

LEBENSRAUM ALPBACHTAL

Wo Leben & Urlaub Hand in Hand gehen

INHALT

02 | AUSGANGSLAGE

03 – 04 | WISSENSCHAFTLICHE GRUNDLAGE Innovation & regionale Pfadentwicklung Residentielle Ökonomie Akteurzentrierte Regionalentwicklung

05 | RAHMENBEDINGUNGEN

05 – 07 | STRATEGISCHE EINORDNUNG

Strategie

- Vision – was wir für das Alpbachtal erreichen wollen
- Mission – was uns im täglichen zum antreibt
- Werte – was uns wichtig ist

Nachhaltigkeit

- Lebenslanges lernen (SDG4)
- Verantwortungsbewusster Tourismus (SDG8)
- Regionalität (SDG12)
- Klimaschutz (SDG13)
- Natur & Umwelt (SDG15)
- Partnerschaften (SDG17)

08 – 10 | VORGEHENSWEISE

Fragebogen

Workshop 1 & 2

Workshop 3

11 | FÜR EINE AUSBALANCIERTE ZUKUNFT

12 | ERGEBNISSE IM DETAIL INKLUSIVE DER NÄCHSTEN SCHRITTE

AUSGANGSLAGE

Mit dem Projekt „Lebensraum Alpbachtal – Wo Leben und Urlaub Hand in Hand gehen“ möchte der Tourismusverband Alpbachtal & Tiroler Seenland – im weiteren Verlauf mit TVB abgekürzt – den Stellenwert, den Nutzen und die Verankerung des Tourismus im TVB-Gebiet ermitteln und darauf aufbauend die Region als Lebensraum für Ein-, Zweitheimische und Gäste weiterentwickeln. Der Untersuchungsgegenstand umfasst dabei die Wechselwirkung zwischen Tourismus, Landwirtschaft, Gewerbe und Industrie. Basierend auf der Wechselwirkung ergeben sich daraus gemeinsame infrastrukturellen Anforderungen an den individuellen und öffentlichen Verkehr, aber auch soziokulturelle Anforderungen, wie medizinische Versorgung, Bildung und altersabhängige Betreuung mit entsprechenden Begegnungszonen. Im alpinen Lebensraum sind die soziokulturellen Anforderungen die in einem funktionierenden, generationenübergreifenden Vereinsleben abgebildet werden besonders erfolgsrelevant.

Außerdem möchte das Projekt Begegnungspunkte mit ihrer Wirkung auf Einheimische, Zweitheimische und Gäste erkennen. Mit dieser Analyse soll festgestellt werden, in welcher Weise die Ansprüche des Gastes mit dem Alltag der Einheimischen und der Arbeitsumgebung der Zweitheimischen korrelieren und wie sich die unterschiedlichen Erwartungshaltungen befruchten beziehungsweise negativ beeinflussen.

Grundsätzlich soll die Tourismusakzeptanz einerseits messbar und mit anderen Regionen vergleichbar gemacht werden und andererseits die entsprechenden Ableitungen die Basis für eine gesunde Weiterentwicklung der Region darstellen. Um diesen Prozess substantiell gestalten zu können, werden sowohl die gegenwärtige als auch die nächste Generation in den Prozess integriert.



WISSENSCHAFTLICHE GRUNDLAGE

Basierend auf den Erfahrungen aus der Immobilienkrise, der Aufarbeitung der COVID-Pandemie und der strategischen Herausforderung qualifizierte Arbeitskräfte in die lokale Volkswirtschaft zu integrieren, ergeben sich folgende strategischen Herausforderungen zur strukturierten Überprüfung:

1. Innovation & regionale Pfadentwicklung

2. Residentielle Ökonomien

3. Akteurszentrierte Regionalentwicklung

Auf Basis dieser drei Themenblöcke wurde ein in Boston und Bern entwickeltes Konzept für die Regionalentwicklung für den Lebensraum Alpbachtal als Basis herangezogen. Im Zentrum des Modells steht die regionale Wertschöpfung und die nachhaltige Entwicklung der Region, welche von den oben genannten drei Wirkungskreisläufen Innovation & regionale Pfadentwicklung, residentielle Ökonomie und akteurszentrierte Regionalentwicklung beeinflusst wird.

