

Regionales Räumliches Entwicklungskonzept (regREK) Montafon, Phase 2

Workshop 4

Wirtschaft und Tourismus

28.11.2023, Volksschule Latschau, Tschagguns

Dokumentation

Wolfgang Pfefferkorn,

Felix Hartlmayr

Valentina Bolter

28.12.2023

STAND MONTAFON Montafonerstraße 21, 6780 Schruns,
Tel. +43 5556 72132, email: info@stand-montafon.at, www.stand-montafon.at

ROSINAK & PARTNER Ziviltechniker GmbH, Schloßgasse 11, 1050 Wien,
Tel. (+431) 544 07 07, Fax (+431) 544 07 27, email: office@rosinak.at,
<http://www.rosinak.at>
Firmenbuchzahl FN 140466 v – UID: ATU39942201

stadtländ, DI Alfred Eichberger GmbH, Kirchengasse 19/12, 1070 Wien;
+Tel. +43 1 2361912, email: wien@stadtländ.at
Albert-Bechtold-Weg 2/11, 6900 Bregenz
+Tel. +43 664 964 633, email: bregenz@stadtländ.at
www.stadtländ.at

1. Ort und Zeit

Ort: Volksschule Latschau, Hofrat-Durig-Straße 18, 6774 Tschagguns

Zeit: Dienstag, 28. November 2023, 17:30-20:30 Uhr + Anschließender gemeinsamer Ausklang

2. Ziele

Was wollen wir bei diesem Workshop erreichen:

- » Die Teilnehmer*innen kennen die Maßnahmenvorschläge aus dem Zielbild und ergänzen diese um aktuelle bzw. neue Vorhaben.
- » Die Teilnehmer*innen kommen zu einer gemeinsamen Einschätzung, welche Maßnahmen in den Bereichen Wirtschaft und Tourismus in den nächsten Jahren besondere Priorität haben.
- » Die Teilnehmer*innen konkretisieren die prioritären Maßnahmen so weit, dass daraus in der Folge konkrete Projekte entwickelt werden können.
- » Es wird geklärt, wen es für die Umsetzung der konkreten Maßnahmen bräuchte. Eventuell lassen sich bereits bei der Veranstaltung einige Teilnehmende für die Projekte gewinnen.
- » Die Teilnehmer*innen bekommen einen anregenden Input von außen.
- » Die Teilnehmer*innen erleben eine spannende Veranstaltung in einem anregenden Ambiente.
- » Die Teilnehmer*innen nutzen diese Veranstaltung für einen fachlichen und persönlichen Austausch.

3. Teilnehmer*innen

Bürgermeister und Gemeindevertretung;

Vertreter*innen des Landes;

Personen, die mit dem Thema Wirtschaft und Tourismus befasst sind: Montafon Tourismus, Wirtschaft Montafon, Montafonerbahn, PIZ, bewusst montafon, Bergbahnen, Jugendforum, Bevölkerung

4. Ablauf

Was passiert	Wer	Wann
1. Begrüßung Hintergrund der heutigen Veranstaltung, Vorstellung des Veranstaltungsorts	Bgm Herbert Bitschnau	17.30
2. Überblick über den Ablauf des Abends	Wolfgang Pfefferkorn	17.35
3. Input: Unternehmer:innen erzählen ihre Geschichte (Format „Story telling“) Einführung in das Format „Story telling“ Vorstellung der Unternehmer:innen Alle Teilnehmer:innen suchen sich eine Geschichte Input und Diskussion innerhalb der Gruppe Rückkehr und Vorstellung des Besprochenen aus jeder Gruppe (Details s. Pt. 5)	Wolfgang Pfefferkorn, Dagmar Fritz, Sarah Egg, Bernhard Schrottenbaum, Daniel Fritz, Begleiter:innen	17.40
4. Inhaltliche Einführung in die beiden Schwerpunktthemen	Herbert Bork	18.10

Anknüpfung Zielbild, Leitsätze, Maßnahmen- und Projektvorschläge		
5. Gruppeneinteilung Einführung in die Tischrunden Vorstellung Gruppenleiter:innen + Thema Alle Teilnehmer:innen suchen sich ein Thema	Wolfgang Pfefferkorn	18.40
6. Gruppenarbeit Die Gruppen suchen sich ihren Platz Gruppenleiter:innen führen (Details s. Pt. 6)	Alle, Begleiter:innen	18.50
7. Rückkehr, Ergebnisse sichtbar machen Zurückkehren und Sammeln der Ergebnisse auf den Pinnwänden je Thema	Alle, Begleiter:innen	19.30
8. Kurze Zusammenschau der Ergebnisse Vorstellung der Ergebnisse aus jeder Gruppe	1 Sprecher:in pro Gruppe, Alle	19.35
9. Ausblick und Abschluss Weitere Termine	Wolfgang Pfefferkorn	20.10
<i>Ende, gemeinsamer Ausklang</i>		<i>20.30</i>

5. „Story telling“: Unternehmer:innen erzählen ihre Geschichte

Vier Unternehmer:innen aus den Bereichen Handwerk (Dagmar Fritz, Holzbau Fritz, Bartholomäberg), Handel (Sarah Egg, eggmadedesign kids store & more, Schruns), Landwirtschaft (Bernhard Schrottenbaum, Gauensteiner Hof, Schruns) und Tourismus (Daniel Fritz, Hotel Bachmann, Gargellen) erzählen von sich und ihrem Unternehmen.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde der Unternehmer:innen teilen sich die Teilnehmer:innen in vier Gruppen auf und werden von einer/m Gruppenleiter:in begleitet.

