucher direkt zum Nuß-/Reisenberg bringt, der Bus 38A (29 Nennungen) ist. Dahinter folgen die Straßenbahnlinien D (13 Nennungen) und 38 (8 Nennungen). 36,1 % der Befragten kamen zu Fuß und nur 20,6 % mit dem Pkw. Mit dem Rad kamen 4 %.

Dieser Anteil an Personen, die zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln angereist sind, ist etwa im Vergleich mit der Studie von Allex (2008) am Bisamberg und der von Arnberger et al. (2009) in der Lobau sehr hoch. Den Bisamberg suchten die Besucher hauptsächlich mit dem Pkw auf (58,2 %), zu Fuß jedoch nur zu 16,4 % und mit öffentlichen Verkehrsmitteln nur zu 14,9 %. In die Lobau kam der Großteil auch mit dem Auto (46,6 %), zu Fuß kamen nur 13,2 % und mit öffentlichen Verkehrsmitteln überhaupt nur 4,3 %. Jedoch muss beachtet werden, dass sowohl der Bisamberg als auch die Lobau nicht so gut öffentlich erreichbar sind wie der Nuß-/Reisenberg.

Neben dem gewählten Verkehrsmittel für die Anreise wurde auch die Dauer der Anreise abge-

fragt (Abbildung 6). Eine sehr kurze Anreise von bis zu fünf Minuten hatten immerhin 18,4 %, zwischen sechs und 15 Minuten 25,2 % der Besucher. 33,0 % benötigten zwischen 16 und 30 Minuten für die Anreise, eine Dauer darüber hinaus noch 23,5 %. Im Schnitt brauchten die Befragten knapp über 27, Minuten um zum Erholungsgebiet zu gelangen.

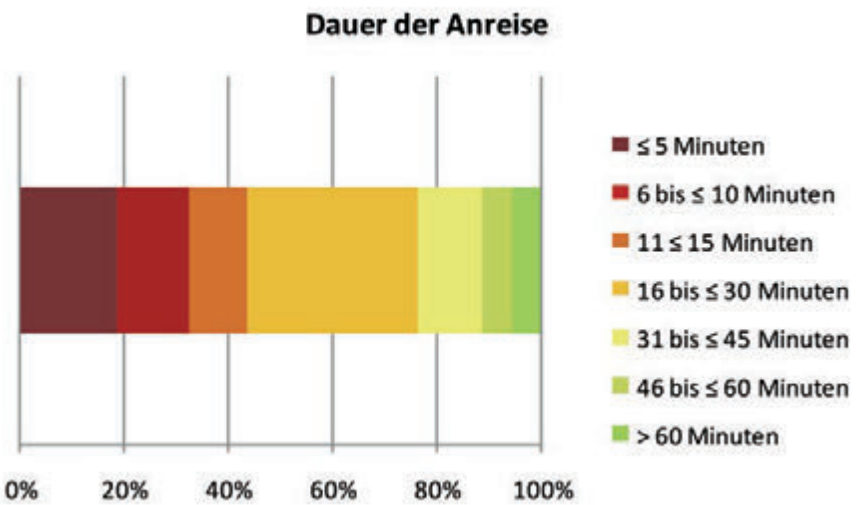


Abbildung 6: Dauer der Anreise, n = 178

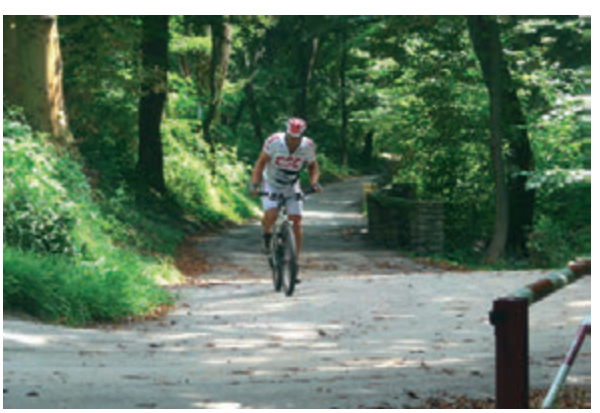
4.1.7 Seit wie vielen Jahren und wie häufig die Befragten den Nuß-/Reisenberg besuchen sowie die beliebtesten Freizeitaktivitäten der Besucher

14 Personen (7,8 %) haben den Nuß-/Reisenberg am Befragungstag zum ersten Mal besucht, darunter auch die sieben Probanden, die als Touristen angeführt werden. 34,4 % der Besucher suchen den Nuß-/Reisenberg seit ein bis zehn Jahren auf, seit elf bis 30 Jahren besuchen 27,8 % der Nutzer das Erholungsgebiet. Über einen längeren Zeitraum als die 30 Jahre suchen 29,9 % der Befragten den Nuß-/Reisenberg auf.

Der Mittelwert gestaltet sich mit über 24 Jahren als entsprechend hoch. Interessant ist dieser Mittelwert, wenn dieser mit dem Mittelwert des Ergebnisses über die Frage „seit wie vielen Jahren die Befragten den Nuß-/Reisenberg kennen", verglichen wird. So kennen die Befragten den Nuß-/Reisenberg im Durchschnitt seit bereits fast 31 Jahren, sie besuchen ihn im Schnitt aber erst seit über 24 Jahren.

Die Befragten besuchen das Erholungsgebiet im Schnitt 68-mal im Jahr. Dieser Durchschnitt ergibt sich aus der beträchtlichen Zahl an Personen, die den Nuß-/Reisenberg elf- bis 52-mal (25,6 %), beziehungsweise 60- bis 250-mal im Jahr (24,4 %) aufsuchen. Eine Besuchergruppe, die ebenfalls verstärkt auftritt, ist jene, die nur ein- bis fünfmal im Jahr das Erholungsgebiet besucht.

Die beliebtesten Aktivitäten am Nuß-/Reisenberg sind „Wandern" (82,8 % der Befragten) und „Besuch von Heurigen/Buschenschanken/Gast-



höfen“ (42,8 %). Dahinter folgen die Aktivitäten „Ausführen von Hunden“ (15,0 %), „Radfahren“ (13,9 %), „Joggen“ (11,1 %) und „Nordic Walken“ (10,6 %).

Die Besucher wurden auch gefragt, wo sich die Lokale befinden, die sie am Nuß-/Reisenberg besuchen, wobei jeder Befragte mehrere Heurigen/Buschenschanken/Gasthöfe angeben konnte. Am häufigsten wurde mit 48 Nennungen Nußberg als Standort angegeben, gefolgt von Grinzing mit 19 Nennungen und Reisenberg mit 13 Nennungen. Nußdorf wurde sechs Mal aufgeführt, „Am Himmel“ und Kahlenbergerdorf jeweils vier Mal. Weitere Heurige/Buschenschanken/Gasthöfe, welche in den letzten 12 Monaten von den Probanden besucht wurden, waren u. a. am Kahlenberg, am Cobenzl und auf der Jägerwiese zu finden.

4.1.8 Aufenthaltsdauer

Im Durchschnitt blieben die Befragten 2,2 Stunden im Erholungsgebiet. So hielt sich fast die Hälfte (41,1 %) zwischen ein und zwei Stunden und ein weiterer erheblicher Anteil (18,3 %) zwei bis drei Stunden im Gebiet auf (Abbildung 7). Vor allem ein Großteil der Fußgänger blieb zwischen einer und zwei Stunden, ebenso wie die Radfahrer und Nordic Walker. Länger als drei Stunden blieben eher wenige Besucher, wozu bei der Befragung die Fußgänger, Nordic Walker und einer der neun Radfahrer zählten.

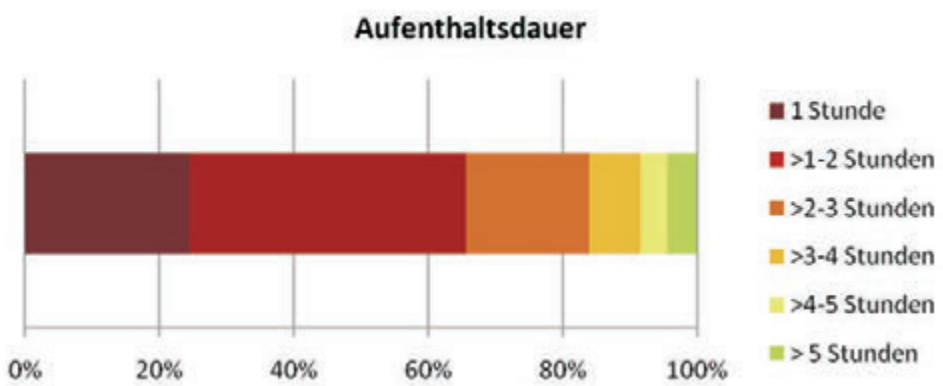


Abbildung 7: Aufenthaltsdauer, n = 180

4.1.9 Besuchsgründe

Die Besucher wurden gebeten, verschiedene Besuchsgründe am Tag der Befragung nach ihrer Wichtigkeit einzustufen (siehe Abbildung 8) – auf einer Skala von 1 (bedeutet „sehr wichtig“) bis 5 („unwichtig“). Sehr wichtige Besuchsgründe waren: Kraft tanken/Erholung (141 Nennungen), Landschafts- und Naturerlebnis (126 Nennungen), Körperliche Betätigung/Sport/Fitness (114 Nennungen), Gesundheit (108 Nennungen), Ruhe (90 Nennungen) und Aussicht genießen (80 Nennungen). So liegt bei all diesen Faktoren der Mittelwert unter 2,0. Besuchsgründe, die als unwichtig eingestuft werden und einen Mittelwert über 4,0 haben, sind die Faktoren des Heurigen-/Gasthofbesuchs (22 Nennungen), des Hund-Ausführens (23 Nennungen) und des Kinder-an-die-frische-Luft-Bringens (5 Nennungen), was jedoch nicht verwundert, da viele Probanden am Tag der Befragung den Heurigen/das Gasthaus nicht besucht haben, 13,9 % der Befragten mit Hund und nur 2,8 % mit Kindern unterwegs waren.

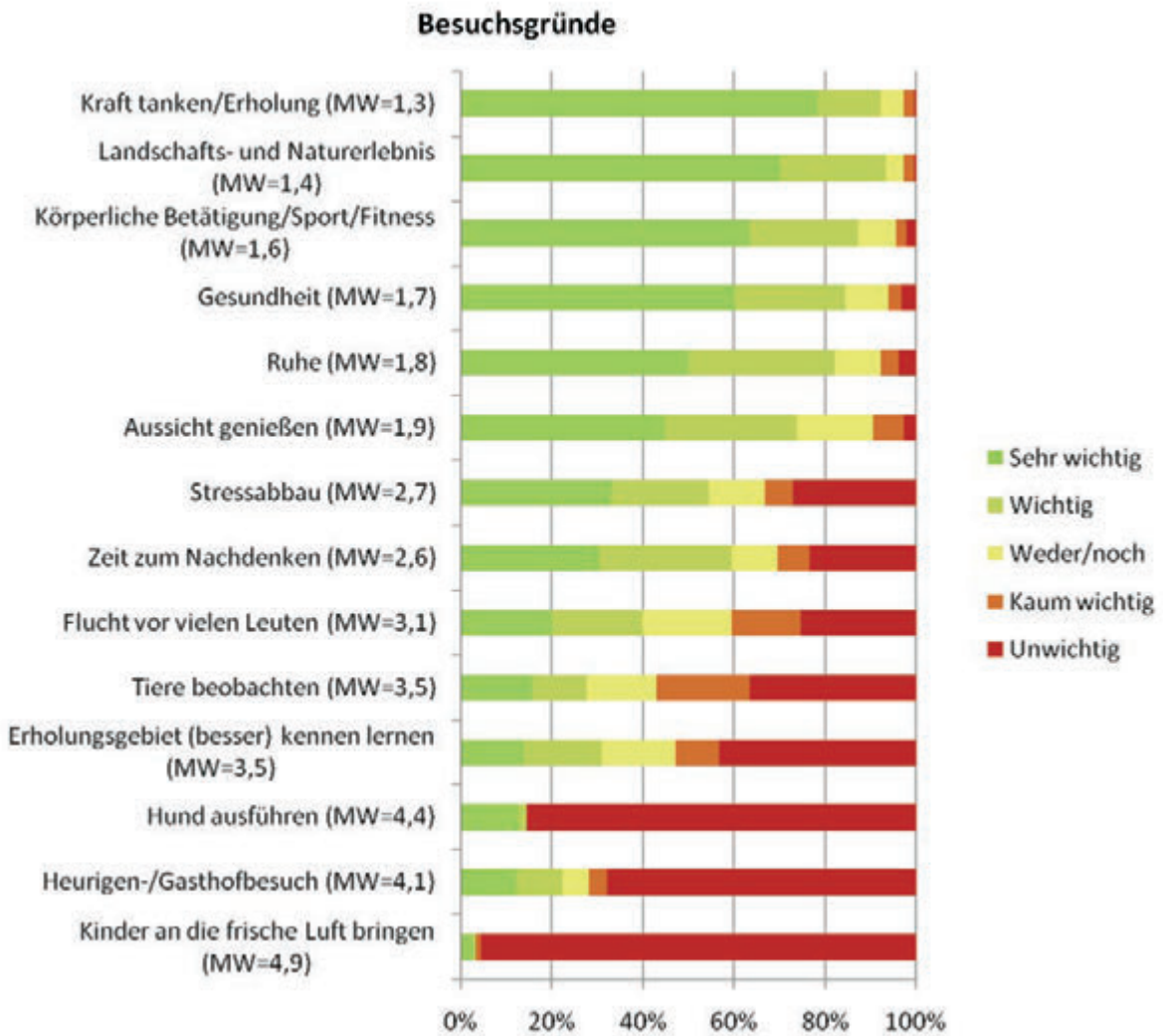


Abbildung 8: Besuchsgründe , n = 180

4.1.10 Informationsquellen über die Existenz des Erholungsgebiets

Ein Viertel der Befragten wohnt in der Nähe des Nuß-/Reisenbergs. 16,7 % der Besucher haben durch Freunde oder Bekannte vom Erholungsgebiet erfahren und 15,0 % sind dort aufgewachsen. 10,6 % haben das Erholungsgebiet durch die Eltern oder die Familie kennengelernt, 10,0 % sind zufällig darauf gestoßen. Durch Medien wie Prospekte, Broschüren, Internet, Stadtplan oder Reiseführer haben nur wenige der Probanden von dem Gebiet erfahren, noch weniger durch die Arbeit, Schule, Universität oder einen Heurigenbesuch. 7,8 % kommen schon seit vielen Jahren zum Nuß-/Reisenberg, sodass sie keine Ahnung mehr haben, wodurch sie vom Nuß-/Reisenberg erfahren haben.

Ein paar der Befragten gaben unter sonstigen Antwortmöglichkeiten u. a. „durch Interesse am Wandern", „Historisches Interesse", „Erkundung von Wien", „Wiener Weinwandertag" und „Beethoven" an.

4.1.11 Ortskenntnis am Nuß-/Reisenberg

Bezüglich der Ortskenntnis der Befragten am Nuß-/Reisenberg zeigt sich, dass sich die meisten sehr gut (53,3 %) beziehungsweise zumindest gut auskennen (22,2 %). So liegt auch der Mittelwert mit 1,9 im Bereich der sehr guten bis guten Kenntnis über das Gebiet des Nuß-/Reisenbergs. Dass immerhin 7,8 % angeführt haben, sich nicht genügend auszukennen, ist damit zu erklären, dass alle Touristen bei dieser Frage ein „Nicht genügend" angegeben haben.

4.1.12 Ortsverbundenheit der Besucher

Die Ortsverbundenheit der Besucher mit dem Nuß-/Reisenberg wurde durch diverse Aussagen wie „Der Nuß-/Reisenberg ist für mich ein wichtiges Erholungsgebiet" oder „Der Nuß-/Reisenberg bedeutet mir sehr viel" abgefragt, wobei die Probanden ihre Meinung auf einer Skala von 1 („Stimme sehr zu") bis 5 („Stimme nicht zu") kundtun sollten. Der Aussage, dass der Nuß-/Reisenberg für die Befragten ein wichtiges Erholungsgebiet darstellt, wurde von 76,5 % sehr zugestimmt, und auch der Vorgabe, dass dem Probanden der Nuß-/Reisenberg sehr viel bedeutet, wurde von 56,2 % der Befragten sehr beigestimmt. Dass man am Nuß-/Reisenberg den beliebtesten Freizeitaktivitäten am besten nachgehen kann, wurde nur von 30,9 % der Befragten als sehr zutreffend angegeben. Der Aussage, dass man relativ viel Zeit am Nuß-/Reisenberg verbringen würde, wurde ebenfalls von 30,9 % der Probanden zugestimmt. Die Zahl derer, die den Aussagen eher zustimmen, also „2" angegeben haben, war bei allen vier Fragen relativ ausgeglichen.

Die Touristen gaben bei den Aussagen zur Ortsverbundenheit jeweils ein „Stimme nicht zu" oder „keine Angabe" an, wodurch die Anzahl derer, die die Kategorie „5" gewählt haben, nicht unwesentlich ist.

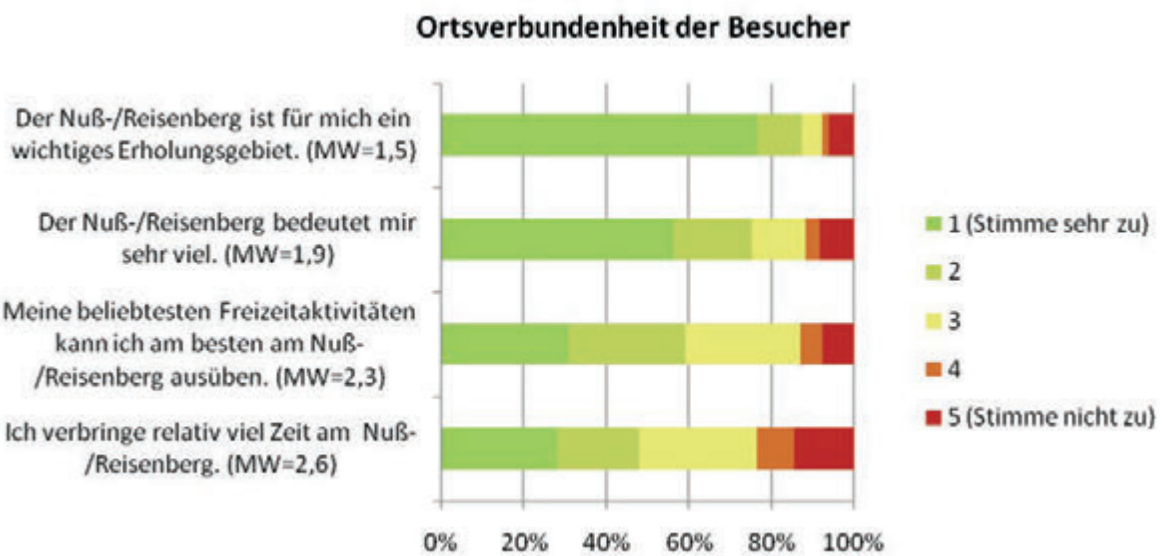


Abbildung 9: Ortsverbundenheit der Besucher

4.2 Persönliche Einschätzung der Befragten zum Nuss-/Reisenberg

Im Folgenden wird die persönliche Einschätzung der Befragten zum Nuß-/Reisenberg vorgestellt. Hierzu gehört die Erörterung der Zufriedenheit der Besucher mit den für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen sowie die Ergebnisse zu den Äußerungen von Wünschen am Nuß-/Reisenberg, zum Empfinden von (möglichen) Störungen und zum Empfinden des Besucheraufkommens sowie zur Zustimmung zu Aussagen, die das Image des Nuß-/Reisenbergs betreffen.

[2] *MW = Mittelwert*

Außerdem wird auf die Stärken und Schwächen aus Sicht der Befragten eingegangen.

4.2.1 Zufriedenheit der Besucher mit den für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen

Die Besucher sind mit dem Erholungsgebiet im Allgemeinen sehr zufrieden bzw. zufrieden (MW[2] = 1,3), 97,8 % gaben ein „sehr gut" oder „gut" an. Aber auch im Speziellen mit dem vorhandenen Wegenetz (MW = 1,5) sowie mit dem Zustand der Weingärten (MW = 1,6) sind die befragten Personen zufrieden. So empfinden 93,8 % der Probanden das vorhandene Wegenetz und 86,9 % der Befragten den Zustand der Weingärten als sehr gut bzw. gut.

Der Großteil ist auch mit dem Angebot an Heurigen und Gasthäusern (82,9 %: sehr gut oder gut) sowie mit dem Zustand der Wälder (85,5 %: sehr gut oder gut) zufrieden, wobei jedoch sieben Befragte (4,6 %) das Angebot an Heurigen und Gasthäusern und sechs Probanden (3,6 %) den Zustand der Wälder nur als genügend eingestuft haben.

Personen, die den Zustand der Wälder nur mit befriedigend oder genügend beurteilen, sind vorwiegend in der Altersgruppe der über 60-Jährigen (58,3 %) zu finden. Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass in den letzten Jahren/Jahrzehnten der naturnahe Waldbau forciert wurde, aber ältere Personen einen „aufgeräumten Wald" bevorzugen.

Diese unterschiedliche Wahrnehmung des Waldes konnte schon in anderen Studien festgestellt werden. So wird beispielsweise in einer Studie der Universität Hamburg, Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie angeführt, dass ältere Personen gerne auf die Nachkriegszeit verweisen, als der Wald aufgeräumt und der Waldboden wie gefegt war.

Was mehrere Besucher außerdem noch kritisieren, ist die Pflege der Wege: Zwar sind hier auch die meisten Befragten sehr zufrieden bzw. zufrieden (70,5 %), aber immerhin sechs der Erhebungsteilnehmer (3,4 %) stuften die Pflege nur als genügend ein und sieben (4 %) als nicht genügend. Im Kapitel 4.2.10 wird noch näher auf die Unzufriedenheit mancher Besucher bei der Wegepflege eingegangen.

Generell ist jedoch anhand von Abbildung 10 erkennbar, dass die Resonanz der Befragten den allgemeinen Zustand des Gebiets betreffend positiv ist.

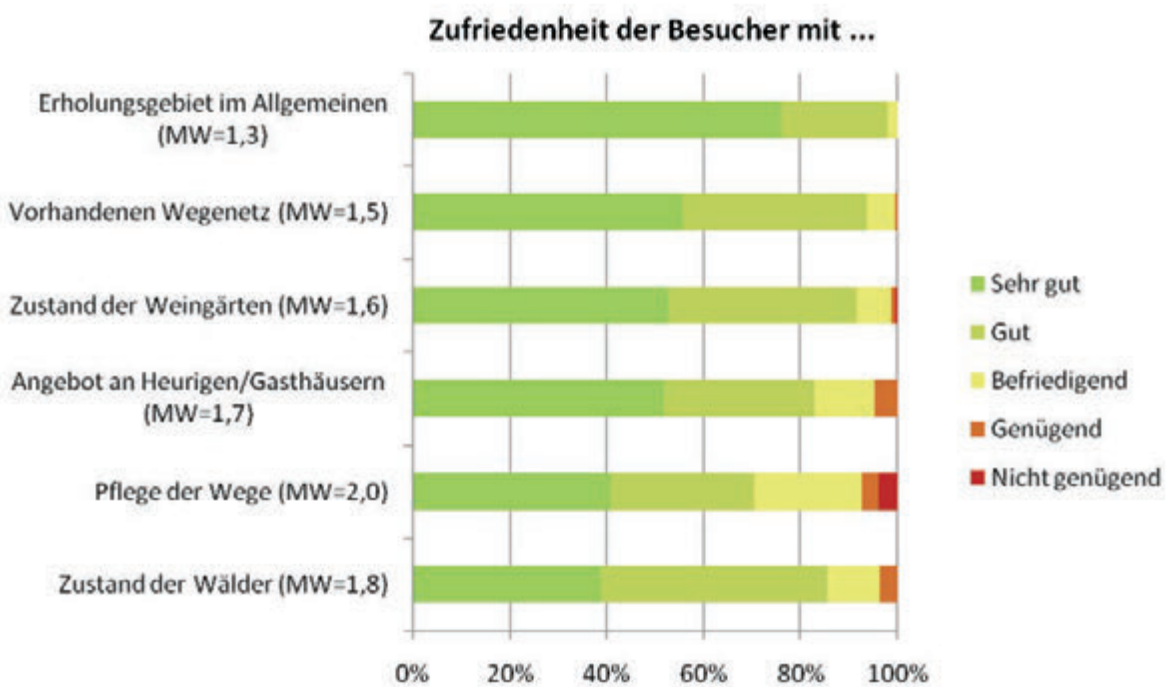


Abbildung 10: Zufriedenheit der Besucher mit für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen

4.2.2 Äußerung von Wünschen am Nuß-/Reisenberg

Bei Heranziehen des Ergebnisses über die Zufriedenheit der Besucher mit dem Nuß-/Reisenberg (siehe Kapitel 4.2.1) verwundert es nicht, dass mögliche Änderungswünsche vielfach als nicht zutreffend eingestuft werden (Abbildung 11).