Das Modell beschreibt die zentralen Faktoren, die nötig sind, um die Lebens- und Standortqualität einer Region zu verbessern und die nachhaltige, regionale Entwicklung zu gewährleisten. Die Region stellt einen Handlungsraum dar, „der mit gemeinsamen Herausforderungen konfrontiert ist und wo Strategien und Projekte zu deren Bewältigung entwickelt werden müssen“.

Da Herausforderungen in diesem Modell eine zentrale Rolle spielen, ist es wichtig diesen Begriff zu klären: Unter Herausforderungen werden Dynamiken verstan-

den, die die regionale Entwicklung stark beeinflussen wie z.B. Klimawandel und -anpassung, demographischer Wandel, Abbau der öffentlichen Serviceleistungen, Deindustrialisierung im klassischen Sinne. Konkrete Herausforderungen in ruralen Regionen sind demnach beispielhaft Schneemangel in tiefer gelegenen Wintertourismusorten, mangelnde Verfügbarkeit von Arbeitskräften, eine hohe Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr aufgrund einer geringen oder in der Qualität mangelhaften ÖV-Ausstattung, Übergang zu einer Industrie 4.0.

Regionen sind mit diesen Herausforderungen und deren wirtschaftlichen Folgen konfrontiert und der gewählte Ansatz könnte vor allem in Bezug auf die Entwicklung von innovativen Lösungen zur erfolgreichen Bewältigung dieser Herausforderungen und zur Transition hin zu einer resilienten Regionalentwicklung beitragen. Die gewählte Vorgehensweise trägt dazu bei, dass regionale Disparitäten abgebaut bzw. verhindert werden.

In der Phase Post-Immobilienkrise beziehungsweise der Post-COVID-Phase und aufgrund der demographischen und gesellschaftlichen Änderungen erkannte die Wissenschaft, dass ein unternehmensfokussierter Export-Ansatz alleine zu kurz greift und durch drei Ansätze 1) Herausforderungsorientierte Innovationen & Regionale Pfadentwicklung, 2) Residentielle Ökonomien und 3) Akteurszentrierte Regionalentwicklung ergänzt werden muß.

INNOVATION & REGIONALE PFADENTWICKLUNG

Innovative Unternehmen führen zu einer Stärkung des exportorientierten Unternehmertums, welches die regionale Entwicklung positiv beeinflusst. Dieses Unternehmertum wiederum leistet einen Beitrag zur nachhaltigen

ökonomischen Entwicklung und regionalen Wertschöpfung. Innovative Unternehmen benötigen aufgrund der gesellschaftlichen Herausforderungen für die Schaffung von Innovationen und zur Implementierung einer wis-

sensbasierten Industrie 4.0 entsprechend, qualifiziertes Personal und verlässliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen, welche auf einer Zukunftsorientierung basiert.

RESIDENTIELLE ÖKONOMIE

Die residentielle Ökonomie beschäftigt sich mit dem Leben- und Arbeiten in der Region. Sie trägt zur Stärkung des lokalen Unternehmertums, der lokalen Landwirtschaft und des Gewerbes bei, da die Bevölkerung und Touristen vor Ort einkaufen und Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Eine Stärkung der Lebensqualität vor Ort führt zu einer dynamischen residentiellen Ökonomie, die für das lokale Unternehmertum in Landwirtschaft und Gewerbe eine gesunde Absatzbasis bilden. Damit innovative Projekte initiiert und umgesetzt werden, braucht es Akteur:innen und Entwicklungsträger:innen

vor Ort, die in der Region ihren Lebens- und Arbeitsraum haben wollen. Daher gilt es, die Lebensqualität vor Ort im Sinne einer attraktiven Nahversorgung, einem gut funktionierenden öffentlichen Sektor sowie attraktiven Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten zu entwickeln. In diesem Zusammenhang spielen sozio-kulturelle Herausforderungen eine wichtige Rolle. So können z.B. innovative Vorhaben für die Regelung von öffentlichen Verkehrsangeboten in peripheren Dörfern (z.B. Ortsruftaxis) oder die Entwicklung von Kinder- und Altersbetreuungsangeboten in bestimmten Regionen eine wichtige Rolle

spielen. Auf diese Weise werden Regionen als Lebensräume attraktiv. Es entsteht eine Wechselwirkung zwischen dem Exportsektor und dem lokalen Sektor. Zum einen können die Einkünfte des Exportsektors in der Region ausgegeben werden und zum anderen stehen der Exportwirtschaft unterstützende Zuliefer:innen, Dienstleistungen und geeignete Standortfaktoren für ihre Arbeitskräfte und deren Familien zur Verfügung. Wenn eine Region einen attraktiven Lebensraum darstellt, dann ist es auch wahrscheinlicher, dass gut ausgebildete Menschen in Zukunft zuziehen werden.