Innerhalb der Gruppe erzählen die Unternehmer:innen ihre Geschichte und orientieren sich dabei an den folgenden Fragen:

- » Wie bist du zu deiner Arbeit gekommen?
- » Was für Hindernisse stellten sich dir?
- » Was hat dir auf dem Weg zu deinem Unternehmen geholfen?
- » Was war für dich ausschlaggebend, dass du dein Unternehmen im Montafon errichtetest?
- » Was würdest du dir an Unterstützung aus der Region wünschen?
- » Gibt es Kooperationen oder Synergien, die dir das Arbeiten erleichtern würden?
- » Wie kann gutes Personal für die Region gewonnen werden?
- » Was würdest du Personen raten, die sich in deinem Bereich selbstständig machen wollen?

Die Teilnehmer:innen einer Gruppe werden nach dem Input um eine Rückmeldung zu folgender Frage gebeten:

„Was braucht es auf regionaler Ebene, um Wirtschaft und Tourismus optimal zu unterstützen?“

6. Ideenschmiede und Themen

Die Teilnehmer*innen teilen sich in die entsprechenden Gruppen auf. Jede Gruppe wird von einer/m Gruppenleiter*in begleitet.

In der Kleingruppe bearbeiten die Personen die vorgeschlagenen Themen und befüllen eine Plakatvorlage anhand der folgenden Kategorien und Fragen:

- » Thema/Titel
- » Konkretisierung: Was ist das Ziel?
- » Aktivitäten: Welche Aktivitäten sollen stattfinden?
- » Ergebnisse: Was soll dabei am Ende vorliegen?
- » Welche Ressourcen benötigen wir dafür?
- » Projektträger*innen & Partner*innen: Wer soll aller einbezogen werden? Wer soll die Federführung übernehmen?
- » Hemmnisse/Herausforderungen: Wo liegen die größten Hemmnisse? Wie können diese überwunden werden?
- » Was wäre ein sinnvoller nächster Schritt?

Leitsatz 8: Das Montafon versteht sich als ein vielfältiger Wirtschaftsraum, der seinen BewohnerInnen eine gute Auswahl an attraktiven und qualitätsvollen Arbeitsstätten und Arbeitsplätzen bietet.

Tischgruppe 1:

Leitziel 8.1 Wir sichern und schaffen Voraussetzungen, die das Montafon zu einem attraktiven Wirtschaftsstandort machen.

Tischgruppe 2:

Leitziel 8.2 Wir stärken die regionale Wirtschaft im Tal.

Tischgruppe 3:

Leitziel 8.3 Wir sichern und verbessern die Rahmenbedingungen für eine funktionierende Landwirtschaft im Montafon.

Leitsatz 9: Das Montafon bekennt sich zu seiner Tradition als Freizeit- und Tourismusregion. Der Tourismus ist und bleibt einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren und Teil der Montafoner Identität. Er profitiert von und nutzt die Montafoner Landschaft, folglich schützt er auch ihre Qualitäten.

Tischgruppe 4:

Leitziel 9.1 Wir sichern und stärken die Voraussetzungen für einen qualitätsvollen Tourismus im Montafon

Tischgruppe 5:

Leitziel 9.2 Wir achten darauf, dass der Tourismus einen Mehrwert für das Montafon und seine BewohnerInnen schafft.

7. „Story telling“ – Geschichten und Diskussionsbeiträge

Dagmar Fritz (Holzbau Fritz, Bartholomäberg)

- Rund 80 % ihrer Aufträge beziehen sich auf den Bezirk Bludenz; der Rest kommt aus Vorarlberg.
- Die Aufträge umfassen Wohnbau, Ausbau und Sanierungen; vielseitige Aufträge sind hierbei wichtig, wenn ein Bereich weniger wird.
- Rund 30 Personen sind angestellt, davon fünf Lehrlinge. Es ist ein sehr gut ausgebildetes Team, der Nachwuchs wird selber ausgebildet.
- Lehrlinge werden über die Lehrlingsmesse und Schnupperangebote für Polytechnische Schüler:innen und Mittelschüler:innen angeworben.
- Kooperationen mit anderen Handwerksbetrieben im Montafon funktionieren sehr gut. Es besteht eine gute Vertrauensbasis, ein gutes Miteinander und Handschlagqualität.
- Das Holz, das sie verwenden, wird nicht im Montafon gekauft, weil es für ihre Zwecke zuerst verarbeitet werden muss. Im Montafon gibt es keine Firma, die diese Verarbeitung übernimmt, deshalb kaufen sie in Tirol, Kärnten und im Süddeutschen Raum ein. Die Rohware aus Sägewerken eignet sich nicht für vorgefertigte Elemente, es muss zuerst verarbeitet werden.
- Die Kinderbetreuung im Montafon funktioniert gut, was sehr wichtig für arbeitende Elternteile ist. In der Firma wird darauf geachtet, dass Arbeiter:innen ihre Aufträge und Fahrten gut mit ihrer Familie verbinden können (z.B. nur Aufträge in der Region, damit es wenig Fahrzeit und die Möglichkeit gibt, mittags nach Hause zu gehen).

