



Bürgermeisterbrief

An eine
Wohnpartei

Folge II/7

Leogang, im Dezember 1970

Porto bar bezahlt!

Liebe Leoganger Mitbürger!

Wie Sie wissen, wurden heuer an die Gäste Fragebogen mit dem Ersuchen ausgegeben, ihre Meinung über die Eignung Leogangs als Fremdenverkehrsort, festgestellte Unzukömmlichkeiten und Mängel sowie die positiven Seiten des Urlaubsaufenthaltes in Leogang dem Verkehrsverein mitzuteilen. Obwohl durch Verspätungen beim Druck die Ausgabe der Fragebögen erst ab Anfang Juli möglich war und obwohl nicht alle Vermieter die Gäste auf diese Möglichkeit der Mitarbeit am Fremdenverkehrsgeschehen hingewiesen haben, sind im Verkehrsverein viele Fragebogen eingelangt.

Hauptschullehrer Höck hat sich der zeitraubenden Mühe unterzogen, die Fragebogen auszuwerten und die Ergebnisse zusammenzustellen. Nachstehend sein Bericht:

"FRAGEBOGENAKTION DES VERKEHRSVEREINS:

Der VV Leogang hat im Juli ds. Js. an die Gäste Fragebögen verteilen lassen, um einerseits ihre Vorstellungen und Wünsche kennenzulernen, andererseits aber sollen die gewonnenen Erkenntnisse die Grundlage für eine entsprechende Angebotsverbesserung bilden.

AUSWERTUNG DER FRAGEBÖGEN

A) Abgegeben wurden rd. 200 Fragebögen, d.h. etwa 400 Personen haben Stellung genommen. So weit es möglich ist, wird bei der Auswertung eine namentliche Nennung vermieden.

B) Allgemeine Angaben:

I. Altersaufgliederung der Gäste:

Unter 18 J.	18-30	30-40	40-50	50-60	über 60 Jahre
108	34	106	86	41	45
26 %	8 %	25 %	20 %	10 %	11 %

Erkenntnisse:

Leogang galt bisher vor allem als Erholungsdorf für alte Leute. Durch geeignete Maßnahmen (Bau der Freizeitanlage u.a.) ist es nun gelungen, auch junge Leute für Leogang zu interessieren (mehr als 50 % aller Gäste sind unter 40 Jahre).

II. Ständiger Wohnsitz der Gäste:

1) Die Gäste kamen aus folgenden Ländern:

Österreich:	BRD:	and. Ausland:	insgesamt:
23	377	6	406
5,7 %	92,8 %	1,5 %	100 %

2) Die Gäste aus der BRD kamen aus:

Berlin	Westdeutschl.	Südwestdeutschl.	Süddeutschl.	Nord dl.
102	101	68	67	39
27 %	27 %	18 %	18 %	10 %

Erkenntnisse:

- Zu 1)a) Es sollte unbedingt mehr Gewicht auf die Inlandwerbung gelegt werden. (Werbereise nach Wien u.a.)
- b) Verstärkte Werbung im nichtdeutschen Ausland (Holland, England, Schweden u.a.)
Die geringe Teilnahme an der Fragebogenaktion dürfte allerdings auch auf Sprachschwierigkeiten zurückzuführen sein.
- Zu 2)a) Der weitaus größte Teil der Gäste kommt aus der BRD und dort wieder aus den Ballungsgebieten: Berlin, Rhein-Ruhr u.a. Die Großstadt- und Industriestadtbewohner sind von der Natur abgeschlossen, insbesondere vom Wald, vom gesunden Wasser und der frischen Luft. Sie sind daher bestrebt, wenigstens einige Wochen im Jahr den ungesunden Lebensbedingungen zu entfliehen und in ländlich gebliebenen Gebieten Erholung zu suchen.
- b) Die Werbung für Leogang wurde in einigen Gebieten der BRD stark vernachlässigt, so im Oberrheinischen Industriegebiet, im Saarland, im Maingebiet und in Norddeutschland.

III. Beruf der Gäste:

Arbeiter, Angest.	Beamte	Selbständige	freie Berufe	Hausfrauen	Pens.
126	52	26	18	77	38
37,4 %	15,4 %	7,7 %	5,2 %	22,8 %	11,5 %

* Ein Großteil der Hausfrauen ist ebenfalls berufstätig (Arb.-Angestellte)

Erkenntnisse:

- Der Reiseverkehr wurde nach dem 2. Weltkrieg eine Massenerscheinung. Er erfaßt in zunehmendem Maße auch Arbeiter- und Angestelltenkreise, die sich früher Reisen auf größere Distanz nicht leisten konnten.
- Es sollte durch gezielte Werbung und verbessertes Angebot versucht werden, auch zahlungskräftigere Kreise für Leogang zu interessieren.

IV. Reisebürogäste

124
34,2 %

Privatgäste

238
65,8 %

V. Von wem (wodurch) wurden die Gäste angeworben?

Freunde	Reisebüro	Prospekte	Zeitungs-	selbst
Verwandte		Plakate	inserate	entdeckt
182	94	78	14	32
45,5 %	23,5 %	19,5 %	3,5 %	8 %

Erkenntnisse:

- Es ist sicher erfreulich, daß fast die Hälfte unserer Gäste durch Freunde und Verwandte angeworben wurde, denn nur was gefällt wird weiterempfohlen. Es dürfte in Zukunft aber doch bedenklich sein, die Werbung in so hohem Maße der "Mundpropaganda" zu überlassen.
- Es sollte untersucht werden, ob Zeitungsinserate tatsächlich so wenig werbewirksam sind, oder ob diese zu stark vernachlässigt wurden.

VI. Die Anreise erfolgte mittels:

Bahn	Autobus	Privatautos
77	101	232
19 %	24,5 %	56,5 %

VII. Wie oft war Leogang bereits Urlaubsziel:

1 x	2 x	3 x	4 x	5 x	mehr als 5 x	mehr als 10 x
200	66	36	16	31	38	23
48 %	16 %	9 %	4 %	8 %	9 %	6 %

Mehr als die Hälfte aller Gäste war bereits mehrmals in Leogang. Da dieser Prozentsatz tatsächlich noch höher sein dürfte, kann angenommen werden, daß "Erstgäste" das Fremdenverkehrsangebot besonders kritisch unter die Lupe nehmen.