AKTEURZENTRIERTE REGIONALENTWICKLUNG

Die Kapazitäten und Governance-Strukturen der unterschiedlichen Akteur:innen tragen zu einer Vernetzung dieser Akteur:innen bei, aus welcher neue Ideen und Initiativen hervorgehen, die einerseits exportorientiert oder auch lokal orientiert sein können und die Region für das Leben und Arbeiten attraktiv gestaltet (akteurzentrierte Regionalentwicklung).

Die Lebensraumentwicklung muss in Zukunft vermehrt auf die Bewältigung der lokalen/regionalen Herausforderungen ausgerichtet sein (z.B. demografischer Wandel und Alterung in peripheren Bergregionen, ökologische Herausforderungen in peri-urbanen Regionen, etc.). Im Rahmen der Neuausrichtung müssen ein breites Spektrum von Akteur:innen einbezogen werden (Quadrupel Helix). Neben

den Unternehmen, den staatlichen Akteur:innen auf allen drei Ebenen (Gemeinde, Planungsverbände, Land und Bund) inklusive der regionalen Entwicklungsagenturen spielen auch zivilgesellschaftliche Akteur:innen, welche sich freiwillig für die Entwicklung der Region engagieren eine wichtige Rolle (Beispielhaft nennt die Wissenschaft Vereine, freiwillige Blaulichtorganisationen).

RAHMEN- BEDINGUNGEN



che Plätze in ausgezeichnetem Zustand sind. Durch gezieltes Marketing sollen diese Verbesserungen bei den Gästen und bei den Einheimischen thematisiert und somit bewusster wahrgenommen werden können.

Der TVB hat sich zum Ziel gesetzt ein aktiver Entwickler der Region zu sein und ist aus diesem Grund Mitglied in der KlimaWerkstatt Alpbachtal sowie bei WiR Alpbachtal. WiR Alpbachtal ist eine Initiative zur Standortentwicklung und soll den lokalen Handel unterstützen.

Der TVB ist eine Körperschaft öffentlichen Rechts. Zu den Kernaufgaben gehören die Angebotsentwicklung für Gäste und Einheimische, die Pflege und Weiterentwicklung der Infrastruktur sowie gezielte Marketingaufgaben. Durch die Schaffung innovativer, authentischer Freizeitangebote werden sowohl die Bedürfnisse der Gäste als auch der Einheimischen berücksichtigt. Die laufende Verbesserung der Infrastruktur stellt sicher, dass die touristischen Einrichtungen, Wege und öffentli-

Dem TVB ist die Bedeutung der Vereine für ein gesundes Miteinander von Gästen, Ein- und Zweitheimischen bewusst und unterstützt diese mit Subventionen, Sach- und Dienstleistungen bei der Vereinstätigkeit und bei Veranstaltungen.

STRATEGISCHE EINORDNUNG



dierten ökologischen Basisarbeit funktionieren. Der TVB sieht sich nicht nur in einer Verantwortung gegenüber den Gästen und Tourismusbetrieben, sondern möchte vielmehr auch der gegenwärtigen und zukünftigen Bevölkerung einen gesellschaftlich funktionierenden, wirtschaftlich gesunden und ökologische vitalen Lebensraum übergeben. Aus diesem Grund wird nicht nur die aktuell gestaltende Generation, sondern auch die zukünftige Generation bewusst in den Prozess integriert.

Entsprechend der Rahmenbedingungen und aufgrund der Ziele hat der TVB gemeinsam mit den formellen und informellen Stakeholdern eine Strategie und ein ökologisches Nachhaltigkeitsbild erarbeitet. Mit dem Projekt „nachhaltig ausgewogener Tourismus“ möchte der TVB die gesellschaftliche Nachhaltigkeit ergänzend in den Fokus bringen. Die gesellschaftliche Nachhaltigkeit ist eine wichtige Basis für langfristigen ökonomischen Erfolg und kann nur auf einer fun-

Der Projektansatz lässt sich mit den Schlagwörtern „Lebensgrundlage nachhaltig sichern“, „regionalen Mehrwert schaffen“ und „Bewusstsein für den Tourismus stärken“ umschreiben und soll somit die Lebensgrundlage für die Ein- und Zweitheimischen langfristig absichern bei gleichzeitiger Schaffung eines attraktiven Urlaubserlebnisses für den Gast.