Die Probanden wurden hier gebeten, den Wunsch nach Infrastruktureinrichtungen wie mehr Sitzgelegenheiten, Mountainbike-Strecken, bessere Beschilderung etc. mit einer sechsstufigen Zustimmungs- bzw. Ablehnungsskala einzustufen, wobei die Kategorien von 1 = trifft sehr zu bis 5 = trifft nicht zu bzw. sogar 6 = weniger abgestuft wurden.

Änderungen wie mehr Events (MW = 5), mehr Grillplätze (MW = 5), mehr Mountainbike-Strecken (MW = 4,9) und mehr Parkplätze (MW = 4,8) werden vielfach als nicht gewünscht eingestuft, wobei diese Einrichtungen teilweise sogar als zurzeit zu häufig vorkommend gesehen werden. Aber auch die Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel wurde im Schnitt mit 4,5 bewertet. Das Vorhandensein von Picknickplätzen, Hundewiesen und das vorhandene Wegenetz wird je im Schnitt mit 4,4 beurteilt, was ebenfalls ausdrückt, dass die Besucher mit dem Angebot des Nuß-/Reisenbergs generell sehr zufrieden sind.

Ein paar wenige infrastrukturelle Änderungen werden jedoch als wünschenswert erachtet. Änderungen, die sehr wohl von einigen Nutzern positiv aufgenommen werden würden, sind etwa die Aufstellung von mehr Mistkübeln (MW = 2,9; 49,2 % stimmten sehr zu bzw. zu), Wasserspendern (MW = 3,0; 45,2 % stimmten sehr zu bzw. zu) und Sitzgelegenheiten (MW = 3,4; 36,2 % stimmten sehr zu bzw. zu), eine bessere Beschilderung (MW = 3,4; 33,9 % stimmten sehr zu bzw. zu) sowie die Errichtung eines Erlebnis-/Lehrpfades (MW = 3,7; 28,8 % stimmten sehr zu bzw. zu). Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass sowohl weitere Sitzgelegenheiten, eine bessere Beschilderung als auch die Errichtung eines Erlebnis-/Lehrpfades vom Großteil der Befragten als nicht zutreffend angesehen werden.

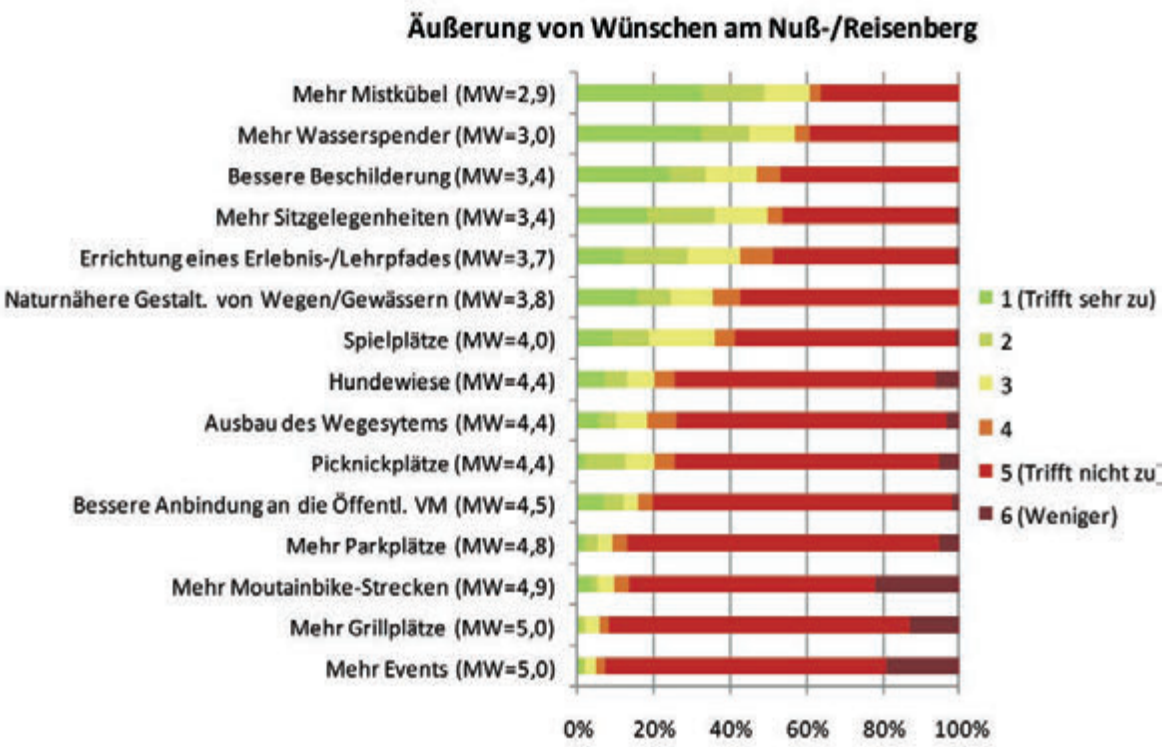


Abbildung 11: Äußerung von Wünschen am Nuß-/Reisenberg

Bei der Frage nach sonstigen Wünschen gaben die Probanden Folgendes an: Trennung der Rad- und Wanderwege (zwei Nennungen), Wege durch Weingärten (eine Nennung), Kontrollen der Autofahrer, Beschriftung der Bäume, Karten und Elektrofahrräder (jeweils eine Nennung).

4.2.3 Empfinden von Störungen am Nuß-/Reisenberg

Die Probanden wurden im Zuge der Erhebung auch aufgefordert, basierend auf ihren eigenen Beobachtungen diverse Aktivitäten nach ihrem Störfaktor einzustufen (1 = überhaupt keine Störung bis 5 = sehr starke Störung). Bei Betrachtung der Abbildung 12 zeigt sich, dass die Toleranz der Besucher gegenüber diversen Nutzungen in den meisten Fällen sehr hoch ist. Weder Jogger, Nordic Walker, der Lärm von Heurigen, Touristen oder Besucher, die abseits der markierten Wege gehen, werden als Störung empfunden. So gestaltet sich der Mittelwert bei der Einschätzung dieser Aktivitäten als zwischen 1,1 für Jogger und maximal 1,5 für Besucher abseits der markierten Wege als sehr niedrig. Auch der Heurigenexpress (MW = 1,6), viele Hunde (MW = 1,9) und Radfahrer, die legal auf Wanderwegen fahren (MW = 2,2, solange es nicht zu viele sind), stellen in den meisten Fällen keine Störung dar.

Problematisch wird es für einige Befragte erst, wenn die Nutzungen ruhestörend oder gefährlich sind. So werden viele Radfahrer und das Befahren des Gebiets mit Pkws, Lkws oder Traktoren teilweise schon als starke Störung empfunden (je MW = 2,3), stärker noch freilaufende Hunde (MW = 2,6) und Radfahrer, die illegal (MW = 3,2) und zu schnell (MW = 3,3) auf Wegen fahren.

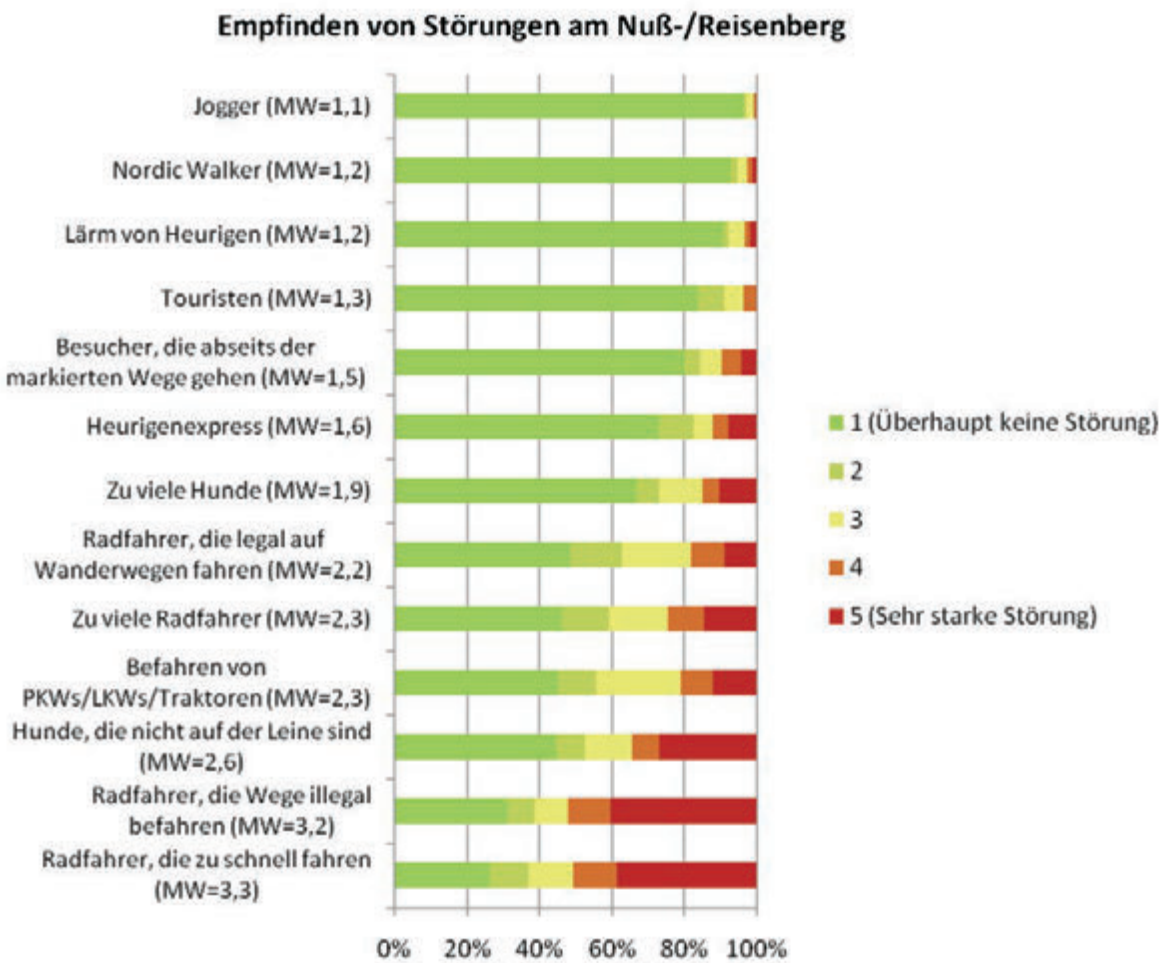


Abbildung 12: Empfinden von Störungen am Nuß-/Reisenberg

4.2.4 Empfinden von möglichen Störungen am Nuß-/Reisenberg

In Kapitel 4.2.1 wurde dargestellt, dass ein Großteil der Befragten mit dem Angebot an Heurigen und Gasthäusern zufrieden ist. Bei der hypothetischen Frage, ob eine Zunahme von Heurigen und Buschenschanken oder die Auflassung ebendieser als Störung empfunden werden würde, zeigte sich, dass die Befragten zwar mit dem momentanen Angebot der Lokale zufrieden sind, gegenüber einer Zunahme derer jedoch nicht abgeneigt wären (40,0 %). Das Auflassen von Heurigen und Buschenschanken würde jedoch vielfach als negativ empfunden werden (55,4 % sehr starke bzw. starke Störung).

Sehr wichtig sind den Befragten die Weingärten am Nuß-/Reisenberg. Ein Rückgang dieser würde 84,8 % der Probanden sehr stören bzw. stören, und auch die Zunahme von Veranstaltungen würde von 72,9 % negativ bewertet werden (Abbildung 13). Dieses Ergebnis deckt sich mit dem aus Kapitel 4.2.2, das besagt, dass mehr Events nicht nur als unnötig, sondern zurzeit sogar als zu häufig vorkommend gesehen werden.

Über die mögliche Störung durch die Zersiedelung durch landwirtschaftliche Nebengebäude herrscht keine gleichartige Einigkeit wie bei den zuvor vorgestellten Faktoren. So würden 27,9 % der Befragten eine Zersiedelung als nicht störend empfinden, 55,2 % als sehr störend bzw. störend.

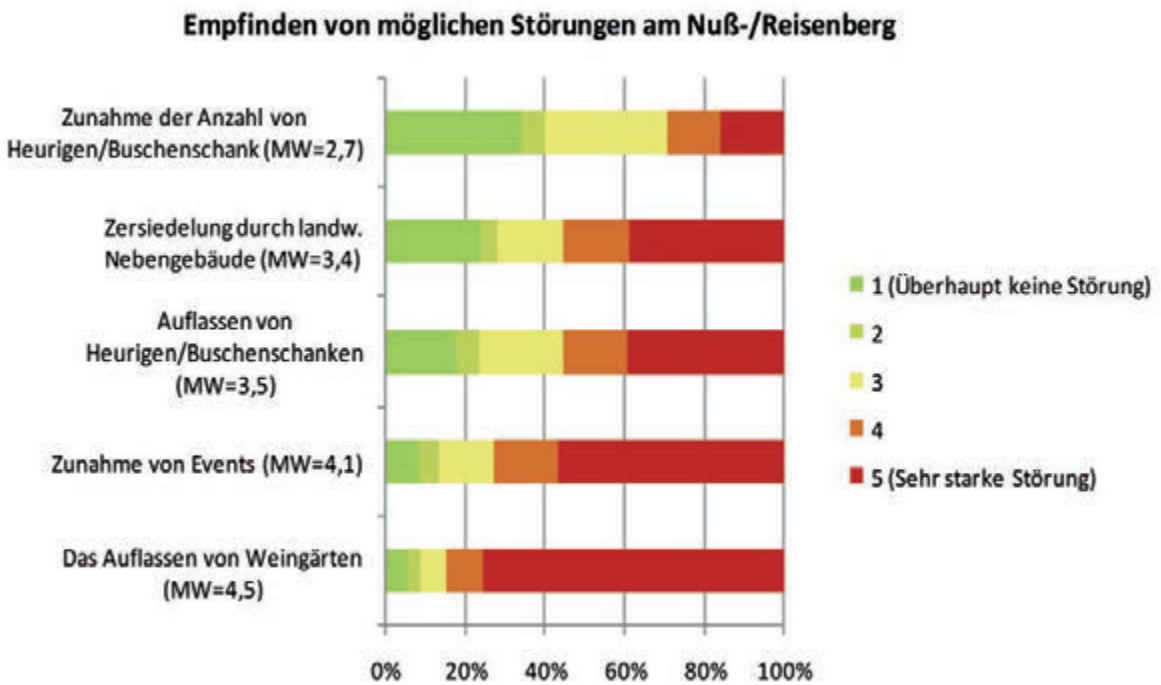


Abbildung 13: Empfinden von möglichen Störungen am Nuß-/Reisenberg

4.2.5 Empfinden des Besucheraufkommens

Fast alle Probanden (92,7 %) empfinden das Besucheraufkommen an Werktagen generell als angenehm und zur Zeit der Befragung sogar 93,3 %. An Sonn- und Feiertagen sinkt die Anzahl der Personen, die das Besucheraufkommen als angenehm empfindet, auf 62,6 %, und für 36,1 % ist das Gebiet etwas überfüllt, zu überfüllt bzw. viel zu überfüllt. Interessant hierbei ist, dass das Besucheraufkommen zur Zeit der Befragung – obwohl diese an zwei Wochentagen und an zwei Sonntagen stattgefunden hat – von fast allen Besuchern als angenehm empfunden wurde (Abbildung 14).

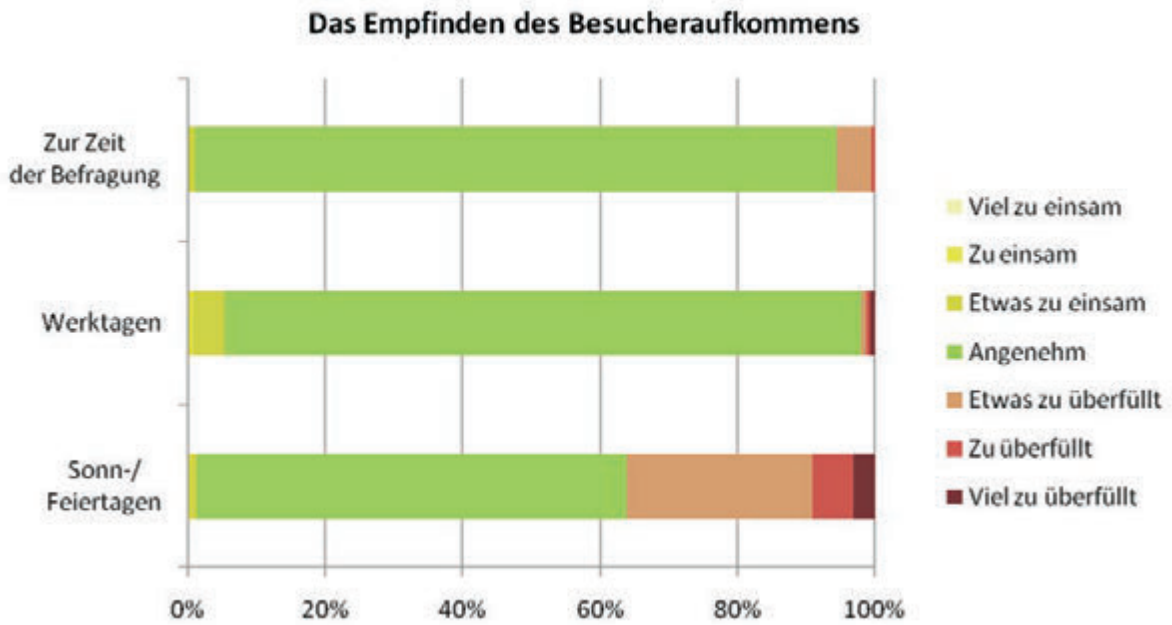


Abbildung 14: Empfinden des Besucheraufkommens

4.2.6 Zustimmung zu Aussagen betreffend das Image des Nuß-/Reisenbergs

Im Zuge der Erhebung wurden die Probanden zu verschiedenen Aussagen, die sich mit dem Image des Nuß-/Reisenbergs auseinandersetzen, befragt. Die Besucher sollten diese Aussagen auf einer fünfteiligen Skala von 1 = Stimme sehr zu bis 5 = Stimme nicht zu, kategorisieren. Eine Image-Aussage beschäftigt sich mit dem prägenden Charakter des Nuß-/Reisenbergs. So wurden die Befragten gebeten, der Aussage, dass der Nuß-/Reisenberg für den Probanden ein wichtiger Bestandteil von Grinzing bzw. Nußdorf ist, zuzustimmen oder diese abzulehnen. 82,9 % der Besucher stimmten der Aussage sehr zu, und nur 1,2 % stimmten dieser nicht zu (MW = 1,2). Image-Aussagen, denen größtenteils nicht zugestimmt wurde, sind, dass die Heurigen/Gasthöfe am Nuß-/Reisenberg zu teuer seien (MW = 3,5), sowie dass es am Nuß-/Reisenberg zu viele Touristen und „Adabeis" gäbe (MW je 4,2).

Weiters wurden die Besucher gebeten, die Aussage „das Verschwinden der Weinbauern am Nuß-/Reisenberg würde eine Veränderung des Landschaftsbildes bewirken" einzustufen. Dieser Aussage stimmen 95,5 % der Befragten (MW = 1,1) sehr zu, und nur 0,6 % waren mit der Aussage überhaupt nicht einverstanden.

Die Probanden gaben weiters an, dass ihnen diese Veränderung nicht zusagen würde, indem 72,2 % der Befragten (MW = 1,9) der Aussage, dass durch das Verschwinden der Weinbauern am Nuß-/Reisenberg dieses Erholungsgebiet für den Befragten unattraktiv werden würde, sehr zustimmten bzw. zustimmten.

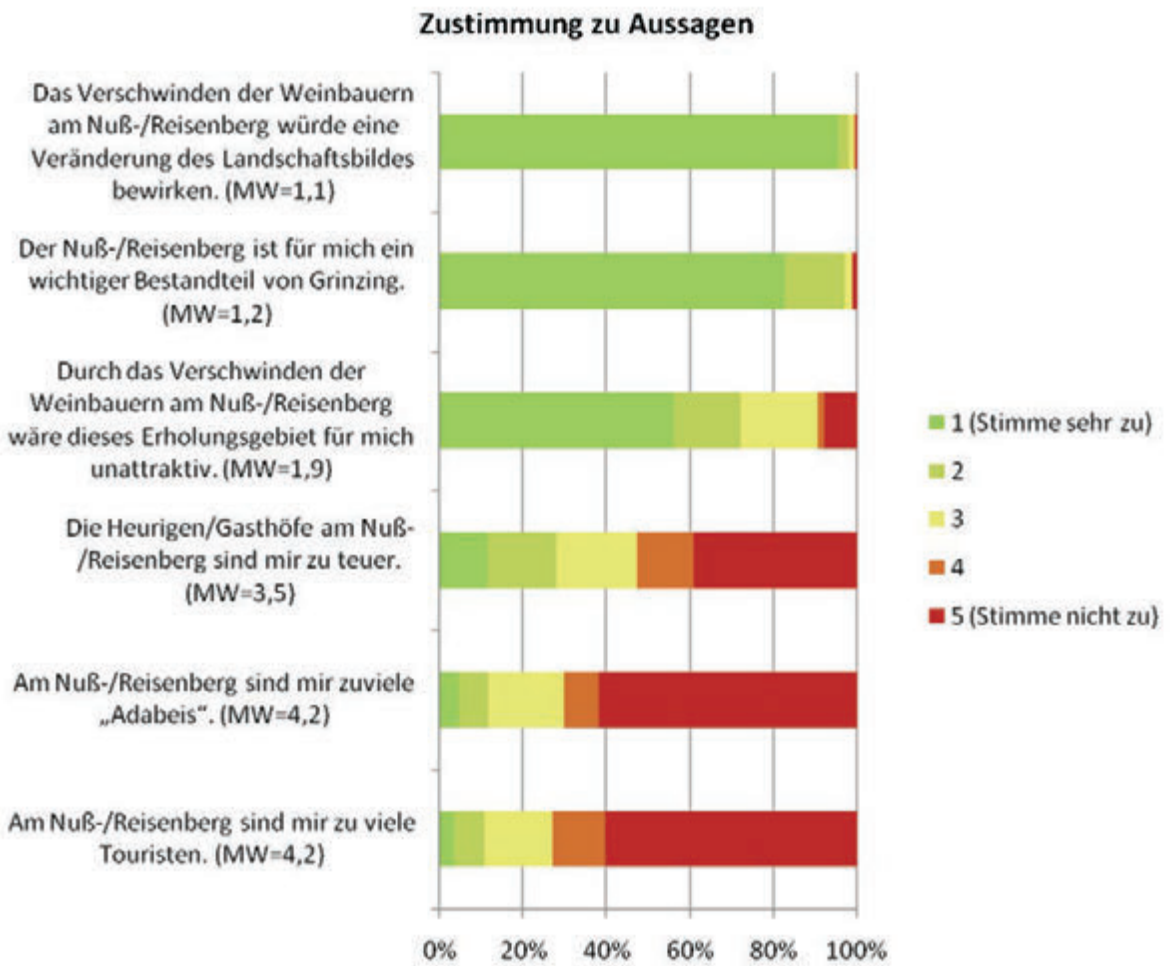


Abbildung 15: Aussagen zum Image des Nuß-/Reisenbergs

4.2.7 Was die Befragten am Nuß-/Reisenberg schätzen

Mehr als die Hälfte der Befragten (100 Nennungen) schätzt die Landschaft und die Aussicht am Nuß-/Reisenberg. Explizit wurden die Aussicht auf die Stadt (36 Nennungen), die schöne Landschaft (34 Nennungen), Weingärten (26 Nennungen), das Ambiente (2 Nennungen) und das Gesamtbild (1 Nennung) genannt.