VIII. Aufenthaltsdauer:

1 Woche	2 Wochen	3 Wochen	mehr als 3 Wochen
32	135	154	75
8,4 %	34 %	38,5 %	18,8 %

Leogang gehört zu den ausgesprochenen Langaufenthaltsorten

IX. Wo wohnen die Gäste in Leogang?

in Gewerbebetrieben
(Gasthöfe, Pensionen)
110 = 27 %

in Privatquartieren
300 = 73 %

- 1) Die Zahl der Nächtigungen in Privatquartieren überwiegt weitaus (Das Mißverhältnis dürfte in Wirklichkeit aber geringer sein).
- 2) Wirtschaftstreibende, Verkehrsverein und Gemeinde sollten sich gemeinsam bemühen, das z.Zt. bestehende Nächtigungsverhältnis zugunsten der gewerblichen Beherbergungsbetriebe zu ändern (Ausbau bestehender Betriebe, bzw. Neubau leistungsfähiger Betriebe). Die Nächtigungszahl und die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs ist erfahrungsgemäß in jenen Orten am höchsten, wo der Anteil der gewerblichen Fremdenbetten weit höher ist, als die Bettenzahl in den Privatquartieren (Lofer, Alm, Saalbach, Zell am See, St. Johann u.a.).

X. Kategorie des Quartiers:

A	B	C	C ₁ + C ₂	D
12	60	134	170	24
3 %	15 %	33,5 %	42,5 %	6 %

- 1) Die besten Gruppen sind am meisten gefragt, trotzdem sie teurer angeboten werden. Der Gast verlangt heute mehr Komfort als früher, da die Wohnkultur in der BRD und in anderen Gastländern ein hohes Niveau erreicht hat. Kaum jemand will im Urlaub wesentlich schlechter wohnen als im eigenen Heim.
- 2) Wichtiger als eine mengenmäßige Steigerung der Betten (auf dem gewerblichen Sektor beides notwendig) ist zweifellos die Qualitätsverbesserung (Zimmer mit Bad u.a.).

C) Antworten der Gäste auf folgende Fragen (Auswertung):

- 1) Was gefällt Ihnen in Leogang besonders gut?
- 2) Was mißfällt Ihnen?
- 3) Was würden Sie veranlassen, wenn Sie für den Fremdenverkehr in Leogang verantwortlich wären?

I. 48 Gäste (12 %) verzichteten auf eine detaillierte Antwort und erklärten, daß ihnen in Leogang nichts mißfalle (hoher Prozentsatz).

II. Die Auswertung der voll ausgefüllten Fragebögen ermöglicht es, einerseits die grundsätzliche Eignung Leogangs als Fremdenverkehrsort zu erkennen, andererseits aber auch festzustellen, wo die Hebel anzusetzen sind, um die gebotene Chance besser zu nützen.

1) Natur und Landschaft

a) positive Antworten:

schöne Lage 95

herrliche Umgebung 69

164 = 41 %

b) negative Antworten:

1 %

Hier brauchten wir den Vergleich mit anderen nicht zu fürchten. Leogang liegt an der Grenze zweier geologischer Großräume. Als besonders reizvoll wird von den Gästen das harmonische Zusammenspiel von Hochgebirge, weitem Talgrund

und Mittelgebirgslandschaft empfunden. Landschaft und Klima sind naturgegeben. Sie können von Menschenhand erhalten, erschlossen, aber auch verdorben werden. Da die Landschaft eine der wesentlichsten Voraussetzungen für den Fremdenverkehr ist, wird ihre Erhaltung eine der wichtigsten Aufgaben der künftigen Fremdenverkehrspolitik sein (Natur- und Landschaftsschule, Schutz der Alpenpflanzen, Luft- und Gewässerreinigung). Dies ist aber sicher schwieriger als es zunächst aussieht, zwingt doch die immer dichter werdende Besiedlung und verschiedene wirtschaftliche Erfordernisse in steigendem Maße zu intensiven Eingriffen (Häuser, gewerbl., industrielle und landwirtschaftl. Zweckbauten, Straßen, Lifte u.a.).

2) Bodennutzung; wirtschaftliche Tätigkeit der Menschen
(Auswirkungen f. den FV: Wanderwege, Ruhe, Lärm u.a.)

a) positive Antworten		b) negative Antworten	
Bauer b.d.Arbeit	8	Ruhe gestört durch	
erholbare Ruhe	73	Mopeds (nachts)	12
reine Luft, ungetrübte Natur	18	Festzelt	5
Wiesen, Almen, Wälder, Berge	27	Glockengeläut vor 7.00 Uhr	18
	<u>126</u>		<u>35</u>
	= 31,5 %		= 9 %

Der wirtschaftstreibende Mensch verändert durch sein Wirken die Naturlandschaft in die Kulturlandschaft. Leogang hat kaum mehr Ackerland. Die Grünlandwirtschaft verträgt sich hervorragend mit dem Fremdenverkehr. Unsere Wiesen, Hutweiden und Almen sind geradezu ideal zum Wandern, Bergsteigen und Schifahren. Durch die weiten, tw. fast menschenleeren Gebiete (Wald, Ödland) haben die Gäste die Möglichkeit, allein und fern der Hast zu sein.