STRATEGIE

Die Marke Alpbachtal steht stellvertretend für eine Ferienregion mit zehn Orten – neun Dörfer und einer Stadt – und für eine Lebenshaltung: naturnah, echt, kultiviert und mit dem Blick über den Tellerrand. Hier lebt man nicht nur Tradition, sondern entwickelt sie weiter.



Vision – Was wir fürs Alpbachtal erreichen wollen

Wir gestalten das Alpbachtal als lebenswerte, authentische und enkeltaugliche Ferienregion im Herzen Tirols. Unser Ziel ist es, eine Vorreiterrolle im nachhaltigen alpinen Tourismus einzunehmen und eine ausgewogene Verbindung zwischen Natur, Kultur, Gesellschaft und Wirtschaft zu schaffen.



Mission – Was uns im täglichen Tun antreibt

Als Tourismusverband Alpbachtal setzen wir uns mit Leidenschaft dafür ein, unsere Ferienregion nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. Wir fördern sanfte Mobilität, regionale Wertschöpfung und ressourcenschonenden Tourismus. Dabei schaffen wir Angebote, die im Einklang mit unserer Natur und Kultur stehen und Gästen wie Einheimischen gleichermaßen Freude bereiten. Gemeinsam mit unseren Partner:innen und Gastgeber:innen leben wir Tiroler Gastfreundschaft, bewahren die landschaftliche Schönheit und stärken das gesellschaftliche Miteinander in unseren 10 Gemeinden.“



Werte – Was uns wichtig ist

Haltung: Für uns ist Nachhaltigkeit kein zu erreichendes Ziel, sondern eine gelebte Haltung. Umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln sind fest in unserem Markenkern verankert und prägen unser tägliches Tun – von der Angebotsgestaltung bis zur Kommunikation mit unseren Gästen.

Gemeinschaft: Enge und kontinuierliche Zusammenarbeit mit Gemeinden, Einheimischen, Experten, Betrieben, Vereinen und Gästen für eine enkeltaugliche Zukunft.

Qualitätsstandard: Wir richten uns an anerkannten Standards, wie dem österreichischen Umweltzeichen und setzen auf fundierte Maßnahmen, die echte Verbesserungen für unsere Region und unsere Gäste bringen.

Transparenz: Wir informieren klar und transparent über unsere Fortschritte und teilen regelmäßig, was wir für eine nachhaltige Zukunft der Region umsetzen.

NACHHALTIGKEIT

Was braucht es für eine nachhaltige Zukunft im Alpbachtal? Eine klare Richtung und konkrete Schritte. Wir orientieren uns an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) und haben daraus 6 zentrale Handlungsfelder für unsere Region abgeleitet. Zu jedem dieser Handlungsfelder haben wir maßgeschneiderte Maßnahmen entwickelt, die auf unsere Stärken, unsere Verantwortung und unsere Vision für die Zukunft einzahlen.



Lebenslanges Lernen (SDG4)

Lebenslanges Lernen ist für uns im Alpbachtal ein Schlüssel für nachhaltigen Tourismus – innerhalb des Teams, bei unseren Partner:innen und in der ganzen Region. Ob durch Schulungen, den Austausch im Congress Centrum Alpbach oder die Unterstützung umweltzertifizierter Betriebe: Wir setzen auf Bildung als Motor für Veränderung und gemeinschaftliches Denken.



Verantwortungsbewusster Tourismus (SDG8)

Im Alpbachtal steht Tourismus für mehr als Urlaub: er soll den Lebensraum für alle stärken. Durch die Förderung regionaler Betriebe, zukunftsweisende Projekte wie „Lebensraum Alpbachtal – wo Leben und Urlaub Hand in Hand gehen“ und dem Workshop „Präferenz Klimaberuf!“ gestalten wir gemeinsam eine nachhaltige, faire und lebenswerte Region. Dabei setzen wir auf Zusammenarbeit und echte regionale Wertschöpfung.



Regionalität (SDG12)

Nachhaltigkeit beginnt im Alltag, deshalb fördern wir im Alpbachtal regionale Kreisläufe und einen bewussten Umgang mit Ressourcen. Mit dem Mehrwegbecherverleih, Green Events und dem Qualitätssiegel „Alpbachtal Q“ setzen wir auf umweltfreundliche Lösungen, die lokale Wirtschaft und Landwirtschaft stärken.