Sarah Egg (eggmadedesign kids store & more, Schruns)

- Sarah Egg fing mit kleinen handgemachten Babyaccessoires an. Als die Nachfrage in der Zeit der Corona-Lockdowns stark stieg, kam die Idee für ein Kindergeschäft in Schruns, welches es bis dahin im Montafon noch nicht gab und sich als Marktlücke herausstellte.
- Das Schwierigste für sie war das Finden einer passenden Geschäftsräumlichkeit, da es zwar viele interessante Objekte gab, die Eigentümer:innen allerdings aus diversen Gründen nicht vermieten wollten oder konnten. An ihrem derzeitigen Standort in Schruns ist sie sehr zufrieden, mittlerweile haben sich auch weitere Geschäfte in direkter Nachbarschaft dazugesellt. Was ihrer Ansicht nach am Standort noch fehlt und für eine gegenseitige Belebung (auch der anderen Geschäfte) förderlich wäre, wäre ein Café.
- Auch finanziell wollte sie unabhängig bleiben und keine Fremdfinanzierung in Anspruch nehmen; sie verwendete ihr Angespartes für die Gründung des Geschäfts und konnte viel mit Eigenleistung bewerkstelligen.
- Einen Namen hat sich Sarah Egg bereits vor der Eröffnung ihres Geschäftes gemacht, indem sie ihre Produkte an unterschiedlichen Standorten in ganz Vorarlberg bewarb und verkaufte und auch in den Social Media sehr präsent war. Mittlerweile reisen die Kunden auch extra aus Deutschland an; Produkte wurden auch bereits in die USA oder nach Afrika versendet. Vom Tourismus ist sie nicht abhängig, ihre Kundschaft sind vor allem Einheimische; dennoch spürt sie die zusätzliche Kundschaft, die ihr die Kooperation mit dem Falkensteiner Familienhotel einbringt. Ihre nachhaltigen Kinderprodukte sind aus Biobaumwolle und stammen von europäischen Firmen; eine Personalisierung der Produkte erfolgt dann im Geschäft. Das Geschäft läuft

so gut, dass mit einer zusätzlichen Angestellten in der Zwischenzeit ein weiterer Arbeitsplatz geschaffen werden konnte.

- In der Diskussion hat sich herauskristallisiert, dass es in der Region ein Leerstandsmanagement benötigt, welches insbesondere jungen Unternehmer:innen dabei helfen kann, im Montafon den geeigneten Standort zu finden. Es stehen dann Informationen zur Verfügung, unter welchen Bedingungen freie Objekte genutzt werden können. Auch Bestandsbetrieben käme es bei allfälligen Erweiterungsabsichten zugute. Ein derartiges Management könnte auch auf Vermieterseite Bedenken und Ängste reduzieren, da es als neutraler Vermittler zwischen beiden Seiten fungiert.
- In diesem Kontext wurde auch eine generelle Stelle für die Unternehmensunterstützung angesprochen, welche die Unternehmer:innen bei Bedarf informiert, an wen man sich mit bestimmten Anliegen wenden oder auch woher man Förderungen beziehen kann.
- Im Zusammenhang mit der gegenseitigen Belebung wurden auch die Schwierigkeiten mit den unterschiedlichen und unregelmäßigen Öffnungszeiten thematisiert. Dies betrifft nicht nur die Geschäfte untereinander (die gegenseitige Belebung wird dadurch deutlich erschwert), sondern insbesondere auch die Hotels, die ihren Gästen keine sichere Auskunft geben können, welche Geschäfte geöffnet haben. Auch die derzeit online verfügbaren Öffnungszeiten stimmen nicht immer. Als Lösung hierfür wurde eine eigene Plattform angesprochen, welche die Öffnungszeiten transparent wiedergibt.

Bernhard Schrottenbaum (Gauensteiner Hof, Schruns)

- Insgesamt gibt es elf Betriebszweige am Hof: unter anderem Milchwirtschaft (60 Kühe), Fleischwirtschaft (inkl. Schweine), Hofladen, Gemüseanbau, Straßenräumung, Naturkindergarten (mit 18 Kindern).
- Es gibt drei Vollzeitarbeitskräfte im Kindergarten (von der Gemeinde bezahlt) und drei Teilzeitarbeitskräfte für den Straßendienst; insgesamt beziehen rund zehn Personen Einkommen durch den Hof.
- Das Gemüse wird hauptsächlich an die Gastronomie verkauft, teilweise auch im Hofladen oder an Sutterlüty. Mit der Gastronomie gibt es unterschiedliche Erfahrungen; jedenfalls ist viel Bewerbung notwendig, damit man in Erinnerung bleibt. Milchkälber werden bis zu fünf Monaten gehalten, die Fütterung erfolgt auch durch Milchpulver (Kostenfaktor); die Kälbermast ist nicht kostendeckend.
- „bewusstmontafon“ ist zwar als Marke gut, für den Vertrieb allerdings nicht geeignet. Eine Plattform für Produzenten/Konsumenten wäre hilfreich: Landwirte liefern Produkte, Gastronomen bestellen.
- Die Landwirtschaftsflächen im Talbereich gehen zurück. Für die Landschaftspflege ist die Viehzucht essenziell (z.B. Alpen). Die Pflege für Hangbereiche ist teuer, kostet bis zu 980€/ha (grobe Abschätzung).
- Es fällt auf, dass immer mehr jüngere Menschen sich für die Landwirtschaft interessieren und in Betriebe einsteigen.
- Die Zukunft der Alpwirtschaft: hängt von der Lage ab (entweder Kühe oder Schafe).

- Die Konkurrenz mit dem Wolf ist aktuell geworden, es braucht Konzepte zum Schutz vor dem Wolf.
- Es ist schwierig, Termine beim Schlachthof zu bekommen (für Direktvermarktung), wahrscheinlich wird der neue Schlachthof in St. Gallenkirch Erleichterung bringen.
- Es gibt zu wenige Betriebe im Montafon, die landwirtschaftliche Produkte weiterverarbeiten.