3) Verkehrslage:

a) <u>äußere Verkehrslage</u> (Lage im Verkehrsnetz)			
positive Antworten		negative Antworten	
günstige, zentrale Lage	58	Abends kein Zug zurück	7
sehenswerte Ausflugsziele	17	Busverkehr mit Saalfelden fehlt	18
	<u>75</u>		<u>25</u>
	= 19 %		= 6 %

Neben der naturräumlichen Lage ist die Verkehrslage eines Ortes von maßgebender Bedeutung. Bei sonst gleicher Eigenschaft werden schnell und leicht erreichbare Urlaubsziele bevorzugt. Das starke Ansteigen der Nächtigungsziffern verdankt Leogang nicht zuletzt seiner relativ günstigen Verkehrslage. Es liegt fast im Schnittpunkt einer wichtigen europäischen Ost-West-Verbindung (Westbahn) und einer stark befahrenen Nord-Süd-Verbindung (Steinpaß-Großglockner bzw. Felbertal). Der Erholungsreisende besucht meist nicht nur einen Ort, wenn er diesen auch als Standort ausgewählt hat, sondern ein Fremdenverkehrsgebiet. Die Eisenbahn und

relativ gute Straßen geben dem Gast die Möglichkeit, ohne besondere Mühe und ohne lange Reisewege technische Meisterwerke und interessante Natur- und Kulturdenkmäler aufzusuchen. Eine besondere Bedeutung könnte einmal für Leogang die geplante Bergstraße Bischofshofen-Mühlbach-Alm-Leogang-St. Johann erlangen.

b) Die innere Verkehrslage:

1) Die Gemeindestraßen und Interessentenwege

positive Antworten	negative Antworten
Die Straßen wurden in den letzten Jahren verbessert	Schlechte Straßen (Staub, Schlaglöcher) 88
8 = 2 %	fehlende Asphaltierg. 32
	schlechte od. fehlende Gehwege 21
	fehlende bzw. mangelhafte Straßenbeleuchtung 48
	zu helle Ampeln 17
	Wanderwege sollten für Pkw. gesperrt werden 17
	Ortsschild steht falsch 9
	<u>232 =</u>
	58 %

Die innere Verkehrslage ist für alle Wirtschaftsbereiche bedeutungsvoll, auch für den Fremdenverkehr. Sehr oft wird die Dauer des Aufenthaltes und die Weiterempfehlung von ihr beeinflusst. Der Ausbau des örtlichen Verkehrsnetzes (etappenweise Asphaltierung, Erweiterung der Straßenbeleuchtung u.a.) ist eine vordringliche Aufgabe für die nahe Zukunft geworden.

2) Die Spazier- und Wanderwege:

positive Antworten	negative Antworten
viele schöne Wanderwege 90	Wege besser in Ordng. halten 4
hervorragend markierte, gekennzeichnete, beschriebene Wanderwege 92	bessere Beschilderung (Wegweiser) 22
Wandernadel 17	Wandernadel kostenlos 13
<u>199</u>	<u>39</u>
= 50 %	= 10 %

Das verhältnismäßig dichte System von Wanderwegen (Güterwege, Wanderpfade, Klettersteige) findet großen Anklang. Allerdings fehlen an vielen Abzweigungen die nötigen Wegweiser (Verirrungen). Eine Beschilderungsaktion ist dringend zu empfehlen.

3) Lifte, Bergbahnen:

positive Antworten	negative Antworten
0	16 = 4 %

Die Bergwelt um Leogang ist zu wenig durch Sessellifte u. dgl. erschlossen, die es dem bergunerfahrenen Flachlandbewohner möglich machten, rasch, sicher und mühelos die Berggipfel zu erreichen. Das Asitzprojekt bekäme zweifellos auch für den Sommerfremdenverkehr Bedeutung.

4) Siedlungsart und Siedlungsgröße; Baustil der Häuser

Sauberkeit des Ortes

positive Antworten

Charakter d. Dorfes erhalten 14
sauberer Ort 5
schön angelegter Ort 4

$\frac{23}{36}$
= 6 %

negative Antworten

kein Ortszentrum 4
Ortsverschönerung (Blumen) 5
Fehlen v. Abfallkörben,
bzw. Leeren derselben 10
Müllablagerung (ungün-
stige Lage, zuschütten) 9
Numerierung d. Häuser f.
d. Gast unbrauchbar 4
Farbe d. Kirche (weiß
besser)

$\frac{4}{36}$
= 9 %

- a) Der moderne FV ist meist eine Flucht aus der großstädtischen Umwelt, daher ist das Ziel der Erholungssuchenden vielfach das Dorf, der kleine Markt, allenfalls noch das stille Landstädtchen. Wenn ein Ort über eine gewisse Größe hinausgewachsen ist, oder wenn gar dort die Großindustrie eingezogen ist mit ihrer meist unvermeidlichen Rauch- und Lärmentwicklung (z.B. Hochfilzen), ist es mit dem Fremdenverkehr vorbei. Es soll natürlich nicht mit Rücksicht auf den Fremdenverkehr jede Weiterentwicklung auf dem Gebiete des Gewerbes und der Industrie gehemmt werden. Um kulturelle, private und öffentliche Interessen zu koordinieren, ist eine gewisse Raumordnung (Flächenwidmungsplan u.dgl.) unerlässlich.
- b) Erstaunlich ist die sehr geringe Anzahl von Äußerungen zu diesem Punkt. Vielleicht bedeutet dieses Nichtauffallen auf diesem Gebiet, daß mehr Gewicht auf Verschönerung und Sauberhaltung des Ortes gelegt werden soll (öffentl. Anlagen, Blumenschmuck).

5) Das Fremdenverkehrsangebot des Ortes:

a) Beherbergungs- und Verpflegungsbetriebe:

positive Antworten

gute Bedienung, nette Wirts-
leute 17
gute Unterkunft, gut geführ-
te Gasthöfe u. Pensionen 30
Sauberkeit, schöne Innen-
einrichtung 15
gute, preiswerte Verpfleg. 28

$\frac{90}{360}$
= 22,5 %

negative Antworten

schlechte Bedienung
(unverbindlich) 10
lange Wartezeiten 16
schlechte Lokale, zu
wenig Lokale 12
keine Diätkost 4
zu viele Fleischgerichte,
es fehlen Gemüse, Eintopf 12
Essen zu teuer 18
Essenmarken 6
ab 21 h kein warmes
Essen 6
zu wenig Gasthöfe und
nette Cafés 10

$\frac{94}{360}$
= 23,5 %

Die positiven und negativen Antworten halten sich etwa die Waage. Das Ergebnis ist aber keinesfalls besonders entmutigend, da sich gerade der deutsche Gast gerne und oft mit Essensproblemen u.dgl. kritisch befaßt. Natürlich sollten die Preise mit der Leistung im Einklang stehen und auf Preisdisziplin geachtet werden, doch wird es nicht immer und überall gelingen. Es sollten eben noch größere Anstrengungen gemacht werden, nicht nur die Gäste anzuwerben, sondern auch den Fremdenstrom zu bewältigen (Modernisierung der Betriebsstätten u.a.).

