



innovate

strategien die wirken

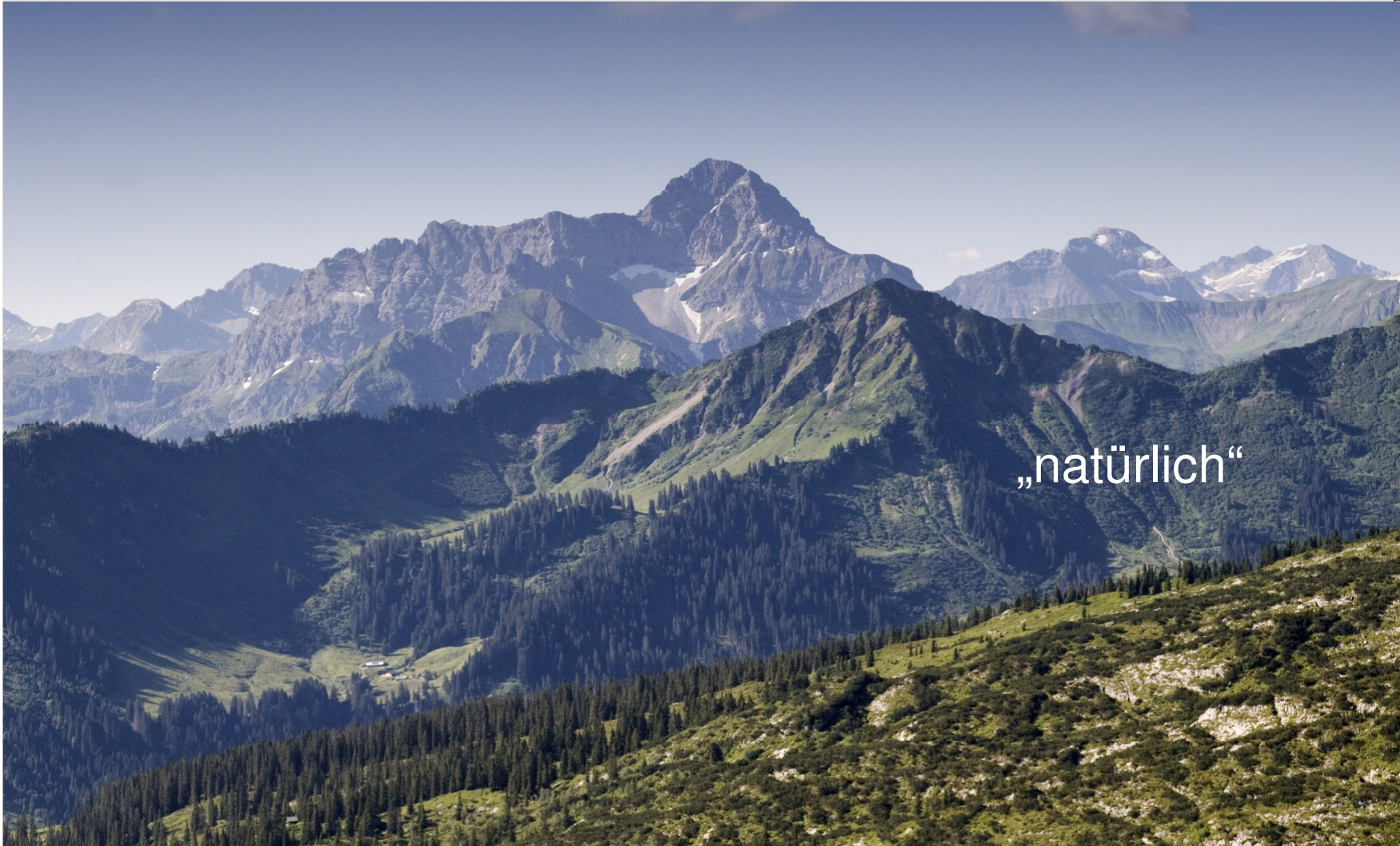


Zukunftsbuch Kleinwalsertal

ganzheitliche Regionalentwicklung

Kleinwalsertal

- » Status Quo
- » Zukunfts(gestaltungs)plan.
- » Zeitplan der Umsetzung.