Daniel Fritz (Hotel Bachmann, Gargellen)

- Daniel Fritz hat gemeinsam mit seinem Bruder in vierter Generation das Hotel Bachmann in Gargellen von seinen Eltern übernommen. Das Hotel hat 80 Betten, verfügt über zwei Apartmenthäuser und beschäftigt 17 Mitarbeiter:innen.
- Ursprünglich hatte Daniel Fritz nicht die Absicht, nach der Ausbildung und einigen Jahren außerhalb des Montafons, in das Tal zurückzukehren. Grund dafür war schlussendlich die Möglichkeit, den Betrieb übernehmen zu können und die Möglichkeiten für Sportaktivitäten. Das Zurückkommen war eine Umstellung, insbesondere das beschränkte Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln in der ländlichen Region sowie das fehlende kulturelle Angebot (z.B. Ausgelmöglichkeiten).
- Das Hotel wird als Zwei-Saisonen-Hotel betrieben. Ein ganzjähriger Betrieb gestaltet sich als schwierig. Dies liegt u.a. an der Höhenlage. Generell sind für einen Ganzjahresbetrieb eine schwierige Interessensabwägung und betriebswirtschaftliche Rechnung anzustellen, ob diese Betriebsform für einen Betrieb funktionieren kann.
- Die Rahmenbedingungen für die Hotelbranche sind insgesamt schwierig: sehr viel Bürokratie und Dokumentationsaufwand, hohe Lohnnebenkosten, herausfordernde Suche nach Mitarbeiter:innen, erforderliche hohe Investitionen. Zwar konnte Daniel Fritz den Betrieb in einer guten Situation übernehmen, mit notwendigen neuen Investitionen sind jedoch finanzielle Belastungen über Jahre hinweg verbunden.
- Die Betriebsnachfolge/-übernahme ist eine zentrale Herausforderung für bestehende Betriebe. Auch Betriebsauflösungen sind meist nicht lukrativ, da hier viele Kosten anfallen und keine „Vergoldung“ des Bodens und der Immobilien stattfindet.
- Das Hotel Bachmann wird als Familienbetrieb mit flacher Hierarchie geführt. Es wird auch Nachhaltigkeit verfolgt. Generell führen Aufenthaltsgäste zu weniger Problemen im Tal als Tagesgäste. Die häufig als größtes Problem angeführte Verkehrsbelastung im Tal wird vorrangig durch die Tagestouristen verursacht.
- Die Frage, was auf regionaler Ebene erforderlich ist, damit Hotelbetriebe gute Voraussetzungen haben bzw. neue Betriebe entstehen können, kann Daniel Fritz nicht beantworten. Viele Herausforderungen sind auf übergeordneter Ebene angesiedelt: rechtliche Rahmenbedingungen aus Bundesebene, generelle Tourismusentwicklung, globale Trends etc.
- Neue, mit dem Hotel Bachmann vergleichbare Betriebe sind wohl schwer zu bekommen. Wichtig ist daher vor allem, den Fortbestand der bestehenden Betriebe zu sichern.

8. Ergebnisse der Ideenwerkstatt

Es folgen die Notizen zu den Diskussionen aus den Kleingruppen.

Leitsatz 8: Das Montafon versteht sich als ein vielfältiger Wirtschaftsraum, der seinen BewohnerInnen eine gute Auswahl an attraktiven und qualitätvollen Arbeitsstätten und Arbeitsplätzen bietet.

Tischgruppe zu Leitziel 8.1 Wir sichern und schaffen Voraussetzungen, die das Montafon zu einem attraktiven Wirtschaftsstandort machen.

(kam aufgrund zu weniger Teilnehmer:innen nicht zustande)

Tischgruppe zu Leitziel 8.2 Wir stärken die regionale Wirtschaft im Tal. (Begleitung: Valentina Bolter)

<p>1. Titel Unterstützung bei der Standortsuche und -ansiedelung</p>
<p>2. Worum geht es? Ziel?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsansiedelung ermöglichen • Nicht neue Branchen suchen, sondern Suchende unterstützen
<p>3. Aktivitäten/Ablauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beim Räumlichen Entwicklungsplan der Gemeinden schon einplanen (Gewerbegebiete) • Aufgabe der Gemeinde • Bestehende Unternehmer motivieren/unterstützen, Flächen zur Verfügung zu stellen und neuen Unternehmern bereitstellen
<p>4. Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal kann im Montafon arbeiten • Info über Gemeinden über leere Flächen <ul style="list-style-type: none"> ○ Ist eine Standortansiedelung möglich? Fokus auf Leerstandsobjekte ○ Rahmenbedingungen für Standortansiedelung klären ○ Netzwerk aufbauen, Kontakte vermitteln • Talweite Rückmeldung an Interessierte wichtig
<p>5. Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Person soll Zwischenstelle zwischen Suchenden und Anbietenden sein <ul style="list-style-type: none"> ○ Eine Person, die Interessierte an die Hand nimmt ○ Arbeitskraft im Ausmaß von 20-25 Stunden
<p>6. Akteur:innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermieter • Bürgermeister • Gemeinden • Stand Montafon • Bestehende Unternehmer, die ev. Flächen vermieten können auch für temporäre Nutzungen

<ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Unternehmer • Idee: ein Unternehmer bietet Flächen für Start Ups an → Bsp. Rhomberg
<p>7. Herausforderungen und Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestehendes Nutzen • Aufgabe definieren, Fokus nicht verlieren
<p>8. Sinnvoller erster Schritt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerfrühstück: Vorstellung eines Betriebes & Austausch

Titel: Unterstützung bei der Standortsuche und -ansiedelung

Ziel: Betriebsansiedelungen ermöglichen und nicht neue Branchen suchen, sondern Suchende unterstützen

Aktivitäten: Eine neue Stelle schaffen, die bestehende Unternehmen motiviert/unterstützt, Flächen, die sie nicht brauchen, anderen Firmen zur Verfügung zu stellen. Ein Netzwerk für interessierte Unternehmen aufbauen. Rahmenbedingungen und notwendige Schritte für Betriebsansiedelungen klären und für Suchende aufbereiten.