In den Gasthäusern und Pensionen fällt die sog. allgemeine Stimmung stark ins Gewicht, sie ist verstandesmäßig oft nicht erfaßbar, aber doch mindestens ebensowichtig, wie die eigentliche Sachleistung. Das Hauptproblem sind im Gastgewerbe zweifellos die Schwierigkeiten, die auf dem Arbeitsmarkt auftreten (intensive Arbeitsleistung in den Sommermonaten, z.T. Arbeitslosigkeit in der übrigen Zeit). Es müßte versucht werden, durch geeignete Maßnahmen die Vor- und Nachsaison zu beleben und vor allem eine zweite Saison aufzubauen, denn nur Zweisaisonen-Orte gewährleisten eine entsprechende Rentabilität. Außerdem wird es in den Orten mit einer Saison immer schwieriger, geeignetes Personal zu bekommen bzw. zu halten.

b) Die Einrichtungen des Verkehrsvereines; Gästebetreuung

1) Freizeitanlage Sonnrain

positive Antworten	209 = 52 %
negative Antworten	
zu hohe Eintrittspreise	7
Gästekarte Bluff	8
zu wenig Schatten	12
Kinderspielplatz ausbauen	5
Toilette, zu glatter Boden	7
Kabinen zu dunkel	6
Minigolf schlecht gepflegt	5
Radio-musik verbieten	7
Restaurant	10
Zugang (Steg)	10
	<hr/>
	77 = 19 %

Die Freizeitanlage (insbesondere das Bad) hat bei den Gästen großen Anklang gefunden.

2) Ruhebänke

positive Antworten	8 = 2 %
negative Antworten	
zu wenig Bänke	26
schlechter Zustand	10
unsauber, Brennesseln, verschiedene Gebiete vernachlässigt (z.B. Ecking)	5
	<hr/>
	41 = 10 %

Im kommenden Frühjahr müssen neue Bänke aufgestellt u.d. bestehenden repariert werden.

3) Verkehrsbüro

positive Antworten	
nette Angestellte und gute Auskünfte	18 = 4,5 %

negative Antworten	
Anbringen von Tafeln mit Fahrplan, Wetterberichten, Informationen	8
mehr Werbung im Ausland (Leogang ist fast überall unbekannt)	16
	<u>24</u> = 6 %

4) Gästebetreuung; Vielseitigkeit des Angebots (Unterhaltung, Sport, Brauchtum u.a.)

positive Antworten	
nette Unterhaltungsabende	3
Lichtbildervorträge	4
Heimatabende	4
	<u>11</u> = 3 %

negative Antworten	
Kino fehlt	16
mehr Geselligkeit für die Jugend (Tanz-, Unterhaltungsabende)	40
Bars, Beatschuppen, Milchbars	12
Unterhaltungsmöglichkeiten bei Regen: Kegelhahn, Schießstand, Tischtennis, Leseraum	26
Sportfeste für Gäste, Reiten	8
zu wenig Geschäfte (Läden), zu lange Mittags-sperre	16
Kindergarten	11
zu hohe Preise bei Veranstaltungen	10
Heimatabende ausbauen (Jodler)	8
zu wenig Lichtbildervorträge und Begrüßungsabende	10
	<u>147</u> = 37 %

1) Das Fremdenverkehrsangebot ist zweifellos viel zu wenig vielseitig. Es fehlen vor allem Unterhaltungsmöglichkeiten für junge Leute (Tanz, Bars, Sport) und bei Schlechtwetter. Der Gast kommt meist mit bestimmten Vorstellungen bei uns an. Wir müssen lernen, bald herauszufinden, was der jeweilige Gast will, der eine sucht Ruhe und Isoliertheit, der andere Anschluß, Unterhaltung, Betrieb.

2) Die Gäste wollen Land und Leute kennenlernen. Der Fremde sucht gerade im österr. Fremdenverkehr das Bodenständige und Eigenartige. Nicht durch Zufall werden die traditionsreichsten Alpenländer mit besonderer Vorliebe besucht. Unsere Brauchtumsveranstaltungen erhalten dadurch besonderes Gewicht.

6) Der Bewohner des Fremdenkehrsortes und seine gastliche Einstellung

Positive Antworten	
freundliche Einheimische	82
Gastfreundlichkeit	44
aufgeschlossene Bevölkerung	18
Kinderfreundlichkeit	8
höfliche Kinder	12
u.a.	24
	<u>188</u> = 47 %
negative Antworten	
rücksichtsloses Autofahren (auf Wanderwegen u.dgl)	16 = 4 %

Unsere Bevölkerung gilt als verträglich, gutmütig und humorvoll. Diese Eigenschaften sind nicht zu unterschätzende Voraussetzungen für den Fremdenverkehr. Der übernervöse Großstädter hat meist ein feines Gefühl dafür, ob er selbst willkommen ist oder ob wir einzig und allein auf seine Devisen gewartet haben. Sicher ist die wirtschaftliche Seite am wichtigsten, wir sollten aber auch nicht vergessen, daß der Gast in erster Linie zu uns kommt, um sich von der nervenaufreibenden Arbeit in der Großstadt zu erholen. Hoffentlich gelingt es uns, diese gastliche Einstellung zu erhalten. Aus einer Umfrage in der BRD geht hervor, daß Österreich hinsichtlich des Grades der Zufriedenheit mit der einheimischen Bevölkerung unter 20 europäischen Fremdenverkehrsregionen hinter Spanien an zweiter Stelle steht.