„natürlich“



„pulsierend“



„wunderschön“



„rein“



„...mit
Perspektive...“

„...und
Lebensqualität...“





„miteinander“



„fliegen lernen“



„lebendig“



„...auf dem Walser Weg...“



„...Tradition und
Innovation verbinden...“



„...Wurzeln bewahren...“



WILDENTAL

„schützenswert“



„aufgeschlossen“

„menschlich“



„stolz“





„romantisch“

„sportlich“



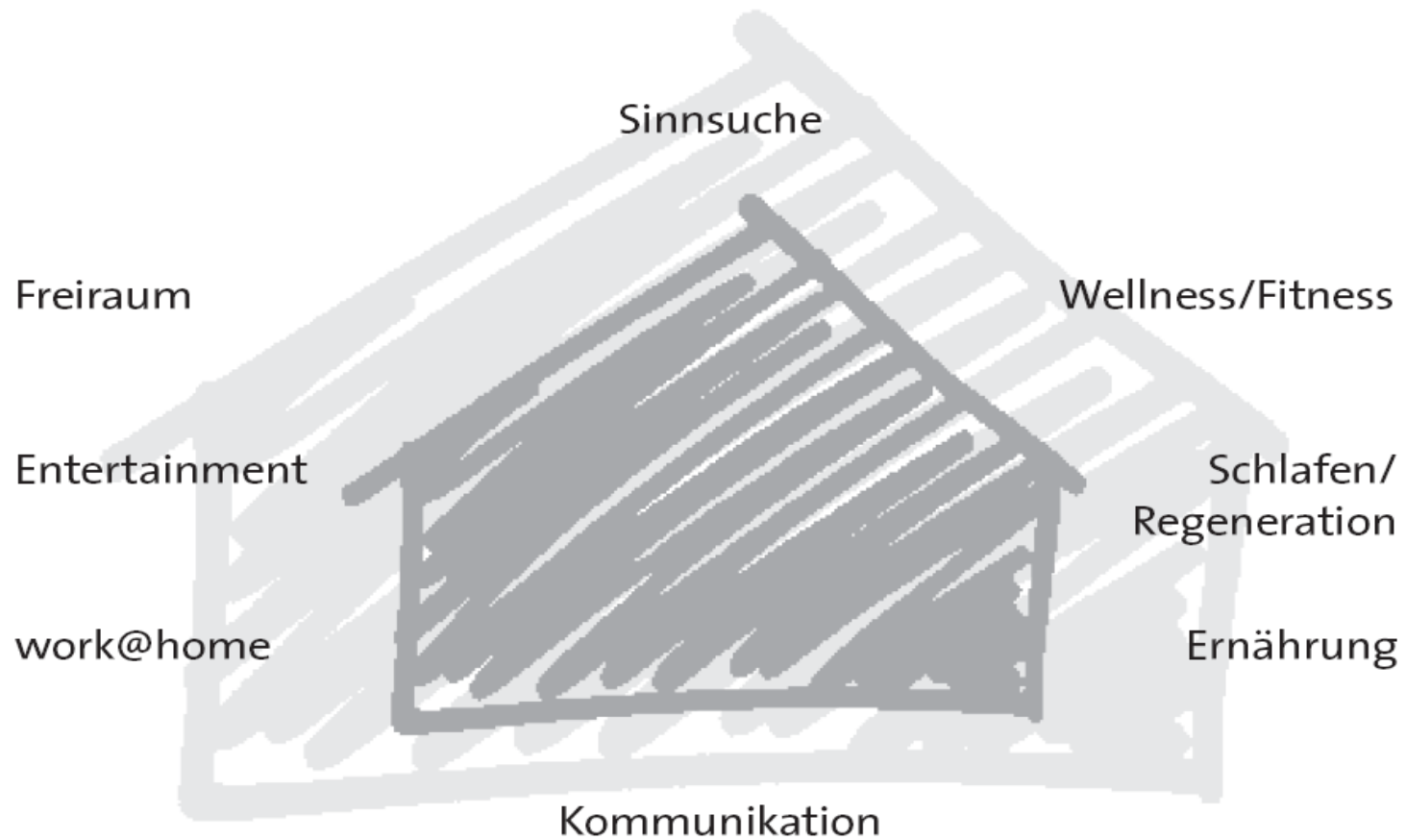
„Wir-Gefühl“