Auch der Faktor Natur spielt für mehr als die Hälfte der Probanden (99 Nennungen) am Nuß-/Reisenberg eine sehr wichtige Rolle. 40 Probanden gaben generell „Natur" an, 23 Personen nannten Unberührtheit, Naturbelassenheit, unberührte und ursprüngliche Natur als schätzenswert. Weitere Bemerkungen, die die Wichtigkeit der Natur am Nuß-/Reisenberg beschreiben, waren etwa „Wasser" (5 Nennungen) oder Flora und Fauna (6 Nennungen).

Zwei weitere Faktoren, die von sehr vielen Befragten genannt wurden, waren zum einen die Ruhe und Erholung (77 Nennungen) und zum anderen die Nähe zum Wohnort und die Erreichbarkeit (74 Nennungen). Besonders häufig wurden hierbei die Ruhe (36 Nennungen) und die gute Lage, sprich die Nähe zur Stadt und zum Zentrum (32 Nennungen) sowie zum Wohnort (26 Nennungen), genannt.

Die Möglichkeit, bei Heurigen einzukehren, wurde nur von vier Befragten geschätzt, infrastrukturelle Einrichtungen wie Bänke, der ganzjährig begehbare asphaltierte Weg oder Beschilde-

rungen wurden nur von fünf Befragten genannt und auch das Potenzial des Nuß-/Reisenbergs für diverse Bewegungsmöglichkeiten wurde nicht sonderlich häufig (7 Nennungen) als schätzenswert eingestuft.

4.2.8 Was als Stärke des Nuß-/Reisenbergs gesehen wird

Die Landschaft, der Erholungswert, die Nähe und Erreichbarkeit und die Natur des Nuß-/Reisenbergs wird nicht nur geschätzt (Kap. 4.2.7), sondern auch als Stärke gesehen. So sehen fast drei Viertel der Befragten (120 Nennungen) die Landschaft, das Gesamtbild und die Aussicht, mehr als die Hälfte (87 Nennungen) die Erholungsmöglichkeit und die Ruhe und knapp weniger als die Hälfte (81 Nennungen) die Nähe und Erreichbarkeit des Nuß-/Reisenbergs als dessen Stärke. Der Strukturreichtum wird in etwa gleich hoch geschätzt (26 Nennungen) wie auch als Stärke gesehen (32 Nennungen). Bei der Natur, der Möglichkeit für Bewegung und zur Einkehr differenziert sich das Bild zwischen dem Schätzenswerten des Nuß-/Reisenbergs und der Kategorisierung als Stärke ebendessen. So wird die Natur am Nuß-/Reisenberg zwar sehr hoch geschätzt (99 Nennungen), die Zahl der Befragten, die diese als Stärke des Nuß-/Reisenbergs sehen, ist mit 74 Nennungen allerdings ein wenig geringer. Bei den Einkehrmöglichkeiten und dem Potenzial für körperliche Aktivitäten zeigt sich hierzu wiederum ein konträres Bild, denn weder die Einkehrmöglichkeiten (4 Nennungen) noch die Möglichkeit für Bewegung (7 Nennungen) wurden von allzu vielen Befragten am Nuß-/Reisenberg geschätzt, als Stärke werden die Einkehrmöglichkeiten jedoch von immerhin 23 Befragten gesehen und die Möglichkeit zur Bewegung von sogar 28 Personen. Die Wege wurden bei der Frage, was am Nuß-/Reisenberg geschätzt wird, nicht erwähnt, als Stärke empfinden diese jedoch insgesamt sieben Befragte. Aussagen zu den Wegen waren etwa, dass die Wege gut gepflegt, ausgebaut, durch die Weinberge führend und natürlich seien.

4.2.9 Was den Befragten am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt

Neben der Frage, was die Befragten am Nuß-/Reisenberg schätzen, wurde ebenfalls erhoben, was den Probanden am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt. Sehr auffällig ist bei dieser Frage das generell positive Feedback zum Nuß-/Reisenberg, denn 77 Personen meinten, dass es nichts gibt, was ihnen am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt.

Wenn jedoch etwas bemängelt wurde, waren dies vor allem andere Nutzergruppen (insgesamt 37 Nennungen) wie zu schnelle und zu viele Radfahrer (14 Nennungen) oder zu viele und freilaufende Hunde (13 Nennungen). Auf die auftretenden Konflikte zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen wird im übernächsten Kapitel (4.2.11) eingegangen.

Weiters gefallen einigen Befragten (26 Nennungen) am Nuß-/Reisenberg die Wege nicht. So wurde etwa bemängelt, dass die Wege schlecht gepflegt werden oder dass die Wege nach schlechtem Wetter kaum begehbar seien.

Der am dritthäufigsten genannte Störfaktor am Nuß-/Reisenberg ist das dort herrschende Verkehrsaufkommen (22 Nennungen). 19 Befragte gaben generell den Pkw-Verkehr an und jeweils ein Proband äußerte seinen Unmut über den Heurigenexpress, die Missachtung von Fahrverboten und die Tatsache, dass der Nuß-/Reisenberg überhaupt befahren wird. Faktoren, die am Nuß-/Reisenberg ebenfalls negativ auffallen, sind Mängel bei der Infrastruktur (12 Nennungen) wie etwa eine schlechte Beschilderung oder zu wenige Mistkübel, eine gewisse Verwahrlosung und herumliegender Abfall (7 Nennungen) oder die Verbauung (7 Nennungen), wobei diesbezüglich etwa die fortschreitende Verbauung oder Wohnhäuser und Villen in den Weinbergen, die nicht ins Landschaftsbild passen würden, genannt wurden. Hinsichtlich der Weingärten bemängelten jeweils drei Befragte das Spritzen der Weinreben sowie die Einzäunung der Weingärten.

4.2.10 Was als Schwäche des Nuß-/Reisenbergs gesehen wird

Ebenso, wie viele Befragte angaben, dass es nichts gäbe, was ihnen am Nuß-/Reisenberg nicht gefallen würde (77 Nennungen), sehen auch mehr als die Hälfte der Befragten (80 Nennungen) beim Nuß-/Reisenberg keine Schwächen. Auch hinsichtlich der „anderen Nutzergruppen" zeigt sich, dass diese ein Faktor sind, der sowohl am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt (37 Nennungen) als auch als dessen Schwäche eingestuft wird (22 Nennungen). Das Verkehrsaufkommen wird sogar von gleich vielen Personen (22 Nennungen) als Schwäche bezeichnet wie auch als Faktor eingestuft, der am Nuß-/Reisenberg nicht gefällt.

Ein konträres Bild zwischen dem Nicht-Gefallen und der Einschätzung als Schwäche zeigt sich bei den Kategorien der Wege, der infrastrukturellen Mängel als auch bei der Verwahrlosung. So gefallen zwar 26 Befragten die Wege nicht, als Schwäche würden diese jedoch nur acht Befragte bezeichnen. Umgekehrt ist es bei der Verwahrlosung und den infrastrukturellen Mängeln. Obwohl nur zwölf Befragten infrastrukturelle Mängel und sieben Befragten die Verwahrlosung und der Abfall am Nuß-/Reisenberg nicht gefallen, empfinden je 21 Personen diese Faktoren als Schwächen.

4.2.11 Konflikte mit anderen Nutzern

Die Besucher wurden im Zuge der Erhebung gefragt, mit welchen Nutzergruppen und wie häufig pro Jahr es bereits Konflikte gegeben hat, sowie ob sie mit wenigen Worten diese Konfliktsituationen beschreiben könnten. Am häufigsten sind Konflikte mit Hundebesitzern aufgetreten. So haben 31 Befragte angegeben, bereits mit Hundebesitzern in Konflikt geraten zu sein. Eine weitere konfliktträchtige Nutzergruppe sind Radfahrer (22 Nennungen), dahinter folgen Spaziergänger/Wanderer (9 Nennungen) und Autofahrer (8 Nennungen). Mit Heurigenbesuchern, Weinbauern, Förstern, Nordic Walkern und Joggern gab es kaum bis gar keine Konflikte.

58,1 % der Probanden, die im letzten Jahr Konflikte mit Hundebesitzern hatten, gaben als Grund für unangenehme Situationen Hunde, die ohne Leine unterwegs waren, an. Probleme, die im Zuge des Freilaufs der Hunde aufgetaucht sind, waren, dass ein unangeleinter Hund in ein Rad gelaufen, dass Hunde Wild gejagt, dass die Besitzer ihren Hund nicht gerufen haben sowie dass ein Befragter von einem Hund angesprungen worden ist. Auch bei den Radfahrern gibt es vor allem einen Faktor, der andere Nutzer stört: die Geschwindigkeit. Von den 22 Personen, die im letzten Jahr einen Konflikt mit Radfahrern hatten, gab mehr als die Hälfte (12 Nennungen) an, dass die Radfahrer zu schnell unterwegs waren. Des Weiteren wurde genannt, dass Radfahrer rücksichtslos seien und dass man bereits von einem Rad gestreift worden sei.

Immerhin ein Drittel der neun Personen, die Konflikte mit Spaziergängern und Wanderern angegeben haben, nannte die Tatsache, dass sich diese über die freilaufenden Hunde beschwert hätten, als die Konfliktsituation. Jeweils zwei Befragte gaben an, dass Spaziergänger Weintrauben in den Weingärten essen würden und dass Spaziergänger nicht ausweichen würden. Hinsichtlich der Autofahrer am Nuß-/Reisenberg ist der größte Reibungspunkt, dass Autos trotz Fahrverbot fahren würden (3 Nennungen).

4.2.12 Welche Maßnahmen die Attraktivität des Nuß-/Reisenbergs steigern würden

Die Befragten wurden im Zuge der Erhebung gebeten, Maßnahmen zu nennen, die die Attraktivität des Nuß-/Reisenbergs steigern könnten. Wie durch die Frage nach den Faktoren, die den Befragten am Nuß-/Reisenberg nicht gefallen, als auch durch die Frage nach dessen Schwächen zeigt sich auch durch diese Frage die breite Zufriedenheit mit dem Erholungsgebiet.

Fast drei Viertel der Befragten (125 Personen) gab an, dass der Nuß-/Reisenberg durch keine Maßnahmen attraktiver gestaltet werden könnte. Wenn jedoch Maßnahmen gefordert werden, dann im Bereich der Infrastruktur, der Wege, der

Einkehrmöglichkeiten, der Verkehrsanbindungen, des Verkehrsaufkommens und auch der Pflege. 34 Befragte sehen eine Attraktivitätssteigerung des Nuß-/Reisenbergs durch infrastrukturelle Maßnahmen wie etwa eine bessere Beschilderung, das Aufstellen von Wasserspendern und Bänken, einem Ausbau des Wegenetzes und der Trennung der Wege für verschiedene Nutzergruppen oder durch die Ausweisung von Hundewiesen. Hinsichtlich der Wege empfahlen 14 Befragte Maßnahmen wie eine bessere Pflege oder eine naturnahe und kinderwagengerechte Gestaltung derer. Als weitere Veränderung, die die Attraktivität steigern könnte, wird ein größeres Angebot an Einkehrmöglichkeiten gesehen (6 Nennungen). Als der Attraktivität ebenfalls förderlich wird eine bessere Verkehrsanbindung eingeschätzt. Insgesamt vier Befragte meinten, dass Maßnahmen wie kürzere Intervalle bei den öffentlichen Verkehrsmitteln, ein Zubringerdienst zu ebendiesen sowie eine bessere Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln hilfreich wären. Drei Befragte forderten als Maßnahme ein generelles Fahrverbot und ein Befragter sah darin, dass Mitarbeiter im Weinbau keinen Müll hinterlassen, eine attraktivitätsfördernde Wirkung.

4.3 Wissen der Befragten über den Nuß-/Reisenberg

Neben den allgemeinen Daten und den persönlichen Einschätzungen der Befragten zu den Stärken und Schwächen des Biosphärenparks wurde auch das Wissen der Besucher über den Nuß-/Reisenberg abgefragt. Zum einen wurde die Kenntnis des Schutzstatus des Nuß-/Reisenbergs abgefragt, zum anderen die persönliche Verfolgung der Entwicklungen auf ebendiesem.

4.3.1 Wissen der Besucher über den Schutzstatus des Nuß-/Reisenbergs

Die Probanden wurden gebeten anzugeben, welche der vorgegebenen Schutzgebietskategorien es am Nuß-/Reisenberg gäbe. Zur Auswahl standen die Kategorien Landschaftsschutzgebiet, Wald- und Wiesengürtel, Naturschutzgebiet, Biosphärenpark, Weltkulturerbe, Natura-2000-Gebiet und Nationalpark. Tatsächlich sind Teile bzw. der gesamte Nuß-/Reisenberg Landschaftsschutzgebiet und Biosphärenpark (Wienerwald) und das Gebiet gehört zum Wald- und Wiesengürtel. Lediglich acht Probanden konnten alle Schutzgebietskategorien richtig zuordnen.

Die einzelnen Schutzgebietskategorien, die tatsächlich am Nuß-/Reisenberg vorkommen, wurden wie folgt richtig eingeschätzt: 60,6 % der Befragten gaben an, dass der Nuß-/Reisenberg als Landschaftsschutzgebiet ausgewiesen ist, 51,7 % der Probanden wiesen dem Erholungsgebiet die Kategorie Wald- und Wiesengürtel zu und lediglich 12,2 % der Besucher wussten, dass der Nuß-/Reisenberg zum Biosphärenpark gehört.

Relativ viele Befragte gaben fälschlicherweise an, dass der Nuß-/Reisenberg Naturschutzgebiet ist (16,1 %) oder auch, dass das Gebiet ein Weltkulturerbe darstellt (12,2 %). Die Kategorien Nationalpark und Natura-2000-Gebiet wurden nur von 1,1 beziehungsweise 2,8 % der Probanden dem Nuß-/Reisenberg zugeteilt, und 3 % gaben an, dass der Nuß-/Reisenberg gar keiner Schutzgebietskategorie unterliegt. Nicht über die zutreffenden Schutzgebietskategorien Bescheid zu wissen, gaben 10 % der Befragten an.

4.3.2 Wissen über Biosphärenpark

Ein weiterer Themenbereich der Befragung beschäftigt sich mit dem Wissen über die wesentlichen Merkmale eines Biosphärenparks sowie den Erwartungen vom Schutzstatus Biosphärenpark am Nuß-/Reisenberg. Bei der Frage, ob die Probanden die wesentlichen Merkmale eines Biosphärenparks nennen könnten, antwortete der Großteil (84,4 %) mit „Nein“. Von den Merkmalen, die von den restlichen Befragten genannt wurden, kamen die Nennungen des Schutzes der Tiere und Pflanzen (4 Nennungen), der Erhaltung der Natur und der Kulturlandschaft (je 3 Nennungen), der sanften Bewirtschaftung und der Erhaltung der Organismen in der Region (je eine Nennung) den tatsächlichen Merkmalen des Biosphärenparks der Koordination des Schut-

zes der biologischen Vielfalt, des Strebens nach wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung sowie der Erhaltung kultureller Werte, um der Nachhaltigkeit nachzukommen (vgl. Biosphärenpark Wienerwald), am nächsten.

Neben den generellen Attributen wurden jene Personen, die die Frage über die wesentlichen Merkmale eines Biosphärenparks beantwortet hatten, weiters gefragt, welche Erwartungen sie an den Schutzstatus Biosphärenpark am Nuß-/Reisenberg hegten. Vorwiegend erwarten sich die Befragten, dass nichts verbaut wird (12 Nennungen), dass der Nuß-/Reisenberg so bleibt, wie er ist (10 Nennungen), und sechs Personen meinten, dass die Natur/Natürlichkeit/der naturnahe Zustand erhalten bleiben soll.

4.3.3 Verfolgung der Entwicklungen am Nuß-/Reisenberg

Im Schnitt verfolgen die Probanden die Entwicklungen am Nuß-/Reisenberg seit 21,9 Jahren. 25 Personen – unter anderem die 14 Personen, die den Nuß-/Reisenberg zum ersten Mal besuchten – konnten keine Angabe machen.

Jene Befragten, die die Veränderungen in den letzten zehn bis 20 Jahren verfolgt haben, stimmten am meisten den Veränderungen der Zunahme der Verbauung (36 Nennungen) und der Auflassung von Weingärten (32 Nennungen) zu. Konträr dazu meinten 20 Personen, dass die Zahl der Weingärten zugenommen hätte.

Auch bei der Entwicklung der Heurigen/Buschenschanken sind sich die Befragten nicht einig. So sind 24 Probanden der Meinung, dass die Zahl der Heurigen zugenommen hätte, und 20 Befragte empfanden eher einen Rückgang ebendieser. Eine Abnahme von Aussichtspunkten empfanden lediglich sechs Befragte.

37 Personen haben zwar die Entwicklung am Nuß-/Reisenberg verfolgt, konnten aber keine Veränderungen in den letzten zehn bis 20 Jahren feststellen.

57 Probanden gaben an, kürzer als zehn Jahre auf den Nuß-/Reisenberg zu kommen, und konnten diese Frage somit nicht beantworten.

5. ERGEBNISSE DER ZÄHLUNG

Im folgenden Kapitel wird auf die Ergebnisse der Zählung näher eingegangen. Zunächst werden die gesamten Besucherzahlen inkl. Nutzergruppe, Geschlechterverhältnis und Gruppengröße vorgestellt. Im Anschluss daran werden die Besucherströme, der Tagesverlauf sowie die Ergebnisse zu den Hunden und Kraftfahrzeugen dargelegt.

5.1 Besucherzahlen gesamt

Insgesamt wurden an den vier Zähltagen an den drei Zählstellen 3423 Besucher[3] erhoben, hochgerechnet ergibt sich die Besucherzahl von 6308 Personen[4]. Die Besucher setzten sich aus den Nutzergruppen Radfahrer, Fußgänger, Nordic Walker, Jogger sowie Sonstige (den genannten Gruppen nicht zuordenbare Besucher) zusammen. Die Gruppe der sonstigen Besucher (z. B. Einradfahrer) umfasst lediglich vier Einträge. Daher wird diese Nutzergruppe in den folgenden Analysen außer Acht gelassen, und es werden nur Radfahrer, Fußgänger, Nordic Walker und Jogger näher betrachtet.

Wie in Abbildung 16 erkennbar ist, war der Standort Kahlenberger Straße 210 am Nußberg der am stärksten besuchte, gefolgt vom Standort Wildgrube. Der Standort Reisenberg war an allen vier Tagen am schwächsten frequentiert. Allen drei Standorten ist gemeinsam, dass die Besucherzahl an den Sonntagen höher war als an den Werktagen, wobei am Sonntag den 3.10.2010 die meisten Besucher gezählt wurden.

[3] *Erhobene Zahlen aller drei Standorte. Reisenberg: durchgehende Zählung Standorte am Nußberg: gezählte halbe Stunden (nicht hochgerechnet)*

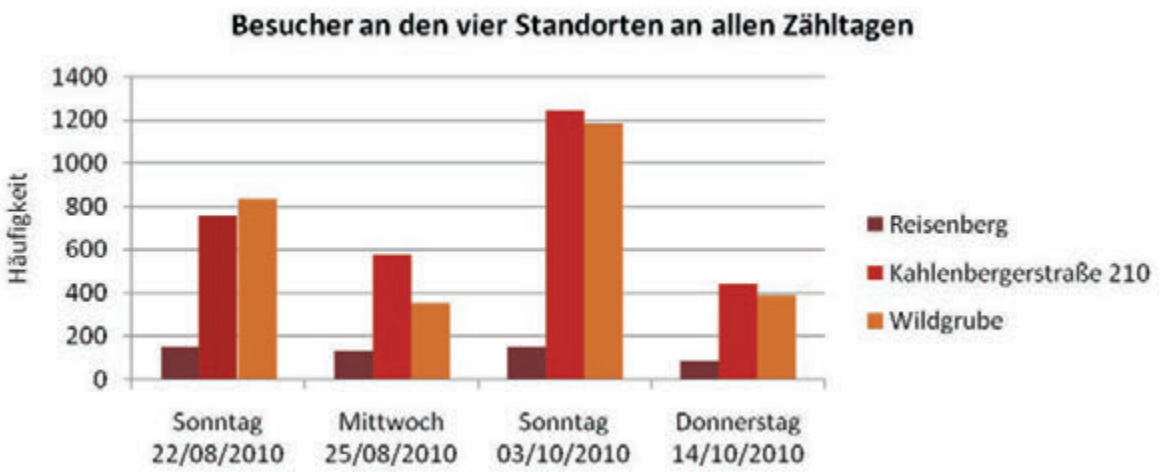


Abbildung 16: Besucher im Erholungsgebiet, alle Standorte, alle Tage (Reisenberg: gezählte Besucher, Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube: Hochrechnung)

5.1.1 Nutzergruppen

In Abbildung 17 ist die Verteilung der Nutzergruppen gemeinsam für alle drei Standorte und alle vier Erhebungstage dargestellt. Die mit Abstand am häufigsten vertretene Nutzergruppe waren die Fußgänger mit einem Anteil von 73,4 %. Der Anteil der Radfahrer betrug 17,0 %. Der Anteil der Jogger war mit 6,0 % noch ein wenig größer als jener der Nordic Walker mit 3,7 %.

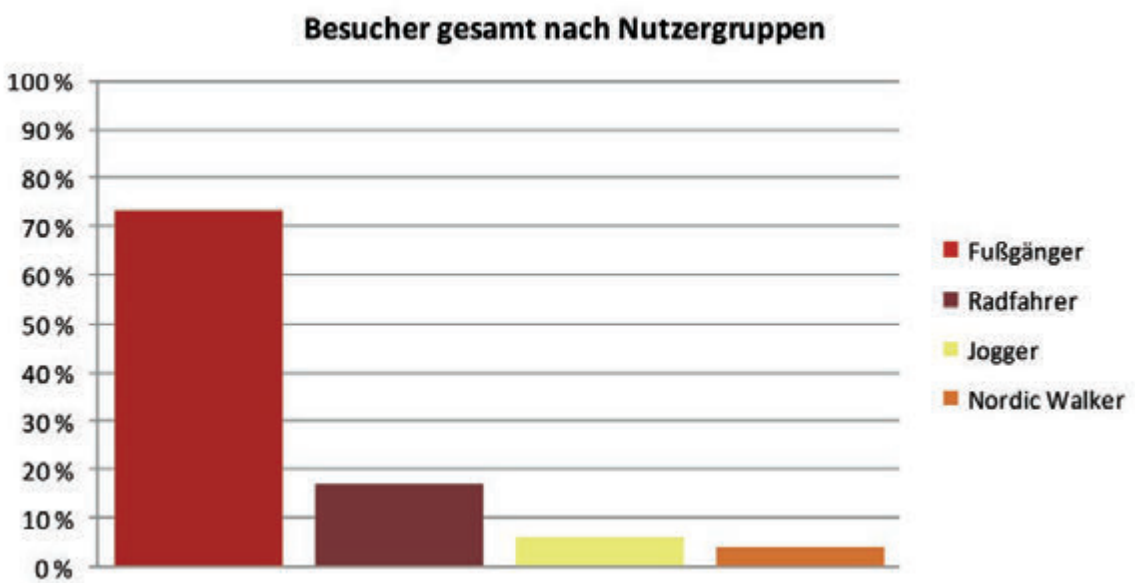


Abbildung 17: Besucher nach Nutzergruppen, alle Standorte und alle Tage gemeinsam

[4] *Reisenberg: gezählte Besucher, Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube: Hochrechnung*

In Abbildung 18 ist ersichtlich, aus welchen Nutzergruppen sich die Besucher an den einzelnen Tagen und Standorten zusammensetzten. Es gibt zwischen allen drei Standorten Unterschiede, wobei die zwei Standorte am Nußberg ähnliche Ergebnisse aufweisen.

Am Reisenberg waren der überwiegende Teil der Besucher an allen Tagen Fußgänger (durchschnittlich 88,9 %), die zweithäufigste Gruppe waren Jogger (durchschnittlich 6,8 %). Radfahrer und Nordic Walker nutzten den Reisenberg seltener für ihren Sport (durchschnittlich 2,3 % bzw. 2,1 %).

Am Standort Kahlenberger Straße 210 war der größte Teil der Besucher an allen Tagen ebenfalls als Fußgänger unterwegs (durchschnittlich 75,7 %), die zweitgrößte Besuchergruppe wurde von den Radfahrern gebildet (durchschnittlich 16,9 %). Nordic Walker und Jogger waren weniger häufig anzutreffen (durchschnittlich je 3,4 % bzw. 4,0 %).