- Beispiel: Bei Neubau gleich größer bauen und überschüssige Flächen vermieten.
- Beispiel: Ein Statiker möchte sich einmieten → Diesen in die Planung des Gebäudes mit einbeziehen.
- Beispiel: Ein Unternehmen bietet Flächen für Startups an (auch zeitlich begrenzt möglich) und ist dafür an dem Startup beteiligt.

Ergebnisse: Mehr Arbeitsplätze im Montafon. Leerstehende Objekte werden genutzt. Eine einheitliche Rückmeldung an interessierte Unternehmen für das ganze Montafon ist wichtig, sonst lehnt eine Gemeinde ab, obwohl die Nachbargemeinde Interesse hätte.

Ressourcen: Eine 20-25-Stunden-Arbeitskraft, die interessierte Unternehmen unterstützt. Vermittlung zwischen interessierten und ansässigen Unternehmen.

Akteure: Vermieter, Bürgermeister, Gemeinden, Stand Montafon, Wirtschaft Montafon, Montafon Tourismus, interessierte Unternehmen

Herausforderungen: Keine neuen technischen Systeme aufbauen, sondern Bestehendes nutzen. Die Aufgabe der neuen Stelle muss klar definiert sein.

Sinnvoller erster Schritt: Unternehmensfrühstück für die Vorstellung von neuen Betrieben und den Austausch der Unternehmer untereinander nutzen. Die neue Stelle wird in Zusammenarbeit mit Stand Montafon, Montafon Tourismus und Wirtschaft Montafon entwickelt.

Tischgruppe zu Leitziel 8.3 Wir sichern und verbessern die Rahmenbedingungen für eine funktionierende Landwirtschaft im Montafon. (Begleitung: Herbert Bork)

<p>1. Titel Plattform / Vertrags-Landwirtschaft</p>
<p>2. Worum geht es? Ziel?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattform, wo Landwirte reinstellen und Gastronomen bestellen
<p>3. Aktivitäten/Ablauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klären, wer wäre im Montafon dabei • Schlachthof St. Gallenkirch -> Vertrieb möglich • Bedarfsproduktion in der Landwirtschaft
<p>4. Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßiges Angebot • Funktionen wie bei einer Gastroplattform
<p>5. Ressourcen</p>
<p>6. Akteur:innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betreiber für Plattform • Vorarlberg Milch • Landwirte + Gastronomie • Stand Montafon
<p>7. Herausforderungen und Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montafon zu klein • Bereitschaft, beim Preis flexibel zu sein • Preis • Zu wenige Produkte • Provision für die Plattform
<p>8. Sinnvoller erster Schritt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vergleichbare Plattform besuchen

Titel: Plattform für den Vertrieb von landwirtschaftlichen Produkten.

Worum geht es: Landwirte stellen das Angebot an landwirtschaftlichen Produkten auf die Plattform; Gastronomen können dann bestellen.

Aktivitäten: Es benötigt einer Klärung, wer im Montafon mitmachen würde. Beim Schlachthof St. Gallenkirch sind die Möglichkeiten für den Vertrieb zu prüfen.

Ergebnis: Es gibt ein regelmäßiges Angebot. Es funktioniert wie bei einer Gastroplattform.

Herausforderungen: Das Montafon allein ist zu klein. Der Preis der Produkte allgemein. Es braucht die Bereitschaft, beim Verkaufspreis flexibel zu sein. Es benötigt eine Provision für die Plattform, um diese betreiben zu können.

Erster Schritt: Vergleichbare Plattformen besuchen und Anregungen holen.

Leitsatz 9: Das Montafon bekennt sich zu seiner Tradition als Freizeit- und Tourismusregion. Der Tourismus ist und bleibt einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren und Teil der Montafoner Identität. Er profitiert von und nutzt die Montafoner Landschaft, folglich schützt er auch ihre Qualitäten.

Tischgruppe zu Leitziel 9.1 Wir sichern und stärken die Voraussetzungen für einen qualitätvollen Tourismus im Montafon (Begleitung: Felix Hartlmayr)

<p>1. Titel Qualitativer Tourismus</p>
<p>2. Worum geht es? Ziel?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tourismusleitbild, das von allen getragen wird • Commitment • Verbindlichkeit!
<p>3. Aktivitäten/Ablauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorhandene Strategien bündeln/zusammenführen
<p>4. Ergebnisse</p>
<p>5. Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute Startvoraussetzungen in der Region
<p>6. Akteur:innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunen • Bergbahnen • Betriebe • Bevölkerung
<p>7. Herausforderungen und Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chance: Bewohner:innen, die in dem Bereich arbeiten wollen • Herausforderung: Tourismusgesinnung • Sich nicht wieder zu lange mit sich selbst beschäftigen (ewige Diskussionen)
<p>8. Sinnvoller erster Schritt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielbilder auf Übereinstimmung prüfen • Identifizierung von Willigen und Fähigen

In der Kleingruppe wird als Grundvoraussetzung darauf hingewiesen, dass es zwar viele Strategien gibt, allerdings noch kein gemeinsames Zielbild bzw. eine gemeinsame Stoßrichtung. Es benötigt als ersten Schritt die Überlagerung und Zusammenlegung dieser Strategien, um einerseits zu sehen, welche Inhalte zusammenpassen, und um andererseits zu einem gemeinsamen Zielbild für das Montafon zu gelangen. Dieses Zielbild muss dann auch konsequent weiterverfolgt und eingefordert werden, wofür es wiederum einer Verbindlichkeit bedarf. Hingewiesen wird in diesem Zusammenhang auch auf die Notwendigkeit quantifizierbarer Ziele, die man an messbaren Größen festmachen kann (Beispiel: Was bedeutet qualitätvoll?). Den Tourismusbetrieben fällt es sonst schwer, sich entsprechend der gesetzten Ziele (neu) zu positionieren.