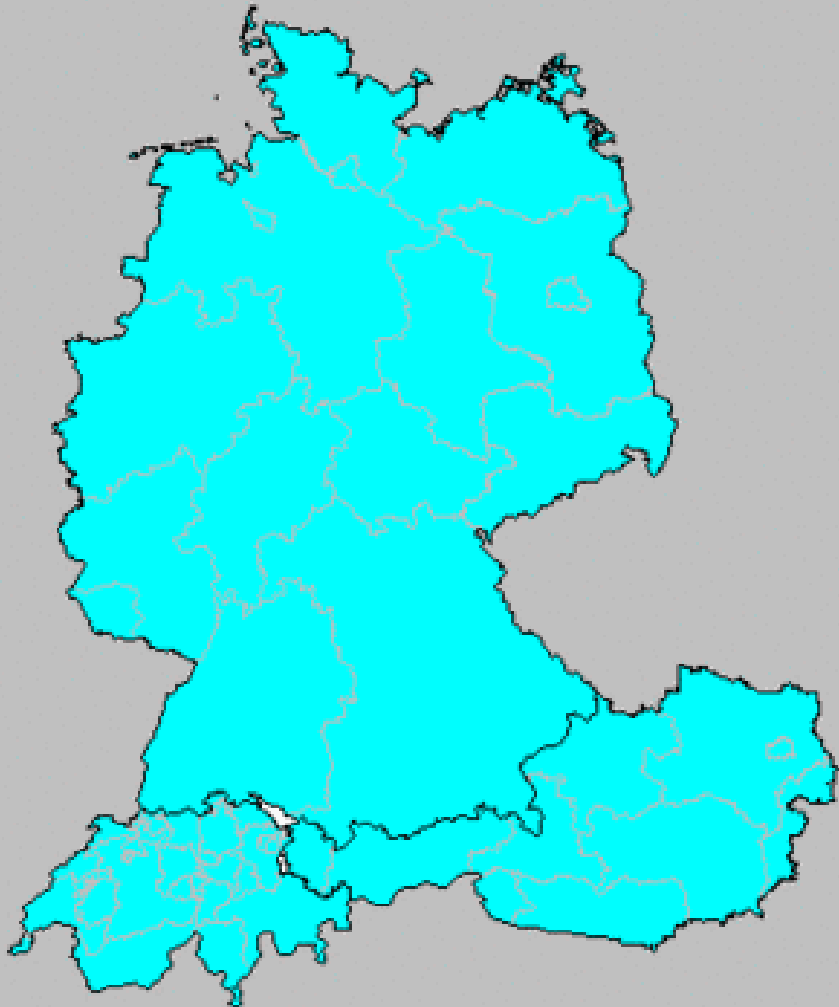


„Kleines Tal mit
großen Werten!“

Trends in der Sinn suchenden Gesellschaft



Trends in der kommunalen und regionalen Entwicklung



Viele Gemeinden fragen sich:

1. Für was stehen wir wirklich?
2. Wo wollen/können wir in Zukunft hin?
3. Welches Angebot kann Bürger, Gäste und Unternehmen überzeugen?
4. Wie kommunizieren wir diese Angebote verständlich und wirksam?
5. Wie starten wir ganz konkret die Zukunft?