Auch am Standort Wildgrube waren die Fußgänger an allen Tagen am stärksten vertreten (durchschnittlich 67,8 %), durchschnittlich 19,9 % der Besucher waren als Radfahrer unterwegs. Wie bei den anderen Standorten waren auch hier die Nordic Walker und die Jogger weniger häufig anzutreffen (durchschnittlich 4,4 % bzw. 7,9 %).

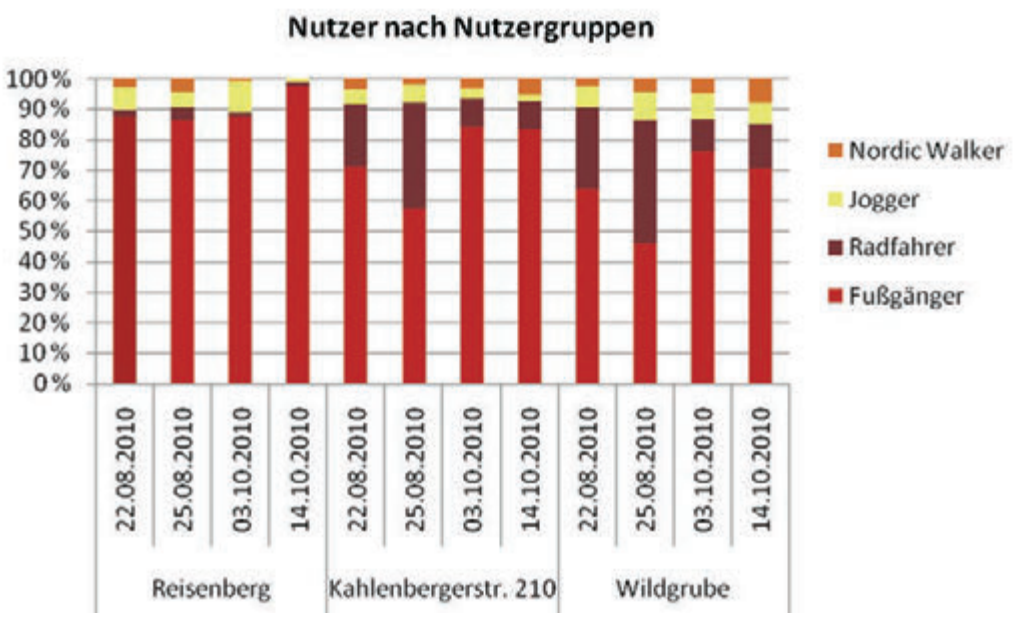


Abbildung 18: Nutzer nach Gruppen, alle Standorte, alle Tage
(Reisenberg: erhobene Besucherzahl, Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube: Hochrechnung)

5.1.2 Geschlechterverhältnis der Nutzergruppen

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS NUTZERGRUPPE FUSSGÄNGER

Bei der Nutzergruppe der Fußgänger überwiegt der weibliche Anteil bei allen drei Standorten etwas. Beim Standort Reisenberg zeigt sich dies am stärksten: durchschnittlich 57,7 % der Fußgänger waren weiblich, 36,3 % männlich. 5,9 % der Fußgänger waren Kinder (bei Kindern wurde das Geschlecht nicht erfasst).

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS NUTZERGRUPPE RADFAHRER/MOUNTAINBIKER

Am Standort Reisenberg waren durchschnittlich 91,7 % der Radfahrer bzw. Mountainbiker männlich, bei den Standorten Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube durchschnittlich 82,7 % bzw. 83,2 %. Allen Standorten ist gemeinsam, dass Kinder äußerst selten als Radfahrer bzw. Mountainbiker vorkommen.

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS NUTZERGRUPPE JOGGER

Das Geschlechterverhältnis der Nutzergruppe Jogger zeigt sich bei allen drei Stationen sehr ähnlich: durchschnittlich sind etwa zwei Drittel der Jogger männlich und ein Drittel weiblich. Beim Joggen wurden keine Kinder beobachtet.

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS NUTZERGRUPPE NORDIC WALKER

Bei der Nutzergruppe der Nordic Walker überwiegen an allen drei Standorten Frauen. Wie in Kapitel 4.1.2 bereits beschrieben, wird diese Sportart auch vor allem von Frauen durchgeführt.

5.1.3 Gruppengröße

GRUPPENGRÖSSE NUTZERGRUPPE FUSSGÄNGER

Die Gruppengrößen der Fußgänger sind an den Standorten Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube sehr ähnlich: Am Standort Kahlenberger Straße 210 waren 33,0 % als Einzelpersonen unterwegs. Am Standort Wildgrube waren es 36,7 %. Am Reisenberg waren hingegen knapp mehr als die Hälfte (51,4 %) als Einzelpersonen anzutreffen.

GRUPPENGRÖSSE NUTZERGRUPPE RADFAHRER

Bei den Radfahrern war der Großteil der angetroffenen Personen alleine unterwegs, wobei die Unterschiede zwischen den einzelnen Standorten nur gering waren. Am Standort Kahlenbergerstaße 210 wurden mit 85,3 % ein wenig mehr Radfahrer erfasst, welche alleine unterwegs waren, als an den anderen beiden Standorten (Wildgrube 80,3 % und Reisenberg 80,0 %).

GRUPPENGRÖSSE NUTZERGRUPPE JOGGER

Auch bei den Joggern gab es zwischen den einzelnen Standorten nur minimale Unterschiede in der Gruppengröße. Die meisten Jogger war alleine unterwegs (zwischen 83,3 % und 84,9 %).

GRUPPENGRÖSSE NUTZERGRUPPE NORDIC WALKER

Zwei Drittel der Nordic-Walker-Gruppen am Standort Kahlenberger Straße 210 war alleine unterwegs (66,7 %), während in der Wildgrube gut die Hälfte der Gruppen (51,4 %) als Einzelperson erfasst wurde.

5.2 Besucherströme nach Standorten

In folgenden Abbildungen sind für jeden Standort die prozentuellen Besucherströme in Form einer Von-nach-Matrix für jeden Erhebungstag sowie insgesamt dargestellt. Die Werte, die sich für „von“ und „nach“ auf dieselbe Richtung beziehen, sind so zu verstehen, dass an der Kreuzung umgedreht und in dieselbe Richtung zurückgegangen wurde.

STANDORT REISENBERG

Wie in Abbildung 19 ersichtlich wird, bewegte sich der Großteil der Besucher (42,0 %) entlang des Paula-Wessely-Wegs bergauf (von 1 nach 2). 32,8 % bewegten sich den Paula-Wessely-Weg in Richtung bergab (von 2 nach 1). In Summe bogen 11,3 % vom Paula-Wessely-Weg bergab kommend nach rechts ab und gingen den Weg bergauf (von1 nach 3). Auffällig ist, dass dieser Weg am 14. 10. 2010 von insgesamt 45,3 % der Besucher gewählt wurde, während es an den übrigen Tagen deutlich weniger waren (zwischen 0,7 % und 9,4 %). Eine Erklärung dafür konnte nicht gefunden werden.

Reisenberg		nach 1	nach 2	nach 3
22.08.2010	von 1	0,0 %	36,9 %	9,4 %
	von 2	42,3 %	1,3 %	6,0 %
	von 3	0,0 %	4,0 %	0,0 %
25.08.2010	von 1	0,0 %	47,8 %	3,6 %
	von 2	27,5 %	1,4 %	5,8 %
	von 3	4,3 %	9,4 %	0,0 %
03.10.2010	von 1	1,3 %	53,7 %	0,7 %
	von 2	35,6 %	0,0 %	4,0 %
	von 3	2,0 %	2,7 %	0,0 %
14.10.2010	von 1	0,0 %	20,9 %	45,3 %
	von 2	19,8 %	5,8 %	0,0 %
	von 3	1,2 %	7,0 %	0,0 %
gesamt	von 1	0,4 %	42,0 %	11,3 %
	von 2	32,8 %	1,7 %	4,4 %
	von 3	1,9 %	5,6 %	0,0 %

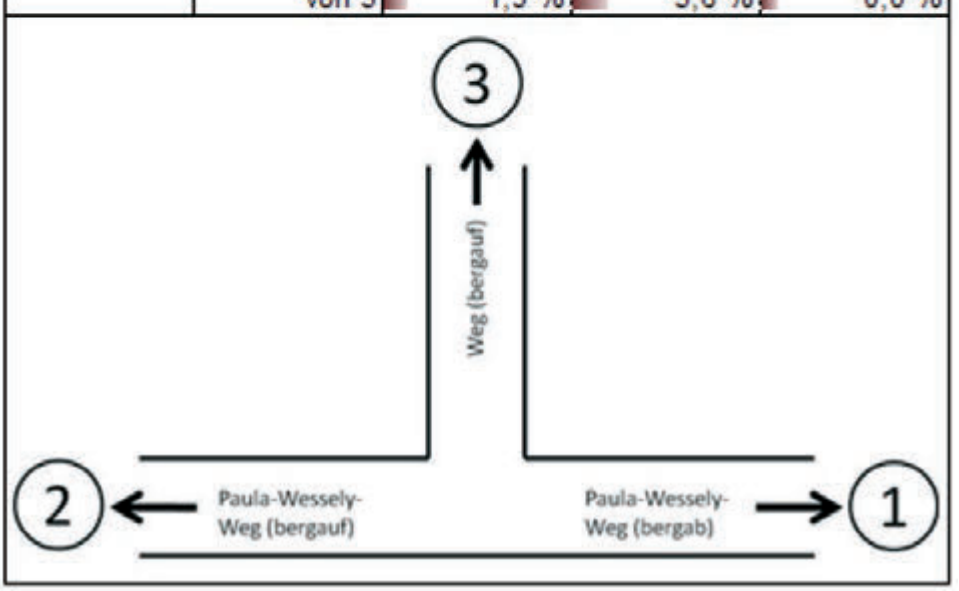


Abbildung 19: Von-nach-Matrix Reisenberg

STANDORT KAHLENBERGER STRASSE 210

Abbildung 20 zeigt die Besucherströme am Standort Kahlenberger Straße 210. Von Richtung Kahlenberger Straße bergauf kommend bewegten sich insgesamt etwa gleich viele Besucher in Richtung Kahlenberger Straße bergab (1 nach 2 – 27,2 %), wie nach links in den Eichelhofweg abbogen (1 nach 3 – 25,0 %). Auch in die jeweils entgegengesetzte Richtung bewegten sich etwa jeweils gleich viele Besucher (11,1 % von 2 nach 1 und 10,5 % von 3 nach 1). An diesem Standort zeigt sich an allen Erhebungstagen im Wesentlichen das gleiche Bild der Besucherströme.

Kahlenbergerstr. 210		nach 0	nach 1	nach 2	nach 3	nach 4
22.08.2010	von 0	0,0 %	1,6 %	0,0 %	6,3 %	0,0 %
	von 1	0,5 %	1,3 %	39,1 %	26,6 %	0,0 %
	von 2	0,0 %	8,7 %	0,3 %	0,3 %	0,0 %
	von 3	2,6 %	8,2 %	3,4 %	1,1 %	0,0 %
	von 4	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
25.08.2010	von 0	3,1 %	2,1 %	0,0 %	2,4 %	0,3 %
	von 1	1,4 %	0,3 %	36,0 %	16,4 %	2,8 %
	von 2	0,7 %	17,1 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
	von 3	1,7 %	11,5 %	0,7 %	0,0 %	0,3 %
	von 4	0,0 %	0,7 %	0,7 %	1,4 %	0,0 %
03.10.2010	von 0	0,0 %	1,1 %	0,0 %	4,5 %	0,5 %
	von 1	1,3 %	0,5 %	19,5 %	27,4 %	6,8 %
	von 2	0,0 %	11,0 %	0,0 %	0,0 %	0,3 %
	von 3	1,6 %	13,4 %	2,3 %	0,0 %	2,1 %
	von 4	0,6 %	2,6 %	1,4 %	3,2 %	0,0 %
14.10.2010	von 0	0,0 %	3,7 %	4,2 %	4,2 %	4,2 %
	von 1	6,0 %	0,0 %	17,2 %	27,0 %	5,1 %
	von 2	0,0 %	7,9 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %
	von 3	1,4 %	4,7 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %
	von 4	4,7 %	0,9 %	2,3 %	1,4 %	0,9 %
gesamt	von 0	0,6 %	1,8 %	0,6 %	4,5 %	0,9 %
	von 1	1,8 %	0,6 %	27,2 %	25,0 %	4,1 %
	von 2	0,1 %	11,1 %	0,2 %	0,2 %	0,3 %
	von 3	1,9 %	10,5 %	2,0 %	0,3 %	1,0 %
	von 4	0,9 %	1,3 %	1,1 %	1,8 %	0,1 %

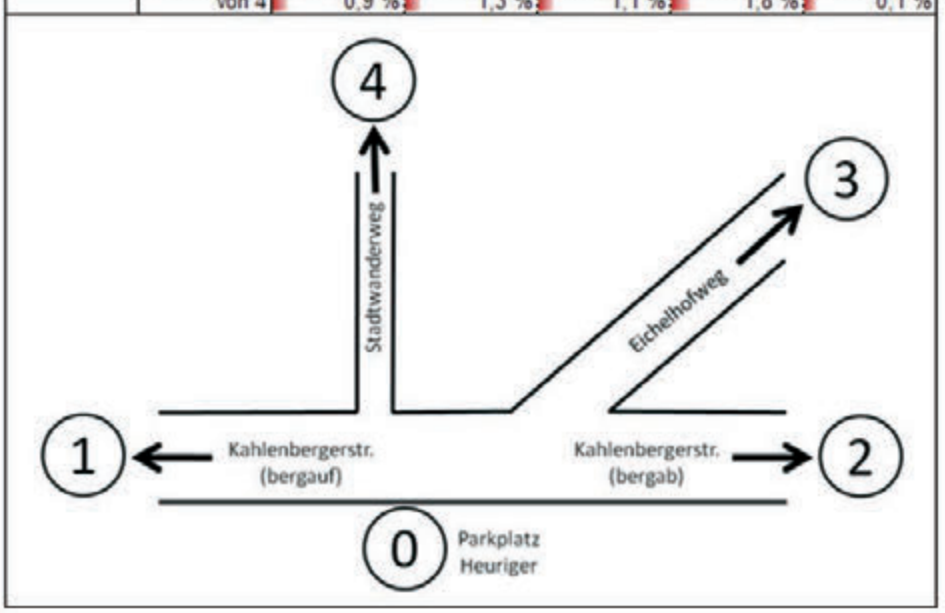


Abbildung 20: Von-nach-Matrix Kahlenberger Straße 210

STANDORT WILDGRUBE

Die Besucherströme für den Standort Wildgrube sind in Abbildung 21 dargestellt. Fast gleich viele Besucher bewegten sich in Summe an diesem Standort entlang der Wildgrube bergauf wie bergab (von 1 nach 2 – 23,1 % und von 2 nach 1 – 23,6 %). 16,4 % aller erfassten Personen wählten von Richtung der Wildgrube bergab kommend den Schotterweg bergauf (von 2 nach 3) und 8,7 % bewegten sich in die ent-gegengesetzte Richtung (von 3 nach 2). Der Weg in Richtung des Krapfenwaldbades wurde am wenigsten benutzt.

Wildgrube		nach 1	nach 2	nach 3	nach 4
22.08.2010	von 1	0,0 %	15,8 %	0,5 %	6,3 %
	von 2	24,0 %	1,0 %	20,1 %	6,3 %
	von 3	1,9 %	9,2 %	0,0 %	1,9 %
	von 4	4,4 %	5,1 %	3,2 %	0,2 %
25.08.2010	von 1	0,6 %	18,1 %	3,4 %	2,8 %
	von 2	22,6 %	0,0 %	19,2 %	3,4 %
	von 3	3,4 %	15,3 %	0,0 %	2,3 %
	von 4	5,1 %	2,8 %	1,1 %	0,0 %
03.10.2010	von 1	0,0 %	26,4 %	0,8 %	6,6 %
	von 2	23,7 %	1,0 %	15,6 %	2,5 %
	von 3	2,2 %	8,0 %	0,0 %	3,0 %
	von 4	5,9 %	1,9 %	2,4 %	0,0 %
14.10.2010	von 1	0,5 %	33,3 %	2,1 %	2,6 %
	von 2	23,1 %	0,0 %	8,7 %	0,5 %
	von 3	4,6 %	4,1 %	0,0 %	1,5 %
	von 4	7,7 %	8,7 %	2,6 %	0,0 %
gesamt	von 1	0,1 %	23,1 %	1,2 %	5,5 %
	von 2	23,6 %	0,7 %	16,4 %	3,5 %
	von 3	2,6 %	8,7 %	0,0 %	2,4 %
	von 4	5,6 %	3,9 %	2,5 %	0,1 %

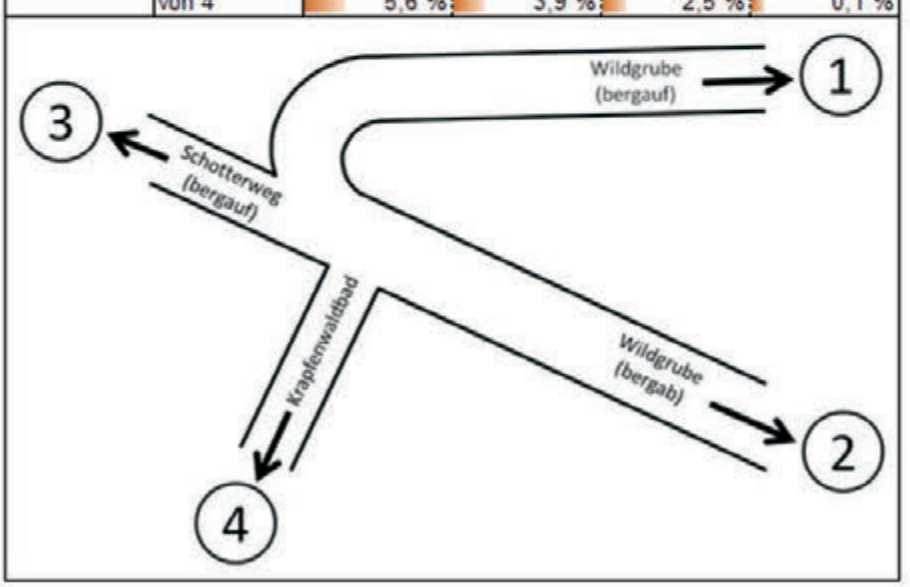


Abbildung 21: Von-nach-Matrix Wildgrube

5.3 Tagesverlauf der Besucherströme

In den folgenden Abbildungen ist der Tagesverlauf der Besucherströme in Form von relativen Tagesganglinien dargestellt (Gesamtbesucher pro Tag 100 %).

TAGESVERLAUF ALLER NUTZERGRUPPEN

In Abbildung 22 ist gut zu erkennen, dass an allen Tagen bis auf den 14. 10. 2010 an allen Zählstellen eine ähnliche Verteilung des tageszeitlichen Besucheraufkommens vorliegt. Beim Vergleich der beiden Sonntage fällt auf, dass sich die Besucher am 22. 8. eher gleichmäßig über den ganzen Tag verteilen, während am 3. 10. ein Anstieg des Besucheraufkommens bis in den Nachmittag zu erkennen ist. Dies ist darauf zurückzuführen, dass am 3. 10. das Wetter windig, bewölkt und kalt war, während am 22. 8. ein windstiller, sonniger und warmer Tag war. Am Mittwoch, den 25. 8. ist ein starker Anstieg des Besucheraufkommens an allen Zählstellen ab 16:00 zu beobachten. Da an diesem Tag sonniges und warmes Wetter war, scheinen viele Besucher die späten Nachmittagsstunden nach der Arbeit zu Erholungszwecken genützt zu haben. Donnerstag, der 14. 10., war der Tag mit der absolut geringsten Besucherfrequenz der Erhebungstage, was auf die kühleren Temperaturen an diesem Tag zurückzuführen ist. Hier zeigt sich der Verlauf der Tagesganglinien an den einzelnen Zählstellen sehr unterschiedlich, eine Erklärung dafür konnte jedoch nicht gefunden werden.

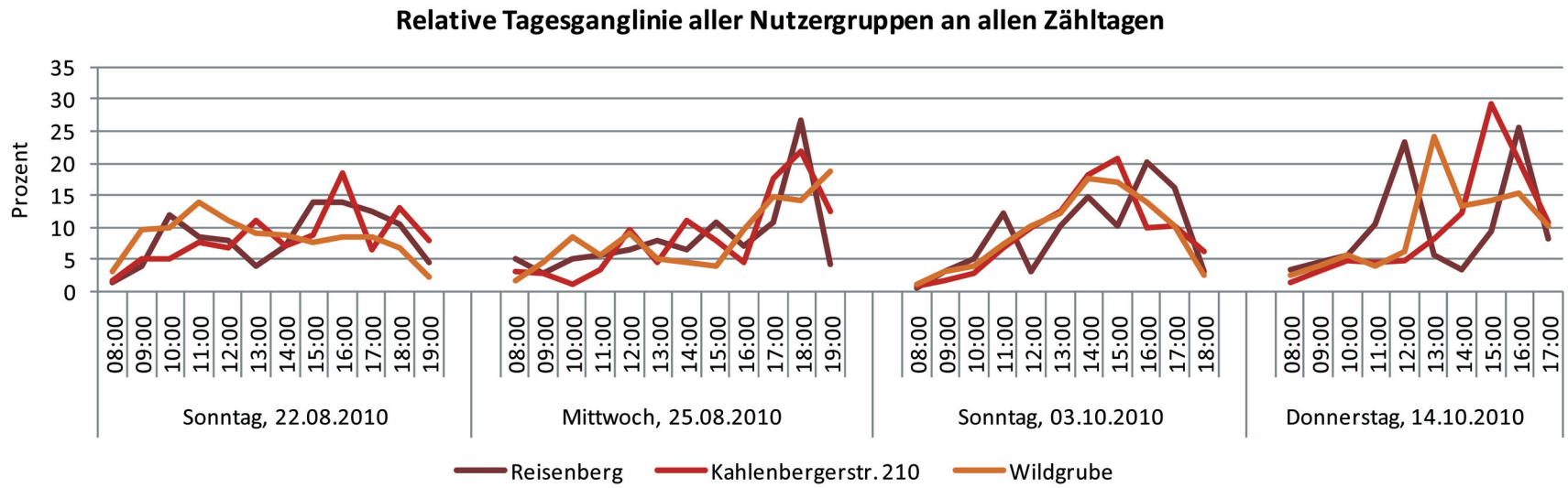


Abbildung 22: Relative Tagesganglinie für alle Nutzergruppen an allen Zähltagen

TAGESVERLAUF DER FUSSGÄNGER

Die Form der Tagesganglinien für die Nutzergruppe der Fußgänger in Abbildung 23 entspricht im Wesentlichen jener der Tagesganglinien für alle Nutzergruppen. Auf eine Erklärung der Tagesverläufe wird daher verzichtet.

TAGESVERLAUF DER JOGGER

Aufgrund der eher geringen Anzahl an Joggern wird auf eine Darstellung der Tagesganglinien verzichtet.