Wesentlich ist die Einigung auf eine gemeinsame Stoßrichtung und in weiterer Folge eine verstärkte Bündelung der Ressourcen (Beispiel: ein Talschaftsfonds für Investitionen in Infrastruktur).

Hervorgehoben wird auch der Standortvorteil des Montafons, sowohl weit weg vom Overtourismus als auch weit weg vom sanften Tourismus zu sein, da diese Bereiche langsam wegbröckeln. Das Montafon befindet sich genau in dem Segment, in dem der Gast und der Lebensraum ineinander übergehen; dies wird wiederum vom Gast auch sehr geschätzt. Und diesen Standortvorteil, den auch Montafon Tourismus bereits in ihrer Markenstrategie aufgreift, gilt es auszunutzen. Um die Angebotsschwäche in der Sommersaison ausgleichen zu können, wird nahegelegt, den Fokus auf den Wandertourismus zu legen; hierfür bräuchte es auch keine allzu großen Investitionen. Dabei ist auch zu überlegen, wie man den Gast zu einem längeren Aufenthalt bewegen kann, unter Umständen mit eigenen Beherbergungskonzepten.

Angemerkt wird auch, dass die Einwohner:innen an oberster Stelle stehen müssen.

Dementsprechend ist die Frage zu stellen, wie man das Tourismusumfeld so gestalten kann, dass die Einwohner:innen auch noch in der Zukunft den Tourismus nicht nur akzeptieren, sondern auch in weiterer Folge von ihm (wieder) leben wollen. Der Tourismus im Montafon sollte schließlich auch dazu beitragen, einen entsprechenden Lebensunterhalt in der Talschaft zu ermöglichen.

Tischgruppe zu Leitziel 9.2 Wir achten darauf, dass der Tourismus einen Mehrwert für das Montafon und seine BewohnerInnen schafft. (Begleitung: Luzian Burgstaller)

<p>9. Titel Kommunikation</p>
<p>10. Worum geht es? Ziel?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leistbare Angebote für Bevölkerung v.a. für Jugendliche auch spontan, ohne Vorlaufzeit • Einheimischenrabatt → Nachwuchs sicherstellen • Halbwissen aufklären
<p>11. Aktivitäten/Ablauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den Einheimischen sehen nicht nur für die Gäste • Ganzjährige Arbeitsplätze für mehr Attraktivität • Angebotsprogramm → filtern • Infokampagne! <ul style="list-style-type: none"> ○ Zwei Webseiten: Gäste, Einheimische ○ Welche Infokanäle gibt es schon? • Argumente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Akzeptanz für Tourismus ○ Kunden von morgen ○ Attraktivität des Tals als Wohnort • Leistbarkeit für Bevölkerung → Mehr Verständnis für Tourismus
<p>12. Ergebnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktivität des Tourismus für Einheimische ist bekannt
<p>13. Ressourcen</p>
<p>14. Akteur:innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bergbahnen • Montafon Tourismus • Gemeinden/Stand Montafon

15. Herausforderungen und Chancen

- Wahrnehmungsproblem: Junge sehen es anders
- Jugendliche können sich Freizeitangebote nicht leisten
- Junge Leute sind oft nicht mit dem Tourismus verbunden
- Junge Leute → keine Papier-Information
- Ältere Leute → Information via Papier

16. Sinnvoller erster Schritt

- Tourismusbüro → „Freizeitinfo“

In der Diskussion wird darauf hingewiesen, dass sich die lokale Bevölkerung im Montafon viele Freizeitangebote (insbesondere das Skifahren) teilweise nicht mehr leisten können. Vor allem Jugendliche sind davon betroffen, da ihre finanziellen Möglichkeiten beschränkt sind. Im Gegensatz dazu gibt es für Kinder (in Kombination mit Eltern) günstige Ticketvarianten.

Ein „Einheimischen-Preis“ wäre gewünscht, sodass auch die Menschen im Tal vom Tourismus profitieren können, da sie auch die negativen Folgen des Tourismus tragen müssen (z.B. Verkehrsbelastung). Die rechtlichen Rahmenbedingungen dazu (Gleichberechtigungs-Grundsatz) stehen dem jedoch entgegen. Durch leistbares Skifahren wird auch der Nachwuchs unterstützt. Die zukünftigen Gäste bzw. Skifahrer:innen müssen schon heute das Skifahren erlernen.

Allgemein besteht ein Kommunikationsproblem bzw. Wahrnehmungsproblem (die jungen Leute sehen es anders). Die Einheimischen haben oft das Gefühl, sie stehen nicht auf gleicher Höhe wie der Tourismus. Sie sollten jedoch mindestens auf gleicher Höhe stehen. Insbesondere junge Leute haben keine Verbindung mit dem Tourismus mehr und sehen vorrangig die negativen Auswirkungen. Durch leistbare und attraktive Angebote für Jugendliche könnte gegebenenfalls mehr Akzeptanz/Verständnis für den Tourismus geschaffen werden.