Trends in der kommunalen und regionalen Entwicklung



„Es gibt gute Beispiele für erfolgreiche kommunale Anstrengungen“

- » Meran (www.meran.eu)
- » Ravensburg (www.ravensburg.de)
- » Winterthur (www.stadt.winterthur.ch)
- » Lienz (www.stadt-lienz.at)
- » Glurns (www.glurns.net)
- » und weitere Kommunen:
 - » Burghausen (www.burghausen.de)
 - » Bregenz (www.bregenz.at)
 - » Rattenberg (www.rattenberg.at)
 - » Dornbirn (www.dornbirn.at)

Was hemmt die Menschen im Kleinwalsertal?



- » Klares Zukunftsbild fehlt.
- » Wir zerreden Vieles.
- » Angst vor Fehlern und Kritik.
- » Zu wenig „Wohn-Angebote“
- » Zu wenig attraktive Ortsräume.
- » Zu geringe Nahversorgung.
- » Leerstände.
- » Zu viel Masse im Tourismus.

Was freut die Menschen im Kleinwalsertal?



- » Verwurzelt.
- » Intakte Natur.
- » Man kennt einander.
- » Sich sicher fühlen.
- » Hoher Freizeit- und Erholungswert.
- » Gute kommunale Leistung.
- » Sommer – UND Winter-Saison.
- » Brauchtum und Vereinsleben.
- » Wir nehmen „Neue“ auf.

Erfolgsfaktoren Mut & Begeisterung



- » Wir erarbeiten einen klaren Plan und ziehen diesen durch!
- » Es entsteht Begeisterung.
- » Wir hören auf Projekte zu zerreden, bis man sie nicht mehr machen kann.
- » Wir haben keine Angst vor Fehlern und Kritik.
- » Wir beziehen klare Position zu Projekten, mit Bekenntnis und Rückgrat.

Erfolgsfaktoren Bedürfnisse & Wünsche



- » Wir gestalten das Leben&Arbeiten im Tal gemeinsam.
- » Es macht Spaß mitzuarbeiten.
- » Kritiker werden laut, weil wir Wesentliches anpacken.
- » Es gibt viele aktive Befürworter/Fürsprecher.
- » Die Mundwerbung läuft – man redet darüber.
- » Die „Man sollte...“-Mentalität hat ausgedient.

Erfolgsfaktoren Qualität & Zukunftsideen



- » Qualität geht vor Quantität.
- » Wir prüfen die Authentizität von dem was wir tun.
- » Wir verknüpfen Tradition mit Innovation.
- » Wir schaffen Synergien mit anderen Projekten.
- » Wir erzeugen Aufbruchstimmung, neuen Stolz und Identifikation.
- » Wir setzen klare Prioritäten.
- » Wir haben die nötige Ausdauer.

Erfolgsfaktoren Fakten & Plan



- » Wir schaffen Fakten & Erfolg.
- » Wir entwickeln wesentliche Themenlösungen.
- » Wir schaffen Orientierung. Wohin wollen wir? Wie?
- » Wir ersetzen den Zufall durch Struktur – Businessplan 2020/2030 fürs Tal.
- » Etwas „Sichtbares“ entsteht! TUN ist angesagt.

Kernthemen im Umsetzungsprogramm



1. Wohnen
2. Ortsräume
3. Nahversorgung
4. „Große Idee“ – Walser Omgang
5. Gastronomie & Tourismus
6. Neue Betriebe
7. Kultur & Bildung

Umsetzungsprogramm „Wohnen“



- » **Priorität 1**
 1. Kommunale Immobilien-(Entwicklungs)gesellschaft gründen.
 2. Leerstand füllen.
 3. Neue Flächen erschließen.

- » **Priorität 2**
 1. Ins REK einpflegen.
 2. Bauträger einbinden.

- » **Priorität 3**
 1. Patenmodell für „Neue“ einführen.