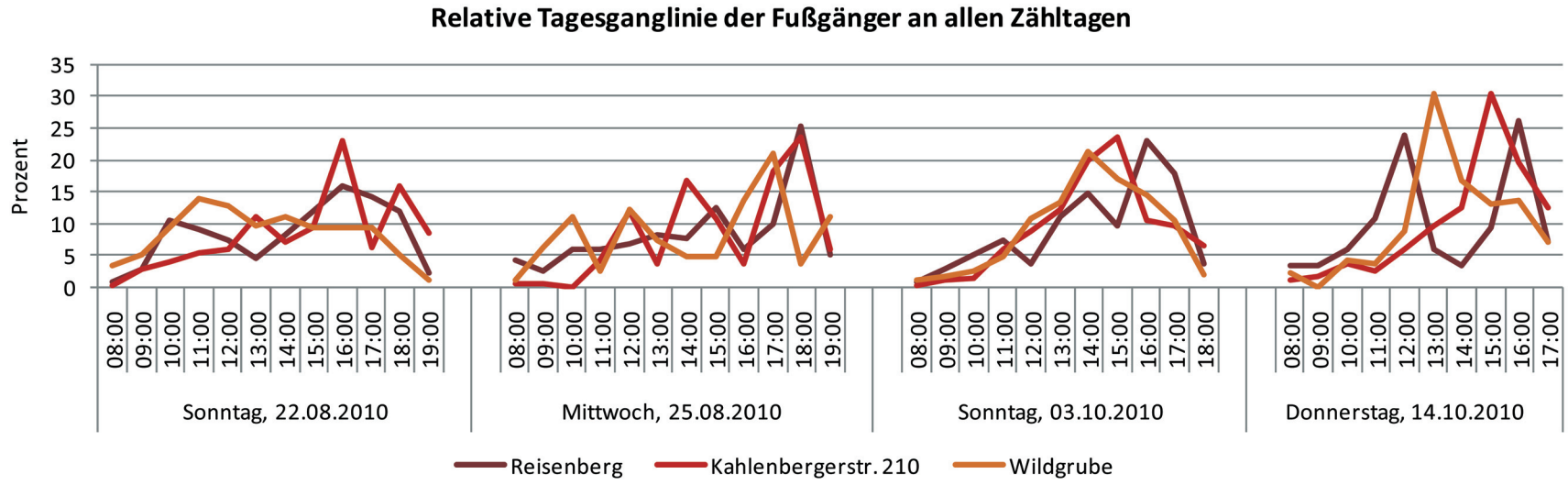


Abbildung 23: Relative Tagesganglinie für Fußgänger an allen Zähltagen

TAGESVERLAUF DER RADFAHRER

Auf die Darstellung der Radfahrer am Standort Reisenberg wurde verzichtet, da dort an keinem Tag mehr als 10 Radfahrer erfasst wurden und somit eine relative Ganglinie keine Aussagekraft hätte. Es ist in der Abbildung 24 gut zu erkennen, dass der Tagesverlauf der Radfahrer an den Zählstellen bis auf den 3. 10. beinahe identisch ist. Die Ähnlichkeit der Ganglinien ist auch darauf zurückzuführen, dass Radfahrer sowohl am Standort Kahlenberger Straße 210 als auch am Standort Wildgrube in der selben Zählstunde erfasst wurden, da jene räumlich sehr nahe zusammen liegen. Hier kommt am Mittwoch, den 25. 8. sehr deutlich der starke Anstieg am späteren Nachmittag heraus.

Die Ergebnisse des Tagesverlaufs der Radfahrer/Mountainbiker decken sich mit denen anderer Studien (bspw. im Wienerwald: Reimoser et al., 2008):„Die Aufenthaltszeiten der Mountainbiker sind im jahreszeitlichen Verlauf relativ ähnlich – zwischen Werktagen und Wochenenden bestehen allerdings große Unterschiede. Unter der Woche ist zu allen Jahreszeiten der Anteil jener, die am Abend den Wienerwald besuchen, deutlich höher als an Wochenenden."

Die unterschiedlichen Verläufe am Sonntag, den 03. 10. können wiederum auf das schlechtere Wetter an diesem Tag zurückgeführt werden. Während am Sonntag, den 22. 8. mehrere Radfahrer schon am Vormittag unterwegs waren, konnten sich scheinbar am 03. 10. viele erst am Nachmittag für eine Ausfahrt motivieren.

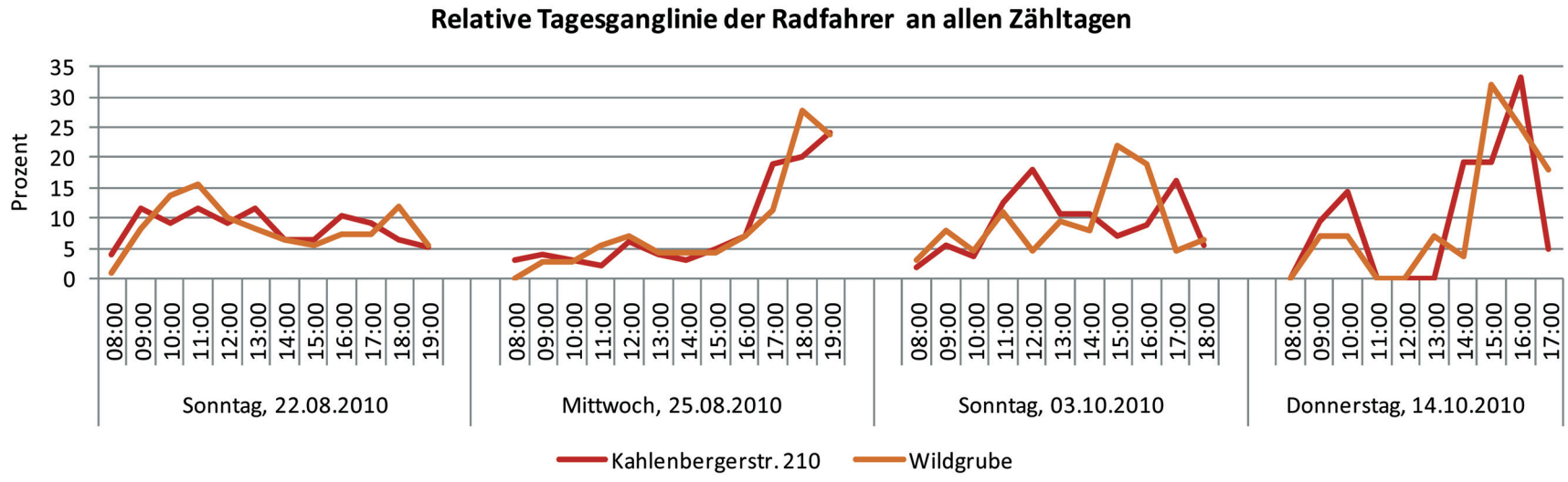


Abbildung 24: Relative Tagesganglinie für Radfahrer an allen Zähltagen

5.4 Hunde im Erholungsgebiet

Im Erholungsgebiet wurden insgesamt 371 Hunde gezählt. Die meisten Hunde wurden am 3.10. beim Standort Wildgrube gezählt (78 Hunde), die zweitgrößte Anzahl am 14.10. beim Standort Kahlenberger Straße 210 (54 Hunde). Bei den Hochrechnungen kann es jedoch zu einer Überschätzung kommen, da die Gesamtzahl der Hunde relativ klein ist.

Am Standort Reisenberg hatten durchschnittlich 9,6 % der Besucher einen Hund dabei. Beim Standort Kahlenberger Straße 210 führten durchschnittlich 5,2 % der Besucher einen Hund mit, beim Standort Wildgrube durchschnittlich 6,0 % der Besucher. Der höhere Prozentsatz beim Reisenberg kann darauf zurückgeführt werden, dass der Standort im Vergleich zu den beiden anderen näher am Stadtgebiet liegt, von einem stärker besiedelten Gebiet umgeben ist und die Besucher hier ihren Hund ausführen.

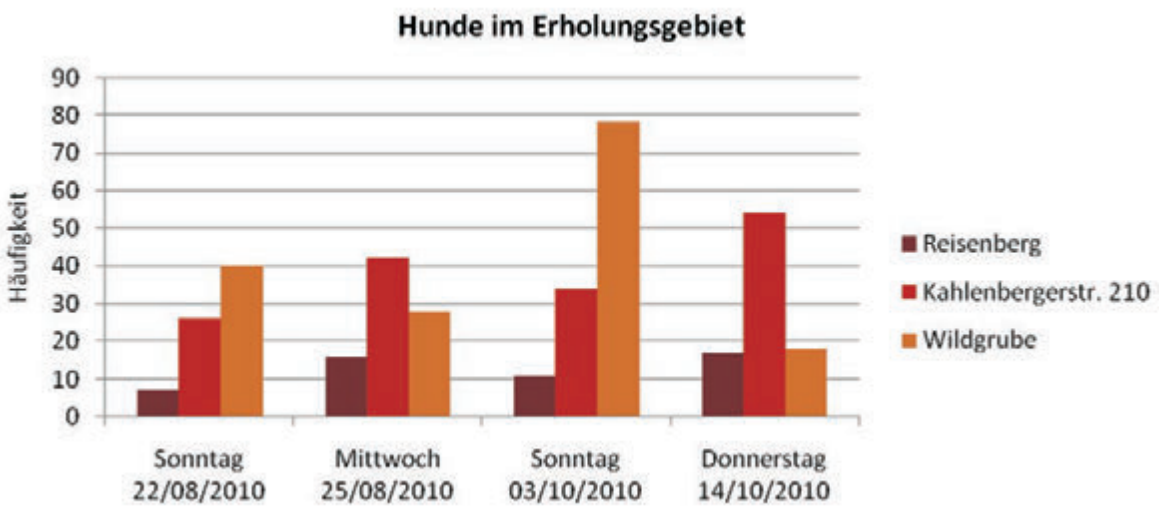


Abbildung 25: Anzahl der Hunde im Erholungsgebiet
(Reisenberg: gezählte Besucher, Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube: Hochrechnung)

In Wien herrscht an öffentlichen Orten, somit auch am Nuß-/Reisenberg, Maulkorb- oder Leinenpflicht (Magistrat der Stadt Wien). Von den insgesamt 371 gezählten Hunden war jedoch der Großteil nicht angeleint (257 Hunde – 69,3 %). Werden die nicht hochgerechneten Daten betrachtet, waren von den 211 Hunden 145 nicht angeleint (68,7 %).

Der größte Teil der Hunde wurde von Fußgängern mitgeführt, es zeigten sich weder bei den einzelnen Standorten noch bei den Werktagen bzw. Sonntagen Unterschiede.

5.5 Kraftfahrzeuge

Zusätzlich zu den Nutzergruppen wurde die Anzahl der Kraftfahrzeuge an den Zählstellen erhoben. Erwähnenswert sind dabei nur die Daten, welche am Standort Kahlenberger Straße 210 erfasst wurden. In Summe wurden dort an allen vier Zähltagen 778 Kfz erhoben, wovon 682 Pkws und jeweils 48 Motorräder bzw. Mofas und Lkws waren. Die wenigen Kfz am Standort Wildgrube beschränkten sich auf die Tage unter der Woche. Der „Heurigenexpress“, der in diesen Daten nicht berücksichtigt wurde, verkehrte an den Standorten Kahlenberger Straße 210 und Wildgrube pro Tag etwa 8- bis 16-mal.

6. ERGEBNISSE DER ERHEBUNG DER ERHOLUNGSINFRASTRUKTUR

Um erste Aussagen zur infrastrukturellen Ausstattung des Erholungsgebiets tätigen zu können, wurde das Gebiet an zwei Tagen (30. 10. und 13. 11. 2010) begangen und die Erholungsinfrastruktur erhoben:

- Zu Freizeitzwecken genutzte Wege sowie die Beschaffenheit dieser Wege (Asphalt-, Schotter-, Wald- und Wiesenweg)
- Bänke, Mistkübel, Trinkbrunnen, Heurigen etc.
- Bereiche mit Aussicht auf Wien
- Ausgewiesene Wien-Wanderwege und Mountainbike-Strecken
- Verkehrssituation (Parkplätze, Bus- und Straßenbahnhaltestellen, Wege mit Fahrverbot bzw. stark befahrene Wege) etc.

Es muss jedoch darauf verwiesen werden, dass es sich lediglich um eine erste Erhebung handelt und die Angaben keinen Anspruch auf Vollständigkeit haben. Es wäre sinnvoll, eine komplette Erhebung am Nuß-/Reisenberg sowie in deren Umgebung in einem Folgeprojekt durchzuführen, um somit die Erholungsinfrastruktureinrichtungen vollständig quantitativ und qualitativ zu erheben und zu bewerten.

WEGEBESCHAFFENHEIT

Am Nuß-/Reisenberg ist eine Vielzahl an Wegen vorzufinden, das Wegenetz ist verhältnismäßig dicht. Der Großteil der zu Freizeitzwecken genutzten Wege ist asphaltiert, nur vereinzelt kommen Wege mit einer anderen Oberflächenbeschaffenheit wie Schotter/Kombination Wald-/Wiesenboden vor. Gänzlich unbefestigte Wege (Wald-/Wiesenboden) sind vor allem solche, die nicht offiziell ausgewiesen sind.

ERHOLUNGSINFRASTRUKTUR

Das Gebiet ist hinsichtlich der Anzahl der Sitzbänke zwar gut ausgestattet, diese sind jedoch nicht über das gesamte Gebiet verteilt. Dies spiegelt sich auch in den Befragungsergebnissen wider, denn immerhin wünschen sich 36,2 % der Besucher mehr Sitzgelegenheiten. Vereinzelt ist eine bessere Wartung und Pflege der Sitzbänke notwendig.

Am Nuß-/Reisenberg befinden sich die Mistkübel vor allem in der Wildgrube (5 Stück) und auf der Kahlenberger Straße (3 Stück). Diese sind in ihrer Anzahl und Verteilung für die befragten Personen jedoch nicht ausreichend vorhanden, knapp die Hälfte aller Besucher (49,2 %) wünscht sich auch mehr. Sieben Befragte (n = 177) führten auch an, dass sie sich von herumliegendem Abfall im Gebiet gestört fühlen.

Trinkbrunnen konnte lediglich einer erfasst werden (Kahlenberger Straße/Heinz-Werner-Schimanko-Weg). Den Befragungen folgend wünschen sich die Besucher (45,2 %) jedoch mehr Wasserspender.

Vier Informationstafeln wurden im Gebiet aufgenommen, jedoch informieren diese vor allem über die Standorte der Heurigen und Buschenschanken. Tafeln über bspw. den Schutzstatus Biosphärenpark fehlen gänzlich, Beschilderungen/Wegweiser für die jeweiligen Nutzergruppen sind nur spärlich vorhanden.

Im Gebiet befinden sich auch einige Denkmäler und Bildstöcke, welche die kulturelle Entwicklung des Gebiets widerspiegeln.

Wie bereits mehrfach beschrieben, ist der Nuß-/Reisenberg für seine Heurigen bekannt, sechs von ihnen befinden sich direkt im Erholungsgebiet. An einigen Tagen im Jahr gibt es zusätzlich noch einen Ausschank direkt in den Weingärten, unter anderem am Weinwandertag, der 2010 am 25. und 26. September stattfand.

Der Besucher hat auf vielen Strecken eine Aussicht auf Wien. Bei den Befragungen führten die Besucher auch oftmals die Aussicht als Stärke des Gebiets an.

VERKEHRSSITUATION

Der Nuß-/Reisenberg ist gut an die öffentlichen Verkehrsmittel angeschlossen. Dies spiegelt sich auch in den Befragungsergebnissen wider: 38,9 % der Probanden reisten mit einem öffentlichen Verkehrsmittel an.

Für die Besucher ist es möglich, aus mehreren Richtungen in das Gebiet zu gelangen: Einerseits sind mit dem Bus 38A Cobenzl, Krapfenwaldgasse, Sulzwiese und Kahlenberg erreichbar,

andererseits bringen die Straßenbahnlinien 38 und D die Besucher nach Grinzing bzw. Nußdorf. Auch vom Kahlenbergerdorf (Regionalbus 238, 239 und 240 oder Bahn) ist der Nußberg gut zu erreichen.

Das Gebiet ist aber nicht nur mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar, ebenso gibt es eine Vielzahl an Parkgelegenheiten rund um den Nuß-/Reisenberg. Für die Kahlenberger Straße liegt auch eine Fahrerlaubnis für den motorisierten Individualverkehr vor. Durch das zeitweise starke Verkehrsaufkommen kommt es in diesem Gebiet zu Konflikten mit anderen Besuchern (siehe Kapitel 4.2.11). Auf den übrigen Wegen herrscht vorwiegend Fahrverbot, zum Teil sind zusätzlich Schranken vorhanden.

Außerdem wurden der Wien-Wanderweg und die offizielle Mountainbike-Strecke „Kahlenbergerdorf" aufgenommen, mit denen der gesamte Nußberg umrundet werden kann.

7. VEREINFACHTE SWOT-ANALYSE

Aufbauend auf den Befragungs- und Zählungsergebnissen sowie einer Experteneinschätzung wird eine stark vereinfachte SWOT-Analyse durchgeführt. Diese SWOT-Analyse beinhaltet eine Betrachtung der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Tourismus-, Erholungs- und Freizeitnutzung am Nuß-/Reisenberg und kann als Grundlage für die In-Wert-Setzung dieses Erholungsgebiets herangezogen werden.

STÄRKEN	CHANCEN
• Gute Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln • Nähe zur Großstadt Wien • Hohe landschaftliche Vielfalt (Wein-, Wiesen-, Waldflächen) • Abwechslungsreiches Höhenprofil • Aussicht auf Wien • „Heurigenambiente“ • Schutzstatus (Biosphärenpark, Landschaftsschutzgebiet, Wald- und Wiesengürtel) • Schutz vor Bebauung • Besucherfrequenzen sind nicht so groß wie in anderen großstadtnahen Erholungsgebieten • Heurigenexpress: Zugangsmöglichkeit und Attraktion für Touristen • Besondere Art von Ausschank (Buschenschank direkt im Weingarten) • Bereits bestehende Veranstaltungen zum Thema Wein, z. B. Weinwandertag	• Alleinstellungsmerkmal in einer Großstadt wie Wien (USP – Unique Selling Proposition): Verbindung Natur und Wein • Schutz und Entwicklungspotenzial durch den Biosphärenpark: Vernetzung Naturschutz, Erholung und Bewirtschaftung auf engem Raum und thematisch zusammenhängend • Hohes touristisches Potenzial (Verbindung zwischen Aussicht, Heurigen und Natur) • Bekanntheitssteigerung durch Qualitätsweine • Stärkung der regionalen Identität • Identifizierung der Wiener mit ihrem Weinbaugebiet • Modellregion
SCHWÄCHEN	**RISKEN**
• Teilweise starker motorisierter Verkehr, da einige Strecken mit dem Pkw befahrbar (kein Fahrverbot) • Aufgrund der Höhendifferenzen sind Radfahrer für eine gemeinsame Nutzung mit Fußgängern teilweise zu schnell unterwegs; für ältere und gehbehinderte Personen nicht gut geeignet, mit Kinderwägen schwer befahrbar • Wenig Wege mit einer naturnahen Oberflächengestaltung, viele Asphaltwege • Stark verbaute Gewässer • Wenig Angebote für Kinder, z. B. Spielplatz • Wenig Infrastruktureinrichtungen (Mistkübel, Wasserspender, Bänke, Toiletten, Informationstafeln/Beschilderung); lädt nicht zu längeren Aufenthalten ein) • Reisenberg: bei Unwetter Wege nicht begehbar bzw. Glatteisgefahr • Beeinträchtigung der Besucher durch Weinwirtschaft, z. B. Spritzmittel, Traktoren • Geringer Bekanntheitsgrad bei Touristen • Viele freilaufende Hunde – bspw. fehlen Hundewiesen • Keine Wegweiser in das Gebiet	• Landschaftsbild ist von der Bewirtschaftung durch Weinbauern abhängig • Gefahr einer Intensivierung des Weinbaus und darauf folgend des Verschwindens von typischen Landschaftselementen wie z. B. Trockensteinmauern • Kommerzialisierung der Heurigen • Zunahme der Anzahl der Radfahrer/Mountainbiker im Gebiet kann zu einem hohen Konfliktpotenzial führen • Absperrung von informellen Wegen durch die Weingärten (als Schutz vor Diebstahl von Weinblättern oder Weintrauben) • Lärm von Heurigen, betrunkene Heurigenbesucher • Zunahme von Autos im Erholungsgebiet – sich daraus ergebendes Konfliktpotenzial mit anderen Nutzergruppen

8. DISKUSSION

Im folgenden Kapitel werden die Befragungsergebnisse reflektiert, danach werden erste Aussagen zur In-Wert-Setzung des Gebiets getätigt.

8.1 Reflexion der Befragungsergebnisse

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Besucher im Allgemeinen sehr zufrieden mit dem Nuß-/Reisenberg sind. Sie fühlen sich mit diesem verbunden, wie die hohe Zustimmung zu den Aussagen, dass der Nuß-/Reisenberg einen wichtigen Bestandteil von Grinzing/Nußdorf darstellt und dass durch das Verschwinden der Weinbauern das Erholungsgebiet an Attraktivität verlieren würde, demonstriert. Diese positive Resonanz ist sicherlich damit zu erklären, dass die Landschaft für die Befragten aufgrund der Aussicht, der Siedlungsnähe sowie dem etwa im Vergleich zum Kahlenberg oder Cobenzl niedrigen Besucheraufkommen sehr ansprechend ist. Eine weitere Erklärung für die hohe Zufriedenheit ist auch, dass nur Personen befragt wurden, die sich im Gebiet aufgehalten haben. Personen, denen der Nuß-/Reisenberg nicht zusagt, werden diesen wahrscheinlich auch nicht aufsuchen. Die generell hohe Zufriedenheit wird auch dadurch belegt, dass außer einigen infrastrukturellen Änderungen wie mehr Mistkübel oder Wasserspender auch kaum Wünsche genannt wurden.

Wünsche wie einen Ausbau des Wegenetzes, Hundeauslaufplätze oder mehr Mountainbikestrecken äußerten nur wenige Befragte. Dies hängt vermutlich vor allem damit zusammen, dass nur wenige der Befragten mit Hund beziehungsweise mit dem Rad unterwegs waren. Durch die Fragen nach Faktoren, die an dem Erholungsgebiet nicht gefallen sowie nach dessen Schwächen zeigt sich aber, dass bei den Themen Hund sowie Mountainbiken Konfliktpotenziale vorhanden sind. So sind es vor allem Nutzergruppen wie Hundehalter mit frei laufenden Tieren sowie Radfahrer, die zu schnell oder auf für Radfahrer gesperrten Wegen fahren, die negativ bei den Befragten aufgefallen sind.

Ein größeres Angebot für diese Nutzergruppen wird von den Befragten jedoch als nicht notwendig angesehen. Wenn man jedoch davon ausgeht, dass jeder Befragte nur dann Wünsche geäußert hat, wenn sie ihn selbst betreffen, sollte dennoch in Erwägung gezogen werden, auch für weniger stark vertretene Nutzergruppen ein Angebot zu schaffen. So könnte das Konfliktpotenzial verringert und die Attraktivität des Erholungsgebiets für die Personen, die derzeit aufgrund fehlender Infrastruktur oder Konfliktvermeidung nicht kommen, gesteigert werden.