Seitens des Tourismus wird entgegengehalten, dass das Angebot etwa zur Hälfte für die Einheimischen ausgelegt ist (z.B. Veranstaltungen, Kinoabende, ...). Ein umfangreiches Angebotsprogramm wird über den Tourismuskanal transportiert. Offensichtlich kommt dieses insbesondere bei jungen Leuten nicht voll an. Einheimische nutzen nur selten touristische Portale zur Informationsbeschaffung.

Zentrale Herausforderung ist daher, die Kommunikation zu verbessern. Die Menschen im Tal müssen wissen, wo sie die Informationen, welche Freizeitangebote bestehen. Beispielsweise gibt es mehrere Hotels, deren Hallenbäder auch für Einheimische (Nicht-Hotel-Gäste) nutzbar sind. Dies ist jedoch kaum bekannt.

Seitens Montafon Tourismus sind diesbezüglich Verbesserungen angedacht, um die Infokanäle zu verbessern (z.B. Umbenennung „Tourismusinfo“ in „Freizeitinfo“, Überarbeitung Webseiten). Unterschiedliche Ansprüche sind dabei jedoch zu berücksichtigen (digitale Kanäle für junge Menschen, analoge Medien für ältere Menschen).

Zentral ist jedenfalls eine Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen Tourismus Montafon, Bergbahnen, Gemeinden, Stand Montafon und den Jugendlichen im Tal.

9. Wortmeldungen von den Teilnehmer:innen in der Schlussdiskussion

Wortmeldungen der Jugendlichen

- Wir verdienen viel durch den Tourismus.
- Wir lernen viel durch die Gäste/Einwanderer.
- Meiner Meinung nach haben wir aber auch zu viel Tourismus.
- In meiner Arbeitsgruppe war insbesondere seitens der Tourismusbranche wenig Raum für Verbesserungsvorschläge unsererseits.
- Die Jugend, die bereits unabhängig im Montafon lebt, wird viel weniger gefördert.
- Auch wenn ich im Montafon aufgewachsen bin, fühle ich mich dem Tourismus gar nicht zugehörig und kann damit wenig anfangen.
- Ich finde die Gleichstellung von Touristen und Einheimischen den falschen Weg; die Einheimischen sollten mehr Wertschätzung erhalten für die Arbeit, die sie für den Tourismus leisten.

Was bereits umgesetzt wurde oder sich in der Umsetzung befindet

- Einrichtung einer Unterstützungsstelle (Gründerservice/Begleitservice) für die Ansiedlung von Betrieben → Die Finanzierung für die nächsten drei Jahre ist bereits geklärt
- Beherbergungsbetriebe: Zusammenführung des Beherbergungsmasterplans mit dem reg-REK; Übereinanderlegen der Zielbilder → Ein Vorschlag ist bereits ausgearbeitet
- Verbesserte Arbeitsbedingungen im Tourismus: Das Gütesiegel „Top Tourismus Jobs Vorarlberg“ wurde eingeführt, damit Tourismusbetriebe mit herausragenden Arbeitsbedingungen ausgezeichnet werden können. Damit werden sehr gute Arbeitgeber in der Tourismusbranche hervorgehoben, um (potentiellen) Mitarbeiter:innen eine Orientierung am Arbeitsmarkt geben zu können
- Infokampagnen zu den Vorteilen für Tourismus-Mitarbeiter:innen
 - Unter anderem STARCARD → diverse Ermäßigungen in ganz Vorarlberg
- Hallenbadprojektstudie: Standorte wurden evaluiert (Standortempfehlung: Vandans) → Derzeit arbeitet man an einer Konkretisierung des Ergebnisses
- Hallenbäder der Hotels: Einrichtung einer Plattform, in welcher alle Hallenbäder der Hotels, die auch von Nicht-Hotel-Gästen/Einheimischen genutzt werden können, transparent aufgelistet sind.
- Mobilität:
 - Hinsichtlich der Bahnverlängerung kam es bereits zu einem Workshop mit den Gemeinden Gaschurn, Schruns und St. Gallenkirch → Erarbeitung eines Konsenses
 - Projekt Fahrplankonzept Montafon (Beispiel Pendlerexpress; Verlängerung Linie 650 nach Vandans)

Weitere Wortmeldungen

- Die Vermarktung sowie Social-Media-Präsenz müssen im Tourismus ausgebaut werden.
- Man muss der negativen Einstellung gegenüber dem Tourismus gegensteuern und noch viel stärker kommunizieren, wie viel der Tourismus zum leistbaren Leben im Montafon beigetragen hat und was für ein großes Angebot für die Einheimischen auch erst durch den Tourismus ermöglicht werden konnte.