Klimaschutz (SDG13)

Für den Klimaschutz setzen wir im Alpbachtal gezielte Maßnahmen zur CO₂-Reduktion und gestalten gemeinsam mit unseren Partner:innen eine energieautonome Region. Beispielsweise durch das Projekt Zukunftsfonds Alpbachtal und Initiativen der KlimaWerkstatt Alpbachtal etwa Beratungsangebote, nachhaltige Mobilität oder erneuerbare Energie.



Natur & Umwelt (SDG15)

Unsere Natur ist das Herz des Alpbachtals, deshalb setzen wir uns aktiv für ihren Schutz und ihre Pflege ein. Mit Aktionen wie dem Clean-Up Day, Klimawanderungen oder Maßnahmen durch die KlimaWerkstatt Alpbachtal zur klimafitten Landwirtschaft, Biodiversität und Bewusstseinsbildung.



Partnerschaften (SDG17)

Nachhaltigkeit gelingt nur gemeinsam – deshalb setzen wir im Alpbachtal auf starke Partnerschaften in der Region. Mit der Unterstützung von Initiativen wie WiR Alpbachtal, der KlimaWerkstatt Alpbachtal oder unserem Green Team Alpbachtal entwickeln wir gemeinsame Lösungen & Synergien für eine zukunftsfähige Region.

VORGEHENSWEISE

Im dritten Quartal 2024 wurde der Förderantrag für das Projekt beim Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) eingereicht, mit erfreulicher Aussicht auf eine 80%ige Förderung. Zugleich fiel unsere Wahl auf Ger- not Paesold als erfahrenen Projektbegleiter, mit dem wir gemeinsam die nächsten Schritte definierten.

Bevor mit der konkreten Projektplanung begonnen werden konnte, wurden in einem Kick-off-Workshop die gegenwärtige Generation und zukünftigen Herausforderun-

gen für die nächste Generation thematisiert. Die erkannten Herausforderungen wurden mit einem weltweit anerkannten „Zufriedenheitsindex“ - dem OECD Better Li- feIndex - abgeglichen und aufgrund der Bedeutung des Tourismus in der Region um spezifische Tourismuskriterien ergänzt.

Zur Erhebung der Ist-Situation wurde der LebensQuali- Meter – LQM - Fragebogen von Kohl und Partner als idea- les Befrage-Tool ausgewählt.

Der Vorteil des LQM ist neben der touristischen Adaption auf Basis des OECD Better-Life-Index die Vergleichbarkeit zu anderen europäischen Regionen.

Der Fragebogen sollte einen Überblick über die Befind- lichkeiten in der Gesamtbevölkerung geben. Aufbauend auf der Vielzahl an Rückmeldungen aus dem Fragebogen sollte dann mit ausgesuchten Bürger:innen Handlungsop- tionen erarbeitet und schließlich im nächsten Schritt zu Handlungsfeldern verdichtet werden.

PROJEKTAUFBAU



FRAGEBOGEN

Der Fragebogen war in den Monaten Oktober bis Dezember 2024 online verfügbar und gewährte in allen 10 Gemeinden an Ein-, Zweitheimische und Unternehmer einen Zugang zum Online-Fragebogen. 1.128 Personen haben neben den strukturierten Rückmeldungen auch vertiefende offene Antworten gegeben. Diese offenen Fragen haben zu über 2.000 Rückmeldungen geführt. Die Ergebnisse der offenen und geschlossenen Fragen wurden analysiert und zusammengeführt. **Die wichtigsten Erkenntnisse aus dem LQM Fragebogen waren:**

Allgemeines Lebensgefühl

Die hohe Lebensqualität, das Gemeinschaftsgefühl, die beeindruckende Natur und die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten wurden besonders positiv hervorgehoben (80/100). Gleichzeitig belastet der steigende Mangel an leistbarem Wohnraum insbesondere die jüngeren Generationen.

Tourismus

Einerseits wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus anerkannt, andererseits fühlen sich Einheimische gegenüber Gästen oft benachteiligt (z. B. bei der Nutzung touristischer Infrastruktur).

Freizeit & soziale Interaktion

Die Kategorie erzielte die höchste Bewertung (91/100)! Gründe für die sehr gute Bewertung sind einerseits die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten und das Funktionieren bestehender sozialer Netzwerke (Vereine). Dennoch werden mehr jugend- und familienfreundliche Angebote (z. B. Schwimmbad, Spielplätze) gewünscht.