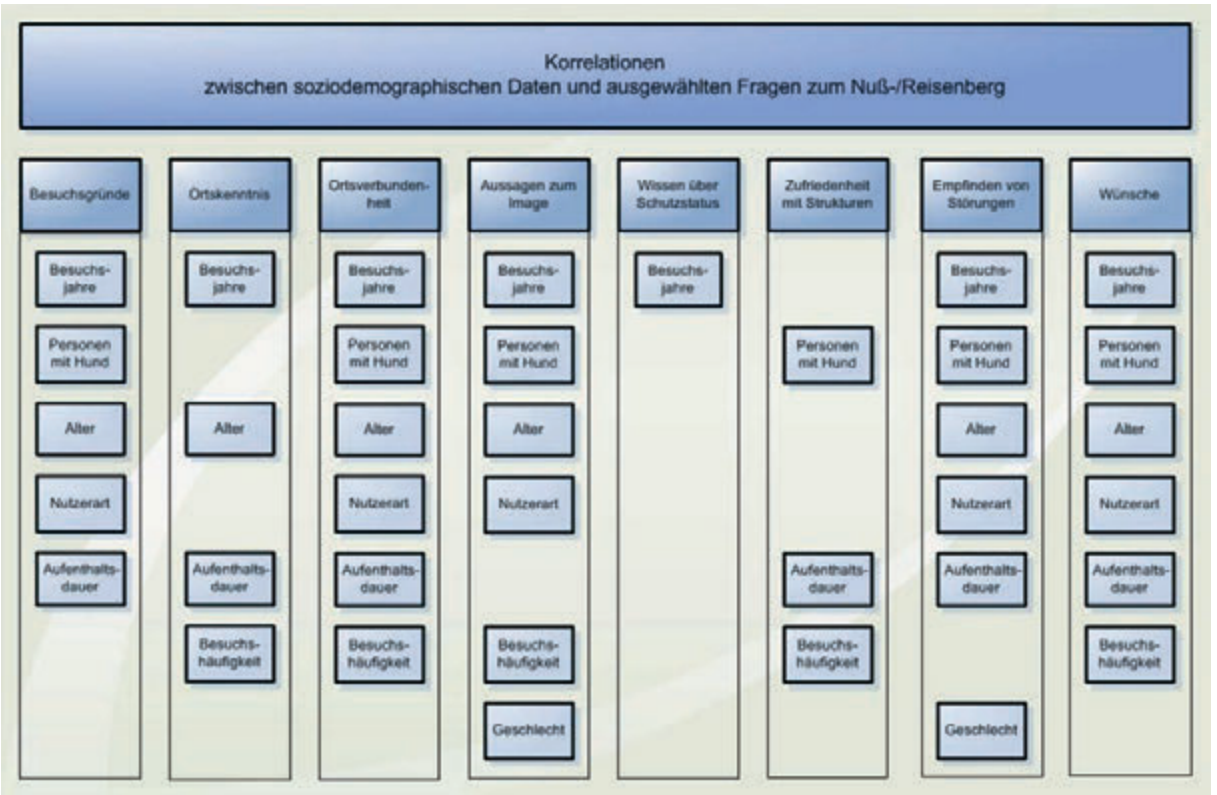


Abbildung 26: Überblick über die Korrelationen zwischen soziodemografischen Variablen und ausgewählten Fragen zum Nuß-/Reisenberg

Einen Überblick über den Zusammenhang zwischen soziodemografischen Variablen und ausgewählten Fragen bietet Abbildung 26: Fast alle soziodemografischen Variablen korrelieren mit den Themenbereichen der Besuchsgründe, der Ortsverbundenheit, der Aussagen zum Image, des Empfindens von Störungen und der Wünsche. Auffallend ist, dass nur wenige Faktoren mit der Ortskenntnis, dem Wissen über den Schutzstatus und der Zufriedenheit mit relevanten Strukturen im Zusammenhang stehen. So kennen sich vor allem Menschen höheren Alters und Personen, die das Erholungsgebiet häufig aufsuchen, besser am Nuß-/Reisenberg aus. Überraschend ist der Zusammenhang mit der Aufenthaltsdauer der Probanden: Je kürzer sie sich am Tag der Befragung am Nuß-/Reisenberg aufhielten, desto besser schätzten sie ihre Ortskenntnis ein. Dies irritiert ein wenig, da eine kurze Aufenthaltsdauer einen kleineren Aktionsradius bedingt, was wiederum eine geringere Ortskenntnis bewirken müsste. Eine Erklärung für dieses Ergebnis könnte sein, dass Befragte, die sich kürzer im Gebiet aufhalten, dieses häufiger besuchen und sich deshalb im Gebiet gut auskennen.

Ein weiterer Themenbereich, mit dem die Aufenthaltsdauer korreliert, ist die Zufriedenheit mit für das Erholungsgebiet relevanten Strukturen. So sind Personen, die sich länger im Gebiet aufhalten, mit dem Angebot an Heurigen und Gasthäusern zufriedener als jene, die sich nur kurz dort aufhalten. Dies ist mit dem Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer und den Besuchsgründen erklärbar, denn je länger die Befragten den Nuß-/Reisenberg besuchen, desto wichtiger ist ihnen ein Heurigen- oder Gasthofbesuch.

Bei Betrachtung weiterer einzelner soziodemografischer Variablen zeigt sich, dass das Geschlecht nur bei zwei Themenbereichen Auswirkungen hat. So finden eher Frauen als Männer, dass es am Nuß-/Reisenberg zu viele Touristen gibt, und dass sowohl Radfahrer, die legal auf Wanderwegen fahren, als auch die Zunahme

von Events stören würden. Es wäre daher naheliegend, dass Frauen verstärkt den Nuß-/Reisenberg zur Ruhe und Erholung aufsuchen und andere Nutzer generell eher als störend empfinden als Männer. Die Ergebnisse bestätigen diese Hypothese jedoch nicht, denn es besteht kein Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den Besuchsgründen oder dem Geschlecht und möglicherweise störenden Gruppen wie Joggern, Nordic Walkern oder freilaufenden Hunden. Generell sind Frauen in Summe jedoch mit dem Erholungsgebiet sowie den Wegen, Weingärten und Heurigen zufriedener als Männer.

Im Gegensatz zum Geschlecht korreliert der Faktor der Besuchsjahre, sprich wie viele Jahre die Probanden den Nuß-/Reisenberg bereits besuchen, mit fast allen relevanten Fragen. So besteht ein Zusammenhang mit dem Besuchsgrund „das Gebiet besser kennenlernen". Umso länger die Befragten den Nuß-/Reisenberg bereits besuchen (in Jahren), desto unwichtiger ist ihnen das bessere Kennenlernen des Erholungsgebiets. Dies verwundert jedoch nicht, da sich die Befragten, die den Nuß-/Reisenberg schon länger besuchen, auch besser im Erholungsgebiet auskennen und dementsprechend das Gebiet nicht mehr besser kennenzulernen brauchen. Die Befragten, die den Nuß-/Reisenberg schon mehrere Jahre aufsuchen, kennen sich nicht nur gut im Erholungsgebiet aus, sie wissen auch vermehrt über den Schutzstatus Bescheid.

Auf das Wissen über das Erholungsgebiet sollte jedoch nicht nur bezüglich der Korrelation mit soziodemografischen Variablen, sondern auch hinsichtlich der großen Bedeutung der Wertschätzung eingegangen werden. Im Zuge der Erhebung musste festgestellt werden, dass nur sehr wenige Befragte über den Schutzstatus des Nuß-/Reisenbergs und über die Ziele und Inhalte des Biosphärenparks Bescheid wussten. Für das Management des Nuß-/Reisenbergs könnte dies zum einen bedeuten, auf Ideen von Besuchern (wie etwa die Errichtung eines Lehrpfades) und somit verstärkt auf die Landschaft einzugehen; zum anderen, den Besuchern einen Einblick in die Bewirtschaftungsart des Gebiets, also in die Geschichte und Bewirtschaftungsweise der Weinbaukultur am Nuß-/Reisenberg, zu geben.

Bei sämtlichen Maßnahmen, die einer In-Wert-Setzung des Erholungsgebiets dienen, sollte allerdings auch bedacht werden, dass die Befragten die Ruhe und das derzeitige Besucheraufkommen an dem Nuß-/Reisenberg sehr schätzen und als große Stärke ansehen. Eine Steigerung der Attraktivität des Nuß-/Reisenbergs wird in Folge neue Besucher anziehen und somit die Ruhe und das derzeit eher geringe Besucheraufkommen des Nuß-/Reisenbergs verändern. Im nachfolgenden Kapitel wird auf Maßnahmen zur In-Wert-Setzung näher eingegangen.

8.2 In-Wert-Setzung

Bei den Überlegungen zur In-Wert-Setzung wurde der Schwerpunkt auf eine Attraktivierung des Gebiets für die Freizeit- und Erholungssuchenden aus Wien und als ein zusätzliches Angebot für Touristen gelegt. Dabei muss beachtet werden, neue sowie bestehende Angebote des Nuß-/Reisenbergs so zu gestalten, dass sie in das Gebiet, die Landschaft und die Region integriert sind und nicht im Widerspruch zu naturschutzfachlichen Erkenntnissen stehen. Ein wichtiger Punkt dabei ist die Einbeziehung der Besucher und der lokalen Bevölkerung, denn ohne sie kann eine In-Wert-Setzung nicht funktionieren, da für eine In-Wert-Setzung auch eine mentale Komponente notwendig ist.

Um eine In-Wert-Setzung sinnvoll planen zu können, sind Kenntnisse über die Geschichte des Gebiets, die Wünsche und Bedürfnisse der Besucher, aktuelle gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen sowie Zielvorgaben der Stadtentwicklung und des Naturschutzes notwendig.

Die In-Wert-Setzung eines Gebiets erfordert eine sensible Vorgangsweise unter Einbeziehung aller Nutzergruppen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass ein Gebiet lediglich „möbliert" wird, das Typische einer Landschaft und der Charakter überformt werden und der besondere Wert verlorengeht. Weiters ist zu beachten, dass 97,8 % der befragten Besucher mit dem Erholungsgebiet bereits sehr zufrieden bzw. zufrieden sind. Eine Aufwertung des Gebiets für neue Nutzergruppen kann somit zu einer Verdrängung derzeitiger Nutzer führen.

Folglich muss die In-Wert-Setzung des Erholungsgebiets Nuß-/Reisenberg auf drei Ebenen erfolgen:

- die In-Wert-Setzung auf der Ebene der Infrastruktur,
- die In-Wert-Setzung auf der Ebene der Wahrnehmung und Wertschätzung des Gebiets durch die Besucher und Bewirtschafter sowie
- die In-Wert-Setzung auf touristischer Ebene.

8.2.1 In-Wert-Setzung auf infrastruktureller Ebene

ERSCHLIESSUNG NEUER NUTZERGRUPPEN

Wie bereits in Kapitel 4.1.2 erläutert, ergaben die Befragungen, dass der Altersdurchschnitt der Besucher vom Nuß-/Reisenberg mit 55,4 Jahren eher hoch ist. Außerdem wurde bei den Zählungen (Kapitel 5.1) eruiert, dass sich nur wenige Besucher mit Kindern (4,8 %) im Erholungsgebiet aufhalten.

Diese Ergebnisse zeigen, dass der Nuß-/Reisenberg momentan vor allem für ältere Personen ein attraktives und gerne genutztes Erholungsgebiet ist, für Familien mit Kindern jedoch keinen großen Anziehungspunkt bietet. Für Besucher mit Kinderwagen oder kleineren Kindern könnten vor allem die vorhandenen Steigungen ein Besuchshindernis darstellen. Weiters zeigen die Befragungsergebnisse, dass die Anlage von Spielplätzen von den derzeitigen Besuchern eher weniger gewünscht wird. Dies kann jedoch daran liegen, dass nur wenige befragte und gezählte Besucher mit Kindern unterwegs waren.

Bei der Erhebung der Infrastruktureinrichtungen im Erholungsgebiet wurden keine Angebote für Kinder aufgefunden. Mittels eines Gestaltungswettbewerbs könnten Ideen und Projekte zur Attraktivierung des Gebiets für Kinder und Jugendliche erarbeitet werden. Um die Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit des Landschaftsraums und Erholungsgebiets nicht zu gefährden bzw. zu unterstützen, soll es sich bei den Einrichtungen nicht um „Standard-Anlagen" handeln, sondern um Elemente, die in die Landschaft eingebunden sind und thematischen Bezug zur Weinbaulandschaft haben. Schulen der näheren Umgebung sollten in diesen Prozess eingebunden werden.

MINDERUNG DES KONFLIKTPOTENZIALS ZWISCHEN DEN NUTZERGRUPPEN

Die Auswertungen der Befragungen haben gezeigt, dass es im Gebiet durchaus Konflikte zwischen den einzelnen Nutzergruppen gibt (siehe Kapitel 4.2.11). Besonders die Nutzergruppen Hundebesitzer und Mountainbiker werden in diesem Zusammenhang genannt. Diese Konflikte treten um so mehr in Erscheinung, je gegensätzlicher die Ansprüche der einzelnen Nutzergruppen sind, und stellen keine gebietsspezifischen Probleme dar (siehe Arnberger et al., 2009, Reimoser et al., 2008). Eine Sensibilisierung der gesamten Bevölkerung ist zur Konfliktminimierung notwendig. Im Gebiet selbst wären Untersuchungen bzgl. einer Machbarkeit und Akzeptanz einer Hundeauslaufzone hilfreich.

Um das Konfliktpotenzial zwischen Wanderern und Mountainbikern zu vermindern, sind vertiefende Untersuchungen hinsichtlich der Besucherströme notwendig. Eine Trennung der Nutzergruppen muss nicht zwangsläufig zielführend sein, wie Froitzheim und Spittler (1997) ausführen. „Eine grundsätzliche Trennung von Wander- und Radwanderverkehr würde zunächst eine weitere Ausweisung von Radwanderwegen zusätzlich zum bestehenden Wanderwegenetz bedingen und ist damit ökologisch fragwürdig. Weiterhin ist zu befürchten, dass Radfahrer auf ausgewiesenen Radrouten weniger mit Fußgänger-Begegnungen rechnen und für sich eine Bevorrechtigung reklamieren, d. h. Radler fahren

schneller, weniger rücksichtsvoll und beanspruchen den Weg für sich alleine."

Hinsichtlich des Autoverkehrs sind basierend auf einer Erhebung des motorisierten Individualverkehrs im Gebiet Verkehrskonzepte zu erstellen, die bspw. Shuttle-Dienste etc. mitberücksichtigen. Da wahrscheinlich die Heurigenbetriebe Mitverursacher des Verkehrsaufkommens sind, sind die Betreiber der Gastronomiebetriebe bei der Konzepterstellung einzubinden.

INFRASTRUKTUREINRICHTUNGEN

Bei der Analyse der Befragungen zeigte sich, dass Verbesserungen im Erholungsgebiet bei bestimmten Infrastruktureinrichtungen gewünscht werden. So wird die Aufstellung von mehr Mistkübeln, Wasserspendern sowie Sitzgelegenheiten von einem Großteil der Befragten genannt. Die Platzierung dieser Infrastruktureinrichtungen muss gezielt und in Abstimmung mit Experten des Naturschutzes erfolgen. Hinsichtlich des Wunsches nach mehr Abfallbehältern sollte Aufklärungsarbeit bei den Zugängen ins Gebiet geleistet werden.

BESUCHERLEITSYSTEM

Besucherleitsysteme sind ein wichtiger Bestandteil eines Erholungsgebiets, um einerseits Wegerelationen aufzuzeigen, aber auch um wichtige Informationen über ein Gebiet sowie Ge- und Verbote zu vermitteln. Wichtig sind hierbei Informationen, die helfen, ins Gebiet zu gelangen, die Orientierung im Gebiet zu ermöglichen, aber auch die Anbindung an den öffentlichen Verkehr erkennbar machen. Informationen über das Gebiet können Angaben über Grundbesitzer, Bewirtschaftungsbesonderheiten, aber auch kultur- und naturhistorische Besonderheiten enthalten. Über ein Labelling kann ein Alleinstellungsmerkmal, wie es der Nuß-/Reisenberg aufweist, noch unterstrichen werden. Da nahezu alle genannten Elemente im Untersuchungsgebiet fehlen, erscheint die Erarbeitung eines umfassenden Besucherleitsystems sinnvoll und notwendig.

WEGEBELAG

Bei den Begehungen des Gebiets und den Aufnahmen sowie Analysen der Erholungsinfrastruktur (siehe Kapitel 6) wurde ersichtlich, dass ein großer Teil des Wegenetzes asphaltiert ist. Asphalt ist jedoch gerade in Erholungsgebieten nicht unproblematisch und sollte vermieden werden: Einerseits haben asphaltierte Wege eine starke Trenn- und Barrierewirkung auf viele Tierarten (vgl. Plachter, 1991 und Jedicke, 1990), andererseits meiden Jogger solche Strecken häufig (Brandenburg et al., 2006) und weichen auf informelle Wege aus. Asphaltierte Wege ermöglichen beim Radfahren auch erhöhte Geschwindigkeiten. Gemeinsam mit den Bewirtschaftern und Wegeerhaltern sind Konzepte für künftige Wegeerhaltungsmaßnahmen zu erarbeiten.

8.2.2 In-Wert-Setzung Wahrnehmung und Wertschätzung

WAHRNEHMUNG UND WERTSCHÄTZUNG DES ERHOLUNGSGEBIETS

Die Auswertungen der Befragungen haben gezeigt, dass die befragten Besucher das Gebiet schätzen (siehe Kapitel 4.1.12): Ein großer Teil gab an, dass der Nuß-/Reisenberg ein wichtiges Erholungsgebiet darstellt und ihnen das Gebiet viel bedeutet. Die Ortsverbundenheit der Besucher ist in Summe groß, diese gilt es zu erhalten und weiter zu fördern. Die Erschließung neuer Nutzergruppen muss unter Berücksichtigung der Anliegen der derzeitigen Nutzer erfolgen.

WAHRNEHMUNG UND WERTSCHÄTZUNG DES WEINBAUS

Ein großer Teil des Nuß-/Reisenbergs ist von der Weinlandschaft geprägt. Diese ist das Charakteristische, das Typische und Einmalige des Landschaftsraums. Die Analyse der Befragungsergebnisse ergab, dass einem großen Teil der Besucher die Bedeutung des Weinbaus und somit der Weinbauern für die Kulturlandschaft bewusst ist. Den Weinbauern ist diese große Wertschätzung für ihre Arbeit und den damit in Zusammenhang stehenden Erhalt der Landschaft und des Landschaftsbildes, wie in der Projektstudie „Landbewirtschaftung und Agrarstruktur am Nußberg und Reisenberg in Wien“ (Kapfer & Frank, 2010) erhoben wurde, jedoch nicht bekannt. Weinbauern fühlen sich eher durch den Diebstahl der Weinblätter oder Trauben gestört (siehe Kapitel 4.2.11) und wünschen sich eine stärkere Wertschätzung ihrer Arbeit und ihres Eigentums. Eine Verbesserung des gegenseitigen Verständnisses kann nur durch ein Zusammenbringen der beiden Nutzergruppen erfolgen. Erste Ansätze über den Weinwandertag wurden schon getätigt. Darüber hinaus sollten jedoch weitere Konzepte erarbeitet werden, u. a. sind dabei auch die Kinder und Jugendlichen zu berücksichtigen.

WAHRNEHMUNG UND WERTSCHÄTZUNG DER NATUR- UND KULTURLANDSCHAFT

Das Erholungsgebiet am Nuß-/Reisenberg ist zum größten Teil eine alte, gewachsene Kulturlandschaft. In dieser Kulturlandschaft haben auch viele Tier- und Pflanzenarten einen Lebensraum gefunden. Doch Intensivierungen oder brachliegende Weinlandschaften können negative Einflüsse auf diese haben und auch zum Verlust dieser führen. Die Befragungen haben ergeben, dass das Landschafts- und Naturerlebnis bei vielen Besuchern sehr wichtige Gründe für ihren Aufenthalt im Gebiet sind. Die Natur spielt somit eine wichtige Rolle bei den Besuchern. Ebenso wird als Stärke des Erholungsgebiets die Landschaft, insbesondere die Weingärten, angesehen. Mit einer Förderung weingartentypischer Elemente können zusätzlich gefährdete Tier- und Pflanzenarten unterstützt werden (z. B. Smaragdeidechse). Das Landschaftsbild wird dadurch bereichert.

Im Rahmen von naturschutzfachlichen Projekten (bspw. Schedl & Klepsch, 1999; 2010–2013 Projekt „Pflege der Trockenlebensräume Mukental“ und Vernetzung von Strukturen der Weinbaulandschaft am Nussberg in Döbling (Wien)“) wurden einige Landschaftselemente schon kartiert. Eine derartige Kartierung sollte auf alle für eine Weinbaulandschaft typischen Elemente erweitert werden. Konzepte für Neuanlagen von Landschaftselementen sowie deren Pflege sind zu erstellen und gemeinsam mit den Bewirtschaftern und interessierten Bürgern umzusetzen. Beispielhaft sei die Perchtoldsdorfer Heide und deren Pflege genannt (Freunde der Perchtoldsdorfer Heide, 2010).

WAHRNEHMUNG UND WERTSCHÄTZUNG DES NATURSCHUTZFACHLICHEN WERTES DURCH WEINBAUERN

Das Untersuchungsgebiet hat einen hohen naturschutzfachlichen Wert, der jedoch durch Intensivierung und auch Extensivierung des Weinbaus gefährdet ist. Eine In-Wert-Setzung des Gebiets aus naturschutzfachlicher Sicht bei den Weinbauern wäre zur langfristigen Sicherung von Lebensräumen für Flora und Fauna und den typischen Elementen einer Weinbaulandschaft hilfreich.

WAHRNEHMUNG UND WERTSCHÄTZUNG BIOSPHÄRENPARK

Bei der Befragung wurde das Wissen der Besucher zu den Schutzgebietskategorien des Erholungsgebiets Nuß-/Reisenberg erhoben. Eine Vielzahl der Befragten wusste, dass der Nuß-/Reisenberg Landschaftsschutzgebiet (60,6 %) und Wald- und Wiesengürtel (51,7 %) ist, jedoch ist das Wissen über das Prädikat „Biosphärenpark" gering (12,2 %). Weiters zeigten die Ergebnisse, dass das Bewusstsein, wofür der Biosphärenpark steht, kaum vorhanden ist. Da die Ziele des Biosphärenparks (Schutz der biologischen Vielfalt, Streben nach wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung, Erhaltung kultureller Werte nachhaltig in Einklang bringen) auch einer positiven Entwicklung des Erholungsgebiets Nuß-/Reisenberg dienen, ist es sinnvoll, die Besucher über den Biosphärenpark zu informieren. Zudem wird durch bewusstseinsbildende Maßnahmen die Wertschätzung für die Region, regionale Produkte und nachhaltige Wirtschaft gefördert.

Mögliche Maßnahmen dazu sind bspw. vermehrte Veranstaltungen des Biosphärenparks Wienerwald im Erholungsgebiet Nuß-/Reisenberg; Lehr-/Erlebnispfad zum Thema Biosphärenpark; Etablierung eines Biosphärenpark-Produkts vom Erholungsgebiet Nuß-/Reisenberg; Informationen zum Biosphärenpark Wienerwald in Heurigen; Einbindung des Biosphärenparks bei bestehenden Veranstaltungen (z. B. Weinwandertag).

8.2.3 In-Wert-Setzung touristische Ebene

Die oben angeführten In-Wert-Setzungs-Vorschläge tragen auch dazu bei, dass das Gebiet für Touristen attraktiver wird. Besonders die Infrastrukturmaßnahmen wie ein Besucherleitsystem kommen den Touristen zugute. Aber auch die Maßnahmen auf der Ebene der Wahrnehmung und Wertschätzung tragen dazu bei, das Gebiet bei den Touristen bekannter zu machen und das Erlebnis „Grinzing" positiv zu verankern.

Weiters muss angeführt werden, dass die Stichprobengröße der Touristen bei den Befragungen zu klein war (siehe Kapitel 4.1.4). Um repräsentative Aussagen tätigen und in weiterer Folge auf diese Nutzergruppe abgestimmte Maßnahmen

planen zu können, wird empfohlen, in einem Folgeprojekt gezielt Touristen zu befragen und relevante Reiseführer sowie die Selbstdarstellung und Vermarktungsstrategien von Wien zu analysieren. Wie im Kapitel 2.2 über die Geschichte schon erwähnt wurde, war die Weinbaulandschaft einst neben dem Ortsgebiet von Grinzing auch ein touristisches Ziel.

Zwar hat die Studie von Kapfer und Frank (2010) zur ökonomischen Situation der Weinbauern ergeben, dass ein Teil der Betriebe ihre Produkte auch ohne die dazu gehörige Landschaft gut vermarkten kann, doch sollten gemeinsam mit den Bewirtschaftern der Weinberge und den Heurigen in Grinzing Überlegungen über eine touristische In-Wert-Setzung der Landschaft durch eine gemeinsame Vermarktung von Landschaft und Wein angestellt werden.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass eine In-Wert-Setzung nicht mit einem Besuch des Nuß-/Reisenbergs gleichzusetzen ist, sondern es geht vielmehr um die Vermittlung, dass der Wein, der angeboten wird, in der unmittelbaren Umgebung angebaut wurde.

9. AUSBLICK

Die vorliegende Studie ist bedingt durch den Projektumfang als eine Vorstudie anzusprechen. Der Stichprobenumfang von 180 Befragungen ermöglicht einen ersten Einblick in soziodemografische und -psychografische Daten der Besucher des Untersuchungsgebiets, lässt jedoch noch keine repräsentativen weiterführenden Schlüsse zu. Da im Rahmen einer Zielgebietsbefragung, wie sie in der vorliegenden Studie durchgeführt wurde, nur Personen erreicht werden, die in das Gebiet gehen, konnten keine Informationen über Gründe, warum der Nuß-/Reisenberg nicht besucht wird, erhoben werden. Im Rahmen der Befragungen wurde außerdem nur eine sehr geringe Anzahl an Touristen (7 Personen) befragt. Auch hier liegt noch Erhebungsbedarf vor.