Wir haben nun auf Grund dieser Gästebefragung feststellen können, daß Landschaft, Klima, Bodennutzung, äußere Verkehrslage usw. durchwegs entsprechen und daß die Bevölkerung bereit ist, Fremde aus dem In- und Ausland gastlich aufzunehmen. Es liegt nun an uns, noch gewisse Mängel zu beseitigen (örtl. Verkehrsnetz, Gästebetreuung u.a.), um die große Chance, die uns der Fremdenverkehr bietet, zu nutzen. Das ist freilich nicht allein Angelegenheit der Gastwirte und Beherbergungsbetriebe, sondern vom Reiseverkehr gehen auch starke Anregungen auf das gesamte Wirtschaftsleben aus (Handel, Verkehr, Dienstleistungsgewerbe und Landwirtschaft)."

Diese Auswertung, für die Hauptschullehrer Höck der beste Dank zu sagen ist, gibt uns wertvolle Hinweise und Anhaltspunkte für die weitere Fremdenverkehrsarbeit und zeigt Möglichkeiten auf, in welcher Richtung wir unsere Anstrengungen verstärken müssen.

Diese Aktion wird, wenn der Winterfremdenverkehr voll einsetzen wird, auch auf die Gäste, die zu dieser Jahreszeit kommen, ausgedehnt werden müssen, um auch hier Fingerzeige über die weitere Arbeit zu bekommen.

Ich nehme an, daß bei der nächsten Jahreshauptversammlung des Verkehrsvereins über diese Auswertung diskutiert werden wird.

Obzwar über Weihnachten und Neujahr fast alle Leoganger Quartiere vergeben sind, läßt sich für die kommende Wintersaison noch nicht allzu viel sagen. Allzu große Erwartungen dürfen wir allerdings nicht hegen, denn um Wintergäste zu bekommen, muß auch entsprechend Werbung gemacht werden. Eine solche Winterwerbung ist in den letzten Jahren praktisch nicht getätigt worden, so daß in erster Linie die Arbeit des Gebietsverbandes unserem Orte zugute kommen mußte. Der Verkehrsvereinsausschuß beschloß im heurigen Herbst eine Werbereise mit dem Zweck, mit Reisebüros Kontakte aufzunehmen. Leider konnte trotz anstrengender Bemühungen des Ver-

kehrvereinsobmannes niemand dazu bewogen werden, sich für 5 bis 7 Tage freizumachen. Wenn wir aber im Winter 1971 mehr Gäste haben wollen, müssen wir neben entsprechenden Liftanlagen und gepflegten Pisten auch mehr für die Werbung tun.

I. Gemeindeangelegenheiten

1) Nächtigungs- und Pensionspreise

Bei einer Verkehrsvereinssitzung wurde -wie auch bei der Versammlung des Gebietsverbandes- vorgebracht, daß Schwierigkeiten mit Reisebüros immer dann entstehen, wenn die Preise, die Privatgästen verrechnet sind, gleich hoch sind wie die Preise, die von Reisebürogästen verlangt werden. Das hat nämlich zur Folge, daß Reisebürogäste in späteren Jahren nicht mehr über das Reisebüro buchen und das Reisebüro dadurch zwangsläufig das Interesse an einem neuen Ort verliert. Man darf nicht übersehen, daß, um einen Ort aufzubauen, sehr viel investiert werden muß und die Reisebüros diese Kosten natürlich in irgend einer Form ersetzt haben wollen. Wenn sie aber feststellen müssen, daß die Vermieter eines Ortes diese Arbeit dadurch boykottieren, daß sie die Reisebürogäste finanziell nicht besser behandeln als die Privatgäste, dann haben sie verständlicherweise kein Interesse mehr daran, diesen Ort anzufahren.

Reisebürokontakte sind aber immer schwieriger herzustellen und Reisebüros dafür zu gewinnen, einen Ort groß herauszustellen, bedarf besonderer Anstrengung. Deshalb sollte auch auf die diesbezüglichen Wünsche der Reisebüros unbedingt Rücksicht genommen werden.

2) Öffentliche Gemeindeversammlung

Es ist mir ein Bedürfnis, allen Teilnehmern an der öffentlichen Gemeindeversammlung am 13. Dezember ds.Js. für das Interesse, die disziplinierte Haltung und die sachliche Fragestellung herzlich zu danken. Diese öffentliche Gemeindeversammlung hat wie wohl kaum eine zuvor bewiesen, wie groß ^{das} Interesse der Leoganger am Gemeindegesehen ist und mit welchem Verständnis sie den finanziellen Schwierigkeiten der Gemeinde gegenüberstehen. Die Gemeindevertretung wird sich sicherlich bemühen, die bei der Gemeindeversammlung vorgebrachten Anregungen und Vorschläge zu verwerten.

3) Feuerwehrauto

Die Feuerwehrkameraden sind an die Gemeinde herangetreten, ein neues Feuerwehrauto zu kaufen, unbeschadet des Umstandes, daß die Gemeinde z.Zt. mit der Ausfinanzierung der Zeugstätte vollauf zu tun hat. Da sich aber die Feuerwehrkameraden bereit erklärten, aus Eigenem für die Aufbringung eines größeren Betrages zu sorgen, hat sich die Gemeindevertretung einstimmig dazu entschlossen, den Großteil der Anschaffungskosten aufzubringen.

Soweit bis jetzt übersehen werden kann, wird die Sammlung für das Feuerwehrauto ein ganz großer Erfolg. Dies ist sowohl den Sammlern selbst zu danken, besonders aber den vielen Spendern, die sich z.T. mit sehr großen Beträgen eingestellt haben, in jedem Fall aber, von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen, ihren Vermögensverhältnissen entsprechend hohe Spendenleistungen erbracht haben.

Ich werde im nächsten Bürgermeisterbrief das Sammelergebnis bekanntgeben, heute aber schon allen Leogängern, den Sammlern und Spendern, herzlich für den Einsatz und die Aufgeschlossenheit danken.