Umsetzungsprogramm „Ortsräume“

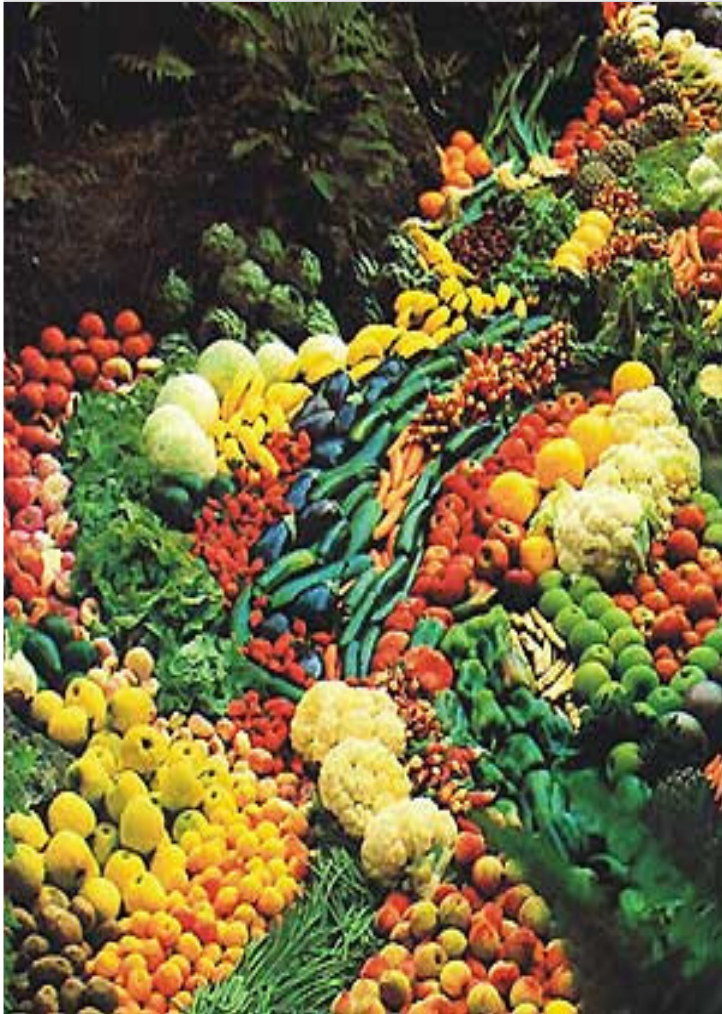


- » **Priorität 1**
 1. Stil-Ratgeber entwickeln.
 2. Orts-Punkte festlegen.
 3. Pilot-Punkt realisieren.

- » **Priorität 2**
 1. Ins REK einbinden.
 2. Weitere Orts-Punkte realisieren. (Masterplan)

- » **Priorität 3**
 1. Inputs für Altbestand ableiten.

Umsetzungsprogramm „Nahversorgung“



- » **Priorität 1**
 1. Alle Walser fragen.
 2. Nahversorger ansiedeln.
 3. Stil-Ratgeber für Handel ableiten.
 4. Loyalität & Bewusstsein bilden.

- » **Priorität 2**
 1. Einbindung ins REK.
 2. Bei bestehenden Händlern Leistungen ergänzen.

- » **Priorität 3**
 1. Öffnungszeiten vereinheitlichen.

Umsetzungsprogramm „Große Idee“



- » Ansatz:
 - » Jedes regionale Programm braucht einen höchst innovativen Leuchtturm-Effekt,...
 - » ... für die internationalen Medien...
 - » ... für Magnetismus!
- » „Walser Omgang“ – Wieso?
 - » Die Natur ist das wertvollste Produkt!
 - » Volle Authentizität und Identifikation!
- » „Natur und Gesundheit“ – TOP-Trends!
 - » Viel schneller machbar, als alle anderen baulichen Maßnahmen, ...
 - » ...damit schnelle Wirksamkeit und Vermarktbarkeit!