Für die Nutzergruppe der Besucher bzw. Nichtbesucher der Weinbaulandschaft wird somit für ein Folgeprojekt eine Quellgebietsbefragung vorgeschlagen sowie eine Befragung von Touristen in Wien (bspw. vor typischen Wiener Sehenswürdigkeiten, aber auch vor Heurigen bzw. in Grinzing) und eine erweiterte Zielgebietsbefragung der Besucher des Nuß-/Reisenbergs. Die Befragung sollte sich an die Erhebung der Pilotstudie anlehnen, jedoch fokussierter auf die regionale Identität, das Image des Gebiets sowie eine In-Wert-Setzung abzielen. Besonderes Augenmerk muss dabei auf die Gruppe der Mountainbiker/Jogger gelegt werden, da die Anzahl der Befragten dieser Sportarten bei der vorliegenden Studie nicht repräsentativ ist. Im Zuge dieses Folgeprojektes wäre es auch sinnvoll, eine komplette Erhebung der Erholungsinfrastruktur am Nuß-/Reisenberg sowie in der Umgebung durchzuführen, um somit die Erholungsinfrastruktureinrichtungen vollständig quantitativ und qualitativ zu erheben und zu bewerten.

Zusätzlich sollten die zurückgelegten bzw. die geplanten Routen der befragten Personen erfragt werden, um umfassendere Aussagen zur räumlichen Verteilung der Besucher tätigen zu können. Da die Erhaltung der Landschaft im Wesentlichen von der Bewirtschaftung durch Weinbauern abhängt, ist auch eine repräsentative Befragung der Bewirtschafter des Gebiets notwendig. In dieser Befragung sollten die regionale Identität, die Akzeptanz der Erholungsnutzung in der Kulturlandschaft sowie auch wirtschaftliche Aspekte im Zusammenhang mit der Erholungsnutzung angesprochen werden. Diese Befragung könnte in Zusammenarbeit mit dem Institut für Agrar- und Forstökonomie durchgeführt werden.

Ein hoher Bedarf wird in der Erhebung von Grundlagen sowie der Ausarbeitung von konkreten In-Wert-Setzungs-Strategien gesehen. Dem derzeitigen Stand des Wissens entsprechend fehlen ein Besucherlenkungs- sowie ein Informationskonzept. Sowohl die Besucherbefragung als auch die Befragung der Winzer (vgl. Kapfer & Frank, 2010) haben ergeben, dass ein hoher Informationsbedarf bei den Besuchern besteht, vor allem in Hinblick auf Kenntnisse über das Gebiet, Bewirtschaftungserfordernisse, Wertschätzung etc. Die Ausarbeitung eines Verkehrs-, Besucherlenkungs- und Informationskonzepts muss in Zusammenarbeit mit den Bewirtschaftern des Gebiets und gegebenenfalls mit den Grundbesitzern sowie Vertretern der Freizeit- und Erholungsnutzer und des Tourismus erfolgen. Auf- grund des hohen naturschutzfachlichen Wertes des Gebiets müssen zusätzlich Naturschutzexperten einbezogen werden. Best-Practice-Projekte wie bspw. die Perchtoldsdorfer Heide sollten in Hinblick auf eine Übertragbarkeit einzelner Ideen analysiert werden.

Der Nuß-/Reisenberg hat neben der Bedeutung als Wirtschafts- und Erholungsgebiet einen hohen naturschutzfachlichen Wert, der derzeit sowohl bei den Bewirtschaftern als auch bei den Erholungssuchenden gar nicht oder viel zu wenig bekannt ist. So gehen sowohl durch Intensivierung als auch durch Extensivierung Lebensräume für Flora und Fauna verloren, die gleichzeitig auch oft typische Landschaftselemente einer Weinbaulandschaft sind. Eine Reflektion der derzeitigen Marketingstrategien für den Wiener Weinbau (vgl. Kapfer & Frank, 2010) sollte erfolgen und gegebenenfalls erweitert werden, und zwar in Hinblick auf den hohen naturschutzfachlichen Wert. Hier wird ein partizipativer Forschungs- und Umsetzungsansatz gesehen, der jedoch unter Einbindung der Stadtverwaltung und des Wientourismus erfolgen muss.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Allex, B. (2008): Ziesel am Bisamberg – Umweltbewusstsein der Besucher und ihre Bereitschaft zur Verhaltensänderung zum Schutz einer bedrohten Art, Diplomarbeit, Universität für Bodenkultur Wien

Arnberger, A., Nopp-Mayr, U., Frey-Roos, F., Eder, R., Muralt, G., Tomek, H. & Zohmann, M. (2009): Ökologische und soziale Tragfähigkeiten als Managementherausforderungen für suburbane Biosphärenparke am Beispiel Untere Lobau, ÖAW, Biowissenschaften

Baumgartner, G. (2004): Heurigenkultur und Weinbau in Grinzing. Projektarbeit am Österreichischen Universitätslehrgang für Tourismuswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien

Biosphärenpark Wienerwald, www.bpww.at, Zugriff am 12. 12. 2010

Brandenburg, Ch. (2001): Erfassung und Modellierung von Besuchsfrequenzen in Erholungs- und Schutzgebieten – Anwendungsbeispiel Nationalpark Donau-Auen, Teilgebiet Lobau. Dissertation, Institut für Freiraumgestaltung und Landschaftspflege, Universität für Bodenkultur Wien

Brandenburg, Ch., Arnberger, A. & Muhar, A. (2006): Prognose von Nutzungsmustern einzelner Besuchergruppen in urbanen Erholungsgebieten. In: Schrenk, M, CORP 2006 & Geomultimedia06, 13.–16. Februar 2006, Wien, CORP 2006 & Geomultimedia06, Feb. 13–16 2006, Wien

Brehm, W., Tittlbach, S. & Häußler, V. (2010): Motivationsstudie Outdoorsport, Hrsg.: Messe OutDoor, Friedrichshafen

Freunde der Perchtoldsdorfer Heide (2010), http://www.perchtoldsdorfer-heide.at/Termine/index.html, Zugriff am 18. 12. 2010

Froitzheim, T. & Spittler, R. (1997): Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Mountainbikings. Bielefeld

Jedicke, E. (1990): Biotopverbund. Stuttgart: Ulmer

Kapfer, M. & Frank, S. (2010): Landbewirtschaftung und Agrarstruktur am Nussberg und Reisenberg in Wien. Fallstudien zur ökonomischen und sozioökonomischen Situation landwirtschaftlicher Betriebe im Bereich des Nussbergs/Grinzing, nicht publizierte Zusammenstellung

Klusacek, C. & Stimmer K. (1988): Döbling. Vom Gürtel zu den Weinbergen. Compress Verlag, Wien

Kothbauer, K. (2001): Döbling – und seine Ried- und Flurnamen. Dissertation an der Universität Wien

Magistrat der Stadt Wien, http://www.wien.gv.at, Zugriff am 1. 12. 2010

Plachter, H. (1991): Naturschutz. Gustav-Fischer-Verlag, Stuttgart, Jena

Reimoser, F., Lexer, W., Brandenburg, Ch., Zink, R., Heckl, F., Bartl, A., Ferner, B. & Muhar, A. (2008): Integriertes nachhaltiges Wildtiermanagement im Biosphärenpark Wienerwald, Endbericht, Wien

Schedl, H. & Klepsch, R. (1999): Bericht über die Artenkartierung und Grundlagenerhebung zum Wiener Arten- und Lebensraumschutzprogramm (ALSP) – Smaragdeidechse (Lacerta viridis). Im Auftrag des Magistrats der Stadt Wien MA 22 – Umweltschutz

Schwarz, G. (1982): Grinzing. Wiener Bezirkskulturführer, Heft 28, Jugend und Volk, Wien

Sinhuber, B. & Stumpf, F. (1992): Wien. Metamorphosen einer Stadt. Hugendubel/Swoboda, München

Statistik Austria, http://www.statistik.gv.at, Zugriff am 2. 12. 2010

Statistik Austria (2009): Bildungsstand der 25- bis 64-jährigen Wohnbevölkerung 2008 nach Bundesländern, Jahresdurchschnitte (ohne Präsenz- und Zivildiener). http://www.statistik.gv.at, Zugriff am 2. 12. 2010

Stoeger, H. (1923): Grinzing und seine Weingärten. Ein Beitrag zur Geschichte Wiens. Selbstverlag, Wien

Universität Hamburg, Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie, http://www.kultur.uni-hamburg.de/volkskunde/Texte/Vokus/1998-2/wald.html, Zugriff am 16. 12. 2010

Synthesebericht zum Projektteil: Kulturlandschaftsraum Nußberg/Grinzing Eine Potenzialanalyse

Institut für Geografie und Regionalforschung der Universität Wien
Wien, 2010

AUFTRAGGEBER:

Stadt Wien, Magistratsabteilung 21A
Stadtteilplanung und Flächennutzung Innen-West
1010 Wien, Rathausstraße 14–16
Verantwortlich: DI Jens Sonderegger

AUFTRAGNEHMER:

Institut für Geografie und
Regionalforschung der Universität Wien
1010 Wien, Universitätsstraße 7/5
Projektkorrespondenz:
martin.heintel@univie.ac.at;
norbert.weixlbaumer@univie.ac.at

Ausführendes Projektteam

Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Heintel

Univ.-Prof. Ing. Dr. Norbert Weixlbaumer

Anton Neureiter

Valentin Kraus

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung und Projektrahmen 94
Projektimmanente Fragestellungen 94
Untersuchungsschritte und Ergebnisse 94
Kulturgeografischer Blick auf Grinzing 2010 96
Systemimmanente Widerspruchsfelder 102
Diskussion der Widerspruchsfelder und aufgeworfene Fragen 103
Zur methodischen Vorgangsweise 106
Resümee – Ergebnisse der Pilotstudie 106

ABBILDUNGEN

Karte 1: Untersuchungsraum und Sichtachsen, Grinzing 2010 95
Karte 2: Sichtachse Nussberg, Thematischer Schwerpunkt: Räumliche Konfliktpotenziale 97
Karte 3: Sichtachse Reisenberg, Thematischer Schwerpunkt: Gastronomie/Heurige 100
Abbildung 1: Blick vom Aussichtspunkt, Sichtachse Süd; eigene Aufnahme 98
Abbildung 2: Blick vom Aussichtspunkt, Sichtachse Ost; eigene Aufnahme 102

Einleitung und Projektrahmen

Die Wiener Reblandschaften stellen einen für Bevölkerung, Wirtschaft und Tourismus bedeutenden und überregional bekannten Landschaftstyp dar. Wien gilt als einzige Hauptstadt der Welt mit einem derartigen, in den Stadtkörper integrierten Kulturlandschaftstyp. Dieser ist in verschiedene legistisch wirksame Instrumente eingebunden bzw. dadurch geschützt: Wiener Wald- und Wiesengürtel, Biosphärenpark, historische Heurigenverordnung etc. Letztere, aus dem 18. Jahrhundert stammende „Zirkularverordnung" (periodische Ausschank- und Verkaufserlaubnis von Selbsterzeugnissen der Weinbauern) war Grundlage für die Heurigenkultur, welche bis heute fortlebt. Allerdings ist diese Kultur sowie die ihr zugrundeliegende Landschaft ständigen Überformungen und zu Beginn des 21. Jahrhundert zahlreichen Stressfaktoren (z. B. Siedlungs- und Freizeitdruck) unterworfen. Einige dieser Umbrüche und Gestaltungstendenzen sowie bestimmende Kulturlandschaftselemente galt es, im folgenden Projektteil zu charakterisieren. Darüber hinaus sollten zukünftige potenzielle Fragestellungen abgeleitet werden.

Für das Projekt Kulturlandschaftsraum – eingebettet in ein Gesamtpilotprojekt zu Grinzing – wurde als Ziel definiert, die kulturlandschaftliche Gestalt am Beispiel eines Landschaftsfensters aufzuarbeiten und zu analysieren. Es galt, ein Tool zu entwickeln, das auf weitere Beispiele – vergleichbare Stadtgebiete Wiens – anwendbar ist und die Dynamik von Kulturlandschaft zwischen Bewahrung und Innovation begreifen hilft.

Das Projekt zu einer kulturgeografischen Analyse von Grinzing startete mit einer Pilotphase, in welcher typische topografische Landschaftselemente dargestellt wurden. Kulturgeografische Besonderheiten galt es „in Szene zu setzen", d. h. sichtbar zu machen. Kulturlandschaftselemente oder stadtmorphologische Besonderheiten sollten beispielsweise herausgegriffen werden.

Projektimmanente Fragestellungen

Welche Werte repräsentiert diese Kulturlandschaft? Welches Konfliktpotenzial besteht hinsichtlich der verschiedenen Nutzungsinteressen?

Wie kann es gelingen, die Kulturlandschaft Grinzings einerseits zu erhalten und andererseits innovativ in Wert zu setzen? Welche Möglichkeiten gibt es, das Bewusstsein für die durch die Kulturlandschaft repräsentierten Werte zu stärken?

Untersuchungsschritte und Ergebnisse

SCHRITT 1: DEFINITION DES UNTERSUCHUNGSRAUMS (LANDSCHAFTSFENSTERS) UND ERUIERUNG VON SICHTACHSEN

Der Untersuchungsraum wurde in Zusammenarbeit mit verschiedenen Magistratsabteilungen der Stadt Wien abgegrenzt. Die Abgrenzung sollte ein repräsentatives Grinzinger Landschaftsfenster öffnen. Daraus wurden wiederum zwei Sichtachsen ausgewählt.

Der Untersuchungsraum ist durch folgende Landschaftselemente und Verkehrswege umgrenzt:

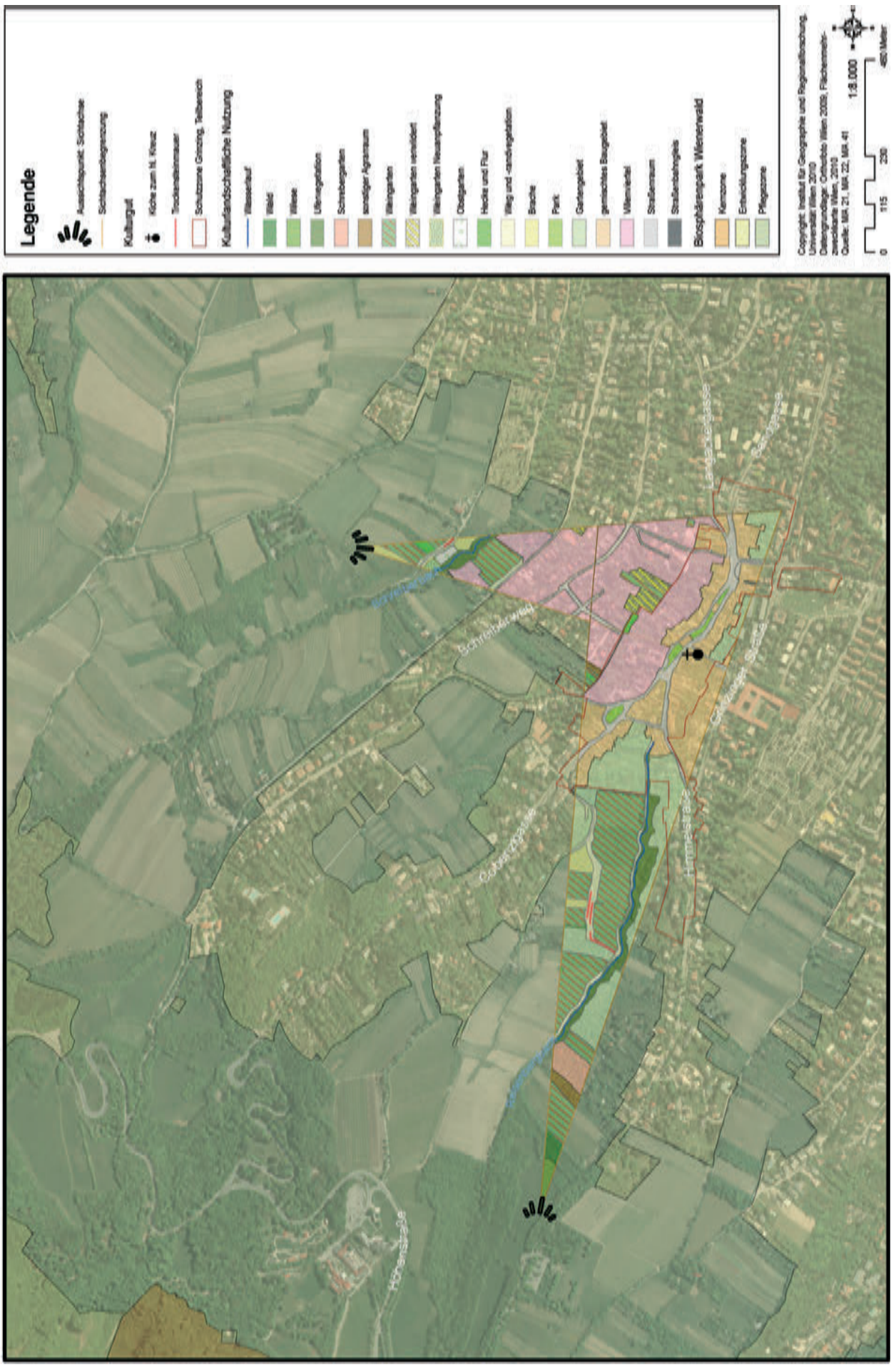
Im Norden: Obere Höhe Krapflwaldbad.

Im Westen und Süden: Reisenbergbach (Paula-Wessely-Weg), Himmelstraße, Sandgasse – wobei Grinzing als Gesamtort, ebenso wie der Nußberg im Nordosten als Landmarke mit betrachtet werden.

Im Osten und Norden: Kreuzung Schreiberweg, Langackergasse und Wildgrubgasse, Kahlenberger Straße Richtung Nord (Schreiberbach)

Naturräumlich ist das engere Untersuchungsgebiet die Region zwischen Reisenberg- und Schreiberbach. Begrenzt im Nordwesten durch das Krapflwaldl und im Südosten durch die südliche Verlängerung der Kahlenberger Straße.

KARTE 1: UNTERSUCHUNGSRAUM UND SICHTACHSEN, GRINZING 2010



Die beiden Sichtachsen sollten den Blick auf die wesentlichen, kulturlandschaftsbestimmenden Elemente Grinzings legen. Siehe dazu Karte 1, welche als wahrnehmbare Grundlage das Orthofoto sowie die Biosphärenpark-Wienerwald-Zonierung hat. Die Achsen wurden so gewählt, dass sie sich im rechten Winkel zueinander im Zentrum Grinzings treffen. Die in der Übersichtskarte schematisierten Blicke schwenken einerseits vom Nußberg und andererseits vom Reisenberg nach Grinzing, um sich dort zu überschneiden. Ihr Winkel zueinander wurde durch die Typizität der bestimmenden Kulturlandschaftselemente definiert. Dazu zählt die Ausstattung der Weingartenlandschaft genauso wie der Siedlungskörper.

SCHRITT 2: DARSTELLUNG DER IDENTIFIKATIONSSTIFTENDEN LANDSCHAFTSELEMENTE

- KULTURLANDSCHAFTSCHARAKTERISTIK
- ANALYSE DER VIELGESTALTIGKEIT DER KULTURLANDSCHAFT

Folgt man den Blickwinkeln im Einzelnen, so lässt sich die Kulturlandschaft in ihrer großen Vielgestaltigkeit charakterisieren und analysieren. Eine Vielgestaltigkeit, die durchaus der Pflege- und Entwicklungszone eines Biosphärenparks gerecht wird.

Kulturgeografischer Blick auf Grinzing 2010

ERLÄUTERUNG DER SICHTACHSEN

Um den historischen Grinzinger Ortskern aus verschiedenen Perspektiven betrachten zu können, wurden zwei Sichtachsen aus unterschiedlichen Himmelsrichtungen festgelegt. Die Aussichtspunkte wurden so angeordnet, dass einerseits die spätgotische Grinzinger Kirche den Bezugspunkt für beide Blickwinkel bildet, andererseits unterschiedliche kulturgeografische Merkmale zutage treten. Die Sichtachsen sind nicht so zu verstehen, dass alle erhobenen kulturgeografischen Elemente mit freiem Auge vom jeweiligen Aussichtspunkt aus erkennbar sind. Dies ist aufgrund der Topografie, der Kleinräumigkeit einzelner Merkmale sowie der großen Distanz nicht möglich. Vielmehr soll der realmögliche Blick mittels kartografischer Darstellung geschärft und vertieft werden, sodass über die kulturlandschaftlichen Eigenheiten Lagebeziehungen erkennbar werden, die sowohl historischen Werdegang als auch räumliche Konfliktpotenziale aufzeigen. Den Sichtachsen wird dabei eine thematische Gewichtung zuteil, wobei zum einen die gastronomische Komponente, zum anderen die unterschiedlichen Nutzungsansprüche und -interessen, auch in Hinsicht auf die zukünftige Entwicklung des berühmten Weinanbaugebiets, angesprochen werden.

KARTE 2: SICHTACHSE NUSSBERG
THEMATISCHER SCHWERPUNKT: RÄUMLICHE KONFLIKTPOTENZIALE

Der Aussichtspunkt der Sichtachse Süd liegt etwas südlich der Kahlenberger Straße. Von Osten kommend biegt nach dem geschlossenen Bebauungsgebiet ein Feldweg in die Weinberge des Nußbergs, wo sich der Aussichtspunkt auf einer Brachfläche befindet. Der Standort des gewählten Aussichtspunktes befindet sich nicht mehr in Grinzing, bietet aber einen guten Überblick von Norden her Richtung Grinzinger Ortskern. Die Sichtachse Süd liegt anders als die Sichtachse Ost quer zum Talprofil, somit schweift der Blick schräg über die Ausläufer der Hügel des Wienerwaldes in das Untersuchungsgebiet. Dies ermöglicht zunächst einen guten Blick auf den gegenüberliegenden Hang südlich des Schreiberbaches. Das Muckental, das sich durch den Schreiberbach in den Flysch eingeschnitten hat, weist vor allem am Nussberg starke Hangneigungen auf. Die Höhenlage des Aussichtspunktes erlaubt es zudem über den Gegenhang und darüber hinaus über die Dächer der Grinzinger Villen südwärts in den Ortskern zu blicken.

Abbildung 1: Blick vom Aussichtspunkt, Sichtachse Süd; eigene Aufnahme

NATURRÄUMLICHE NUTZUNG UND KONFLIKTPOTENZIAL

Einige Besonderheiten aus naturräumlicher Sicht sind im nördlichen Teil der Sichtachse anzutreffen. Die auf den Aussichtspunkt spitz zulaufende Sichtachse wird am Hang des Nußbergs von drei unterschiedlichen naturräumlichen Nutzungen geprägt. Die Flächen bestehen aus Weingärten, einer Brache sowie einer heckenartigen Strauchvegetation, wobei diese als ökologisch wertvoll zu bezeichnen und in der Sichtachse einzigartig ist.

In der Tallage der Sichtachse, nördlich des Schreiberbaches, sind ebenso unterschiedlich genutzte Flächen zu finden. Die Kleinstrukturiertheit dieser zeigt sich in einer Abfolge von landwirtschaftlich genutzten Abschnitten wie einem neu angepflanzten Weingarten, einem Obstgarten und einer Brache. Nördlich der letztgenannten ist eine Trockensteinmauer auszumachen.

Am südlich gelegenen Schreiberbach findet man beidseits des Gewässers üppige Ufervegetation. Der gut einsehbare Gegenhang weist Weingärten auf, die vom Villenviertel nahezu eingeschlossen sind. Hier wird der starke Siedlungsdruck auf traditionell geprägte und ortstypische Agrarräume sichtbar. Der Großteil der „Sichtachse Nußberg“ wird vom Villenviertel eingenommen und ist somit das prägende Element des Landschaftsfensters.

Auffallend in dieser Sichtachse ist darüber hinaus die relativ hohe Anzahl an verwilderten Weingärten. Laut Auskunft einer Winzerin sind die meisten dieser verwilderten Flächen in Besitz einer Person, die diese derzeit weder verpachten noch verkaufen möchte. Es ist anzunehmen, dass diese Flächen viele Interessenten reizen werden.

In diesem Zusammenhang kann abermals der Siedlungsdruck auf noch bestehende Agrarflächen beobachtet werden. So befindet sich ein weiterer vom Siedlungsraum umschlossener Agrarbereich, der als teilweise nicht mehr bewirtschaftet vorgefunden wurde, inmitten der von großen Einfamilienhäusern geprägten Bebauungsstruktur. Hier erkennt man die Gefahr vom Verlust innerörtlicher Agrarflächen. Dies würde eine weitere Verarmung der historisch gewachsenen Heterogenität der Flächennutzung mit sich bringen.