Verkehr & Mobilität

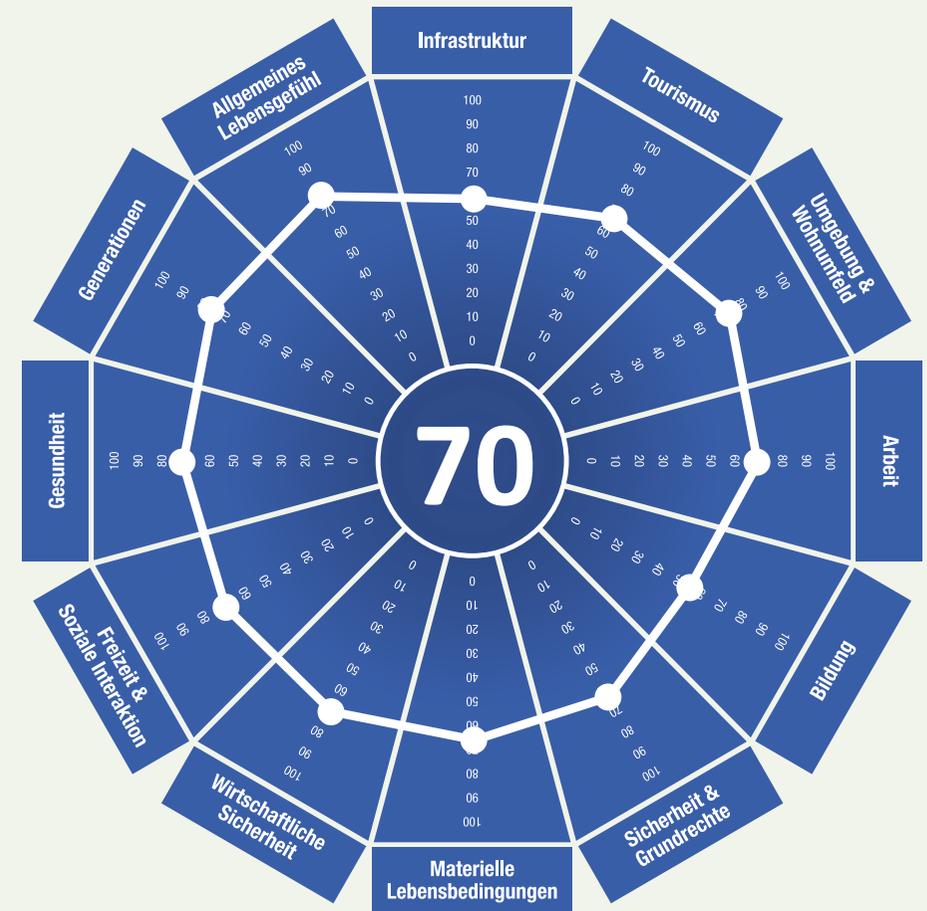
Der öffentliche Nahverkehr und alternative Mobilitätslösungen werden als unzureichend wahrgenommen - insbesondere in Randzeiten, abgelegenen Gebieten und zu saisonal, touristisch attraktiven Ausflugszielen.

Infrastruktur

Schwachpunkte sind Freizeitinfrastruktur (49/100) und öffentlicher Verkehr (51/100). Die niedrige Bewertung der Freizeitinfrastruktur resultiert weniger aus einem Mangel an Angeboten, sondern vielmehr aus der Unzufriedenheit der Bevölkerung über die bessere Zugänglichkeit für Gäste durch die Nutzung der Gästekarte. Die Versorgung und öffentlichen Dienstleistungen wurden sehr gut bewertet (70/100 und 76/100).

Kultur & regionale Bindung

Die regionale Identität ist stark ausgeprägt (84/100), jedoch wünschen sich viele Einheimische mehr Mitspracherecht in der Regionalentwicklung.



WORKSHOP 1 & 2

Die Kern-Erkenntnisse wurden anschließend in zwei Workshops zur Diskussion gestellt und in für die Region relevante Handlungsoptionen zusammengefasst. Die Zusammensetzung der Workshops ergab sich aus den drei aus Sicht der Wissenschaft grundsätzlich entscheidenden Personengruppen für die Weiterentwicklung eines Lebensraums.