10. Weitere Termine

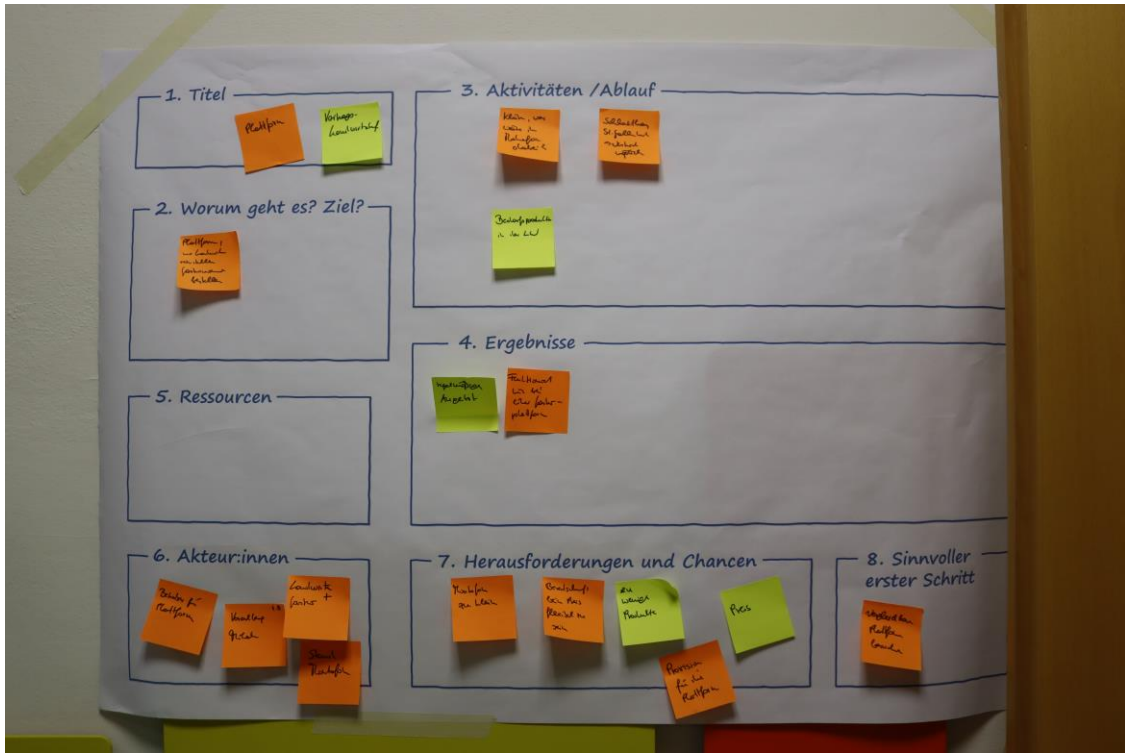
- » Dienstag, 27.02.2024, 17:30 bis 20:30 Uhr im *Kunstforum Montafon*
Workshop 5 – L1 Kooperation / L10 Zusammenhalt
- » Dienstag, 09.04.2024, 17:30 bis 20:30 Uhr im *Vereinshaus Silbertal*
Workshop 6 – L5 Freiraum, natürliche Ressourcen / L6 Klima

11. Anhang: Plakate aus der Ideenschmiede

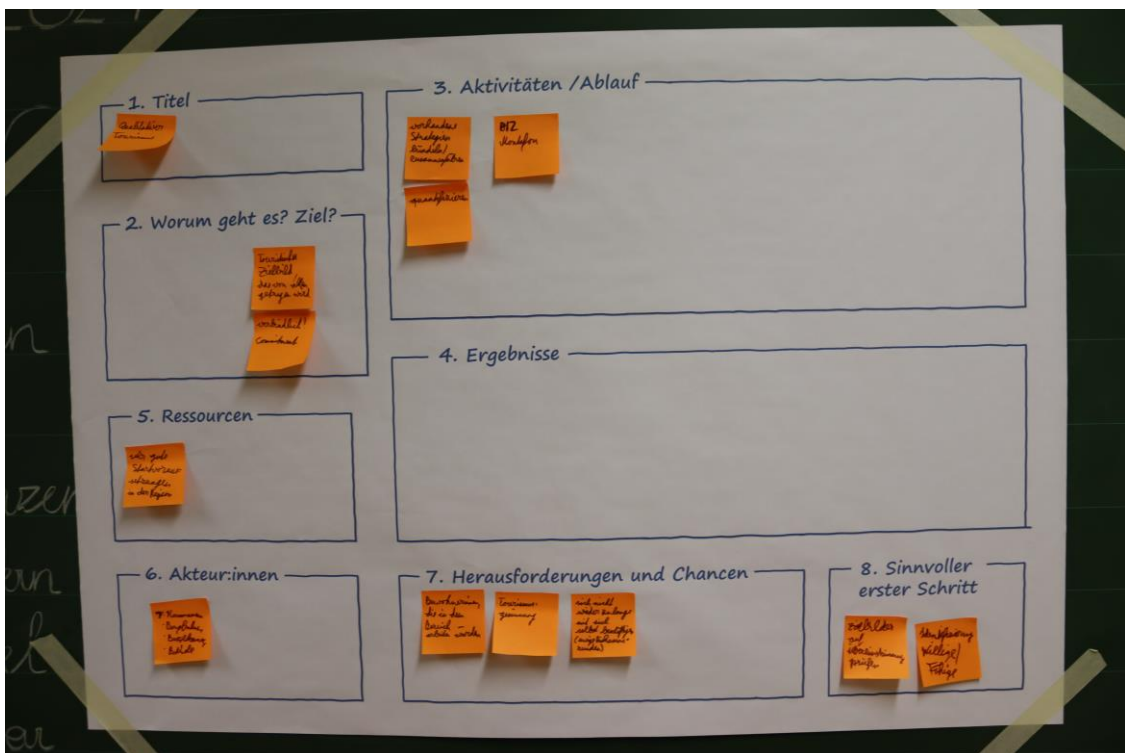
Tischgruppe 2: Wir stärken die regionale Wirtschaft im Tal. (Leitziel 8.2)



Tischgruppe 3: Wir sichern und verbessern die Rahmenbedingungen für eine funktionierende Landwirtschaft im Montafon. (Leitziel 8.3)



Tischgruppe 4: Wir sichern und stärken die Voraussetzungen für einen qualitätvollen Tourismus im Montafon (Leitziel 9.1)



Tischgruppe 5: Wir achten darauf, dass der Tourismus einen Mehrwert für das Montafon und seine BewohnerInnen schafft. (Leitziel 9.2)