BESONDERES MERKMAL AM RANDE DER „SICHTACHSE NUSSBERG“:

Der Aussichtspunkt wurde auch deshalb gewählt, um die beispielhafte Situation von zwei unterschiedlich strukturierten, gleichwohl benachbarten Heurigen darzustellen. Wenn man die Sichtachse im Bereich Wildgrubgasse, nördlich des Schreiberbaches nach Westen hin aufbricht und erweitert, erkennt man die benachbarten Betriebe, wobei einer als traditionell klein strukturierter Heuriger betrachtet werden kann. Der nebenstehende wirkt hingegen ausladend, überdimensioniert und architektonisch ortsfremd. Das Beispiel kann stellvertretend für eine der regionsspezifischen Konfliktsituationen herangezogen werden.

KARTE 3: SICHTACHSE REISENBERG
THEMATISCHER SCHWERPUNKT: GASTRONOMIE/HEURIGE

Der Aussichtspunkt der Sichtachse Reisenberg wurde direkt nördlich der Himmelstraße, in etwa parallel zur Bellevue Höhe gewählt. Die Sichtachse folgt der Geländeform des ausstreichenden Wienerwalds in den Ortskern. Der Blick schweift über den Reisenbergbach auf den lang gestreckten Gegenhang, einen Ausläufer des Reisenbergs, bevor hangabwärts die höchsten Gebäude des Grinzinger Ortskerns erkennbar werden. Auffallend in dieser Sichtachse ist der Übergang von Agrarflächen zu Schrebergärten und ausladenden Privatgärten südlich des Reisenbergbaches. Nördlich des Reisenbergbaches, an den in Richtung Grinzing auslaufenden Südhängen des Reisenbergs, sind größere Weinanbauflächen sowie die regionstypischen Trockensteinmauern auszumachen.

Die West-Ost-gerichteten Hangformen erlauben nun einen tiefergehenden Blick in das bebaute Stadtgebiet, das von einer Vielzahl von gastronomischen Betrieben geprägt wird.

DIESE BETRIEBE WURDEN IN DREI KATEGORIEN EINGETEILT:

Die Kategorie „Gaststätten" bezieht sich auf alle derzeit noch in Betrieb befindlichen gastronomischen Betriebe in der Sichtachse. Von den insgesamt 26 gastronomischen Betrieben können 13 dieser als Heurige betrachten werden.

Die Kategorie „ehemalige Heurige" bezieht sich auf Betriebe, die in letzter Zeit ihre Pforten geschlossen haben. Diese Heurige werden beispielsweise noch auf einer Schautafel in Grinzing angeführt oder sind im Web zu finden, sind aber augenscheinlich nicht mehr in Betrieb. Im Zuge unserer Kartierung sind sieben ehemalige Heurige aufgefallen.

Die Kategorie „historische Gastronomie" hat als Grundlage das Buch „Grinzing und Sievering: die Dörfer unter'm Himmel" von Franz Mazanec. Hier wurden historische Aufnahmen von zwei in der Sichtachse vorgefundenen Gebäuden mit der Situation heute verglichen. Der ehemalige Betrieb von Robert Jelinkek in der Himmelstraße 3, der als Heurigenproviant ausgewiesen wurde, wird heute gemischt genutzt. Im Erdgeschoß wurde ein Geschäft für Gartengestaltung vorgefunden, das Obergeschoß ist der Wohnnutzung vorbehalten. Der zweite Betrieb, damals „Pöltingerhof", beherbergt heute das Postamt und einen Vertrieb für Edelbrände.

Es ist offensichtlich, dass die Anzahl der Heurigen im Abnehmen begriffen ist. Die Größe einzelner ausgebauter Heurigen im Ortskern wirkt hingegen überdimensioniert und befremdlich.

SCHRITT 3: ERUIERUNG DES GEFÄHRDUNGSPOTENZIALS DER SPEZIFISCHEN LANDSCHAFTS- UND SIEDLUNGSCHARAKTERISTIK UND ABGABE VON EMPFEHLUNGEN FÜR ERFORDERLICHE HANDLUNGEN ANHAND VON FRAGESTELLUNGEN

Die Kulturlandschaft Grinzings ist weltberühmt, ihre Besonderheiten und Stärken ausführlich dokumentiert. Auch die aktuellen Problemfelder wie der Verkauf traditioneller Heurigenbetriebe („Heurigensterben") und die Ortsbildgestaltung Grinzings sowie der zunehmende Druck durch Immobilienspekulanten auf Flächen am Rande der gewidmeten Siedlungsgebiete sind bekannt und medial präsent. Die Stadt Wien hat vielfältige politisch legitimierte Rechtsgrundlagen, um unerwünschten Entwicklungen der Kulturlandschaft und des Ortsbildes entsprechend antizipativ zu begegnen.

Es geht den Projektnehmern im Folgenden somit weniger darum, bekannte Stärken und Schwächen neuerlich aufzulisten, sondern daraus resul-

Abbildung 2: Blick vom Aussichtspunkt, Sichtachse Ost; eigene Aufnahme

tierende Interaktionen und Widersprüche sowie zukünftig mögliche Interventionsfelder anhand von Fragestellungen, die zugleich auch Impulse für zukünftige Antwortfelder darstellen, aufzuzeigen.

Systemimmanente Widerspruchsfelder

- Bewahrung versus Innovation (Vergangenheit versus Zukunft)
- Schützen versus Nützen
- Spekulation versus Nachhaltigkeit
- Öffentliches Interesse versus privatwirtschaftliches Interesse (konkurrierende Steuerungslogiken)
- Partizipation/Kooperation versus Einzelinteressen
- Massentourismusdestination versus Wiener Grätzel
- Offenheit („Neues") versus Geschlossenheit (Old Boys Network, Gatekeeper-System, sklerotische Milieus, Parteitradition)

Widersprüche, wie hier angeführt, sind in der Regel nicht auflösbar, sondern systemimmanent. Sie bieten Chancen, indem sie gleichzeitig Problemlagen aufreißen. Ein Investor steht mit seinen Interessen unter Umständen im Widerspruch zur gesetzlich legitimierten Basis der Flächenwidmung in Wien, schätzt aber gleichzeitig die kulturlandschaftliche Vielfalt im Sinne der Investitionsgrundlage oder des Erholungswertes genauso, wie sie von der Stadt Wien als schützenswert und einzigartig gesehen wird.

Es geht bei einem kulturgeografischen Blick auf Grinzing somit nur vordergründig um die Morphogenese der Landschaft bzw. die gewachsene Kulturlandschaft und ihrer siedlungsgestalterischen Ausformung anhand des Grinzinger

Ortsbildes. Hintergründig v. a., wenn es um einen Gestaltungsanspruch geht, liegt das Augenmerk auf sozialen Interaktionen, die eben Gestaltungsansprüche und -möglichkeiten implizieren.

Diskussion der Widerspruchsfelder und aufgeworfene Fragen

BEWAHRUNG VERSUS INNOVATION – VERGANGENHEIT VERSUS ZUKUNFT

Übergänge passieren in der Regel nicht, sie müssen organisiert werden. Grinzing als „alter Winzerort" hat viele Brüche erlebt. Die Riede werden vielfach nicht mehr von Grinzingern bewirtschaftet, sondern von Wiener Topwinzern auch von jenseits der Donau oder von „Neueinsteigern". Das Ortsbild ist in seiner ursprünglichen Funktionalität nicht mehr zu halten, zu viele Veränderungen (Immobilienverkäufe, Nahversorgung, Verkehr) fanden in den vergangenen Jahrzehnten statt. Wird das erstellte Kartenmaterial betrachtet, so zeigt sich, dass im Ortskern Grinzing zahlreiche „ehemalige Heurige" verortbar sind.

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Wie können Übergänge organisiert werden? Die „Initiative Leitbild Grinzing" als Planungsprozess hat hier einen essentiellen Beitrag geleistet.
- Bedarf es einer restriktiveren Steuerung von Planungsmaßnahmen, Immobilienbewirtschaftung etc.? Derzeit verfügbare Instrumente wie der Flächenwidmungs- und Bebauungsplan begründen die Rechtslage.

- Wie kann es gelingen, Innovationen im Weinbau auch in Grinzing sichtbar zu machen bzw. zu unterstützen (Beispiel: Junge Winzergeneration und diesbezügliche Architektur im Burgenland)?

SCHÜTZEN VERSUS NÜTZEN

Regionalentwicklung im Kontext von Gebietsschutz findet – mit wenigen Ausnahmen – in Österreich in touristisch schwächeren Regionen statt. Biosphärenparks mit partiellem Schutzstatus sind vielfach zur Ankurbelung der lokalen Wirtschaft und des Tourismus gegründet worden (Beispiel Großes Walsertal). Der Biosphärenpark Wienerwald (vgl. Karte mit Entwicklungszone, Pflegezone und Kernzone auf enger Nachbarschaft zum Grinzinger Ortskern) nimmt in einer vergleichenden Debatte einen Sonderstatus ein. Die Vielzahl der Trägergemeinden, die Nähe zur Bundeshauptstadt Wien und die Diversifikation sind Basis anders gewichteter Zielsetzungen. Der Biosphärenpark Wienerwald ist somit weniger als Motor zur Entwicklung des Speckgürtels implementiert worden, sondern mehr dazu, die Funktionsvielfalt auch zukünftig zu sichern und den Wienerwald als Schutzgürtel zu bewahren. Schützen und Nützen waren daher immer schon ein systemimmanenter Widerspruch und wurde nicht erst durch die Implementierung des Biosphärenparks (wie oft bei anderen Beispielen des Gebietsschutzes) hervorgerufen.

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Wie kann die Balance zwischen Schützen und Nützen, über die in der betroffenen Region ein weitgehender Konsens besteht, auch zukünftig erhalten werden?
- Wie kann es gelingen, Partizipation in den Trägergemeinden zu diesem Projekt zu sichern?
- Welcher Anreizsysteme bedarf es, um den Biosphärenpark Wienerwald stärker als positives Instrument der Raumentwicklung zu besetzen?

SPEKULATION VERSUS NACHHALTIGKEIT

Ein Ergebnis der Kartierungsarbeiten ist, dass es innerhalb der Sichtachsen überraschend viele Bracheflächen und verwilderte Rebflächen gibt, diesen jedoch nur wenige Neuanpflanzungen gegenüberstehen. Eine qualitative Erhebung bzw. Interviews mit den diesbezüglichen Grundbesitzern konnte im Rahmen dieses Projektes nicht durchgeführt werden – wären jedoch u. U. sehr aufschlussreich.

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Warum sind die Brachen nicht im Sinne ihrer Widmungstradition (z. B. Weinbau) in Wert gesetzt?
- Gibt es einen signifikanten Trend, der Immobilienspekulationen im Wachsen sieht?
- Ist eine Vielfalt an Gründen für die Brachen verantwortlich (z. B. Erbfolgen, Betriebsstilllegungen,„Desinteresse" etc.)?
- Sind die Brachen mehrheitlich an den Siedlungsgrenzen?
- Erhöhen Brachen an der Siedlungsgrenze den Siedlungsdruck durch Investoren/Spekulanten?

ÖFFENTLICHES INTERESSE VERSUS PRIVATWIRTSCHAFTLICHES INTERESSE – KONKURRIERENDE STEUERUNGSLOGIKEN

Das öffentliche Interesse ist in der Regel politisch legitimiert und findet in einem Mehrheitswahlrecht das Fundament in der Gesetzgebung. Öffentliche Güter wie Landschaftsschutzgebiete, Schutzzonen im Ortskern Grinzing (siehe Karte), der „Wienerwald", sind durch Gesetze und Förderinstrumente in der Regel gut abgesichert, das öffentliche Interesse, die Aufmerksamkeit darauf tritt jedoch damit auch in den Hintergrund. Vielfach fehlen entsprechende Lobbys, um auf aktuelle Probleme aufmerksam zu machen.

Die „Wirtschaft" agiert in einer anderen Steuerungslogik, indem immer neue Wege der Investition gesucht werden, auf unterschiedlichen Ebenen Druck erzeugt wird und Veränderung sowie Wachstum explizit gewünscht sind. Zusätzlich steht ein Privatbesitz auch immer wieder in Konkurrenz zu einem öffentlichen Gut (Beispiel Denkmalschutz).

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Wie kann es gelingen, Grinzing als attraktiven Wirtschaftsraum (Heurigenbetriebe, Kleingewerbe etc.) zu sichern, ohne dabei die bereits ausformulierten Zielsetzungen zu gefährden?
- Wie können zukünftig Entwicklungen vermieden werden, sodass keine Nutzungsänderung von Flächen und Betrieben stattfindet?

PARTIZIPATION/KOOPERATION VERSUS EINZELINTERESSEN

Leitbildprozesse, so sie erfolgreich sein sollen, setzen Kooperationsbildung bzw. -fähigkeit voraus. Partnerschaftsprojekte, Netzwerke, partnerschaftliche Projektfinanzierungen – all das sind Beispiele, die Kooperationen zwischen Verwaltungseinrichtungen, zwischen den KMUs usf. fördern sollen.

Der öffentliche Förderrahmen schafft an diesen Schnittstellen immer mehr Anreizsysteme zur Kooperationsförderung. Auch wenn Kooperation als sozialintegrativer Prozess nicht verordnet werden kann, findet sie aufgrund dieses programmimpliziten Anreizsystems vielfach statt, manchmal gelingt sie sogar. Der Widerspruch in Leitbildprozessen, Vernetzungsprojekten wie dem Biosphärenpark etc. besteht darin, Projekte zu finanzieren, wenn Kooperationen im Projektantrag vorgesehen sind.

Ist die Finanzierungssicherung einmal gelungen, muss Kooperation noch lange nicht funktionieren. Die Kooperation ist dann in der Antragsphase stecken geblieben (Stichwort „Alibipartner" etc.). Kooperation kann somit „nicht verordnet werden".

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Welcher Kooperationsanreize bedarf es in Grinzing, um Kooperationsfähigkeit zu erzeugen?
- Wie kann über die Vielzahl der vorhandenen Einzelinteressen kollektive Energie erzeugt werden?

MASSENTOURISMUSDESTINATION VERSUS WIENER GRÄTZEL

Werden Reiseführer oder Wienwerbefolder aufgeschlagen, so wird „Heurigenseeligkeit" in Grinzing vermittelt. Diese gibt es noch in Ansätzen, vielleicht jedoch mehr in Stammersdorf, Mauer, Neustift oder anderen Teilen Wiens. Grinzing steht im Widerspruch zwischen Massentourismus (Buskontingente, Gasthausatmosphäre statt Heurigenbuffet) und dem nach außen transportierten Wunsch nach einem originalen Wiener Grätzel der Gemütlichkeit und der Überschaubarkeit.

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Wie kann es gelingen, dem transportierten Image der Gemütlichkeit gegenüber Touristen gerecht zu werden bzw. einen Imagewandel bei Insidern einzuleiten?
- Welche Fördermaßnahmen und Anreizsysteme können ehemaligen traditionellen Heurigen, die bereits zugesperrt haben (siehe Karte), zur Neueröffnung motivieren?

OFFENHEIT („NEUES") VERSUS GESCHLOSSENHEIT – OLD BOYS NETWORK, GATEKEEPER-SYSTEM, SKLEROTISCHE MILIEUS, PARTEITRADITION

Döbling ist einer jener Wiener Bezirke, die eine lange parteipolitische Tradition der ÖVP haben, Grinzing ist ein Teil davon. Grinzing hat „alteingesessene Familienclans", die ihr monetäres wie geistiges Erbe gezielt verwalten und an die nächsten Generationen weitergeben (wollen). Teile Grinzings haben ein Sozialgefüge, das selektiv ist und dadurch eine Durchmischung erschwert. Kapital spielt dabei eine nicht unwesentliche Rolle, ebenso wie Beziehungen, wirtschaftliche und politische Netzwerke. „Emotionale Bodenhaftung" (die Bindung zum eigenen Weinbaubetrieb etc.) steht jedoch auch manchmal im Widerspruch zur Tatsache, dass die nächste Generation das familiäre Erbe aus unterschiedlichen Gründen nicht antreten will.

Daraus resultierende Fragestellungen sind:

- Sind manche Schlüsselakteure tendenziell gegenüber Neuerungen schwer motivierbar?
- Wie wirken sich Immobilienkäufe von internationalen Investoren auf das Sozialgefüge von Grinzing aus?
- Inwieweit stärkt/schwächt eine Durchmischung (ebenso Bewirtschaftungen von Rebflächen durch „externe" Winzer) die kollektive Steuerungskraft?
- Kann die Stadt Wien/Wirtschaftskammer etc. Unterstützungen bei der erblichen Übernahme (oder auch Neuübernahme von etablierten Winzern) von traditionellen Familienbetrieben gewähren?

Zur methodischen Vorgangsweise

FOLGENDE UNTERSUCHUNGSTECHNIKEN GELANGTEN ZUR ANWENDUNG:

- Recherche relevanter Studien sowie der Datengrundlagen
- Geländeaufnahme: Kartierung des physiognomischen Erscheinungsbildes – basierend auf bereits bestehendem Datenmaterial (GIS-basiert)
- Verschneidung der Kartierungsergebnisse mit hermeneutischen Befunden: Begehungen, Beobachtungen und Interpretationen vor Ort

Mittels dieser Methoden wurde ein geografisches Tool entwickelt, das es erlaubt, eine synthetisierende und prospektive Analyse von Kulturlandschaft durchzuführen. Ergänzungen mit tiefer greifenden Techniken (z. B. teilnehmende Beobachtung, Tiefeninterviews, Rückkoppelungsschleifen) und weiterführenden Verschneidungen mit zusätzlichen Daten hätte den Rahmen dieses Projektes gesprengt, würde jedoch zu einer Bereicherung des Befundes führen.

Diese Vertiefung sollte in einem Folgeprojekt vorgenommen werden. Bereits angerissene interdisziplinäre Kooperationen mit universitären Instituten der Universität für Bodenkultur betreffend Landschaftsentwicklung und Agrarökonomie (Weinbau) gehörten ausgebaut.

Insgesamt wurde in diesem kleinen Pilotprojekt ein Tool entwickelt, auf dem weiterführende Untersuchungen aufgesetzt werden können. Hierbei bietet sich die Interventionsforschung an, die über Interviews mit Betroffenen und Rückkoppelungen der Ergebnisse an die Interviewten bzw. Arbeitskreise und Lenkungsgruppen des Leitbildprozesses Reflexionsschleifen induziert, mit dem Anspruch, im Rahmen von Workshops „Interventionen im System" zu tätigen und damit Veränderungen herbeizuführen bzw. auch Bestehendes gezielt zu erhalten.

Resümee – Ergebnisse der Pilotstudie

Da die Wiener Rebkulturlandschaften und hier allen voran Nußberg-Grinzing einen überregional bedeutenden und sehr spezifischen Kulturlandschaftsraum darstellen, ist es lohnend – neben einem Besuch vor Ort –, diesen Landschaftstyp zu analysieren. Einerseits über die methodische Zugangsweise von repräsentativen Landschaftsfenstern, andererseits über das Analysieren von möglichen Interventionsfeldern in diesem Stadtteil.

Betrachtet man die zwei gewählten Landschaftsfenster

a) „Sichtachse Nußberg" und

b) „Sichtachse Reisenberg",

so legt ein kulturgeografischer Blick folgende Charakteristika – Typizitätsmerkmale – frei:

Durch den auslaufenden Wienerwald ist das Landschaftsbild mit teils sanften Hügeln, aber auch stark eingeschnittenen West-Ost-gerichteten Tälern mit relativ steil abfallenden Hängen vorgegeben.

Diese Landschaftscharakteristik bietet die Grundlage für die vielschichtige, kleinräumige Flächennutzung des Untersuchungsgebiets, wenngleich die gebietsbezogene Leitfunktion dem Weinbau zugesprochen werden kann, der nach wie vor identitätsstiftenden Charakter besitzt.

In fußläufiger Erreichbarkeit des Grinzinger Ortskerns sind langgestreckte Hecken, Trockensteinmauern, Weg- und Randvegetation sowie Ufervegetation in Bachnähe anzutreffen. Diese stellen ökologisch wertvolle Flächen dar, die durch die ehemals kleinflächig verteilten Besitzstrukturen der Grinzinger Weinbaugebiete (noch) biotopverbindenen Charakter haben. Der Beginn des Reisenbergweges, der, vom Ortskern kommend, Hohlwegcharakter aufweist, stellt darüber hinaus ein weiteres typisches Landschaftselement von Grinzing dar, das sich teilweise ortstypische Ursprünglichkeit erhalten konnte.

Das herausragende Merkmal der Kulturlandschaft Grinzings ist demnach das räumliche Naheverhältnis unterschiedlicher Flächennutzungen, bedingt durch eine vielfältige Landschaftscharakteristik mit teils hoher Reliefenergie. Diese Eigenheit, gepaart mit der Möglichkeit von den höher gelegenen Punkten aus weite Teile Wiens zu überblicken, bildet den hohen Attraktivitätswert sowohl für Besucher als auch für Interessenten unterschiedlichster Bereiche. Eine weitere Stärke des ehemaligen Vorortes von Wien bildet die gastronomische Vermarktung des Weins. Auch hier vollzog sich bereits eine Ausdünnung der ehemals vielfältigen Heurigenlandschaft zu einigen wenigen Großbetrieben, die stark touristisch ausgelegt sind. Insofern durchlebt auch der stark bebaute Bereich Grinzings einen Wandel, der die historisch verwurzelte Vielfältigkeit gefährdet.

Die Interventionsfelder, welche in der Pilotstudie anhand von Fragestellungen, die zugleich auch Möglichkeiten zukünftiger Gestaltungsszenarien skizzieren, erörtert wurden, sind durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Der Untersuchungsraum bzw. die Landschaftsfenster vermitteln einen bewahrenden Charakter. Dies zeigt sich etwa in den traditionellen und in sich ruhenden Landschaftsmerkmalen, die auf eine lange Kulturlandschaftstradition verweisen können (z. B. Reblandschaften, Winzerhäuser). Diametral dazu stehen die in der Kulturlandschaft sichtbaren Brüche moderner und postmoderner Entwicklungen (z. B. Rebflächennutzung durch ortsfremde Professionalisten, Immobilienverkäufe und Änderungen des Erscheinungsbildes wie von Funktionen traditioneller Bausubstanz).

- Nußberg-Grinzing ist ein Gebiet, welches über vielfältige Schutzmaßnahmen verfügt. Diese reichen vom historischen Schutz des Wiener Wald- und Wiesengürtels (Anfang 20. Jahrhundert) bis zur Zonierung des Biosphärenparks Wienerwald (Anfang 21. Jahrhundert). Kulturlandschaft zu schützen und zugleich über Konzepte der abgestuften Landnutzung einer nachhaltigen Bewirtschaftung zuzuführen ist für diesen sensiblen Raum von zentraler Bedeutung. Deshalb ist es Chance und zugleich Erfordernis, den Kulturlandschaftsraum Nußberg-Grinzing über die Instrumente des Gebietsschutzes und Flächenmanagements weiterzuentwickeln, sprich, eine Balance zwischen Schützen und Nützen zu erreichen. Dazu gehört es auch, dass an der Identifizierung der ansässigen Bevölkerung mit dem Biosphärenpark gearbeitet wird.

- Insgesamt vermittelt der Untersuchungsraum sowohl im Fremd- als auch im Selbstbild ein positives Image. Einerseits fruchtet – mit Abstrichen noch immer – die touristische Vermarktung und es boomt die Naherholung. Andererseits ist das Gebiet dank der (zumindest immer noch vorhandenen) Aura spezifischer Kulturlandschaftselemente wie Rebflächen, Geländetexturen, bau-

lichen Merkmalen und dem Faktor „naturnaher Stadtteil“ attraktiv für weitere potenzielle Wohnbevölkerung. Umbrüche, welche dieses gerade noch spürbare Gleichgewicht stören, sind über den Vollzug der gesetzlichen Planungsinstrumente zu lenken.

- Im Laufe der postmodernen Stadtentwicklung hat sich besonders für so eine vielfältige Kulturlandschaft wie Nußberg-Grinzing die Dichte an unterschiedlichsten Interessen erhöht: Landwirte, Naturschützer, neue Wohnbevölkerung, Investoren von außen und viele andere greifen in ihrem jeweiligen spezifischen Interesse auf das Gebiet zu.

Vor dem Hintergrund konkurrierender Steuerungslogiken erwachsen dem Gebiet somit nur mit großem Aufwand und Kreativität entwirrbare Konflikte.

Es braucht eine kritische Reflexion der bisherigen Aktivitäten sowie systemischer Interventionsmethoden, um Visionen im Kollektiv entwickeln zu können.