- **Öffentliche Institutionen**
- **Unternehmen**
- **Zivilgesellschaftliche Akteure (Vereine, freiwillige Blaulichtorganisationen)**

Die beiden Workshop sollten einerseits die Erfahrungen der gegenwärtigen Generation abbilden als auch die Ideen der nächsten Generation aufnehmen. Ziel dieser beiden Workshops war das Herausarbeiten von Handlungsoptionen für die Weiterentwicklung des Lebensraums Alpbachtal. Im Folgenden sollen die Kern-Erkenntnisse zusammengefasst werden. Diese Handlungsoptionen wurden als die großen zukünftigen Herausforderungen für den Lebensraum Alpbachtal erkannt.

Handlungsoptionen & die entsprechenden Ausprägungen

MOBILITÄT

- Alternative Mobilität
- Skibus System
- Parkraum Management
- Sharing Mobility Konzepte
- VVT + Wanderbus Taktung
- ÖPNV + Parkplatz
- Kleinbusse
- Ruftaxi
- Shuttle (Events, Ausflugziele)

UMWELT + NATURSCHUTZ

- Sicherheit (Mensch & Natur)
- Versiegelung
- Müllvermeidung

SOZIALE INTERAKTION

- Vereinsleben: Ein- & Zweitheimische
- Dorfleben
- Kulturelle Identität
- Betreuungsqualität

LEISTBARER WOHNRAUM

CARD FOR LOCALS

- Mögliche Unterscheidung Mitarbeiter Card und Einheimischen Card mit den prinzipiellen Bestandteilen aus Gemeinde- & Erlebnisleistungen

PARTIZIPATION GESELLSCHAFT

- Aktive Kommunikation (analog digital)
- Sprechstunden
- Bürgertag – Info Events
- Frequenz

NEXT GENERATION

- Begegnungszone (Altersabhängig)
- Ein- und Zweitheimische
- Betriebsnachfolge

FREIZEIT & INFRASTRUKTUR

Einheimische

- Hallenbad
- Strawanzer (Leuchtturm Event)
- Congress Centrum Alpbach
- Wirtshaus (quantitativ)

Gäste

- Winterwanderweg
- Flaniermeile/Begegnungszonen
- MTB/Radweg
- Wirtshaus (qualitativ)
- Kultur

WORKSHOP 3

In einem dritten Workshop wurden anschließend die Handlungsoptionen zu Handlungsfeldern konkretisiert, um daraus konkrete für den Lebensraum wichtige Projekte abzuleiten. Diese konkreten Projekte sollen anschließend in einem Meilensteinplan zur weiteren Umsetzung zusammengefasst werden, um darauf aufbauend nach einer gewissen Periode die Erfolge zu reflektieren.

Die Handlungsfelder zur Projektumsetzung

- Bürgerkarte: Servicekarte für alle Ein- & Zweitheimischen
- Vereine als positiver Kumulationspunkt von sozialer Interaktion und Nutzer öffentlicher Veranstaltungseinrichtungen
- Begegnungszonen als wichtiger Faktor einer generationenübergreifenden Freizeit und Erholungsinfrastruktur
- Mountainbike/Rad: moderne Freizeit & Erholungsinfrastruktur für Ein- & Zweitheimische / Gäste im Inntal & am Berg
- Mobilität als umfassender Lösungsansatz zum Erreichen eines nachhaltigen Personentransports

FÜR EINE AUSBALANCIERTE ZUKUNFT

ZWISCHEN EINHEIMISCHEN, GÄSTEN & ZWEITHEIMISCHEN



Abschließend sollen die Handlungsfelder nun mit qualitativen Zielen und Umsetzungsschritten aufgeführt werden.

Ergebnis aus Fragebogen, Workshop eins und zwei und schließlich des finalen Workshops drei, sind fünf konkrete Ziele für eine ausbalancierte Zukunft zwischen Ein-, Zweitheimischen und Gästen im Alpbachtal.

ERGEBNISSE IM DETAIL INKLUSIVE DER NÄCHSTEN SCHRITTE

BÜRGERKARTE ALPBACHTAL

ZIEL: Bürgerkarte Alpbachtal für alle Ein- & Zweitheimischen, welche plakativ die Vorteile des Lebensraums darstellen & nutzbar machen

SCHRITT 1: Definition einer Projektgruppe zum Erheben der möglichen Bestandteile einer Bürgerkarte Alpbachtal aus Gemeinde- & Erlebnisleistungen

SCHRITT 2: In dieser Projektgruppe soll auch die zukünftige Ausgestaltung der Inhalte definiert werden

INITIATOR: Gemeinde

TVB BEITRAG: Know-How & Unterstützung Projektmanagement inklusive Optionenprüfung, Aufzeigen der Komplexität, Erstellen Projektplan (rechtliche Rahmenträger, etc.)