4) Schneeräumung

Die Gemeinde beabsichtigt, die Schneeräumung mit geringen Abänderungen im Bereich des Wiesbachweges so wie im Vorjahr durchzuführen. Es haben sich allerdings einige rechtliche Schwierigkeiten daraus ergeben, daß z.T. unvermeidbare Zaunbeschädigungen an Straßen vorkamen, zu deren Räumung die Gemeinde nicht verpflichtet gewesen wäre. Die Gemeindevertretung hat daher beschlossen, die Schneeräumung nur dann so wie bisher zu regeln, wenn ihr aus Beschädigungen keine finanziellen Schadenersatzansprüche erwachsen. Mit Vertretern des davon betroffenen Gebietes wurde diesbezüglich bereits verhandelt.

Um aber Beschädigungen von vornherein auf ein Mindestmaß zu beschränken, ersucht die Gemeinde, Schneestangen aufzustellen, damit die Wegränder vom Fahrer des Räumgerätes erkannt werden können. Wenn keine Schneestangen vorhanden sind, ist es nicht immer leicht, besonders bei stürmischen Nachtfahrten, den Wegverlauf auszunehmen. Zaunbeschädigungen sind dann oft die nicht vermeidbare Folge.

5) Straßenausbau

Ich habe den Landesfinanzreferenten, Herrn Landeshauptmann-Stellvertreter Kommerzialrat Haslinger mit Schreiben vom 20.10.70 gebeten, im Budget 1971 dafür vorzusorgen, daß für den Restausbau der Leoganger Landesstraße entsprechende Mittel bereitgestellt werden. In Erfüllung dieses Wunsches hat mir der Herr Landeshauptmann-Stellvertreter am 28.10.1970 mitgeteilt, daß für das Baulos Wurzegg 2 Millionen Schilling, für die Weißbachbrücke 700.000,-- S und für die Grießlbachbrücke 600.000,-- S im Landesbudget vorgesehen sind. Damit wird es möglich sein, im kommenden Jahr so viel zu bauen, daß der Fertigstellung der Landesstraße im Bereich der Gemeinde Leogang nicht mehr allzu viel entgegenstehen wird.

6) Schülerbus

Verschiedene Unzukömmlichkeiten bei der Beförderung von Schülern haben mich bewogen, diesbezüglich mehrmals mit Frau Ladinger zu korrespondieren. Frau Ladinger hat mir versichert, daß sie bemüht ist, die Mängel abzustellen, gelegentlich aber, wie es durch eine Woche lang der Fall war, wo der zweite Busfahrer eine Waffenübung ableisten mußte und auch dann nicht befreit wurde, als die Wichtigkeit des Fahrers für die Aufrechterhaltung des Schülerbusverkehrs bekannt war, nicht in der Lage ist, Abhilfe zu schaffen.

Frau Ladinger hat mich gebeten, die Eltern um folgendes zu ersuchen:

• 1) Wenn der Bus zu den Haltestellen fährt, dann stürmen die Kinder z.T. so wild drauf los, daß befürchtet werden muß, daß eines Tages ein Unfall passiert. Die Kinder sollten so lange an der Haltestelle stehen bleiben, bis der Bus zum Stillstand gekommen ist. Gerade im Winter ist eine Schnellbremsung sehr problematisch, und es wäre schrecklich, wenn ein Kind unter die Räder käme.

2) Verschiedene Hauptschüler sollten angehalten werden, im Bus mehr auf Sauberkeit und ruhiges Verhalten zu achten. Wie auch von Gemeindebediensteten, die bei der Kartenausgabe die Verhältnisse beobachten konnten, bestätigt wird, nehmen Kinder auf die Einrichtung überhaupt keine Rücksicht und verlassen den Autobus, daß man meinen möchte, in ihm hätte eine Schlacht stattgefunden.

Es wird daher an die Eltern appelliert, diesbezüglich auf ihre Kinder einzuwirken.

Mir liegt noch etwas persönlich am Herzen: Ich stelle immer wieder bei meinen Heimfahrten von Saalfelden fest, daß zahlreiche Kinder am Straßenrand warten, um mitgenommen zu werden. Dagegen wäre an sich nicht allzu viel einzuwenden, wenn damit nicht große Gefahren verbunden wären: Einerseits ist gerade jetzt im Winter die Unfallgefahr verhältnismäßig groß, und wir haben ja in der Gemeinde schon mehrere Fälle gehabt, wo Mitfahrer dabei zu Schaden kamen. Die größere Gefahr sehe ich aber darin, daß Kinder auch in solche Autos einsteigen, deren Fahrer ihnen nicht bekannt ist. Man liest immer wieder, daß in solchen Fällen Dinge passieren, die man jungen Menschen ersparen möchte. Deshalb wird auch hier eine gewisse Vorsicht den Kindern unbedingt anzuraten sein.

7) Blutspende-Aktion

Mit der Blutspende-Aktion am 14. Dezember 1970 haben sich die Leoganger selbst ein schönes Christkindl spendiert. Ein neuer Rekord hat das Ärzte- und Schwesternteam zu Worten höchsten Lobes bewogen.

Insgesamt haben sich 141 Spender eingefunden. Wie groß der Idealismus der Blutspender ist, mag daraus ersehen werden, daß ich allein während meiner Blutabnahme feststellen konnte, daß Frau Wittauer und Hias Obwaller bereits zum 16. Male Blut spendeten, Mayrhofer Hans das 10. Spende-Jubiläum beging. Ich bin überzeugt, daß noch mehrere Leoganger, von denen ich nichts weiß, auf ähnlich hohe Spenden kommen. Müllauer Georg jun. mußte sogar zurückgewiesen werden, weil seit seiner letzten Blutspende noch nicht 3 Monate verstrichen sind.

Ich sage allen Blutspendern den herzlichsten Dank, dem ich den Wunsch anschließe, daß sie selbst nie in die Lage kommen mögen, von den Spenden Gebrauch zu machen.

Die Salzburger Blutbank bat mich, auch ihren Dank den spendenwilligen Leogangern zu übermitteln.