Umsetzungsprogramm Walser Omgang



» Priorität 1

1. Masterplan für die Routen.
 1. Bewertung der Routen, nach Wirkungsbereichen.
 2. Erlebnispunkte erarbeiten.
 3. Vorschlag für 1.Erlebnispunkt.

» Priorität 2

1. 1.Erlebnispunkt realisieren.
2. Alle Erlebnispunkt(e) planen.

» Priorität 3

1. Kostenermittlung, Budget, Entscheidungen.
2. Realisierungszeitplan.
3. Bewusste gewählte Erlebnispunkte realisieren.

Umsetzungsprogramm „Gastro & Tourismus“



- » **Priorität 1**
 1. Markeninhalte ins Zentrum rücken.
 2. Qualitäts-Offensive starten.
 3. Neue Gästesichten ansprechen.

- » **Priorität 2**
 1. Alte Walser Kost forcieren.
 2. Walser Wasser aktiv anbieten.
 3. Restaurant-Führer etablieren.

- » **Priorität 3**
 1. Gastronomie mit Pfiff ansiedeln.
 2. Einheimischen-Urlaub initiieren.
 3. Gästen tiefere Einblicke in die Landwirtschaft geben.

Umsetzungsprogramm „Neue Betriebe“



- » **Priorität 1**
 1. Leerstand erschließen.
 2. Neue Fläche erschließen (Brain-Park - Clusterbildung).
 3. Ansiedelungs- und Ansprache-Programm.

- » **Priorität 2**
 1. Einbindung ins REK
 2. Förder-u. Finanzierungsmodelle erschließen.

Umsetzungsprogramm „Kultur & Bildung“



- » **Priorität 1**
 1. Reduktion Veranstaltungen und Fokussierung auf „Qualität“.
 1. Bewusste Steuerung.
 2. Qualität nach „oben“
 3. Quantität nach „unten“

- » **Priorität 2**
 1. Walser-Akademie
 1. Mischung aus Montagsforum in Dornbirn, Wifi und regionale Komponenten

Zeitplan für die Umsetzung, Teil 1



- » **März/April 2011**
 - » Umsetzung beschließen.
 - » Pressekonferenz initiieren.
 - » Umsetzung starten.
- » **2.Quartal 2011**
 - » Wohnen
 - » Immobiliengesellschaft gründen.
 - » Leerstand erheben.
 - » Ortsräume
 - » Stil-Ratgeber entwickeln.
 - » Orts-Punkte festlegen.
 - » Pilot-Punkt entscheiden.

Zeitplan für die Umsetzung, Teil 2



- » **2.Quartal 2011**
 - » Große Idee – Walser Omgang
 - » Masterplan erstellen.
 - » Kultur-Programm weiterführen.
 - » Nahversorgung
 - » Bevölkerung befragen.
 - » Nahversorger planen.
 - » Inputs fürs REK geben.
- » **3.Quartal 2011**
 - » Wohnen, Ortsräume, Nahversorgung und Walser Omgang realisieren.
- » **4.Quartal 2011 / 1.Quartal 2012**
 - » Gastro&Tourismus starten.
 - » „Neue“ Betriebe starten.
 - » Walser Akademie starten.

Entscheiden und Tun.



- » Man kann natürlich alles lassen, wie es ist, weil es am einfachsten ist...
- » ...oder wir packen die Zukunft mit Mut & Struktur an...
- » ... treffen Entscheidungen, anstatt zu zerreden, bis niemand mehr will...
- » ... wir beziehen klar Position und haben keine Angst vor Fehlern...
- » ...wir erzeugen Aufbruchsstimmung und Identifikation...
- » ... wir schaffen Fakten und Erfolg...
- » ... haben die nötige Ausdauer...
- » ... wir sind stolz auf unser kleines Tal mit großen Werten!