TEILNEHMER: Gemeinde, TVB & ausgesuchte Erlebnisunternehmer

NÄCHSTER TERMIN: Planungsverbandssitzung zum Kick-off Start

VEREINE

ZIEL: Vereine als wichtige Begegnungszone für Generationen thematisieren & durch Unterstützung bei Aktivitäten die Präsenz im Dorfleben als positiver Kumulationspunkt für Ein- & Zweitheimische & Gäste erhöhen

SCHRITT 1: Ausarbeiten der Erwartungshaltungen von Vereinen + TVB + Gemeinden

SCHRITT 2: Schulterchluss von Vereinen + TVB + Gemeinden

SCHRITT 3: Erkennen/Definieren/Umsetzen erster gemeinsamer Pilotprojekte – Lernen aus den ersten Erfahrungen – Institutionalisierung eines Kommunikationsformats

INITIATOR: Gemeinde

TEILNEHMER: Gemeinden – Vereine – TVB

NÄCHSTER TERMIN: Umsetzung Schritt 1 im Q4/2025

FAHRRAD & MOUNTAINBIKE

ZIEL: Die einzigartigen Möglichkeiten der Kombination aus Inntalradweg, MTB Angebot & öffentlichem Verkehr strategisch thematisieren & zu einem regionsweiten Produkt ausbauen

SCHRITT 1: Die Planung, Finanzierung & Genehmigung von Wegabschnitten wird aktuell im Vorfeld zwischen der betroffenen Gemeinde, dem jeweiligen Grundeigentümer:in & dem TVB ausgearbeitet & anschließend über Bund/Land eingereicht/genehmigt. Es besteht der Wunsch einen allgemein übergreifenden Status auszutauschen & daraus ein nachhaltiges Mobilitätsprojekt zu entwickeln

INITIATOR: TVB

SUPPORT: Gemeinden

TEILNEHMER: TVB – Gemeinden & ausgesuchte Unternehmer:innen beziehungsweise Vereine

NÄCHSTER SCHRITT: Q4/2025

MOBILITÄT

ZIEL: Eine regionsübergreifende Mobilitätslösung ausarbeiten & die Handlungsfelder/Probleme einerseits gemeinsam gegenüber dem VVT aufzeigen & unabhängig vom VVT eine Lösung für ausgesuchte Mobilitätsforderungen finden

BANDBREITE: P&R – Sharing – ÖPNV – Sammeltaxi – Ausflugsziel

SCHRITT 1: Ist-Situation erheben & um die strategischen Handlungsfelder vervollständigen

SCHRITT 2: Die unter Schritt 1 erkannten Herausforderungen einerseits an den VVT kanalisieren & mittels Zeitfenster einen Lösungsansatz einfordern & andererseits eine Herangehensweise für die offenen Mobilitätsthemen finden

VERANTWORTLICHER: Gemeinde, TVB

TEILNEHMER: Gemeinde, TVB, ausgesuchte Unternehmer:innen (BB, etc.), VVT

NÄCHSTER SCHRITT: Sitzung im Planungsverband (inkl. Gemeinden Breitenbach & Kundl) für den Projektstart

BEGEGNUNGZONEN

ZIEL: Tageszeit & wetterunabhängige/abhängige Begegnungszonen schaffen, welche durch Vereine & sonstige Institutionen bespielt werden können/sollen

BANDBREITE: Öffentliche Plätze (Ortskern) – Spielplätze altersabhängig – Vereinsorte – Jugend-/Seniorentreffs – Veranstaltungen (Strawanzer, Z'sammtreffn)

SCHRITT 1: Erhebung/Aufzeigen der Begegnungszonen & Veranstaltungen

SCHRITT 2: Erkennen der „To do's“

INITIATOR: Gemeinde

SUPPORT: Sonstige Institutionen – TVB

TEILNEHMER: Gemeinde – sonstige Institutionen – TVB

NÄCHSTER SCHRITT: Umsetzung Schritt 1 Q3/2025

Bei Rückfragen oder Anregungen freuen wir uns auf eine E-Mail an: nachhaltigkeit@alpbachtal.at