II. Neuer Bezirkshauptmann

Herr Oberregierungsrat Dr. Max Effenberger wurde zum neuen Bezirkshauptmann des Pinzgaues berufen. Dr. Effenberger ist den Leogangern kein Unbekannter. Er gehört ja schon sehr lange der Bezirkshauptmannschaft Zell am See an und hat als Gewerbereferent

und als Referent für viele andere Fachgebiete so oft in Leogang zu tun gehabt, daß die meisten mit ihm in dienstliche Berührung gekommen sind. Darüber hinaus hat er in mehreren Ansprachen bei verschiedenen Anlässen die Leoganger aufgerufen, so daß es nicht allzu viele geben wird, die ihn nicht kennen. Als Pinzgauer weiß er am besten unsere speziellen Probleme und Anliegen, und ich bin überzeugt, daß er unsere Interessen auch gut vertreten wird.

Ich habe ihm namens der Leoganger zu seinem neuen Amt die besten Glückwünsche ausgesprochen.

III. Skiliftangelegenheiten

Es ist nun gelungen, die Leoganger Skiliftinteressen im großen und ganzen unter einen Hut zu bringen. Die bestehende Skiliftgesellschaft hat inzwischen von Herrn Maikl den Wimbachlift um 800.000,-- S gekauft und wird in den nächsten Tagen, vorausgesetzt, daß noch Schnee kommt, den Rainerkögerllift in Betrieb und die Errichtung der Asitzlifte in Angriff nehmen.

Die Errichtung des Rainerkögerlliftes ist einer Privatinitiative zu verdanken, wobei sich vor allem die Herren Hans Mariacher, Anton Madreiter und Siegfried Rieder sehr eingesetzt haben. Es ist zu hoffen, daß diese Liftanlage stark frequentiert werden wird, um das Betriebsergebnis der Gesellschaft zu verbessern.

Die Kühbühellifttrasse wurde inzwischen vermessen, das Längsprofil ausgearbeitet. Sieben skiliftbauende Firmen wurden zur Vorlage von Kostenanboten eingeladen, aber auch an die Seil- und Elektrofirmen ergingen bereits Ausschreibungen.

Bei der letzten Skiliftversammlung wurde Gemeinderat Sebastian Madreiter zum neuen Geschäftsführer gewählt. Seine Stellvertreter sind Hans Mariacher und Anton Madreiter.

Inzwischen wurden die neuen Liftpreise festgesetzt, und zwar so, wie sie nachstehend bekanntgegeben werden:

		<u>Einzelfahrt</u>	
Wimbachlift:	Erwachsene	7,--	S
	Kinder bis 14 Jahre	4,--	S
Kögerllift:	Erwachsene	5,--	S
	Kinder	3,--	S
Schantelift:	Erwachsene	3,--	S
	Kinder	2,--	S

Punktekarte (24 Punkte)

Erwachsene	50,-- S
Kinder	30,-- S

Punktekarte bei allen 3 Liften gültig, wobei für eine Fahrt beim Wimbachlift 3 Punkte, beim Kögerllift 2 Punkte und beim Schanteilift 1 Punkt entwertet wird.

Tageskarte

(Gültig für alle 3 Lifte)

Erwachsene	60,-- S
Kinder	35,-- S

Wochenkarte (7 Tage)

(Gültig für alle 3 Lifte)

Erwachsene	220,-- S
Kinder	120,-- S

Saisonkarte

(Auch an Sonn- und Feiertagen gültig)

Erwachsene	800,-- S
Kinder	400,-- S

Diese Karte ist nur bei der Raiffeisenkasse Leogang erhältlich. Ermäßigung an die Sportclubmitglieder, Alpenvereinsmitglieder und Bergrettungsdienst: Diese Vereinsmitglieder bekommen^{gratis} eine Punktekarte zum Werte von 50,-- bzw. 30,-- S, die nur in der Zeit vom 10. Jänner bis 10. Februar gültig ist. Diese Karte kann ab 7. Jänner bei der Raiffeisenkasse behoben werden. Bis 15. Jänner nicht behobene Karten verfallen zu Gunsten der Förderung von talentierten Schüler- und Jugendläufern sowie der Männer vom Bergrettungsdienst.

Im Jänner soll dann eine große Skiliftversammlung einberufen werden, bei der weitere z.T. wesentliche Satzungsänderungen beschlossen und die Kapitalerhöhung festgestellt werden soll.

IV. Neue Bücher

Im Sommer ds.Js. wurden die Leihbücher an die Landesbuchstelle zurückgegeben und neue geholt. Der Herr Pfarrer hat außerdem seinen Bestand wesentlich erweitert, so daß nun wieder Lesestoff in Hülle und Fülle für die stilleren Wintermonate zur Verfügung steht. Die dem B ürgermeisterbrief angeschlossene Bücherliste gibt einen Überblick über die z.Zt. vorhandenen Titel.

V. Leoganger Siegesserien

In den abgelaufenen 2 Monaten haben mehrere Leoganger beachtliche Erfolge erzielt, die auch in der Öffentlichkeit anerkennend zur Kenntnis genommen wurden:

1) Monika Müllauer wurde Landjugend-Landessiegerin im Sticken. Dieser Bewerb, an dem sich sehr viele Mädchen des Landes Salzburg beteiligten, bestand darin, kunstvolle Stickereierzeugnisse herzustellen und in einem unter Aufsicht durchgeführten zusätzlichen Stickereibewerb zu beweisen, daß das preisgekrönte Stück auch tatsächlich selbst angefertigt wurde. Der Erfolg von Monika Müllauer hat allgemein große Anerkennung gefunden, wozu wir alle gratulieren können.

2) Beim Lehrlingswettbewerb errang Helene Müllauer das Goldene Leistungsabzeichen. Das stellt sowohl ihr als ihrem Lehrherrn, Schneidermeister Georg Eder, das beste Zeugnis aus. Zu diesem Erfolg ist herzlich zu gratulieren.

Ebenso ist Adam Herzog (Kleintödling) zu gratulieren, der mit der gleichen Auszeichnung bedacht wurde (Lehrherr: Raiffeisenverband Salzburg).

3) Schließlich hat der oftmalige Meister und Altmeister Hans Wartbichler bei den Herbstmeisterschaften der Eisschützen am 8.11.70 in der Bürgerau in Saalfelden den Titel eines Herbst-Altmeisters errungen. Damit hat er seinen vielen Erfolgen einen neuen angereicht.

VI. Dr. Heinrich Treichl Generaldirektor der Creditanstalt-Bankverein

In eine der wirtschaftlich bedeutendsten Positionen, die in Österreich auszufüllen ist, nämlich in die des Generaldirektors der Creditanstalt-Bankverein, der größten Bank Österreichs, wurde der Besitzer des Wolfganggutes in Griesen, Dr. Heinrich Treichl, berufen.

Obwohl durch seine berufliche Tätigkeit zum Aufenthalt in Wien gezwungen, benützt Herr Generaldirektor Dr. Treichl jede Gelegenheit, um in Leogang ein wenig auszuspannen. Dazu verhilft ihm nicht nur das schöne Wolfganggut, sondern auch die Jagd, die er mit großer Sachkenntnis und jagdlichem Verständnis ausübt.

Die Creditanstalt-Bankverein ist, wie schon gesagt, die größte Bank Österreichs und hat auch international eine sehr angesehene Bedeutung. Mit einer Bilanzsumme von rd. 28 Milliarden Schilling (28.000. Millionen) kann sie sich in Europa durchaus sehen lassen.

Die besondere Stärke der Creditanstalt-Bankverein und ihr riesiger Einfluß auf Österreich's Wirtschaft liegt nicht zuletzt in den Beteiligungen. Die Creditanstalt-Bankverein ist nicht nur an zahlreichen Kreditinstituten z.T. Mehrheitsgesellschafter (z.B. an der Österreichischen Hotel- und Fremdenverkehrs-Treuhand-GmbH, die für die ERP-Kredite zuständig ist zu 75 %, an der Österreichischen Investment-GmbH zu 50 %, an der Bank für Oberösterreich und Salzburg zu 28 %, usw.), sondern auch an Bau- und Baustoffgesellschaften (z.B. Wienerberger Ziegelfabriks-Baugesellschaft zu 62 %), an der Textilindustrie (Pottendorfer Textilwerke AG. 76 %, Litega-Linoleum-Teppiche-Gardinen AG. 100 %), an Brauereien (Brauerei Schwechat AG. 26 %, Gösser Brauerei AG. 26 %), an der Chemischen Industrie (Semperit AG. zu mehr als 50 %, wobei man wissen muß, daß die Semperit-AG. beispielsweise einen Umsatz von über 3 Milliarden Schilling hat); an Hotels, an Handelsgesellschaften (Gerngroß-Kaufhaus-GmbH), sowie an der metallverarbeitenden Industrie (Steyr-Daimler-Puch-AG. 51 %, Wertheim-Werke-AG. 42 %, Jenbacher Werke-AG. 26 %, Hutter & Schranz AG. 95 %) usw. Über diese Beteiligungen hat die Creditanstalt-Bankverein noch auf Dutzende von anderen, auch ausländischen, Firmen Einfluß, so daß es sicherlich nicht übertrieben erscheint, die Position eines Generaldirektors der Creditanstalt-Bankverein als eine der wichtigsten Wirtschaftspositionen in Österreich zu bezeichnen.

Österreichs Presse und die Öffentlichkeit, insbesondere die Fachleute, haben die Bestellung Dr. Treichls zum Generaldirektor sehr begrüßt. Sie bescheinigen ihm nicht nur umfassende Fachkenntnisse und praktische Erfahrung, gepaart mit den besten internationalen Verbindungen (er repräsentiert schon seit Jahren die Creditanstalt-Bankverein im Ausland), sondern sehen in ihm auch den Mann, der die Umstellung, in der sich die Creditanstalt z.Zt. befindet (man will mehr als bisher den sog. kleinen Mann zum Bankkunden machen) zu bewältigen vermag.

Wir Leoganger sind stolz darauf, daß die Kenntnisse und Fähigkeiten eines unserer Mitbürger diese eine solche Stellung im

österreichischen Wirtschaftsleben haben erreichen lassen. Wir wünschen Herrn Generaldirektor Dr. Treichl, daß er in seiner neuen Position die Gesundheit und die Kraft haben möge, zum Nutzen der österreichischen Wirtschaft zu wirken, dabei aber auch noch gelegentlich seinen persönlichen Neigungen nachzugehen und würden uns besonders freuen, wenn er uns -wie schon bisher- bei der Lösung einiger unserer finanziellen Probleme helfen würde.

Unser aller Glückwunsch zu seinem hohen Amte ist ihm gewiß.

VII. Weihnachten steht wieder vor der Tür

Die Gemeinde hat den Bedürftigen, den alten und kranken Mitbürgern durch eine kleine Weihnachtsgabe das Versprechen übermittelt, sich mit ihnen verbunden zu fühlen.

Ich wünsche allen meinen Mitbürgern ein gesegnetes, besinnliches Weihnachtsfest. Meine Gedanken sind an den Weihnachtstagen besonders bei den Alleinstehenden, bei den Kranken und bei den Hilflosen. Mögen ihnen diese Tage das Herz nicht schwer werden lassen, sondern mögen sie sich freuen im Bewußtsein, daß sie Teil der Gemeinschaft der Leoganger sind.

365 Tage des Glückes und der Freude zu wünschen würde bedeuten, diese als Selbstverständlichkeit und nicht als Geschenk zu empfinden. Was Ihnen vielmehr nützen möge ist der Wunsch, auch an Tagen der Trübsal und der Kümmernisse (es mögen nur einige sein) den Mut nicht zu verlieren und die positive Einstellung zum Leben und zu den Mitbürgern zu bewahren. Größeres Ungemach möge aber von allen abgehalten werden, das wünscht

Ihr Bürgermeister